

**UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA**

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

**TESIS PARA OPTAR POR EL GRADO DE  
LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE  
NEGOCIOS**

**ANÁLISIS DE RENTABILIDAD Y FACTIBILIDAD  
PARA LA CREACIÓN DE UN ABASTECEDOR EN  
CUBUJUQUÍ DE HEREDIA PARA EL AÑO 2018**

**Sustentante**

**José Leonardo Chaves Chacón**

**TUTOR:**

**Luis Vargas Zúñiga**

**Abril, 2019**

## TABLA DE CONTENIDOS

TABLA DE CONTENIDOS .....	ii
ÍNDICE DE IMÁGENES .....	vii
ÍNDICE DE CUADROS .....	viii
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	ix
DECLARACIÓN JURADA .....	x
CARTA DEL TUTOR.....	xi
CARTA DEL LECTOR.....	xii
CARTA DE LA FILÓLOGA.....	xiii
DEDICATORIA.....	xiv
AGRADECIMIENTO.....	xv
RESUMEN .....	xvi
CAPÍTULO I PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	1
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	2
1.1.1 Antecedentes del problema .....	2
1.1.2 Problematización del problema .....	3
1.1.3 Justificación del problema.....	3
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....	4
1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	4
1.3.1 Objetivo general .....	4
1.3.2 Objetivos específicos .....	4
1.4 ALCANCES Y LIMITACIONES .....	5
1.4.1 Alcances .....	5
1.4.2 Limitaciones .....	6
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO.....	7
2.1 CONTEXTO HISTÓRICO.....	8
2.1.1 Historia.....	8
2.1.2 Extensión .....	9
2.1.3 Población .....	10
2.1.4 Cantidad de nacimientos.....	11
2.1.5 Principales actividades económicas.....	11

2.1.6 Servicios brindados.....	12
2.1.7 Índice de desarrollo humano.....	12
2.1.8 Índice de pobreza humana.....	13
2.1.9 Índice de desarrollo social.....	13
2.2 CONTEXTO TEÓRICO-CONCEPTUAL.....	14
2.2.1 Proyectos de inversión.....	14
2.2.2 Evaluación de proyectos.....	15
2.2.3 FODA.....	17
2.2.3.1 Fortalezas.....	17
2.2.3.2 Oportunidades.....	18
2.2.3.3 Debilidades.....	18
2.2.3.4 Amenazas.....	19
2.2.4 Estudio técnico.....	19
2.2.4.1 Determinación del tamaño.....	19
2.2.4.2 Localización del negocio.....	20
2.2.4.3 Método de inventario.....	22
2.2.4.4 Análisis de riesgos.....	23
2.2.5 Estudio de mercado.....	23
2.2.5.1 Mercado.....	24
2.2.5.2 La demanda.....	25
2.2.5.3 Oferta de mercado.....	27
2.2.5.4 Precio del mercado.....	27
2.2.5.5 El cliente.....	29
2.2.5.6 La comunicación.....	30
2.3 HIPÓTESIS.....	31
2.4 OPERACIONALIZACIÓN DE LA HIPÓTESIS.....	32
CAPÍTULO III MARCO METODOLÓGICO.....	33
3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	34
3.1.1 Finalidad.....	34
3.1.2 Dimensión temporal.....	35
3.1.3 Marco.....	35

3.1.4 Naturaleza.....	36
3.1.5 Carácter .....	37
3.2 SUJETOS Y FUENTES DE INFORMACIÓN .....	37
3.2.1 Primera mano.....	38
3.2.2 Segunda mano.....	39
3.3 SELECCIÓN DEL MUESTREO .....	39
3.3.1 Probabilística.....	40
3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA RECOLECTAR INFORMACIÓN.....	40
3.4.1 Cuantitativas .....	40
3.5 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES .....	43
3.6 DETALLES ESTADÍSTICOS DEL CONTEXTO O SITIO DONDE SE LLEVA A CABO EL ESTUDIO.....	45
3.6.1 Población .....	45
3.6.2 Unidad de estudio .....	46
3.6.3 Muestra .....	46
3.6.4 Punto de equilibrio .....	47
3.6.5 Análisis de sensibilidad .....	48
CAPÍTULO IV ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS.....	49
4.1 CONSTITUCIÓN DE UNA EMPRESA EN COSTA RICA .....	50
4.1.1 Creación de la sociedad.....	53
4.1.2 Registro de marca.....	54
4.2 ESTUDIO DE MERCADO .....	56
4.2.1 Objetivo general .....	56
4.2.2. Análisis e interpretación de los datos obtenidos .....	56
4.2.3. Estudio de mercado .....	57
4.2.4. Perfil y concepto del negocio .....	58
4.2.5. Perfil del visitante .....	59
4.2.6. Tamaño de la muestra .....	60
4.2.7. Trabajo de campo .....	62
4.2.8. Procesamiento de datos .....	62
4.2.9. Planteamiento de la encuesta.....	62

4.2.9.1. Aplicación de la encuesta y el análisis .....	62
4.2.9.2. Descripción de la encuesta .....	63
4.2.9.3. Propósito de la encuesta .....	64
4.2.9.4. Determinantes de la demanda .....	66
4.2.9.5. Análisis de la oferta.....	67
4.2.9.6. Determinantes de la oferta.....	69
4.2.9.7. Estrategia comercial .....	71
4.2.9.8. Producto .....	72
4.2.9.9. Plaza.....	72
4.3 ESTUDIO TÉCNICO .....	73
4.3.1 Estudio básico.....	73
4.3.2 Localización .....	73
4.3.3 Diseño del negocio.....	74
4.3.4 Encuesta realizada al negocio hermano .....	74
4.3.5 Patente comercial .....	77
4.3.6 Requisitos para solicitar la patente o la licencia de funcionamiento.....	77
4.3.7 Inscripción ante el Ministerio de Hacienda.....	78
4.4 LEGISLACIÓN LABORAL.....	80
4.4.1 Planillas.....	80
4.4.2 Provisiones de ley .....	81
4.4.2.1 Vacaciones .....	81
4.4.2.2 Aguinaldo.....	81
4.4.2.3 Preaviso.....	82
4.4.2.4 Cesantía .....	84
4.4.2.5 Fondo de capitalización laboral (FCL) .....	84
4.4.2.6 Seguro de riesgos para el trabajador.....	85
4.4.2.7 Cargas sociales .....	86
4.5 ESTUDIO DE VIABILIDAD FINANCIERA .....	91
4.5.1 Estudio de banca nacional .....	92
4.6 Inversión inicial.....	93
4.6.1 Costos fijos.....	94

4.6.2 Costos variables.....	95
4.6.3 Costo total efectivo de producción .....	95
4.6.4 Cálculo de la depreciación .....	96
4.6.5 Capital de trabajo .....	96
4.7 Flujos de efectivo .....	97
4.7.1 Ingresos .....	99
4.7.2 Valor actual neto (VAN) .....	100
4.7.3 Tasa interna de retorno (TIR).....	101
4.7.4 Punto de equilibrio .....	102
CAPÍTULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	104
5.5 CONCLUSIONES.....	105
5.6 RECOMENDACIONES .....	108
CAPÍTULO VI PROPUESTA.....	111
6.5 PROPUESTA .....	112
6.5.1 Presupuesto.....	113
6.5.2 Cronograma .....	121
BIBLIOGRAFÍA .....	123
GLOSARIO.....	126
ANEXOS .....	128
Anexo n.º 1: Encuesta realizada .....	129
Anexo n.º 2: Entrevista realizada .....	133
Anexo n.º 3: Formulario de solicitud de licencia o patente comercial .....	136
Anexo n.º 4: Certificado para el uso del suelo .....	138
Anexo n.º 5: Declaración jurada del impuesto municipal .....	139
Anexo n.º 6: Formulario de solicitud de permiso sanitario .....	140
Anexo n.º 7: Formulario de inscripción ante el Ministerio de Hacienda .....	142
Anexo n.º 8: Formulario para la póliza de riegos del INS.....	144
Anexo n.º 9: Lista de salarios mínimos según el Ministerio de Trabajo .....	146
Anexo n.º 10: Formato de Solicitud de Inscripción o Reanudación Patronal (Patrono Jurídico).....	148

## ÍNDICE DE IMÁGENES

Figura 1 .....	10
Figura 2 .....	11
Figura 3 .....	16
Figura 4 .....	30
Figura 5 .....	45
Figura 6 .....	47
Figura 7 .....	61
Figura 8 .....	89
Figura 9 .....	100
Figura 10 .....	112

## ÍNDICE DE CUADROS

Tabla 1 .....	17
Tabla 2 .....	61
Tabla 3 .....	65
Tabla 4 .....	66
Tabla 5 .....	81
Tabla 6 .....	82
Tabla 7 .....	85
Tabla 8 .....	86
Tabla 9 .....	90
Tabla 10 .....	90
Tabla 11 .....	94
Tabla 12 .....	94
Tabla 13 .....	95
Tabla 14 .....	95
Tabla 15 .....	96
Tabla 16 .....	97
Tabla 17 .....	98
Tabla 18 .....	99
Tabla 19 .....	100
Tabla 20 .....	101
Tabla 21 .....	102
Tabla 22 .....	103
Tabla 23 .....	114

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1.....	60
Gráfico 2.....	67

## DECLARACIÓN JURADA

Yo José Leonardo Chaves Chacón, mayor de edad, portador de la cédula de identidad número 01-1566-0131 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 Licenciatura en Administración de empresas con énfasis en banca y finanzas, juro solemnemente que mi trabajo de investigación titulado: "Análisis de rentabilidad y factibilidad para la creación de un abastecedor en Cubujuquí de Heredia para el año 2018" es una obra original que ha respetado todo lo preceptuado por las Leyes Penales, así como la Ley de Derecho de Autor y Derecho Conexos número 6683 del 14 de octubre de 1982 y sus reformas, publicada en la Gaceta número 226 del 25 de noviembre de 1982; incluyendo el numeral 70 de dicha ley que advierte; artículo 70. Es permitido citar a un autor, transcribiendo los pasajes pertinentes siempre que éstos no sean tantos y seguidos, que puedan considerarse como una producción simulada y sustancial, que redunde en perjuicio del autor de la obra original. Asimismo, quedo advertido que la Universidad se reserva el derecho de protocolizar este documento ante Notario Público. en fe de lo anterior, firmo en la ciudad de San José, a los dieciséis días del mes de enero del año dos mil diecinueve.



Firma del estudiante

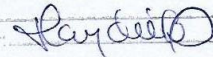
Cédula

UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA

Entregado por:

Recibido por:

Fecha:



16-01-19

## CARTA DEL TUTOR

San José, 16 de enero del 2019

Señora  
Tania Jimenez Carranza, MBA  
Directora Administración de Negocios  
Universidad Hispanoamericana

Estimada señora

El estudiante **Jose Leonardo Chaves Chacón**, cédula de identidad número **0115660131**, me ha presentado, para efectos de revisión y aprobación, el trabajo de investigación denominado "**Análisis de rentabilidad y factibilidad para la creación de un abastecedor en Cubujuquí de Heredia en el año 2018**", el cual ha elaborado para optar por el grado Licenciatura en Administración de Empresas, con énfasis en Banca y Finanzas.

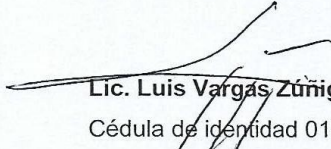
He verificado que se han hecho las correcciones indicadas durante el proceso y he evaluado los aspectos relativos al proceso investigativo, tales como: la elaboración del problema, objetivos, justificación; antecedentes y marco teórico, marco metodológico, tabulación y análisis de datos; conclusiones y recomendaciones.

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

Factor a valor		Puntaje Obtenido	
a-	Originalidad del tema	10%	10%
b-	Cumplimiento 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 y detalles del Marco Teórico	20%	20%
<b>Total</b>		<b>100%</b>	<b>100%</b>

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

Atentamente,

  
Lic. Luis Vargas Zúñiga.

Cédula de identidad 0107090057

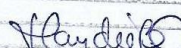
Número carné Colegio Profesional, CPCECR # 33896.

UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA

Entregado por:

Recibido por:

Fecha:



16-01-19

## CARTA DEL LECTOR

Heredia, Costa Rica

**Universidad Hispanoamericana**  
**Sede Heredia**  
**Carrera Administración de Negocios**

**Estimado señor:**

El estudiante **José Leonardo Chaves Chacón**, cédula de identidad 1-1566-0131, me ha presentado para efectos de revisión y aprobación, el trabajo de investigación denominado "**ANÁLISIS DE RENTABILIDAD Y FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN ABASTECEDOR EN CUBUJUQUÍ DE HEREDIA PARA EL AÑO 2018**", el cual ha elaborado para obtener su grado de Licenciatura en Administración de Negocios con énfasis en Finanzas y Banca.

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

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

Atte.

Firma

  
Nombre: José A. Valerio – Sosa.

Cédula: 1 – 0603 – 0068.

Carné: 6477 CPCECR.

## CARTA DE LA FILÓLOGA

San Rafael de Heredia, 30 de marzo de 2019

Señor  
Universidad Hispanoamericana

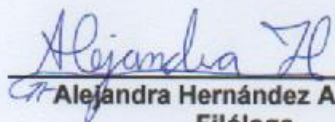
Estimado señor:

En mi calidad de filóloga, hago constar que he revisado el trabajo para optar por el grado de licenciatura en Administración de Negocios con énfasis en Banca y Finanzas, bajo el título:

*ANÁLISIS DE RENTABILIDAD Y FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN ABASTECEDOR EN CUBUJUQUÍ DE HEREDIA PARA EL AÑO 2018*, elaborado por el estudiante José Leonardo Chaves Chacón.

La revisión se hizo en la parte morfosintáctica, forma, estilo, redacción, puntuación y ortografía; por lo cual este trabajo está listo en tales aspectos para ser presentado ante la Universidad.

Atentamente,

  
Alejandra Hernández Arguedas  
Filóloga  
Cédula 4 193 626  
Carné 66820 del Colegio de  
Licenciados y Profesores en Letras,  
Filosofía, Ciencias y Artes  
Teléfono 86478512

Alejandra Hernández Arguedas  
Filóloga  
Teléfono 22 37 61 66  
San Rafael de Heredia

## DEDICATORIA

A Dios, por llegar tan lejos y darme salud, sabiduría e inteligencia para desenvolverme de la mejor manera y poder cumplir mis metas y objetivos, además de la fortaleza para siempre salir adelante y continuar en todos aquellos momentos difíciles.

A mis padres Zaida Chacón Ramirez y Luis Chaves Carballo, por ser el pilar fundamental en mi vida, en mi educación tanto académica como personal; por brindarme siempre un apoyo de manera incondicional y creer en mí.

A mi hermano Romario Chaves Chacón, por apoyarme siempre a cumplir todas las metas y objetivos planteados durante mi vida.

A María Rodríguez Chavarria, por ser un apoyo indispensable en mi vida y una fuente de motivación en este proyecto.

## **AGRADECIMIENTO**

A mi familia en general, por ser el apoyo fundamental y siempre confiar en mí, además porque en todo momento se encontraron pendientes sobre mi bienestar y de que tuviera la mejor educación.

Al tutor, al lector, a la filóloga y al director de este trabajo de investigación.

## RESUMEN

En la presente investigación se realiza un estudio sobre la factibilidad y rentabilidad que se puede generar a partir del establecimiento de un abastecedor o minisúper ubicado en la provincia de Heredia, distrito Mercedes, barrio Cubujuquí, para el año 2018, que ofrezca abarrotes a los pobladores de ese sector, siempre y cuando este sea un negocio que origine además del servicio, rentabilidad a los inversionistas.

El interés por este establecimiento nace al detectarse la necesidad de un negocio de cercanía que logre satisfacer las necesidades de los pobladores en la comunidad de Cubujuquí, debido a que hoy las personas deben desplazarse a otro sector para poder satisfacerlas.

Como parte del problema en estudio, esta investigación también analiza la población, sus gustos, preferencias, horarios de atención y estrategias de mercadeo factibles para alcanzar el éxito del estudio.

## **CAPÍTULO I**

### **PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

## **1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Este capítulo contiene el marco referencial para la creación de un abastecedor en Cubujuquí de Heredia. Están incluidas la justificación de la investigación, el planteamiento del problema, los objetivos, así como los alcances y limitaciones para el desarrollo del proyecto.

El planteamiento del problema u objeto de estudio se efectúa debido a que hoy no existe un abastecedor o negocio de cercanía para la población en el barrio de Cubujuquí de Heredia que pueda cumplir con las dispensas alimenticias necesarias y artículos para las necesidades básicas de la población, ocasionando con ello que las personas requieran desplazarse a diferentes sectores del cantón para obtenerlos.

### **1.1.1 Antecedentes del problema**

Con el paso de los años, en el barrio de Cubujuquí de Heredia se experimenta un crecimiento en la población y, con ello, el incremento de las necesidades básicas de los habitantes de dicho distrito.

En relación con el crecimiento de la población, se identifica una oportunidad para emprender un negocio que satisfaga las necesidades existentes de la población en estudio, para lo cual se debe estimar la inversión requerida para la creación y establecimiento de un negocio propio, que permita generar una fuente de ingresos que posibilite el desarrollo para el inversionista y su estabilidad financiera, y ofrecer un servicio eficaz y eficiente, enfocado a cubrir las necesidades del cliente.

### **1.1.2 Problematicación del problema**

La implementación de un nuevo negocio o abastecedor en el barrio de Cubujuquí de Heredia implica una inversión por lo cual es indispensable realizar un estudio sobre la rentabilidad y factibilidad en la elaboración y establecimiento de la empresa, además de alcanzar y poder satisfacer las necesidades de consumo de los potenciales clientes, ofreciendo un servicio de calidad que aporte valor agregado a los mismos.

También se deben identificar los requisitos para la creación del objeto de estudio, además del cumplimiento de cada uno de ellos, tanto para la formalización y establecimiento del negocio como para la obtención del financiamiento e inicio de la inversión.

### **1.1.3 Justificación del problema**

Los resultados de esta investigación ayudan a evaluar si la creación y establecimiento de un abastecedor de abarrotes ubicado en el barrio de Cubujuquí de Heredia es rentable.

Asimismo, el estudio permite validar el cumplimiento de los requisitos ante la Cámara de Comercio de Costa Rica para el establecimiento de un nuevo negocio, los cuales corresponden a la obtención de los permisos sanitarios, la patente municipal, el registro como patrono ante la Caja Costarricense del Seguro Social y el registro como contribuyente ante el Ministerio de Hacienda.

El estudio posibilita la formalización de un proyecto familiar con el cual, por medio de la venta de abarrotes y un servicio de calidad, se alcance la satisfacción de los potenciales consumidores.

Con la creación y el establecimiento del objeto de estudio también se logra, tanto a nivel individual como familiar, una mayor estabilidad económica y tranquilidad relacionada a la no dependencia de trabajar para la empresa de un tercero.

## **1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

La formulación del problema se hace por medio de la siguiente pregunta:

**¿El establecimiento de un nuevo abastecedor en el barrio de Cubujuquí de Heredia, es factible financieramente, y aceptable para los futuros clientes?**

## **1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

El trabajo posee un objetivo general y cuatro objetivos específicos, los cuales se detallan a continuación:

### **1.3.1 Objetivo general**

El objetivo principal de este proyecto consiste en:

- **Determinar la factibilidad financiera en la creación de un abastecedor en Cubujuquí de Heredia.**

### **1.3.2 Objetivos específicos**

Los objetivos específicos que plantea el estudio son:

- Identificar los requisitos legales para la constitución de una empresa en Costa Rica.

- Realizar un estudio de mercado para que se determine, entre otras cosas, la demanda potencial para un abastecedor en Cubujuquí de Heredia, período 2018.
- Preparar un estudio técnico para disponer de la información que permita cuantificar variables como costos de ingreso y mantenimiento en el sector.
- Determinar la factibilidad financiera de un abastecedor ubicado en Cubujuquí de Heredia, período 2018.

## **1.4 ALCANCES Y LIMITACIONES**

### **1.4.1 Alcances**

La investigación implica realizar estudios de factibilidad, rentabilidad y mercado para establecer la viabilidad en la creación del abastecedor en Cubujuquí de Heredia para el año 2018, y beneficiar a los habitantes de dicha comunidad.

El estudio de mercado es un apoyo para determinar la viabilidad de colocar el mercado o producto, conociendo con ello la oferta, demanda y necesidades o preferencias del cliente (horarios, hábitos de consumo, tipo de servicio brindado), el cual potencialmente puede transformarse en demandante. Este estudio facilita la toma de decisiones para la entrada al mercado o inicio del proyecto.

Los estudios de rentabilidad y factibilidad ayudan a evaluar la capacidad de la empresa para obtener rendimientos a partir de los capitales invertidos y los recursos disponibles. Además, dentro del presente estudio es de suma importancia plantear qué se desea alcanzar, cómo se desea lograr y estimar la cantidad monetaria por invertir para su desarrollo.

### **1.4.2 Limitaciones**

En cuanto a la investigación, existe una limitación de tiempo generada por la tramitología para conseguir todos los permisos relacionados al establecimiento y formalización de la iniciativa, los cuales son requeridos por la Municipalidad de Heredia, la Cámara de Comercio de Costa Rica, la Caja Costarricense del Seguro Social, el Instituto Nacional de Seguros (INS), el Ministerio de Hacienda y las instituciones bancarias para la obtención del crédito o financiamiento.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

## 2.1 CONTEXTO HISTÓRICO

### 2.1.1 Historia

Según información de la Municipalidad de Heredia (2018), el cantón de Heredia se funda en 1848 y forma parte del Gran Área Metropolitana (GAM) con excepción del distrito de Vara Blanca. Está situado en los bajos declives del cerro Zurquí y del macizo del Barva. La ciudad de Heredia es la capital de cantón y de provincia, con una distancia de 10 kilómetros de la ciudad de San José con la cual posee comunicación vial y ferroviaria.

De acuerdo con la información del Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC) y la Municipalidad de Heredia (2018), el cantón central está conformado por cinco distritos y con las siguientes características:

- Heredia: posee una población de 19 172 habitantes y está conformado por los barrios Ángeles, Carmen, Corazón de Jesús, Fátima, Guayabal, Hospital, India, María Auxiliadora, Oriente, Pirro, Puebla, Rancho Chico, San Fernando, San Vicente.
- Mercedes: cuenta con una población de 29 059 habitantes y está compuesta por los barrios de Burío, Carbonal, Cubujuquí, España, Labrador, Mercedes Norte, Mercedes Sur, Monte Bello, Santa Inés.
- San Francisco: se estiman 57 089 habitantes y se constituye por los barrios de Aries, Benavides, Chucos, El Cristo, Esmeralda, Esperanza, Granada, Gran Samaria, Guararí, Lagos, Malinches, Mayorga, Palma, Trébol, Tropical, Santa Cecilia.

- Ulloa: posee una población de 33 094 y agrupa los barrios de Arcos, Aurora, Bajo Virilla, Cariari, Carpintera, El Cristo, Lagunilla, Linda del Norte, Mayorga, Nosara, Pitahaya, Pueblo Nuevo, Valencia, Barreal.
- Vara Blanca: cuenta con 917 habitantes y está compuesto por los barrios Jesús María, Legua, Legua de Barva, Montaña Azul, San Rafael, Virgen del Socorro.

### **2.1.2 Extensión**

A partir de información de la Municipalidad de Heredia (2018), el cantón de Heredia es el primer cantón de la provincia, el cual está conformado por los distritos de Heredia, Mercedes, San Francisco, Ulloa y Vara Blanca. Este cantón tiene una extensión de 282,60 km<sup>2</sup>, siendo con ello el segundo cantón más extenso de los diez cantones que posee la provincia.

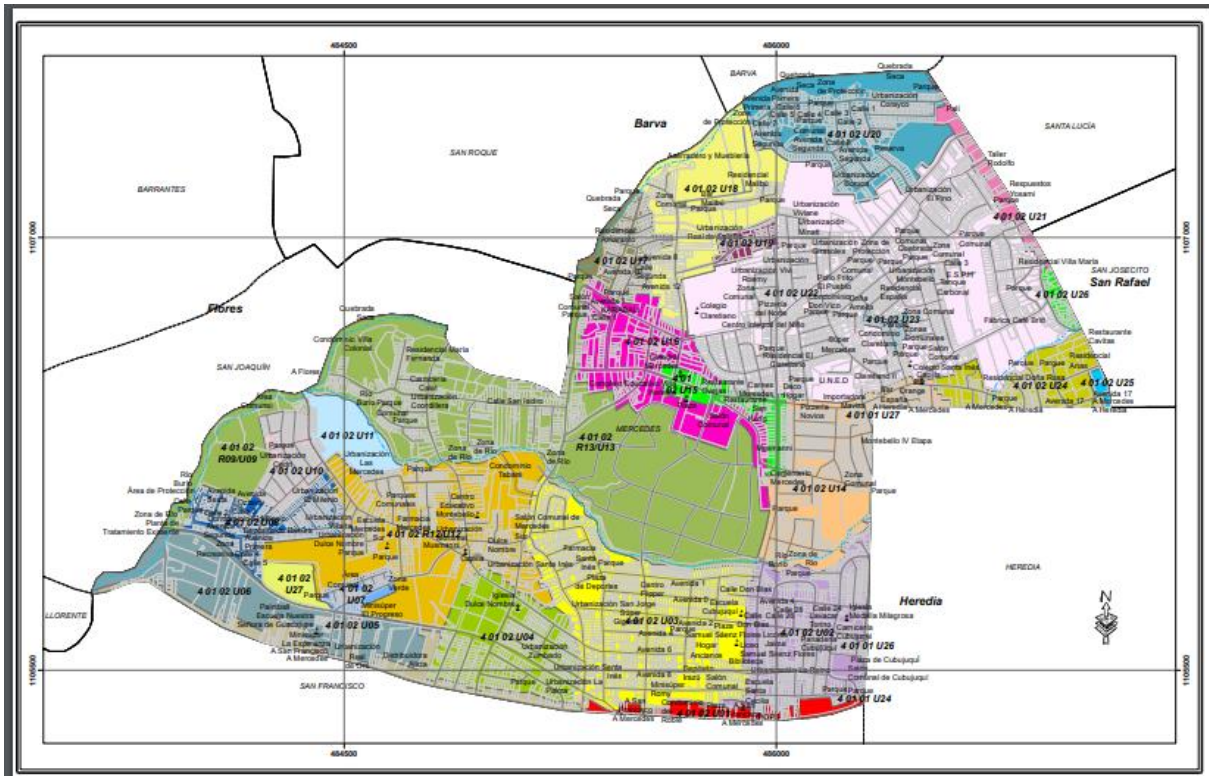


Figura 1  
 Mapa de valor del distrito de Mercedes  
 Fuente: Municipalidad de Heredia (2014)

### 2.1.3 Población

El Instituto Nacional de Estadística y Censo (s.f.) indica que el distrito de Mercedes posee una población estimada para el año 2018 de 29 059 habitantes, representando el 21 % de la población en el cantón de Heredia.

Población total proyectada por grupos de edades, según provincia, cantón, distrito y sexo al año 2018																	
Provincia, cantón, distrito y sexo	Total	Grupos de edades															
		0 - 4	5 - 9	10 - 14	15 - 19	20 - 24	25 - 29	30 - 34	35 - 39	40 - 44	45 - 49	50 - 54	55 - 59	60 - 64	65 - 69	70 - 74	75 y más
Heredia	512,172	36,494	37,242	37,505	39,104	40,314	43,117	46,849	42,457	35,480	31,189	30,433	27,904	22,321	15,822	10,473	15,468
Heredia	140,131	8,968	9,244	9,260	9,875	10,388	11,523	13,528	12,282	10,197	8,966	8,849	8,148	6,526	4,665	3,087	4,625
Heredia	19,172	844	860	845	847	1,053	1,532	2,279	2,106	1,719	1,483	1,424	1,273	995	693	444	775
Mercedes	29,059	1,749	1,824	1,815	1,914	1,935	2,278	2,917	2,637	2,196	1,939	1,924	1,782	1,433	1,031	687	998
San Francisco	57,089	4,012	4,127	4,142	4,481	4,694	4,835	5,118	4,631	3,857	3,402	3,376	3,129	2,518	1,806	1,202	1,759
Ulloa	33,894	2,296	2,364	2,392	2,562	2,634	2,803	3,130	2,834	2,361	2,083	2,068	1,914	1,539	1,106	734	1,074
Vara Blanca	917	67	69	66	71	72	75	84	74	64	59	57	50	41	29	20	19

*Figura 2*

Cuadro de poblaciones, según provincia, cantón y distrito

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo (2016)

### 2.1.4 Cantidad de nacimientos

De acuerdo con los datos del INEC (2014) sobre la totalidad de nacimientos por sexo, según provincia, cantón y distrito, para el primer semestre del año 2018 el cantón de Heredia ocupa la posición número uno y dentro de sus cinco distritos Mercedes se ubica en la posición número tres con una cantidad de 141 nacimientos anuales y un crecimiento del 1,1 % de sus habitantes, quienes deben ser considerados para el desarrollo y crecimiento del negocio.

### 2.1.5 Principales actividades económicas

La Municipalidad de Heredia (2018) señala que la actividad económica en esta provincia es muy variada a partir de la zona y cantón. Dentro de las actividades económicas se encuentra la agricultura, ubicándose el cantón de Heredia como el sexto de diez que posee la provincia según la cantidad de hectáreas sombras. También presenta construcción, turismo, además de la actividad comercial. La población económicamente activa se distribuye de la siguiente manera: 1,2 % en el sector primario, 23 % en el sector secundario y un 75,8 % del sector terciario.

### **2.1.6 Servicios brindados**

La comunidad de Cubujuquí dentro del distrito de Mercedes cuenta con la prestación de servicios básicos: servicio de electricidad y servicio de agua potable, ambos brindados por la Empresa de Servicios Públicos de Heredia; servicio de recolección de basura tanto ordinaria como no ordinaria, el cual es proporcionado por la Municipalidad de Heredia; servicio de transporte público por medio de la empresa Busetas Rápidas Heredianas y la empresa La 400; asimismo se brindan servicios de educación pública y un centro de salud o clínica de la Caja Costarricense del Seguro Social.

### **2.1.7 Índice de desarrollo humano**

A partir del reporte *Indicadores internacionales de desarrollo: seguimiento e interpretación para Costa Rica*, se establece:

El índice de desarrollo humano (IDH) es un proceso mediante el cual se amplían las oportunidades de los individuos, las más importantes de las cuales son una vida prolongada y saludable, acceso a la educación y el disfrute de un nivel de vida decente (Castillo y Rivera, 2017).

El cantón de Heredia, según la Universidad de Costa Rica, se ubica en la posición número 5 con el 0.860 correspondiente al IDH, lo cual indica que el cantón de Heredia presenta excelentes condiciones para el desarrollo de nuevos proyectos o inversiones (Castillo y Rivera, 2017).

### **2.1.8 Índice de pobreza humana**

Datos suministrados por la Municipalidad de Heredia (2018) señalan que el cantón de Heredia se encuentra en la posición número 10 dentro del total de 81 cantones, este índice representa el proceso en el que se carece de oportunidades básicas para alcanzar un proyecto de vida.

El índice de pobreza humana es el indicador que permite a las personas conocer cuántos ciudadanos viven en condiciones de pobreza, por ende, dentro de un estudio es importante analizar dicho indicador al momento de desarrollar un nuevo proyecto para que el mismo se ajuste tanto a las necesidades de los consumidores y que el tipo de negocio por crear sea accesible para el tipo de población económica del lugar.

### **2.1.9 Índice de desarrollo social**

El índice de desarrollo social muestra los distritos -en este caso el cantón de Heredia- según su desarrollo social, tomando en cuenta criterios como economía, educación participación ciudadana y de salud, seguridad social, vivienda, salarios y empleos, los cuales están representados entre valores del 0 al 100.

Este índice ayuda a clasificar los distritos y cantones del país a partir de su nivel de desarrollo social y apoyo en la formulación de proyectos, asimismo sirve como herramienta en la asignación de recursos del Estado.

De acuerdo con información de la Municipalidad de Heredia (2018), el distrito de Mercedes donde se encuentra la comunidad de Cubujuquí se ubica en la posición número uno entre los cinco distritos del cantón de Heredia con un resultado del 81,1 %, considerándose este indicador como un buen punto de referencia para el

desarrollo del proyecto. Cabe mencionar que en el distrito de Mercedes, el barrio de Cubujuquí posee el indicador más alto, agrupando conceptos de economía, educación seguridad ciudadana, empleos y salarios.

## **2.2 CONTEXTO TEÓRICO-CONCEPTUAL**

### **2.2.1 Proyectos de inversión**

Un proyecto de inversión es un proceso en el cual se debe realizar una inversión de capital en la creación de una empresa, producto o cualquier bien, además se puede describir como aquella actividad en la que se pretende generar inversiones, las cuales permitan generar ganancia a futuro, es decir corresponde a una asignación de recursos disponibles para obtener posibles ganancias a corto, mediano o largo plazo.

Al haber un riesgo o al no existir seguridad de que la inversión genere ganancias, es importante que en todo proyecto se realicen tanto estudios de mercado como financieros, buscando mayor seguridad sobre el camino que se debe seguir para alcanzar el éxito, en la disminución del riesgo asociada en la utilización de recursos o en la determinación sobre la viabilidad del proyecto. Sapag (2014) afirma:

El estudio de una inversión se centra regularmente en la viabilidad económica o financiera, y toma al resto de las variables únicamente como referencia. Sin embargo, cada uno de los factores señalados puede, de una u otra manera, determinar que un proyecto no se concrete en la realidad (p. 25).

Todos los procesos de inversión se deben llevar a cabo de la manera más ordenada posible cumpliendo con una serie de procedimientos, la cual inicia con el

surgimiento de una idea; definida la idea, se continua con la ejecución de un proceso de preinversión donde se deben hacer los estudios de viabilidad del proyecto; una vez determinada la viabilidad del mismo, se posee conocimiento para definir si se debe o no efectuar una inversión y, por último, ejecutada la inversión, se inicia con la operación o con el proyecto.

### **2.2.2 Evaluación de proyectos**

Todo proyecto de inversión requiere un estudio o evolución para conocer las ventajas o desventajas que se crean a partir de la decisión, además de la profundidad con la que se debe realizar el estudio. Baca (2016) dice:

El proyecto de inversiones un plan que, si se le asigna determinado monto de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos, producirá un bien o un servicio, útil a la sociedad. La evaluación de un proyecto de inversión, cualquiera que éste sea, tiene por objeto conocer su rentabilidad económica y social, de tal manera que asegure resolver una necesidad humana en forma eficiente, segura y rentable. Sólo así es posible asignar los recursos económicos a la mejor alternativa (p. 2).

A nivel general se deben llevar a cabo evaluaciones que ayuden a determinar la viabilidad comercial, viabilidad técnica, viabilidad legal, viabilidad económica y viabilidad organizacional, en donde en el momento en que se detecte una conclusión negativa, se indica que el proceso en estudio no se debe ejecutar.



*Figura 3*  
Viabilidad de un proyecto  
Fuente: Sapag (2018)

### 2.2.3 FODA

Tabla 1  
*Plan FODA del negocio en estudio*

FODA	
Fortalezas	Oportunidad
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Horarios accesibles</li> <li>- Atención personalizada</li> <li>- Variedad de productos</li> <li>- Ubicación estratégica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Indicadores positivos de desarrollo social en la ubicación del negocio</li> <li>- Diferenciación del negocio por atención de calidad al cliente</li> <li>- Publicidad accesible y eficiente</li> <li>- Acceso a información valiosa para el negocio</li> <li>- Servicios innovadores para el cliente</li> </ul>
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Requerimiento de financiamiento</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Competencia agresiva</li> <li>- Aumento de inseguridad a nivel país</li> <li>- Competencia con mayor publicidad</li> <li>- Competencia con mayor posicionamiento dentro del mercado</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

A continuación, se detalla el plan FODA para el presente estudio:

#### 2.2.3.1 Fortalezas

- Apertura del negocio todos los días de la semana con horarios accesibles para la atención al cliente.
- Atención personalizada y de calidad.
- Oferta con variedad de marcas y productos en abarrotes.
- Negocio de cercanía para la población de Cubujuquí de Heredia.

### **2.2.3.2 Oportunidades**

- Establecimiento del negocio en el barrio con los mejores indicadores de desarrollo social para el distrito de Mercedes, según la información de la Municipalidad de Heredia; permitiendo mayor factibilidad para el desarrollo y crecimiento de este.
- Nivel de percepción de diferenciación por la atención especializada y personalizada.
- Publicidad por medio de documentos impresos o volantes que se pueden distribuir en la comunidad, publicidad exterior como carteles o vallas publicitarias y publicidad mediante redes sociales y páginas web, logrando abarcar la mayor parte de la población, de acuerdo con los distintos medios de comunicación.
- Acceso a información para estimaciones y datos claves en el estudio del negocio, por la existencia de una empresa hermana ubicada en la misma localización geográfica del presente estudio.
- Nuevos servicios no ofrecidos por similares como la entrega de productos en sus hogares, que diferencian al negocio de su competencia.

### **2.2.3.3 Debilidades**

- Se requiere financiamiento para crear el abastecedor y ejecutar la inversión inicial.

#### **2.2.3.4 Amenazas**

- Competencia muy agresiva por la tienda de la multinacional de supermercados, la cual puede ofrecer mejores precios y promociones al cliente final.
- Competencia directa en otras áreas geográficas dentro del distrito de Mercedes que ya se encuentra establecida dentro del mercado de abarrotes.
- Aumento de la inseguridad o robos a nivel de país en negocios dedicados a la venta de abarrotes.
- Mayor publicidad por parte de la competencia directa.
- Mayor posicionamiento en el mercado de la competencia directa.

#### **2.2.4 Estudio técnico**

Un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios; determinar la factibilidad técnica; e identificar los equipos, maquinaria, materias primas e instalaciones necesarias para el proyecto. En los estudios técnicos se abarcan aspectos como la determinación del tamaño óptimo, la mejor localización de la empresa y los equipos por utilizar para realizar la producción o brindar el servicio del proyecto en estudio.

##### **2.2.4.1 Determinación del tamaño**

Baca (2016) explica en cuanto al tamaño del establecimiento:

La determinación de un tamaño óptimo es fundamental en esta parte del estudio. Cabe aclarar que tal determinación es difícil, las técnicas existentes

para su determinación son iterativas y no existe un método preciso y directo para hacer el cálculo. El tamaño también depende de los turnos a trabajar, ya que para cierto equipo la producción varía directamente de acuerdo con el número de turnos que se trabaje. Aquí es necesario plantear una serie de alternativas cuando no se conoce y domina a la perfección la tecnología que se empleará (p. 6).

En la determinación del tamaño el factor más importante es la estimación sobre la cantidad demandada, sin embargo, no necesariamente el tamaño se debe definir en función al crecimiento esperado del negocio ya que vender más cantidad de producto no es sinónimo de aumentar las ganancias de una compañía. Otros factores que influyen son la disponibilidad de insumos humanos, financieros y materiales. Sapag (2014) indica:

La decisión de hasta qué tamaño crecer deberá considerar esas economías de escala como una variable más del problema, ya que tan importante como estas es la capacidad de vender los productos en el mercado. Lo relevante para la determinación del tamaño óptimo es el máximo VAN que pudiera obtenerse de las distintas opciones de tamaño (p. 138).

#### **2.2.4.2 Localización del negocio**

Baca (2016) dice respecto a la localización del negocio:

La determinación de un tamaño óptimo es fundamental en esta parte del estudio. Cabe aclarar que tal determinación es difícil, las técnicas existentes para su determinación son iterativas y no existe un método preciso y directo para hacer el cálculo. El tamaño también depende de los turnos a trabajar, ya

que para cierto equipo la producción varía directamente de acuerdo con el número de turnos que se trabaje. Aquí es necesario plantear una serie de alternativas cuando no se conoce y domina a la perfección la tecnología que se empleará (p. 6).

Al establecer la localización de un nuevo negocio, se deben analizar tanto aspectos tangibles como intangibles con la finalidad de obtener resultados óptimos. Una de las decisiones más difíciles en todo proyecto de inversión es dónde ubicar negocio o empresa porque de este punto también depende el éxito o fracaso de un proyecto; en caso de seleccionarse una mala ubicación, pueden involucrarse costos adicionales e innecesarios.

Los aspectos que se deben tomar en cuenta para la correcta selección de la localización del mercado son el mercado de consumo, el grado de flexibilidad y movilidad de los factores y productos por su costo de transporte, las expectativas del crecimiento en la población, la infraestructura y comunicaciones en la zona, las economías externas, las cercanías con fuentes de abastecimiento, las cercanías con el mercado, la disponibilidad de agua y energía, la aceptación social y la posibilidad de desprenderse de los desechos o de tratarlos de la manera más adecuada .

En el proceso de la localización del producto, se distinguen dos etapas: la macrozona, es decir la selección de la ubicación general y la localidad particular dentro de una región, en esta etapa se disminuye la cantidad de alternativas; y la microzona, donde una vez ya definida la localidad, se selecciona el lugar en específico, lo cual ayuda a escoger la mejor alternativa de localización.

La macrozona seleccionada para el presente estudio es el distrito de Mercedes en la provincia de Heredia y la microzona es el barrio de Cubujuquí. Esta

área geográfica posee buenas características relacionadas al desarrollo económico, además la zona seleccionada tiene una plaza, una zona escolar, paradas de autobuses, el salón comunal y un parque, por lo cual es un punto estratégico para atraer consumidores.

#### **2.2.4.3 Método de inventario**

En el establecimiento de un negocio es necesario identificar el tipo de inventario por utilizar, entre los que se pueden encontrar el método UEPS en el cual las últimas unidades en entrar son las primeras en salir, disminuyendo la utilidad y el impuesto por pagar. Otro método es el de promedio ponderado en el que el costo de ventas y el de inventarios finales deben evaluarse a un costo promedio y por último el método PEPS, en donde las primeras unidades de producto que entran son las primeras en salir.

En este caso, por el tipo de actividad económica que se va a desempeñar, venta de abarrotes, se emplea el método PEPS, ayudando con ello a evitar la caducidad en cada uno de los productos que se ofrecen a los clientes. Romero (2013) dice:

De conformidad con la NIF C-4, la fórmula PEPS se basa en la suposición de que los primeros artículos en entrar al almacén o a la producción, son los primeros en salir, por lo que las existencias al finalizar cada ejercicio quedan reconocidas a los últimos precios de adquisición o de producción, mientras que en resultados los costos de venta son los que corresponden al inventario inicial y a las primeras compras o costos de producción del ejercicio (p. 212).

#### **2.2.4.4 Análisis de riesgos**

Conocer con anticipación todos los hechos que pueden ocurrir en el futuro y tienen efectos en los flujos de caja constituye uno de los principales desafíos del preparador y evaluador de proyectos.

Sin importar el tipo de proyecto, siempre se encuentra expuesto a una serie de riesgos, ya sean de mayor o menor medida; por lo tanto, es indispensable identificar los riesgos dentro de un proyecto y tenerlos controlados para gestionarlos adecuadamente. Baca (2016) indica: “El análisis de riesgos es un enfoque analítico administrativo que además de cuantificar al riesgo, previene la quiebra de la inversión al anticipar el mismo” (p. 7).

Cabe mencionar que los riesgos dentro de un proyecto no pueden ser eliminados, pero sí reducidos y controlados aplicando distintas técnicas en la administración de riesgos. La administración de riesgos es el proceso sistemático de planificar, identificar, analizar, responder y controlar los riesgos de un proyecto.

#### **2.2.5 Estudio de mercado**

Un estudio de mercado se puede definir como el proceso por el cual se estudia o analiza la viabilidad comercial para iniciar una actividad económica. También es un conjunto de acciones que se ejecutan para conocer las reacciones de un mercado en aspectos como la demanda, oferta, precio, cliente y estrategias de *marketing* ante un producto o servicio.

Los objetivos del estudio de mercado son ratificar la existencia de una necesidad insatisfecha en el mercado, o la posibilidad de brindar un mejor servicio que el ofrecido por los productos presentes en el mercado; determinar la cantidad de

bienes o servicios provenientes de una nueva unidad de producción que la comunidad está dispuesta a adquirir a determinados precios; conocer cuáles son los medios que se emplean para hacer llegar los bienes y servicios a los usuarios. Como último objetivo, tal vez el más importante, pero intangible, dar una idea al inversionista del riesgo que su producto corre de ser o no aceptado en el mercado (Baca, 2016).

### **2.2.5.1 Mercado**

El mercado es aquel ambiente que posibilita el intercambio de bienes y servicios entre los oferentes y demandantes económicos en el cual pueden participar tanto individuos como empresas y el mismo está conformado por tres categorías que son demanda de bienes y servicios, oferta de bienes y servicios, y precio de los bienes y servicios. Monferrer (2013) dice:

Mercado es el conjunto de compradores y vendedores que intercambian un determinado producto, además lo que determina la existencia de un mercado es: la existencia de un conjunto de personas, que estas tengan una necesidad de un producto o servicio, que deseen o puedan comprar, que tengan capacidad de comprar (p. 51).

Es importante destacar que hay diferentes tipos de mercados, entre ellos el mercado laboral o mercado de factores, mercado financiero y mercado de bienes y servicios. Sapag (2011) afirma:

La búsqueda de satisfactores de un requerimiento o necesidad que realizan los consumidores, aunque sujeta a diversas restricciones, se conoce como demanda del mercado. Los bienes y servicios que los productores libremente

desean ofertar para responder a esta demanda se denominan oferta del mercado. En el mercado, donde se vinculan esta oferta y esta demanda, se determina un equilibrio de mercado, representado por una relación entre un precio y una cantidad que motiva a los productores a fabricarla y a los consumidores a adquirirla (p. 48).

Con las definiciones anteriores se puede comprender que el mercado en este proyecto son todos los potenciales compradores, quienes desean satisfacer una necesidad y además poseen capacidad de compra para adquirir todos aquellos productos que se encuentran en oferta o venta.

#### **2.2.5.2 La demanda**

La demanda se refiere a la cantidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos con diferentes precios en un mercado por un determinado grupo demográfico. De acuerdo con Méndez (2011):

La demanda es la cantidad de mercancías y servicios que pueden adquirirse a los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por un conjunto de consumidores (demanda total o demanda del mercado). La demanda es, asimismo, la relación que existe entre los precios y las cantidades de una mercancía que los consumidores están dispuestos a comprar (p. 182).

La demanda posee distintos tipos de determinantes, entre estos se pueden encontrar los gustos y preferencias, los cuales son considerados los principales motivantes en el proceso de compra; el precio del bien que se define por medio del mercado en relación con la oferta y la demanda del bien; los ingresos de los

consumidores, lo cual determina el presupuesto que una persona asigna a un bien o servicio para la adquisición; los precios de otros bienes, donde muchas veces influye si es un bien con productos sustitutos o no; y la expectativa que los consumidores poseen sobre un producto.

Asimismo, la publicidad, que muchas veces incide de gran manera en la decisión de compra sobre un bien; los sentimientos de benevolencia, en donde es importante la buena relación entre demandante y oferente y, por último, la irracionalidad, la cual está asociada a la compra de bienes o servicios por medio de un impulso en el consumidor quien en un principio no desea realizar dicha adquisición.

Todas estas características destacadas son factores significativos que influyen en la compra y venta tanto de bienes y servicios por lo cual es fundamental considerarlos como objeto de estudio para poder incidir sobre los mismos.

Cabe mencionar que un aumento en la demanda de un producto puede estar determinado por el incremento en el ingreso de los consumidores, aumento del precio sobre los bienes sustitutos, cambio en las preferencias de los demandantes o disminución del precio en los bienes complementarios, caso contrario los determinantes sobre la disminución de la demanda son: disminución del ingreso en los consumidores, cambios de preferencias sobre los consumidores, aumento de los bienes complementarios y disminución del precio en los bienes sustitutos.

Adicional a lo anterior, analizados los aumentos y disminuciones de la demanda, es relevante tomar en cuenta la elasticidad de la demanda en donde las variaciones en los precios afectan la cantidad demandada de un producto o bien.

### **2.2.5.3 Oferta de mercado**

El estudio de la oferta de mercado examina las causas, motivaciones e impulsos que obtienen las personas para realizar la adquisición de un bien o servicio. Méndez (2013) afirma: “La oferta es la cantidad de mercancías y servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a los diferentes precios que existen en el mercado en un momento determinado” (p. 203).

Con la definición anterior se puede interpretar que la oferta son todos aquellos productos, bienes y servicios que un oferente pone en venta dentro de un mercado para satisfacer las necesidades de los demandantes y además satisfacer sus propias necesidades ya que por medio de esta negociación puede obtener dinero que puede utilizar en la compra de otro bien y en el desarrollo de un negocio.

Uno de los principales factores determinantes de la oferta es el costo de producción, para el cual es necesario estudiar las nuevas tecnologías y materiales con el objetivo de poseer precios de oferta competitivos. Otros determinantes son la tecnología y las condiciones climatológicas, estas últimas afectan principalmente a todos los productos agropecuarios y en caso de un fenómeno natural, puede perjudicar tanto la oferta como el precio de un producto. Asimismo, el tiempo de expectativa, los precios de los bienes relacionados donde influyen los productos sustitutos y los complementarios, y la capacidad adquisitiva de los consumidores.

### **2.2.5.4 Precio del mercado**

En el establecimiento o desarrollo de un nuevo negocio, se debe efectuar el estudio tanto de la oferta como de la demanda, pero también es necesario considerar el

precio ya que este es el medio por el cual se referencia el cambio de los bienes o servicios, además que el precio permite realizar competencia en un mercado.

Se debe aclarar que en el actual proyecto no se hace una diferenciación por precios del mercado, sino por un servicio de atención al cliente con mayor calidad, para enfrentar la competencia.

Monferrer (2013) dice: "(...) el precio es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o por un servicio, o la suma de todos los valores que los consumidores intercambian por el beneficio de poseer o utilizar productos" (p. 117).

El precio en el mercado tiene un rol significativo al posibilitar el intercambio de bienes y servicios, regular el consumo de bienes, transformar los valores de un bien en cantidad o unidades monetarias, mantener un equilibrio dentro del mercado de bienes y servicios y establecer estrategias de mercadeo basadas en precios.

El precio es un gran influyente en la adquisición del producto por lo que dentro de los mercados este es utilizado para realizar diversos tipos de estrategias, entre ellas estrategias diferenciales en las cuales se vende un mismo producto a diferentes precios para explotar la heterogeneidad de los consumidores.

Se utilizan precios bajos en el inicio del producto; estrategias para líneas de producto donde no se considera el beneficio del producto, sino que se toma en cuenta el beneficio global de la línea y la estrategia de precios psicológicos en la que los consumidores perciben o relacionan el precio con un producto.

En la creación de una nueva empresa, es fundamental estudiar y conocer tanto las características como la estrategia porque estas ayudan a posicionar a la nueva compañía y que la misma pueda ejercer una competencia sana.

### **2.2.5.5 El cliente**

El cliente es la persona involucrada en un proceso de compra o adquisición de un bien o servicio, por medio del pago de este, además es quien presenta una necesidad, la cual la empresa o los vendedores pueden satisfacer.

Existen teorías que indican que el cliente es la persona más importante dentro de un mercado y, por ende, se deben satisfacer de manera positiva sus necesidades pues un cliente con una necesidad frustrada deja de efectuar compras de un bien y puede transmitir un mensaje negativo sobre una marca o compañía. Kotler y Lane (2012) señalan:

El único valor que su empresa es capaz de generar, es aquel que se deriva de los clientes (...) tanto de los que tiene ahora como de los que tendrá en el futuro. El éxito comercial depende de captar, mantener y aumentar el número de clientes de la empresa. Éstos constituyen la única razón para construir una fábrica, contratar empleados, programar juntas, instalar redes de fibra óptica e involucrarse en cualquier actividad empresarial. Sin clientes no hay negocio (p.147).

Por lo tanto, se debe llevar a cabo un análisis, estudio y creación de estrategias enfocadas en el cliente para el éxito del negocio por lo que muchas empresas consideran obsoleto un enfoque tradicional y prefieren colocar la pirámide invertida, ubicando de primero a los clientes.

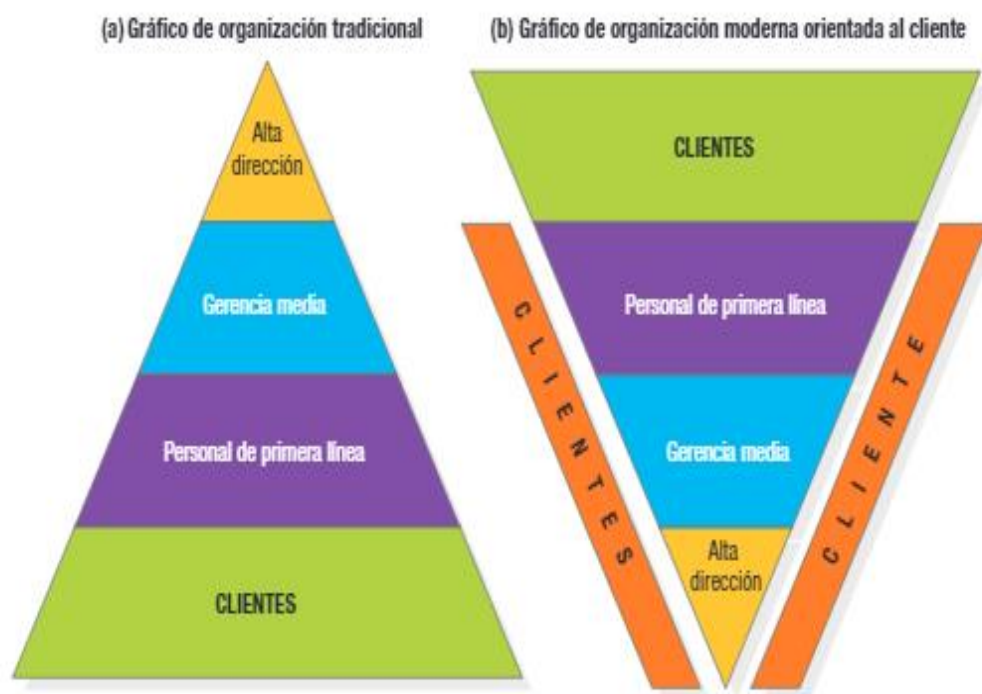


Figura 4  
Pirámide de organización tradicional vs organización moderna  
Fuente: Kotler y Keller (2012)

### 2.2.5.6 La comunicación

La comunicación es un factor determinante en el éxito de la compañía. Una buena comunicación es sinónimo de eficiencia, organización y coordinación; mientras que una mala comunicación puede ser motivo de ineficacia, desorden y conflictos internos. La comunicación en una empresa debe basarse en un lenguaje claro y comprensible para el receptor, además esta comunicación debe ser oportuna y precisa para captar al receptor y lograr un impacto positivo sobre los mismos.

En relación con el proceso de comunicación, se pueden crear estrategias tratando de influenciar en la compra de un producto o un servicio a un consumidor, por ende, no solo es relevante transmitirlo, sino también es de trascendencia la forma

y el medio con la cual se trasmite dicho mensaje, buscando siempre crear el mayor impacto en el receptor.

Actualmente existen varios instrumentos de comunicación que puede utilizar una empresa, entre ellos la publicidad, la promoción de ventas, relaciones públicas, venta personal y *marketing* directo (Monferrer, 2013).

Respecto a los instrumentos de comunicación, es recomendable hacer una combinación de estos para obtener un mayor impacto en el consumidor final o alcanzar a los distintos tipos de consumidores.

## **2.3 HIPÓTESIS**

Para crear un abastecedor en Cubujuquí de Heredia, satisfactorio a la necesidad del cliente y que provoque la preferencia del consumidor, es necesario realizar un estudio o un análisis que permita evaluar su factibilidad; conociendo, entre otras, las características de los consumidores tales como gustos y preferencias, ventajas competitivas, periodicidad de compra, cantidad de oferta y demanda requerida. Lo anterior puede resumirse como:

**A más calidad de servicio al cliente, mejor imagen y mayor rentabilidad del abastecedor.**



**CAPÍTULO III**  
**MARCO METODOLÓGICO**

### **3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN**

La selección del tipo de investigación determina los pasos por seguir del estudio, sus técnicas y métodos. También influye en los instrumentos, así como en la forma de estudiar y analizar los datos recaudados.

Se pueden encontrar dos tipos de investigaciones relacionadas al propósito u objeto de estudio, la investigación teórica en la cual se tiene como objetivo principal la obtención de conocimiento de diferente índole sin considerar la aplicabilidad de los conocimientos obtenidos o la investigación aplicada, la cual se centra en encontrar mecanismos o estrategias que permitan lograr un objetivo concreto. Este tipo de investigación no trata de explicar una amplia variedad de situaciones, sino que más bien se intenta abordar un problema específico (Castillero, 2018).

#### **3.1.1 Finalidad**

La finalidad de la investigación es aplicada porque en esta “Su finalidad es la solución de problemas prácticos para transformar las condiciones de hecho que nos preocupa. El propósito fundamental no es aportar al conocimiento teórico” (Barrantes, 2016, p. 86).

Para llevar a cabo el objeto de estudio, se considera el uso de leyes, procedimientos y normas para cumplir con todos los procesos requeridos durante la creación de un nuevo negocio.

Por medio de la investigación, se pretende revisar, recolectar datos y validar el cumplimiento legal solicitado por todas las instituciones gubernamentales en la República de Costa Rica para el establecimiento de una nueva empresa. Se debe

considerar establecer y ejecutar tanto las estimaciones como las proyecciones que permitan evaluar y definir la rentabilidad en la creación de un abastecedor en el barrio de Cubujuquí de Heredia, logrando con ello generar una solución al problema planteado dentro del objeto de estudio.

### **3.1.2 Dimensión temporal**

En un proceso de investigación existen dos tipos de dimensiones temporales: la transversal en la cual los datos de cada sujeto son representados en un momento en el tiempo y en la que no se pueden establecer relaciones causales porque el factor y enfermedad se recogen simultáneamente; y la dimensión longitudinal en la cual las variables se recogen en tiempos diferentes y pueden ser descriptivas o analíticas (Hernández y García, s.f.).

La dimensión temporal de la presente investigación es transversal. Barrantes (2016) la define como: “Estudia aspectos de desarrollo de los sujetos en un momento dado” (p. 86).

La investigación es transversal debido a que se estudia y mide la rentabilidad que se pueda generar por medio de los clientes potenciales en el establecimiento de un abastecedor de abarrotes en el barrio de Cubujuquí de Heredia en el año 2018.

### **3.1.3 Marco**

El marco de la investigación es micro porque comprende el estudio y el análisis sobre población de Cubujuquí de Heredia.

### 3.1.4 Naturaleza

Este trabajo posee una naturaleza cuantitativa ya que se requiere la recolección de datos que permitan analizar, determinar y probar los diferentes resultados obtenidos para cada decisión tomada o proyectada. Hernández, Fernández y Baptista (2014) mencionan que: “El enfoque cuantitativo utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías” (p. 4).

Una investigación requiere el uso de herramientas informáticas, estadísticas y matemáticas para obtener los resultados y con ello cuantificar el problema; además Hernández et al. (2014) comentan:

(...) el enfoque cuantitativo presenta las siguientes características: refleja la necesidad de medir y estimar problemas de investigación, una vez planteado el problema de estudio, el investigador considera lo que se ha investigado anteriormente y construye un marco teórico del cual deriva una o varias hipótesis y las somete a prueba, si los resultados corroboran las hipótesis se aporta evidencia a su favor, la recolección de los datos se fundamenta en la medición y esta recolección se lleva a cabo al utilizar procedimientos estandarizados y aceptados por una comunidad científica otra característica es que debido a que los datos son producto de mediciones se representan mediante números y se deben analizar con métodos estadísticos (p. 5).

### **3.1.5 Carácter**

El estudio posee un planteamiento de investigación tipo descriptiva pues por medio de esta se busca recolectar información relevante y necesaria para poder desarrollar y cumplir los objetivos del estudio planteados. Hernández et al. (2014) explican:

Con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas (p. 92).

El fin de esta investigación es describir la información referente al negocio estudiado y buscar propiedades y características significativas, de esta manera se efectúan proyecciones basadas en los datos obtenidos logrando determinar con ello los caminos por seguir y conociendo la factibilidad o rentabilidad del objeto de estudio.

## **3.2 SUJETOS Y FUENTES DE INFORMACIÓN**

Los sujetos de una investigación se pueden definir como todas las personas utilizadas en la recopilación de datos. Los sujetos tomados en cuenta para la investigación son 269 personas encuestadas en el barrio de Cubujuquí de Heredia.

Las fuentes de información son todos los recursos que contienen datos formales, informales, escritos y orales. También se pueden definir como los medios

por los cuales en una investigación se recopilan los datos para fundamentar las conclusiones obtenidas.

En el presente estudio se utilizan dos tipos de fuentes para efectuar la investigación: fuentes primarias y fuentes secundarias.

### **3.2.1 Primera mano**

Las fuentes de información primarias son aquellas que posibilitan obtener información de forma directa. Hernández et al. (2014) indican: “Las referencias o fuentes primarias proporcionan datos de primera mano, pues se trata de documentos que incluyen los resultados de los estudios correspondientes” (p. 61).

De acuerdo con lo mencionado por Hernández et al. (2014), para esta investigación se pueden destacar como fuentes primarias las siguientes:

- Información obtenida de un abastecedor hermano existente en el barrio de Cubujuquí de Heredia, el cual brinda información de gran trascendencia para el desarrollo del objeto de estudio.
- Los ciudadanos del barrio de Cubujuquí de Heredia ya que algunos pueden ser clientes potenciales para el proyecto en desarrollo.
- La Municipalidad de Heredia en la determinación de costos y trámites en la apertura de negocios.
- Instituciones financieras como bancas nacionales y privadas en la determinación de tasas de intereses.

- Comerciantes del barrio de Cubujuquí quienes pueden conocer información fundamental acerca del desarrollo de negocios en este sector del país.

### **3.2.2 Segunda mano**

Las fuentes de segunda mano son todas aquellas que ya procesan información de una fuente primaria. El proceso de esta información se puede dar por una interpretación, un análisis o extracción y una reorganización de la información de la fuente primaria.

Dentro de las fuentes secundarias se pueden mencionar fuentes de datos de información, tales como:

- Cámara de Industria y Comercio.
- Información del Instituto Nacional de Estadística y Censos.
- Información de la página web de la Municipalidad de Heredia.
- Páginas web.
- Libros.
- Tesis.

## **3.3 SELECCIÓN DEL MUESTREO**

El muestreo es aquel proceso en el cual se toma un subgrupo de la población en estudio para obtener conclusiones según las investigaciones realizadas. De acuerdo con Marradi, Archenti e Ignacio (2012): “Una muestra es cualquier subconjunto, amplísimo o limitadísimo, de miembros de una población que se investiga con el fin

de extender a toda la población las conclusiones resultantes del análisis de las informaciones relativas al subconjunto” (p. 69).

Según el INEC (2014), el distrito de Mercedes, en donde se ubica el barrio de Cubujuquí, posee una población de 29 059 habitantes y un área de 4,17 km<sup>2</sup> con una densidad de población de 6 968 habitantes por kilómetro cuadrado.

### **3.3.1 Probabilística**

Para esta investigación se cuenta con una muestra probabilística ya que cada individuo de la población tiene igual oportunidad de ser seleccionado, logrando que la misma sea aleatoria y sin sesgo. En el estudio se selecciona una muestra al azar de 269 personas pertenecientes a la población del barrio de Cubujuquí de Heredia, quienes sirven de referencia en la validación del objeto de estudio.

## **3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA RECOLECTAR**

### **INFORMACIÓN**

Este apartado se relaciona con los instrumentos que el investigador selecciona para recolectar la información del objeto de estudio. Las técnicas o instrumentos de estudio son todos aquellos mecanismos y medios que permiten recolectar datos para luego efectuar interpretaciones o análisis de los mismos.

#### **3.4.1 Cuantitativas**

Las técnicas o instrumentos utilizados en esta investigación son los siguientes:

- Entrevista:

La entrevista es un método que posibilita la recolección de datos en función de la hipótesis. Este método se emplea en este caso con un carácter más privado, logrando conocer aspectos relevantes para la investigación.

En el presente estudio la entrevista ayuda al conteo y establecimiento de los patrones de la población o los posibles consumidores.

- Observación:

La observación es un instrumento por medio del cual el investigador puede obtener un mayor número de datos, consiguiendo con ello el conocimiento de algún aspecto del objeto de estudio.

Para la presente investigación se realiza una observación del espacio físico donde se desea establecer el negocio. También esta técnica permite determinar el fluido de la posible demanda que va a poseer el establecimiento.

La observación facilita evaluar el mercado de estudio, como por ejemplo, en cuanto a las preferencias y el tipo de consumo del mercado meta. Asimismo, ayuda a determinar la frecuencia de consumo o compra de las personas en el barrio de Cubujuquí de Heredia, con lo cual se cuantifica la demanda; dimensionar el negocio y definir los horarios y días de atención.

- Encuestas:

Una encuesta es un procedimiento en el diseño de una investigación descriptiva con la cual el investigador recopila datos mediante un cuestionario previamente diseñado,

sin modificar el entorno ni el fenómeno donde se recoge la información, ya sea para entregarlos en forma de tríptico, gráfico o tabla.

Así, se realiza una encuesta a las personas del barrio de Cubujuquí de Heredia obteniendo información relevante acerca de las características de consumo, gustos o preferencias que poseen los clientes potenciales del servicio.

Esta técnica ayuda a recolectar datos referentes a la demanda y el tipo de estrategia de precios que se plantea a futuro respecto al proyecto en estudio, con ello se cuantifican los resultados en la determinación de la factibilidad del objeto en estudio o conocimiento del mejor camino en búsqueda del éxito.

### 3.5 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

<b>Variable</b>	<b>Definición conceptual</b>	<b>Definición operacional</b>	<b>Definición instrumental</b>
Viabilidad	Estudio que permite conocer si un proyecto realmente aporta los beneficios esperados.	Se determina realizando un estudio del mercado, estrategia de la empresa, también por medio de un plan económico financiero.	La viabilidad del proyecto se establece porque la inversión proyectada o estudio genere rentabilidad.
Factibilidad	Instrumento que sirve para orientar la toma de decisiones en la evaluación de un proyecto. Última fase de la etapa preoperativa o formulación dentro del ciclo del proyecto.	Se puede determinar mediante la fórmula costo más beneficio, lo cual representa el ingreso. Es factible si el resultado es positivo.	La factibilidad del proyecto se establece por medio de la investigación y estimación de fuentes de financiamiento, estudio de mercado local y estimación de la rentabilidad de la operación.
Demanda potencial	Es la cantidad de bienes y servicios que la población pretende conseguir para satisfacer sus necesidades o deseos.	Cantidad de compras realizadas o cantidad de ventas hechas en el negocio propuesto según el estudio.	La demanda potencial se determina por medio de las entrevistas y encuestas que ayudan a identificar la cantidad estimada de clientes, con ello se puede conocer la demanda de estos.
Mercado local	Es el mercado localizado en un ámbito geográfico muy restringido.	Se conoce por una estimación o la cantidad de negocios detectados	El mercado local es determinado por medio de las entrevistas y encuestas, las cuales

		dentro de la investigación realizada.	validan la información del mercado local.
Rentabilidad	Son beneficios económicos obtenidos al efectuar una inversión, rendimiento que se obtiene como consecuencia de realizar inversiones.	La rentabilidad se obtiene al dividir el beneficio neto entre los fondos propios y el resultado se multiplica por 100.	La rentabilidad se puede determinar por medio de las entrevistas, encuestas y estimaciones que ayudan a identificar la demanda de los productos ofrecidos y, con ello, conocer la rentabilidad que representa cada producto.
Rotación de inventarios	Indicador que permite saber el número de veces en que el inventario es realizado en un periodo determinado.	Se establece al dividir el coste de mercaderías vendidas entre el promedio de inventarios y es representado en cantidad de veces (cantidad de veces en la rotación de inventario por año).	La rotación de inventarios se puede determinar conociendo por medio de las encuestas la cantidad de compradores potenciales sobre el objeto de estudio.
Consumidor	Individuo que se beneficia de los servicios prestados por una compañía o adquiere los productos de esta a través de intercambio del proceso de compra y venta.	Se determina por una estimación o la cantidad de personas detectadas como consumidores en las encuestas realizadas.	Los consumidores se establecen por medio de las entrevistas y encuestas que ayudan a identificar los posibles clientes o consumidores del objeto en estudio.

### 3.6 DETALLES ESTADÍSTICOS DEL CONTEXTO O SITIO DONDE SE LLEVA A CABO EL ESTUDIO

#### 3.6.1 Población

La población es un conjunto de individuos que poseen características comunes y observables en un lugar y momento específicos. Hernández et al. (2014) explican:

“Población o universo. Conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones” (p. 174).

En el presente trabajo la población es el conjunto de personas que viven en el barrio de Cubujuquí de Heredia para el año 2018.

El distrito de Mercedes posee una cantidad estimada de 141 nacimientos anuales y una población total de 29 059 habitantes, conformados por 14 197 mujeres y 14 862 hombres, siendo con ello mayor la población masculina. Como dato adicional, la mayor parte de la población se ubica en un rango de edad que va de los 30 a 34 años, según una estimación efectuada por el INEC (2014).

Esta información permite conocer mejor al cliente y su enfoque, así como simplifica la selección de los productos por ofrecer a los clientes.

Costa Rica: Población total proyectada al 30 de junio por grupos de edades, según provincia, cantón, distrito y sexo al año 2018																	
Provincia, cantón, distrito y sexo	Total	Grupos de edades															
		0 - 4	5 - 9	10 - 14	15 - 19	20 - 24	25 - 29	30 - 34	35 - 39	40 - 44	45 - 49	50 - 54	55 - 59	60 - 64	65 - 69	70 - 74	75 y más
<b>Mujeres</b>																	
Mercedes	14 862	887	947	891	917	929	1 110	1 426	1 306	1 106	995	1 019	961	786	581	393	608
<b>Hombres</b>																	
Mercedes	14 197	862	877	924	997	1 006	1 168	1 491	1 331	1 090	944	905	821	647	450	294	390
<b>Total</b>	<b>29 059</b>	<b>1 749</b>	<b>1 824</b>	<b>1 815</b>	<b>1 914</b>	<b>1 935</b>	<b>2 278</b>	<b>2 917</b>	<b>2 637</b>	<b>2 196</b>	<b>1 939</b>	<b>1 924</b>	<b>1 782</b>	<b>1 433</b>	<b>1 031</b>	<b>687</b>	<b>998</b>

*Figura 5*  
Cuadro de población por distrito y sexo  
Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo (2016)

### **3.6.2 Unidad de estudio**

La unidad de estudio corresponde a una entidad representativa que va a ser el objeto de estudio específico en una medición.

La unidad de estudio para la presente investigación son las personas que habitan en el barrio de Cubujuquí de Heredia durante el año 2018.

### **3.6.3 Muestra**

La muestra dentro de un estudio es un grupo de individuos de la población, quienes van a ser estudiados. Hernández et al. (2014) describen la muestra como: “Subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que definirse y delimitarse de antemano con precisión, además de que debe ser representativo de la población” (p. 173).

En una muestra no probabilística se seleccionan los elementos o individuos sin conocer sus probabilidades de ser elegidos por lo cual no es posible aplicar la teoría de inferencia que se desarrolla para el muestreo probabilístico. En esta última se seleccionan los elementos con base en probabilidades conocidas, las cuales permiten hacer inferencia acerca de la población de interés (Levine, Krehbiel y Berenson, 2014).

En el estudio se emplea una muestra probabilística debido a que toda la población tiene las mismas oportunidades de ser seleccionada dentro de la muestra, además se posee el beneficio de contar con un negocio hermano, el cual puede apoyar siendo un punto de reunión y contacto para los posibles y futuros consumidores del proyecto en investigación.

El distrito de Mercedes cuenta con una población de 29 059 habitantes por lo cual se aplica la fórmula para determinar el tamaño de la muestra con una constante de 1.65, equivalente a un nivel de confianza de 90 %, una proporción de individuos que poseen en la población la característica de estudio de 0.5, una proporción de individuos que no poseen en la población la característica de estudio de 0.5 y un error muestral de 0.05, obteniéndose un resultado de 269 personas.

$$n = \frac{K^2 p q N}{E^2 (N-1) + K^2 p q}$$

*Figura 6*  
Fórmula para el cálculo del tamaño de la muestra  
Fuente: Estudios Mercado (2015)

### 3.6.4 Punto de equilibrio

Parkin (2014) señala en cuanto al punto de equilibrio:

El equilibrio de mercado ocurre cuando el precio logra conciliar los planes de compra y de venta. El precio de equilibrio es aquel en el cual la cantidad demandada iguala la cantidad ofrecida. La cantidad de equilibrio es el monto comprado y vendido al precio de equilibrio (p. 100).

La determinación del punto de equilibrio es básico en la implementación o estudio de un nuevo negocio ya que este indicador permite establecer el nivel de ventas necesario para cubrir los costes totales o determinar el nivel de ingresos necesario para cubrir los costes fijos y los costes variables.

### **3.6.5 Análisis de sensibilidad**

Un análisis de sensibilidad tiene la finalidad de mostrar los efectos de una variación o cambio en el valor de una o más variables de costo o ingreso, los cuales inciden en el proyecto.

Se puede decir que este análisis consiste en mejorar la calidad de la información para que el inversor posea una herramienta adicional con el fin de establecer si invierte o no en el proyecto.

En todo estudio hay que tener en cuenta los cambios del entorno y de las variables estimadas, ya que todos estos datos son imposibles de predecir con exactitud.

La decisión de invertir o no en el proyecto no debe basarse solo en el cálculo del VAN, sino en la comprensión del origen de la rentabilidad del proyecto y del posible cambio en las variables estimadas.

## **CAPÍTULO IV**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS**

A continuación, se comentan los resultados de la investigación, empezando con lo que se refiere a la constitución de una empresa en este país:

#### **4.1 CONSTITUCIÓN DE UNA EMPRESA EN COSTA RICA**

Según la información del Banco Mundial (s.f.), para el año 2017 en Costa Rica se tardan aproximadamente 22,50 días en la realización de trámites para la constitución de una empresa y el país se ubica en la posición número 89 en una lista de 220 países.

Al respecto, Costa Rica presenta una gran mejoraría ya que para el año 2013 la cantidad de días es 90, lo cual es bastante crítico y es un aspecto que desmotiva a los inversionistas tanto locales como del exterior, afectando con ello el crecimiento económico del país.

Para desarrollar una nueva actividad económica en Costa Rica, se puede actuar como una persona física o jurídica, en el caso que decida iniciar una empresa como persona jurídica y no tenga una a disposición se debe podrá recurrir a un notario para solicitar la inscripción de una nueva sociedad mercantil ante el Registro Nacional, posteriormente a ello se debe realizar la gestión sobre la municipalidad correspondiente al sector donde se desea implementar la empresa para solicitar la patente comercial (Decreto n.º 37593, citado por CrearEmpresa, s.f.).

Existen trámites que pueden ser realizados digitalmente por medio de la página del Gobierno, llamada CrearEmpresa, la cual facilita la tramitología de varios procesos, entre ellos se encuentran los siguientes:

- Inscripción de sociedades mercantiles en el Registro Nacional.

- Legalización electrónica de libros sociales en el Registro Nacional.
- Certificación de personería jurídica del Registro Nacional.
- Certificación de propiedad de bienes inmuebles.
- Certificación de planos catastrados digitalizados.
- Certificado de uso de suelo.
- Obtención del permiso sanitario de funcionamiento por parte del Ministerio de Salud.
- Obtención de la Viabilidad Ambiental por parte de la Secretaría Técnica Nacional Ambiental (SETENA) para empresas de bajo impacto ambiental.
- Verificación de la póliza de riesgos de trabajo del Instituto Nacional de Seguros (INS).
- Patente comercial.
- Inscripción como patrono en la Caja Costarricense de Seguro Social.
- Inscripción como contribuyente en la Dirección General de Tributación.
- Obtención de la Viabilidad Ambiental por parte de la Secretaría Técnica Nacional Ambiental (Setena) para empresas de bajo impacto ambiental.

La página CrearEmpresa (s.f.) indica que las instituciones involucradas en el proceso de inscripción de una nueva sociedad mercantil son:

- Registro Nacional: Se encarga de la inscripción de nuevas sociedades mercantiles y de otorgar el número de autorización de libros sociales.
- Dirección Nacional de Notariado: Valida si se encuentra activo el notario.
- Imprenta Nacional: Se encarga de publicar el edicto en *La Gaceta*, en los casos que aplica, para la inscripción de la nueva sociedad mercantil.

- Tribunal Supremo de Elecciones: Verifica si es válida y vigente una cédula de identidad.
- Los notarios: Son los encargados de realizar el trámite de la solicitud de inscripción de nuevas sociedades mercantiles.

Adicional a lo anterior, la página CrearEmpresas (s.f.) dice que para el inicio de una actividad comercial participan las siguientes instituciones:

- Gobiernos locales (municipalidades): Son los encargados de emitir el Uso de Suelo y la Patente Comercial, validando que se encuentre al día en pagos municipales.
- Registro Nacional: Suministra la certificación Copia de Plano de Catastro. Certifica la personería jurídica de la sociedad y la propiedad del inmueble que va a ser utilizado para la nueva actividad comercial, además valida que las personas jurídicas estén al día con el pago al impuesto a las sociedades.
- Ministerio de Salud: Examina y emite el permiso sanitario de funcionamiento.
- Secretaría Técnica Nacional Ambiental (SETENA): Analiza y aprueba las evaluaciones de viabilidad ambiental.
- Caja Costarricense de Seguro Social (CCSS): Realiza el trámite para la inscripción como patrono y valida la morosidad.
- Dirección General de Tributación: Efectúa la inscripción como contribuyente.
- Instituto Nacional de Seguros: Emite la póliza de riesgos del trabajo.

#### **4.1.1 Creación de la sociedad**

Para crear una nueva sociedad en Costa Rica, se requiere contar con los servicios de un notario y hacer el pago de los impuestos de inscripción, la legalización de libros, los timbres requeridos del proceso y los honorarios profesionales. En cuanto al registro de la creación de una sociedad, se deben cumplir los siguientes pasos:

- Verificación de la disponibilidad del nombre: se debe validar que el nombre de la compañía que se desea inscribir esté disponible, es decir que el mismo no esté ya registrado por otra empresa. El Registro Nacional cuenta con una página que permite la validación gratuita sobre la disponibilidad del nombre.
- Certificar la documentación: se debe recurrir a los servicios de un notario para autenticar las escrituras públicas para el registro de la empresa. El notario puede hacer este trámite por medio de la página de internet CrearEmpresas.
- Abrir la cuenta bancaria: para la apertura se debe depositar un 25 % del capital que consta en el contrato social de la empresa en un banco nacional, este valor depositado se puede retirar después de que la empresa se encuentra debidamente creada.
- Registrar un contrato social: el contrato social se debe registrar en la Sección Comercial del Registro Público. Los documentos para este proceso pueden ser enviados vía electrónica a la página web de CrearEmpresas.
- Registro en el Ministerio de Economía: se debe realizar el registro de la sociedad en el Ministerio de Economía a través del portal del Ministerio de Hacienda.

- Registrar la empresa en la Caja Costarricense de Seguro Social: después de presentar los documentos necesarios, la CCSS emite un formulario de registro que habilita la empresa para comenzar a funcionar. 15 días después del inicio de los trabajos, la empresa recibe la visita de un empleado del órgano que fiscaliza la veracidad de la información presentada.

#### **4.1.2 Registro de marca**

Lang & Asociados [LA] (2017) indica respecto al registro de marca:

En Costa Rica, los derechos sobre la propiedad industrial e intelectual se encuentran garantizados por la Constitución Política, la cual, en su artículo 47 indica que ‘Todo autor, inventor, productor o comerciante gozará temporalmente de la propiedad exclusiva de su obra, invención, marca o nombre comercial, con arreglo a la ley’. Las marcas, los nombres comerciales, y las señales de propaganda constituyen signos distintivos los cuales se encuentran regulados por la Ley de Marcas y otros Signos Distintivos, No.7978 de 6 de enero de 2000, y su Reglamento.

Según Lang & Asociados (2017), para el registro de la marca de una compañía, se debe considerar el registro de la marca, el cual es cualquier signo o combinación de signos que permitan distinguir los bienes o servicios de una empresa con otra de su misma especie o clase.

Las marcas pueden ser constituidas por palabras o combinaciones de ellas, letras, números, elementos figurativos, cifras, monogramas, etiquetas, escudos, así como la presentación de productos o servicios.

La titularidad de una marca se adquiere por un plazo de 10 años, los cuales son renovables por plazos iguales a solicitud del titular de la marca. También se debe considerar el registro del nombre comercial, el cual es un signo distintivo creado para la identificación exclusiva de la empresa. A diferencia de la marca, el nombre comercial no protege los servicios o productos que una empresa o establecimiento venda o provea.

Cualquier individuo o compañía que inscriba marcas o nombres comerciales debe presentar una solicitud ante el Ministerio de Justicia, en una de sus dependencias denominada el Registro de Propiedad Industrial.

Para realizar la inscripción, se requiere un poder especial firmado por el solicitante o representante legal de la compañía, el cual es utilizado para los procesos de inscripción y oposición de todas las marcas, nombres comerciales; o bien, el mismo puede ser restringido solo al proceso de inscripción de una marca o nombre comercial de una propaganda específica. Para dicho proceso es necesario lo siguiente:

- Descripción de los productos o servicios por proteger, clasificación internacional en la que se desea registrar la marca.
- Copia en formato digital susceptible de ser modificado u ocho copias impresas del diseño del logo en todo color.

Una vez presentada la solicitud ante el Registro de Propiedad Industrial, esta es estudiada y posterior a ello se emite un reporte denominado Informe de Novedad en el cual se indican las similitudes con marcas ya existentes, así como la validación si la marca cumple o no con los requisitos de la legislación nacional vigente.

## **4.2 ESTUDIO DE MERCADO**

### **4.2.1 Objetivo general**

El objetivo general es determinar la rentabilidad para la creación de un abastecedor de abarrotes en el barrio de Cubujuquí de Heredia. Como parte del objetivo, también se identifican los requisitos legales para el establecimiento del abastecedor y los costes relacionados al mismo proyecto para operar durante el año 2018.

Se realizan encuestas a los clientes que visitan un negocio hermano, clientes de la competencia y habitantes del barrio en Cubujuquí de Heredia, para generar un panorama que ayude a determinar la viabilidad sobre el establecimiento de un nuevo abastecedor, además de conocer el mercado meta y el perfil de los consumidores.

### **4.2.2. Análisis e interpretación de los datos obtenidos**

El estudio de mercado considera todo aquello que se relacione con la operación y el funcionamiento del objeto en estudio. El objetivo se enfoca en analizar y determinar la rentabilidad y factibilidad para la creación de un abastecedor de abarrotes en el barrio de Cubujuquí de Heredia.

La zona evaluada es el barrio de Cubujuquí. Las encuestas se aplican a los residentes de ese lugar, así como a clientes de un negocio hermano ya existente en dicha ubicación geográfica. Para la elaboración de la encuesta, se utiliza un análisis estadístico con el propósito de seleccionar la muestra de la población, y el estudio de los resultados para tener un acercamiento o proyección de la posible demanda que puede presentar el abastecedor.

Al aplicar la encuesta, se identifican los clientes potenciales del abastecedor en estudio y se recopila información para llevar a cabo los estudios de mercado y financiero, con el fin de analizar las variables que posibilitan fundamentar la realización de este proyecto.

Por medio de la encuesta se determina la necesidad de establecer un nuevo abastecedor que evite el desplazamiento de los consumidores a diferentes sectores del distrito de Mercedes de Heredia para la compra de abarrotes o la satisfacción de sus necesidades.

El estudio posibilita identificar que el negocio debe estar en poseer variedad de productos y, como segundo identificador, se debe enfocar en brindar una atención de calidad a los clientes; el servicio por ofrecer debe ser una atención directa a cada consumidor.

Además de lo anterior, el negocio debe contar con distintos métodos de pago ya que el local de mayor cercanía solo permite la compra en efectivo. También se determina una oportunidad para generar una ventaja competitiva y satisfacción al cliente dentro del mercado, esta consiste en el servicio de entrega de productos hasta los hogares de los consumidores.

#### **4.2.3. Estudio de mercado**

Con el siguiente estudio de mercado, se busca determinar la posible factibilidad económica de la creación de un abastecedor de abarrotes en Cubujuquí de Heredia. Asimismo, el tipo de servicio al que debe enfocarse el negocio y el interés de contar con un nuevo local que satisfaga las necesidades de los consumidores.

Un factor importante que el estudio de mercado permite identificar es el mercado al cual el negocio debe enfocarse, además de información relevante sobre los clientes del negocio por establecer. Entre las características que se pueden conocer, están los rangos de edad de los consumidores, gustos y preferencias, ingresos familiares, gastos familiares y las condiciones económicas del sector geográfico donde se desea crear el negocio.

Todas las características anteriores permiten tener un mayor panorama sobre el cliente, logrando con ello enfocar el negocio en pro de dichas características. Así, se diseña el negocio de la mejor manera, se ofrece el tipo de producto más idóneo para el mercado, precios y servicio enfocados específicamente a las características reunidas de los clientes, consiguiendo con ello la mayor atracción de estos, obteniendo una ventaja competitiva.

Con la información recopilada acerca del tipo de población, horarios, ingresos, entre otros, se puede analizar la oferta, demanda, precios y comercialización del proyecto.

Es necesario comentar la existencia de un negocio hermano, el cual es la clave para recolectar la información y efectuar el estudio del presente proyecto, a pesar de ser un negocio que entra a ser un competidor una vez que se establezca el objeto en estudio.

#### **4.2.4. Perfil y concepto del negocio**

El perfil y concepto del negocio ayuda a definir las características del negocio y el enfoque de este, en este caso particularmente para el establecimiento de un nuevo abastecedor de abarrotes.

Es necesario determinar la ubicación geográfica del negocio en estudio, debe contar con facilidad de acceso, seguridad, comodidad, así como cumplir con los permisos sanitarios, municipales y otras leyes.

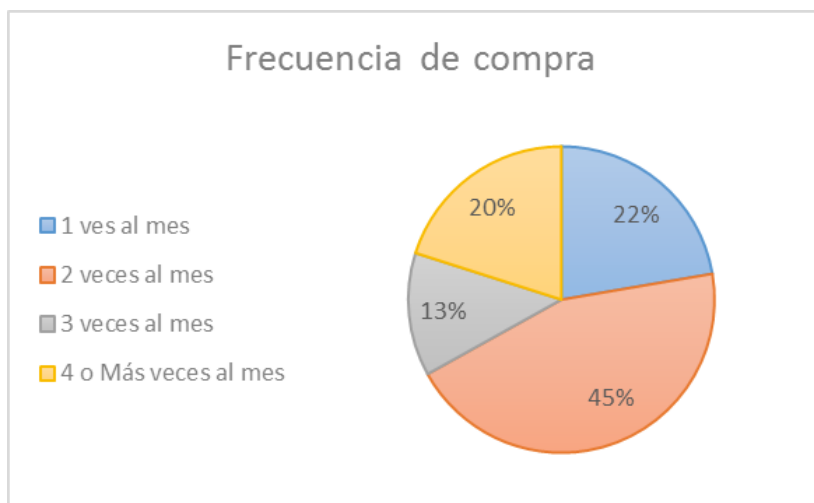
El abastecedor se ubica en un local en el centro de Cubujuquí de Heredia, el cual está cerca de la plaza de futbol, la iglesia, el salón y un pequeño parque.

#### **4.2.5. Perfil del visitante**

El mercado meta en el cual está enfocado este proyecto son los residentes del distrito de Mercedes de la provincia de Heredia. Este pretende satisfacer las necesidades de consumo diario y ser un negocio que evite que los consumidores deban trasladarse a otros lugares para encontrar mayor variedad, disponibilidad y calidad de productos sobre la canasta básica.

Por medio del INEC se determina que la mayor parte de la población en el distrito de Mercedes son hombres y que esta se encuentra en un rango entre los 30 y 34 años. El perfil del visitante es de una estabilidad económica media baja por lo cual los productos deben estar mayormente enfocados a esta característica.

No debe realizarse una diferenciación de mercado por productos de calidad o con marcas más prestigiosas, pues de ser así el mercado destino no puede tener acceso a los mismos, por esto la diferenciación enfocada a un perfil del visitante se hace por la calidad de servicio y variedad de productos accesibles al mercado meta. La encuesta también posibilita saber que la frecuencia de compras de la mayor parte de la población es quincenal.



*Gráfico 1*  
Preferencia de los consumidores  
Fuente: Elaboración propia

#### 4.2.6. Tamaño de la muestra

El distrito de Mercedes cuenta con una población de 29 059 habitantes según los datos del INEC durante el año 2018.

Para fijar el tamaño de la muestra, se emplean herramientas estadísticas con los siguientes valores:

- Tamaño de la población de 29 059 individuos.
- Una constante de 1.65, equivalente a un nivel de confianza de 90 %.
- Proporción de individuos que poseen en la población la característica de estudio de 0.5.
- Proporción de individuos que no poseen en la población la característica de estudio de 0.5.
- Un error muestral del 0.05.

Relacionado a los datos anteriores, se obtiene un tamaño de la muestra de 269 individuos. Dentro del cálculo de la muestra, se utilizan las siguientes variables de la fórmula:

<b>N=</b>	<b>Tamaño de la población</b>
<b>K=</b>	<b>Coficiente de nivel de confianza</b>
<b>p=</b>	<b>Probabilidad a favor</b>
<b>q=</b>	<b>Probabilidad en contra</b>
<b>e=</b>	<b>Error de estimación</b>

*Figura 7*  
Variables utilizadas en la muestra  
Fuente: Elaboración propia

Se realizan encuestas a un total de 269 personas del barrio de Cubujuquí, con la finalidad de obtener los valores o resultados más cercanos a la realidad y contar con un panorama que permita tomar decisiones ante la implementación de un nuevo negocio.

*Tabla 2*  
*Valores utilizados en la fórmula para conocer el tamaño de la muestra*

<b>Formula para determinar la muestra</b>	
<b>N=</b>	29,059
<b>K=</b>	1.65
<b>p=</b>	0.5
<b>q=</b>	0.5
<b>e=</b>	0.05
<b>Muestra</b>	<b>269</b>

Fuente: Elaboración propia

#### **4.2.7. Trabajo de campo**

Se visita el barrio de Cubujuquí dentro del distrito de Mercedes en Heredia para aplicar la encuesta a las personas que se encuentran en el lugar, además de quienes visitan un negocio hermano.

Se usan diversos métodos de recolección de información por medio de un cuestionario:

- Distribución por medio electrónico usando plataformas, WhatsApp y correo electrónico con Google Forms, con el cual se elabora la encuesta remota.
- Presenciales a los clientes de una empresa hermana.
- Puerta a puerta.
- Clientes que usan la competencia.
- Agentes vendedores.

#### **4.2.8. Procesamiento de datos**

Se tabulan los resultados de las encuestas y se busca obtener con ello los datos requeridos para el desarrollo de los datos finales para la valoración del proyecto.

#### **4.2.9. Planteamiento de la encuesta**

##### **4.2.9.1. Aplicación de la encuesta y el análisis**

Para hacer la encuesta, se toma una muestra de 269 personas a las cuales se les efectúan preguntas relacionadas al objeto de estudio que permitan determinar la rentabilidad y factibilidad del abastecedor.

Se consultan características vinculadas al tipo de servicio, periodicidad de compra en abarrotes, variedad de productos y precios en la competencia, además de las preferencias durante el proceso de compra; todas ellas con la finalidad de evaluar la intención y el perfil de los clientes potenciales.

Por medio de lo anterior, se espera poder obtener datos del mercado meta, tales como:

- Edad.
- Sexo.
- Periodicidad de consumo.
- Productos que prefiere el consumidor.
- Variedad de productos.
- Variedad en precios.

#### **4.2.9.2. Descripción de la encuesta**

La encuesta se formula con 19 preguntas dirigidas específicamente a la población en estudio:

- Tipo de servicios de preferencias.
- Frecuencia de la demanda.
- Preferencias durante el proceso de compra.
- Canal de comunicación.

La encuesta tiene como finalidad captar la información para determinar si es factible abrir un abastecedor en Cubujuquí de Heredia.

#### 4.2.9.3. Propósito de la encuesta

La encuesta efectuada ayuda a conocer con mayor certeza las características de los posibles consumidores, entre estas la segmentación, la cual se refiere a las características del cliente o a quién se dirige la oferta, niveles de demanda, preferencias de consumo, entre otras, que permitan enfocar un correcto posicionamiento ante los consumidores; es decir, poder establecer qué le gusta percibir a un cliente, para crear una buena imagen en el negocio.

La encuesta también identifica algunos factores que afectan la demanda, entre estos se pueden citar los siguientes:

- **Dimensión del mercado:** Se refiere a la cantidad de población en un lugar específico. Este factor puede afectar el nivel de consumo en un negocio, o sea, mayor población puede requerir una mayor cantidad de consumo y con ello mayor disponibilidad de recursos de la empresa en estudio o viceversa. Dentro de la encuesta, se llevan a cabo consultas para conocer la cantidad de personas que efectúan la compra de los abarrotes y la periodicidad en que lo hacen.
- **La variación de precios:** La variación de precios es un factor que afecta la demanda, como lo menciona la ley de la demanda: “A mayor precio, menos demandantes”. En la encuesta se incluyen consultas para establecer si dentro de la competencia existente hay variabilidad en precios y, con esto, tener un mejor panorama del mercado para crear una correcta estrategia de mercadeo.
- **Preferencias o gustos personales:** Este factor se refiere a la decisión de cada persona y es un aspecto por el cual muchos negocios fallan. Para definir

los gustos o preferencias de los consumidores dentro de las encuestas, se hacen preguntas donde se consulta el tipo de atención preferido y factores que consideran importantes durante la atención del servicio brindado, esto puede crear un enfoque correcto que logra la satisfacción del cliente.

- **Factores externos:** Este tipo de factor son las características como el clima, las temporadas del año, la moda, entre otros. El mismo se evalúa dentro de la entrevista realizada al dueño del negocio hermano o negocios de la competencia, donde se consultan los tipos de promociones relacionados a alguna temporada en específico.

Para tener más claro el nivel de demanda del negocio, se toman en cuenta los datos obtenidos por medio de la encuesta aplicada a los residentes del barrio de Cubujuquí de Heredia.

Tabla 3

*Cantidad de personas que comprarían en el abastecedor por género*

Genero	Si	No	Tal Vez
Femenino	85	8	43
Masculino	84	12	37
<b>Total</b>	<b>169</b>	<b>20</b>	<b>80</b>

Fuente: Elaboración propia

Según la información anterior relacionada a los datos obtenidos con la muestra, 20 personas responden que no van a realizar compras si se crea un nuevo abastecedor en Cubujuquí de Heredia, 80 participantes indican que tal vez y 169

contestan afirmativamente, lo que muestra un excelente panorama para el establecimiento del negocio.

Además, a partir de los resultados de la encuesta, el posible mercado meta estaría conformado por una mayoría de personas entre los rangos de edad de 18 a 25 años y de seguido quienes se encuentran entre un rango de edad entre los 25 a 35 años. Esto define de una mejor manera el perfil del consumidor y, por consiguiente, se pueden llevar a cabo promociones y obtener productos que cumplan con el perfil para cada uno de los clientes potenciales.

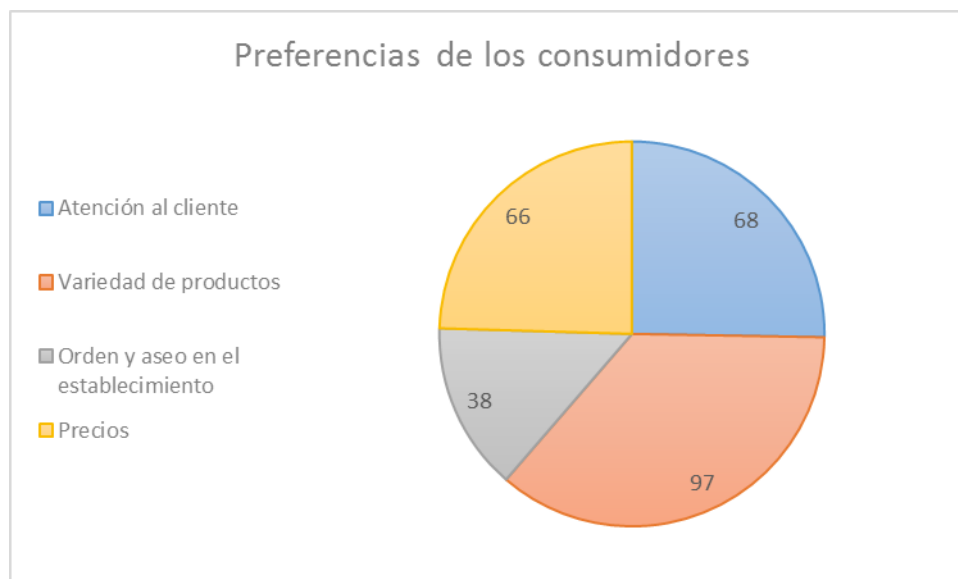
Tabla 4  
*Distribución de los encuestados por edad*

Edad	Cantidad	Porcentaje
Menor o igual a 18 años	9	3%
De 18 a 25 años	131	49%
De 26 a 35 años	96	36%
Mas de 45 años	33	12%
<b>Total</b>	<b>269</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

#### **4.2.9.4. Determinantes de la demanda**

Para el establecimiento del abastecedor de abarrotes, es muy importante considerar aspectos vinculados a los gustos y preferencias de los consumidores para tratar de lograr la satisfacción de los mismos, dentro de ellos se deben considerar la atención al cliente, variedad de productos, orden y aseo en el establecimiento o local, además de los precios del producto.



*Gráfico 2*  
 Preferencia de los consumidores  
 Fuente: Elaboración propia

Relacionado a los datos del gráfico anterior y de acuerdo con la encuesta, el principal aspecto para los consumidores es la variedad de productos; el segundo, la atención al cliente; el tercero, los precios de los productos y, por último, el orden y aseo. Con los resultados anteriores se destacan los aspectos a los cuales se les debe prestar mayor importancia en el establecimiento del negocio.

#### 4.2.9.5. Análisis de la oferta

En un estudio hecho para determinar la factibilidad y rentabilidad en el establecimiento de un abastecedor, se deben conocer los tipos de oferta que se presentan en la ubicación geográfica y tipo de negocio en estudio. Mercado y Palmerin (s.f.) dicen:

**Oferta competitiva:** Es aquella en la que los productores o prestadores de servicios se encuentran en circunstancias de libre competencia, sobre todo debido a que son tal cantidad de productores o prestadores del mismo artículo

o servicio, que la participación en el mercado se determina por la calidad, el precio y el servicio que se ofrecen al consumidor. Ningún productor o prestador del servicio domina el mercado.

**Oferta oligopólica:** Se caracteriza porque el mercado se halla controlado por sólo unos cuantos productores o prestadores del servicio. Ellos determinan la oferta, los precios y normalmente tienen acaparada una gran cantidad de insumos para su actividad.

**Oferta monopolica:** Se encuentra dominada por un sólo productor o prestador del bien o servicio, que impone calidad, precio y cantidad. Un monopolista no es necesariamente productor o prestador único. Si el productor o prestador del servicio domina o posee más del 90 % del mercado siempre determina el precio (p. 80).

Tomando en cuenta los datos anteriores y las condiciones que se presentan en el barrio de Cubujuquí de Heredia para el desarrollo de un abastecedor de abarrotes, se determina que existe un tipo de oferta competitiva ya que en esta área hay varios abastecedores que permiten una competencia libre.

Adicional, se deben identificar los gustos y preferencias de los consumidores para lograr el enfoque correcto sobre la oferta, en donde las preferencias de los consumidores son aquellos productos que se ofrecen y les ayudan a satisfacer sus necesidades de la mejor manera.

Todo este análisis no solo permite ofrecer los productos deseados, sino también crear para cada producto ubicaciones específicas dentro del abastecedor con el propósito de abarcar o atraer al cliente desde el primer momento y, a su vez, motivarlo a realizar la compra de otros productos.

Cabe destacar que en todo estudio para el establecimiento de un negocio de bienes, la oferta siempre debe estar relacionada al 100 % de los gustos y preferencias de los individuos, de lo contrario no se concreta la venta de los productos y surgen desventajas ante la competencia, aumentando las posibilidades del cierre del negocio.

#### **4.2.9.6. Determinantes de la oferta**

Dentro del estudio para la creación de un nuevo negocio, se deben considerar todos los aspectos que pueden afectar la oferta, lo cual es fundamental para realizar una correcta definición sobre la oferta óptima que el negocio debe poseer y, por ende, este tipo de factores debe ser contemplado en la elaboración de la encuesta.

Entre las determinantes de la oferta, se deben abarcar las siguientes características:

- **Número de oferentes:** Es relevante tomar en cuenta el número de oferentes que se encuentra en la ubicación donde se desea desarrollar el objeto de estudio pues cuantas más empresas existan, mayor va a ser la cantidad de oferentes de un producto. Asociado al número de oferentes, se deben considerar ventajas, desventajas o estrategias con las cuales se pueda sacar provecho sobre los competidores.

Para el establecimiento de un nuevo negocio en el barrio de Cubujuquí de Heredia, se detectan al menos cuatro puntos oferentes de abarrotes, por lo cual se debe llevar a cabo un estudio correcto con la finalidad de determinar los productos que estos ofrecen, servicios brindados y precios. En la encuesta, se debe abarcar este aspecto para validar la cantidad de comercios

oferentes de productos y disponibilidad en la oferta del bien buscado o deseado.

- **Tecnología:** La tecnología permite a las empresas disminuir los costos, lo cual tiene un efecto de reducción en los precios de los productos, y con ello se presenta un posible aumento de la oferta.

Para la creación del abastecedor, se deben considerar dispositivos tecnológicos que posibiliten reducir los costos dentro del negocio y, de este modo, tener mayor capacidad para realizar compras de productos y aumentar la oferta; entre estos, dispositivos de seguridad y cámaras para mantener el control de inventarios, además de contar con sistemas de facturación o contabilidad que puedan llevar todos los procesos internos de una mejor manera, evitando retrabajos y aumentos en la cantidad de personas u horas de trabajo para efectuar dichas labores. En la encuesta se debe abarcar la disponibilidad de dispositivos tecnológicos dentro de los comercios en Cubujuquí, para obtener ventajas competitivas y enfocar la atención al cliente con mayor calidad.

Los aspectos señalados pueden ayudar a obtener ventajas en el establecimiento del negocio sobre la competencia directa, con lo cual se brinda a los clientes una mejor atención y disponibilidad de recursos, fundamental en el proceso de compra y satisfacción de las necesidades.

#### **4.2.9.7. Estrategia comercial**

Las estrategias comerciales son uno de los puntos más importantes para incrementar las ventas de una empresa y crear clientes frecuentes dentro de un negocio.

El negocio en estudio se desea establecer en Cubujuquí de Heredia cerca de la plaza de deportes, la iglesia de Cubujuquí, el centro educativo y el salón comunal; por consiguiente, para realizar la publicidad del negocio y dar a conocer la nueva apertura de este, se reparten volantes un mes antes y un mes después de la apertura del negocio dentro del barrio.

Adicional, hoy el internet y las redes sociales son fundamentales por lo cual se va a crear una página de internet que brinde información al cliente. Esta página debe poseer un diseño llamativo que cause impacto a los posibles consumidores, considerando también que este es un medio que requiere de una fuerte inversión y puede ser administrado por el dueño del negocio.

Para el establecimiento de un negocio, asimismo se debe conocer la segmentación del cliente destino, a saber edades y estabilidad económica, lo cual determina el enfoque correcto en torno a la oferta de productos para los clientes. Igualmente conociendo la segmentación de estos, se pueden incluir aspectos en la publicidad como el medio de distribución, o bien, características que poseen los clientes para causar un mayor impacto en los futuros consumidores.

En la elaboración de la encuesta, se deben considerar aspectos para identificar cuál es la mejor estrategia comercial para el cliente destino y la posible segmentación de este.

#### **4.2.9.8. Producto**

El servicio por brindar al momento en que se establezca el negocio se enfoca en proporcionarles a sus residentes la opción de compra de abarrotes en un espacio cómodo, con variedad de productos y marcas, además de un excelente servicio al cliente que permita al consumidor satisfacer sus necesidades.

Para el establecimiento de un nuevo negocio, es importante contar con la cantidad y variedad de productos que el cliente requiere, por ello se debe determinar si hoy el cliente satisface el 100 % de las necesidades dentro de los negocios de la competencia o si estos deben desplazarse a lugares más lejanos para obtener lo que buscan. Esta información se puede obtener en la encuesta que se realiza a los habitantes del barrio de Cubujuquí de Heredia y a los consumidores que visitan el negocio hermano.

#### **4.2.9.9. Plaza**

El lugar o plaza seleccionado para crear el establecimiento de abarrotes en el barrio de Cubujuquí es un sector que posee fácil acceso para cualquier tipo de vehículo por lo cual no hay problema para que todos los productos puedan ser entregados por los diferentes agentes de ventas e inclusive esto puede ser efectuado por un colaborador de la compañía en estudio.

## **4.3 ESTUDIO TÉCNICO**

### **4.3.1 Estudio básico**

El objetivo de efectuar un estudio técnico es suministrar información para cuantificar el monto de la inversión y los costos para el inicio y la continuidad de la operación del proyecto en estudio.

Con la realización de este estudio se determinan datos como el capital requerido para la formalización y tramitología del establecimiento, los bienes necesarios para la compra del inventario, la inversión que se debe hacer en la compra y establecimiento de los medios tecnológicos para brindar un servicio calidad y excelencia al cliente, además de la compra del sistema que permita la simplicidad de la ejecución en los procesos internos del negocio.

Analizando los puntos anteriores, se pueden responder las interrogantes y cuantificar los costos e inversiones necesarias, todo esto con el propósito de utilizar los recursos de forma eficiente.

### **4.3.2 Localización**

Luego de aplicar la encuesta, se determina que los habitantes del barrio de Cubujuquí de Heredia y los clientes del negocio hermano dedicado a la venta de abarrotes, sí consideran la opción de comprar en el establecimiento de un nuevo abastecedor.

Tomando en cuenta este resultado, el negocio se ubica en el barrio de Cubujuquí de Heredia, específicamente 125 metros al este del salón comunal. Cabe señalar que dicho barrio, según el estudio realizado, reúne características positivas

para la creación y desarrollo de un nuevo negocio, entre ellas un buen índice de desarrollo humano, una importante cantidad de población y un crecimiento positivo constante de las mismas. Asimismo, este sector reúne buenas características de seguridad para la población.

#### **4.3.3 Diseño del negocio**

El diseño del negocio se plantea en un local de 80 metros cuadrados. Este negocio funciona con anterioridad como un bazar por lo cual es un lugar óptimo para establecer el abastecedor, además requiere muy poca remodelación debido a que el local está adecuado para la venta de productos al cliente.

El negocio cuenta con servicios sanitarios y rampas para permitir el acceso a personas con capacidades especiales. Igualmente, cuenta con un mostrador para hacer el cobro de los productos y datáfonos para que el cliente pueda cancelar por medio de tarjetas de crédito, aunque también se cobra en efectivo, por lo que se les facilitan las formas de pago a los consumidores.

#### **4.3.4 Encuesta realizada al negocio hermano**

Durante el desarrollo del proyecto, se hace una encuesta a un abastecedor o negocio hermano con el objetivo de lograr un panorama correcto del mercado y aprovechar la experiencia para obtener puntos clave con el propósito de satisfacer las necesidades del cliente del modo más apropiado posible y con el enfoque adecuado.

Al contar con un negocio hermano dentro del mercado en el barrio de Cubujuquí de Heredia, se tiene una gran ventaja sobre las nuevas competencias pues este brinda información importante para el establecimiento del nuevo negocio,

aunado a que también se obtiene el conocimiento de sus clientes, consiguiendo un acercamiento más directo con cada persona y detectando posibles problemas o necesidades existentes que hoy no se satisfacen.

A partir de la encuesta, se logran los siguientes resultados:

- El negocio posee un posicionamiento de 35 años en el mercado, lo cual refleja un conocimiento excelente del mercado y una buena relación con los clientes.
- El negocio brinda atención al cliente de lunes a domingo, lo que les permite a los clientes contar con el servicio de venta de abarrotes todos los días de la semana.
- El negocio no proporciona ninguna facilidad de pago a los clientes, este es un punto de oportunidad por considerar dentro del establecimiento del nuevo negocio ya que en la actualidad el abastecedor hermano solo acepta el pago en efectivo, lo cual provoca en muchas ocasiones que los consumidores cambien sus lugares de compra.
- El negocio cuenta con una buena variedad de productos, entre ellos bebidas, helados, *snacks*, granos básicos, productos de limpieza para el hogar y diferentes tipos de verduras. En el establecimiento del nuevo negocio se deben considerar estos productos para satisfacer las necesidades de los clientes y no dejar una ventaja competitiva para el resto de los competidores directos.
- El negocio no brinda ningún tipo de ofertas al cliente. Este punto dentro del objeto de estudio debe ser tomado en cuenta para proporcionar un beneficio a los distintos consumidores. Este tipo de beneficio puede crear clientes fieles,

logrando con ello la consolidación de la nueva empresa. Adicional a lo anterior, implementar este tipo de estrategia también puede permitir que los clientes recomienden a otras personas efectuar las compras en el abastecedor debido a los beneficios que este ofrece.

- El establecimiento recibe aproximadamente unos 300 clientes semanales, este factor demuestra que existe una buena demanda dentro del mercado, por lo que un servicio de calidad y una amplia variedad de productos logran la atracción de los distintos consumidores, evitando con ello que deban desplazarse a varios lugares de la comunidad.
- El negocio no posee ningún tipo de dispositivo tecnológico que garantice una seguridad más controlada dentro del local, tampoco posee algún sistema que facilite el inventario o facturación. Establecer dispositivos tecnológicos puede ayudar al negocio en estudio a disminuir los tiempos de ejecución en los procesos internos, con lo cual se puede dedicar mayor tiempo a la búsqueda de la excelencia y la satisfacción del cliente. Además, un negocio seguro es un lugar más confortable para cada uno de los consumidores.

De acuerdo con los puntos anteriores y el estudio hecho al negocio hermano, se detectan puntos claves que se deben considerar para el establecimiento de un nuevo negocio. A partir de la información expuesta, se genera una visión más amplia de elementos que deben abarcarse y elementos a los cuales se les debe prestar atención para conseguir la atracción y satisfacción del cliente durante el proceso de establecimiento y consolidación del abastecedor.

#### **4.3.5 Patente comercial**

En Costa Rica cualquier actividad lucrativa requiere una licencia (o patente) de la municipalidad del cantón donde se desea desarrollar la actividad. Al existir una autonomía municipal, los trámites y requisitos para la obtención de una patente pueden variar de un sector a otro.

Para la creación del abastecedor en el barrio de Cubujuquí de Heredia, es necesario gestionar un permiso o patente municipal para dar inicio al establecimiento del negocio. La solicitud de la patente se puede efectuar en la Municipalidad de Heredia y se debe cumplir una serie de requisitos y completar formularios físicos. Sin embargo, la Municipalidad posee un portal web que posibilita realizar la solicitud de manera electrónica.

#### **4.3.6 Requisitos para solicitar la patente o la licencia de funcionamiento**

Para crear el abastecedor de abarrotes en el barrio de Cubujuquí de Heredia, se debe cumplir una serie de requisitos para la obtención de la patente, la cual es solicitada ante la ley y en este caso por medio de la Municipalidad de Heredia. A continuación, se detallan los aspectos que se deben considerar para realizar los trámites relacionados a la obtención de la patente:

- Completar el formulario de solicitud de patente comercial ante la Municipalidad de Heredia. El documento se debe firmar por la persona interesada o por el representante legal, además se debe incluir la declaración jurada firmada por el solicitante.
- Fotocopia de la cédula de identidad del solicitante o del representante legal.

- Fotografía digital o impresa del local.
- El solicitante debe estar al día con las obligaciones correspondientes de la Caja Costarricense del Seguro Social.
- Certificado del uso del suelo.
- El solicitante debe encontrarse al día con los pagos ante el Ministerio de Trabajo (MTSS).
- Fotocopia del Permiso Sanitario de Funcionamiento extendido por el Ministerio de Salud.
- Fotocopia de la Póliza de Riesgos de Trabajo del Instituto Nacional de Seguros.
- Encontrarse al día con el pago de tributos municipales (solicitante y dueño del inmueble).
- Copia del documento emitido por el Ministerio de Hacienda donde consta la fecha de inscripción como declarante.

#### **4.3.7 Inscripción ante el Ministerio de Hacienda**

En la creación de un negocio, se tiene la obligación de inscribirse en el registro de contribuyentes ante el Ministerio de Hacienda. Este proceso se debe realizar desde el primer momento en el cual se lleva a cabo la venta de mercancías o la prestación de un servicio. El Ministerio de Hacienda [MH] (2018) indica:

Toda persona física o jurídica está obligada a inscribirse en el Registro Único Tributario al iniciar cualquier actividad o negocio de carácter lucrativo (venta de

mercancías o prestación de servicios), sujeta algún tributo bajo la administración de la Dirección General de Tributación.

La inscripción solo procederá a partir del momento en que se tramite o una fecha anterior, pero nunca a partir de una fecha futura prevista.

De igual forma se establece que en los casos de cese de la actividad o de modificación de algunos de los datos consignados, deberá comunicar a la Administración Tributaria dicho cambio, en los plazos que establece el Reglamento de Procedimiento Tributario, Decreto N° 38277-H publicado en el Alcance Digital N° 10 a La Gaceta N° 65 del 2 de abril del 2014.

Para el establecimiento es trascendental efectuar la inscripción ante el Ministerio de Hacienda por lo que se debe descargar y completar un formulario para llevar a cabo dicho procedimiento ya que en caso contrario, de no realizarse el procedimiento respectivo ante el Ministerio de Hacienda, se le aplica una sanción del 50 % de un salario base por cada mes o fracción de mes al negocio o empresa. Adicional, para la declaración de los impuestos, se debe utilizar el portal de forma obligatoria, el cual es el único medio para que los usuarios puedan elaborar el D-140.

El negocio en estudio se encuentra dentro del régimen simplificado por lo cual el pago de impuestos de ventas y renta se debe realizar de manera trimestral. Según el Ministerio de Hacienda, el requisito para inscribir una empresa o entidad dentro del régimen simplificado es que el monto de las compras anuales (compras correspondientes a la adquisición de mercancías destinadas para la venta) no sean mayores a 150 salarios base (salario base: 431 000,00 colones para el 2012, según el Ministerio de Hacienda) incluyendo el impuesto sobre las ventas. Además, si la empresa posee ventas mayores a 2 500 000,00 de colones, se debe completar la

declaración de la D151, esta se debe al final del periodo fiscal (1 de octubre del año anterior al 30 de setiembre del año actual).

#### **4.4 LEGISLACIÓN LABORAL**

##### **4.4.1 Planillas**

Para la implementación del nuevo negocio, se requiere la contratación de personal que colabore en la atención al cliente y la venta de productos. Este proceso implica la contratación de los empleados y con ello el desembolso de una planilla o pagos de salarios por servicios profesionales.

El abastecedor va a contar con cuatro personas, quienes van a atender con un horario rotativo entre dos dependientes y dos bodegueros. El negocio va a estar abierto de lunes a domingo de 6 de la mañana a 9 de la noche, por lo cual tiene las jornadas de trabajo diurna y nocturna ya que de acuerdo con el Ministerio de Trabajo, una jornada diurna comprende desde las 5 de la mañana a las 7 de la noche y la jornada nocturna abarca de las 7 de la noche a la 5 de la mañana.

En cuanto a la atención del servicio, se manejan dos horarios, un colaborador ingresa a las 6 de la mañana y su hora de salida es a la 1 y media de la tarde, para que un segundo colaborador ingrese a dicha hora y tenga un horario de salida a las 9 de la noche, cumpliendo con las ocho horas laborales según la ley y con ello también el horario de atención al cliente que se desea brindar.

Con el objetivo de establecer los salarios de los empleados, se considera la lista de salarios mínimos para el sector privado emitida por el Ministerio de Trabajo, además de aumentos del 2,43 % colones según la institución anterior.

Tabla 5  
*Tabla de estimación de salarios para cinco años en colones*

Puesto	Salario mínimo diario	Salario Mensual	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
			Salario I Semestre	Salario II semestre	Salario I Semestre	Salario II semestre	Salario I Semestre	Salario II semestre	Salario I Semestre	Salario II semestre	Salario I Semestre	Salario II semestre
Dependiente #1	10,940.00	284,221.20	1,705,327.20	1,746,766.65	1,789,213.08	1,832,690.96	1,877,225.35	1,922,841.92	1,969,566.98	2,017,427.46	2,066,450.95	2,116,665.71
Dependiente #2	10,940.00	284,221.20	1,705,327.20	1,746,766.65	1,789,213.08	1,832,690.96	1,877,225.35	1,922,841.92	1,969,566.98	2,017,427.46	2,066,450.95	2,116,665.71
Cajero #1		339,572.06	2,037,432.36	2,086,941.97	2,137,654.66	2,189,599.66	2,242,806.94	2,297,307.14	2,353,131.71	2,410,312.81	2,468,883.41	2,528,877.28
Cajero #2		339,572.06	2,037,432.36	2,086,941.97	2,137,654.66	2,189,599.66	2,242,806.94	2,297,307.14	2,353,131.71	2,410,312.81	2,468,883.41	2,528,877.28
Salario total				15,152,936.35		15,898,316.72		16,680,362.71		17,500,877.92		18,361,754.68

Fuente: Elaboración propia

## 4.4.2 Provisiones de ley

### 4.4.2.1 Vacaciones

Dentro de la contratación de los colaboradores, se deben considerar las vacaciones correspondientes a cada persona, las cuales según el Ministerio de Trabajo son dos semanas por cada 50 laboradas. El Ministerio de Trabajo [MTSS] (2018) indica:

Toda persona trabajadora tiene derecho a disfrutar dos semanas de vacaciones que equivalen a doce días más dos días de descanso como mínimo, por cada cincuenta semanas de labores continuas, al servicio de una misma persona empleadora, independientemente de la jornada semanal que se labore, sea de ocho horas, seis horas, medio tiempo o una hora, de un día o varios días a la semana.

### 4.4.2.2 Aguinaldo

El Ministerio de Trabajo [MTSS] (2018) señala lo siguiente en relación con el aguinaldo:

El derecho lo tiene toda persona trabajadora sin importar su forma de pago, que tenga como mínimo un mes laborado para una misma persona

empleadora en forma continua, así como los que trabajan por contrato a plazo fijo o por obra determinada (eventual, ocasional) y los que trabajan por días y horas a la semana.

Según el Ministerio de Trabajo (2018), el aguinaldo es un salario adicional o un doceavo de los salarios ordinarios y extraordinarios, devengados por la persona trabajadora durante 12 meses, los cuales van del primero de diciembre del año anterior al 30 de noviembre siguiente año. El aguinaldo debe pagarse dentro de los primeros 20 días de diciembre.

Es fundamental hacer el pago del aguinaldo a todos los empleados contratados en un negocio porque caso contrario la entidad se expone a una falta grave y con ello a una multa ante el incumplimiento de la ley.

Tabla 6  
*Tabla de aguinaldos estimados por cancelar, en colones*

Puesto	Aguinaldo 1 año	Aguinaldo 2 año	Aguinaldo 3 año	Aguinaldo 4 año	Aguinaldo 5 año	Total
<b>Dependiente #1</b>	287,674.49	301,825.34	316,672.27	332,249.54	348,593.05	<b>1,587,014.69</b>
<b>Dependiente #2</b>	287,674.49	301,825.34	316,672.27	332,249.54	348,593.05	<b>1,587,014.69</b>
<b>Cajero #1</b>	343,697.86	360,604.53	378,342.84	396,953.71	416,480.06	<b>1,896,078.99</b>
<b>Cajero #2</b>	343,697.86	360,604.53	378,342.84	396,953.71	416,480.06	<b>1,896,078.99</b>
<b>Aguinaldo total</b>	<b>1,262,744.70</b>	<b>1,324,859.73</b>	<b>1,390,030.23</b>	<b>1,458,406.49</b>	<b>1,530,146.22</b>	<b>6,966,187.37</b>

Fuente: Elaboración propia

#### 4.4.2.3 Preaviso

En cuanto al preaviso, el Ministerio de Trabajo [MTSS] (2018) menciona:

Es un aviso previo que la persona trabajadora debe dar a la persona empleadora cuando renuncia, o la persona empleadora debe darle a la

persona trabajadora cuando lo va a despedir sin tener justa causa para hacerlo. Este derecho solamente se otorga en los contratos por tiempo indefinido.

De acuerdo con el Ministerio de Hacienda, el preaviso se otorga en contratos por tiempo indefinido y se aplica así:

- Antes de los tres meses no hay obligación de dar preaviso pues se trata del período de prueba.
- Si tiene más de tres meses, pero menos de seis meses de labores, debe darse una semana de preaviso.
- Si tiene más de seis meses, pero menos de un año de labores, deben darse 15 días de preaviso.
- Después de un año de labores, debe darse un mes de preaviso.

Adicional, el MTSS (2018) dice que el pago del preaviso se calcula tomando en cuenta el promedio de los salarios ordinarios y extraordinarios efectivamente devengados por la persona trabajadora durante los últimos seis meses (se suman los salarios de los últimos seis meses y se divide entre seis para obtener el monto mensual) de vigencia del contrato, o fracción de tiempo menor si no hubiese ajustado dicho término.

Para personas trabajadoras con pago mensual, se divide el monto mensual entre 30 días y para el pago en forma semanal (excepto comercio), se divide el monto mensual entre 26 días, con la finalidad de obtener la proporción por día.

#### **4.4.2.4 Cesantía**

La cesantía es un pago que se debe considerar durante el establecimiento de un negocio, el cual -según la ley- debe cancelarse a los trabajadores en caso de que una institución deba prescindir de los servicios profesionales de uno de sus empleados.

El Ministerio de Trabajo [MTSS] (2018) establece:

Es un derecho que tienen las personas trabajadoras a ser indemnizados en caso de terminación de la relación laboral con responsabilidad patronal. Es el equivalente al seguro de desempleo que existe en otros países. Su objetivo es asegurar a la persona trabajadora que es despedida con una cantidad mínima para mantenerse mientras encuentra otro trabajo.

Asimismo, el MTSS (2018) expresa que para el cálculo de la cesantía se debe tomar en cuenta el promedio de todos los salarios ordinarios y extraordinarios devengados por la persona trabajadora en los últimos seis meses (se suman los salarios de los últimos seis meses y se divide entre seis para obtener el monto mensual) de vigencia del contrato, o fracción de tiempo menor si no hubiere ajustado dicho término.

Para personas trabajadoras con pago mensual, se divide el monto mensual entre 30 días y para el pago en forma semanal (excepto comercio), se divide el monto mensual entre 26 días, con el propósito de obtener la proporción por día.

#### **4.4.2.5 Fondo de capitalización laboral (FCL)**

El fondo de capitalización laboral (FCL) es el dinero que aporta el patrono a favor de los trabajadores como parte de su cesantía y es equivalente al 3 % del salario del

trabajador reportado a la CCSS. Este aporte se acredita en la cuenta individual propiedad del trabajador que administra la operadora de pensiones complementaria (OPC) a la que se encuentra afiliado.

Cabe mencionar que cada persona al iniciar la relación laboral debe escoger una operadora de pensiones, de lo contrario su FCL automáticamente es administrado por la operadora de la Caja Costarricense de Seguro Social.

Tabla 7  
*Cuadro de provisiones para el primer año*

<b>Puesto</b>	<b>Salario primer año</b>	<b>Provision de aguinaldos 8.33%</b>	<b>Provision de cesantia 5,33%</b>	<b>FCL 3%</b>	<b>Provisión de vacaciones 4.16%</b>
<b>Dependiente #1</b>	3,452,093.85	287,559.42	183,996.60	103,562.82	143,607.10
<b>Dependiente #2</b>	3,452,093.85	287,559.42	183,996.60	103,562.82	143,607.10
<b>Cajero #1</b>	4,124,374.33	343,560.38	219,829.15	123,731.23	171,573.97
<b>Cajero #2</b>	4,124,374.33	343,560.38	219,829.15	123,731.23	171,573.97
<b>Provisiones totales</b>	<b>15,152,936.35</b>	<b>1,262,239.60</b>	<b>807,651.51</b>	<b>454,588.09</b>	<b>630,362.15</b>

Fuente: Elaboración propia con base en el MTSS (2018)

#### **4.4.2.6 Seguro de riesgos para el trabajador**

Sin importar el tipo de actividad por llevar a cabo, se le debe contemplar al trabajador el pago del seguro por riesgo de trabajo, este seguro obligatorio con el que deben contar las empresas para proteger a sus empleados en caso de un accidente.

El porcentaje del pago sobre el seguro por riesgos al trabajador depende de la actividad económica que desarrolle la empresa, la labor que realicen los empleados y el riesgo al que se encuentren expuestos. En este caso para el establecimiento del abastecedor y según la Superintendencia General de Seguros (SUGESE), la tasa

anual de la póliza de riesgos de trabajo corresponde al 1.43 % del salario anual de los trabajadores.

Tabla 8  
*Cuadro de seguros por riesgos de trabajo*

<b>Puesto</b>	<b>Salario primer año</b>	<b>Riesgo de trabajo 1,43%</b>
<b>Dependiente #1</b>	3,452,093.85	49,364.94
<b>Dependiente #2</b>	3,452,093.85	49,364.94
<b>Cajero #1</b>	4,124,374.33	58,978.55
<b>Cajero #2</b>	4,124,374.33	58,978.55
<b>Seguros totales</b>	<b>15,152,936.35</b>	<b>216,686.99</b>

Fuente: Elaboración propia según SUGESE

#### **4.4.2.7 Cargas sociales**

Las cargas sociales son un monto económico que toda empresa o patrono debe considerar pagar a los empleados para cubrir las necesidades sociales y contribuir con la seguridad social. Este pago se encuentra establecido por la legislación costarricense.

Las cargas sociales en Costa Rica son administradas por la CCSS, Banco Popular, Instituto Mixto de Ayuda Social, Fondo de Asignaciones Familiares, Instituto Nacional de Aprendizaje y Fondo de capitalización. Las cargas sociales que se deben considerar son las siguientes:

- El seguro de salud (enfermedad y maternidad) nace en 1942 y se encuentra dividido de dos maneras, un pago del 9.25 % por parte del patrono y el 5.50 % por el trabajador.

- Seguro de pensiones (invalidez, vejez y muerte), surge en 1947 y se divide en un pago del patrono por un porcentaje del salario correspondiente al 5.08 % y un 3.84 % por parte del trabajador.
- Cuota patronal al Banco Popular, corresponde a un porcentaje del 0.25 %.
- Asignaciones familiares, es un 5.00 % por parte del patrono.
- Aporte al Instituto Mixto de Ayuda Social, es un 0.50 % que el patrono debe cancelar.
- Aporte al Instituto Nacional de Aprendizaje, le corresponde al patrono considerar 1.50 % sobre el salario del trabajador.
- Aporte al Banco Popular, corresponde al 0.25 % por parte del patrono y un 1.00 % por parte del trabajador.
- Fondo de capitalización laboral, el patrono debe realizar el aporte del 3.00 %.
- Fondo de pensiones complementarias, le corresponde al patrono cancelar un porcentaje del 0.50 %.
- Aporte al Instituto Nacional de Seguros, el patrono debe cancelar un 1 % sobre el salario del colaborador.

Para que una empresa pueda cumplir con el aporte de las cargas sociales, el patrono debe inscribirse formalmente ante la CCSS. La inscripción y el aseguramiento de los trabajadores deben llevarse a cabo dentro de los primeros ocho días siguientes a la fecha de ingreso de los empleados en la compañía. Para efectuar la inscripción del personal ante la CCSS y según la página electrónica de esta misma institución, se deben cumplir los siguientes requisitos:

- Original de Certificación de Personería Jurídica extendida por el Registro Nacional o por un notario público o certificación digital, con no más de un mes de emitida.
- Fotocopia de la Escritura de Constitución de la sociedad.
- Cédula de identidad del representante legal. En caso de personas extranjeras, aportar el original del documento de identificación migratorio (ya sea cédula de residencia, carné de refugiado, pasaporte u otro).
- Fotocopia de la cédula de identidad de cada trabajador. En caso de contar con trabajadores extranjeros, aportar fotocopia del documento de identificación migratorio (ya sea cédula de residencia, carné de refugiado, pasaporte u otro) de cada trabajador.
- Llenar el Formato de Solicitud de Inscripción o Reanudación patronal (patrono Jurídico), este debe ser firmado por el patrono o representante patronal.

<b>Caja Costarricense de Seguro Social CCSS</b>			
<b>Concepto</b>	<b>Patrono</b>	<b>Trabajador</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>SEM</b>	9.25%	5.50%	14.75%
<b>IVM</b>	5.08%	3.84%	8.42%
<b>TOTAL CCSS</b>	14.33%	9.34%	<b>23.67%</b>
<b>Recaudación Otras Instituciones</b>			
<b>Cuota Patronal Banco Popular</b>			0.25%
<b>Asignaciones Familiares</b>			5.00%
<b>IMAS</b>			0.50%
<b>INA</b>			1.50%
<b>TOTAL OTRAS INSTITUCIONES</b>			<b>7.25%</b>
<b>Ley de Protección al Trabajador (LPT)</b>			
<b>Aporte Patrono Banco Popular</b>			0.25%
<b>Fondo de Capitalización Laboral</b>			3.00%
<b>Fondo de Pensiones Complementarias</b>			0.50%
<b>Aporte Trabajador Banco Popular</b>			1.00%
<b>INS</b>			1.00%
<b>TOTAL LPT</b>			<b>5.75%</b>
	<b>Total</b>		<b>36.67%</b>

*Figura 8*  
Distribución de los porcentajes de contribución  
Fuente: Caja Costarricense de Seguro Social (2018)

Con relación a lo anterior, la empresa en estudio debe cancelar un monto correspondiente al 26.33 % (14,33 % total de la CCSS más 7.25 % de otras instituciones y el 4.75 % de la ley de protección al trabajador) sobre el salario de los colaboradores, según la legislación laboral en Costa Rica.

Tabla 9  
Cuadro de cargas sociales del primer año

Puesto	Salario primer año	Cargar sociales del primer año 26.33%
Dependiente #1	3 452 093,85	908 936,31
Dependiente #2	3 452 093,85	908 936,31
Cajero #1	4 124 374,33	1 085 947,76
Cajero #2	4 124 374,33	1 085 947,76
<b>Provisiones totales</b>	<b>15 152 936,35</b>	<b>3 989 768,14</b>

Fuente: Elaboración propia

El siguiente cuadro muestra el total de provisiones o gastos por salario que la empresa debe considerar para los primeros cinco años. Cabe señalar que para el siguiente cuadro el cálculo de las cargas sociales se realiza por un porcentaje del 23.33 % ya que el 3 % faltante corresponde al pago por el FCL, el cual ya se abarca dentro de la línea llamada “provisiones”.

Tabla 10  
Cuadro de provisiones para los primeros cinco años

Detalle del pago	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Salarios	15 152 936,35	15 898 316,72	16 680 362,71	17 500 877,92	18 361 754,68
Provisiones	3 154 841,35	3 310 029,54	3 472 851,52	3 643 682,78	3 822 917,33
Riesgos de trabajo	216 686,99	227 345,93	238 529,19	250 262,55	262 573,09
Cargas sociales	3 535 180,05	3 709 077,29	3 891 528,62	4 082 954,82	4 283 797,37
<b>Total de gastos</b>	<b>22 059 644,75</b>	<b>23 144 769,48</b>	<b>24 283 272,03</b>	<b>25 477 778,08</b>	<b>26 731 042,47</b>

Fuente: Elaboración propia

## 4.5 ESTUDIO DE VIABILIDAD FINANCIERA

El objetivo de realizar un estudio financiero es poder determinar la viabilidad financiera de un proyecto en el cual se debe sistematizar la información monetaria del estudio y analizar el financiamiento.

Para llevar a cabo un estudio financiero, se debe considerar la construcción de flujos de fondos, el financiamiento y la evaluación de estos. El objetivo principal del estudio financiero es detectar los recursos económicos para ejecutar un proyecto. Por medio de este análisis se calcula también el costo total del proceso, así como los ingresos que se estima recibir en cada etapa del proyecto.

En la creación de un estudio financiero deben identificarse los ingresos, costos, gastos de administración, gastos de venta, gastos financieros, depreciaciones, amortizaciones, plan de inversiones, balance de apertura, presupuesto de caja, balance general proyectado, razones financieras, puntos de equilibrio, flujo neto de efectivo, costo del capital, valor actual neto (VAN), tasa interna de retorno o rentabilidad (TIR), índice de rentabilidad, riesgos y un análisis unidimensional.

Dentro el estudio financiero también debe considerarse la inflación, la cual es un aumento generalizado a nivel de los precios en los productos y servicios en general, los que son frecuentemente medidos por un índice de precios al consumidor. Para el estudio del presente proyecto, se toma en cuenta una inflación de 3.90 % y una tasa básica pasiva del 5,65 % alineadas al Banco Central de Costa Rica.

Además, para el análisis del proyecto se toma una proyección de cinco años aunque se pretenda que el proyecto continúe por un tiempo mayor. Dentro del estudio es importante mencionar que se estima un aumento salarial del 2.43 % por ley.

#### **4.5.1 Estudio de banca nacional**

Para el financiamiento del proyecto se analizan diferentes entidades bancarias del país, tanto privadas como públicas, con la finalidad de obtener las mejores condiciones del mercado y la accesibilidad a este.

El préstamo de una entidad financiera se requiere para cumplir con la inversión inicial. Se cuenta con el financiamiento del Banco Nacional porque tiene la mejor tasa de interés de 12,35 % para el sector comercio, así como facilidad en accesibilidad a un crédito para el desarrollo, ya que otras entidades como el BAC San José y el Banco Popular únicamente financian a entidades que ya poseen laborando al menos tres años dentro del mercado.

Entre los requisitos solicitados por el Banco Nacional, están: negocio a título personal, buen conocimiento de la actividad, copia de la cédula de identidad, información de ingresos y gastos del negocio, descripción de la empresa y para qué necesita el préstamo, permisos y contratos para el buen funcionamiento de la empresa (cuando los requiera) y una garantía a satisfacción del Banco: puede ser hipoteca, prenda, fiadores, inversiones, fondo de garantías del Sistema de Banca para el Desarrollo o del IMAS.

El valor del préstamo se solicita por un valor de ₡ 16 000 000,00, o sea, un monto mayor a la inversión inicial para cubrir los salarios de los primeros meses y

gastos adicionales que no se hayan abarcado para el establecimiento del abastecedor de abarrotes.

#### **4.6 Inversión inicial**

La inversión inicial es la cantidad de dinero requerido para poner en marcha el negocio por establecer.

Esta inversión se define a partir de la compra de los equipos para el inicio de las operaciones, entre ellos la compra de la mercadería, pago de alquiler, máquinas registradoras, básculas electrónicas, máquinas etiquetadoras, congeladores para helados, refrigeradores, computador para el manejo de la operación, canastas para la venta del producto, muebles o estantes para realizar la venta.

En temas de seguridad, se considera contratar un oficial presente todos los días, pero esto representa costos aproximados a 9 000 000,00 de colones, por lo que se opta por la compra de un sistema de cámaras de seguridad.

Tabla 11  
*Tabla de inversión inicial para el abastecedor*

Inversión inicial	Precio Unitario	Cantidad	Monto
Alquiler	598,690.00	1.00	598,690.00
Basculas electrónicas	32,000.00	2.00	64,000.00
Canasta para compras	6,910.00	10.00	69,100.00
Computador	281,990.00	1.00	281,990.00
Gastos de inauguración	100,000.00	3.00	300,000.00
Kit camara de seguridad	187,800.00	1.00	187,800.00
Congelador	600,000.00	1.00	600,000.00
Creación de la sociedad y registro de marca	225,000.00	1.00	225,000.00
Estantes para la venta del producto	-	8.00	2,084,070.00
Urna de vidrio	247,315.00	2.00	494,630.00
Lampara de emergencia	22,850.00	2.00	45,700.00
Maquina etiquetadora	25,000.00	3.00	75,000.00
Maquina registradoras	249,900.00	1.00	249,900.00
Mercadería	4,746,234.28		4,746,234.28
Mueble para caja registradora	286,700.00	1.00	286,700.00
Refrigerador	1,400,000.00	2.00	2,800,000.00
Rotulación	568,755.50	1.00	568,755.50
Rotulo de emergencia	15,720.00	2.00	31,440.00
Sillas Operativas	62,862.45	2.00	125,724.90
<b>Total</b>	<b>9,657,727.23</b>	<b>44.00</b>	<b>13,834,734.68</b>

Fuente: Elaboración propia

#### 4.6.1 Costos fijos

Los costos fijos son aquellos costos en los cuales la empresa debe incurrir independientemente de su nivel de operación; es decir, son los costos en los cuales la empresa incurre teniendo operación o no.

Tabla 12  
*Proyección de costos fijos para 5 años*

Costos Fijos	Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Agua	15,000.00	180,000.00	187,020.00	194,313.78	201,892.02	209,765.81
Alquiler	598,690.00	7,184,280.00	7,464,466.92	7,755,581.13	8,058,048.79	8,372,312.70
Energía Eléctrica	150,000.00	1,800,000.00	1,870,200.00	1,943,137.80	2,018,920.17	2,097,658.06
Internet	17,068.86	204,826.34	212,814.57	221,114.34	229,737.80	238,697.57
Patente Comercial	11,666.67	140,000.00	145,460.00	151,132.94	157,027.12	163,151.18
<b>Total costos fijos</b>	<b>792,425.53</b>	<b>9,509,106.34</b>	<b>9,879,961.49</b>	<b>10,265,279.99</b>	<b>10,665,625.91</b>	<b>11,081,585.32</b>

Fuente: Elaboración propia

#### 4.6.2 Costos variables

Los costos variables son aquellos que cambian en proporción a la actividad de una empresa, en este caso los costos variables están relacionados a la prestación del servicio brindado.

Tabla 13  
*Proyección de costos variables para cinco años*

Costos variables	Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Empaques (Bolsas)	50,000.00	600,000.00	623,400.00	647,712.60	672,973.39	699,219.35
Suministros de limpieza	15,000.00	180,000.00	187,020.00	194,313.78	201,892.02	209,765.81
<b>Total costos fijos</b>	<b>65,000.00</b>	<b>780,000.00</b>	<b>810,420.00</b>	<b>842,026.38</b>	<b>874,865.41</b>	<b>908,985.16</b>

Fuente: Elaboración propia

#### 4.6.3 Costo total efectivo de producción

Para determinar los costos de producción, en el presente estudio se toma en cuenta la suma de los costos fijos y los costos variables requeridos para el desarrollo del abastecedor. Por medio del siguiente cuadro se muestra el monto total efectivo para el primer año.

Tabla 14  
Costo total efectivo para el primer año

Descripción	Año 1
Total costos fijos	9,509,106.34
Total costos variables	780,000.00
<b>Total costos efectivos</b>	<b>10,289,106.34</b>

Fuente: Elaboración propia

#### 4.6.4 Cálculo de la depreciación

La depreciación es un reconocimiento racional y sistemático del costo de los bienes, distribuido durante su vida útil estimada. En todo proyecto es importante considerar la depreciación de los equipos requeridos para el buen funcionamiento del negocio.

Según el Reglamento a la Ley del Impuesto sobre la Renta, Decreto n.º 18455-H (1988), se toma en cuenta una depreciación por el método de línea recta. Así, la computadora tiene una depreciación de 20 años; la báscula electrónica, la estantería y la caja registradora poseen una vida útil de 10 años; y el equipo de refrigeración y la etiquetadora tienen una vida útil de siete años.

Tabla 15  
*Depreciación anual del equipo requerido*

Activo	Monto en colones	Vida Útil	Depreciación Anual
Basculas electrónicas	64,000.00	10	6,400.00
Kit camaras de seguridad	187,800.00	10	18,780.00
Computador	281,990.00	20	14,099.50
Congelador	600,000.00	7	85,714.29
Estantes para la venta del producto	2,084,070.00	10	208,407.00
Maquina etiquetadora	75,000.00	7	10,714.29
Maquina registradoras	249,900.00	10	24,990.00
Mueble para caja registradora	286,700.00	10	28,670.00
Urna de vidrio	494,630.00	10	49,463.00
Refrigerador	2,800,000.00	7	400,000.00
<b>Total de refrigeración</b>	<b>7,124,090.00</b>		<b>847,238.07</b>

Fuente: Elaboración propia

#### 4.6.5 Capital de trabajo

Es la capacidad de la compañía que se requiere para llevar a cabo sus actividades con normalidad en el corto plazo. Para realizar el cálculo de la inversión requerida, se

utiliza el método del periodo de desfase, en el que se incluye el costo promedio diario (costo total efectivo ÷ 365) y se multiplica por el número de días estimados de desfase (tiempo necesario para recuperar el efectivo).

Se contempla un periodo de desfase de 30 días ya que al tratarse de un nuevo negocio, es posible que durante los primeros días de operación las ventas o visitas sean bajas, pero tampoco puede ser este muy amplio debido a que muchos productos son perecederos.

Tabla 16

*Cálculo del capital de trabajo, método de periodo de desfase*

Costo total efectivo	Costo promedio diario	Días de desfase	Capital de trabajo
10,289,106.34	28,189.33	30	845,679.97
<b>Total a invertir en capital de trabajo</b>			<b>845,679.97</b>

Fuente: Elaboración propia

#### **4.7 Flujos de efectivo**

El proceso que se efectúa a continuación es el resultado de todo el análisis en el estudio de mercado, estudio financiero y estudio legal, los cuales posibilitan determinar la rentabilidad y prefactibilidad en términos de valor actual y tasa interna de retorno (TIR).

Para el desarrollo del presente estudio, se realiza una proyección a cinco años. Con el propósito de estimar los resultados, se utiliza una tasa de interés del 12,35 % ofrecida por el Banco Nacional de Costa Rica y un capital de ₡ 16 000 000,00. Según las características anteriores, con la obtención del préstamo

se debe cancelar una cuota de ₪ 4 477 104,63 por año para lograr la amortización de este.

Tabla 17

*Cálculo de la cuota, amortización e intereses del préstamo*

<b>Préstamo</b>	₪16,000,000.00
<b>Tasa de Interes</b>	12.35%
<b>Plazo</b>	5

<b>Plazo</b>	<b>Cuota</b>	<b>Amortización</b>	<b>Intereses</b>	<b>Saldo</b>
0	-	-	-	₪16,000,000.00
1	₪ 4,477,104.63	₪ 2,501,104.63	₪ 1,976,000.00	₪13,498,895.37
2	₪ 4,477,104.63	₪ 2,809,991.05	₪ 1,667,113.58	₪10,688,904.32
3	₪ 4,477,104.63	₪ 3,157,024.95	₪ 1,320,079.68	₪ 7,531,879.37
4	₪ 4,477,104.63	₪ 3,546,917.53	₪ 930,187.10	₪ 3,984,961.84
5	₪ 4,477,104.63	₪ 3,984,961.84	₪ 492,142.79	₪ -
<b>Total</b>	<b>22,385,523.15</b>	<b>₪16,000,000.00</b>	<b>₪ 6,385,523.15</b>	<b>0</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 18  
Flujo de efectivo

Flujo Neto de efectivo						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos		108,000,000.00	112,212,000.00	116,588,268.00	121,135,210.45	125,859,483.66
<b>Total de ingresos</b>		<b>108,000,000.00</b>	<b>112,212,000.00</b>	<b>116,588,268.00</b>	<b>121,135,210.45</b>	<b>125,859,483.66</b>
Alquiler		7,184,280.00	7,464,466.92	7,755,581.13	8,058,048.79	8,372,312.70
Canastas para compras		-	71,794.90	-	77,504.10	-
Compra de inventarios		59,176,048.96	61,483,914.86	63,881,787.54	66,373,177.26	68,961,731.17
Compra de empaques (bolsas)		600,000.00	623,400.00	647,712.60	672,973.39	699,219.35
Depreciación		847,238.07	847,238.07	847,238.07	847,238.07	847,238.07
Patente		140,000.00	145,460.00	151,132.94	157,027.12	163,151.18
Salarios anuales		15,152,936.35	15,898,316.72	16,680,362.71	17,500,877.92	18,361,754.68
Servicios Públicos		2,184,826.34	2,270,034.57	2,358,565.92	2,450,549.99	2,546,121.44
Suministros de Limpieza		180,000.00	187,020.00	194,313.78	201,892.02	209,765.81
<b>Costos operativos</b>		<b>85,465,329.72</b>	<b>88,991,646.04</b>	<b>92,516,694.69</b>	<b>96,339,288.67</b>	<b>100,161,294.40</b>
<b>Utilidad antes de intereses e impuestos</b>		<b>22,534,670.28</b>	<b>23,220,353.96</b>	<b>24,071,573.31</b>	<b>24,795,921.78</b>	<b>25,698,189.26</b>
Intereses		1,976,000.00	1,667,113.58	1,320,079.68	930,187.10	492,142.79
<b>Utilidad antes de impuestos</b>		<b>20,558,670.28</b>	<b>21,553,240.38</b>	<b>22,751,493.63</b>	<b>23,865,734.68</b>	<b>25,206,046.47</b>
Impuestos (30%)		6,167,601.08	6,465,972.11	6,825,448.09	7,159,720.40	7,561,813.94
<b>Utilidad después de impuestos</b>		<b>14,391,069.19</b>	<b>15,087,268.26</b>	<b>15,926,045.54</b>	<b>16,706,014.27</b>	<b>17,644,232.53</b>
Amortización		2,501,104.63	2,809,991.05	3,157,024.95	3,546,917.53	3,984,961.84
Préstamo	16,000,000.00					
Inversión inicial	13,834,734.68					
Capital de trabajo	845,679.97					
<b>Flujo Neto de efectivo</b>	<b>1,319,585.35</b>	<b>11,889,964.56</b>	<b>12,277,277.21</b>	<b>12,769,020.59</b>	<b>13,159,096.75</b>	<b>13,659,270.69</b>
<b>Flujo Neto acumulado</b>		<b>13,209,549.91</b>	<b>25,486,827.13</b>	<b>38,255,847.72</b>	<b>51,414,944.46</b>	<b>65,074,215.15</b>

Fuente: Elaboración propia

#### 4.7.1 Ingresos

Tomando en cuenta la información de la encuesta, entrevista y estudio al negocio hermano, se establece que las personas sí se encuentran interesadas en realizar compras en un nuevo abastecedor ubicado en el barrio de Cubujuquí de Heredia.

Se estima tener ventas mensuales aproximadas a los ₡ 300 000,00. Para el cálculo de la estimación de ingresos, se calcula un aumento de precios del 3.9 0% correspondiente a la inflación. A continuación, se detalla el total de ingresos de manera mensual.

Tabla 19  
*Tabla de proyección anual de ingresos*

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso mensual	9,000,000.00	9,351,000.00	9,715,689.00	10,094,600.87	10,488,290.30
Ingresos anuales	108,000,000.00	112,212,000.00	116,588,268.00	121,135,210.45	125,859,483.66

Fuente: Elaboración propia

#### 4.7.2 Valor actual neto (VAN)

El valor actual neto es una forma de medir una inversión para saber la cantidad de dinero que se va a ganar o perder con la ejecución de un proyecto. El VAN es el resultado de todos los flujos de caja de un proyecto.

En conclusión, para aceptar un proyecto de inversión, el VAN debe ser mayor que 0, lo cual significa que las ganancias van a ser más grandes que los gastos.

El valor presente neto (VPN) se obtiene restando la inversión inicial de un proyecto ( $FE_0$ ) del valor presente de sus flujos de entrada de efectivo ( $FE_t$ ) descontados a una tasa ( $k$ ) equivalente al costo de capital de la empresa.

VPN = Valor presente de las entradas de efectivo – Inversión inicial

$$VPN = \sum_{t=1}^n \frac{FE_t}{(1+k)^t} - FE_0 \quad (10.1)$$

Figura 9

Fórmula para el cálculo del VAN  
 Fuente: Lawrence y Chad (2018)

En el siguiente cuadro se calcula el VAN sobre el objeto de estudio en el cual se considera la inversión inicial y los flujos netos de efectivo estimados para cada año.

Tabla 20  
 Tabla para el cálculo del VAN

<b>Inversión Inicial</b>	<b>₪ (13,834,734.68)</b>
Año 2018	₪11,889,964.56
Año 2019	₪12,277,277.21
Año 2020	₪12,769,020.59
Año 2021	₪13,159,096.75
Año 2022	₪13,659,270.69
<b>VAN</b>	<b>₪45,203,292.61</b>
<b>TIR</b>	<b>85%</b>

Fuente: Elaboración propia

En este caso, el resultado es ₪ 45 203 292,61, lo cual indica que el proyecto se puede aceptar y es atractivo para los inversionistas.

#### 4.7.3 Tasa interna de retorno (TIR)

El TIR es la rentabilidad para evaluar un proyecto, a diferencia del VAN permite hacer una medición en términos porcentuales. Para determinar la viabilidad de un proyecto, el TIR debe ser superior a la tasa esperada, caso contrario -siendo el TIR inferior o negativo- el proyecto no es rentable.

Es importante destacar que si el VAN es positivo, el TIR va a presentar una tasa de descuento mayor, pero si el proyecto tiene una VAN en 0, se gana la cantidad deseada. En el siguiente cuadro se detalla el TIR:

Tabla 21  
 Tabla para determinar el TIR sin inflación

TIR	
<b>Inversión Inicial</b>	<b>¢ (13,834,734.68)</b>
Año 2018	¢11,889,964.56
Año 2019	¢12,277,277.21
Año 2020	¢12,769,020.59
Año 2021	¢13,159,096.75
Año 2022	¢13,659,270.69
<b>VAN</b>	<b>¢45,203,292.61</b>
<b>TIR</b>	<b>85%</b>

Fuente: Elaboración propia

Para el cálculo del TIR con una tasa de descuento del 12,35 %, se obtiene un 85 %.

#### 4.7.4 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es el nivel de ventas donde los costos fijos y variables se encuentran cubiertos, es decir tiene un beneficio igual a cero, no se gana dinero, pero tampoco se pierde.

Para obtener un punto de equilibrio en el abastecedor en estudio, se necesita vender 10 431 684,36 colones para cubrir todos los costos anuales del primer año de trabajo.

Tabla 22  
*Tabla para determinar el punto de equilibrio*

Descripción	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Ventas	₡ 108,000,000.00	₡ 112,212,000.00	₡ 116,588,268.00	₡ 121,135,210.45	₡ 125,859,483.66
Costos variables	₡ 780,000.00	₡ 810,420.00	₡ 842,026.38	₡ 874,865.41	₡ 908,985.16
Costos fijos	₡ 10,356,344.41	₡ 10,727,199.56	₡ 11,112,518.06	₡ 11,512,863.98	₡ 11,928,823.39
Punto de equilibrio en ¢	₡ 10,431,684.36	₡ 10,805,237.39	₡ 11,193,358.98	₡ 11,596,617.33	₡ 12,015,602.74
<b>Porcentaje</b>	<b>9.66</b>	<b>9.63</b>	<b>9.60</b>	<b>9.57</b>	<b>9.55</b>

Fuente: Elaboración propia

## **CAPÍTULO V**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

## 5.5 CONCLUSIONES

Finalizado el estudio y cumplidos los objetivos planteados, a continuación se exponen las conclusiones en relación con los resultados obtenidos.

**Hipótesis:** no es posible comprobarla porque el negocio aún no está creado.

**Estudio legal:** con este estudio se concluye que existe una serie de requisitos indispensables para el funcionamiento del abastecedor, entre ellos se pueden mencionar:

- Trámites para la inscripción ante el Registro Nacional.
- Trámites para el Ministerio de Hacienda.
- Trámites ante la Municipalidad de Heredia.
- Trámites ante la Caja Costarricense del Seguro Social.
- Trámites ante el Ministerio de Salud.

Acerca de estos trámites, se identifica que todos pueden ser cumplidos sin problema alguno y conllevan un desembolso inicial aproximado o mínimo de 75 000.00 colones para la creación de la sociedad y 150 000.00 colones por el registro de marca según los datos suministrados por el licenciado Luis Lapeira. Además, se debe considerar un desembolso del 13 % sobre las ganancias, bajo el cumplimiento de la ley.

**Estudio de mercado:** a partir del estudio de mercado, se conocen las características de los consumidores potenciales, dicha información es de gran importancia para determinar los gustos y preferencias de cada uno de los consumidores y, con ello, poder adecuar el perfil del nuevo negocio a las necesidades de los clientes.

El estudio de mercado permite conocer que en el barrio de Cubujuquí de Heredia existe una competencia directa y muy fuerte, por ejemplo, grandes cadenas de supermercados que se posicionan dentro de la ubicación geográfica en estudio como Walmart y Super Gigante, lo cual complica utilizar una estrategia de mercadeo por precios.

Según lo comentado con anterioridad y los resultados de la encuesta, el enfoque del negocio por establecer debe basarse en un servicio de autoatención, poseer variedad de productos y tener una especialización en la atención al cliente, este último factor también conlleva a que el negocio en estudio opte por prácticas innovadoras como la entrega de productos hasta la comodidad del hogar de los clientes y programas de reciclaje, los cuales son llamativos para los clientes, causando un impacto positivo a la comunidad y un beneficio económico al negocio.

Un elemento significativo identificado por medio de la encuesta es que uno de los principales factores por los cuales los consumidores realizan sus compras en un local específico es la ubicación geográfica. Dentro del objeto de estudio, este es un factor positivo ya que el abastecedor se desea establecer en una excelente ubicación geográfica, cerca de la plaza de deportes, el salón comunal, la iglesia católica y un pequeño parque dentro del barrio de Cubujuquí, lo cual brinda mayor accesibilidad a los posibles clientes.

Por otra parte, el estudio de mercado posibilita identificar que la mayor parte de la población se encuentra entre los rangos de edad de los 30 a 34 años, lo cual permite tener un panorama más claro sobre los tipos de productos por ofrecer o en los que el negocio debe enfocarse. Asimismo, se determina que la mayor parte de la

población en estudio posee ingresos económicos medios que van desde los 300 000,00 y menor a 550 000 colones.

También se conoce que un 62 % de la población sí está dispuesto a comprar en un nuevo negocio y un 32 % tal vez lo haría, representando con ello un aspecto muy positivo pues solo un 6 % de la muestra no estaría dispuesto a llevar a cabo compras en el local.

Para establecer los precios de los abarrotes, es primordial la información suministrada por el negocio hermano, donde se agrupan por tipo de producto y se calcula un margen de ganancia de la siguiente manera: caramelos o confitería con una margen de 20 %, cigarros con un margen de 11 %, productos enlatados con un 25 %, frutas y verduras con un porcentaje de 40 %, productos lácteos con un 25 % y refrescos con un 25 % de ganancia. Los datos anteriores y las estimaciones de ventas son trascendentales para la proyección de los flujos de efectivo, VAN, TIR y con esto poder tener un claro panorama sobre la rentabilidad y factibilidad del negocio.

**Estudio técnico:** por medio de las variables del estudio técnico, se obtiene información esencial para el establecimiento del negocio, por ejemplo, el tipo de local para poder cumplir con las expectativas de los clientes. Este aspecto se basa en información del negocio hermano en funcionamiento, que permite identificar con mayor claridad los requisitos para el funcionamiento en orden del negocio como los trámites para la solicitud de la patente y la inscripción ante el Ministerio de Hacienda, además de los bienes necesarios para el funcionamiento del negocio y con ello los costos, las cantidades de producto necesarias, la rotación de los bienes y las utilidades de todos los productos que se van a ofrecer a los clientes.

**Estudio financiero:** permite obtener las siguientes conclusiones:

**Inversión inicial:** para el desarrollo del negocio, se concluye que se requiere una inversión inicial de 13 834 734,68 colones en los cuales se contempla la mercadería, los refrigeradores, la caja registradora, los muebles o estantes para la venta, la creación de la sociedad y registro de marca, los dispositivos de seguridad, así como la rotulación de este.

Cabe mencionar que este proyecto está financiado por el Banco Nacional al ser una de las entidades financieras que brinda efectivo para el desarrollo de un nuevo negocio, pues el resto de las entidades financieras solo prestan efectivo a establecimientos con tres años en funcionamiento dentro del mercado.

Se determina que el horizonte ideal para el presente proyecto es de cinco años, donde el valor actual neto es de 45.203.292,61 colones y una tasa interna de retorno del 85 %, la que es mayor al costo del capital, lo cual indica que el proyecto en estudio es un proyecto completamente viable. También es importante comentar que al finalizar los cinco años se obtiene un flujo neto de efectivo acumulado de 65 074 215,15 colones.

## 5.6 RECOMENDACIONES

A partir de la elaboración del presente trabajo y los resultados obtenidos, se plantean las siguientes recomendaciones:

**Estudio legal:** se debe mantener vigente y en orden toda la documentación y obligaciones relacionadas para el correcto funcionamiento del abastecedor; todo esto evita sanciones económicas e inclusive el derecho al funcionamiento.

**Estudio de mercado:** una recomendación de gran relevancia en el establecimiento de un abastecedor es siempre considerar y estudiar la oferta y la demanda ya que todo esto conlleva planes de acción, en los cuales se deben efectuar investigaciones periódicas para establecer si la demanda aumenta o disminuye.

También realizar estudios de mercado, entre ellos un estudio para determinar la economía, las edades de los consumidores, los gustos y las preferencias. Todos los aspectos comentados son fundamentales ya que esto permite, en primer lugar, que el negocio se acople de la mejor manera a los consumidores, ofreciendo los productos deseados y, en segundo lugar, determinar si debe aumentar o disminuir la cantidad de artículos comprados para la venta.

En el estudio se determina que un aspecto muy importante para los consumidores es la variedad de productos por lo cual es crítico si al momento de la visita de un cliente no se puede contar con los artículos que el mismo requiere.

El establecimiento de un abastecedor de abarrotes -al ser un negocio que posee competencia directa- conlleva una mayor responsabilidad para capturar el interés de los consumidores de manera constante. Una forma de lograrlo es mediante una publicidad exitosa, la cual según el estudio revela que el medio de preferencia son las redes sociales. Cabe destacar que el negocio por establecer no puede competir con los grandes supermercados por lo cual un aspecto indispensable sobre el mismo es la atención al cliente con calidad.

**Estudio técnico:** dentro de los resultados obtenidos acerca del estudio técnico, se recomienda estar atento a las novedades tecnológicas en los mercados de consumo porque este factor es indispensable para ser un negocio diferente al resto y

obtener ventajas competitivas, logrando además algunos beneficios ante las grandes cadenas de supermercados.

Entre los aspectos destacados, se puede considerar la creación de una página web que posibilite a los clientes seleccionar los productos que desean y posteriormente que los mismos sean entregados en sus hogares.

**Estudio financiero:** entre las recomendaciones financieras, es necesario siempre enfocarse en la optimización del negocio y la reducción de costos mediante, por ejemplo, alianzas estratégicas con los proveedores. Si se les facilita publicidad, pueden obtenerse mejores precios o regalías, incluso refrigeradores para la venta de sus productos.

También dentro del estudio financiero se propone realizar una búsqueda de las mejores tasas de interés en el mercado para los financiamientos necesarios e inclusive se debe considerar la colocación o inversión de excedentes, debido a que estos pueden impulsar un crecimiento mucho más acelerado del negocio en estudio y con ello una ventaja competitiva.

**CAPÍTULO VI**  
**PROPUESTA**

## 6.5 PROPUESTA

A raíz de la investigación hecha para el establecimiento de un nuevo abastecedor en el barrio de Cubujuquí de Heredia, se establece una propuesta para que el mismo destaque en el mercado.

### Logo del abastecedor

Para el logo del abastecedor, se propone un diseño simple que represente con un ícono de un carrito de compras el nuevo abastecedor, el cual se coloca en la página de Facebook, la publicidad y los rótulos cotizados para el proyecto.



*Figura 10*  
Logo del abastecedor de abarrotes  
Fuente: Elaboración propia

### Publicidad del abastecedor

Para efectuar la publicidad del abastecedor, se reparten volantes dentro del distrito de Mercedes y principalmente en el barrio de Cubujuquí durante las primeras tres semanas del mes de mayo 2019, con el fin de dar a conocer el nuevo negocio.

Además se crea una página de internet que permita dar a conocer este dentro de los medios electrónicos y se agrega un rótulo de dos metros de largo por uno de

ancho lumínico con el logo para identificarlo. Esto se realiza por medio de la empresa Publismart durante los primeros días del mes de mayo 2019.

Dentro de la publicidad que se realiza por medios electrónicos, se contempla llevar a cabo tres rifas de tres canastas con productos, las cuales tienen aproximadamente un costo de 100 000,00 colones cada una.

Cada rifa se efectúa por medio de la página de Facebook durante las primeras tres semanas de la apertura del negocio y se sortea entre las primeras 100 personas que le den un me gusta a la página y compartan la misma.

#### **6.5.1 Presupuesto**

A continuación, se detalla el presupuesto para el establecimiento del supermercado, el cual involucra la compra de todos los productos necesarios para el funcionamiento del negocio.

Para la compra de los bienes requeridos durante un mes de venta, se necesita un monto aproximado de 4 746 234,28 colones, esta información se obtiene gracias al estudio y colaboración del negocio hermano.

Tabla 23  
 Tabla de costos por compra de producto

<b>PRODUCTOS</b>	<b>Costo unitario</b>
<b>Caramelos, confitería</b>	
Caramelo Halls 100 Unidades	20.46
Chocolate Milan 12 Unid	76.75
Confite gallo Frut 100 Unid	12.60
Confite gallo Mor 100 Unid	12.60
Confite gallo Men 100 Unid	12.60
Confite Guayabita 36 Unid	53.14
Confite relle fresa 42 Unid	13.24
Confite pastilla menta 100 Unid	18.71
Confite pastilla violeta 24 Unid	77.96
Chiclets Clorets menta peq	46.83
Choc Gall Milan 30Un 282G	56.63
Choc Gall tapita 36un	56.64
Choc Table Tapita 6Un 138G	138.00
Choco Gallo Coraz 25UN	32.57
Choco Gallo Coraz con almen 25UN	32.57
Trident White Menta	210.32
Trident White Yerbabuena	210.32
<b>Cigarros</b>	
Derby Azul	1,636.40
Derby Mentol	1,727.30

Derby Rojo	1,636.40
Kool Click	1,515.17
L&M Forward	1,454.50
L&M Red Label	1,363.00
Malboro Blue	1,909.10
Malboro Gold	1,818.00
Malboro Rojo	1,909.00
Pallmart	1,212.08
Pallmart Click	1,287.83
Pallmart Haban	1,363.58
Rex	1,439.33
Viceroy	1,439.33
<b>Enlatados</b>	
Frijol Negro Ducal 156g	322.32
Frijol negro Ducal 298g	636.63
Maiz Dulce del tropico 14oz	482.81
Maiz Dulce del tropico 245g	364.74
Vegetal Mixto del tropico 8oz	352.09
Frutas y verduras	
Compra x semana	135,000.00
<b>Granos</b>	
Arroz Halcon Precocido 900G	742.91
Arroz Luisiana 1800g	1,212.75
Arroz Tio Pelon Azul 1K	568.05

Arroz Tio Pelon Rojo 1K	1,215.27
Avena Quaker 180g	371.49
Azucar Doña Maria 1k	641.69
Café 1820 1/4K	1,189.10
Café Avestruz 200G	582.67
Café Volio	1,227.60
Frijol Don Mario Negro 800g	707.04
Frijol Frijolito Negro 750g	763.40
Frijol Frijolito rojo 750g	887.25
<b>Lacteos</b>	
Alaska Vainilla	340.00
Cremonoleta Fresa	450.00
Choco Snak	253.00
Chocoleta	470.00
Crema Dulce 250ML	906.00
Delactoomy LT	921.00
Delig.frut . Trop 200ML BO	428.00
Deligurt Fresa 200 ML BO	428.00
fresco leche Chocol 250ML	315.69
fresco leche Fresa 250ML	315.69
Fresco Leche Vainilla	315.69
Helado Comb/Lim 1 Pinta	1,263.00
Helado Vaini Chips	1,263.00

Hel Comb/lim 1/4GL	2,090.00
Hel Comb/vain 1/4GL	2,090.00
Hel Vainilla 1/4GL	2,090.00
Krunchy Krips UD	471.00
Lactocrema 115G	626.00
Leche c/avena 3.5% 250ML	290.80
Leche Descremada LT	851.00
Leche Estandar 1/2 litro	292.00
Leche gable top 2% 1.8 LT	937.00
Leche Pasteurizada 2% 1L	536.00
Mini Sandw	216.00
Nat. Granja 115GR	284.00
Nat. Granja C/SAL 300GR	616.00
Pal. Alask Frambuesa-Limon	71.00
Pal. Alask Frutas	71.00
Pal. Alask Pinol	142.00
Pal. Alask Chocol	142.00
Q. Crema T. Americ 100 GR	526.00
Queso crema 210 G Taza	979.00
Super Cono	435.00
Trits Vet. Choolate	704.00
Yog. Fresa C/Top arro 150g	625.00
<b>Refrescos</b>	

Canada Dry 2L	1,250.00
Canada Dry 600ML	708.33
Coca Cola 2.5L	920.33
Coca Cola 355ML	375.00
Coca Cola 6.5OZ	166.67
Coca Cola 600ML	1,416.67
Coca Cola 12OZ	291.67
Coca Cola Light	708.33
Coca Cola Light 2L	1,423.00
Coca Cola SA (Sin azucar) 6.5OZ	125.00
Coca Cola 3L	1,673.91
Fanta Kolita 3L	1,666.67
Fanta Naranja 3L	1,666.67
Fanta Tor 3L	1,666.67
Fanta Kol 12 OZ	333.33
Fanta Uva 355ML	375.00
Fan Uva 600ML	708.33
Fanta kol 355ML	375.00
Fan Koli 600ML	708.33
Fanta Nar 12 OZ	333.33
Fanta Nar 355ML	375.00
Fanta Tor 355ML	375.00
Fan Toron 600ML	708.33

Fresco Mixto 200ML del valle	147.49
HI-C 250ML	294.99
HI-C 330ML	368.73
Jugo Naranja 1.2 PP	463.54
Jugo Naranja 1.4L	267.78
Jugo Naranja 1.8L	1,168.66
Jugo Naranja 1L	672.96
Lio te 100g	230.27
Nectar Mixto 200ml	213.00
Powerade 400ML	405.61
Powerade 600ML	663.67
Tang Naranja 12u	155.42
Tang Limon 12u	155.42
Tang Ponche de Frutas 12u	155.42
Tang Te Frio 12u	155.42
Tortillas	
Campesina 1x15	781.00
Del Fogon 1x20	1,094.00
Fogon 10 uds	647.00
Tortirica 1x10	491.00
Tortirica1x25	960.00
<b>Otros</b>	
Aceite Clover 1/2LT	531.65
Achiote Achiotin 90G	345.00

Baygon Plaquitas	64.04
Bolsa de basura Vikingo Grande	395.90
Bolsa de basura Vikingo Jardin	660.19
Bombillo Phillips 100W	274.33
Bombillo Phillips 75W	274.33
Candela en paquete 20u	79.10
Champu Pantene	69.32
Clorox 450 ml	299.19
Cloro Blanquita 450ML	197.80
Consome Maggi 1X12	19.68
Cuchara Polipak Gde	146.06
Desinf tronex 450ml floral	226.84
Desinf tronex 450ml limón	226.84
Detergente Unox	85.32
Empanizador Knorr 60G	424.93
Fideos caracolitos Roma 250g	458.87
Fideo Spaguetti Roma 250g	431.91
Fideos Lengua Roma 250g	454.64
Frijol Molido don Mario rojo 800g	707.04
Frijol molido lizano negro 227g	494.02
Tortimasa 500g	665.00
Gato de Papel	344.08
Manteca Clover 460	381.24

Mayonesa Lizano 100g	400.84
Mayonesa Lizano 200g	703.74
Papel Higienico ideal	1,553.88
Pastillas Dorival 60	103.74
Platos polipak #7	289.65
Platos polipak #9	354.90
Prestobarba Desechable	319.90
Salsa Lizano 135ml	465.89
Sopa Maruchan Pollo	243.04
Sopa Maruchan Res	243.04
Tabasco Lizano Peq	455.87
Vasos polipak #7	178.69
Vasos polipak #9	202.35
<b>Total</b>	<b>234,429.43</b>

Fuente: Elaboración propia

### 6.5.2 Cronograma

A continuación, se presenta el cronograma con el plan de actividades para el establecimiento del nuevo abastecedor en el barrio de Cubujuquí de Heredia durante el año 2019.

Semanal	Febrero				Marzo				Abril				Mayo				Junio			
	Semanas				Semanas				Semanas				Semanas				Semanas			
Detalle	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Creacion de la sociedad y registro de marca	■	■	■	■	■	■														
Tramites para prestamo			■	■	■	■														
Tramites para solicitud de patente				■	■	■	■													
Inscripción ante el ministerio de hacienda						■	■	■	■	■										
Contratación sobre alquiler del local									■	■										
Compra o realización de la inversión inicial											■	■	■	■						
Colocación de los bienes en el negocio											■	■	■	■						
Colocación de rotulos y volanteos													■	■	■					
Contratación de personal														■	■	■				
Apertura del negocio																	■			

## BIBLIOGRAFÍA

- Baca, G. (2016). *Evaluación de proyectos*, (8° ed.). Ciudad de México: McGraw-Hill Interamericana.
- Barrantes, R. (1999). *Investigación. Un camino al conocimiento: un enfoque cuantitativo y cualitativo*. Costa Rica: EUNED.
- Cámara de Comercio de Costa Rica. (2018). Recuperado de: <http://camara-comercio.com/>
- Castillero, O. (2017). *Psicología y mente*. Recuperado de: <https://psicologiymente.com/miscelanea/tipos-de-investigacion>
- Castillo, M. y Rivera, S. (2017). *Costa Rica según los principales indicadores de desarrollo*. Recuperado de: <http://www.odd.ucr.ac.cr/sites/default/files/Documents/Indicadores-Internacionales-de-Desarrollo/Serie-IID-12-CRIIDAC.pdf>
- CrearEmpresa. (s.f). *Decreto n.° 37593*. Recuperado de: <https://crearempresa.go.cr/cfmx/plantillas/gobDigital/Reglamento%20CrearEmpresa.pdf>
- El Financiero. (10 de julio de 2015). ¿Cuáles trámites debo realizar para formalizar a mi pyme? *El Financiero*. Recuperado de: <https://www.elfinancierocr.com/pymes/cuales-tramites-debo-realizar-para-formalizar-a-mi-pyme/5OECOKIRKNBYLO2QWT35LBRABM/story/>
- Gobierno de Costa Rica. (2013). *Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica*. Recuperado de: <https://www.mideplan.go.cr/>
- Gobierno de Costa Rica. (2017). *Ministerio de Trabajo y Seguridad Social*. Recuperado de: [http://www.mtss.go.cr/prensa/comunicados/2017/octubre/sector\\_privado\\_aumento\\_salario.html](http://www.mtss.go.cr/prensa/comunicados/2017/octubre/sector_privado_aumento_salario.html)
- Gobierno de Costa Rica. (2018). *Ministerio de Hacienda*. Recuperado de: <https://www.hacienda.go.cr/>
- Gobierno de Costa Rica. (2018). *Ministerio de Salud*. Recuperado de: <https://www.ministeriodesalud.go.cr/index.php>
- Gobierno de Costa Rica. (2018). *Ministerio de Trabajo y Seguridad Social*. Recuperado de: <http://www.mtss.go.cr/>

- Gobierno de Costa Rica. (s.f.). *Ministerio de Economía, Industria y Comercio*. Recuperado de: <https://www.meic.go.cr/meic/web/220/tramites-y-servicios/registros/registro-de-empresas-pyme.php>
- Gobierno de Costa Rica. (s.f.). *Registro Nacional*. Recuperado de: <https://www.rnpdigital.com/>
- Gobierno Local. (s.f.). *CrearEmpresa*. Recuperado de: <https://crearempresa.go.cr/cfmx/plantillas/gobDigital/bienvenidos.cfm>
- Grupo Banco Mundial. (s.f.). *Tiempo necesario para iniciar un negocio (días)*. Recuperado de: <https://datos.bancomundial.org/indicador/IC.REG.DURS>
- Gutiérrez, J. (2012). *Matemáticas financieras*. Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.
- Hernández, J. y García, L. (s.f.). *Metodología en investigación*. Recuperado de: <http://fournier.facmed.unam.mx/deptos/seciss/images/investigacion/22.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGraw Hill.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2014). *Instituto Nacional de Estadística y Censos*. Recuperado de: <http://www.inec.go.cr/>
- Kotler, P. y Keller, K. (2012). *Dirección de marketing*, (14° ed.). Juárez, México: Pearson Education.
- Lang & Asociados. (s.f.). *Registrar una marca*. Recuperado de: [https://www.langcr.com/esp/registro\\_marcas.html](https://www.langcr.com/esp/registro_marcas.html)
- Lawrence, J. y Chad, J. (2018). *Principios de administración financiera*, (12° ed.). Naucalpan de Juárez, México: Pearson Educación.
- Levine, D., Krehbiel, T. y Berenson, M. (2014). *Estadística para administración*, (6° ed.). Estado de México: Pearson Educación.
- Marradi, A., Archenti, N. y Piovani, J. (2012). *Metodología de las ciencias sociales*, (2° ed.). Buenos Aires, Argentina: Cengage Learning.
- Méndez, J. (2011). *La economía en las empresas*, (4° ed.). México DF: McGraw-Hill Interamericana.
- Méndez, J. (2014). *Fundamentos de economía para la sociedad del conocimiento*, (6° ed.). México DF: McGraw-Hill Interamericana.

- Mercado, H. y Palmerín, M. (s.f.). *La internacionalización de las pequeñas y medianas empresas*. Recuperado de: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007c/334/index.htm>
- Ministerio de Hacienda. (1999). *Reglamento a la ley de impuesto sobre la renta*. Recuperado de: <https://costarica.eregulations.org/media/reglamento%20a%20la%20ley%207092%20del%20impuesto%20sobre%20la%20renta.pdf>
- Monferrer, D. (2013). *Fundamentos de marketing*. Castellón, España: Publicaciones de la Universidad Jaume.
- Municipalidad de Heredia. (2018). *Datos generales*. Recuperado de: <https://www.heredia.go.cr/es/el-canton/datos-generales>
- OK DIARIO. (2018). *Manual del emprendedor*. Recuperado de: <https://okdiario.com/economia/emprendedores/2016/02/13/que-sirve-estudio-mercado-70108>
- Parkin, M. (2014). *Economía*, (11° ed.). Naucalpan de Juárez, México: Pearson
- Poder Ejecutivo. (9 de setiembre de 1988). Reglamento a Ley del Impuesto sobre la Renta. (Decreto n.° 18445, 1988). 23 de setiembre de 1988.
- Principio de administración financiera*, (12° ed.). (2012). Naucalpan de Juárez, México: Pearson Educación.
- Romero, A. (2013). *Contabilidad práctica para no contadores*. México D.F: McGraw-Hill Interamericana.
- Sapag, N. (2011). *Proyectos de inversión, formulación y evaluación*. Santiago de Chile: Pearson Educación.
- Sapag, N. (2014). *Preparación y evaluación de proyectos*, (6° ed.). Santiago de Chile: McGraw-Hill Interamericana.
- Superintendencia de Pensiones (SUPEN). (2018). *Superintendencia de Pensiones, Costa Rica*. Recuperado de: <https://www.supen.fi.cr/inicio>
- Superintendencia General de Seguros (SUGESE). (s.f.). *Escala de riesgos de trabajo*. Recuperado de: [http://www.sugese.fi.cr/sala\\_prensa/comunicados/historico/Escala\\_Riesgos\\_trabajo.pdf](http://www.sugese.fi.cr/sala_prensa/comunicados/historico/Escala_Riesgos_trabajo.pdf)

## GLOSARIO

### B

#### **Bienes complementarios**

Los bienes complementarios son aquellos que se utilizan de forma conjunta para satisfacer alguna necesidad. 26

#### **Bienes sustitutos**

Es aquel bien que puede satisfacer la misma necesidad que otro producto o bien. 26

### C

#### **Caja Costarricense de Seguro Social (CCSS)**

Institución pública encargada de la seguridad social en la República de Costa Rica. 54

### D

#### **Demandantes**

Es el individuo o persona que adquiere bienes o servicios en un mercado para satisfacer una necesidad. 24

### F

#### **Fondo de capitalización laboral (FCL)**

Es un ahorro laboral creado por la Ley de Protección al Trabajador y administrado por las operadoras de pensiones complementarias (OPC) del cual puede disponer de quedarse sin empleo o al cumplir cinco años de relación continua con un mismo patrono. 88

### G

#### **Gran Área Metropolitana (GAM)**

Es la principal área metropolitana de Costa Rica. La GAM incluye las conurbaciones de San José, Alajuela, Cartago y Heredia. 8

#### **Grupo demográfico**

Es la clasificación de la población en grupos determinados como por la edad, género, nivel de estudio. 25

### I

#### **Índice de desarrollo humano (IDH)**

Es un indicador creado por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo con el fin de determinar el nivel de desarrollo que tienen los países del mundo. 12

#### **Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC)**

El Instituto Nacional de Estadística y Censos es una institución autónoma del Gobierno de Costa Rica, encargada de la producción y divulgación estadística en el país. 8

### M

#### **Mercado de bienes y servicios**

Es el mercado donde las personas ofrecen productos y servicios que producen a las familias o empresas y estas a su vez demandan dichos bienes y servicios. 25

#### **Mercado financiero**

Es el mercado donde se captan, se prestan y se toman los recursos financieros, como bonos y acciones financieras. 25

#### **Mercado laboral**

Es el mercado donde las familias venden servicios laborales (ofrecen su trabajo) por un salario y las empresas compran dichos servicios (demandan trabajo). 25

### O

#### **Oferentes**

Es el individuo que ofrece un producto o servicio en un mercado con el fin de conseguir ganancias en contrapartida con los oferentes. 24

#### **Operadora de Pensiones Complementaria (OPC)**

Es una entidad financiera encargada de administrar los aportes, construir y administrar fondos de capitalización laboral y los fondos de pensiones correspondientes al

<p>Régimen Complementario de Pensiones y los beneficios correspondientes, conforme a las normas de la Ley de Protección al Trabajador (Ley 7983), la cual entra en vigencia el 18 de febrero del año 2000. 88</p> <p><b>P</b></p> <p><b>Punto de equilibrio</b> En el ámbito de las finanzas, hace referencia al nivel de ventas de una empresa para cubrir los costes fijos y variables 105</p> <p><b>R</b></p> <p><b>Régimen simplificado</b> El Régimen de Tributación Simplificada constituye una opción de acceso voluntario y sencillo para que los pequeños contribuyentes cumplan con los deberes tributarios, simplificando sus obligaciones y su contabilidad. 83</p> <p><b>S</b></p> <p><b>Secretaría Técnica Nacional Ambiental (SETENA)</b> Institución encargada armonizar el impacto ambiental con los procesos productivos, así como analizar las evaluaciones de impacto ambiental y resolverlas dentro de los plazos previstos por la Ley General de la Administración Pública 53</p> <p><b>Sector primario</b> Sector de la economía de extracción de las materias primas 11</p> <p><b>Sector secundario</b> Sector de la economía que transforma la materia prima 11</p> <p><b>Sector terciario</b> Sector de la economía que no está relacionado con la extracción ni transformación de la materia prima de bienes materiales 11</p> <p><b>Sesgo</b> El sesgo de investigación constituye un proceso en el cual los científicos que realizan la investigación influyen en los resultados, con el fin de representar un determinado resultado. 41</p>	<p><b>Sociedad mercantil</b> Es una sociedad que tiene como objetivo la realización de actos de comercio o, en general, una actividad sujeta al derecho mercantil 53</p> <p><b>Superintendencia General de Seguros (SUGESE)</b> Es la entidad responsable de la autorización, regulación y supervisión de las personas, físicas o jurídicas, que intervengan en los actos o contratos relacionados con la actividad aseguradora, reaseguradora, la oferta pública y la realización de negocios de seguros. 89</p> <p><b>T</b></p> <p><b>Tasa interna de retorno (TIR)</b> La tasa interna de retorno es la tasa de interés o rentabilidad que ofrece una inversión, es decir, es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto. 104</p> <p><b>V</b></p> <p><b>Valor actual neto (VAN)</b> El valor actual neto es un criterio de inversión que consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto o inversión para conocer cuánto se va a ganar o perder con esa inversión 103</p> <p><b>Viabilidad comercial</b> Es el estudio que indica si el mercado es o no sensible al bien que producirá o al servicio que ofrecerá. 15</p> <p><b>Viabilidad organizacional</b> Es el estudio que define si existen las condiciones mínimas necesarias para garantizar la viabilidad de la implementación de un proyecto, tanto en lo estructural como en lo funcional. 15</p> <p><b>Viabilidad técnica</b> Es el estudio que analiza las posibilidades materiales, físicas o químicas de producir el bien o servicio que desea generarse con el proyecto. 15</p>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## **ANEXOS**

**Anexo n.º 1: Encuesta realizada****1) Seleccione su género**

- A. Femenino
- B. Masculino

**2) Seleccione el rango de edad en el cual se encuentra**

- A. Menor de 18 años de edad
- B. De 18 años a 25 años de edad
- C. De 26 a 35 años de edad
- D. Más de 45 años

**3) Cuál es el monto de su ingreso económico mensual en su hogar**

- A. Menor a 300 000,00 colones
- B. Mayor a 300 000,00 y menor a 550 000,00 colones
- C. Mayor a 550 000,00 y menor a 750 000,00 colones
- D. Mayor a 750 000,00 colones

**4) ¿Qué es lo principal que considera usted dentro de un establecimiento comercial?**

- A. Atención al cliente
- B. Variedad de productos
- C. Orden y aseo en el establecimiento
- D. Precios

**5) De las siguientes opciones, enumere del 1 al 3, siendo 1 el más importante y 3 el menos importante en un establecimiento comercial**

- a) Servicio al cliente
- b) Horario de atención
- c) Variedad de productos

- 1. \_\_\_\_\_
- 2. \_\_\_\_\_
- 3. \_\_\_\_\_

**6) ¿Cuál es el tipo de atención al cliente que es el de su preferencia para el establecimiento de un abastecedor de abarrotes?**

- A. Autoservicio
- B. Atención directa al cliente

**7) ¿Dónde acostumbra usted a comprar sus productos de consumo diario o abarrotes?**

---

---

**8) ¿Por qué realiza sus compras en tal lugar o establecimiento?**

- A. Precios de los bienes
- B. Disponibilidad de recursos
- C. Mejor ubicación geográfica
- D. Calidad en atención al cliente

**9) ¿Encuentra usted variedad de productos en el abastecedor donde realiza sus compras?**

- A. Sí
- B. No

**10) ¿Cuál es su frecuencia de compra de productos sobre la canasta básica?**

- A. 1 vez al mes
- B. 2 veces al mes
- C. 3 veces al mes
- D. 4 o más veces al mes

**11) ¿Con qué frecuencia logra usted encontrar los bienes que busca dentro de los abastecedores de abarrotes?**

- A. Siempre
- B. Casi siempre
- C. Algunas veces
- D. Nunca

**12) ¿Cuál es el monto promedio que normalmente gasta en cada compra de abarrotes en pulperías?**

- A. Menor a 10 000,00 colones
- B. Mayor a 10 000,00 y menor a 20 000,00 colones
- C. Mayor a 20 000,00 y menor a 30 000,00 colones
- D. Mayor a 30 000,00 colones

**13) ¿Cómo considera usted los tiempos de atención o de compra en los abastecedores o supermercados donde habitualmente realiza la adquisición de sus bienes?**

- A. Excelente
- B. Bueno
- C. Regular
- D. Malo

**14) ¿Encuentra usted variedad en precios en la venta de abarrotes sobre los abastecedores dentro de Cubujuquí de Heredia?**

- A. Sí
- B. No
- C. Lo desconozco

**15) Debe usted desplazarse a un lugar distinto al de su residencia para encontrar los abarrotes que requiere**

- A. Sí
- B. No

**16) ¿Compraría usted abarrotes por medio de una página de internet o aplicación?**

- A. Sí
- B. No

**17) ¿Cuál es el canal informativo de su preferencia para dar a conocer el establecimiento de un nuevo negocio o servicios?**

- A. Carteles
- B. Redes sociales
- C. Vallas publicitarias
- D. Volantes publicitarios

**18) ¿Estaría usted interesado en que los abastecedores de abarrotes cuenten con programa de reciclaje para el correcto tratado de los residuos?**

- A. Sí
- B. No

**19) ¿Estaría dispuesto a comprar en un nuevo abastecedor en la comunidad de Cubujuquí de Heredia?**

- A. Sí
- B. No
- C. Tal vez

## **Anexo n.º 2: Entrevista realizada**

### **1) ¿Cuánto tiempo posee el abastecedor en el mercado?**

El negocio posee bastante tiempo de ofrecer el servicio a los consumidores o clientes, aproximadamente se poseen 35 años de participar en el mercado.

### **2) ¿Cuál es el horario de atención que posee el abastecedor?**

De lunes a sábado se maneja un horario de atención de 5 de la mañana a 8 de la noche y los domingos de 5 de la mañana a 3 de la tarde.

### **3) ¿Qué facilidades de pago se ofrecen a los clientes?**

Únicamente se acepta y maneja pagos en efectivo.

### **4) ¿Qué tipo de productos se ofrecen para la venta al cliente?**

Se ofrece al cliente abarrotes como bebidas gaseosas, helados, *snacks*, granos básicos, productos de limpieza para el hogar, enlatados, diferentes tipos de pan, algunos medicamentos, artículos de cuidado personal, además de verduras.

### **5) ¿Qué tipo de servicio para la atención al cliente se brinda en el abastecedor?**

El tipo de servicio que se brinda en el abastecedor es una atención directa al cliente, en este local las personas solicitan los productos que desean al colaborador del negocio, posteriormente este les entrega lo solicitado y realiza el cobro del producto.

**6) ¿Qué tan frecuente se realizan ofertas al cliente?**

No se realiza ningún tipo de oferta a los clientes.

**7) ¿Brinda algún tipo de beneficio para crear clientes frecuentes e incentivarlos a la compra?**

No se realiza ningún tipo de ofertas al cliente o beneficio.

**8) ¿Trabaja usted variedad de productos y diferentes marcas de estos?**

Sí se ofrece variedad de marcas y variedad de productos a nuestros clientes.

**9) ¿Aproximadamente cuántas personas realizan compras semanalmente?**

Aproximadamente se reciben unos 300 clientes semanales.

**10) ¿Con cuánto personal cuenta el establecimiento?**

Se poseen 2 personas que atienden nuestros clientes.

**11) ¿Posee usted convenios con algún proveedor?**

Actualmente en el negocio no se maneja ni se posee ningún convenio con los proveedores.

**12) ¿Cuenta usted en el negocio con dispositivos tecnológicos que le faciliten mantener la seguridad dentro del local o bien un sistema que facilite el inventario y la facturación?**


No, actualmente no se posee ningún dispositivo de seguridad dentro del negocio, el servicio brindado de atención directa al cliente por lo cual se posee una mayor

seguridad de cada bien. Relacionado al sistema para inventarios o facturación, tampoco se posee ningún dispositivo, todo es realizado de manera manual.

**13) ¿Conoce usted cuál es el producto que genera mayor rentabilidad y por qué?**

Los productos que generan mayor rentabilidad son las bebidas gaseosas y las verduras, esto porque estos productos permiten mayor rango de ganancia entre el costo y el precio oficial.

**Anexo n.º 3: Formulario de solicitud de licencia o patente comercial**



**HEREDIA**  
GOBIERNO LOCAL

**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 sito en: Calle \_\_\_\_\_ Avenida \_\_\_\_\_ Distrito: \_\_\_\_\_ Edificio: \_\_\_\_\_

Piso: \_\_\_\_\_ Local: \_\_\_\_\_ Teléfono: \_\_\_\_\_ Fax: \_\_\_\_\_ Otras Señas: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**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, abajo firmantes, de las calidades antes mencionadas, apercibidos de las penas con que la legislación castiga los delitos de falso testimonio y perjurio, declaro que toda la información anotada anteriormente es verdadera y real. Asimismo, se exonera a la Municipalidad de Heredia, con base en la presente declaración jurada y la información adjunta, por el otorgamiento de **Licencia Comercial (solicitud nueva)**. Adicionalmente, tengo 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 inmueble, si se llegase a comprobar alguna falsedad de la presente declaración, errores u omisiones en los documentos o información aportada, por lo tanto, dejo autorizado a las autoridades de este gobierno local para que procedan a verificar y aplicar conforme las medidas previstas en el ordenamiento jurídico, y si fuere el caso interponer las denuncias correspondientes ante el Ministerio Público, Ministerio de Salud y otras instancias; siendo el suscrito responsable de todas las implicaciones que esto conlleva. En 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 empleados: \_\_\_\_\_

Inventarios (en colones): \_\_\_\_\_ Fecha de inicio de la actividad: \_\_\_\_\_

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

Tipo de Actividad: Comercio:  Industria:  Servicios:  Agrícola y Agropecuaria:

Conforme a lo estipulado en la Ley de Impuestos Municipales del Cantón Central de Heredia Ley N° 9023, Art 2° y siguientes y el Art 75° del Código Municipal, nadie 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 Moresidad:** Responsable de la verificación interna hace constar que el solicitante se encuentra al día ( ) no se encuentra al día ( ) con los tributos municipales para el presente trámite, al día \_\_\_\_\_

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

Cantidad de folios recibidos \_\_\_\_\_ Firma del funcionario \_\_\_\_\_

**INFORMACIÓN IMPORTANTE PARA REALIZAR ESTE TRAMITE**

Estimado Contribuyente recuerde que por Seguridad y Accesibilidad, las aceras 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](http://www.heredia.go.cr)



**Dirección de Servicios y Gestión de Ingresos**  
**Sección de Servicios Tributarios**

**REQUISITOS PARA LA LICENCIA COMERCIAL**

- Formulario completo de la Solicitud de Licencia de Comercial Municipal con todos los datos requeridos, debidamente firmado por la persona interesada y por el representante legal cuando corresponda. (Incluye Declaración Jurada y Firma del Solicitante y del dueño del Inmueble).
- Fotocopia de la Cédula de Identidad del solicitante o del representante legal (según el caso) y del dueño del inmueble en caso de que el local se alquile y la Certificación de Personería Original (un mes de vigencia) si es una persona jurídica, o bien Fotocopia de Cédula de Residencia en caso de ser extranjero (vigente).
- Fotografía Digital o Impresa del local
- Estar al día con las obligaciones de la CCSS. Cumplimiento Art. 74 Ley Constitutiva CCSS
- Encontrarse al día con el pago del FODESAF (mtsa.gov.cr)
- Certificado de Uso de Suelo
- Fotocopia del Permiso Sanitario de Funcionamiento extendido por el Ministerio de Salud, cuando sea necesario de conformidad con lo que establece el Decreto N° 34725-1 (vigente, a nombre del solicitante)
- Fotocopia de la Póliza de Riesgos de Trabajo del Instituto Nacional de Seguros INS (contrato y recibo vigente).
- Encontrarse al día con el pago de tributos municipales(solicitante y dueño del inmueble)
- Copia del documento emitido por el ministerio de Hacienda donde conste la fecha de inscripción como declarante

La información declarada por el patentado en el formulario tiene el carácter de declaración jurada, por lo que si los datos son falsos, la pena impuesta es de tres meses a dos años de prisión, según el artículo 311 del Código Penal y sus reformas.

**REQUISITOS ESPECIALES SEGÚN LA ACTIVIDAD EXIGIDAS POR OTRAS INSTANCIAS**

-Parques Públicos: Resolución del Departamento de Ingeniería Vial del MOPT, que indique la capacidad del parque.	-Venta de Armas: Visto bueno del Ministerio de Seguridad Pública de Departamento de control de armas y explosivos.
-Compra y Venta: Apagarse a la Ley de Compras y Ventas, es exclusiva de personas físicas y aportar 3 declaraciones juradas de comercios afines a la actividad (autenticadas) es necesaria también la Inspección de Patentes.	-En caso de actividades tales como: talleres mecánicos, carnicerías, restaurantes, salas de juegos, pensiones, hoteles, deshuasadoras, tejós, y similares, lavado de autos, es necesario la Inspección.
-Venta de Licencias como actividad Primordial o Secundaria a la actividad comercial todo establecimiento que incluya debe ajustarse a lo establecido en la Ley de Licencias y su reglamento, demás normativas que rige lo materia, además será necesaria la inspección por parte del Departamento de Servicios Tributarios.	-En caso de salas de juegos donde se instalan máquinas de juegos, juegos de video o juegos de habilidad y destreza, tanto electrónicos como virtuales, deberán ajustarse a lo establecido en la Ley de juegos y su reglamento, requisitos para máquinas de juegos, además de los reglamentos dictados por el municipio, es necesaria la inspección
-Permiso de SUTEL para los casos de Internet	
-Bancos, Financieras y Mutuales: debe de contar con el visto bueno de la Superintendencia General de Entidades Financieras (SUGEFIN)	-Servicio de Seguridad Privada- documento probatorio de que está inscrito en el Ministerio de Seguridad Pública.
-Puestos de Bolsa: debe de contar con el visto bueno de la Superintendencia General de Valores (SUGEBVAL)	-Universidades, colegios y escuelas visto bueno de la entidad reguladora de la actividad, Universidades Privadas del CENIFE
-Régimen de Pensiones: debe de contar con el visto bueno de la Superintendencia de Pensiones (SUPEN)	-Para el caso de las Universidades, después de aprobada la Patente Comercial, se debe de solicitar el visto bueno al CONESUP
-Servicio de Taxi carga: Autorización de ubicación previa por parte de la dirección de ingeniería de tránsito del Ministerio de Obras Públicas y Transportes (ajustamiento con rutas nacionales.	-Escuelas y Colegios Privados del Departamento de Centros Docentes Privados, Instituciones Para Universitarias del Consejo Superior de Educación.
-En caso de Régimen de Zonas Francas: acuerdo Ejecutivo de PROCOMER	-Venta de Lotería adjuntar certificación de ser concesionario Junta de Protección Social Art 3 y 8 de la Ley 7395
-Casinos categorización del Hotel por medio del I.C.T. de 3 o más estrellas, declaración de interés turístico.	-Radio emisoras Televisoras, TV por Cable y explotación de Frecuencias licencia extendida por la Oficina Nacional de Control.
-Gasolineras: Permiso de MINAE y SETENA.	-Venta y alquiler de películas, visto bueno del Ministerio de Justicia y Gracia.
-Guarderías: permiso del Consejo de Atención Integral.	-Parques Industriales: COMEX-ONDE deben dar visto bueno.
-Trámite de Patentes de Transporte (Taxis, Buses, Turismo): Presentar concesión aprobada por el MOPT.	-Permiso de ACAM, cuando se utilizara actividad musical en el lugar que implique su alteración total o parcial.
-Hospedajes, casas, pensiones, alojamientos y similares que ofrecen hospedaje, sala de masajes, otros ICT y Dirección de Migración y Extranjería, y IMAS (Ley 8343), Art 61	-Espectáculos públicos deberán ajustarse al Reglamento del Municipio.
-Lavado de vehículos concesión otorgada por el Departamento de aguas del Ministerio del Ambiente y Energía para la explotación del respectivo pozo	-El municipio realizará las inspecciones a los locales comerciales cuando lo considere.
-Juegos Permitidos: Son permitidos los juegos carteados o sea aquellos donde no haya envite, y los que por su índole contribuyen a la destreza y ejercicio del cuerpo. Requisitos: Además de cumplir con lo señalado en el Capítulo V de requisitos, deben aportar un Manual o estudio técnico de la máquinas que se instalan, que demuestre donde interviene la destreza del jugador.	-El cobro de patente se realizara según la fecha de inscripción de tributación, en caso de que el contribuyente difiera, deberá presentar las pruebas necesarias para el cambio.


- Recuerde que la presentación de este formulario no autoriza el inicio de la actividad lucrativa.
- Este formulario debe de venir completo, sin borrones ni tachones, de lo contrario no se aceptará. Será válido solamente el original.
- En caso de suspender su actividad comercial, debe proceder a presentar el Formulario de Eliminación de la Patente Comercial, caso contrario esta seguirá activa con sus respectivas consecuencias Fiscales y Legales.
- Debe indicar lugar o medio para recibir notificaciones, conforme a la ley 4755 Código de Normas y Procedimientos Tributarios.
- Asegúrese que la información que conste en los diferentes requisitos guardé igualdad en datos: el nombre del negocio, dirección, actividad comercial, etc.
- Cada año, después de tramitada su patente comercial debe presentar en el Departamento de Servicios Tributarios su Declaración Jurada del Impuesto de Patente junto con una copia de la Declaración de la Renta presentada a la Dirección General de Tributación Directa.

**Municipalidad de Heredia**

Avenida Central, Calle 0-1. Heredia

Central: (506) 2277-1400 | Fax: 2277-6766 | [www.heredia.gov.cr](http://www.heredia.gov.cr)

## Anexo n.º 4: Certificado para el uso del suelo

	<b>MUNICIPALIDAD DE HEREDIA</b> <b>DESARROLLO TERRITORIAL</b>
<input type="checkbox"/> <b>Certificado Uso de Suelo</b> Requisitos: - Copia clara plano Catastrado - Certificado informe registral	<input type="checkbox"/> <b>Alineamiento Municipal</b> Requisitos: - 2 Copias claras plano catastrado
<b>1) INFORMACIÓN DEL SOLICITANTE</b> Nombre del Solicitante: _____ N° Identificación: _____ Correo Electrónico: _____ Teléfono Celular: _____ Teléfono Residencia: _____	
<b>2) DATOS GENERALES DEL INMUEBLE</b> Propietario Registral del Inmueble: _____ N° Cédula: _____ Dirección exacta del Inmueble: _____ N° Plano Catastro: _____ N° Folio Real: _____ Área de la propiedad: _____ m <sup>2</sup> 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"/> Sí <input type="checkbox"/> No Indicar el tipo de construcción existente: _____	
<b>3) USO DE SUELO O LINEA DE COSTRUCCIÓN SOLICITADA</b> <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"/> Sí <input type="checkbox"/> No No Oficio: _____ Doy fe que todos los datos que aquí se consignan son fieles 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

FORM 10 2008-0044

**Anexo n.º 5: Declaración jurada del impuesto municipal**



**DECLARACION JURADA DEL IMPUESTO DE PATENTE COMERCIAL REGIMEN SIMPLIFICADO PARA PERSONAS FISICAS Y JURIDICAS CON ACTIVIDADES LUCRATIVAS**

Teléfonos: Central (506) 2277-1401 / [www.heredia.go.cr](http://www.heredia.go.cr)

Fecha límite para la entrega de declaración  
Segun Artículo 8 de la Ley 9023: Cada año a más tardar cinco días hábiles después de la fecha límite de entrega del formulario de declaración del impuesto de renta establecido por la Dirección General de Tributación

**USO MUNICIPAL**

Nº \_\_\_\_\_ PC- \_\_\_\_\_

**ES OBLIGATORIO SUMINISTRAR LA INFORMACION GENERAL Y COMPLETA**

PERIODO DE AFECTACION AÑO: \_\_\_\_\_

Patentado: \_\_\_\_\_ Cédula (Personal o Jurídica) N: \_\_\_\_\_

En caso de Persona Jurídica: Nombre del representante legal: \_\_\_\_\_ Cédula \_\_\_\_\_

Señalo lugar para notificación (diferente al local): \_\_\_\_\_

Nº Finca: \_\_\_\_\_ Teléfono: \_\_\_\_\_ Tel Celular: \_\_\_\_\_ Fax: \_\_\_\_\_

Nombre del Local Comercial: \_\_\_\_\_ Actividad: \_\_\_\_\_

Dirección del Local Comercial: \_\_\_\_\_

Correo electrónico: \_\_\_\_\_

**DETERMINACION DEL IMPUESTO**

De conformidad al artículo N° 16 de la Ley 9023, Publicada en La Gaceta N° 25 — Viernes 3 de febrero del 2012

Total Compras Anuales: \_\_\_\_\_ Multiplicado por (0,3%): \_\_\_\_\_ = Monto Anual Patente

Monto Trimestral de Patente \_\_\_\_\_ Monto timbre pro-parque 2% \_\_\_\_\_  
(Monto anual dividido entre 4): \_\_\_\_\_ (2% del monto trimestral de patente)

**ARTICULO 16.-** Porcentaje aplicable a contribuyentes del régimen simplificado

Para los contribuyentes del régimen simplificado, el cálculo anterior corresponderá a un caso como tres por ciento (0,3%) del valor de las compras anuales, producto que dividido entre cuatro determinará el impuesto trimestral por pagar y se tomará como patrimonio la declaración de impuesto presentada en Tributación, de la cual deberá adjuntar copia al Municipio. En caso de que no hayan operado durante todo el periodofiscal anterior, o sea solo durante una parte de él, se determinará con base en el promedio mensual obtenido en los meses declarados. El monto declarado se divide entre el número de meses presentados en la declaración y así se obtiene el promedio de un mes y multiplicándolo por doce se obtendrá el promedio anual de compras, que multiplicado por cero coma tres por ciento (0,3%) determina el impuesto anual de patentes.

**ARTICULO 17.-** Impuesto tocado de oficio

La Municipalidad, por medio del Departamento de Rentas y Cobranzas, está autorizada para determinar de oficio el impuesto de patentes municipales del contribuyente o el responsable cuando b) No haya presentado la declaración de patente municipal. En este caso se aplicará el monto de la patente del año anterior, más un treinta por ciento (30%) anual. No obstante, de forma posterior la Municipalidad podrá realizar una recalificación de conformidad con el inciso a) del presente artículo, verificación realizada por el Municipio ante la Dirección General de Tributación, de los ingresos brutos reportados.

**ARTICULO 27.-** Sanciones

Existen cinco tipos de sanciones:

d) Multa del diez por ciento (10%) del impuesto anual de patente a los contribuyentes que no presenten la declaración jurada del impuesto municipal, dentro del término establecido en esta ley, serán sancionados con una multa del diez por ciento (10%) del impuesto anual de patente pagado durante el período anterior. Esta multa deberá pagarse en un solo tracto con el pago del primer trimestre de cada año.

**REQUISITOS SEGUN LO ESTABLECE Art. 8, 9, 10, 25, Ley 9023**

\*Copia de la cédula del patentado o del representante legal

\*En caso de persona jurídica, personería original (un mes de vigencia)

\*Copia del formulario D105, los cuatro formularios de periodo fiscal con recibido conforme



\*En caso de tener más de una sucursal en el país, presentar certificación de contador público con el desglose de compras de cada sucursal del país.

\*En caso de periodo especial, adjuntar constancia o certificación vigente emitida por el Ministerio de Hacienda, en la cual indique la fecha de cierre del periodo de la empresa.

**USO MUNICIPAL**

Al día:  No  Requiritos Completos: Si  No



## Anexo n.º 6: Formulario de solicitud de permiso sanitario

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

## INSTRUCTIVO PARA LLENAR LA SOLICITUD DE PERMISO SANITARIO DE FUNCIONAMIENTO (PSF)

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

Anexo n.º 7: Formulario de inscripción ante el Ministerio de Hacienda

 					
<b>Declaración de inscripción en el Registro Único Tributario</b>					
<b>I. Identificación del obligado tributario</b>					
Número identificación *	Nombre completo *				
<b>II. Domicilio fiscal</b>					
Electrificadora *	Número medidor/NISE/Contrato *	Otros:			
Provincia *:	Cantón *:	Distrito *:			
Barrio:	Calle:	Avenida:			
Latitud	Longitud	Otras señas *			
<b>III. Datos de contacto del obligado tributario</b>					
Teléfono fijo 1 *	Teléfono fijo 2	Teléfono móvil 1 *	Teléfono móvil 2	Número fax 1	Número fax 2
Apartado postal	Código postal	Correo electrónico 1 *	Correo electrónico 2		
Redes sociales:					
<b>IV. Datos de la actividad económica</b>					
Fecha inicio *	Código actividad *	Descripción de la actividad *			
<b>Detalle descripción de la actividad económica *</b>					
Nombre comercial	Especialidad				
<b>Autorizaciones Especiales</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Solicitud para ser autorizado para imprimir comprobantes (facturas) <input type="checkbox"/></li> <li>• Solicitud para ser Comercializador Vehículos Usados <input type="checkbox"/></li> <li>• Solicitud para ser de Provedores Cajas Registradoras <input type="checkbox"/></li> </ul>					
<b>Dirección de la actividad económica</b>					
Provincia *:	Cantón *:	Distrito *:			
Barrio:	Calle:	Avenida:			
Teléfono fijo *	Otras señas *				
<b>V. Datos generales de sucursales y/o agencias</b>					
Nombre comercial o fantasía *	Fecha inicio *				
<b>Dirección de la sucursal y/o agencia</b>					
Provincia *	Cantón *	Distrito *			
Barrio	Calle	Avenida			
Teléfono fijo *	Otras señas *				
<b>VI. Información de representante legal</b>					
Número identificación *	Nombre completo *				
<b>Dirección del representante legal</b>					
Electrificadora *	Número medidor/NISE/Contrato *	otros:	Fecha inicio *:		
Provincia *:	Cantón *:	Distrito *:			

Barrio:	Calle:	Avenida:
Teléfono fijo *	Otras señas *	
Latitud	Longitud	Correo electrónico
<b>VII. Información de Apoderados</b>		
( ) Incluir		
Número identificación *	Apellidos y Nombre *	
Dirección del Apoderado		
Provincia *:	Cantón *:	Distrito *:
Barrio:	Calle:	Avenida:
Teléfono fijo *	Otras señas *	
Correo electrónico	Fecha de emisión del Poder:	
Tipo de certificación: Notario Público Digital		
<b>IX. Régimen tributario</b>		
Régimen tributario *:	Cierre fiscal *:	
<b>X. Clasificación</b>		
Impuestos ( X ):	Renta <input type="checkbox"/>	Ventas <input type="checkbox"/>
	Agente retención / Informante <input type="checkbox"/>	Declarante <input type="checkbox"/>
Impuestos específicos ( X ):		
Productos del Tabaco <input type="checkbox"/>	Selectivo de consumo <input type="checkbox"/>	
Fondos de inversión <input type="checkbox"/>	Salas de juego (casinos) <input type="checkbox"/>	
Bebidas alcohólicas <input type="checkbox"/>	Bebidas envasadas sin alcohol <input type="checkbox"/>	
<b>XII. Metodo de Facturación (X)</b>		
Comprobante Preimpreso <input type="checkbox"/>		
Auto impresor <input type="checkbox"/>		
Caja Registradora <input type="checkbox"/>		
Factura Electrónica (Emisor-Receptor Electrónico) <input type="checkbox"/>		
Factura Electrónica (Receptor Electrónico)-No Emisor <input type="checkbox"/>		
Factura Electrónica (Proveedores de sistemas gratuitos para la emisión de comprobantes electrónicos) <input type="checkbox"/>		
Factura Electrónica (Emisor-Receptor Electrónico/Proveedores de sistemas gratuitos para la emisión de comprobantes electrónicos) <input type="checkbox"/>		
Requisitos:		
a. Posee conexión a internet <input type="checkbox"/>		
b. Cuenta con firma electrónica <input type="checkbox"/>		
c. El sistema emite los respectivos archivos XML <input type="checkbox"/>		
Tipo de Sistema:		
I. Desarrollo interno <input type="checkbox"/>	ii. Sistema de un Proveedor <input type="checkbox"/>	
iii. Sistema gratuito de un Proveedor <input type="checkbox"/>	iv. Sistema gratuito del Ministerio de Hacienda <input type="checkbox"/>	
<b>XIII. Presentación. Autorización de tercero y autenticación de firma</b>		
El suscrito abogado tributario/representante legal, autorizo a: _____		
Número de identificación: _____ por el que habilito el servicio de inscripción subscrito en esta Declaración (C-110)		
Firma del abogado tributario o representante legal _____ N° crédito o de documento tributario _____		
NOTA: La firma del abogado tributario o del representante legal, deben ser auténticas, por abogado o notario.		
Autenticación:	Sello y Timbre	
Firma del Abogado o Notario		
* Campos obligatorios por completar, dependiendo la gestión.		
<b>DE USO EXCLUSIVO PARA LA ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA</b>		
Firma del Funcionario	Sello del RUT	Fecha de Recepción
Original: Administración Tributaria	Copia: Obligado Tributario	

Se declara bajo fe de juramento que los datos consignados en este formulario son ciertos, por lo que asumo las responsabilidades y consecuencias legales que correspondan en caso de falsedad, inexactitud, omisión.

Nuestros servicios son gratuitos



Me comprometo a mantener mi tarjeta de crédito, débito o cuenta de ahorros en condiciones para soportar estos cargos con la periodicidad y en los montos previamente acordados entre el Asegurado (Cliente) y el Instituto. Asimismo relevo al Instituto y a la(s) empresa(s) administradora(s) de la(s) tarjeta(s) de cualquier responsabilidad si en la cuenta no hay fondos suficientes para cubrir el pago o se ha superado el límite del crédito. En caso de que el pago no se de por causas no atribuibles al asegurado no habrá exención de responsabilidad y no cesará la protección de la póliza.

**La expedición de este contrato y el pago de la prima implica, de manera inmediata la aceptación del riesgo en las condiciones descritas en este documento por parte del Instituto Nacional de Seguros.**

Por la presente declaro que toda información anterior ha sido dictada o escrita por mí, es completa y verdadera y forma la base sobre la cual se fundamenta el Instituto Nacional de Seguros para emitir la póliza que solicito y que cualquier información falsa o inexacta causará la nulidad de la misma. Asimismo, doy fe que en este acto recibo, acepto y entiendo las Condiciones Generales del seguro contratado que forman parte de la póliza y que también pueden ser consultadas en la página Web del Instituto Nacional de Seguros [www.ins-cr.com](http://www.ins-cr.com). Convengo en que cualquier falsedad o inexactitud de los datos brindados en la presente solicitud facultará al Instituto de relevarse de la obligación de indemnizar bajo la póliza que se expida basada en tales declaraciones y cancelar la póliza, si éstas se han realizado con intención dolosa o si las mismas llegaren a afectar la apreciación del riesgo.

Firma del Asegurado: \_\_\_\_\_

El presente producto cumple las características definidas en el artículo 24.- Seguros Autoexpedibles y artículo 42 -Registros Obligatorios-, inciso a), el Anexo 15 -Registro de Pólizas tipo- y el artículo 47 -Requisitos para la solicitud de registro- del Reglamento sobre Autorizaciones, Registros y Requisitos de la Ley Reguladora del Mercado de Seguros.

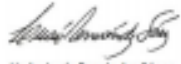
**El Operador de Seguros Autoexpedibles mantiene un contrato mercantil para vender seguros autoexpedibles del Instituto Nacional de Seguros, entidad registrada ante la Superintendencia General de Seguros mediante la autorización A01 .**

**La documentación contractual y la nota técnica que integran este producto, están registrados ante la Superintendencia General de Seguros de conformidad con lo dispuesto por la Ley Reguladora del Mercado de Seguros, Ley 8653, bajo el registro número P16-33-A01-055-V04 de fecha 19 de diciembre del 2013.**

El asegurado tiene la facultad de revocar unilateralmente el contrato amparado al derecho de retracto, sin indicación de los motivos y sin penalización alguna, dentro del plazo de cinco días hábiles, contado a partir de la fecha de adquisición de la cobertura. Una vez superado el plazo aquí establecido, el contrato solamente podrá revocarse por el consentimiento de las partes, en los términos y condiciones establecidos en esta póliza. El Instituto dispondrá de un plazo de diez días hábiles a contar desde el día que reciba la comunicación de la revocación unilateral del contrato, para devolver el monto de la prima.

**OBSERVACIONES DEL ASEGURADO/ ASEGURADOR O INTERMEDIARIO DE SEGUROS AUTORIZADO/ ASEGURADORA:**

Para cualquier consulta sobre su seguro o notificación de siniestro puede contactar con el Instituto Nacional de Seguros, teléfonos 800-TELEINS o al número 800-8353467, página Web del INS ([www.ins-cr.com](http://www.ins-cr.com)) en la opción contáctenos correo electrónico [contactenos@ins-cr.com](mailto:contactenos@ins-cr.com), o con su Operador de Seguro (Nombre, No. Teléfono y correo electrónico).

_____ NOMBRE DEL ASEGURADO	_____ CÉDULA DEL ASEGURADO	_____ FIRMA DEL ASEGURADO	<b>INSTITUTO NACIONAL DE SEGUROS</b>   Lidia Lucía Fernández Sáenz Gerente General Cédula Jurídica 400006-1992-22
_____ Razón Social del Operador	_____ Cédula Jurídica del Operador	_____ Número de Registro de Operador	
_____ Nombre del Vendedor del Operador	_____ Cédula Física del Vendedor del Operador	_____ Firma del Vendedor del Operador	

## Anexo n.º 9: Lista de salarios mínimos según el Ministerio de Trabajo

Acomodador (cines, leatros, etc.)	TNC	€	10.060,75	Dealer (Distribuidor de cartas)	TNC	€	10.060,75	Guillotínista (Electrónica programable)	TE	€	13.141,39
Agente de Aduana o Vapores	TES	€	20.394,10	Demostador (Display)	TNC	€	10.060,75	Hojalatero	TC	€	11.141,73
Agente de Ventas *	TCG	€	339.572,06	Demostador-Vendedor	TSC	€	10.940,34	Horneador (Horno Electrónico program)	TSC	€	10.940,34
Albanil	TC	€	11.141,73	Dependiente	TSC	€	10.940,34	Hornero	TC	€	11.141,73
Alistador Automotriz (lijador)	TSC	€	10.940,34	Dependiente Café Internet	TSC	€	10.940,34	Inspector de Cámaras	TE	€	13.141,39
Aplanchador (plancha tipo casera)	TNC	€	10.060,75	Despachador Agencia Aduana, Vapores	TE	€	13.141,39	Instructor de Bailes Populares	TC	€	11.141,73
Aplanchador con Equipo de Vapor	TNC	€	11.141,73	Diagramador en Artes Gráficas	TE	€	13.141,39	Jardinero (Crear Jardines)	TC	€	11.141,73
Analista de Crédito*	TCG	€	339.572,06	Dibujante en Artes Gráficas	TE	€	13.141,39	Jefe de Cocina (Chef)	TE	€	13.141,39
Asistente de Abogacía *	TEG	€	381.335,61	Dibujante de Ingeniería, Arquitectura *	TCG	€	339.572,06	Jefe de Salones (Maitre)	TE	€	13.141,39
Asistente de Auditoría *	DES	€	473.642,47	Digitador	TC	€	11.141,73	Joyerero	TC	€	11.141,73
Asistente de Consultorio Médico	TC	€	11.141,73	Diplomado Para universitario *	DES	€	473.642,47	Laboratorista Civil	TC	€	11.141,73
Asist. Domicilio/Ancianos	TE	€	13.141,39	Diplomado Universitario*	DES	€	473.642,47	Laboratorista Clínico	TC	€	11.141,73
(cuidados especiales)				Ebanista	TE	€	13.141,39	Laqueador (Muebles y Similares)	TC	€	11.141,73
Auxiliar Agente de Aduana, Vapores	TE	€	13.141,39	Educador Aspirante sin Título *	TEG	€	381.335,61	Lavador de Cabello	TNC	€	10.060,75
Auxiliar de Contabilidad*	TCG	€	339.572,06	Electricista	TC	€	11.141,73	Lavador de Carros	TNC	€	10.060,75
Auxiliar Dental	TE	€	13.141,39	Electromecánico	TE	€	13.141,39	Levantador de Texto (Artes Gráficas)	TE	€	13.141,39
Ayudante de Cocina	TSC	€	10.940,34	Empacador; Etiquetador	TNC	€	10.060,75	Licenciado Universitario *	Lic.	€	644.889,30
Ayudante de Mecánico general	TSC	€	10.940,34	Empleado de Despacho	TSC	€	10.940,34	Limpiador de Tanques Sépticos	TC	€	11.141,73
Ayudante de Operario, Construcción	TSC	€	10.940,34	Empleada Doméstica*	€	183.939,51	Linotipista (Artes Gráficas)	TC	€	11.141,73	
Bachiller Universitario *	Bach	€	537.222,66	Encargado (indica acomodo parqueo)	TNC	€	10.060,75	Liquidador Agencia Aduana, Vapores	TE	€	13.141,39
Baqueano	TSC	€	10.940,34	Encargado de Limpieza en General	TNCG	€	300.255,79	Llantero	TSC	€	10.940,34
Bar tender (Coctelero)	TC	€	11.141,73	Encargado de Limpieza en Piscinas	TNC	€	10.060,75	Locutor de Radioemisora	TE	€	13.141,39
Bodeguero (Encargado) *	TSCG	€	323.028,23	Enc. Mantenim. Correctivo Cómputo	TE	€	13.141,39	Locutor de Televisión	TES	€	20.394,10
Bodeguero (Peón) *	TNCG	€	300.255,79	Enc. Mantenim. Preventivo Cómputo	TC	€	11.141,73	Luminotécnico TV	TES	€	20.394,10
Boletero	TSC	€	10.940,34	Encargado de poner Discos (Disjockey)	TNC	€	10.060,75	Maestro de Obras (Construcción)	TE	€	13.141,39
Cajero *	TCG	€	339.572,06	Encargado de Cámaras Frigoríficas	TSC	€	10.940,34	Manicurista; Maquilladora	TC	€	11.141,73
Cajista de Artes Gráficas	TE	€	13.141,39	Encargado Mantenimiento Edificios	TC	€	11.141,73	Maquinista de Embarcaciones	TC	€	11.141,73
Calderero (Operador de Caldera)	TC	€	11.141,73	Encerador de Carros	TNC	€	10.060,75	Marinero	TNC	€	10.060,75
Calderista (Mantenimiento)	TE	€	13.141,39	Encuadernador en Fino	TC	€	11.141,73	Masajista	TC	€	11.141,73
Camarógrafo de Prensa	TES	€	20.394,10	Encuadernador en Rústica	TSC	€	10.940,34	Mecánico General	TC	€	11.141,73
Cantante de Música Popular	TC	€	11.141,73	Encuestador *	TSCG	€	323.028,23	Mecánico Precisión	TE	€	13.141,39
Cantinerero	TSC	€	10.940,34	Enderezador Automotriz	TC	€	11.141,73	Mecánico Máquinas de Coser Industrial	TE	€	13.141,39
Capitán de Embarcación	TE	€	13.141,39	Engrasador de Autos	TC	€	10.940,34	Mecánico de Máquinas de hacer Telas	TE	€	13.141,39
Carnicero Empleado Despacho	TSC	€	10.940,34	Ensamblador de Computadoras	TSC	€	10.940,34	Mensajero *	TNCG	€	300.255,79
Carnicero Destazador	TC	€	11.141,73	Envasador Manual	TSC	€	10.940,34	Misceláneo en Hogares Tercera Edad	TNCG	€	300.255,79
Carpintero	TC	€	11.141,73	Españador de Plaguicidas	TNC	€	10.060,75	Misceláneo en Hogares Tercera Edad	TNC	€	10.060,75
Cerrajero	TC	€	11.141,73	Estampador en Textil (Serigrafía)	TNC	€	10.060,75	Montacarguista	TSC	€	10.940,34
Chapulinerero	TC	€	11.141,73	Esteticista	TE	€	13.141,39	Mucama	TNC	€	10.060,75
Chequeador Agenc. Aduana, Vapores	TE	€	13.141,39	Estibador por Kilo de frutas y vegetales	€	0,0691	Musicalizador en Radioemisoras	TE	€	13.141,39	
Chequeador de Buses	TNC	€	10.060,75	Estibador por Movimiento	€	364,49	Niñera, excepto en el Hogar del Niño	TNC	€	10.060,75	
Chofer de Bus (no cobrador)	TC	€	11.141,73	Estibador por Tonelada	€	85,47	Niñera en el Hogar del Niño (Servicio Doméstico)	€	183.939,51		
Chofer de Tráiler	TE	€	13.141,39	Estilista	TC	€	11.141,73	Oficial de Mesa (panadería)	TC	€	11.141,73
Chofer de Vehículo Liviano	TSC	€	10.940,34	Florista	TC	€	11.141,73	Oficinista (General) *	TSCG	€	323.028,23
Chofer de Vehículo Pesado	TC	€	11.141,73	Fontanero	TC	€	11.141,73	Operador de Cabina de Radioemisora	TE	€	13.141,39
Chofer Microbús (menos de 11pasaj.)	TSC	€	10.940,34	Fotocopiador (Centro fotocopiado)	TSC	€	10.940,34	Operador de "Araña" (Serigrafía)	TC	€	11.141,73
Chofer-Cobrador de Bus	TE	€	13.141,39	Fotógrafo de Prensa	TE	€	13.141,39	Operador de Carrusel	TC	€	11.141,73
Cobrador de Buses	TNC	€	10.060,75	Fotomecánico de Artes Gráficas	TE	€	13.141,39	Operador de Computación	TE	€	13.141,39
Cobrador *	TSCG	€	323.028,23	Fotomontador (Artes Gráficas)	TE	€	13.141,39	Operador de Draga	TE	€	13.141,39
Cocinero	TC	€	11.141,73	Fresador (Metalmecánica)	TE	€	13.141,39	Operador de Grúa Estacionaria	TE	€	13.141,39
Confección Muestras de Ropa	TE	€	13.141,39	Fumigador (Doméstica)	TSC	€	10.940,34	Operador de Máquina de Lavar Ropa	TC	€	11.141,73
Conserje *	TNCG	€	300.255,79	Fundidor	TC	€	11.141,73	Operador de Maquinaria Pesada	TC	€	11.141,73
Contador Privado *	TMED	€	355.847,32	Futbolista Primera División	TE	€	13.141,39	Operador de Máquinas en General	TC	€	11.141,73
Contador Privado *	DES	€	473.642,47	Futbolista Segunda División	TC	€	11.141,73	Operador de Planta Transm. Radio	TC	€	11.141,73
Contador Privado *	Bach.	€	537.222,66	Gondolero	TNC	€	10.060,75	Operador de Prensa Rotativa	TES	€	20.394,10
Contador Privado *	Lic.	€	644.889,30	Graduado del INA *	TMED	€	355.847,32	Operador de Radio-Taxi	TC	€	11.141,73
Cortador de tela	TC	€	11.141,73	Guarda *	TSCG	€	323.028,23	Operador de Escogedores de Café	TC	€	11.141,73
Cosedor Piezas /Prendas a Máquina	TC	€	11.141,73	Guarda Custodio Valores-Portavalores	TCG	€	339.572,06	Operador Escaner separador colores	TES	€	20.394,10
Costurera (Modista)	TE	€	13.141,39	Guía Turístico	TC	€	11.141,73	Operario en Construcción	TC	€	11.141,73
Counter (Vendedor de Pasajes) *	TCG	€	339.572,06	Guillotínista (Guillotina Eléctrica)	TC	€	11.141,73	Ordeñador a Mano	TNC	€	10.060,75

Panadero	TC	¢ 11.141,73
Parrillero	TSC	¢ 10.940,34
Pastelero	TC	¢ 11.141,73
Pedimentador Aduana, Vapores	TE	¢ 13.141,39
Peinadora	TC	¢ 11.141,73
Pedón Agrícola	TNC	¢ 10.060,75
Pedón de Bodegas Frías	TC	¢ 11.141,73
Pedón de Camión Distribuidor	TNC	¢ 10.060,75
Pedón de Carga y Descarga	TNC	¢ 10.060,75
Pedón de Construcción	TNC	¢ 10.060,75
Pedón de Jardín	TNC	¢ 10.060,75
Pedón en General	TNC	¢ 10.060,75
Periodista *		¢ 793.998,07
Pilero (Lavador de Platos)	TNC	¢ 10.060,75
Pintor Automotriz	TE	¢ 13.141,39
Pintor de Brocha Gorda	TC	¢ 11.141,73
Pistero	TSC	¢ 10.940,34
Pizzero (Cocina Pizzas Preparadas)	TSC	¢ 10.940,34
Portero *	TNCG	¢ 300.255,79
Prensista de Artes Gráficas	TE	¢ 13.141,39
Preparador documentos, Ag. Aduana	TE	¢ 13.141,39
Programador de Computación	TE	¢ 13.141,39
Programador en Radioemisoras	TE	¢ 13.141,39
Proveedor *	TCG	¢ 339.572,06
Quemador de Marcos (Serigrafía)	TC	¢ 11.141,73
Quemador de Planchas	TE	¢ 13.141,39
Recamarera	TNC	¢ 10.060,75
Recepcionista *	TSCG	¢ 323.028,23
Receptor de docu. Ag. Aduana	TE	¢ 13.141,39
Recolectores de Café Cajuela		¢ 957,92
Relojero	TC	¢ 11.141,73
Reparador de Cargas Livianas	TNC	¢ 10.060,75
Reparador-Propagandista	TNC	¢ 10.060,75
Repostero	TC	¢ 11.141,73
Sabanero	TNC	¢ 10.060,75
Salonero	TNC	¢ 10.060,75
Sastre (Prendas a la Medida)	TE	¢ 13.141,39
Secretaria *	TCG	¢ 339.572,06
Secretaria*	TMED	¢ 355.847,32
Secretaria*	DES	¢ 473.642,47
Secretaria*	Bach	¢ 537.222,66
Secretaria*	Lic	¢ 644.689,30
Sellista (Artes Gráficas)	TC	¢ 11.141,73
Servicio Doméstico *		¢ 183.939,51
Soldador (Soldaduras Especiales)	TE	¢ 13.141,39
Soldador en General	TC	¢ 11.141,73
Tapicero	TC	¢ 11.141,73
Taxista	TC	¢ 11.141,73
Talleres Dentales (Operarios)	TC	¢ 11.141,73
Técnico de Educación Superior *	TEdS	¢ 438.542,68
Técnico en Aire Acondicionado	TC	¢ 11.141,73
Técnico en Aparatos Ortopédicos	TES	¢ 20.394,10
Técnico en Lentes de Contacto	TES	¢ 20.394,10
Téc. Refrigeración Doméstica-Indus.	TES	¢ 20.394,10
Técnico en Registros Médicos *	TCG	¢ 339.572,06
Técnico Máq. Coser Ind. Especiales	TES	¢ 20.394,10
Técnico Medio Educ. Diversificada *	TMED	¢ 355.847,32

Técnico Reparación Audio y Video	TES	¢ 20.394,10
Técnicos en Salud *	TEdS	¢ 438.542,68
Tejedora Manual de Prendas, Muebles	TC	¢ 11.141,73
Telefonista *	TSCG	¢ 323.028,23
Tornero en Madera	TC	¢ 11.141,73
Tornero en Metal	TE	¢ 13.141,39
Tractorista (Oruga o Lianta)	TC	¢ 11.141,73
Tramitador - Abridor Aduanal	TSC	¢ 10.940,34
Vagonetero	TC	¢ 11.141,73
Verdulero	TSC	¢ 10.940,34
Zapatero	TC	¢ 11.141,73

Estos salarios contienen un incremento del **2,43 %** para todas las categorías del Decreto en relación con los salarios mínimos del periodo anterior excepto para el servicio doméstico ya que se otorgó un **2,93%** (**Resolución CNS-RG-4-2017, publicada en Gaceta N°5 del 12 de enero 2018**).

Para efectos de los Salarios Mínimos el instrumento para la clasificación de ocupaciones son los Perfiles Ocupacionales aprobados por el Consejo Nacional de Salarios. De conformidad con ellos se ha elaborado esta guía ilustrativa que contiene algunas ocupaciones clasificadas por Personal Técnico del Departamento de Salarios, en el entendido de que se basan en las tareas típicas conocidas, por lo que un puesto determinado podría tener una clasificación distinta según sus características y responsabilidades específicas.

Esta lista está disponible en: [www.mtss.go.cr](http://www.mtss.go.cr)  
Para consultas laborales llama gratuitamente:

**800 TRABAJO**  
**800 872 22 56**

**Documento gratuito, prohibida su reproducción y venta**



## DEPARTAMENTO DE SALARIOS

Lista de ocupaciones clasificada por el personal técnico del Departamento

### SALARIOS MÍNIMOS SECTOR PRIVADO AÑO 2018

Decreto N°40743-MTSS, publicado en La Gaceta 228, Alcance N°291 del 01 de diciembre del 2017. Rige 1º de enero del 2018.

#### SIGLAS Y SALARIOS MÍNIMOS:

TNC: Trabajador no Calificado	¢10.060,75
TSC: Trabajador Semicualificado	¢10.940,34
TC: Trabajador Calificado	¢11.141,73
TE: Trabajador Especializado	¢13.141,39
TNCG: Trabajador no Calificado Genéricos	¢300.255,79*
TSCG: Trabajador Semicualificado Genéricos	¢323.028,23*
TCG: Trabajador Calificado Genéricos	¢339.572,06*
TMED Técnico Medio Educación Diver.	¢355.847,32*
TEG: Trabajador Especializado Genéricos	¢381.335,61*
TEdS: Técnico de Educación Superior	¢438.542,68*
DES: Diplomados de Educación Superior	¢473.642,47*
Bach: Bachiller Universitario	¢537.222,66*
Lic.: Licenciado Universitario	¢644.689,30*
TES: Trabajador Especialización Superior	¢20.394,10

\* Salario mensual.

El que no tiene ninguna indicación, está por jornada ordinaria.

**CONSULTAS DE SALARIOS AL CORREO:**  
[consulta.salarios@mtss.go.cr](mailto:consulta.salarios@mtss.go.cr)  
[salario.minimo@mtss.go.cr](mailto:salario.minimo@mtss.go.cr)

Para mayor información y debido a que se han hecho circular algunas listas alteradas, se sugiere consultar personalmente en la Oficina de Salarios, en Barrio Tournon del Edif. Benjamin Núñez 50 metros sureste sobre calle paralela, Edificio Anexo, al Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, Segundo Piso.

Teléfono: 2256 2221 Fax: 2257 4633.

## Anexo n.º 10: Formato de Solicitud de Inscripción o Reanudación Patronal (Patrono Jurídico)



*Caja Costarricense de Seguro Social*  
*Gerencia Financiera*

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

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

Señores  
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 o medio para notificaciones 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 realizarse el Representante Legal del patrono o autorizar a otra persona  
mediante nota. El autorizado debe aportar copia del documento de identificación.