

**Universidad Nacional  
Sede Regional Chorotega  
Campus Nicoya**

**PROYECTO DE GRADUACIÓN**

**Estudio de viabilidad y factibilidad para crear una empresa dedicada a la comercialización de productos dentales en el distrito primero de Nicoya, Guanacaste, Costa Rica, para el periodo 2020-2021**

Trabajo Final de Graduación sometido a consideración del Tribunal Examinador para optar por el grado de Licenciatura en Administración con Énfasis en Gestión Financiera

Supervisor: MARH, Alex Dávila Romero, Lic.

Sustentantes

**Br. Greivin Moisés Díaz Espinoza  
Br. María Lizette Hernández Jiménez  
Br. Kerlyn Quesada Moreno**

Nicoya, Guanacaste, Costa Rica

11 de Marzo, 2022.

## **AGRADECIMIENTOS**

En el presente Trabajo Final de Graduación agradecemos primeramente a Dios, por todas las bendiciones para llegar hasta donde hemos llegado.

A la Universidad Nacional de Costa Rica, por permitirnos recibir todos estos años educación de calidad y por todos los conocimientos brindados en la etapa universitaria.

Al profesor supervisor del proyecto, MARH. Alex Dávila Romero, Lic., por todo el esfuerzo, apoyo y dedicación y por ser guía, además, por brindarnos tiempo y conocimientos.

A los lectores, MGA. María Marcela Vargas Sibaja y M.Sc. Mayer Bustos Rodríguez, por dedicar tiempo para revisar este documento y brindar sus aportes.

Dios los bendiga

## **DEDICATORIA**

Este trabajo se lo dedicamos primeramente a Dios, por ser guía en nuestras vidas y otorgarnos el don del entendimiento y la sabiduría para realizar este proyecto.

A nuestras familias, por brindarnos su apoyo incondicional en todo momento, al técnico dental Omar Badilla Ruiz por todo su aporte fundamental para que este proyecto se llevara a cabo.

**Greivin Moisés Díaz Espinoza**

**María Lizette Hernández Jiménez**

**Kerlyn Quesada Moreno**

## HOJA DE APROBACIÓN

**Estudio de viabilidad y factibilidad para crear una empresa dedicada a la comercialización de productos dentales en el distrito primero de Nicoya, Guanacaste, Costa Rica, para el periodo 2020-2021**

Trabajo Final de Graduación sometido a consideración del Tribunal Examinador para optar por el grado de Licenciatura en Administración con Énfasis en Gestión Financiera

**Aprobado por:**

---

**M.S.c. Erika Acosta Baltodano**

Representante de Vicedecanatura

Sede Regional Chorotega

---

**Dra. Aurora Hernández Ulate**

Directora Académica

Sede Regional Chorotega, Campus Nicoya

---

**MARH. Alex Dávila Romero, Lic.**

Supervisor

---

**MGA. María Marcela Vargas Sibaja**

Lectora

---

**M.Sc. Mayer Bustos Rodríguez**

Lector

---

**Greivin Moisés Díaz Espinoza**

Sustentante

---

**María Lizette Hernández Jiménez**

Sustentante

---

**Kerlyn Quesada Moreno**

Sustentante

## DECLARACIÓN JURADA

Los suscritos: Greivin Moisés Díaz Espinoza, portador de la cédula de identidad 5-0374-0539, María Lizette Hernández Jiménez, portadora de la cédula de identidad 1-1374-0932, Kerlyn Quesada Moreno, portadora de la cédula de identidad 1-1380-0051 y el MARH. Alex Dávila Romero, Lic. Portador de la cédula de identidad 5-0304-0242, estudiantes y académico de la carrera de Licenciatura en Administración de la Universidad Nacional, Sede Regional Chorotega, Campus Nicoya, declaramos bajo juramento que:

1. Somos autores del trabajo titulado “Estudio de viabilidad y factibilidad para crear una empresa dedicada a la comercialización de productos dentales en el distrito primero de Nicoya, Guanacaste, Costa Rica, para el periodo 2020-2021” bajo la modalidad de Proyecto Final de Graduación, presentado para obtener el título de Licenciatura en Administración con Énfasis en Gestión Financiera.
2. El presente trabajo no ha sido plagiado, ni total ni parcialmente, para el cual se respetaron las Normas Internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas.
3. El trabajo presentado no atenta contra derecho de terceros.

Por lo expuesto, mediante la presente asumimos frente a la Universidad Nacional de Costa Rica, cualquier responsabilidad que pudiera derivarse de la autoría, originalidad y veracidad del contenido del trabajo.

---

**Greivin Moisés Díaz Espinoza**

---

**MARH, Alex Dávila Romero, Lic.**

---

**María Lizette Hernández Jiménez**

---

**Kerlyn Quesada Moreno**

## **DECLARACIÓN SOBRE DERECHOS DE AUTOR**

Con base en la Legislación Costarricense, sobre los derechos de autores y, en específico, la ley N° 6683, queda totalmente prohibida la reproducción parcial o total de este trabajo, sin la autorización de los autores.

---

**Greivin Moisés Díaz Espinoza**

**Cédula: 5 0374 0539**

---

**María Lizette Hernández Jiménez**

**Cédula: 1 1374 0932**

---

**Kerlyn Quesada Moreno**

**Cédula: 1 1380 0051**

## **Resumen ejecutivo**

La presente investigación se llevará a cabo con el objetivo de determinar la viabilidad y factibilidad para crear una empresa dedicada a la comercialización de productos dentales en el distrito primero de Nicoya, debido a que se considera como una fuente de desarrollo de empleo local.

En el distrito de Nicoya, los especialistas odontológicos no cuentan con una empresa física dedicada a la comercialización de este tipo de productos dentales que les permita abastecer de manera rápida y oportuna las necesidades en productos y materiales dentales. Nicoya es uno de los distritos con mayor concentración del comercio donde hay más afluencia y mayor tránsito de personas, de igual manera, existe un alto crecimiento de la población adulta mayor en el cantón por lo que se logra ver la importancia de contar con una empresa dedicada a la comercialización de productos dentales en un lugar cercano al de los centros de trabajo de estos profesionales, enfocados en el cuidado buco dental.

Cabe recalcar, que el proyecto planteado será una gran oportunidad tanto para los especialistas como para los pacientes, porque se contará con una empresa en la zona y agilizará procesos de compra de productos dentales.

## **Introducción**

El presente trabajo de investigación tiene como finalidad de estudio, determinar la viabilidad y factibilidad de la creación de una empresa dedicada a la comercialización de productos dentales en el distrito primero de Nicoya, debido a que se logra ver la inexistencia de una empresa dedicada a este tipo de productos dirigida a los especialistas.

Se tiene el conocimiento de que existen aproximadamente 13 empresas que se dedican a la comercialización de productos dentales, pero están ubicadas en la Gran Área Metropolitana (GAM) lo que provoca altos precios, tiempos de espera para obtener los productos demandados, deterioro por el descuido en los medios de transporte que brindan el servicio, además los especialistas no pueden escoger sus productos directamente, ocasionándoles atrasos en la atención de los pacientes.

También, al tener una empresa dedicada a la comercialización de productos dentales en el distrito primero Nicoya, podría ser un servicio para los demás especialistas ubicados en los diferentes cantones de la región Guanacasteca.

El presente proyecto se encuentra constituido por cinco capítulos, los cuales se describen a continuación:

**Capítulo I:** Este capítulo radica en el planteamiento y descripción del problema por investigar, justificación y objetivos del presente trabajo de investigación, además de la metodología que se utilizará, el cual va constituido con el tipo de investigación, el enfoque seleccionado, tamaño de la población de estudio, tipo de fuentes para la selección de recolección de la información necesaria.

**Capítulo II:** Con la elaboración de este capítulo, correspondiente al marco teórico, nos posibilitará y facilitará la realización teórica de la investigación, así como definir todos aquellos conceptos que se utilizaron durante la realización del proyecto.

**Capítulo III:** Este capítulo esta compuesto por la elaboración del marco de referencia junto con las generalidades de la empresa.

**Capítulo IV:** Mediante el marco metodológico del proyecto, el cual va constituido por el tipo de investigación, el enfoque, las fuentes primarias, secundarios por utilizar en el proyecto, de igual manera, consta de la población de estudio y las técnicas, métodos e instrumentos para la recolección de datos; los cuales son la entrevista, el cuestionario y la observación.

**Capítulo V:** De acuerdo con este capítulo se profundizará los cuatro estudios primordiales del proyecto, el cual va constituido por el estudio legal, técnico, de mercado y el estudio financiero. Lo anterior con el propósito de identificar cada una de las variables y poder determinar la viabilidad y factibilidad del proyecto por medio del flujo de caja y el estado de resultados. Por otro lado, se permite conocer los cálculos de el VAN, la TIR, el PR, y la TMR, de igual manera se incluyen las conclusiones y recomendaciones de cada uno de los estudios antes mencionados al igual que los gráficos del estudio de mercado realizado en el distrito primero de Nicoya y para finalizar se incluyen los anexos referentes al proyecto.

## Tabla de contenido

AGRADECIMIENTOS .....	ii
DEDICATORIA .....	iii
CAPÍTULO I .....	1
Planteamiento de la investigación.....	1
Planteamiento del problema.....	2
1.1.1. Antecedentes .....	2
1.1.2. Descripción del problema .....	5
1.1.3. Formulación del problema .....	6
1.1.4. Sistematización del problema .....	6
1.2. Justificación de la investigación.....	7
1.2.1. Justificación teórica .....	9
1.2.2. Justificación metodológica.....	11
1.2.2.1. Estudio legal .....	12
1.2.2.1. Estudio técnico.....	12
1.2.2.2. Estudio de mercado .....	12
1.2.2.3. Estudio financiero.....	13
1.2.3. Justificación práctica.....	13
1.3. Delimitación institucional, espacial y temporal .....	14
1.3.1. Institucional.....	14

1.3.2.	Espacial .....	14
1.3.3.	Temporal .....	14
1.4.	Objetivos de la investigación .....	15
1.4.1.	Objetivo general .....	15
1.4.2.	Objetivos específicos .....	15
1.5.	Descripción de las variables .....	16
1.6.	Metodología de la investigación .....	20
1.6.1.	Tipo de investigación .....	20
1.6.2.	Tipo de enfoque .....	20
1.6.3.	Fuentes de información .....	21
1.6.3.1.	Fuentes primarias .....	21
1.6.3.2.	Fuentes secundarias .....	21
1.6.4.	Población .....	22
1.6.4.1.	Cuándo usar muestra .....	25
1.6.4.2.	Técnicas, métodos e instrumentos para la selección de la población .....	26
1.6.4.3.	¿Qué es un censo? .....	26
1.6.5.	Técnicas, métodos e instrumentos para la recopilación de los datos .....	27
1.6.5.1.	Entrevista personal .....	27
1.6.5.2.	Cuestionario .....	28
1.6.5.3.	Observación .....	29

1.6.6.	Análisis e interpretación de la información .....	29
1.6.7.	Alcances y limitaciones .....	30
1.6.7.1.	Alcances .....	30
1.6.7.2.	Limitaciones.....	30
CAPÍTULO II.....		31
Marco Teórico.....		31
2.1.	Administración.....	32
2.1.1.	Funciones de la administración.....	32
2.2.	Empresa.....	35
2.2.1.	Clasificación de las empresas .....	35
2.2.1.1.	Clasificación según sus fines .....	36
2.2.1.2.	Clasificación según su actividad.....	37
2.2.1.3.	Clasificación según el origen de capital.....	39
2.2.1.4.	Clasificación según el tamaño .....	40
2.2.1.5.	Clasificación según forma jurídica .....	42
2.3.	Proceso de inscripción a tributación .....	45
2.3.1.	Inscripción, modificación y desinscripción .....	45
2.3.2.	Impuesto sobre la renta .....	47
2.3.2.1.	Declarar y pagar el impuesto .....	47
2.3.2.2.	Pagos parciales o anticipos del impuesto sobre la renta .....	48

2.3.2.3. Impuesto de valor agregado (IVA-Régimen General).....	49
2.3.2.4. Presentación de la declaración y pago del impuesto.....	50
2.3.2.5. Cálculo del impuesto.....	51
2.3.2.6. Libros contables .....	52
2.3.2.7. Facturas o comprobantes de ingreso .....	53
2.3.2.8. Agente retenedor .....	53
2.3.2.9. Declaraciones informativas.....	54
2.3.3.10. Cálculo del impuesto sobre la renta .....	56
2.3.3. Impuesto general sobre las ventas (Régimen Tradicional).....	62
2.3.3.1. Declarar y pagar el impuesto .....	63
2.3.3.2. Agente retenedor .....	64
2.3.3.3. Tarifas del impuesto.....	65
2.4. Naturaleza del proyecto .....	67
2.4.1. Estudio legal.....	68
2.4.2. Estudio técnico.....	69
2.4.2.1. Tamaño del proyecto.....	69
2.4.2.2. Localización .....	70
2.4.2.3. Estudio administrativo .....	70
2.4.2.4. Inversiones .....	71
2.4.2.5. Ingeniería del proyecto .....	71

2.4.2.6. Proceso de producción .....	72
2.4.2.7. Distribución de la planta .....	72
2.4.2.8. Recursos del proyecto (insumos) .....	73
2.4.2.9. Costos del proyecto.....	73
2.4.3. Estudio de mercado.....	73
2.4.3.1. Mercado meta.....	74
2.4.3.2. Oferta .....	74
2.4.3.3. Demanda .....	75
2.4.3.4. Competencia .....	75
2.4.3.5. Precio del producto .....	75
2.4.3.6. Plaza.....	76
2.4.3.7. Producto .....	76
2.4.3.8. Promoción.....	77
2.4.3.9. Análisis de la competencia.....	77
2.4.4.10. Proveedores .....	78
2.4.4. Estudio financiero .....	78
2.4.4.1. Inversión inicial .....	79
2.4.4.2. Capital de trabajo .....	80
2.4.4.3. Opciones de financiamiento.....	80
2.4.4.4. Costo de producción .....	86

2.4.4.5. Costo de capital.....	86
2.4.4.6. Flujo de caja proyectado .....	87
2.4.4.7. Técnicas de valuación VAN y TIR.....	88
2.4.4.8. Punto de equilibrio.....	91
2.4.4.9. Estados proforma .....	92
2.4.4.10. Periodo de recuperación (PR) .....	93
2.4.4.11. Tasa media de recuperación (TMR).....	94
2.4.4.12. Análisis de sensibilidad.....	94
2.4.4.13. Índice de deseabilidad .....	95
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>96</b>
Marco de Referencia .....	96
3.1. Generalidades del objeto de investigación.....	97
3.1.1. Características de los depósitos dentales .....	99
<b>CAPÍTULO IV.....</b>	<b>100</b>
Marco metodológico .....	100
4.1. Tipo de investigación.....	101
4.2. Enfoque de la investigación .....	102
4.3. Fuentes de información.....	102
4.3.1. Fuentes primarias .....	103
4.3.2. Fuentes secundarias .....	103

4.4. Población de estudio .....	104
4.4.1. Cuándo usar muestra.....	107
4.5. Técnicas, métodos e instrumentos para la selección de la población .....	108
4.5.1. ¿Qué es un censo?.....	108
4.6. Técnicas, métodos e instrumentos de recolección de datos.....	109
4.6.1. Entrevista personal.....	109
4.6.2. Cuestionario .....	110
4.6.3. Observación .....	110
CAPÍTULO V.....	111
5.1. Estudio Legal .....	112
5.1.1. Trámites municipales para patente (Municipalidad de Nicoya) .....	112
5.1.1.1. Permiso de funcionamiento.....	112
5.1.1.2. Patente comercial.....	114
5.1.1.3. Estudio ambiental.....	115
5.1.2. Trámites en Tributación.....	115
5.1.2.1. Impuesto sobre la renta .....	117
5.1.2.2. Declarar y pagar el impuesto sobre la renta.....	117
5.1.2.3. Impuesto al Valor Agregado (IVA) .....	118
5.1.3. Trámites en la Caja Costarricense de Seguro Social (CCSS).....	119
5.1.3.1. Requisitos para la solicitud de inscripción de patrono físico.....	120

5.1.4. Trámites en el Instituto Nacional de Seguros (INS) .....	120
5.1.4.1. Requisitos de Aseguramiento .....	121
5.1.4.2. Seguro RT-General .....	122
5.1.5. Trámites en el Ministerio de Salud .....	122
5.1.5.1. Trámites de permiso sanitario de funcionamiento por primera vez.....	122
5.1.5.2. Registro de Equipo y Material Biomédico.....	123
5.2. Estudio Técnico .....	123
5.2.1. Tamaño del proyecto.....	124
5.2.2. Ubicación .....	124
5.2.3. Localización .....	125
5.2.3.1. Macro-localización .....	125
5.2.3.2. Micro-localización .....	126
5.2.4. Estudio Administrativo .....	126
5.2.4.1. Análisis Estratégico de la Empresa.....	127
5.2.4.2. ¿Quiénes somos?.....	128
5.2.4.3. Misión .....	128
5.2.4.4. Visión.....	128
5.2.4.5. Principios y valores.....	129
5.2.4.6. Organigrama .....	130
5.2.4.7. Manual de funciones .....	130

5.2.4.8. Salarios.....	137
5.2.5. Inversiones .....	137
5.2.5.1. Inversión inicial para la empresa .....	138
5.2.6. Ingeniería del proyecto .....	142
5.2.7. Procesos productivos .....	142
5.2.7.1. Flujograma del proceso de la empresa de Suministros Dentales BARU.....	143
5.2.8. Distribución de planta.....	144
5.2.8.1. Materia prima y costos de producción y operación .....	144
5.2.8.1.1. Determinación de los costos y gastos.....	144
5.2.8.1.1.1. Costo de ventas.....	145
5.2.8.1.1.2. Gastos generales y administrativos.....	145
5.3. Estudio de mercado.....	146
5.3.1. Mercado .....	146
5.3.1.1. Análisis de mercado meta .....	147
5.3.1.2. Oferta y demanda del mercado .....	148
5.3.1.2.1. Demanda.....	148
5.3.1.2.2. Oferta.....	149
5.3.1.3. Distribución y punto de venta.....	150
5.3.1.3.1. Distribución.....	150
5.3.1.3.2. Punto de venta .....	151

5.3.1.4. Estrategia de comercialización .....	151
5.3.1.4.1. Producto .....	151
5.3.1.4.2. Precio.....	153
5.3.1.4.3. Plaza .....	154
5.3.1.4.3.1. Canal de distribución.....	157
5.3.1.4.4. Promoción .....	158
5.3.1.5. Desarrollo de la marca .....	158
5.3.1.5.1. Marca.....	158
5.3.1.5.2. Eslogan.....	158
5.3.1.5.3. Logotipo .....	159
5.3.1.6. Plan de introducción en el mercado .....	159
5.3.1.7. Análisis de la competencia.....	160
5.3.2. Proveedores.....	160
5.4. Estudio financiero .....	161
5.4.1. Inversión inicial .....	161
5.4.2. Capital de trabajo .....	166
5.4.3. Opciones de financiamiento.....	168
5.4.4. Costos de producción de la empresa.....	171
5.4.4.1. Costo de ventas .....	171
5.4.4.2. Gastos generales y administrativos.....	171

5.4.5. Costo de capital.....	172
5.4.6. Flujos de caja proyectados .....	175
5.4.6.1. Técnicas de valuación VAN y TIR.....	179
5.4.7. Estados financieros proforma .....	180
5.4.8. Periodo de recuperación.....	184
5.4.9. Tasa media de recuperación.....	184
5.4.10. Análisis de sensibilidad.....	185
5.4.10.1. Escenario pesimista.....	185
5.4.10.2. Escenario realista.....	187
5.4.10.3. Escenario Optimista .....	188
Conclusiones y recomendaciones .....	189
Referencias.....	196
Anexos .....	209

## Lista de figuras

Figura 1. Cantón de Nicoya .....	14
Figura 2. Mapa de Nicoya.....	26
Figura 3. Mapa de Nicoya.....	108
Figura 4. Mapa de Nicoya.....	124
Figura 5. Organigrama empresa de Suministros Dentales Baru .....	130
Figura 6. Procesos Productivos.....	143
Figura 7. Croquis de la empresa de suministros dentales BARU .....	144
Figura 8. Canal de distribución.....	158
Figura 9. Logotipo .....	159

## Lista de tablas

Tabla 1. Variables de los aspectos legales .....	16
Tabla 2. Variable de los aspectos técnicos.....	17
Tabla 3. Variable de los aspectos de mercado .....	18
Tabla 4. Variable de los aspectos financieros .....	19
Tabla 5. Clínicas dentales del distrito de Nicoya.....	23
Tabla 6. Cálculo para pagos parciales.....	49
Tabla 7. Ejemplo cálculo del impuesto.....	52
Tabla 8. Tarifas para personas jurídicas .....	57
Tabla 9. Ejemplo cálculo para personas físicas 2020 .....	57
Tabla 10. Tarifas para personas físicas .....	58
Tabla 11. Ejemplo cálculo para personas físicas 2020 .....	58
Tabla 12. Tarifas para asalariados .....	60
Tabla 13. Ejemplo cálculo para personas asalariados.....	60
Tabla 14. Créditos fiscales .....	61
Tabla 15. Tarifa impuesto general sobre las ventas .....	65
Tabla 16. Ejemplo impuesto general sobre las ventas .....	66
Tabla 17. Ejemplo impuesto sobre las ventas de madera .....	67
Tabla 18. Directorio depósitos dentales.....	98
Tabla 19. Clínicas dentales del distrito de Nicoya.....	105
Tabla 20. Salarios (en colones costarricenses) .....	137
Tabla 21. Inversión inicial (en colones costarricenses) .....	138
Tabla 22. Capital de trabajo .....	140

Tabla 23. Costo de ventas (en colones costarricenses) .....	145
Tabla 24. Gastos generales y administrativos mensuales (en colones costarricenses) .....	146
Tabla 25. Gastos en trámites legales (en colones costarricenses).....	161
Tabla 26. Inversión inicial de la Empresa (en colones costarricenses).....	162
Tabla 27. Depreciación de Activos de enero a junio (en colones costarricenses).....	163
Tabla 28. Depreciación de Activos de julio a diciembre (en colones costarricenses).....	164
Tabla 29. Depreciación de equipo anual (en colones costarricenses).....	165
Tabla 30. Capital de trabajo (en colones costarricenses).....	166
Tabla 31. Detalle del préstamo del capital de trabajo.....	169
Tabla 32. Plan de pago para el préstamo .....	169
Tabla 33. Costo de Ventas .....	171
Tabla 34. Gastos generales y administrativos mensuales .....	171
Tabla 35. Detalle Costo de Capital .....	172
Tabla 36. TMAR capital total.....	174
Tabla 37. Flujo de caja proforma enero-junio 2021 (en colones costarricenses) .....	176
Tabla 38. Flujo de caja proforma julio-diciembre 2021 .....	177
Tabla 39. Flujo de caja proforma periodo 2021-2025 .....	178
Tabla 40. Cálculo del VAN .....	179
Tabla 41. Estado de resultado proforma de enero a junio 2021.....	181
Tabla 42. Estado de resultado proforma de julio a diciembre 2021 .....	182
Tabla 43. Estado de resultados proforma anual .....	183

## Lista de gráficos

<b>Gráfico 1.</b> Materiales dentales más utilizados dentro de la clínica.....	149
<b>Gráfico 2.</b> Instrumentos dentales más utilizados dentro de la clínica.....	152
<b>Gráfico 3.</b> Presupuesto mensual para compra de materiales dentales.....	153
<b>Gráfico 4.</b> Depósitos dentales más utilizados para realizar los pedidos. ....	155
<b>Gráfico 5.</b> Tiempo promedio de entrega de materiales dentales por parte del proveedor. ....	156
<b>Gráfico 6.</b> Tiempo de entrega deseable para los pedidos.....	157

## **Lista de abreviaturas y acrónimos**

CCDCR: Colegio de Cirujanos Dentistas de Costa Rica

CCSS: Caja Costarricense del Seguro Social

FODA: Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas

GAM: Gran Área Metropolitana

INEC: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

INS: Instituto Nacional de Seguros

PR: Período de recuperación

TIR: Tasa Interna de rendimiento/retorno

TMR: Tasa media de recuperación

TMAR: Tasa Mínima Aceptable Requerida

VAN: Valor actual neto

# **CAPÍTULO I**

## **Planteamiento de la investigación**

## **Planteamiento del problema**

### **1.1.1. Antecedentes**

En la provincia de Guanacaste, específicamente en el distrito primero de Nicoya, existen un total de 18 clínicas odontológicas que brindan el servicio del cuidado de la salud bucodental, el cantón de Nicoya es uno de los cinco lugares de zonas azules a nivel mundial, lo cual al existir un alto porcentaje de población de personas adultas mayores en el distrito, aumenta el número de pacientes en temas de higiene y cuidado bucodental, por ello, los especialistas dedicados a la estética dental deben de contar siempre con los instrumentos y productos necesarios para la labor del día a día, debido a esto, es de gran importancia que los especialistas cuenten con una empresa dedicada a la comercialización de productos dentales ubicada en el distrito para mayor facilidad de acceso a lo que necesitan para sus labores.

De las zonas azules del mundo Nicoya es la que tiene mayor extensión territorial. La gente vive de forma sencilla, unida a sus familias y con una dieta rica en alimentos naturales, destacó en su presentación el doctor en demografía belga Michele Poulain. Los habitantes de cinco cantones de la península de Nicoya, (Carrillo, Santa Cruz, Nicoya, Hojancha y Nandayure) comparten este título con la isla de Cerdeña, en Italia; la de Okinawa, en Japón; Loma Linda, en California (Estados Unidos), e Ikaria, en Grecia. (Rodríguez 2017)

## **Historia de la odontología en Costa Rica**

En 1564, aparece en Costa Rica un cirujano, Cipión Américo, practicante de la “dentistería” como se le llamaba en ese entonces.

En 1845, llega a nuestras costas un mexicano de apellido Barrasa, platero de oficio, quien junto a su aprendiz Don Ildefonso Guevara realizan extracciones dentales.

En 1848, el Dr. José María Montealegre, realiza la primera extracción dental utilizando cloroformo como anestésico.

En 1895, se crea la Facultad de Medicina, Cirugía y Farmacia.

En 1898, un grupo de dentistas solicita a la Facultad de Medicina el permiso correspondiente para fundar una Facultad Dental.

Para el año de 1900, en toda la República de Costa Rica hay doce dentistas establecidos en la capital y uno en la provincia de Alajuela. Un año después el Dr. Vicente Lahner publica un cuadro de los Médicos, Farmacéuticos, Dentistas y Obstetras, donde aparece la primera mujer ejerciendo, Dr. Pilar Celina Duval.

En 1906, se funda la primera Escuela de Cirugía Dental de Costa Rica.

En junio de 1915, se culmina el largo proceso de lucha de los Cirujanos Dentistas por contar con una institución propia del gremio y no supeditada a la facultad de Medicina, la cual era dominada por los médicos. El 9 de junio el Congreso aprueba la ley de creación de la Facultad de Cirugía Dental.

El 24 de agosto de 1936, se funda la Sociedad Odontológica de Costa Rica con la cooperación de treinta cirujanos dentistas debidamente incorporados a la facultad de Cirugía Dental. Años después cambió su nombre por el de Asociaciones Odontológicas de Costa Rica.

Al año siguiente, se funda la Caja Costarricense del Seguro Social y se nombra al Dr. Mateo Fournier Quirós, como el primer odontólogo que labora en esa institución. Para el año de 1946, ya se observan los primeros frutos, el Dr. Carlos Arias Zúñiga se convierte en el primer odontólogo graduado por la Universidad de Costa Rica y en el año 1947, se gradúan de la misma facultad las primeras odontólogas: Dra. Hilda Acuña Acevedo e Irma Zumbado Lobo.

de 1964, se realiza la compra de la propiedad.

Para 1967, el Profesor José J. Trejos firma la Ley del Timbre Odontológico.

En 1990, se celebró el 75° Aniversario del Colegio de Cirujanos Dentistas y se compró el centro recreativo del Colegio.

En 1994, se creó el nuevo Reglamento sobre Servicio Social Obligatorio para Médicos y Cirujanos Dentistas y se reformó el Código de Ética.

En el 2000, se celebró el 85° Aniversario del Colegio en el Auditorio Nacional, durante los meses de julio y agosto se llevó a cabo la Campaña de Educación contra el Ejercicio Ilegal de la Profesión. (CCDCR, 2017)

Como plantea Schein, (2020), Historia de los depósitos dentales, los primeros depósitos dentales surgen de la necesidad de materiales de toda índole y procedencia por parte de los dentistas a raíz de la tecnificación de la profesión en el siglo XIX.

época se comenzaron a utilizar técnicas como las impresiones en cera, los dientes de porcelana o las coronas metálicas de oro que precisaban de material e instrumental especializado para su realización.

Según Jiménez (2020) en su publicación web titulada el depósito dental: Cómo ha evolucionado a lo largo de la historia de la odontología describe que, Un depósito

dental es una tienda que se encarga de la importación, distribución y venta de material dental tanto para clínicas dentales como para profesionales de la odontología. Los depósitos dentales apoyaron en sus comienzos, incluso, los movimientos en pro de la dignificación del ejercicio del arte del dentista. La labor de odontólogos y estomatólogos se completa gracias a la tecnología y el equipamiento que proporcionan los depósitos dentales.

En la actualidad, existen gran cantidad de depósitos dentales y algunos incluso están dedicados a ramas como la ortodoncia.

### **1.1.2. Descripción del problema**

Las clínicas odontológicas son parte esencial para las personas de todas las edades porque les brindan ayuda sobre el cuidado de la salud bucodental, por estética y por higiene bucal por ello, deben contar con todos los productos y materiales necesarios para la atención de las personas, por lo que se vuelve de vital importancia realizar los estudios pertinentes con el propósito de conocer la viabilidad y factibilidad de crear una empresa dedicada a la comercialización de productos dentales en el distrito primero de Nicoya.

Debido a esto el principal vacío con respecto a este servicios es la inexistencia de una empresa dedicada a la comercialización de productos dentales en el distrito primero de Nicoya, por lo que los odontólogos para adquirir estos productos necesitan solicitarlos a los proveedores de la GAM (Gran Área Metropolitana) lo que provoca altos precios, tiempos de espera para obtener los productos demandados, deterioro por el descuido en los medios de transporte que brinda el servicios, además los especialistas no pueden escoger sus productos directamente, ocasionándoles atrasos en la atención de los pacientes.

Por este motivo, nace la propuesta de realizar un estudio de viabilidad y factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la comercialización de productos dentales en el distrito primero de Nicoya, con el fin de garantizar y brindar un mejor servicio a dos tipos de clientes, por un lado, los especialistas y, por otro lado, los clientes. De esta manera se logra satisfacer las principales necesidades del mercado, al contar con una empresa de este tipo, ubicada cerca de los centros de trabajo será mucho más factible acceder al producto de primera mano, de calidad y precios competitivos.

También, al tener una empresa dedicada a la comercialización de productos dentales en el distrito primero Nicoya, podría ser un servicio para los demás especialistas ubicados en los diferentes cantones de la región Guanacasteca.

### **1.1.3. Formulación del problema**

¿Es viable y factible crear una empresa dedicada a la comercialización de productos dentales en el distrito primero de Nicoya, Guanacaste, Costa Rica?

### **1.1.4. Sistematización del problema**

¿Se presentan limitaciones en cuanto a la normativa legal y ambiental costarricense para la creación de una empresa dedicada a la comercialización de productos dentales en el distrito primero de Nicoya, Guanacaste, Costa Rica?

¿Existen condiciones técnicas para la creación de una empresa dedicada a la comercialización de productos dentales en el distrito primero de Nicoya, Guanacaste, Costa Rica?

¿Cuenta el distrito primero de Nicoya con la oferta, demanda, competencia, precio, plaza, producto y promoción requeridas para la creación de una empresa dedicada a la comercialización de productos dentales?

¿Será financieramente rentable la creación de una empresa dedicada a la comercialización de productos dentales en el distrito primero de Nicoya, Guanacaste, Costa Rica?

## **1.2. Justificación de la investigación**

En la actualidad en el distrito primero de Nicoya existen un total de 18 clínicas especialistas en el cuidado bucodental, todos estos consultorios dentales tienen una serie de necesidades en temas de materia prima y productos especializados para su labor cotidiana con la atención de los pacientes, sin embargo, no existe una empresa que cubra la demanda de estas, lo cual ellas al realizar pedidos fuera del cantón los costos de los materiales pedidos a los depósitos dentales ubicados en la GAM son elevados por el pago del envío.

Por lo anterior, la idea de la creación de una empresa de este tipo surge de la necesidad existente en la zona de un establecimiento que venda productos especializados, de calidad y con menor tiempo de espera para la adquisición de los productos hacia los odontólogos de la zona.

Lo que se desea con el proyecto planteado es brindar un soporte o un apoyo a los especialistas, realizando un estudio de viabilidad y factibilidad para determinar si es rentable la creación de una empresa dedicada a la comercialización de productos dentales. Por lo tanto, los especialistas al tener acceso a los productos y materiales necesarios en las clínicas pueden brindar un servicio de calidad, debido a que en la actualidad todas las personas que visitan estos lugares lo hacen por necesidad e higiene personal.

En la actualidad, se sabe que los clientes buscan en estos servicios una pronta atención y debido a que los especialistas no cuentan con los productos en específico el cliente debe de esperar varios días para proceder con el tratamiento solicitado en el momento.

Con los puntos mencionados anteriormente se logra ver o conocer la necesidad de la creación de este tipo de empresa dedicada a la comercialización de productos dentales en el distrito primero de Nicoya que cubra los vacíos que se presentan actualmente, sin dejar de lado a los demás especialistas ubicados en los diferentes cantones de la región Guanacasteca que de igual manera optarían por comprar en un lugar más accesible para ellos.

Como parte de la justificación de la investigación se mencionan las metas estratégicas a nivel institucional lo cual, se pretende articular acciones que propicien el compromiso práctico del estudiantado con las comunidades y pequeños emprendedores, así como que los lineamientos se vinculen con la extensión y la vinculación generando una formación humanista del estudiante, parte del proyecto le permite a la población de especialistas odontológicos reducir el tiempo de espera, mejorar las condiciones para los clientes, generar empleo para la localidad. La idea del proyecto es abastecer las principales necesidades de los odontólogos, de igual manera pretende aminorar la necesidad de realizar pedidos en la GAM.

Es importante mencionar que el proyecto se vincula con el eje de la universidad comercio y negocios en el aspecto de fomentar una actividad productiva. Además, se vincula con el eje llamado desarrollo local y regional, debido a que en Nicoya no existe una empresa dedicada a la comercialización de productos dentales, el local tendría como propósito abastecer las necesidades de los odontólogos de la zona. A la vez, se relaciona con el eje institucional generación de capacidades porque es un emprendimiento por parte de uno de los sustentantes el cual pretende llevar a cabo el proyecto y con ello podría generar empleo en la comunidad.

### **1.2.1. Justificación teórica**

La creación de una empresa que se dedique a la comercialización de productos dentales en el distrito primero de Nicoya, Guanacaste, en este proyecto se utilizará toda aquella teoría referente a la administración y específicamente a la teoría financiera, en la cual es el producto de análisis a profundidad con instrumentos para realizar las proyecciones presupuestarias. Se debe tener conocimiento sobre la viabilidad y factibilidad para tener seguridad de que generará ganancias y no pérdidas económicas, se debe saber si será viable por medio de los estudios necesarios para la creación de la empresa.

De acuerdo con Sapag, Sapag y Sapag, (2014), “la evaluación se basa en estimaciones de lo que se espera que sean en el futuro los beneficios y costos que se asocian con un proyecto” (p. 6).

El proyecto va a permitir ver la viabilidad y factibilidad por medio de los estudios, los cuales son el estudio legal, técnico, de mercado y financiero.

Como primer punto se debe conocer y tener claro el estudio legal, el cual es el encargado de todos los aspectos jurídicos y legales de la legislación costarricense esto con el propósito de seguir al pie de la letra los requisitos legales que debe seguir la empresa.

El segundo punto es el estudio técnico que permita conocer todos los aspectos necesarios para poner en marcha la empresa como la ubicación, materiales, mano de obra entre otros.

Según Sapag (2011) plantea que, calcula los costos, inversiones y beneficios derivados de los aspectos técnicos o de la ingeniería del proyecto. Para ello, en este estudio se busca determinar las características de la composición óptima de los recursos que harán que la producción de un bien o servicio se logre eficaz y eficientemente. (p. 123)

Según Morales y Morales (2009), mencionan que, “Esta etapa comprende aquellas actividades en que se definen las características de los activos fijos (en este caso equipo, maquinaria, instalaciones, terrenos, edificios etc.) que son necesarios para llevar a cabo el proceso de producción de determinado bien o servicio” (p. 84). Por otra parte, para Sapag, et al. (2014), “Con el estudio técnico se determinarán los requerimientos de equipos de fábrica para la operación y el monto de la inversión correspondiente” (p. 32).

El propósito del estudio técnico permite saber la localización, el tamaño, la ingeniería del proyecto, la distribución de la tienda, conocer el equipo y maquinaria necesaria para fijar la inversión inicial de todos los aspectos mencionados, así como el costo de la viabilidad del proyecto.

Como tercer punto se menciona el estudio de mercado, el principal objetivo de este consiste en estudiar todo lo referente al mercado meta, lo cual es la demanda, la oferta, el precio, la plaza, el producto y la promoción con la que contará la creación de la empresa dedicada a la comercialización de productos dentales en el distrito primero de Nicoya, Guanacaste.

Para Sapag, et al. (2014), consideran que, “El estudio de mercado es más que el análisis y la determinación de la oferta y la demanda, o de los precios del proyecto” (p.30). Por otro lado, Morales y Morales (2009), indican, que “El estudio de mercado tiene como principal objetivo determinar si el producto y/o servicio que se pretende fabricar o vender será aceptado en el mercado, y si los posibles consumidores están dispuestos a adquirirlos” (p. 41).

Como cuarto punto se menciona el estudio financiero el cual será el encargado de medir la factibilidad y rentabilidad del proyecto, por medio de la realización de los estudios antes

mencionados para determinar el costo de poner en marcha el proyecto y el tiempo de la recuperación de la inversión.

De acuerdo con Morales y Morales (2009):

El propósito de esta actividad consiste en elaborar información financiera que proporcione datos acerca de la cantidad de inversión, ingresos, gastos, utilidad de la operación del proyecto de inversión, nivel de inventarios requeridos, capital de trabajo, depreciaciones, amortizaciones, sueldos, etc., A fin de identificar con precisión el monto de inversión y los flujos de efectivo que producirá el proyecto. (p. 164)

Como dice Sapag, et al. (2014):

El estudio financiero, los objetivos de esta etapa son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y datos adicionales para la evaluación del proyecto y estudiar los antecedentes para determinar su rentabilidad. (p. 34)

Debido a esto es importante la realización de un análisis financiero para la empresa para tener certeza de todo lo que se necesitará para comercializar, para lograr cumplir con las necesidades de los especialistas odontológicos de la zona del distrito primero de Nicoya, Guanacaste.

### **1.2.2. Justificación metodológica**

En el proyecto se utilizarán todos los aspectos metodológicos que posibiliten y faciliten la realización de este, el estudio de viabilidad y factibilidad se llevarán a cabo por medio de un estudio legal, técnico, de mercado y financiero. En el proyecto se utilizarán entrevistas a los especialistas

odontológicos, lo cual permitirá y posibilitará analizar información individualizada de cada uno de los dentistas.

Cada uno de los estudios antes mencionados, necesitarán diferentes fuentes de información e instituciones por visitar para la recolección de los datos necesarios, obligaciones legales y técnicas.

#### **1.2.2.1. Estudio legal**

Para el estudio legal se utilizarán fuentes primarias por medio de visitas, entrevistas presenciales o por llamada telefónica a las instituciones como lo son Municipalidad de Nicoya, Ministerio de Salud, Dirección General de Tributación, la Caja Costarricense del Seguro Social (CCSS), Instituto Nacional de Seguros (INS) y el Colegio de Cirujanos Dentistas de Costa Rica; para solicitud de los requisitos necesarios para la creación de la empresa.

#### **1.2.2.1. Estudio técnico**

Para el estudio técnico, las fuentes por utilizar serán primarias por medio de *páginas web* y entrevistas a conocedores en el tema, por medio de consultas a las entidades necesarias, *vía web*, entre otros, para tener presente las condiciones técnicas para el proyecto. De igual manera, se debe tener presente todos los puntos importantes como lo son el recurso humano, el equipo por utilizar, la infraestructura donde se ubicará la empresa para la comercialización de los productos dentales.

#### **1.2.2.2. Estudio de mercado**

En el estudio de mercado se realizarán entrevistas y cuestionarios a los especialistas odontológicos de la zona para analizar la oferta, demanda, competencia, precio, plaza, producto y promoción en el distrito primero de Nicoya, esto permitirá conocer datos importantes sobre los equipos médicos y los materiales más utilizados por ellos.

### **1.2.2.3. Estudio financiero**

Para este estudio se utilizarán fuentes primarias por medio de expertos con conocimiento en temas financieros, de igual forma, las fuentes secundarias serán por medio de libros de administración, finanzas entre otros, esto con el fin de conocer la rentabilidad del proyecto por medio de las herramientas utilizadas en finanzas, las cuales son; flujo de caja proyectado, el Van, la Tir, periodo de recuperación, tasa media de recuperación; entre otros aspectos financieros con el mismo grado de importancia.

### **1.2.3. Justificación práctica**

En la justificación práctica se brindará un instrumento que determinará si al final el proyecto es viable y factible, lo cual posibilitará a los inversionistas a tomar decisiones de invertir en el proyecto y además brindará la posibilidad de que otros estudiantes a futuro tengan la posibilidad de analizar los procedimientos y la información que se utilizó en la investigación.

Se menciona la creación de una empresa dedicada a la comercialización de productos dentales en el distrito primero de Nicoya, que se verá beneficiada con la aplicación del estudio legal, técnico, de mercado y financiero, dado que se demostrará si la creación de la empresa es viable y factible.

De igual manera, el presente trabajo de investigación permitirá poner en práctica todos los conocimientos adquiridos en la carrera de Administración y así conocer los requisitos legales con los que se debe de seguir en Costa Rica, así como la implementación de los instrumentos de recolección de información.



## **1.4. Objetivos de la investigación**

### **1.4.1. Objetivo general**

Determinar la viabilidad y factibilidad, por medio de un estudio legal, técnico, de mercado y financiero, para el establecimiento de una empresa dedicada a la comercialización de productos dentales en el distrito primero de Nicoya, Guanacaste.

### **1.4.2. Objetivos específicos**

1. Determinar el cumplimiento de las obligaciones en la normativa legal y ambiental costarricense, para la creación de una empresa dedicada a la comercialización de productos dentales en el distrito primero de Nicoya, Guanacaste, Costa Rica.
2. Identificar las condiciones técnicas para la creación de una empresa dedicada a la comercialización de productos dentales en el distrito primero de Nicoya, Guanacaste, Costa Rica.
3. Establecer, por medio de un estudio de mercado, el análisis de la oferta, demanda, competencia, precio, plaza, producto y promoción, para la creación de una empresa dedicada a la comercialización de productos dentales en el distrito primero de Nicoya, Guanacaste, Costa Rica.
4. Determinar si el proyecto es financieramente rentable, por medio de un estudio financiero, para la creación de una empresa de comercialización de productos dentales en el distrito primero de Nicoya, Guanacaste, Costa Rica.

## 1.5. Descripción de las variables

Tabla 1. Variables de los aspectos legales

Objetivo Específico	Variables	Conceptualización	Operacionalización	Instrumentalización
Determinar el cumplimiento de las obligaciones en la normativa legal y ambiental costarricense, para la creación de una empresa dedicada a la comercialización de productos dentales en el distrito primero de Nicoya, Guanacaste, Costa Rica.	Estudio legal.	Se llevará a cabo por medio de un estudio legal y ambiental para conocer los procedimientos para la creación de la empresa.	Se llevará a cabo por medio de la investigación para la creación de una empresa dedicada a la comercialización. El estudio legal consta de los requisitos y cumplimientos legales determinados por:  Trámites en la Municipalidad de Nicoya, trámites en la Caja Costarricense del Seguro Social, trámites en el Instituto Nacional de Seguros, trámites en el Ministerio de Salud, trámites en Tributación Directa, Colegio de Dentistas Cirujanos de Costa Rica.	Por medio de visitas a las instituciones. <i>Páginas web.</i> Llamadas telefónicas. Entrevistas.

Fuente: Elaboración propia, 2020.

*Tabla 2. Variable de los aspectos técnicos*

<b>Objetivo Específico</b>	<b>VARIABLES</b>	<b>Conceptualización</b>	<b>Operacionalización</b>	<b>Instrumentalización</b>
Identificar las condiciones técnicas para la creación de una empresa dedicada a la comercialización de productos dentales en el distrito primero de Nicoya, Guanacaste, Costa Rica.	Estudio técnico.	Por medio de la variable se identificarán las condiciones técnicas del proyecto como lo son: Establecimiento de la empresa, mano de obra, tamaño del proyecto, materiales necesarios, inversión inicial, recursos económicos y el capital necesario para el establecimiento del proyecto.	Este punto se llevará a cabo por medio de un experto conocedor del tema del proyecto, con el propósito de conocer los aspectos técnicos que se necesitan para la empresa en tema de materiales y productos dentales.	Entrevistas a los odontólogos del distrito de Nicoya. Llamadas telefónicas.

Fuente: Elaboración propia, 2020.

Tabla 3. Variable de los aspectos de mercado

<b>Objetivo Específico</b>	<b>Variables</b>	<b>Conceptualización</b>	<b>Operacionalización</b>	<b>Instrumentalización</b>
Establecer, por medio de un estudio de mercado, el análisis de la oferta, demanda, competencia, precio, plaza, producto y promoción, para la creación de una empresa dedicada a la comercialización de productos dentales en el distrito primero de Nicoya, Guanacaste, Costa Rica.	Estudio de mercado.	Se plantean los aspectos de mercado con los que contará el proyecto, para lo cual se estudiará el mercado meta al que va dirigido el proyecto, se estudiará la oferta y demanda en Nicoya, se realizará un análisis de la competencia, los proveedores con los que contará el proyecto.	Para continuar con el proyecto se debe tener claridad del mercado meta al cual se le ofrecerá el producto, se realizarán entrevistas y cuestionarios a los odontólogos del distrito de Nicoya, con el fin de conocer; oferta, demanda, competencia, precio, plaza, producto y promoción del mercado.	Entrevistas. Cuestionarios. <i>Páginas web.</i>

Fuente: Elaboración propia, 2020.

Tabla 4. Variable de los aspectos financieros

Objetivo Específico	Variables	Conceptualización	Operacionalización	Instrumentalización
Determinar si el proyecto es financieramente rentable, por medio de un estudio financiero, para la creación de una empresa de comercialización de productos dentales en el distrito primero de Nicoya, Guanacaste, Costa Rica.	Estudio financiero.	Esta variable es la que está compuesta por los puntos económicos que se analizarán para determinar la rentabilidad del proyecto.	Se analizarán los aspectos económicos, los cuales son los siguientes: Gastos, Costos. Flujo de caja. Estados financieros proformas. El Van, la Tir, periodo de recuperación. Tasa media de recuperación. Punto de equilibrio. Análisis de sensibilidad. Índice de deseabilidad. Esto con el propósito de evaluar financieramente el proyecto.	Flujos de caja proyectados. Estados financieros proforma. Van Tir. PR. TMR.

Fuente: Elaboración propia, 2020.

## **1.6. Metodología de la investigación**

### **1.6.1. Tipo de investigación**

El tipo de investigación que se llevará a cabo será el descriptivo, debido a que es la que se encarga de analizar y estudiar las variables del proyecto que van relacionadas con la inversión.

Según Hernández, Fernández y Baptista, (2014), indican que, “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” (p. 92).

El presente trabajo de investigación tiene como fin buscar la información suficiente y necesaria para poner en marcha el proyecto de comercialización de productos dentales en el distrito primero de Nicoya, Guanacaste.

De igual manera, el proyecto de investigación permitirá obtener toda la información necesaria de las variables por medio de los estudios de viabilidad y factibilidad.

### **1.6.2. Tipo de enfoque**

En este proyecto se usará el método cuantitativo, esto con base en el objetivo general de esta investigación. Por lo que se requiere evaluar y analizar la información recolectada de distintas maneras, debido a que el proyecto se enfoca en un estudio de viabilidad y factibilidad.

De acuerdo con Hernández, et al. (2014), “Debido a que los datos son producto de mediciones, se representan mediante números (cantidades) y se deben analizar con métodos estadísticos” (p. 5). Por esto el principal objetivo de la investigación es seguir cuidadosamente todos los procesos legales, técnicos, de mercado y financieros para un análisis de la realidad y con datos numéricos.

### **1.6.3. Fuentes de información**

Las fuentes de información son importantes para todo desarrollo de un estudio de viabilidad y factibilidad. Para Huamán (2011), las fuentes de información, “Son diversos tipos de documentos que contienen información para satisfacer una demanda de información o conocimiento” (p. 3).

#### **1.6.3.1. Fuentes primarias**

Las fuentes primarias del proyecto se obtendrán por medio de entrevistas y cuestionarios, los cuales serán aplicados a 18 de 20 especialistas odontológicos de las clínicas dentales, los cuales son los propietarios de estas, ubicados en el distrito primero de Nicoya, y además se llevará a cabo la observación en cada una de las clínicas seleccionados, con el propósito de obtener datos significativos de primera mano sobre los implementos requeridos por cada uno de los propietarios.

Según Huamán (2011), las fuentes primarias son las que “Proporcionan datos de primera mano. Un tipo muy importante de fuentes primarias son los artículos científicos” (p. 5). Por otro lado, de acuerdo con Blázquez (2015), menciona que “Todas aquellas fuentes que contienen una información original, novedosa y que no emplea esquemas predeterminados de estructuración, siendo accesible desde las fuentes secundarias” (p. 1).

#### **1.6.3.2. Fuentes secundarias**

Las fuentes secundarias del proyecto de investigación son todas aquellas que se obtienen mediante estudios previos para ello, se utilizarán libros electrónicos, fuentes de información bibliográficas, revistas, blogs, base de datos, entre otros, con el propósito de obtener información que permita reforzar la investigación y así generar mayor comprensión y conocimiento teórico.

De acuerdo con Maranto y González (2015), indica que “Este tipo de fuentes son las que ya han procesado información de una fuente primaria. El proceso de esta información se pudo dar por una

interpretación, un análisis, así como la extracción y reorganización de la información de la fuente primaria” (p. 3). Por otra parte, para Blázquez (2015), son “Todas aquellas que contienen las referencias y envíos a las fuentes primarias originales. Son instrumentos de acceso a la información, resultantes de los procesos documentales de análisis, clasificación, etc” (p. 1).

#### **1.6.4. Población**

Según Lepkowski, citado por Hernández, et al. (2014) “Una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones” (p. 174).

En el presente proyecto de investigación se utilizará la población general de los especialistas odontológicos ubicados en el distrito primero de Nicoya, como se presenta a continuación:

*Tabla 5. Clínicas dentales del distrito de Nicoya*

<b>Nombre del especialista</b>	<b>Nombre de la Clínica</b>	<b>Teléfono</b>
<b>Andrea Chacón, Asdrúbal Espinoza</b>	Azul Dental	2686-69-63
<b>Andrés Espinoza Briones</b>	Clínica Dental Dr. Espinoza	2685-53-56
<b>Daniel Porras Nema</b>	Clínica Dr. Daniel Porras Nema	8322-84-85
<b>Dylana Rojas Gómez</b>	Clínica Dental Dra. Dylana Rojas	2686-41-41
<b>Gian Carlo Agüero Morales</b>	Clínica Dental Odonto Estética	8483-26-56
<b>Irene Cruz Nacher</b>	Clínica Dental OC	2685-57-46
<b>Karen Castillo Chan</b>	Clínica Dental Dra. Karen Castillo Chan	2685-69-59
<b>Lis Rodríguez Paniagua</b>	Clínica Dental CR Dental	6059-28-58
<b>Marcos Carrillo Rosales</b>	Clínica San Isidro Dental	2685-47-40
<b>María Rojas Flores, Miguel Rojas Flores</b>	Clínica Dental Ortho Smile	8706-86-29- 8383-69-69
<b>Patricia Murillo Marcha</b>	Clínica Santa Lucía Dra. Patricia Murillo	2685-43-00
<b>Paul Castro Salmerón</b>	Clínica Dental Dr. Paul Castro	7163-00-30
<b>Randall Arroyo Araya</b>	Clínica Santa Apolonia	2686-66-95
<b>Rebecca Fajardo Cubillo</b>	Clínica Dental Dra. Rebecca Fajardo Cubillo	2685-43-09

---

<b>Rosa Paniagua Guevara</b>	Clínica Dental Dra. Rosa Olivia Paniagua	2685-53-53
<b>Sheila Briceño Díaz</b>	Clínica Dental Dra. Sheila Briceño D	2686-63-02
<b>Tatiana Garita Aguilar</b>	Clínica Dental Nicoya Dent	2685-31-48
<b>Wilmar Paniagua Ruiz</b>	Clínica Dental Dr. Wilmar Paniagua R	2685-43-09

---

Fuente: Elaboración propia, 2020.

Se seleccionó el distrito primero de Nicoya, para determinar geográficamente la población se realizó un estudio previo de campo donde se logra localizar la cantidad de 18 clínicas dentales, que están conformadas por 20 especialistas los cuales son los propietarios.

La identificación del problema está con base en los dueños del área de las clínicas en el distrito primero de Nicoya, por lo cual todos van a ser considerados dentro del estudio y por el tamaño que se estudia esto permite contemplar el 100% de la población, lo cual se procede a la realización de un censo.

#### **1.6.4.1. Cuando usar muestra**

Según Gómez (2012), indica cuándo se debe utilizar muestra;

- La población es finita o muy grande y es imposible físicamente cubrir a todos los elementos que la componen.
- La población es finita pero lo suficientemente grande para que el estudio de todos los elementos no sea aconsejable.
- La unidad de estudio se transforma o se destruye al ser examinada.
- Los resultados que arrojaría una muestra bien seleccionada, de tamaño razonable, serían suficientemente precisos para los fines prácticos que se persiguen con los datos. (p. 10).

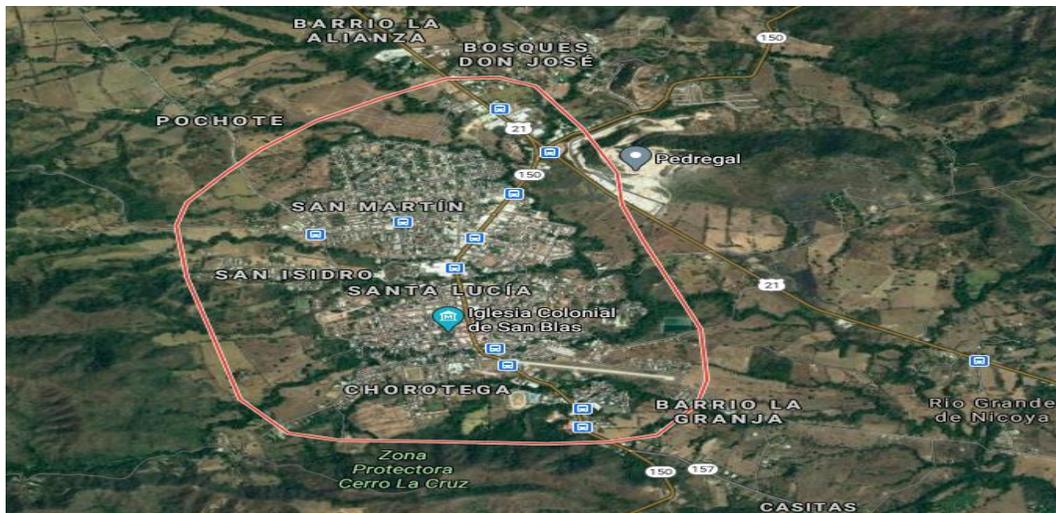
La muestra no sería estadísticamente significativa ya que, se puede utilizar toda la población y por lo tanto se dejaría de estar trabajando con un estadígrafo o estadístico y se podrá trabajar con datos que son parámetros de la población porque es muy pequeña, entonces se trabajará con el 100% de los especialistas el cual está conformado por un total de 20, ubicados en el distrito primero de Nicoya.

#### 1.6.4.2. Técnicas, métodos e instrumentos para la selección de la población

El tamaño de la población por investigar es del 100% de los especialistas del distrito primero de Nicoya. Esta población seleccionada consta de 18 clínicas y 20 especialistas, debido a que en dos clínicas hay 2 dentistas y en las otras solo un dentista. Se eligió el distrito primero de Nicoya por el conocimiento de la zona, la facilidad de contactar a los dentistas. Además, Nicoya es uno de los distritos con mayor concentración del comercio donde hay más afluencia y mayor tránsito de personas.

Las clínicas seleccionadas abarcan desde el barrio de San Martín hasta el barrio de la Granja.

*Figura 2. Mapa de Nicoya*



Fuente: Google Maps, 2020.

#### 1.6.4.3. ¿Qué es un censo?

Para Hernández, et al. (2014), menciona que, “censo demográfico en una determinada comunidad donde se mediría: nivel socioeconómico, nivel educativo, edad, género, tamaño de la familia, etc” (p. 74).

Según el Departamento de Asuntos Económicos y Sociales (2010), Un censo de población es el conjunto de las operaciones consistentes en recoger, recopilar, evaluar, analizar y publicar o divulgar de alguna otra forma datos demográficos, económicos y sociales relativos a todos los habitantes de un país, o de una parte bien delimitada de un país, en un momento determinado. (p. 7)

Cabe mencionar, que debido al tamaño de la población, siendo esta menor a 100 y al no cumplir con los requisitos definidos para una muestra, se procederá a realizar un censo, la población meta elegida como posibles compradores potenciales son los propietarios de las clínicas dentales conformada por un total de 20 especialistas, en el distrito primero de Nicoya mismo que van a ser utilizados dentro del estudio.

#### **1.6.5. Técnicas, métodos e instrumentos para la recopilación de los datos**

Con respecto a los métodos e instrumentos para la recolección de los datos, es importante mencionar que existen diversos tipos y que además estos varían de acuerdo con el enfoque de investigación. Como se mencionó anteriormente, en este proyecto se utilizará el método cuantitativo, esto mediante la entrevista personal, el cuestionario y la observación.

##### **1.6.5.1. Entrevista personal**

Este instrumento será importante para el desarrollo del proyecto, ya que por este medio se recolectará información de primera mano por medio de opiniones y puntos de vista de 18 de los 20 especialistas ubicados en el distrito primero de Nicoya, lo cual va a permitir recolectar información necesaria de la situación actual del mercado.

La entrevista es una técnica de gran utilidad en la investigación, para recabar datos se define como una conversación que se propone un fin determinado distinto al simple hecho de conversar,

Canales, citado en Díaz, Torruco, Martínez y Varela (2013), indica que “la comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el sujeto de estudio, se realiza a fin de obtener respuestas verbales a las interrogantes planteadas sobre el problema propuesto” (p. 163).

Por otro lado, para Hernández, Fernández y Baptista (2010) mencionan que, “Las entrevistas implican que una persona calificada (entrevistador) aplica el cuestionario a los participantes; el primero hace las preguntas a cada entrevistado y anota las respuestas” (p. 239).

De igual manera, por motivos de la pandemia y por protocolos de seguridad hacia la persona entrevistada y los entrevistadores, se hará uso de entrevistas y formularios por vía telefónica, por correo electrónico o *vía web* como una posible segunda opción.

#### **1.6.5.2. Cuestionario**

El cuestionario es un instrumento utilizado para la recolección de datos por lo cual, se llevará a cabo en el proyecto, se aplicarán cuestionarios a 18 de los 20 especialistas de las clínicas dentales ubicadas en el distrito primero de Nicoya, con el fin de recolectar información a partir de preguntas abiertas y cerradas para obtener datos en cuanto a la compra y comercialización de productos dentales, de acuerdo con las necesidades de los especialistas.

Para Fábregues, Meneses, Rodríguez y Paré, (2016), un cuestionario es, por definición, el instrumento estandarizado que empleamos para la recogida de datos, fundamentalmente las que se llevan a cabo con metodologías de encuestas. Se podría decir que es la herramienta que plantea un conjunto de preguntas para recoger información estructurada sobre una muestra de personas. (pp. 24-25).

De igual manera, para Hernández et, al. (2014) relatan que, “Un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir” (p. 217).

Cabe recalcar, que este instrumento servirá para realizar el estudio de mercado, debido a que se recolectará información necesaria para tener mayor conocimiento con respecto a los aspectos relacionados con la oferta, demanda, competencia, precio, plaza, producto y promoción para la creación de la empresa para determinar la viabilidad y factibilidad, de igual manera, ayudará a obtener información que servirá para el desarrollo del estudio técnico y el estudio financiero.

### **1.6.5.3. Observación**

La observación es otro de los métodos para la recolección de datos que le va a permitir a los investigadores visualizar aspectos como el ambiente laboral de los especialistas durante la investigación, para así poder brindar puntos de vistas u opiniones acerca de este. Por lo tanto, para Hernández, et al. (2014), indican que “Este método de recolección de datos consiste en el registro sistemático, válido y confiable de comportamientos y situaciones observables, a través de un conjunto de categorías y subcategorías” (p. 252). En las clínicas dentales, por este método de observación se podrá conocer aspectos como los precios de los materiales y productos dentales importantes para la labor diaria en las clínicas.

### **1.6.6. Análisis e interpretación de la información**

El análisis e interpretación de la información, se llevará a cabo por medio de entrevistas y cuestionarios a los especialistas odontológicos de las clínicas ubicadas en el distrito primero de Nicoya y por medio de la observación en las clínicas.

De igual manera, se analizarán todos los datos, a través de programa Excel, en donde toda la información se diseñará por medio de gráficos, tablas, porcentajes y datos cuantitativos que permitirán organizar la información obtenida en los instrumentos aplicados, para así tomar decisiones para llevar a cabo el proyecto en caso de que este llegue a ser viable y rentable.

### **1.6.7. Alcances y limitaciones**

En este apartado, se mencionan los alcances y las limitaciones del trabajo de investigación sobre el estudio de viabilidad y factibilidad.

#### **1.6.7.1. Alcances**

Por medio del proyecto se propone la creación de una empresa dedicada a la comercialización de productos dentales en el distrito primero de Nicoya, mediante el estudio legal, técnico, de mercado y financiero para tener seguridad de la viabilidad y factibilidad de la creación de la empresa.

Por medio del estudio legal se determinarán las obligaciones establecidas para la creación de la empresa. Mediante el estudio técnico para identificar las condiciones técnicas de la empresa como lo son el tamaño, la localización y la ingeniería del proyecto. Así mismo el estudio de mercado pretende establecer un análisis sobre la oferta y demanda que existe en el distrito primero de Nicoya para la creación de la empresa.

Por último, en el estudio financiero determinará si es rentable la creación de una empresa dedicada a la comercialización de productos dentales en el distrito primero de Nicoya.

#### **1.6.7.2. Limitaciones**

Aún no se han encontrado limitaciones en el proceso de investigación de este trabajo de investigación.

# **CAPÍTULO II**

## **Marco Teórico**

La elaboración del proyecto tiene como objetivo principal el establecimiento de una empresa dedicada a la comercialización de productos dentales en el distrito primero de Nicoya, Guanacaste, Costa Rica, debido a esto es primordial tener completa claridad de los conceptos teóricos de la administración y las finanzas al igual que los aspectos legales, técnicos, de mercado y financieros, se realizará una investigación teórica, la cual permitirá orientar al lector en el entendimiento del documento.

## **2.1. Administración**

La administración es una de las herramientas de mayor importancia para toda empresa de tipo comercial, industrial o de servicios debido a que es la encargada de velar por el cumplimiento de metas y objetivos propuestos en toda empresa.

Para Robbins y Coutler (2010), indican que “En pocas palabras, la administración es a lo que se dedican los gerentes, la administración involucra la coordinación y supervisión de las actividades de otros, de tal forma que éstas se lleven a cabo de forma eficiente y eficaz” (p. 6).

De igual manera, la administración desea siempre contar con los resultados planteados con la menor cantidad de gasto de recursos con los que cuentan, por otro lado, la administración deberá siempre cumplir con todas las metas fijadas en un periodo determinado.

### **2.1.1. Funciones de la administración**

Las funciones del área de la administración son realizadas por administradores o gerentes de toda empresa u organización, ellos son los principales encargados de gestionar toda la operatividad de la empresa, por ello, la planeación es parte fundamental de las empresas debido a que se basa en las metas y objetivos de toda administración.

De acuerdo con Robbins y Coutler (2010), mencionan que “los gerentes realizan actividades o funciones mientras coordinan eficiente y eficazmente el trabajo de otros, de igual manera, los gerentes se ocupan de la planeación, definen objetivos, establecen estrategias para lograrlos y desarrollan planes para integrar y coordinar las actividades” (p. 8).

Por ello, la planeación es fundamental, esto les permitirá a los gerentes tener un camino más claro y visible para realizar con éxito las metas y objetivos empresariales todo ello, por medio de todos los recursos, colaboradores y todas las estrategias elegidas para una mayor coordinación dentro de la empresa.

Por otro lado, otro de los aspectos importantes acerca de las funciones de la administración es la organización, en la cual los gerentes o administradores son los que asignan tareas a colaboradores de un departamento en específico.

Como lo indican Koontz, Weihrich y Cannice (2012) :

... la organización, es esa parte de la administración que supone el establecimiento de una estructura intencional de funciones que las personas desempeñen en una organización; es intencional en el sentido de asegurarse que todas las tareas necesarias para lograr las metas se asignen, en el mejor de los casos, a las personas más aptas para realizarlas. (pp. 30-31).

Según lo dicho anteriormente, todo administrador deberá tener siempre presente todas las cualidades de sus colaboradores para así, delegar con mayor facilidad labores que se adapten a cada perfil para cumplir con las metas y objetivos deseados.

Otro de los aspectos importantes por mencionar, es la parte de dirigir de la administración en ese caso, el administrador de toda empresa u organización debe tener el don de dirigir a los

colaboradores para mantener un equipo centrado en el cumplimiento de metas y objetivos empresariales.

Por ello, para Robbins y Coutler (2010) afirman que:

...cuando los gerentes motivan a sus subordinados, ayudan a resolver conflictos en los grupos de trabajo (...) seleccionan el canal de comunicación más efectivo o lidian de cualquier forma con asuntos relacionados con el comportamiento del personal, están dirigiendo. (p. 8)

Otro tema importante son las funciones de la administración en el cual se destaca el control, este aspecto es el principal encargado de fiscalizar todos los procesos que se deberán seguir para realizar todo proceso y tarea con éxito en cada departamento de la empresa.

De acuerdo con Koontz et al. (2012) relatan que, “controlar es medir y corregir el desempeño individual y organizacional para asegurar que los hechos se conformen a los planes. Incluye medir el desempeño respecto de las metas y los planes” (p. 31).

Cabe recalcar, que para medir y controlar el desempeño de todo colaborador de todo departamento se debe hacer mención de que este proceso se agiliza por medio de las auditorías que se realizan dentro de las organizaciones para analizar el desempeño de cada uno según sus labores asignadas.

Debido a todo lo mencionado anteriormente, las funciones de la administración (planear, organizar, dirigir y controlar) deben ir siempre de la mano en toda empresa u organización debido, a que le va a permitir y tener mayor claridad de los objetivos, colaboradores, dirección y de esta manera tener un control más acertado de todos los procesos y la correcta manera de ejecutarlos para un beneficio de la misma empresa u organización.

## **2.2. Empresa**

Las empresas son aquellas que se encuentran conformadas por un grupo de personas con el fin de laborar en conjunto, para cumplir con todas las metas, estrategias y objetivos definidos.

Como indica (Solís, 2011), “la empresa se la puede considerar como “un sistema dentro del cual una persona o grupo de personas desarrollan un conjunto de actividades encaminadas a la producción y/o distribución de bienes y/o servicios, enmarcados en un objeto social determinado” (párr. 2).

Por otro lado, Koontz et al. (2012), menciona que “El término empresa se refiere a un negocio, una dependencia gubernamental, un hospital, una universidad o cualquier otro tipo de organización” (p. 5).

Una empresa comercial es aquella que se encarga de realizar actividades económicas de compra y venta de productos, como materia prima o productos terminados entre el productor y el consumidor interesado en el producto.

### **2.2.1. Clasificación de las empresas**

Toda empresa tiene una diferencia de las demás, lo cual depende del tipo de características y funciones por realizar, de igual manera se diferencian según sus fines, por tal motivo, se realizará una clasificación de las empresas de acuerdo con sus fines, o según la actividad que realiza cada una.

Según Navarro (2014), las empresas se clasifican de la siguiente manera, por su actividad, se clasifica en tres grupos:

1) Industriales, 2) empresas comerciales, se caracterizan por comprar y vender, no alteran los productos que compran; 3) empresas de servicios. Otra clasificación es b)

por la naturaleza de su capital, se dividen en: 1) privadas, 2) públicas, 3) mixtas. Dentro de este grupo también se pueden clasificar las organizaciones

c) dependiendo del origen de su capital: 1) capital nacional, 2) capital extranjero, 3) coparticipación, d) Por su magnitud, puede clasificarse en cuatro tipos de organizaciones: 1) micro o caseras, 2) pequeñas, 3) medianas, cuentan con algún tipo de organización formal de las actividades y una especialización en la administración; 4) grandes.

De acuerdo con lo dicho en la cita anterior, se logra ver que las empresas se clasifican de diferentes maneras, por lo cual, lo más importante es tener claro el tipo de empresa, el número de socios, el tamaño y la inversión necesaria.

#### **2.2.1.1. Clasificación según sus fines**

Todas las empresas tienen diferentes maneras de operar con diferentes características las cuales se mencionan a continuación.

#### **Empresas con fines de lucro**

Este tipo de empresas con fines de lucro son aquellas que al llevar a cabo una actividad productiva buscan un fin monetario para llevar rentabilidad económica a la empresa como beneficio para los propietarios.

Para Baca et al. (2014), Mencionan que, "por ejemplo, si se trata de una empresa privada, el objetivo central será asegurar el máximo beneficio económico para sus dueños o accionistas" (p. 75).

Por ello, toda empresa con fines de lucro fija los objetivos para generar beneficios económicos.

## **Empresas sin fines de lucro**

Toda empresa sin fines de lucro son las que satisfacen una necesidad en la sociedad, sin una ganancia económica por lo que brindan servicios a la población.

Según Gaitán (2014), relata que:

Esa entidad, como su nombre lo indica, no persigue ánimo de lucro, es decir, no pretende el reparto, entre los asociados, de las utilidades que se generen en desarrollo de su objetivo social, sino que busca engrandecer su propio patrimonio, para el cumplimiento de sus metas y objetivos que, por lo general, son de beneficio social, bien sea encaminado hacia un grupo determinado de personas o hacia la comunidad en general. (pp. 7-8).

Debido a esto, se logra notar que una de las principales preocupaciones de las organizaciones sin fines de lucro es obtener de algún medio posible recursos económicos de diferentes lugares, como lo pueden ser del estado; como los donativos y de igual manera, todo lo que sus actividades obtienen para solventar los costos y gastos durante la producción.

### **2.2.1.2. Clasificación según su actividad**

Toda empresa se clasifica de diferente manera según el área y actividad o servicios que brindan a las personas y a la comunidad.

## **Empresa comercial**

Las empresas comerciales son todas aquellas que se dedican a la compra, venta y comercialización de productos determinados con un mercado meta definido.

Para Riquelme (2017), “Una empresa comercial es aquella que se encarga de adquirir: materias primas (recursos o materiales para ser procesados y convertidos en bienes), bienes intermedios”.

Por otro lado, Hernández (2011), menciona que “Las empresas comerciales se dedican a la compraventa de productos terminados, y sus canales de distribución son los mercados mayoristas, minoristas o detallistas, así como los comisionistas” (p. 9).

Estas empresas comerciales brindan a los clientes los servicios que necesitan como lo son los supermercados, entre otros.

### **Empresas industriales**

Las empresas industriales son las que se encargan de transformar la materia prima para obtener un producto final que se desea obtener en un tiempo determinado para su comercialización a los consumidores.

Para Warren, Reeve, y Duchac (2010), “Los negocios de transformación convierten factores de producción básicos en productos que venden a los clientes,” (p. 3).

Debido a esto, todas las empresas industriales transforman la materia prima de todo tipo de materiales en un producto final terminado para la comercialización como por ejemplo según Warren et al. (2010), mencionan que son, “(automóviles, camiones, camionetas, computadoras personales)” (p. 3).

## **Empresas de servicios**

Estas empresas son las que se encargan de brindar un servicio a la población con el objetivo de satisfacer un problema o una necesidad existente en el mercado en el área legal, financiera entre otras áreas.

Hernández (2011), indica que “Las empresas de servicios ofrecen productos intangibles a la sociedad, y sus fines pueden ser, o no, lucrativos” (p. 9).

### **2.2.1.3. Clasificación según el origen de capital**

A continuación, se mostrará la clasificación de las empresas según su capital.

#### **Empresa pública**

Estas empresas son las que cuentan con objetivos y metas con el fin de satisfacer una necesidad de la sociedad.

Según Hernández (2011), “Las empresas públicas son aquellas cuyo capital proviene del Estado y su funcionamiento es un eje estratégico de desarrollo” (p. 9).

Todos los ingresos de este tipo de empresas públicas son los que van a venir de los impuestos y presupuestos dados por el estado del país para desarrollar todas las actividades.

#### **Empresa privada**

Una empresa privada es aquella que recibe todos los recursos económicos por medio de capital privado de diferentes orígenes.

De acuerdo con Hernández (2011), relata que “Las empresas privadas se distinguen porque su capital proviene de inversionistas particulares, aunque su motor es la generación de utilidades. Son fundamentales para la creación de empleos” (p. 9).

Estas empresas siempre cuentan con el capital propio o por medio de los socios e inversionistas con el propósito de generar ganancias para la empresa.

### **Empresa mixta**

Las empresas mixtas son las que utilizan recursos propios y recursos por parte del estado como empresas privadas debido al financiamiento público, estas empresas son las que realizan actividades de manera propia para sus funciones empresariales, pero de igual manera estas reciben financiamiento del estado para desarrollar otras operaciones.

Para Blog de MBA (2018), en su *publicación web* titulada Qué es una empresa mixta y cómo se gestiona: “Empresa mixta a aquella cuyo capital proviene tanto de empresarios o empresa privada como del Estado, Capital público + capital privado = capital mixto = empresa mixta”.

#### **2.2.1.4. Clasificación según el tamaño**

El tamaño de toda empresa es un factor importante el cual permite clasificar las empresas debido, a las diferencias que existen entre ellas por ello, toda empresa se clasifica según su tamaño como se mostrará a continuación.

### **Microempresa**

Las microempresas se diferencian de las demás debido a que el dueño ejerce las labores de toda la empresa y al ser una microempresa no cuenta con muchos colaboradores.

Según Chaves, Valenciano, Vega y Ortiz (2013), indican que “Una microempresa será aquella que tiene entre 1 y 5 empleados” (p. 139).

Por ello Chaves et al. (2013), mencionan que, “Un estudio realizado con 171 microempresarios(as) indicó que el principal motivo para crear la empresa es poder

complementar los ingresos del hogar, este fue el único motivo para 37,4% de las personas consultadas” (p. 139).

La mayoría de las microempresas del país son constituidas por familias para generar entradas económicas al núcleo familiar.

### **Pequeñas empresas**

Las pequeñas empresas tienen otra diferencia con las microempresas, estas cuentan con un mayor número de empleados.

Chaves et al. (2013) indican que, “una pequeña empresa es aquella que cuenta con 6 y hasta 30 empleados” (p. 139).

Cabe mencionar que estas pequeñas empresas de igual manera son administradas por el dueño.

### **Medianas empresas**

Las medianas empresas se conocen debido a su tamaño empresarial porque van en crecimiento continuo en cuanto al mercado al que se enfocan.

De acuerdo con Hernández (2011), menciona que “una mediana empresa está constituida de 101 a 250 empleados” (p. 8).

Dado al número de empleados de la empresa se puede elegir un mayor nivel de las utilidades para aumentar la empresa a nivel empresarial, pero, toda mediana empresa deberá seguir ciertas condiciones para que sea una realidad

Por ello, de acuerdo con Chaves et al. (2013), mencionan que “este criterio puede fortalecerse considerando variables adicionales como el nivel de inversión, ventas, maquinaria y equipo, dotación de infraestructura, entre otros” (p. 139).

Todo esto será conforme a la administración con que la empresa cuenta para lograr un alto nivel de utilidades.

## **Grandes empresas**

Las grandes empresas son todas aquellas que según Hernández (2011), menciona que “las grandes empresas son aquellas que tienen más de 250 empleados” (p. 8). Estas grandes empresas son las que mayor participación tienen dentro del mercado debido al tamaño y el número de los colaboradores.

### **2.2.1.5. Clasificación según forma jurídica**

Según el Código de Comercio, las empresas se pueden clasificar según su forma jurídica de la siguiente manera:

#### **Empresa Individual de Responsabilidad Limitada**

Toda empresa de este tipo jurídica es propiedad individual que tiene derecho de recibir todos los beneficios que la misma genera.

Según el Código de Comercio (1964) indica en el ARTÍCULO 9º.- “La empresa individual de responsabilidad limitada es una entidad que tiene su propia autonomía como persona jurídica, independiente y separada de la persona física a quien pertenezca. Las personas jurídicas no podrán constituir ni adquirir empresas de esta índole”.

Para efectos del impuesto sobre la renta, el propietario de empresas individuales incluirá en su declaración personal el impuesto proveniente de cada una de ellas.

### **Sociedad en nombre colectivo**

Este tipo de empresa es la que se compone por dos a más propietarios que van en conjunto en los beneficios y responsabilidades de la sociedad creada.

Como indica el Código de Comercio (1964) y su ARTÍCULO 33.- “Sociedad en nombre colectivo es aquella que existe bajo una razón social y en la que todos los socios responden de modo subsidiario pero ilimitada y solidariamente, de las obligaciones sociales”.

### **Sociedad en comandita**

La sociedad comandita es la que va a contar con tipos de socios diferentes los cuales se dividen de la siguiente: socios comanditados y socios gestores con diferentes responsabilidades en la sociedad.

De acuerdo con el Código de Comercio (1964) en el ARTÍCULO 57.- “Es una sociedad en comandita aquella formada por socios comanditados o gestores a quienes les corresponde la representación y administración, y por socios comanditarios”.

### **Sociedad de responsabilidad limitada**

En este tipo de sociedad son aquellas que, según el Código de Comercio, (1964) en él, ARTÍCULO 75.- “En la sociedad de responsabilidad limitada los socios responderán únicamente con sus aportes, salvo los casos en que la ley amplíe esa responsabilidad”.

### **Sociedad anónima**

Hoy día, las sociedades anónimas son las más utilizadas en el país la cual está constituida mínimo por dos socios donde cada uno debe aportar una acción.

Según el Código de Comercio (1964) ley N°3284 ARTÍCULO 102 indica que “en la sociedad anónima, el capital social estará dividido en acciones y los socios sólo se obligan al pago de sus aportaciones”

Cabe destacar, que cada uno de los socios tienen el mismo nivel de responsabilidad según los requisitos del código de comercio.

Como señala Código de Comercio (1964) en el ARTÍCULO 103 menciona que, La denominación se formará libremente, pero deberá ser distinta de la de cualquier sociedad preexistente, de manera que no se preste a confusión; es propiedad exclusiva de la sociedad e irá precedida o seguida de las palabras "Sociedad Anónima" o de su abreviatura "S.A.", y podrá expresarse en cualquier idioma, siempre que en el pacto social se haga constar su traducción al castellano.

Con base al Código de Comercio (1964) en el ARTÍCULO 104 menciona que, La formación de una sociedad anónima requerirá:

- a) Que haya dos socios como mínimo y que cada uno de ellos suscriba por lo menos una acción;
- b) Que, del valor de cada una de las acciones suscritas a cubrir en efectivo, quede pagado cuando menos el veinticinco por ciento en el acto de la constitución; y
- c) Que en acto de la constitución quede pagado íntegramente el valor de cada acción suscrita que haya de satisfacerse, en todo o en parte, con bienes distintos del numerario.

De igual manera según el Código de Comercio (1964) en el Artículo 201 indica que - Las sociedades se disuelven por cualquiera de las siguientes causas:

- a) El vencimiento del plazo señalado en la escritura social;
- b) La imposibilidad de realizar el objeto que persigue la sociedad, o la consumación de este;
- c) La pérdida definitiva del cincuenta por ciento del capital social, salvo que los socios repongan dicho capital o convengan en disminuirlo proporcionalmente; y
- d) El acuerdo de los socios.

### **2.3. Proceso de inscripción a tributación**

El proceso de inscripción a tributación es uno de los pasos importantes luego de saber el tipo de empresa por realizar, debido a esto se debe de tener total claridad de que toda persona física o jurídica que llevará a cabo cualquier tipo de actividad económica en el país deberá estar inscrita ante el Ministerio de Hacienda como contribuyente o declarante con el fin de pagar los impuestos y seguir los lineamientos legales que rigen las actividades comerciales en el país, debido a esto se explicara todo el proceso por seguir para la inscripción de la empresa en el régimen tributario.

#### **2.3.1. Inscripción, modificación y desinscripción**

Toda empresa en Costa Rica debe inscribirse en la Dirección General de Tributación Directa, ya que este es uno de los requisitos de mayor importancia que se deben de cumplir para desarrollar actividades económicas en el país.

Según el Ministerio de Hacienda (2020) se indica que, las personas físicas y jurídicas, así como las entidades que carezcan de personalidad jurídica, están obligadas a inscribirse en el Registro Único Tributario, al iniciar cualquier actividad o negocio de carácter lucrativo (venta de mercancías o prestación de servicios) que esté sujeto a

tributos administrados por la Dirección General de Tributación, o cuando por ley, reglamento o resolución general así se establezca.

Toda persona física o jurídica que realice actividades lucrativas y no lucrativas debe inscribirse en la *página web* de tributación, como contribuyente y pagar el impuesto sobre la renta, impuesto general sobre las ventas.

De acuerdo con el Ministerio de Hacienda (2020) se menciona que, se establece el uso obligatorio del portal Administración Tributaria Virtual (ATV). Como único medio para que los contribuyentes presenten los siguientes formularios D-140:

Declaración de Inscripción en el Registro Único Tributario.

Declaración de Modificación de Datos en el Registro Único Tributario.

Declaración de Desinscripción en el Registro Único Tributario.

De igual manera el contribuyente debe informar a la Administración Tributaria sobre cualquier modificación en las actividades comerciales, dirección exacta de la ubicación de la empresa, reportar el pago de impuestos registrados en el momento de inscribirse.

Por ello, para el Ministerio de Hacienda (2020) se menciona que, el obligado tributario tiene el deber de desinscribirse ante la Administración Tributaria cuando cesen sus actividades lucrativas u operaciones, o cuando deje de realizar el hecho generador o las actividades establecidas por ley. Mientras el obligado tributario se mantenga inscrito, debe cumplir con todos los deberes formales y materiales que le sean aplicables; por lo que, conforme los períodos fiscales se vayan cumpliendo, se

mantiene la obligación de presentar las declaraciones de autoliquidación respectivas, dentro del plazo establecido.

### **2.3.2. Impuesto sobre la renta**

El impuesto sobre la renta es aquel que se cobra a todos los contribuyentes que operan en el país, bajo cualquier figura física o jurídica que realice actividades comerciales, el cual lo deben de pagar al final de todo periodo fiscal.

Según el Ministerio de Hacienda (2020) se indica que, “el impuesto sobre las utilidades recae sobre las personas físicas, jurídicas y entes colectivos sin personalidad jurídica, con domicilio en Costa Rica, que realicen actividades lucrativas de fuente costarricense”.

Esto deja claro que toda persona física o jurídica debe realizar los pagos correspondientes a las utilidades según las tarifas y porcentajes de los impuestos.

#### **2.3.2.1. Declarar y pagar el impuesto**

En Costa Rica, el impuesto del valor agregado es de un 13 %, por lo que se deberá presentar con base en las ventas, el obligado tributario es el que debe cancelar el monto, cabe mencionar que es de gran importancia que la declaración del impuesto se tribute mensualmente de las ventas.

Existen algunos aspectos para llevar a cabo la declaración y el pago de los impuestos sobre la renta que los contribuyentes deben saber, todo impuesto se declara y se paga cada año que inicia del mes de octubre de un año y finaliza en el mes de diciembre.

Como plantea el Ministerio de Hacienda (2019) “la declaración se realiza del 1º de octubre al 31 de diciembre de cada año. Se autoliquida mediante el formulario D-101 “Declaración Jurada de Impuesto Sobre la Renta”, el cual se encuentra disponible en el portal web Administración Tributaria Virtual”

### 2.3.2.2. Pagos parciales o anticipos del impuesto sobre la renta

Los pagos parciales o anticipos son impuestos obligatorios para todos los contribuyentes que desarrollen actividades lucrativas en el país.

Citando al Ministerio de Hacienda (2020) se menciona que, “Los pagos parciales son adelantos obligatorios del Impuesto sobre las Utilidades, según lo establece el artículo 22 de la Ley del Impuesto sobre la Renta”.

A continuación, se muestra la tabla cálculo para pagos parciales:

#### Cálculo de los pagos parciales

**Paso 1:** Para realizar el cálculo de los pagos parciales del período fiscal vigente se toma como base el impuesto determinado en las declaraciones de renta de los tres períodos fiscales anteriores.

**Paso 2:** Se calcula el promedio del impuesto determinado en las declaraciones de los tres últimos períodos fiscales.

**Paso 3:** Se debe escoger el **monto mayor** entre el impuesto determinado en el año inmediato anterior, o el promedio del impuesto de las declaraciones de los tres últimos períodos fiscales.

**Paso 4:** Al monto seleccionado se le aplica el 25%, el resultado corresponde al monto de las cuotas de los pagos parciales del Impuesto sobre las Utilidades del período.

(Ministerio de Hacienda, 2020)

Tabla 6. Cálculo para pagos parciales

<b>Declaración</b>	<b>Período fiscal</b>	<b>Impuesto determinado</b>
<b>Impuesto sobre la renta</b>	2017	1.200.000,00
<b>Impuesto sobre la renta</b>	2018	3.750.000,00
<b>Impuesto sobre la renta</b>	2019	2.957.440,00
<b>Total</b>		<b>7.907.440,00</b>

Fuente: Ministerio de Hacienda, 2020.

Es importante mencionar que en la tabla anterior, se muestra el cálculo para los pagos parciales que realiza el Ministerio de Hacienda para realizar el cálculo de estos pagos.

Se calcula el promedio del impuesto determinado en las declaraciones de los tres últimos períodos fiscales; o sea:  $\text{¢}7.907.440,00 / 3 = \text{¢}2.635.813,00$ .

El monto para escoger es el de la declaración 2019  $\text{¢}2.957.440,00$ , al ser mayor que el promedio del impuesto de las declaraciones de los tres últimos períodos fiscales  $\text{¢}2.635.813,00$ .

A los  $\text{¢}2.957.440,00$  se le aplica el 25%, por lo que la cuota de los pagos parciales del 2020 sería  $\text{¢}739.360,00$ .

NOTA: El cálculo de los pagos parciales para los períodos fiscales 2021 – 2022 – 2023, presentarán condiciones particulares de conformidad con la Ley N°9635. (Ministerio de Hacienda, 2020)

### **2.3.2.3. Impuesto de valor agregado (IVA-Régimen General)**

El Impuesto de Valor Agregado (IVA) es la nueva modalidad del Ministerio de Hacienda para recaudar los impuestos de los contribuyentes, todas las personas físicas y jurídicas y todas las entidades públicas o privadas deberán pagar este impuesto una vez al mes, mediante el portal

electrónico de Administración Tributaria Virtual (ATV), con la finalidad de establecer un proceso mejorado.

Según el Ministerio de Hacienda (2020), el Impuesto sobre el Valor Agregado (IVA) es un impuesto indirecto que recae sobre el consumo, lo que significa que cuando una persona (cliente) realiza la compra de un bien o servicio, está pagando este impuesto a una tarifa general del 13% o en alguna de las tarifas reducidas del 4%, 2% o 1%.

#### **2.3.2.4. Presentación de la declaración y pago del impuesto**

Para el Ministerio de Hacienda (2020):

... la recaudación del IVA cobrado a los clientes, por la prestación de servicios o por la venta de bienes mensuales que realiza el contribuyente, debe ser declarado por medio del formulario D-104, dentro de los primeros quince días naturales del mes siguiente y cancelarlo por medio de conectividad o en las ventanillas de las entidades autorizadas por la Dirección General de Tributación.

De igual manera, el Ministerio de Hacienda (2020) indica que, son contribuyentes del impuesto sobre el valor agregado, las personas físicas, jurídicas, las entidades públicas o privadas que realicen actividades que impliquen la ordenación por cuenta propia de factores de producción, materiales y humanos, o de uno de ellos, con la finalidad de intervenir en la producción, la distribución, la comercialización o la venta de bienes o prestación de servicios.

### 2.3.2.5. Cálculo del impuesto

Como afirma el Ministerio de Hacienda (2020):

... cuando las empresas han recaudado el impuesto sobre el valor agregado (IVA) por la venta de bienes o la prestación de servicios (también llamado **débito fiscal** o **IVA cobrado** a los clientes) durante el mes tienen la obligación de ingresarlo al Ministerio de Hacienda dentro de los primeros 15 días naturales del mes siguiente.

Antes de pagar el IVA cobrado durante el mes, el contribuyente tiene la opción de deducir o descontar del IVA pagado (crédito fiscal) por los bienes o servicios que haya adquirido para la realización de su actividad económica.

**Tenemos que:**

**Débito fiscal      –      Crédito fiscal      =      Impuesto a pagar**

**(IVA cobrado)      (IVA pagado)**

La diferencia que resulte de deducir del débito fiscal el crédito fiscal será el importe que debe pagarse al fisco.

### Ejemplos de cálculo del impuesto

Ministerio de Hacienda (2020), Una empresa durante el mes de enero realizó ventas gravadas por ₡3.000.000,00 (tres millones de colones) y compró gravadas por ₡2.000.000,00 (dos millones de colones) aplicando una tarifa en ambos casos del 13%. Además, la procesadora de pagos de tarjetas de crédito le efectuó retenciones de ₡50.000,00 (cincuenta mil colones) durante ese mes, las cuales se consideran como un

pago a cuenta del IVA, por lo que deben anotarse en la casilla 39 del formulario D-104.

*Tabla 7. Ejemplo cálculo del impuesto*

<b>Cálculo para el mes de enero de 2019 (1° al 31 de enero de 2019):</b>	
<b>Ventas netas gravadas (3.000.000 x 13%) =</b>	<b>390.000 (débito fiscal)</b>
<b>Compras netas del mes (2.000.000 x 13%) =</b>	<b>(- 260.000) (crédito fiscal)</b>
<b>Impuesto neto del período</b>	<b>130.000</b>
<b>Retenciones a cuenta impuesto sobre las ventas</b>	<b>- 50.000</b>
<b>Impuesto por pagar</b>	<b>80.000</b>

Fuente: Ministerio de Hacienda, 2020.

#### **2.3.2.6. Libros contables**

Los libros contables serán todos aquellos donde se registran todas las actividades contables de la empresa y es de carácter obligatorio.

Uno de los deberes del contribuyente, según el Ministerio de Hacienda (2020), es “Llevar los libros, los archivos, los registros contables y toda otra información de trascendencia tributaria ya sea en forma impresa en forma de documento, en soporte técnico o registrada por cualquier otro medio tecnológico”.

Por otro lado, toda empresa deberá constar con los libros contables los cuales son; Diario, Mayor, Inventarios y Balances y por otro lado si la empresa es una sociedad deberá contar con el Libro de Actas.

Por lo dicho anteriormente, tal y como lo establece el Ministerio de Hacienda (2020), se deben, “conservar de forma ordenada, los registros financieros, contables y de cualquier índole, y los antecedentes de las operaciones por situaciones que constituyan hechos gravados”.

#### **2.3.2.7. Facturas o comprobantes de ingreso**

Las facturas o comprobantes de ingreso son importantes en toda empresa ya sea comercial, de servicios o industrial en el país, por tal razón luego de inscribirse deberá de emitir todas las facturas por las ventas o prestación de servicios que haga la empresa.

De acuerdo con el Ministerio de Hacienda (2012) se menciona que, “Si usted es contribuyente o declarante (persona física o persona jurídica) está obligado a extender facturas o documentos equivalentes debidamente autorizados por la Administración Tributaria, en las ventas de mercancías o por los servicios prestados”.

Toda emisión de facturas o comprobantes es un requisito importante para cada contribuyente y si no lo hiciera será penado por la ley por evasión de los impuestos.

#### **2.3.2.8. Agente retenedor**

Un agente retenedor es un contribuyente que está ubicado en el territorio nacional, este deberá de retener el dinero para luego pagar al ente tributario en el período fiscal que le corresponde bajo todos los lineamientos o condiciones indicadas según el tipo de actividad a la que se dedica.

Un agente retenedor según el Ministerio de Hacienda (2016) menciona que, Todo obligado tributario sujeto al pago del impuesto sobre la renta, debe declarar y pagar al fisco los montos retenidos a terceros, en su carácter de agente retenedor o perceptor del impuesto sobre la renta. Debe utilizarse el formulario D-103 “Declaración de

Retenciones en la Fuente”, disponible para su confección y presentación en el portal ATV. (p. 2)

Todo pago debe realizarse para evitar sanciones o multa y todos los agentes retenedores tienen la obligación de seguir al pie de la letra las disposiciones dadas por tributación.

Por ello, el Ministerio de Hacienda (2016) menciona que, “Cuya presentación debe efectuarse durante los primeros 15 días naturales del mes siguiente a aquel en que se efectúe la retención”.

Un agente retenedor debe de cumplir con su función principal para lograr que los trámites y pagos sean realizados en las fechas dadas por el ente tributario.

#### **2.3.2.9. Declaraciones informativas**

Los contribuyentes presentan las declaraciones informativas ante tributación, para dar detalles de la información que proviene de las actividades lucrativas con demás personas y es de gran importancia para todo ente tributario en el país.

Como expresa el Ministerio de Hacienda (2020) se refiere que, “Son declaraciones que contienen información previsiblemente pertinente, producto de las relaciones económicas, financieras o profesionales que los obligados tributarios tengan con otras personas”.

Esto es importante para el ente tributario y los contribuyentes por lo que, es de vital importancia presentar las declaraciones sin que sean solicitadas por tributación.

Para el Ministerio de Hacienda (2020), la confección de estas declaraciones se realiza mediante el programa Declar@7. Para la utilización de este programa, el contribuyente puede descargar la última versión de la herramienta Declar@7. Una vez que haya confeccionado a través del Declar@7 la declaración informativa respectiva, ésta se

presenta a por medio del sistema denominado Declar@Web. Únicamente se aceptarán los reportes que estén consignados en el SIC (Sistema de Identificación al Contribuyente).

Las declaraciones informáticas se deben cumplir obligatoriamente, pero, existen diferentes declaraciones que pueden utilizar los contribuyentes.

Según el Ministerio de Hacienda (2020) menciona las siguientes:

D-150 Declaración mensual de resumen de retenciones pago a cuenta impuesto sobre las utilidades (Modelo D-150).

D-151 Declaración anual resumen de clientes, proveedores y gastos específicos (Modelo D-151).

D-152 Declaración anual resumen de retenciones – impuestos únicos y definitivos (Modelo D-152).

D-155 Declaración mensual resumen de retenciones pago a cuenta impuesto sobre las ventas e impuesto sobre la renta (Modelo D-155).

D-157 Declaración trimestral resumen de impuesto de salida del territorio (Modelo D-157).

D-158 Declaración anual, compras y ventas de subastas agropecuarias (Modelo D-158).

D-160 Declaración trimestral resumen de impresión de facturas y otros documentos (Modelo D-160).

D-161 Declaración resumen trimestral de cajas registradoras (Modelo D-161).

### **2.3.3.10. Cálculo del impuesto sobre la renta**

El impuesto sobre la renta es lo que deben pagar las empresas al final de todo periodo fiscal sobre las utilidades y este impuesto se calcula de acuerdo con la condición de toda empresa, ya sean físicas o jurídicas.

Se debe de tener completo conocimiento de todo lo relacionado con el impuesto sobre la renta los cuales son, la renta bruta que es la del total de las entradas que tendrá el contribuyente al final de todo periodo, según las actividades comerciales, industriales o de servicios que se desarrollan en el país.

De acuerdo con el Sistema Costarricense de Información Jurídica (1988) según él, artículo 5 (...) “estará formada por el total de los ingresos o beneficios percibidos o devengados durante el período fiscal, provenientes de cualquier fuente costarricense, la explotación o el negocio de bienes inmuebles, la colocación de capitales sean depósitos, valores u otros”.

La renta bruta es todo aquello que los contribuyentes tienen en los ingresos, lo cual constituye del producto de la actividad, sin realizar las deducciones necesarias.

De igual manera, la renta bruta es la que, en todo periodo por finalizar, se obtiene de las deducciones de los costos y los gastos en los que incurrió o participó la empresa para generar las utilidades necesarias, con base en las ventas o servicios brindados.

Según el Sistema Costarricense de Información Jurídica (1988), La renta neta es el resultado de deducir de la renta bruta los costos y gastos útiles, necesarios y pertinentes para producir la utilidad o beneficio, y las otras erogaciones expresamente autorizadas por esta ley, debidamente respaldadas por comprobantes y registradas en la contabilidad.

De igual manera, se debe tener presente que los gastos mencionados deben ser deducibles según tributación, debido a que, no todos los gastos son deducibles para eso, se debe tener claridad de los puntos específicos de la ley del impuesto sobre la renta.

A continuación, se mostrarán las tablas al cálculo sobre el impuesto sobre la renta, según la cantidad o monto de la renta bruta del contribuyente, como persona jurídica o física.

*Tabla 8. Tarifas para personas jurídicas*

<b>Ingresos Brutos</b>	<b>Tarifa (se aplica sobre renta neta total)</b>
<b>Hasta 54.303.000,00</b>	10 %
<b>Hasta 109.228.000,00</b>	20 %
<b>Más de 109.228.000,00</b>	30 %

Fuente: Ministerio de Hacienda, 2020.

Se toma como referencia las tarifas correspondientes al período fiscal 2019. Según el Ministerio de Hacienda (2020):

En la tabla N°8 se muestra, para calcular el impuesto sobre la renta a las personas jurídicas, se considera como base para la aplicación de la tarifa, el total de ingresos brutos percibidos, sin embargo, la tarifa se le aplica a la renta neta (renta bruta menos costos y gastos) para determinar el impuesto sobre la renta por cancelar, como se muestra en el siguiente ejemplo:

*Tabla 9. Ejemplo cálculo para personas físicas 2020*

<b>Ingresos brutos percibidos</b>	<b>110.500.000,00</b>
<b>Tarifa aplicar según la tabla</b>	30 %
<b>Gastos</b>	25.000.000,00
<b>Renta Neta</b>	85.500.000,00 * 30%
<b>Impuesto sobre la renta</b>	<b>25.650.000,00</b>

Fuente: Ministerio de Hacienda, 2020.

*Tabla 10. Tarifas para personas físicas*

<b>Renta Neta 2019</b>	<b>Tarifa</b>
<b>Hasta €3.628.000,00</b>	No sujeto
<b>Sobre el exceso de 3.628.000,00 hasta 5.418.000,00</b>	10%
<b>Sobre el exceso de 5.418.000,00 hasta 9.038.000,00</b>	15%
<b>Sobre el exceso de 9.038.000,00 hasta 18.113.000,00</b>	20%
<b>Sobre el exceso de 18.113.000,00</b>	25%

Fuente: Ministerio de Hacienda, 2020.

Se toma como referencia las tarifas correspondientes al período fiscal 2019. Para calcular el impuesto sobre la renta a las personas físicas con actividad lucrativa. (Ministerio de Hacienda 2020):

Se toma como referencia las tarifas correspondientes al período fiscal 2019. Para calcular el impuesto sobre la renta a las personas físicas con actividad lucrativa, se considera como base para la aplicación de la tarifa, la renta neta, o sea la renta bruta menos los costos y gastos y se aplica escalonada, como se muestra en el siguiente ejemplo:

*Tabla 11. Ejemplo cálculo para personas físicas 2020*

<b>Ingresos brutos percibidos</b>	<b>12.000.000,00</b>
<b>Costos y gastos</b>	1.500.000,00
<b>Renta Neta</b>	<b>10.500.000,00</b>
<b>Hasta 3.628.000,00</b>	No sujeta al impuesto
<b>Sobre el exceso de 3.628.000,00 hasta 5.418.000,00</b>	<b>5.418.000,00</b>
	<b>3.628.000,00</b>
	<b>1.790.000,00</b>

<b>Tarifa por aplicar para el primer tramo sujeto a impuesto</b>	<b>10%</b>
	<b>179.000,00</b>
<b>Sobre el exceso 5.418.000,00 hasta 9.038.000,00</b>	<b>9.038.000,00</b>
	<b>5.418.000,00</b>
	<b>3.620.000,00</b>
<b>Tarifa por aplicar para el segundo tramo sujeto a impuesto</b>	<b>15%</b>
	<b>543.000,00</b>
<b>Sobre el exceso 9.038.000,00 hasta 10.500.000,00</b>	<b>10.500.000,00</b>
	<b>9.038.000,00</b>
	<b>1.462.000,00</b>
<b>Tarifa por aplicar para el tercer tramo sujeto a impuesto</b>	<b>20%</b>
	<b>292.400,00</b>
<b>Total de impuestos por pagar (suma de los resultados de las operaciones efectuadas para los diferentes tramos)</b>	<b>179.000,00</b>
	<b>543.000,00</b>
	<b>292.400,00</b>
<b>Total de impuesto por pagar</b>	<b>1.014.400,00</b>

Fuente: Ministerio de Hacienda, 2020.

En el ejemplo anterior, se logra notar que la renta neta es de **¢10.500.000,00** debido a esto el impuesto sobre la renta es de 20 %. Por otro lado, se debe de tener presente que el impuesto se realiza de forma escalonada por lo cual el primer paso por seguir es realizar la resta de ¢5.418.000,00- ¢3.628.000,00 lo que da de resultado ¢1.790.000,00. A este resultado se le aplica el 10 % de la primera tarifa y así, se prosigue a realizar los demás montos donde al final, todos los montos obtenidos se suman y se obtiene el resultado total del monto por pagar del impuesto sobre la renta. (Ministerio de Hacienda, 2020)

Por otro lado, no solo las personas contribuyentes registrados como jurídicas o físicas deben pagar, sino también, todos los asalariados, pensionados y todos aquellos que prestan servicios profesionales de manera escalonada. El encargado es el agente retenedor de declararlo a continuación se muestran las tarifas del impuesto. (Ministerio de Hacienda, 2020)

*Tabla 12. Tarifas para asalariados*

<b>Salario bruto mensual</b>	<b>Tarifa</b>
<b>Hasta 817.000,00</b>	Exento
<b>Sobre el exceso de 817.000,00 hasta 1.226.000,00</b>	10 %
<b>Sobre el exceso de 1.226.000,00</b>	15 %

Fuente: Ministerio de Hacienda, 2020.

Para calcular el impuesto sobre la renta a las personas asalariadas, se considera como base para la aplicación de la tarifa, el salario bruto, o sea el salario bruto sin las deducciones de ley y se aplica escalonada. Por ejemplo: una persona que gane un salario de ¢3.500.000,00. (Ministerio de Hacienda, 2020)

*Tabla 13. Ejemplo cálculo para personas asalariados*

<b>Hasta 817.000,00</b>	<b>Exento</b>
<b>Sobre el exceso de 817.000,00 hasta 1.226.000,00</b>	1.226.000,00
	817.000,00
	409.000,00
<b>Tarifa por aplicar para el primer tramo sujeto a impuesto</b>	10 %
	<b>40.900,00</b>
<b>Sobre el exceso 1.226.000,00</b>	3.500.000,00
	1.226.000,00
<b>Sobre el exceso 1.226.000,00</b>	3.500.000,00

	1.226.000,00
	2.274.000,00
<b>Tarifa por aplicar para el segundo tramo sujeto a impuesto</b>	15 %
	<b>341.100,00</b>
<b>Total, de impuesto de renta (suma de los resultados de las operaciones efectuadas para los diferentes tramos)</b>	40.900,00
	341.100,00
<b>Total</b>	<b>382.000,00</b>

Fuente: Ministerio de Hacienda, 2020.

Como afirma el Ministerio de Hacienda (2020) considera que, cuando ambos cónyuges sean contribuyentes sólo uno de ellos podrá aplicarse los créditos. El crédito aplica para el cónyuge siempre y cuando no exista separación legal. Los créditos para los hijos aplican si reúnen las siguientes condiciones: Que sean menores de edad, que estén imposibilitados para proveerse su propio sustento debido a incapacidad física o mental o que estén realizando estudios superiores, siempre que no sean mayores de 25 años.

*Tabla 14. Créditos fiscales*

	<b>2018</b>	<b>2019</b>
<b>Por cada hijo</b>	18.000,00 anual 1.500,00 mensual	18.360,00 anual 1.530,00 mensual
<b>Por el cónyuge</b>	26.880,00 anual 2.240,00 mensual	27.480,00 anual 2.290,00 mensual

Fuente: Ministerio de Hacienda, 2020.

### **2.3.3. Impuesto general sobre las ventas (Régimen Tradicional)**

Este impuesto es aquel que se les cobra a las empresas o a los contribuyentes con actividades comerciales, de servicios o industriales que se encuentre estipulado por la ley, deberá pagar el impuesto general sobre las ventas.

Teniendo en cuenta al Ministerio de Hacienda (2020) describe que, El impuesto general sobre las ventas es un impuesto que recae sobre el valor agregado en la venta de mercancías y en la prestación de algunos servicios específicamente indicados en el artículo 1° de la Ley No. 6826 del 8 de noviembre de 1982 y sus reformas.

Por otro lado, el impuesto sobre las ventas está en un 13 %, que se le agrega al valor de todos los artículos o los servicios para comercializar dentro del país.

Toda persona contribuyente que esté dentro de la ley antes mencionada debe pagar el impuesto sin importar que sea una persona física o jurídica o de cualquier otra naturaleza.

De acuerdo con el Ministerio de Hacienda (2020) menciona que, Las personas físicas o jurídicas, de derecho o, de hecho, públicas o privadas, que realicen ventas o presten servicios en forma habitual. Asimismo, las personas de cualquier naturaleza, que efectúen importaciones o internaciones de bienes, de acuerdo con lo previsto en el artículo 13 de la Ley del Impuesto General sobre las Ventas, No. 6826 del 8 de noviembre de 1982 y sus reformas.

Por esto se debe mantener siempre al día la norma para el pago de estos impuestos sobre las ventas y todos los contribuyentes ya sea su naturaleza, está en la obligación de presentar las declaraciones pertinentes ante el ente tributario.

El impuesto que todo contribuyente deberá pagarle a tributación debe de ir con los recibos y registros contables de la empresa que produce en las actividades realizadas.

Desde el punto de vista del Ministerio de Hacienda (2020) plantea que, “El impuesto que debe pagarse al Fisco se determina por la diferencia entre el débito y el crédito fiscal que estén debidamente respaldados por comprobantes y registrados en la contabilidad de los contribuyentes”.

El impuesto se paga por los contribuyentes por las ventas que este realice en la empresa según la administración tributaria del país.

#### **2.3.3.1. Declarar y pagar el impuesto**

Declarar y pagar impuestos en este punto se deben de conocer aspectos importantes que toda persona contribuyente está en la obligación a declarar este impuesto, deben presentar el formulario D-104 (Declaración jurada al impuesto general sobre las ventas) que está en la página web de tributación.

Como señala el Ministerio de Hacienda (2020) indica que, La recaudación del IVA cobrado a los clientes, por la prestación de servicios o por la venta de bienes mensuales que realiza el contribuyente, debe ser declarado por medio del formulario D-104, dentro de los primeros quince días naturales del mes siguiente y cancelarlo por medio de conectividad o en las ventanillas de las entidades autorizadas por la Dirección General de Tributación.

Esta obligación permanece aún cuando no se haya pagado el impuesto o no exista impuesto por pagar, mientras no se haya realizado la desinscripción del obligado, por ellos, todos los

contribuyentes que poseen estas ventas gravadas o exentas deben presentar la declaración del impuesto como lo solicita el ente tributario del país.

Otro de los puntos importantes a la hora de declarar y pagar los impuestos sobre las ventas, es que el proceso debe ser realizado en el sistema de administración tributaria virtual (ATV) programa específico para este tipo de trámites.

De acuerdo con el Ministerio de Hacienda (2020) señala que, La declaración se confecciona en línea directamente en el portal electrónico denominado Administración Tributaria Virtual (ATV), la cancelación del impuesto es por medio de conectividad donde se tiene la cuenta bancaria, a través del sitio web de la entidad financiera o bien a personándose en las cajas (ventanillas) de estas entidades autorizadas.

#### **2.3.3.2. Agente retenedor**

En este punto el agente retenedor deberá retener una cantidad de dinero de las ventas que tengan las personas físicas, jurídicas o cualquier otra denominación a la hora de pagar por medio de tarjetas de crédito o débito.

De acuerdo con el Ministerio de Hacienda (2020), deberán actuar como agentes de retención cuando paguen, acrediten o, en cualquier otra forma, pongan a disposición de las personas físicas, jurídicas o cualquier ente colectivo, afiliados al sistema de pagos por tarjeta de crédito o débito, las sumas correspondientes a los ingresos provenientes de las ventas en el mercado local, de bienes y servicios gravados.

Otro de los aspectos por mencionar de los agentes retenedores de pagos deberá elaborar en la *página web* la declaración por medio de dicho formulario.

De lo contrario según el Ministerio de Hacienda (2020) considera que, “Si por razones no imputables al sujeto pasivo, éste no pudiera realizar el pago a través de Tributación Digital, deberá efectuarlo en la entidad recaudadora autorizada mediante el recibo oficial de pago disponible en EDDI7”.

Gracias a este proceso en caso de no realizarse el pago, esto ayudará a que el trámite sea realizado correctamente, donde el contribuyente no tenga que exponerse a sanciones.

### 2.3.3.3. Tarifas del impuesto

Este impuesto cuenta como todas las demás con una tarifa en el país aprobado por los entes correspondientes, a continuación, se muestran las tarifas fijas del impuesto. (Ministerio de Hacienda, 2020), las tarifas vigentes del impuesto general sobre las ventas son las siguientes:

*Tabla 15. Tarifa impuesto general sobre las ventas*

<b>Concepto</b>	<b>Tarifa</b>
<b>Venta afecta a tarifa general</b>	13 %
<b>Venta de energía eléctrica residencial</b>	5 %
<b>Venta de madera</b>	10 %

Fuente: Ministerio de Hacienda, 2020.

Luego de ver los porcentajes de las tarifas del impuesto general sobre las ventas, se darán algunos ejemplos de cada una de estas, por medio del Ministerio de Hacienda. (Ministerio de Hacienda, 2020), A. Una empresa que durante el mes de setiembre tiene ventas gravadas por ₡3.000.000 y compras gravadas por ₡2.000.000, en ambos casos se aplica la tarifa del 13 %; adicionalmente, la procesadora de pagos con tarjetas de

crédito le efectuó retenciones de ¢50.000 durante este mes, las cuales deben deducirse del impuesto, en la casilla 39 del formulario de declaración.

*Tabla 16. Ejemplo impuesto general sobre las ventas*

<b>Ejemplo: cálculo para el mes de setiembre del 2016 ( 1° al 30 de setiembre del 2016):</b>		
<b>Ventas netas gravadas</b>	<b>(¢.000.000 x 13%) =</b>	<b>390.000</b>
<b>Compras netas del mes</b>	<b>(2.000.000 x 13%) =</b>	<b>-260.000</b>
<b>Impuesto neto del período</b>		<b>130.000</b>
<b>Retenciones a cuenta impuesto sobre las ventas</b>		<b>- 50.000</b>
<b>Impuesto por pagar</b>		<b>80.000</b>

Fuente: Ministerio de Hacienda, 2020.

El ejemplo presentado anteriormente, es mensual para los contribuyentes, se logra observar que se les resta a las ventas netas gravadas el monto de las compras netas del mes, lo que muestra como resultado el impuesto neto del periodo, de igual manera, se debe de restar las retenciones a cuenta impuesto sobre las ventas y da como resultado el impuesto por pagar. (Ministerio de Hacienda, 2020)

Otro de los ejemplos proporcionados por el Ministerio de Hacienda es el siguiente:

- a. Venta de madera: Una empresa que fabrica muebles de madera –grabados con 13 %-, durante el mes de enero del 2016 tiene un ingreso por ventas de muebles de madera por ¢8.000.000 y compras de madera por ¢4.000.000. El impuesto se calcula de la siguiente forma:

Tabla 17. Ejemplo impuesto sobre las ventas de madera

<b>Ejemplo: cálculo para el mes de enero del 2016 (1° al 31 de enero del 2016):</b>		
<b>Ventas netas gravadas</b>	<b>(8.000.000 x 13%) =</b>	<b>1.040.000</b>
<b>Compras netas del mes</b>	<b>(4.000.000 x 10%) =</b>	<b>-400.000</b>
<b>Impuesto neto del período</b>		<b>640.000</b>
<b>Impuesto por pagar</b>		<b>640.000</b>

Fuente: Ministerio de Hacienda, 2020.

La diferencia entre el ejemplo A y el ejemplo B, es que la madera y las ventas se encuentran gravadas por los impuestos sobre las ventas, pero, con el porcentaje del 10 %, esto se debe,

Al artículo 42 de la Ley Forestal N.º 7575, establece que la madera pagará un impuesto de ventas igual al impuesto general sobre las ventas menos tres puntos porcentuales.

Las personas físicas o jurídicas, propietarias de centros de industrialización primaria de maderas, están obligadas a cumplir con el pago de este tributo. (Ministerio de Hacienda, 2020)

#### **2.4. Naturaleza del proyecto**

En todo proyecto cabe recalcar la importancia de mencionar que se llevarán a cabo por medio de los estudios importantes para determinar la viabilidad y la rentabilidad del proyecto, debido a eso es que se realizan estudios fundamentales como lo son el estudio legal, estudio técnico, estudio de mercado y el estudio financiero, con el fin de comprender el principal objetivo de este.

De acuerdo con Gido y Clements (2014), mencionan que “Un proyecto se realiza por medio de una serie de tareas interdependientes, es decir, de tareas no repetitivas que deben llevarse a cabo en determinada secuencia con el fin de lograr el objetivo del proyecto” (p. 4).

Cabe destacar que todo proyecto debe llevarse por medio de estudios por realizar como lo son: los recursos materiales y humanos, para así realizarlo con éxito en el periodo establecido por ello, es de vital importancia realizar los estudios pertinentes los cuales son: el estudio legal, técnico de mercado y el estudio financiero.

#### **2.4.1. Estudio legal**

En este estudio se establecen leyes, normas y requerimientos que todo proyecto debe seguir para su desarrollo, el estudio legal es el primer paso por realizar en la empresa y la legalidad de esta, porque al incumplir con las leyes establecidas dentro del país serán penalizados por las leyes locales, regionales y nacionales del país, lo cual provocaría un retraso en la creación del proyecto o hasta la misma cancelación de este.

Según la Universidad Nacional de Colombia (2013), “El estudio legal busca determinar la viabilidad de un proyecto a la luz de los Planes de Desarrollo, Planes de Ordenamiento Territorial, normas relacionadas con localización aspectos presupuestales, ambientales, uso de patentes, legislación tributaria, aspectos laborales y contratación, entre otros”.

Por otra parte, para Sapag (2011), “La viabilidad legal de un proyecto determina la existencia o la inexistencia de normas que pudieran restringir la realización del negocio o condicionar su materialización al cumplimiento de algunos requisitos mínimos para poder implementarlo” (p. 172).

Es importante contar con el estudio legal de la empresa comercial, de servicios o industrial para conocer todos los requisitos legales para el cumplimiento y funcionamiento.

Se debe de estudiar las obligaciones en la normativa jurídica, legal costarricense, buscar las instituciones correspondientes para conocer los principales trámites legales que se deben realizar.

Como plantea Sapag (2011), “El estudio legal de la viabilidad económica estimará los efectos que las normas establecidas tendrán sobre los costos y beneficios de un proyecto que ya es viable legalmente” (p. 172).

#### **2.4.2. Estudio técnico**

Este estudio es el encargado de verificar todo lo referente a los recursos necesarios para la realización del proyecto, se busca analizar los distintos elementos que se tiene en el proyecto, este punto explicará con detalle todos los requisitos necesarios para asegurar que el producto/servicio será viable, es necesario conocer los aspectos como la ubicación, los procesos productivos de la empresa, la ingeniería y los costos que conlleva el mismo, entre otros.

Para Baca (2010) indica que, “el aspecto técnico-operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto” (p. 74).

Por otro lado, para Viñán, Puente, Ávalos y Córdova (2018), indican que, “El estudio técnico es fundamental en un proyecto de inversión, ya que es en este dónde se estudia la localización y tamaño óptimo de las instalaciones ilustrando así todos los factores influyentes para el mejor desarrollo del proyecto” (p. 30).

Para la implementación del proyecto, se llevarán a cabo algunos aspectos del estudio técnico los cuales son los siguientes:

##### **2.4.2.1. Tamaño del proyecto**

El tamaño del proyecto es uno de los principales factores por determinar para el desarrollo de este.

Para Viñán et al. (2018), “El tamaño del proyecto se define como la capacidad de producción durante un período de tiempo de funcionamiento que se considera normal para las circunstancias y tipo de proyecto de que se trata” (p. 30).

#### **2.4.2.2. Localización**

Este es uno de los puntos con mayor importancia debido a que se deberá elegir una localización óptima para la empresa.

Para Viñán et al. (2018), “Consiste en identificar y analizar las variables, con el fin de buscar la localización que otorgue la máxima ganancia o el mínimo costo unitario” (p. 31).

Por otro lado, para Ortega, Maradiegue, Zúñiga & Rodríguez (2015), En la vida real existen muchas opciones para poder ubicar un proyecto; sin embargo, hay condicionantes que deben ser tomadas en cuenta para seleccionar la mejor alternativa, dado que la ubicación debe garantizar el máximo beneficio a los usuarios del bien o servicio, pero dentro del menor costo social y con el mayor margen de rentabilidad posible para el inversionista. (p. 155)

#### **2.4.2.3. Estudio administrativo**

El estudio administrativo es fundamental para todo proyecto debido a que va de la mano con el estudio técnico según los métodos estratégicos que se utilizarán para establecer un rumbo empresarial adecuado.

Para Hitt, Ireland, Hoskisson, 2004, (p. 6), citado en Arellano (2017), “una empresa tiene ventaja competitiva cuando cuenta con una mejor posición que los rivales para asegurar a los clientes y defenderse de las fuerzas competitivas” (p. 75).

De igual manera, el estudio administrativo va de la mano con aspectos dentro del proyecto los cuales son: el organigrama, la jerarquía, manuales de procedimientos de las funciones de los colaboradores como de igual manera, los salarios de estos, todo eso debe estar previsto desde el inicio del proyecto.

#### **2.4.2.4. Inversiones**

Para todo proyecto la parte de la inversión es fundamental debido a la salida de dinero para la habilitación de las instalaciones, maquinaria y equipo que se utilizará en el desarrollo del proyecto.

Como dice Sapag (2011) menciona que, “la mayoría de las inversiones de un proyecto se concentra en aquellas que se deben realizar antes del inicio de la operación, aunque es importante considerar también las que se deben realizar durante la operación del proyecto” (p. 180).

Por otro lado, para Baca (2010) dice que, “La inversión inicial comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción del capital de trabajo” (p. 143). Donde cabe recalcar que estos serían: el terreno, toda la maquinaria y herramientas necesarias, patentes municipales; cada uno de ellos deben ser parte representativa dentro del proyecto y dentro del estudio técnico con el fin de conocer cuál es el propósito de adquirir dicha materia prima dentro del proyecto.

#### **2.4.2.5. Ingeniería del proyecto**

La ingeniería del proyecto entra en el estudio técnico por lo que se estudian y analizan todos los procesos productivos del proyecto.

Según Baca (2010), menciona que, el objetivo general del estudio de ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la

planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva. (p. 89)

De igual manera para Ortega et al. (2015), mencionan que, consiste en definir, cuantificar, adquirir y construir la infraestructura y las obras requeridas por el proyecto (construcción, equipo, maquinaria,) es decir, que desde este componente del estudio técnico se distribuye el espacio físico y la división interna de la edificación cuando corresponda. (p. 166)

#### **2.4.2.6. Proceso de producción**

Este punto consiste en las acciones que se deberán de tomar para transformar toda la materia prima para obtener el producto final deseado y esperado.

Para Baca (2013) menciona que, “Para que el área de producción pueda elaborar determinado producto, es necesario haber planeado la adopción e instalación de la tecnología apropiada y haber capacitado al personal de producción en su uso” (p. 134).

#### **2.4.2.7. Distribución de la planta**

La distribución de la planta es importante en el proyecto ya que permite tener espacio disponible el cual se aprovechará al máximo con los recursos necesarios para todos los procesos.

De acuerdo con Baca (2010), relata que “una buena distribución de la planta es la que proporciona condiciones de trabajo aceptables y permite la operación más económica, a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores” (p. 94).

#### **2.4.2.8. Recursos del proyecto (insumos)**

Los recursos del proyecto son los que le van a permitir desarrollar todas las actividades del proyecto con un servicio final.

Para Gil y Giner (2007) mencionan que “Las empresas adquieren las materias primas, componentes, subcomponentes, materias auxiliares, etc., en la cantidad que va a requerir y en las condiciones que sean más adecuadas para su funcionamiento” (p. 513).

#### **2.4.2.9. Costos del proyecto**

Los costos son todos los que involucran los factores económicos más importantes de la empresa como lo son los costos de operación y producción

Para Baca (2010), indica que “Los costos de producción no son más que un reflejo de las determinaciones realizadas en el estudio técnico. Un error en el costeo de producción generalmente es atribuible a errores de cálculo en el estudio técnico” (p. 140).

#### **2.4.3. Estudio de mercado**

El presente estudio pretende determinar los elementos económicos del mercado como la oferta y la demanda con la que se contará, por ello, se deberá de investigar el mercado para la definición del precio de la venta de los productos dentales hacia los especialistas odontológicos de la zona.

Para Sapag (2011) relata que este, estudia el mercado con objeto de elegir la mejor forma de asignar recursos limitados a la producción de bienes y servicios que satisfagan las necesidades y los deseos ilimitados de los individuos y las empresas.

Para decidir respecto de la mejor opción de inversión, la empresa debe investigar las relaciones económicas actuales y sus tendencias, y proyectar el comportamiento futuro de los agentes económicos que se relacionan con su mercado particular. (p. 45)

#### **2.4.3.1. Mercado meta**

El mercado meta es uno de los sectores seleccionados para realizar todo tipo de actividades comerciales económicas de todas las empresas para la adquisición de productos y materiales para un cliente en específico en este caso, para los especialistas odontológicos del distrito primero de Nicoya.

Según Kotler y Armstrong (2012) se indica que, “Un mercado es el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto o servicio. Tales compradores comparten una necesidad o un deseo en particular, el cual puede satisfacerse mediante relaciones de intercambio” (p. 7).

Luego de tener completo conocimiento del mercado meta seleccionado se prosigue con las actividades de comercialización de los productos y materiales seleccionados para dicho mercado.

#### **2.4.3.2. Oferta**

La oferta en sí no es un aspecto que entra en el estudio de mercado directamente, pero, de igual manera se debe de mencionar este por el motivo de que, permite evaluar parte del mercado seleccionado en el distrito, por ello, la oferta es la que representa en la empresa todos los bienes que se pretenden llevar al mercado elegido, por medio de la comercialización con precios determinados según el mercado elegido en el distrito.

Para Samuelson y Nordhaus (2010) indican que, “la oferta de un mercado se refiere, normalmente, a los términos en los que las empresas producen y venden sus productos” (p. 51).

#### **2.4.3.3. Demanda**

La demanda es otro de los aspectos que se estudian dentro del estudio de mercado por la importancia de la cantidad de los productos que se desean adquirir en el mercado en un tiempo determinado.

Según Samuelson y Nordhaus (2010) mencionan que:

...tanto el sentido común como la observación científica cuidadosa muestran que la cantidad de mercancías que los individuos adquieren depende de su precio. Mientras mayor sea el precio de un artículo, si todo lo demás permanece constante, los consumidores están dispuestos a comprar menos unidades de ese bien. Cuanto más bajo es el precio del mercado, más unidades se compran. (p. 46).

#### **2.4.3.4. Competencia**

Uno de los aspectos con mayor importancia dentro del estudio de mercado el cual se determinará es la competencia por medio de precios accesibles y productos de calidad dentro del mercado.

Para Samuelson y Nordhaus (2010) indican que, cómo se producen las cosas está determinado por la competencia entre distintos productores. La mejor manera de que éstos cumplan con la competencia en precios y maximicen las utilidades es mantener los costos al mínimo adoptando los métodos más eficientes de producción. (p. 27)

#### **2.4.3.5. Precio del producto**

El precio entra en el estudio de mercado por el mercado meta seleccionado de igual manera, el precio es uno de los aspectos que van a marcar una diferencia en el mercado de acuerdo con los precios y a la accesibilidad de adquirir estos productos y materiales en el distrito primero de

Nicoya, por ello, se debe contemplar dentro del proyecto todos los costos y la rentabilidad que la empresa desea obtener dentro del proyecto para ofrecer precios de acuerdo con la competencia y el mercado.

Para Kotler y Armstrong (2012) indican que, el precio es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. En términos más amplios, un precio es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio. Con el tiempo, el precio ha sido el factor que más ha influido en las decisiones de los compradores. (p. 290)

#### **2.4.3.6. Plaza**

Todo proyecto deberá de contar con una plaza o lugar definido para el desarrollo del tipo de actividad a la que se dedicará en este punto, a la comercialización de productos dentales en el distrito primero de Nicoya, por ello se deberá de contar con un establecimiento con todas las condiciones para la venta de dichos productos y accesibilidad para la distribución de estos hacia los clientes de la zona.

Para Kotler y Armstrong (2012) mencionan, “que consiste en un conjunto de organizaciones interdependientes que participan en el proceso de poner un producto o servicio a disposición del consumidor o usuario de negocios” (p. 341).

#### **2.4.3.7. Producto**

En el estudio de mercado, el producto es de gran importancia debido a que este, es el que se va a distribuir a un público o mercado definido de igual manera, el producto deberá tener una aceptación en el mercado.

Por eso, Según Kotler y Armstrong (2012) indican que, “Un producto como cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo, y que podría satisfacer un deseo o una necesidad” (p. 224).

#### **2.4.3.8. Promoción**

La promoción es parte fundamental en toda empresa porque es una de las maneras en la que se dará a conocer todos los productos o materiales a los clientes potenciales de la zona, por medio de las redes sociales, vallas publicitarias entre otras estrategias *de marketing*.

De acuerdo con Kotler y Armstrong (2012) la describen como, la mezcla de promoción de una compañía, también llamada mezcla de comunicaciones de marketing consiste en la mezcla específica de publicidad, relaciones públicas, ventas personales, promoción de ventas y herramientas de marketing directo que utiliza la compañía para comunicar valor para el cliente de forma persuasiva y establecer relaciones con éste.  
(p. 408)

Por medio de la promoción brindada de manera exitosa le va a permitir a la empresa que los productos sean conocidos y así aumentar la cartera de clientes, los cuales, son los que se encuentran en la Región Guanacasteca.

#### **2.4.3.9. Análisis de la competencia**

Analizar la competencia es parte fundamental dentro de la creación de la empresa debido a la cantidad de empresas existentes en el mercado con productos dentales, por lo cual, la competencia se conforma por empresas que están dentro de la misma industria.

Según Jones y George (2010) mencionan que, “Los competidores son organizaciones que producen bienes y servicios parecidos a los bienes y servicios de una organización determinada.

En otras palabras, los competidores son organizaciones que compiten por los mismos clientes” (p. 195).

La competencia entra a jugar un papel importante debido a esto, la empresa deberá brindar o plantear estrategias que beneficien la comercialización de los productos en el distrito primero de Nicoya, esto se logra con la realización de estudio de las empresas que se dedican a la comercialización de productos dentales en la zona.

#### **2.4.4.10. Proveedores**

Los proveedores serán todas aquellas empresas de comercialización y producción de productos y materiales dentales necesarios para la empresa para la puesta en marcha.

Para Jones y George (2010) indican que, “los individuos y las compañías que abastecen a una organización con los recursos de entrada (como materias primas, partes o empleados) que necesita para producir bienes y servicios” (p. 189).

Debido a esto, los proveedores le van a permitir tener menores gastos sobre los costos de la transportación de los materiales y productos para la empresa y permitirá cumplir con las actividades productivas.

#### **2.4.4. Estudio financiero**

Otro de los estudios por realizar en el proyecto es el financiero, el cual es el encargado de analizar todos los aspectos necesarios como lo son: el legal, técnico y de mercado con el propósito de evaluar la viabilidad y factibilidad de la inversión.

En este estudio se elaboran análisis de los costos, gastos e ingresos para comprobar el recurso financiero que se necesitará para poner en marcha el proyecto y de esta manera saber que será rentable.

Según Baca (2010) indica que, la parte del análisis económico pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta (que abarque las funciones de producción, administración y ventas), así como otra serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación económica. (p. 139)

En este estudio se deberá demostrar la rentabilidad económica del proyecto y que este genere ganancias monetarias en un tiempo determinado, de esta manera se deben realizarrealizar los flujos de caja proyectados, los estados proformas financieros para una proyección del proyecto de manera numérica.

Los elementos principales que se encuentran dentro del estudio financiero son los siguientes:

#### **2.4.4.1. Inversión inicial**

Este es el estudio financiero en el que se analiza las salidas de efectivo que tendrá el proyecto para la puesta en marcha.

Para Sapag (2011) relata que, “Las que se realizan antes de que el proyecto empiece a funcionar constituyen lo que los textos denominan calendario de inversiones previas a la puesta en marcha, caracterizado por incluir todos los desembolsos anteriores a la puesta en marcha” (p. 180).

Debido a esto, todo proyecto debe contemplar todos los requisitos legales, técnicos de mercado y financieros para iniciar con la apertura del establecimiento, dando como objetivo la salida de efectivo para solventar todos los gastos que se presentarán durante el proyecto.

#### **2.4.4.2. Capital de trabajo**

El capital de trabajo es con el que deberá de contar todo proyecto para el desarrollo de cualquier actividad de comercialización de todos los productos en el mercado.

Según Peñaloza (2008) menciona que, “el capital de trabajo se refiere a los activos circulantes de una firma. El término ‘circulante’ quiere decir aquellos activos que la compañía espera convertir en efectivo en un periodo menor a un año” (p. 161).

#### **2.4.4.3. Opciones de financiamiento**

Todo proyecto debe tener diferentes fuentes de financiamiento para permitir la puesta en marcha de este en temas de salida de efectivo con el que inicialmente no se cuenta al 100 % por los socios de la empresa.

En palabras de Baca (2010) menciona que, “una empresa está financiada cuando ha pedido capital en préstamo para cubrir cualquiera de sus necesidades económicas” (p. 153). De igual manera, el préstamo a las entidades bancarias para hacerle frente a los gastos del equipamiento del proyecto, no son las únicas maneras de opciones de un financiamiento por lo que se cuenta con diferentes maneras de financiamiento para el proyecto, variando de la naturaleza de cada proyecto en ejecución.

Dicho lo anterior, a continuación, se mencionan cada una de las fuentes de financiamiento de los proyectos de inversión.

#### **Deuda a largo plazo**

Este tipo de deuda es la que se puede elegir a largo plazo como una manera de financiarse en los proyectos, lo cual es una manera de llevar a cabo las operaciones, a continuación, se mencionan las deudas más comunes a largo plazo.

## **Préstamo a entidades financieras**

Esta es una de las primeras opciones por las que se enfoca toda empresa o proyecto por lo común que son para todos.

Por eso para Ross, Westerfield y Jaffe (2012) indican que, “la mayoría de los préstamos bancarios se hacen con base en un compromiso con una empresa. Dicho compromiso establece una línea de crédito y permite que la compañía disponga de efectivo hasta un límite predeterminado en calidad de préstamo” (p. 479).

Todo proyecto debe contar siempre con las cuotas mensuales de los préstamos, de igual manera, deben tener presente las amortizaciones de cada préstamo, por lo que, le permitirá medir con mayor certeza los ingresos y egresos del proyecto.

## **Arrendamiento financiero**

Esta es otra manera por la que optan los proyectos para financiarse, por lo que, le permitirá al proyecto no desembolsar grandes tractos de dinero para obtener materia prima que se utilizará en el desarrollo del proyecto y en la ejecución de todas las actividades, al contrario, este arrendamiento representa una manera de utilizar todos los bienes y pagarlos por medio de cuotas.

Para Fernández (2019) menciona que, “se define como aquel contrato cuyas condiciones económicas permiten deducir que se transfieren sustancialmente todos los riesgos y beneficios inherentes a la propiedad del activo objeto del contrato” (pp. 244-245).

## **Hipotecas**

Las hipotecas son otro de los métodos de financiamiento para los proyectos es una manera de obtener préstamos por medio de propiedades como una forma de pago en caso de no pagar las mensualidades estipuladas mensualmente.

Como plantea Alberdi (2016) quien menciona que, “La hipoteca es un derecho real por el cual una persona asegura el cumplimiento de una obligación (derecho personal) constituyendo en garantía la hipoteca que grava su inmueble” (p. 154).

Las hipotecas son una de las maneras de brindar un poder al acreedor de realizar o cumplir con el pago de la deuda por medio de la venta de todos los activos que se agregaron a la hora de la realización del contrato mediante el préstamo del efectivo.

## **Bonos**

Los bonos son un financiamiento de documentos emitidos que se encargan del pago de los intereses a quienes los posean.

Citando a Van Horne y Wachowicz (2010) los relata cómo, “un bono es un instrumento de deuda a largo plazo con un vencimiento final casi siempre de 10 años o más. Si el valor tiene vencimiento final menor a 10 años, suele llamarse nota” (p. 528). El bono es una de las formas que toda empresa se financia y que pueden ser parte fundamental dentro del proyecto, debido a que se utilizan para la constitución de una empresa, con comercialización de productos o materiales con un mercado definido.

Los bonos se pueden clasificar de la siguiente manera:

## **Bonos nominativos**

Los bonos nominativos son aquellos títulos valores que van a representar a una manera de financiamiento para todo proyecto por lo que, todo proceso por llevarse a cabo debe ser registrado en los documentos correspondientes para su autenticidad.

Según el Sistema Costarricense de Información Jurídica (1964) en el Artículo 687.- “Son títulos nominativos los expedidos a favor de persona determinada, cuyo nombre ha de consignarse tanto en el texto del documento como en el registro que deberá llevar a efecto el emisor”.

Los bonos nominativos son títulos de valor que le entregan los intereses a una persona determinada.

## **Bonos ordinarios**

Este bono es el que le garantiza a la persona que lo tenga un derecho sobre los bienes o activos que se obtienen durante el contrato. Para Levinson como se citó en Moreno (2014) menciona que los bonos ordinarios, “son los que pagan sus intereses en cupones hasta su fecha de vencimiento. Además, el pago de su Valor Nominal se realiza en una fecha determinada” (p. 73).

## **Bonos hipotecarios**

Los bonos hipotecarios son aquellos que les permitirán a todos los acreedores tener derecho a la participación de todos los activos con los que cuenta la empresa a la cual le brinda su financiamiento.

Para Van, Horne y Wachowicz (2010) indican que, “una emisión de bonos hipotecarios está respaldada por un derecho prendario (un derecho del acreedor) sobre activos específicos de la

corporación, generalmente activos fijos. La propiedad específica que garantiza los bonos se describe con detalle en la hipoteca” (p. 530).

### **Bonos redimibles**

Los bonos redimibles son aquellos que se utilizan en las empresas como una forma de financiamiento con la facilidad y el conocimiento de que se pueden cancelar con anticipación a la fecha del vencimiento.

Según como se citó en Moreno (2014) menciona que, “donde el emisor puede reservarse el derecho a amortizar los bonos en determinadas fechas. Ante una solicitud de rescate por parte del emisor, el tenedor del bono tiene la obligación de venderle los bonos al precio estipulado en su emisión” (p. 73).

Cabe recalcar, que este bono redimible se le reserva la mayoría del tiempo el derecho de que todo emisor pueda volver a recuperarlo en el momento que lo crea conveniente y por ello el tenedor deberá de venderlo al precio pactado y que por lo cual, le va a permitir salir adelante con las deudas.

### **Bonos convertibles**

Estos son los bonos que le permiten al poseedor tener la opción de cambiarlos por algún otro documento. Para Kozikowski (2013) menciona que el bono convertible, “tiene el derecho de cambiarlo por cierto número de acciones de la empresa emisora. El número de acciones que la empresa entrega a cambio del bono se llama tasa de conversión” (p. 124).

Estos tipos de bonos son convertibles solo por un periodo determinado y estos al convertirse en acciones van a tener responsabilidades como beneficios durante todo el proceso.

## **Acciones**

Las acciones cada vez más las empresas las utilizan para el financiamiento principalmente las sociedades anónimas que en este caso la creación de la empresa será una de ellas.

Para Gitman y Zutter (2012) mencionan que, “una empresa puede obtener capital patrimonial a través de la venta de acciones comunes o preferentes. Todas las corporaciones emiten inicialmente acciones comunes para recaudar capital patrimonial” (p. 249).

Con las acciones, la empresa va a tener mayor cantidad de dueños, pero, no se deberá de dar más de la mitad de las acciones de la empresa para tener más control con la dirección de esta.

Todas las acciones son de gran importancia para todas las sociedades anónimas, a continuación, se mencionan todas las acciones y sus dos clasificaciones.

### **Acciones comunes**

En este punto las acciones comunes pertenecen principalmente a los dueños de la empresa o del proyecto.

Para Gitman y Zutter (2012) indican que, “los verdaderos dueños de las empresas son los accionistas comunes, los cuales a veces se denominan propietarios residuales porque reciben lo que queda (el residuo) después de satisfacer todos los demás derechos sobre el ingreso y los activos” (p. 250).

Todas las acciones comunes pueden ser privadas por lo cual, estas no se negocian en la bolsa, de igual manera, también pueden ser públicas por lo que entran a jugar un papel importante en todos los mercados, tanto primarios como secundarios.

## **Acciones preferentes**

Estas acciones son las que cuentan con una cuota fija que es muy similar a una deuda por ello, los accionistas cuentan con las acciones fijas que aseguran un dividendo.

Como afirman Gitman y Zutter (2012) estas son, “las acciones preferentes otorgan a sus tenedores ciertos privilegios que les dan prioridad sobre los accionistas comunes. Los accionistas preferentes tienen la promesa de recibir un dividendo periódico fijo” (p. 253).

### **2.4.4.4. Costo de producción**

Toda empresa ya sea comercial, de servicios o industrial tiene un costo de producción debido a que para toda elaboración de productos se debe de contar con elementos que permitan transformar toda la materia prima necesaria para la comercialización en el mercado meta seleccionado.

Por ellos se cuenta con costos fijos que según Sapag (2011) menciona que, “Por costo fijo se entiende aquel que no cambia con las variaciones en el nivel de operación” (p. 194).

Todos los costos fijos deben ser cuidadosamente analizados ya que se pueden confundir con los costos variables.

### **2.4.4.5. Costo de capital**

El costo de capital es mediante un proyecto que puede financiar una actividad por ello, todo proyecto deberá contar con un costo de capital, y al no contar con este capital se solicita aporte a los socios o del capital propio, de igual manera pueden solicitar préstamos a entidades financieras para la puesta en marcha del proyecto.

Como expresa Baca (2013) afirma que, El capital que forma esta inversión puede provenir de varias fuentes: sólo de personas físicas (inversionistas), de éstas con

personas morales (otras empresas), de inversionistas e instituciones de crédito (bancos) o de una mezcla de inversionistas, personas morales y bancos. Como sea que haya sido la aportación de capitales, cada uno de ellos tendrá un costo asociado al capital que aporte, y la nueva empresa así formada tendrá un costo de capital propio. (pp. 183-184)

Por otro lado, todo proyecto espera obtener ganancias para así, cancelar todas las deudas adquiridas para así, realizar todas las actividades de comercialización o productivas, el costo de capital representa según lo dicho anteriormente por Baca (2013), un costo que cada asociado del proyecto tiene y por ello, es la razón para obtener un mayor rendimiento en los proyectos y viene de la mano del riesgo y del costo de oportunidad que obtiene al invertir en un proyecto y dejar de hacerlo en otro proyecto.

El costo de capital se debe calcular con la siguiente fórmula, que de acuerdo con Baca (2013) es la siguiente:

$$TMAR = i + f + if$$

Donde:  $i$  = inflación

$f$  = Premio al riesgo

#### **2.4.4.6. Flujo de caja proyectado**

Este punto del flujo de caja proyectado le permitirá a la empresa tener mayor claridad de todos los ingresos y egresos que tendrá el proyecto, todos los flujos de caja proyectados se elaboran antes de que el proyecto se ponga en marcha, por el motivo de que es necesario tener todas las bases financieras que darán el aval para el desarrollo de este, debido a que si se llegan a presentar egresos mayores a todos los ingresos que se desean obtener en el proyecto se deberán hacer ciertos cambios

en todas las condiciones económicas como lo es el aumento de todas las inversiones o la disminución de todas las salidas.

Como señala Sapag (2011), un flujo de caja se estructura en varias columnas que representan los momentos en que se generan los costos y beneficios de un proyecto. Cada momento refleja dos cosas: los movimientos de caja ocurridos durante un periodo, generalmente de un año, y los desembolsos que deben estar realizados para que los eventos del periodo siguiente puedan ocurrir. (p. 250)

En todo proyecto es de vital importancia la elaboración de los flujos de caja proyectados porque no todos son de la misma naturaleza, financiamiento incluso de la misma actividad, por ello, es importante conocer la función del flujo de caja para así obtener datos aproximados y confiables de todos los ingresos y egresos con los que contará el proyecto, por el motivo de que, las condiciones económicas del país pueden llegar a variar, ocasionando que todos los ingresos disminuyan y que el costo de fabricación de bienes se eleven hasta llegar al punto de que no sea rentable para el proyecto por ello.

Se deben realizar los flujos de una manera correcta porque gracias a ello será de gran ayuda a la hora de realizar los cálculos del VAN y la TIR datos que son muy importantes en la realización de todo proyecto.

#### **2.4.4.7. Técnicas de valuación VAN y TIR**

Como primer punto se debe analizar el Valor Actual Neto (VAN) como un representante de la evaluación financiera del proyecto, lo cual va a permitir saber o conocer la rentabilidad luego de haber recuperado la inversión el VAN, es el que permite calcular el flujo de caja proyectado al

valor del presente restando la inversión dada al inicio del proyecto en años o períodos determinados.

## VAN

En todo proyecto se debe de analizar el valor actual neto (VAN) como una de las principales técnicas de medición que permite saber la rentabilidad del proyecto.

Desde el punto de vista de Sapag (2011), si el resultado es mayor que 0, mostrará cuánto se gana con el proyecto, después de recuperar la inversión, por sobre la tasa de retorno que se exigía al proyecto; si el resultado es igual a 0, indica que el proyecto reporta exactamente la tasa que se quería obtener después de recuperar el capital invertido; y si el resultado es negativo, muestra el monto que falta para ganar la tasa que se deseaba obtener después de recuperada la inversión. (p. 300)

Por ello, el VAN debe ser mayor o igual a cero, recalcando que si, en el caso de ser igual a cero, esto va a significar que no hay pérdidas ni ganancias dentro del proyecto.

Con una VAN positiva en el proyecto se puede decir que cuenta con la capacidad necesaria para la recuperación del capital invertido de igual manera, al ser positiva el VAN permite hacerles frente a todas las deudas adquiridas en las diferentes entidades financieras.

Dicho lo anterior, cabe recalcar que, con una VAN negativa dentro del proyecto no permitirá que este se lleve a cabo debido a que, no habría un capital que responda a las deudas adquiridas en las diferentes entidades financieras.

La fórmula para calcular el VAN según Solé (2011, p. 428)

$$VAN = \sum_n FC_t(1 + d)^{-n} - I_0$$

Donde:

$FC_t$  = Flujos Netos de Caja (en los períodos desde  $t = 1$  hasta  $t = n$  )

$I_0$  = Inversión Inicial (en el momento cero)

$d$  = Tasa de descuento (costo de capital)

## **TIR**

Otro de los elementos que está presente dentro del proyecto, es la tasa interna de rendimiento/retorno (TIR) la cual es la encargada de medir la rentabilidad del proyecto y es la encargada de igualar los ingresos con los egresos.

Por lo cual, según Mete (2014) la define: Como la tasa de descuento que iguala el valor presente de los ingresos del proyecto con el valor presente de los egresos. Es la tasa de interés que, utilizada en el cálculo del Valor Actual Neto, hace que este sea igual a 0.

Por otro lado, Solé (2011) indica que, Técnica matemática derivada del VAN, la cual evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento ( $r$ ), mediante la cual la totalidad de los flujos de caja netos (positivos y/o negativos) y actualizados a valor presente son exactamente iguales a la inversión inicial (negativa). En otras palabras, la tasa TIR es aquella tasa de descuento ( $r$ ) que hace que el VAN sea cero (p. 429).

Por ello, la TIR es importante en la evaluación de todo proyecto y todo cálculo debe ser realizado antes de que se ponga en marcha el proyecto debido a que, es la tasa que todo interesado puede llegar a pagar esto sin tener pérdidas económicas, la TIR es la que ayuda a sobrellevar el financiamiento dentro del proyecto.

Según Solé (2011, p. 429) la fórmula es la siguiente:

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

Donde:

FCt = Flujos Netos de Caja (en los períodos desde t = 1 hasta t = n )

I<sub>0</sub> = Inversión Inicial (en el momento cero)

r = Tasa Interna de Retorno (TIR).

Para que el proyecto sea viable la TIR no debe ser menor a 0, ya que, si eso llega a pasar, serían pérdidas, para el proyecto de la creación de la empresa se utilizará la TIR como un indicador de rentabilidad.

#### **2.4.4.8. Punto de equilibrio**

El punto de equilibrio es una parte fundamental en todo proyecto que está por iniciar con la actividad comercial, debido a que será el que va a representar las unidades de producción para la comercialización para hacerle frente a los costos totales de comercialización.

Según Gitman y Zutter (2012) relata que, las empresas usan el análisis del punto de equilibrio, conocido también como análisis de costo, volumen y utilidad (...) El punto de equilibrio operativo de la empresa es el nivel de ventas que se requiere para cubrir todos los costos operativos. (p. 456)

Por otro lado, para Baca (2013) menciona que, “El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y las variables” (p. 179).

La fórmula para calcular el punto de equilibrio según Baca (2013.p.179) es la siguiente:

$$Q = \frac{CF}{P - CV}$$

Donde:

Q= Cantidad necesaria a producir

CF: Costos fijos

P=Precio

CV= Costos variables.

Es decir, el punto de equilibrio se entenderá como aquel en el que los ingresos totales serán igual a los costos totales, el cual ayudará a identificar que no existan pérdidas en el proyecto de la creación de la empresa.

#### **2.4.4.9. Estados proforma**

El estado proforma se utiliza para analizar el crecimiento durante un tiempo determinado de la empresa de igual manera, se encarga de analizar todas las cuentas en un futuro.

Para Baca (2010) menciona que, “se le llama proforma porque esto significa proyectado, lo que en realidad hace el evaluador: proyectar (normalmente a cinco años) los resultados económicos que supone tendrán la empresa” (p. 150).

Cuando se realiza el estado proforma es importante tener en cuenta con los estados financieros los cuales son, el estado de situación, estado de resultados, estado de flujo de efectivo y el estado de cambios en el patrimonio, de igual manera las notas de los estados, cada uno de estos estados permitirá tener un panorama del movimiento del dinero de la empresa y en qué se va a invertir ese dinero.

Por otro lado, para Gitman (2007) indica que, “son estados de resultados y balances generales proyectados o de pronóstico” (p. 112).

#### **2.4.4.10. Periodo de recuperación (PR)**

Este punto se encarga en un tiempo determinado de recuperar la inversión inicial por lo cual, todo socio o inversionista antes de iniciar un proyecto deberán analizar anticipadamente este aspecto, porque permite conocer si el proyecto es razonable en cuanto a la rentabilidad para la recuperación del capital invertido.

Según Gitman y Zutter (2012) mencionan que, “Los periodos de recuperación se usan comúnmente para evaluar las inversiones propuestas. El periodo de recuperación de la inversión es el tiempo requerido para que una compañía recupere su inversión inicial en un proyecto, calculado a partir de las entradas de efectivo” (p. 364).

Este aspecto es importante en todo proyecto, debido a que el periodo de recuperación no deberá ser muy extenso, esto quiere decir que si el periodo de recuperación da 50 años no sería lo ideal para los inversionistas y los propietarios de la empresa quienes esperan recuperar la inversión en lapsos más cortos.

A continuación, según Solé (2011, p. 426) muestra la fórmula del periodo de recuperación:

$$PR = \frac{I_0}{FC}$$

Donde:

PR= Período de recuperación

I<sub>0</sub>= Inversión inicial

FC= Flujo de caja neto

#### **2.4.4.11. Tasa media de recuperación (TMR)**

Dentro de todo proyecto existen métodos de evaluación en la que se encuentra la tasa media de recuperación (TMR) la cual es la que permite a los involucrados conocer la ejecución del proyecto y el rendimiento de este de manera porcentual.

Por ello, de acuerdo con Rivera y Morera (2016), mencionan que, la T.M.R funciona como un indicador que se utiliza para calcular una tasa de reinversión con la que todos los flujos de caja tanto positivos como negativos que dan como resultado diferentes T.I.R, se puedan igualar a una y conocer si es mayor que el costo de capital (p. 32), de igual manera, esta tasa permitirá calcular los rendimientos de un proyecto en comparación con otros proyectos y de esa manera, va a permitir aceptar o rechazar el proyecto.

Rivera y Morera (2016) presentan como fórmula para su cálculo:

$$\text{T.I.R.M} = \sqrt[n]{\frac{VF}{-VP}} - 1$$

Donde:

VF= suma de valores futuros, tasa de reinversión

-VP= suma de valores presentes, tasa de financiamiento

N= períodos

#### **2.4.4.12. Análisis de sensibilidad**

Además, se utilizará el análisis de sensibilidad, lo cual, le permitirá al proyecto tener presente los factores que benefician o afectan al mismo, para determinar todos los diferentes escenarios del proyecto para la creación de la empresa, para así comprobar la viabilidad de este. Según Baca (2010) menciona que, “se denomina análisis de sensibilidad (AS) al procedimiento por medio

del cual se puede determinar cuánto se afecta (cuán sensible es) la TIR ante cambios en determinadas variables del proyecto” (p. 191).

#### 2.4.4.13. Índice de deseabilidad

El índice de deseabilidad es otro de los métodos de evaluación para todo proyecto para medir la rentabilidad de este, para conocer si el proyecto va a generar mayor inversión que la que se pretende realizar.

Para Solé (2011) menciona que, el índice de Rentabilidad (IR), con el fin de convertir el VAN en una medida relativa, de manera que en lugar de que las inversiones sean deducidas de sumatoria del valor actual de los flujos descontados en tiempo cero, dichas inversiones son divididas. (p. 439), este se conoce como “índice de rentabilidad” con la fórmula que se presenta a continuación:

$$\frac{\sum_{t=1}^n FC_t (1+d)^{-t} - C_t (1+d)^{-t}}{I_0}$$

Donde

FCt = Flujos Netos de Caja (en los períodos desde t = 1 hasta t = n )

Io = Inversión Inicial (en el momento cero)

d = Tasa de descuento (costo de capital)

# **CAPÍTULO III**

## **Marco de Referencia**

### **3.1. Generalidades del objeto de investigación**

En este apartado, se mostrarán las generalidades de la empresa comercial cuya figura jurídica será una personería física, dedicada a la comercialización de productos dentales en el distrito primero de Nicoya, Guanacaste, Costa Rica.

El proyecto se dedicará a la comercialización de productos dentales, enfocada en el área de la odontología, con clientes en específico los cuales son 20 especialistas odontológicos distribuidos en 18 clínicas dentales posicionadas en el distrito de Nicoya.

El proyecto pretende satisfacer una necesidad asociada a la inexistencia de una empresa, que comercialice productos y materiales dentales especializados, de calidad y con menor tiempo de espera para la adquisición por parte de los odontólogos de la zona.

El proyecto se creará con la finalidad de un emprendimiento por parte de uno de los sustentantes como un objetivo de crecimiento tanto personal como empresarial.

En Costa Rica, existen empresas dedicadas a la comercialización de productos dentales llamadas depósitos dentales con gran posición en el mercado de la odontología y el cuidado bucodental, por ello, es de gran importancia mencionar todas estas empresas constituidas en el país a lo largo de los años para la comercialización de los productos y materiales dentales a los distintos especialistas del país.

Cabe destacar, que para la provincia de Guanacaste y principalmente en distrito primero del Cantón de Nicoya, no existe una empresa que se dedique a la comercialización de estos productos dentales por lo que los especialistas deben de realizar pedidos a la GAM, por ello, nace la propuesta de la creación de una empresa ubicada en el distrito primero de Nicoya para satisfacer esta

necesidad, ya que es importante, lo cual será un beneficio para la economía y generación de empleos.

Por otro lado, se conoce que el cantón de Nicoya es uno de los cinco lugares de zonas azules a nivel mundial , lo cual al existir mayor población de personas adultas mayores en el distrito aumenta el número de pacientes en temas de higiene y cuidado buco dental, por ello, los especialistas dedicados a la estética dental deben de contar siempre con los instrumentos y productos necesarios para la labor del día a día, debido a esto, se considera de gran importancia la creación de la empresa dedicada a la comercialización de productos dentales, como una oportunidad para los especialistas, quienes podrán obtener de primera mano los productos y materiales que necesitan.

A continuación, se mostrará cada uno de los depósitos dentales posicionados en el país que se dedican a la comercialización de los productos y materiales dentales, cabe destacar, que estas empresas se encuentran legalmente inscritas ante el Colegio de Cirujanos Dentistas de Costa Rica, mediante la recaudación del timbre odontológico por medio del registro único tributario.

*Tabla 18. Directorio depósitos dentales*

<b>Nombre</b>	<b>Ubicación</b>	<b>Teléfono</b>
<b>Implantec</b>	San José	2234-9043
<b>Rino Dental Store</b>	San José	2221-5636
<b>Dentalis de Costa Rica S. A</b>	Alajuela	2431-2862
<b>Star Dental</b>	Cartago	2283-9696
<b>Indeca</b>	San José	2236-3322
<b>Dentalmed</b>	Cartago	2225-5623
<b>Izquierdo</b>	San José	2226-8651
<b>Ortho Diagnóstico</b>	San José	2221-7945
<b>Enhmed</b>	San José	2281-2827

<b>Ortho Línea</b>	San José	2283-0402
<b>Latino Dental</b>	San José	2225-7540
<b>ODP Ortodoncia</b>	Cartago	2589-1335
<b>Prisma Dental</b>	San José	2291-5000

Fuente: CCDCR, 2020.

### 3.1.1. Características de los depósitos dentales

La creación de la empresa tiene como finalidad la distribución de productos y materiales dentales en el distrito primero de Nicoya debido a la inexistencia de una empresa de este tipo.

Por ello, para los portales en su página web titulada depósito dental (2021), la importancia de los equipos dentales: El equipo dental toma una vital importancia en los servicios proporcionados por un odontólogo o especialidad relacionada, es importante contar con equipo dental de la más alta calidad, para brindar un servicio más eficiente, lo cual proporciona mayor seguridad, confianza y comodidad.

Por otro lado, Telecom, (s.f.) menciona que.

Los materiales que usan los profesionales dentales son tan importantes como sus conocimientos, destrezas y experiencia en el sector. No se puede olvidar que el campo de trabajo es la boca y cualquier material no higiénico o de mala calidad puede acarrear desde una infección hasta una enfermedad. Por ello, se debe exigir siempre al dentista que trabaje con materiales de proveedores certificados. Si el coste del tratamiento recibido es muy barato puede ser una señal de que el tipo de materiales utilizados no son de una calidad aceptable.

# **CAPÍTULO IV**

## **Marco metodológico**

#### **4.1. Tipo de investigación**

El tipo de investigación que se llevó a cabo es la descriptiva, debido a que facilitó conocer con mayor detalle cada paso por seguir de los procesos necesarios para la creación de una empresa dedicada a la comercialización de productos dentales en el distrito primero de Nicoya.

Teniendo en cuenta a Hernández Sampieri et al. (2014), Mencionan que, “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).

Cabe recalcar, que debido a esto el proyecto se enfocó en las descripciones de todos los aspectos de importancia por desarrollar por lo que, será de gran apoyo para todos los procesos por desarrollar junto a cada una de las características de importancia.

De igual manera, cabe destacar que toda investigación descriptiva es aquella que le permite a cada persona o grupo de investigadores profundizar con mayor certeza sobre un tema en específico para que de esa manera, se logró conocer las variables de importancia del proyecto, por ello en la presente investigación se necesitó diferentes maneras para lo que es toda la recolección de información pertinente.

Como expresan Del Cid, Méndez & Sandoval (2011),

Un estudio descriptivo, igual que los demás tipos de investigación, sólo que, con más especificidad, empieza por determinar el objeto de estudio (organización, clima laboral, reprobación escolar, satisfacción de clientes, productividad, preferencias, etcétera). Luego establece instrumentos para medir adecuadamente el nivel de ese fenómeno que nos interesa. Un estudio descriptivo supone una apropiada

familiarización con el objeto de estudio para poder saber qué y cómo se va a medir lo que nos interesa. (p. 33)

Gracias a todos los instrumentos que se utilizaron en la investigación descriptiva se logró cumplir con cada uno de los objetivos planteados en el proyecto con satisfacción.

#### **4.2. Enfoque de la investigación**

El tipo de enfoque utilizado durante la investigación es el cuantitativo debido a que cada paso o proceso involucrado se establecen por medio del análisis de todas y cada una de las variables numéricas para la empresa con datos más reales.

De acuerdo con Hernández et al. (2010), plantean que, “Debido a que los datos son producto de mediciones se representan mediante números (cantidades) y se deben analizar a través de métodos estadísticos” (p. 5).

De acuerdo con eso, el enfoque cuantitativo le permite a la investigación mostrar todos los resultados numéricos para la toma de decisiones en la parte de la rentabilidad de la empresa.

#### **4.3. Fuentes de información**

Las fuentes de información son importantes para todo desarrollo de un estudio de viabilidad y factibilidad por lo que le permiten a todo investigador obtener toda la información necesaria para desarrollar el proyecto, como lo son las fuentes de información primarias y secundarias.

Como expresan Del Cid et al. (2011), describen que “Es habitual que la información se obtenga directamente, a ésta se le llama información de primera mano” (p. 84).

#### **4.3.1. Fuentes primarias**

Las fuentes primarias del proyecto son todas aquellas que le van a permitir a los investigadores recolectar información importante, debido a que son recolectadas de todas las partes involucradas en la realización de este, lo cual toda será recolectada por medio de entrevistas y cuestionarios aplicados a los especialistas dentales ubicados en el distrito de Nicoya que conforman los informantes..

Según Del Cid et al. (2011), plantean que “Las fuentes primarias de información son las que proporcionan información de primera mano, son fuentes directas. Su utilización permite conocer los fenómenos tal y como suceden en la realidad” (p. 84).

Debido a esto, en el trabajo de investigación del proyecto para la creación de una empresa dedicada a la comercialización de productos dentales en el distrito primero de Nicoya, Guanacaste, Costa Rica, se utilizaron fuentes de información primarias brindadas por parte de todos los especialistas dentales del distrito.

#### **4.3.2. Fuentes secundarias**

Las fuentes secundarias del proyecto de investigación son todas aquellas que se obtienen mediante estudios previos realizados por otras personas para ello, se utilizaron libros, fuentes de información bibliográfica, revistas, bases de datos, con el propósito de obtener información que permitio reforzar la investigación que se realiza.

Como dicen Del Cid et al. (2011),

La Internet es un recurso muy valioso, pues mediante una búsqueda completa se pueden obtener resultados de diversas investigaciones relacionadas con el tema.

Ejemplo de fuentes de información secundaria son: documentos institucionales,

publicaciones periódicas, como revistas, boletines, informes, censos, noticias, etcétera.

(p. 86)

Todas las fuentes de información utilizadas en el proyecto brindaron mayor conocimiento y entendimiento por ello, todas las fuentes que se utilizaron en el proyecto de investigación como todas las anteriormente mencionadas son importantes, esto con el fin de tener mayor conocimiento de todos los métodos a utilizar para la empresa y cada una de las actividades que ésta realizará.

#### **4.4. Población de estudio**

La población es toda aquella seleccionada para la realización del proyecto de investigación lo cual cumplen con características semejantes por lo que, le permite a los investigadores llevar a cabo el estudio sobre un faltante para un determinado grupo de personas.

De acuerdo con Lepkowski (como se citó en Hernández et, al. 2014) “Una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones” (p. 174).

Por ello, toda la población seleccionada para el estudio debe contar con las características o especificaciones necesarias para el estudio del proyecto de investigación.

Desde la posición de Hernández et al. (2014), afirman que “Es preferible, entonces, establecer con claridad las características de la población, con la finalidad de delimitar cuáles serán los parámetros muestrales” (p. 174).

Debido a esto, no se trabajó con una muestra sino con la población total, lo cual permitió estudiar con mayor certeza y claridad toda la información obtenida, cabe recalcar, que la población seleccionada son todos los especialistas dentales del distrito primero de Nicoya, Guanacaste, Costa Rica, lo cual consta de 20 especialistas como se muestra a continuación.

Tabla 19. Clínicas dentales del distrito de Nicoya

<b>Nombre del especialista</b>	<b>Nombre de la Clínica</b>	<b>Teléfono</b>
<b>Andrea Chacón, Asdrúbal Espinoza</b>	Azul Dental	2686-69-63
<b>Andrés Espinoza Briones</b>	Clínica Dental Dr. Espinoza	2685-53-56
<b>Daniel Porras Nema</b>	Clínica Dr. Daniel Porras Nema	8322-84-85
<b>Dylana Rojas Gómez</b>	Clínica Dental Dra. Dylana Rojas	2686-41-41
<b>Gian Carlo Agüero Morales</b>	Clínica Dental Odonto Estética	8483-26-56
<b>Irene Cruz Nacher</b>	Clínica Dental OC	2685-57-46
<b>Karen Castillo Chan</b>	Clínica Dental Dra. Karen Castillo Chan	2685-69-59
<b>Lis Rodríguez Paniagua</b>	Clínica Dental CR Dental	6059-28-58
<b>Marcos Carrillo Rosales</b>	Clínica San Isidro Dental	2685-47-40
<b>María Rojas Flores, Miguel Rojas Flores</b>	Clínica Dental Ortho Smile	8706-86-29- 8383-69-69
<b>Patricia Murillo Marcha</b>	Clínica Santa Lucía Dra. Patricia Murillo	2685-43-00
<b>Paul Castro Salmerón</b>	Clínica Dental Dr. Paul Castro	7163-00-30
<b>Randall Arroyo Araya</b>	Clínica Santa Apolonia	2686-66-95
<b>Rebecca Fajardo Cubillo</b>	Clínica Dental Dra. Rebecca Fajardo Cubillo	2685-43-09

---

<b>Rosa Paniagua Guevara</b>	Clínica Dental Dra. Rosa Olivia Paniagua	2685-53-53
<b>Sheila Briceño Díaz</b>	Clínica Dental Dra. Sheila Briceño D	2686-63-02
<b>Tatiana Garita Aguilar</b>	Clínica Dental Nicoya Dent	2685-31-48
<b>Wilmar Paniagua Ruiz</b>	Clínica Dental Dr. Wilmar Paniagua R	2685-43-09

---

Fuente: Elaboración propia, 2020.

Se seleccionó el distrito primero de Nicoya, para determinar geográficamente la población, se realizó un estudio previo de campo donde se logró localizar la cantidad de 18 clínicas dentales, que están conformadas por 20 especialistas los cuales, son los propietarios.

La identificación del problema está con base en los dueños del área de las clínicas en el distrito primero de Nicoya, por lo cual todos van a ser considerados dentro del estudio. Por el tamaño que se considera, permitirá hacer un estudio del 100 % de la población que comprende la realización de un censo.

#### **4.4.1. Cuando usar muestra**

Según Gómez (2012), indica cuándo se debe de utilizar muestra;

- La población es finita o muy grande y es imposible físicamente cubrir a todos los elementos que la componen.
- La población es finita pero lo suficientemente grande para que el estudio de todos los elementos no sea aconsejable.
- La unidad de estudio se transforma o se destruye al ser examinada.
- Los resultados que arrojaría una muestra bien seleccionada, de tamaño razonable, serían suficientemente precisos para los fines prácticos que se persiguen con los datos. (p. 10)

La muestra no sería estadísticamente significativa ya que, se puede utilizar toda la población y por lo tanto se dejaría de estar trabajando con un estadígrafo o estadístico y se podrá trabajar con datos que son parámetros de la población, porque es muy pequeña entonces se trabajará con el 100 % de los especialistas el cual está conformado por un total de 20 ubicados en el distrito primero de Nicoya.

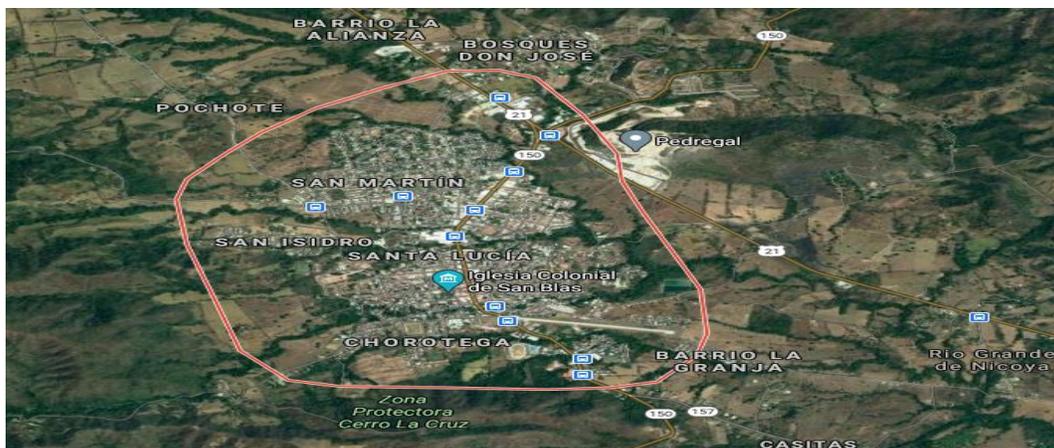
#### 4.5. Técnicas, métodos e instrumentos para la selección de la población

El tamaño de la población por investigar es del 100 % de los especialistas del distrito primero de Nicoya.

La población seleccionada consta de 18 clínicas y 20 especialistas, debido a que en dos clínicas hay 2 dentistas y en las otras solo un dentista. Se eligió el distrito primero de Nicoya por el conocimiento de la zona, la facilidad de contactar a los dentistas, Nicoya es uno de los distritos con mayor concentración del comercio donde hay más afluencia y mayor tránsito de personas.

Las clínicas seleccionadas abarcan desde el Barrio San Martín hasta el Barrio la Granja.

*Figura 3. Mapa de Nicoya*



Fuente: Google Maps, 2020.

##### 4.5.1. ¿Qué es un censo?

Para (Hernández, et al. (2014), menciona que, “censo demográfico en una determinada comunidad donde se mediría: nivel socioeconómico, nivel educativo, edad, género, tamaño de la familia, etc” (p. 74).

Según el Departamento de Asuntos Económicos y Sociales (2010), Un censo de población es el conjunto de las operaciones consistentes en recoger, recopilar, evaluar, analizar y publicar o divulgar de alguna otra forma datos demográficos, económicos y sociales relativos a todos los habitantes de un país, o de una parte bien delimitada de un país, en un momento determinado. (p. 7)

Cabe mencionar, que debido al tamaño de la población siendo esta menor a 100 y al no cumplir con los requisitos definidos para una muestra se realizó un censo, la población meta elegida como posibles compradores potenciales son los propietarios de las clínicas dentales conformada por un total de 20 especialistas, en el distrito primero de Nicoya mismo que van a ser utilizados dentro del estudio.

#### **4.6. Técnicas, métodos e instrumentos de recolección de datos**

##### **4.6.1. Entrevista personal**

En toda investigación se deben utilizar instrumentos con el propósito de la recolección de datos importantes, por ello será necesario importante para el desarrollo del proyecto el uso de la entrevista personal, ya que por este medio se recolectó información de 18 de los 20 especialistas ubicados en el distrito primero de Nicoya.

De acuerdo con Bonilla, Castro y Rodríguez (como se citó en Del Cid et al.,2011:

La entrevista es otra de las técnicas más utilizadas para obtener información, ya sea cuantitativa o cualitativa (...) es una interacción en la cual se exploran diferentes realidades y percepciones, donde el investigador intenta ver las situaciones de la forma como la ven sus informantes, y comprender por qué se comportan de la manera en que dicen hacerlo. (pp. 122-123)

#### **4.6.2. Cuestionario**

El cuestionario es otro de los instrumentos utilizados en la investigación para la recolección de datos por lo cual, se aplicaron cuestionarios a 18 de los 20 especialistas de las clínicas los cuales cuentan con las características necesarias.

Según Azofra (como se citó en Del Cid et al.,2011), indica que “Las preguntas son los elementos centrales de un cuestionario (...) las preguntas son la expresión manifiesta, por lo común en forma de interrogación, que constituyen la estructura formal del cuestionario y mediante ellas se recopila la información” (p. 127).

#### **4.6.3. Observación**

La observación es otro de los métodos utilizados para la recolección de datos durante la investigación que le permitió a los investigadores visualizar aspectos como el ambiente laboral, el comportamiento y todas las características de las actividades que los especialistas realizan, para así brindar puntos de vistas u opiniones acerca de este.

Por lo tanto, para Hernández et al. (2010) mencionan que, “para analizar conflictos familiares, eventos masivos (como la violencia en los estadios de fútbol), la aceptación-rechazo de un producto en un supermercado, el comportamiento de personas con capacidades mentales distintas” (p. 261).

La observación permitió analizar cada uno de los aspectos como los precios de los materiales y productos dentales importantes para la labor diaria en las clínicas.

# **CAPÍTULO V**

## **Estudio Legal, Técnico, Administrativo y Financiero**

## **5.1. Estudio Legal**

El estudio legal en el proyecto es el que se encarga de verificar todos los aspectos legales pertinentes sobre todos los trámites o requisitos que van a regular todas las actividades comerciales dentro del país, por ello, todo proyecto debe tener presente en todo momento la viabilidad legal de este.

En este punto el proyecto de estudio consiste en la creación de una empresa dedicada a la comercialización de productos dentales en el distrito primero de Nicoya, Guanacaste, Costa Rica, por ello, es importante tener conocimiento sobre todos los requisitos legales y ambientales necesarios para la empresa.

El proyecto se legalizará bajo una razón social de personería física para ello, deberá de inscribirse ante Tributación Directa para así poder ejercer la actividad comercial de manera legal.

### **5.1.1. Trámites municipales para patente (Municipalidad de Nicoya)**

#### **5.1.1.1. Permiso de funcionamiento**

Como primer paso legal de la empresa, es solicitar ante la municipalidad de Nicoya todos aquellos requisitos necesarios e importantes para el funcionamiento de la empresa dedicada a la comercialización de productos dentales, por ello, se deben de cumplir ciertos requisitos para el certificado de la resolución Municipal de la ubicación del “Uso de Suelos”, los cuales son:

- Consulta del plano catastrado, donde el número reportado sea el mismo de la certificación literal de la propiedad.
- Consulta Registral del Inmueble con fecha de emisión de una semana de la solicitud en plataforma.
- Confrontación de la firma del documento de identidad vigente con las mostradas en el formulario de solicitud.

- Carta de Autorización Autenticada en caso de que el solicitante no sea el dueño de la propiedad.
- La propiedad debe contar con declaración vigente, de conformidad con lo establecido en la Ley de Impuestos sobre Bienes Inmuebles N° 7509.
- Número de folio real del terreno (número de finca en registro) y certificación de propiedad. Copia vigente de personería jurídica o autorización de la persona que va a realizar el trámite debidamente autenticada.
- Persona física: copia de cédula de identidad, en caso de que el tramitante no sea el interesado, debe presentar autorización.
- Constancia de no morosidad de la CCSS.
- Constancia de no morosidad con F.O.D.E.S.A.F
- Timbre de archivo.
- Constancia de pago de impuestos municipales y declaración vigente, de conformidad con lo establecido en la Ley de Impuestos sobre Bienes Inmuebles N° 7509.
- La propiedad debe estar al día en el pago de impuestos municipales (Permiso de Construcción y otros si así se requiere por ser estos servicios municipales, Ley 4755.

Si el local es alquilado, la persona deberá presentar ante la Municipalidad el contrato del arrendatario junto con la copia de la cédula de identidad.

- Deberá presentar todos los permisos auténticos de los propietarios.
- Si el que realiza el trámite no es el dueño del inmueble deberá enviar a un encargado con una autorización registral.
- Una vez entregados los requisitos, el trámite se efectuará en un lapso de 15 días hábiles.

- Cada uno de los requisitos deberán ser entregados completos en un lapso de 3 días hábiles de lo contrario, será rechazada la solicitud.

#### **5.1.1.2. Patente comercial**

De igual manera, los requisitos para solicitar la patente comercial son los siguientes:

- Permiso de la ubicación brindada por parte de la municipalidad del departamento de catastro.
- Presentar permiso de funcionamiento del Ministerio de Salud.
- Fotocopia de cédula de identidad del solicitante.
- Presentar póliza de riesgos de trabajo emitida por entidad aseguradora o exoneración.
- Estar inscrito como contribuyente ante el Ministerio de Hacienda para la actividad solicitada.
- Timbres fiscales ¢100 o pago del entero.
- Presentar comprobante de pago a favor del Ministerio de Salud, según corresponda, o bien, el comprobante de exoneración del pago extendido por el IMAS.
- Que el solicitante se encuentre al día en los pagos correspondientes ante la Caja Costarricense de Seguro Social y FODESAF.
- Que el solicitante esté al día con el pago de los impuestos y servicios municipales.

En caso de que el local donde se encontrará la empresa es alquilado deberá presentar los siguientes documentos:

- Fotocopia de la cédula de identidad del propietario del local.
- La certificación de los servicios de la Municipalidad y los bienes inmuebles deberá estar al día, timbres (1 de archivo y 1 timbre fiscal).
- Fotocopia del contrato de arrendamiento del arrendatario.

### **5.1.1.3. Estudio ambiental**

En este apartado al ser una empresa que se dedicará únicamente a la comercialización de productos dentales en el distrito primero de Nicoya, Guanacaste, Costa Rica, no se realizará ningún trámite referente a dicho estudio por el motivo de que el tipo de actividad económica no afectaría con: emisión de gases, trabajos y ruidos que generen contaminación ambiental por parte de la empresa. Es decir, Suministros Dentales BARU, será solo la encargada de comercializar más no de producir dichos productos que estarán a la venta en los diferentes especialistas dentales de la zona.

### **5.1.2. Trámites en Tributación**

Otro de los aspectos relevantes que se debe tener presente debido a que es importante para la legalidad de la empresa de comercialización, si la empresa no se inscribe esta deberá pagar multas por el incumplimiento de esta ley, porque toda empresa lucrativa o no lucrativa debe inscribirse ante la Dirección General de Tributación Directa.

Según el Ministerio de Hacienda Costa Rica (2020) indica que:

Las personas físicas y jurídicas, así como las entidades que carezcan de personalidad jurídica, están obligadas a inscribirse en el Registro Único Tributario, al iniciar cualquier actividad o negocio de carácter lucrativo (venta de mercancías o prestación de servicios) que esté sujeto a tributos administrados por la Dirección General de Tributación, o cuando por ley, reglamento o resolución general así se establezca.

Según lo establece el artículo 22 del Reglamento de Procedimiento Tributario, la inscripción se deberá realizar dentro de los diez días hábiles siguientes a la fecha en que inicie actividades u operaciones. Sólo procederá a partir del momento en que se tramite o una fecha anterior, pero nunca a partir de una fecha futura.

Cabe mencionar que, el medio para realizar todos estos trámites es en el portal Administración Tributaria Virtual (ATV) como único medio para que los contribuyentes presenten los siguientes formularios D-140:

- Declaración de Inscripción en el Registro Único Tributario.
- Declaración de Modificación de Datos en el Registro Único Tributario.
- Declaración de Desinscripción en el Registro Único Tributario.

Por otro lado el Ministerio de Hacienda de Costa Rica (2021) menciona que, el régimen tradicional es como un impuesto que recae sobre el valor agregado en la venta de mercancías y en la prestación de algunos servicios específicamente indicados en el artículo 1° de la Ley No. 6826, del 8 de noviembre, de 1982 y sus reformas. Este impuesto se declara mediante el formulario D-104 Declaración del Impuesto General sobre las Ventas.

La empresa de comercialización estará constituida por el régimen tradicional por lo cual debe de cumplir con obligaciones:

Como lo son según el Código de Comercio (1964), en su artículo 251 menciona que:

Sin perjuicio de los registros que la normativa tributaria exija a toda persona física o jurídica, los comerciantes están obligados a llevar sus registros contables y financieros en medios que permitan conocer, de forma fácil, clara y precisa, de sus operaciones comerciales y su situación económica, y sin que estos deban ser legalizados por entidad alguna.

### **5.1.2.1. Impuesto sobre la renta**

Como expresa el Ministerio de Hacienda Costa Rica (2016) plantea que “Grava las utilidades obtenidas por los obligados tributarios durante el período fiscal ordinario, que comprende del 1° de octubre, de un año al 30 de septiembre del año siguiente”.

Por otro lado, Avendaño (2017) menciona al respecto que el impuesto sobre la renta es “aquel que se les cobra a todas las personas o empresas que generan negocios lucrativos en el país”.

De igual manera, según el Ministerio de Hacienda Costa Rica (2021) indica que, “el impuesto sobre las utilidades recae sobre las personas físicas, jurídicas y entes colectivos sin personalidad jurídica, con domicilio en Costa Rica, que realicen actividades lucrativas de fuente costarricense”.

Citando al Ministerio de Hacienda Costa Rica (2019) afirma que:

... el impuesto se declara y se paga cada año, “la declaración se realiza del 1° de octubre al 31 de diciembre de cada año. Se autoliquida mediante el formulario D-101 “Declaración Jurada de Impuesto Sobre la Renta”, el cual se encuentra disponible en el portal web Administración Tributaria Virtual”.

### **5.1.2.2. Declarar y pagar el impuesto sobre la renta**

Según el Ministerio de Hacienda Costa Rica (2019) menciona que:

... el impuesto se declara y se paga cada año, “la declaración se realiza del 1° de octubre al 31 de diciembre de cada año. Se autoliquida mediante el formulario D-101 “Declaración Jurada de Impuesto Sobre la Renta”, el cual se encuentra disponible en el portal web Administración Tributaria Virtual”.

### **5.1.2.3. Impuesto al Valor Agregado (IVA)**

Como afirma el Ministerio de Hacienda Costa Rica (2020):

Son contribuyentes del impuesto sobre el valor agregado, las personas físicas, jurídicas, las entidades públicas o privadas que realicen actividades que impliquen la ordenación por cuenta propia de factores de producción, materiales y humanos, o de uno de ellos, con la finalidad de intervenir en la producción, la distribución, la comercialización o la venta de bienes o prestación de servicios.

De igual manera, según el Sistema Costarricense de Información Jurídica (2018) menciona, en el Artículo 1 “Se establece un impuesto sobre el valor agregado en la venta de bienes y en la prestación de servicios, independientemente del medio por el que sean prestados, realizados en el territorio de la República”.

La empresa estará constituida como personería física que brindará un servicio de comercialización de productos dentales por lo que le corresponde cancelar este impuesto.

Según, el Ministerio de Hacienda Costa Rica (2015), menciona los deberes y obligaciones de las empresas contribuyentes las cuales son:

- Llevar los libros, los archivos, los registros contables.
- Inscribirse en los registros pertinentes, a los que deben aportar los datos necesarios y comunicar, oportunamente, sus modificaciones.
- Presentar las declaraciones que correspondan.
- Conservar de forma ordenada, los registros financieros, contables y de cualquier índole, y los antecedentes de las operaciones o situaciones que constituyan hechos gravados.

- Dar facilidades a los funcionarios fiscales autorizados para que realicen las inspecciones
- Comunicar a la administración el cambio al domicilio fiscal

Otro de los principales requisitos establecidos por la Dirección General de Tributación es la implementación de la facturación electrónica en las empresas.

De acuerdo con el Ministerio de Hacienda Costa Rica (2018) expresa que:

A partir del 15 de enero de 2018 y hasta 01 de mayo de 2018, se comunicó las fechas de inicio para el cumplimiento obligatorio del uso de comprobantes electrónicos (facturación electrónica, tiquete electrónico, nota de crédito electrónica y nota de débito electrónica), según las especificaciones técnicas y normativa definidas. De conformidad con la resolución N° DGT-R-48-2016 del 07, denominada “Comprobantes Electrónicos”, la Administración Tributaria, acepta y valida el uso de los medios tecnológicos, como herramientas facilitadoras para el cumplimiento de las obligaciones de los contribuyentes.

### **5.1.3. Trámites en la Caja Costarricense de Seguro Social (CCSS)**

La caja Costarricense de Seguro Social es la institución importante para todo patrono y trabajador del país, debido a que esta institución se encarga de inscribir a todos los patronos del país y de igual manera la institución les brinda a todos los trabajadores servicios de salud, pensiones y todas las prestaciones sociales referentes a la protección en el centro de trabajo.

Por eso, todo patrono debe cumplir con los requisitos pertinentes para poder inscribirse como patrono físico y de igual manera, estar al día con todos los pagos de las cargas sociales de todos sus colaboradores.

### **5.1.3.1. Requisitos para la solicitud de inscripción de patrono físico**

- Original de la cédula de identidad: en caso de patronos extranjeros, presentar el original del documento de identificación migratorio, de no presentar el documento original, traer fotocopia certificada por notario Público de todos los folios del respectivo documento.
- Fotocopia de cédula de identidad de cada trabajador. En caso de personas extranjeras presentar el documento de identificación migratorio (pasaporte, cédula, de residencia, carné de refugiado, entre otros).
- Llenar el formulario de solicitud de Inscripción o reanudación patronal (patrono físico), este debe ser firmado por el patrono.
- Indicar lugar y un medio para las notificaciones.
- Facilitar un correo electrónico para la presentación de las planillas de trabajadores.
- Contar con la póliza de riesgos del trabajo del INS.

Cada uno de los requisitos mencionados anteriormente, son de uso obligatorio para que todas las empresas laboren de manera legal dentro del territorio nacional, sobre el seguro de todos los trabajadores de la empresa, todo patrono debe cumplir al pie de la letra todos los requisitos estipulados por la entidad pertinente, como de igual manera es una responsabilidad del patrono hacer pago de las cargas sociales de sus trabajadores ante la CCSS.

### **5.1.4. Trámites en el Instituto Nacional de Seguros (INS)**

El Instituto Nacional de Seguros es la entidad encargada de brindar a las personas, trabajadoras, empresas con actividades dentro del territorio nacional un seguro, lo cual ayudará de manera monetaria en situaciones donde sea necesario el uso de ese este, ya sea por un accidente o por la pérdida de todos los productos que comercializan.

Cabe recalcar que, la empresa deberá de contar con el seguro de riesgo RT-General para todos los colaboradores con los que contará la empresa dedicada a la comercialización de productos dentales en el distrito de Nicoya, por ello, el INS menciona todos los requisitos por seguir los cuales son los siguientes:

#### **5.1.4.1. Requisitos de Aseguramiento**

Para tramitar la póliza el tomador deberá cumplimentar la información requerida en el formulario “Solicitud de seguro” y presentar el documento de identificación original, vigente y en buen estado.

En caso de que una persona diferente al Tomador del seguro se presente a tramitar la suscripción del contrato, esta persona deberá presentar:

- Documento de identificación original, vigente y en buen estado del patrono.
- Formulario Persona Física o Jurídica.
- Poder generalísimo o en su defecto, un poder especial que faculta a la persona para el trámite de emisión o rehabilitación de la póliza a nombre del Tomador del seguro.
- Cédula de identidad de los trabajadores.
- En caso de no contar con el poder respectivo, una autorización debidamente autenticada por un notario público, en el que el Tomador del seguro lo acredita para realizar el trámite a su nombre.
- Para descargar el formulario de solicitud de seguro, puede realizarlo en el siguiente enlace:  
<https://sevins.ins-cr.com/SIEL/frmCondicionesGenerales.aspx?tipodoc=995>

#### **5.1.4.2. Seguro RT-General**

Este seguro es solicitado por el patrono con el propósito de asegurar a todos los trabajadores que conforman la empresa misma que se encuentra inscrita ante la Dirección General de Tributación Directa como persona física, debido a que esta póliza RT-General es vigente para todo patrono.

Según el Instituto Nacional de Seguros (2020) menciona que, el seguro RT-General, es el producto tradicional de la línea, el cual puede ser suscrito de forma permanente o periodo corto (menor a un año), y son pólizas adquiridas por personas físicas o jurídicas en su condición de patronos. Permite asegurar a los trabajadores como al patrono y para brindar el aseguramiento correspondiente, el tomador del seguro tendrá la obligación de remitir periódicamente las planillas e inclusiones de nuevos asegurados (en el caso de trabajadores de recién ingreso).

Por otro lado, según Tribunal Supremo de Elecciones (1943), en el Artículo 193 indica que, “Todo patrono, sea persona de Derecho Público o de Derecho Privado, está obligado a asegurar a sus trabajadores contra riesgos del trabajo, por medio del Instituto Nacional de Seguros, según los artículos 4º y 18 del Código de Trabajo” (p. 75).

#### **5.1.5. Trámites en el Ministerio de Salud**

Toda empresa de servicios, comercial o industrial deberá contar con los permisos pertinentes dados por el ministerio de salud para el funcionamiento de esta de manera legal dentro del país.

##### **5.1.5.1. Trámites de permiso sanitario de funcionamiento por primera vez**

- Presentar copia y original de la resolución municipal de ubicación.
- Llenar y presentar el formulario unificado de solicitud para Permiso de funcionamiento.
- Presentar copia y original de cédula de identidad o DIMEX.

- Presentar constancia de la CCSS sea como patrono, trabajador independiente o en ambas modalidades.
- Presentar nota de FODESAF que indique estar al día con las obligaciones.
- Presentar copia y original del comprobante de pago de servicio acorde con el tipo de actividad.

#### **5.1.5.2. Registro de Equipo y Material Biomédico**

Como señala el Ministerio de Salud (2021) menciona que:

Toda persona que requiera realizar el registro de equipo y material biomédico requiere ser autorizado por parte de la autoridad competente (Ministerio de Salud), para lo que deberá realizar el trámite que lo permita. El objetivo es establecer los requisitos y trámites necesarios para la clasificación, la notificación, el registro, la importación y el control de equipo y material biomédico, en adelante denominados EMB, y cuyo destino es el uso para el ser humano.

#### **5.2. Estudio Técnico**

El estudio técnico es el que se encarga de reunir todas las condiciones generales del proyecto para poder ponerlo en marcha, por ello, se mostrarán todos los aspectos pertinentes y necesarios dentro de este estudio con el fin de constituir la actividad comercial de una manera rápida y con eficacia. Por otro lado, distribuir todos los costos que van implicados dentro del proyecto, esto con el propósito de brindar todos los datos reales para la actividad de la comercialización de productos dentales en el distrito primero de Nicoya.

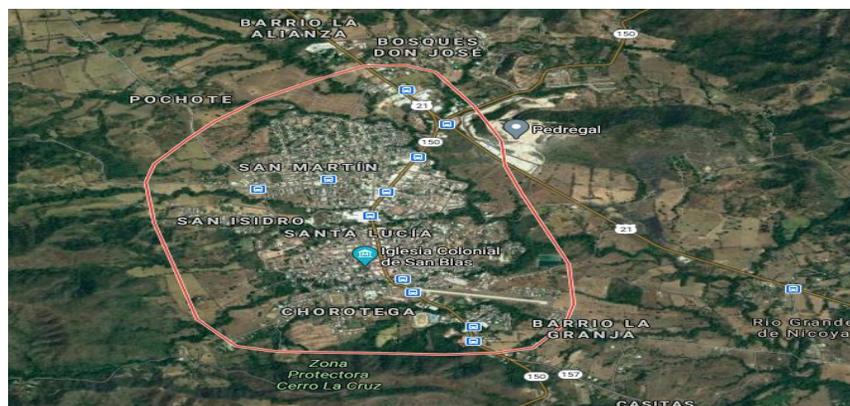
### 5.2.1. Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto se centra en aspectos claves como lo es la ubicación de la empresa en el distrito primero de Nicoya, la oferta y la demanda del mercado seleccionado, así como la comercialización de los productos dentales, de igual manera cabe destacar, se debe analizar a profundidad la oferta y la demanda de los especialistas dentales del distrito primero de Nicoya con los que contará el proyecto, un aspecto por considerar dentro de este estudio es toda la cantidad de productos y materiales dentales con los que va a contar la empresa para la comercialización, esto con el fin de solventar todos los costos y los gastos que tendrá la empresa.

### 5.2.2. Ubicación

El proyecto se enfoca en la creación de una empresa dedicada a la comercialización de productos dentales ubicada en el distrito primero de Nicoya, Guanacaste, Costa Rica. Esto porque se contará con mayor facilidad de acceso hacia los especialistas dentales dedicados al cuidado bucodental de las personas.

*Figura 4. Mapa de Nicoya*



Fuente: Google Maps, 2020.

### **5.2.3. Localización**

La empresa para crear, dedicada a la comercialización de productos dentales cuenta con una ubicación estratégica debido a que donde se desea establecer la empresa no se cuenta con una competencia directa por lo que se podría decir que sería una gran ventaja para esta, otro punto muy importante es que dentro del distrito seleccionado se cuenta con todas las condiciones necesarias para la comercialización de estos materiales.

#### **5.2.3.1. Macro-localización**

La Macro-localización es donde se encontrará la empresa ubicada, por ello, para seleccionar el distrito primero de Nicoya se tuvo en cuenta la alta demanda de clínicas dentales las cuales no cuentan con una empresa dedicada a la comercialización que los supla de productos y materiales dentales. Con este fin, se tomarán en cuenta 18 de los especialistas odontológicos del distrito primero de Nicoya.

Como señala el Instituto de Fomento y Asesoría Municipal (s.f.), las coordenadas geográficas medias del Cantón de Nicoya están dadas por 10° 06' 14" latitud norte y 85°26'13" longitud oeste. La anchura máxima es de sesenta kilómetros, en dirección noreste a suroeste, desde unos cuatro kilómetros al este del poblado Puerto Humo, en la margen sur del Río Tempisque hasta Punta Guiones, en el Océano Pacífico.

Además, de acuerdo con el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2012), el distrito de Nicoya cuenta con una población de 7354 personas (p. 154).

Para abarcar todo lo que es la Macro-localización del proyecto se tomaron en cuenta los factores antes mencionados, debido a que el distrito cuenta con todas las condiciones necesarias para poner en marcha la actividad comercial, por ello no se encuentra algún

obstáculo para la creación de la empresa dedicada a la comercialización de productos dentales.

#### **5.2.3.2. Micro-localización**

El proyecto, como se mencionó anteriormente, se encontrará ubicado en el distrito primero de Nicoya a 100 metros oeste y 75 metros noreste del Ebais central de Nicoya, y contará con una extensión de 40 m<sup>2</sup>; por lo que, se cuenta con el espacio necesario para la creación de la empresa.

El distrito seleccionado cuenta con todos los accesos necesarios a los servicios básicos, su ubicación estará cerca del centro, ya que el mismo tiene gran afluencia de especialistas odontólogos. Cabe destacar que, donde se pretende crear la empresa se cuenta con fácil acceso y circulación, además de ser áreas comerciales seguras.

#### **5.2.4. Estudio Administrativo**

El estudio administrativo es parte primordial en toda empresa u organización ya que es la que le permite dar un rumbo a la misma, por medio de todos los aspectos administrativos pertinentes con el propósito de definir acciones y estrategias para lograr cumplir con cada uno de los objetivos de la empresa al igual que permite cumplir con todas las metas propuestas.

Por tal motivo, toda empresa u organización deberá contar con un sistema organizacional de acuerdo con las necesidades, para hacerle frente a cualquier problema que ocurra en un futuro incierto que puedan generar algún inconveniente dentro de la empresa.

Por ello, cada empresa u organización deberá crear puestos de trabajo dentro de la misma, al igual que los manuales de los puestos descriptivos dentro de esta; todo eso es importante para el buen funcionamiento de la empresa, con esto, se garantiza que cada colaborador tenga previo conocimiento de cada una de las obligaciones por cumplir en el puesto que desempeña, en tal caso

para el proyecto de comercialización de productos dentales se presentará un organigrama con cada uno de los niveles jerárquicos de la empresa.

#### **5.2.4.1. Análisis Estratégico de la Empresa**

El análisis estratégico de la empresa es una herramienta muy utilizada dentro de las empresas para realizar el estudio pertinente sobre todas las fortalezas, las oportunidades, las debilidades y todas las amenazas de esta.

##### **Fortalezas**

- Personal altamente calificado.
- Localización ideal para la apertura de la empresa.
- La empresa contará con local céntrico.
- Conocimiento de los productos y materiales dentales.

##### **Oportunidades**

- Mercado sin competencia directa en el distrito.
- Accesibilidad de la empresa en el distrito.
- Aumento de la demanda.
- Expansión del negocio a más distritos de la provincia.

##### **Debilidades**

- Altos costos en la inversión inicial del proyecto.
- Empresa con poco conocimiento en el mercado por los clientes.
- Credibilidad de los especialistas hacia la empresa.
- Pocos créditos dirigidos a los especialistas.

## **Amenazas**

- Crecimiento de la competencia en el distrito.
- Los especialistas cuentan con casas comerciales en la GAM.
- Apertura de empresas con mayor variedad y cantidad de productos y materiales dentales.
- No contar con los productos específicos de mayor consumo o uso.

### **5.2.4.2. ¿Quiénes somos?**

Una empresa dedicada a la comercialización de productos dentales ubicada en el distrito primero de Nicoya, Guanacaste, Costa Rica. Se plantea un posicionamiento comercial de productos dentales en los diferentes consultorios odontológicos del distrito primero de Nicoya, trabajando bajo las normas legales y ambientales con la que se rige la actividad comercial por desarrollar.

### **5.2.4.3. Misión**

Ser una empresa enfocada en la comercialización de productos dentales con el fin de satisfacer a los profesionales odontológicos, brindando productos y materiales de calidad, de excelencia con precios accesibles y con el propósito de cumplir con las expectativas, necesidades y demandas de los especialistas odontológicos.

### **5.2.4.4. Visión**

Ser una empresa líder posicionada en el mercado a nivel del distrito primero de Nicoya, en cuanto a la comercialización de productos dentales, que cubran las necesidades de los especialistas odontológicos del distrito, brindando servicios de calidad con personal altamente capacitado e instalaciones que respondan a la demanda, para atender con prontitud y calidad.

#### 5.2.4.5. Principios y valores

Dentro de una empresa resulta muy importante determinar cuáles son los valores adoptados, ya que permite definirse como tal. Existen diversos valores empresariales, y muchas veces la elección de estos depende de la organización. A continuación, se mencionan los que se consideran de mayor importancia para la empresa Suministros Dentales BARU.

- **Atención especializada:** se centra en el cliente en el momento de la compra de productos enfocándose en las principales necesidades y expectativas del cliente, brindando información del producto, precio y las características de estos.
- **Innovación continua:** la empresa se enfocará en el mejoramiento continuo por innovación en todos los productos nuevos que salgan al mercado esto con el fin de brindarle a los profesionales productos de mejor calidad.
- **Puntualidad:** mencionar este valor para exigirse con los clientes, por ejemplo, a la hora de comercializar o realizar un pedido de productos o materiales se realice la entrega con prontitud y sin retrasos.
- **Responsabilidad:** la empresa se compromete a la estabilidad y las buenas costumbres laborales, para así cumplir con todos los compromisos y obligaciones adquiridas en los plazos establecidos de manera eficiente y eficaz para brindar un servicio de calidad.
- **Cooperación:** dentro de la empresa deberá existir siempre el compañerismo entre los colaboradores, esto con el fin de obtener mejores resultados y una resolución de problemas no previstos.
- **Trabajo en equipo:** mediante este valor en la empresa todas las actividades se realizan con la integración de cada uno de los miembros para lograr cada objetivo y que cada proceso sea realizado de la manera correcta.

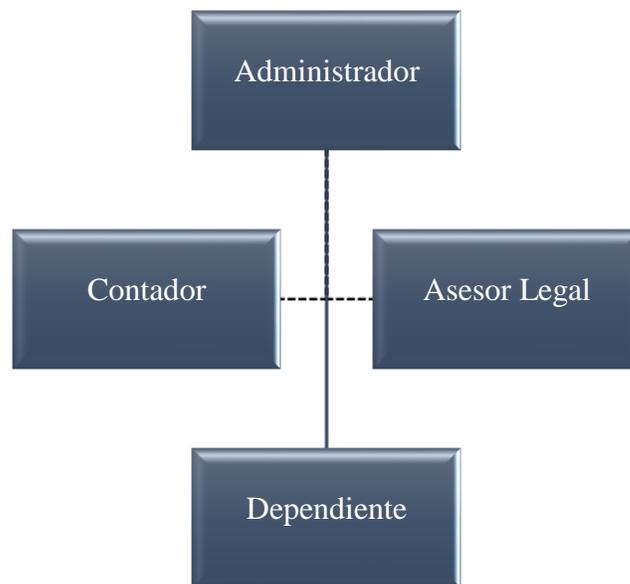
- **Honestidad:** orientado tanto para los miembros de la empresa entre sí, como con los clientes. Deberá de existir respeto, comunicación para promover la verdad como una herramienta elemental para generar confianza y la credibilidad de la empresa.
- **Ética:** es uno de los más importantes para la empresa el cual es dar o restituir el producto o servicio que no se utiliza y que los clientes cancelan con anticipación.

#### 5.2.4.6. Organigrama

El organigrama permite conocer cómo se encuentra constituida la empresa, lo cual va a permitir observar las jerarquías de esta, cadenas de mando y los departamentos que la componen.

Por ello, se recomendará a la empresa comercializadora el siguiente organigrama:

*Figura 5. Organigrama empresa de Suministros Dentales Baru*



Fuente: Elaboración propia 2021.

#### 5.2.4.7. Manual de funciones

El manual de funciones es una herramienta que le permite a todos los colaboradores la visión que desea la empresa, de ellos según los cargos a ocupar, el manual va a describir cada una de las funciones y roles de los colaboradores, con el propósito de cumplir las labores por las cuales fueron

contratados con esto, se busca seguir paso a paso todos los procedimientos establecidos por la empresa por ello, para cada cargo va a existir un manual descriptivo de puestos.

## **1. Administrador**

### **1.1. Puesto al que reporta**

Dueño de la empresa siendo este el mismo administrador.

### **1.2. Descripción del puesto**

Deberá trabajar la jornada completa, la cual es de 8 horas diarias y deberá de planear, proponer, organizar, dirigir, aprobar y controlar todas las actividades del área administrativas, comercial, operativa y financiera de la empresa para el logro de los objetivos y metas establecidas.

### **1.3. Funciones del puesto**

- Planear, dirigir, controlar, organizar el desempeño en todos los departamentos a su cargo.
- Representar a la empresa en la parte legal y administrativa.
- Crear las metas de la organización a corto, mediano y largo plazo.
- Velar por el buen funcionamiento financiero de la empresa.
- Establecer los objetivos, las políticas para el buen funcionamiento de la empresa.
- Asegurarse de que se cumplan las normas, los reglamento y políticas establecidas de la empresa.
- Mantener una relación adecuada con los clientes y proveedores para el buen funcionamiento de la empresa.
- Establecer los salarios de todos los colaboradores de la empresa.
- Generar mayor volumen de ingresos, manteniendo la calidad del servicio prestado.

### **1.4. Escolaridad necesaria**

- Bachiller en administración

- Debe estar inscrito en el Colegio de Ciencias Económicas.

### **1.5. Experiencia laboral**

- Experiencia de dos años.
- Dominio del idioma inglés.
- Contar con los conocimientos básicos sobre computación, finanzas, contabilidad, comercialización y ventas.

### **1.6. Conocimientos previos para el puesto**

- Conocimiento en análisis de estados financieros.
- Conocimiento de las Normas Internacionales de Finanzas (NIIF)
- Conocimiento en el área de contabilidad.

### **1.7. Habilidades y capacidades para el puesto**

- Liderazgo.
- Habilidad para negociar con proveedores y clientes.
- Orientación a resultados.
- Capacidad para trabajar en equipo.
- Capacidad para delegar funciones.
- Capacidad para trabajar bajo presión.
- Poseer visión sobre los negocios.

## **2. Contador**

### **2.1. Puesto al que reporta**

Administrador

## **2.2. Descripción del puesto**

El contador de la empresa se encargará de brindar asesoría contable, a fin de mantener sus ingresos y egresos de forma ordenada, también será el responsable de la elaboración de todos los estados financieros según las NIIF, de igual manera, deberá de reportar todos los movimientos de la empresa en los libros contables para llevar el orden de todo.

## **2.3. Funciones del puesto**

- Elaboración de todos los estados financieros e informes con fines contables, fiscales y financieros.
- Brindar asesoramiento contable permanente a la empresa.
- Análisis de la información económica-financiera de la organización para la toma de decisiones, análisis e interpretación de balances.
- Estructuración de los estados financieros según las NIIF.
- Supervisión de la contabilidad dentro de la empresa.
- Declaración de impuestos de la empresa.

## **2.4. Escolaridad necesaria**

- Bachiller en contabilidad y afines.
- Debe estar inscrito en el colegio de contadores privados (CPI).

## **2.5. Experiencia laboral**

- Dos años de experiencia

## **2.6. Conocimientos previos para el puesto**

- Con experiencia específica en el giro del negocio sobre los impuestos que deberá pagar la empresa.
- Conocimiento en las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF).

- Conocimiento sobre la elaboración de presupuestos de las empresas.
- Conocimiento sobre la legislación laboral de las empresas.

### **2.7. Habilidades y capacidades para el puesto**

- Capacidad para la toma de decisiones en las NIIF cuando vaya a registrar activos o pasivos en la contabilidad de la empresa.
- Trabajar bajo presión.
- Análisis de datos.
- Honestidad y discreción.

## **3. Asesor legal**

### **3.1. Puesto al que reporta**

Al administrador.

### **3.2. Descripción del puesto**

El asesor legal de la empresa se encargará de brindar asesoría jurídica y legal, a fin de que la empresa cumpla con todas las normas y leyes de la actividad comercial por desarrollar, de igual manera estará anuente a brindar apoyo al administrador en algún caso jurídico o legal por ello, deberá de brindar la asesoría correspondiente ante alguna situación.

### **3.3. Funciones del puesto**

- Será el encargado de la realización de todos los trámites pertinentes para la creación de la empresa.
- Brindar asesoría jurídica y legal al administrador de la empresa.
- Resolver todos los inconvenientes que se puedan dar durante la operación de la empresa.
- Realizar negociaciones y redacción de todos los contratos necesarios.
- Estar anuente a que la empresa opera de manera legal.

### **3.4. Escolaridad necesaria**

- Licenciado en Derecho
- Estar debidamente inscrito en el colegio de abogados.

### **3.5. Experiencia laboral**

- De dos a tres años ejerciendo en su profesión.

### **3.6. Conocimientos previos para el puesto**

- Conocimiento en trámites legales.
- Conocimiento de todas las normas jurídicas y legales del país.

### **3.7. Habilidades y capacidades para el puesto**

- Capacidad para trabajar bajo presión
- Capacidad de negociación.
- Capacidad de brindar asesorías legales en tema de derecho empresarial.
- Habilidad para la toma de decisiones ante posibles riesgos empresariales en materia de tema legal.

## **4. Vendedor**

### **4.1. Puesto al que reporta**

Administrador

### **4.2. Descripción del puesto**

El vendedor laborará jornada continua de 8 horas diarias y deberá brindar un servicio de calidad y personalizado a todos los especialistas dentales con el fin de satisfacer todas las necesidades de ellos.

De igual manera, será el encargado del inventario de la empresa por ser el que sabe cuánto material se vende.

### **4.3. Funciones del puesto**

- Velar y cuidar que el material sea vendido de la manera correcta.
- Mantener los estantes limpios para el cuidado de los materiales por vender.
- Mantenerse en contacto con los clientes para supervisar si los materiales entregados cuentan o no algún problema.
- Tener conocimiento sobre los proveedores y los requerimientos de los clientes.
- Asesorar al cliente en el momento de que el mismo solicite el servicio.
- Establecer una línea de comunicación constante con el cliente.

### **4.4. Escolaridad necesaria**

- Bachiller en Educación Media

### **4.5. Experiencia laboral**

- Un año de experiencia

### **4.6. Conocimientos previos para el puesto**

- Conocimiento sobre *marketing*.
- Capacidad para tratar a diversos tipos de personas.
- Conocimiento en el manejo de paquete de computación.
- Conocimiento de servicio al cliente.
- Establecer y mantener buenas relaciones con los clientes y los jefes a cargo.

### **4.7. Habilidades y capacidades para el puesto**

- Capacidad de trabajar bajo presión
- Capacidad de trabajar en equipo
- Capacidad para la toma de decisiones.
- Proactivo y dinámico.

- Capacidad de negociación.

#### 5.2.4.8. Salarios

La empresa comercializadora de productos dentales contara con un administrador, un contador, un abogado y un dependiente.

Los salarios dados son los que se utilizarán según el salario mínimo de Ministerio de Trabajo para los primeros años de ejecución de la empresa, pero, cabe recalcar que, se deben de aumentar cada año de acuerdo con lo que indique el Estado para las empresas del sector privado.

*Tabla 20. Salarios (en colones costarricenses)*

<b>Puesto</b>	<b>Grado</b>	<b>Salario</b>	<b>Cargas sociales (26,5%)</b>	<b>Total</b>
<b>Administrador</b>	Bach	568 819,86	150 737,26	719 557,12
<b>Contador</b>	Bach	19 850,00	5 260,25	25 110 ,25
<b>Asesor legal</b>	Lic	177 000,00	46 905,00	223 905,00
<b>Dependiente</b>	TOSC	347 514,00	92 091,21	439 605,21
<b>Total</b>		<b>1 113 183,86</b>	<b>294 993,72</b>	<b>1 408 177,58</b>

Fuente: Elaboración propia con base en el Ministerio de Trabajo, 2021.

#### 5.2.5. Inversiones

La inversión va a representar parte importante en la elaboración del proyecto, debido a que la empresa dedicada a la comercialización de productos dentales en el distrito primero de Nicoya por ello debe tener presente los gastos en materia legal como lo son todos los trámites y requisitos necesarios para poner en marcha el proyecto.

Por ello, se deben de contemplar en la parte de inversiones se van a incurrir algunos gastos legales, los cuales son: trámites en la municipalidad y trámites en el Instituto Nacional de Seguros, en la Caja Costarricense de Seguro Social, todo esto referente al marco legal de la empresa por lo que el monto total es de (**₡502 109,60**).

Cabe recalcar que para poner en marcha el proyecto se deberá de contar con activos necesarios como lo son: maquinaria, herramientas, productos y materiales dentales entre otros. Por ello, se debe identificar cada uno de esos activos necesarios para la empresa, se debe conocer cada proceso de la comercialización para conocer todo lo referente al mobiliario y equipo necesario para la comercialización.

Por tal motivo, se investigó a profundidad todo lo referente a la inversión necesario para la actividad comercial de la empresa para identificar con claridad el espacio por utilizar, todo lo referente al mobiliario y al equipo que se necesitará para la apertura de la empresa y cada una de las características principales por tener en cuenta para el desarrollo de dicha actividad comercial.

#### **5.2.5.1. Inversión inicial para la empresa**

La inversión inicial de la empresa se describe de la siguiente manera, debido a que la empresa deberá de contar con activos para iniciar por ello, se debe de costear salidas de efectivo para el acondicionamiento de la empresa comercializadora por lo que se describen a continuación:

*Tabla 21. Inversión inicial (en colones costarricenses)*

<b>Inversión Inicial</b>			
<b>Artículo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total</b>
<b>Aire acondicionado invertir</b>	1	225 000,00	225 000,00
<b>Archivo de metal 3 espacios</b>	1	85 000,00	85 000,00
<b><i>Coffe Maker</i></b>	1	12 000,00	12 000,00
<b>Computadora</b>	2	260 000,00	520 000,00
<b>Dispensador de Agua</b>	1	100 000,00	100 000,00
<b>Escritorios</b>	1	105 000,00	105 000,00

<b>Estante Cromado 3 niveles</b>	2	39 000,00	78 000,00
<b>Estante Cromado 5 niveles</b>	2	70 000,00	140 000,00
<b>Impresora</b>	1	110 000,00	110 000,00
<b>Impresora para tiquete de caja</b>	1	50 000,00	50 000,00
<b>Puerta Plegable</b>	2	28 000,00	56 000,00
<b>Resmas de hojas</b>	1	3 500,00	3 500,00
<b>Sellos</b>	2	20 000,00	40 000,00
<b>Sillas de clientes</b>	3	23 000,00	69 000,00
<b>Sillas de escritorio</b>	2	34 000,00	68 000,00
<b>Teléfono</b>	1	19 000,00	19 000,00
<b>Tintas Impresora</b>	2	7 490,00	14 980,00
<b>Vitrina aluminio y vidrio</b>	1	105 000,00	105 000,00
<b>Vitrina Mostrador 1m</b>	1	85 000,00	85 000,00
<b>Total</b>	<b>28</b>	<b>1 380 990,00</b>	<b>1 885 480,00</b>

Fuente: Elaboración propia, 2021.

Luego de identificar la inversión inicial de la empresa comercializadora de productos dentales sobre la infraestructura, equipo necesario para la empresa, para dar apertura y atención a los especialistas se logra identificar el monto total de la inversión inicial que es de **₡1 885 480,00**.

De igual manera se debe contemplar otros gastos necesarios para la comercialización de los materiales dentales; para lo cual se debe realizar una inversión de todos los materiales por comercializar dentro de la empresa. Dicha inversión recibe el nombre de capital de trabajo con el que se deberá contar en el momento de realizar la apertura de la empresa en el distrito primero de Nicoya con el fin de abastecer las necesidades de los especialistas odontológicos de la zona.

Tabla 22. Capital de trabajo

<b>Capital de trabajo</b>			
<b>Artículo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total</b>
<b>Aceite para pieza de mano 500 ml</b>	5	14.000,00	70.000,00
<b>Ácido fluorhídrico 9,5 % bisco</b>	10	11.540,00	115.400,00
<b>Acrílicos</b>	10	2.600,00	26.000,00
<b>Adhesivo one coat bond 5 ML</b>	10	7.350,00	73.500,00
<b>Agujas caja de 100 unidades</b>	10	3.450,00	34.500,00
<b>Alginato cromático paquete de 25 unidades</b>	10	3.700,00	37.000,00
<b>Alginato Tropical paquete de 25 unidades</b>	10	4.000,00	40.000,00
<b>Algodón Rodillo #2 paquete de 500</b>	10	2.740,00	27.400,00
<b>Amalgamas</b>	10	7.666,67	76.666,70
<b>Anestesia Lidocaina 2 % caja 50 unidades</b>	15	5.940,67	89.110,05
<b>Anestesia Odontocaina 3 % caja 50 unidades</b>	15	7.300,00	109.500,00
<b>Aplicadores points ultrafinos dental</b>	15	1.630,00	24.450,00
<b>Arco acero cooper niti, curvo reverso</b>	25	3.066,67	76.666,75
<b>Baberos dentales paquete de 15</b>	15	4.333,33	64.999,95
<b>Bandas matrix #1 sobre 12 unidades</b>	20	510,00	10.200,00
<b>Bata Procedimiento Cardinal</b>	15	3.317,33	49.759,95
<b>Biofix cemento para Brackets</b>	10	18.000,00	180.000,00
<b>Blanqueamiento para casa 24 %</b>	10	17.000,00	170.000,00
<b>Blanqueamiento para oficina 38 %</b>	10	18.666,67	186.666,70
<b>Bolsa de esterilizar brocas caja de 200 unidades</b>	10	2.176,67	21.766,70
<b>Bolsas esterilizar Grandes caja de 200 unidades</b>	10	3.820,00	38.200,00
<b>Bolsas esterilizar Medianas caja de 200 unidades</b>	10	3.434,67	34.346,70
<b>Bolsas esterilizar Pequeñas caja de 200 unidades</b>	10	2.175,00	21.750,00
<b>Brackets autoligados cajas de 100 piezas</b>	10	54.000,00	540.000,00
<b>Brackets cerámicos caja de 100 piezas</b>	10	26.330,00	263.300,00
<b>Broca diamante, broca 12 aspas</b>	15	600,00	9.000,00
<b>Cadenas</b>	15	4.330,00	64.950,00
<b>Cepillo Prophy x12 copa</b>	10	1.160,00	11.600,00
<b>Cera para paciente</b>	15	3.866,67	58.000,05
<b>Cubre bocas cajas de 50</b>	20	3.666,67	73.333,40

<b>Desinfectante Equipo Médico</b>	10	3.732,00	37.320,00
<b>Espejos intraorales</b>	5	14.333,33	71.666,65
<b>Eyector de saliva</b>	50	1.666,67	83.333,50
<b>Flúor en gel 16 onzas</b>	10	4.640,00	46.400,00
<b>Gasa paquete de 100</b>	15	933,33	13.999,95
<b>Gelato gel 10 onzas</b>	15	2.833,33	42.499,95
<b>Gorro Tipo Hongo</b>	15	4.146,67	62.200,05
<b>Guantes M y S latex nipro caja de 50</b>	20	3.726,67	74.533,40
<b>Guantes Mediano Nitrilo caja de 50</b>	20	2.426,67	48.533,40
<b>Jabón Antibacterial</b>	10	3.166,67	31.666,70
<b>Jeringa esterilizable</b>	20	5.666,67	113.333,40
<b>Jeringa para anestesia</b>	20	8.533,33	170.666,60
<b>Jet blue bite x 50ml</b>	5	22.333,33	111.666,65
<b>Kit básico dental</b>	15	3.666,67	55.000,05
<b>Láminas retenedoras y blanqueamientos</b>	10	3.866,67	38.666,70
<b>Lentes de protección con válvula</b>	10	3.000,00	30.000,00
<b>Ligas intraorales</b>	10	14.666,67	146.666,70
<b>Máscaras faciales</b>	10	22.666,67	226.666,70
<b>Módulos</b>	20	4.266,67	85.333,40
<b>Pasta Prophy</b>	5	4.733,33	23.666,65
<b>Porta Brackets</b>	5	9.333,33	46.666,65
<b>Porta tubos</b>	5	9.333,33	46.666,65
<b><i>Prophy jet powder x 300 gramos menta</i></b>	5	5.110,00	25.550,00
<b>Protectores para silla dental</b>	15	8.300,00	124.500,00
<b>Puntas intraorales amarillas</b>	35	483,33	16.916,55
<b>Radiografías #1 niños, # 2 adultos caja 100 unid</b>	15	200,00	3.000,00
<b>Resina brillante</b>	15	4.900,00	73.500,00
<b>Resina competence fluida</b>	15	4.144,00	62.160,00
<b>Resina composite wetting</b>	15	13.300,00	199.500,00
<b>Resorte abierto</b>	10	4.500,00	45.000,00
<b>Resorte cerrado 10 piezas</b>	10	5.200,00	52.000,00
<b>Resorte torquedor 10 piezas</b>	10	9.000,00	90.000,00
<b>Rollo para esterilizar</b>	5	10.000,00	50.000,00

<b>Theracal LC 4 SYR</b>	5	12.000,00	60.000,00
<b>Toallas desinfectantes</b>	10	5.900,00	59.000,00
<b>Tubos convertibles 6 MBT 022 caja de 25</b>	10	760,00	7.600,00
<b>Tubos dobles 6 caja de 25</b>	10	760,00	7.600,00
<b>Tubos sencillos 6 y 7 caja de 25</b>	10	765,00	7.650,00
<b>Vasos caja de 100</b>	20	1.666,67	33.333,40
<b>Yeso amarillo, Blanco, Rosado extraduro 2 kilos</b>	30	1.390,00	41.700,00
<b>Total</b>	<b>920</b>	<b>484.422,03</b>	<b>5.164.230,65</b>

Fuente: Elaboración propia, 2021.

### 5.2.6. Ingeniería del proyecto

El distrito primero de Nicoya, Guanacaste, Costa Rica, actualmente cuenta con un total de 18 clínicas dentales, constituidas por un total de 20 especialistas por ello, se logró identificar que en Nicoya desde años atrás han existido estas clínicas con el fin de atender pacientes de todas las edades sobre el cuidado bucodental, gracias a esto se mencionan aspectos técnicos sobre lo que es la ingeniería del proyecto que en dicho aspecto serán todos los factores necesarios que van de la mano con el proyecto de investigación y con la actividad comercial de la empresa, el cual va a permitir desarrollar de la manera más adecuada.

### 5.2.7. Procesos productivos

Los procesos productivos del proyecto, que involucran la creación de una empresa dedicada a la comercialización de productos dentales en el distrito primero de Nicoya, se explicarán por medio de cada proceso que se llevará a cabo, desde que los materiales dentales están en la empresa, hasta cuando son comercializados por medio del canal de distribución con el que contará la empresa.

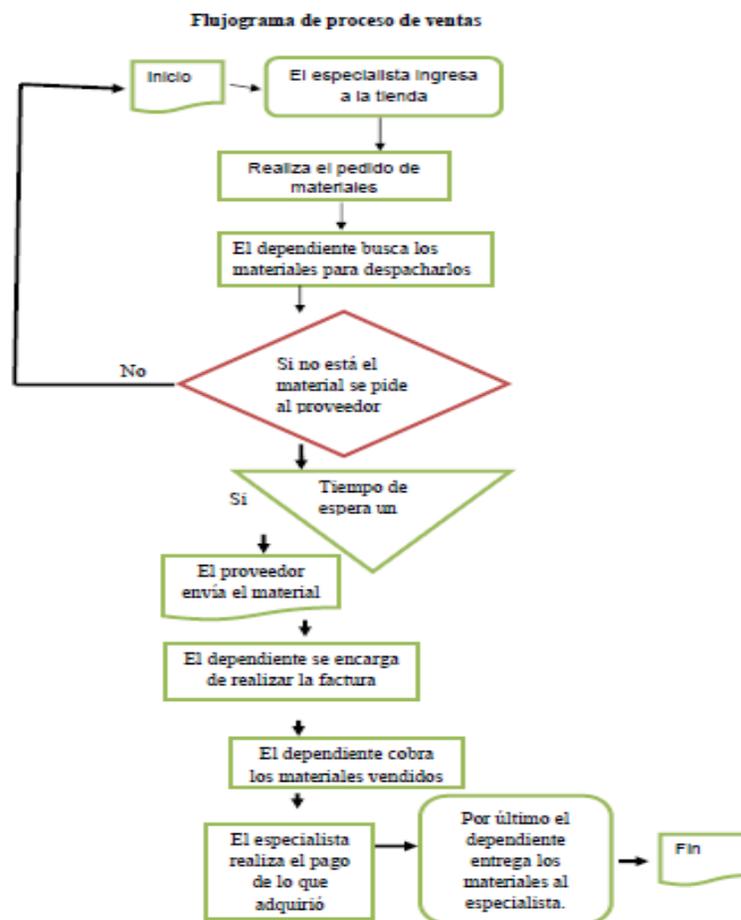
A continuación, se mostrará los procesos productivos con los que contará la empresa Suministros Dentales BARU: como primer punto el especialista ingresa a la empresa y realiza el pedido de los materiales, el dependiente busca los materiales para despachar. Si no está el material,

el dependiente deberá contactar al proveedor para solicitar el material, tiempo de espera un día, el proveedor envía el material, el dependiente se encarga de realizar la factura, luego el dependiente cobra los materiales vendidos. El especialista realiza el pago de lo que adquirió y por último el dependiente entrega los materiales al especialista.

### 5.2.7.1. Flujograma del proceso de la empresa de Suministros Dentales BARU

Para brindar mayor claridad en el flujograma se detalla cada uno de los procesos desde la visita del especialista hasta la compra de materiales.

Figura 6. Procesos Productivos

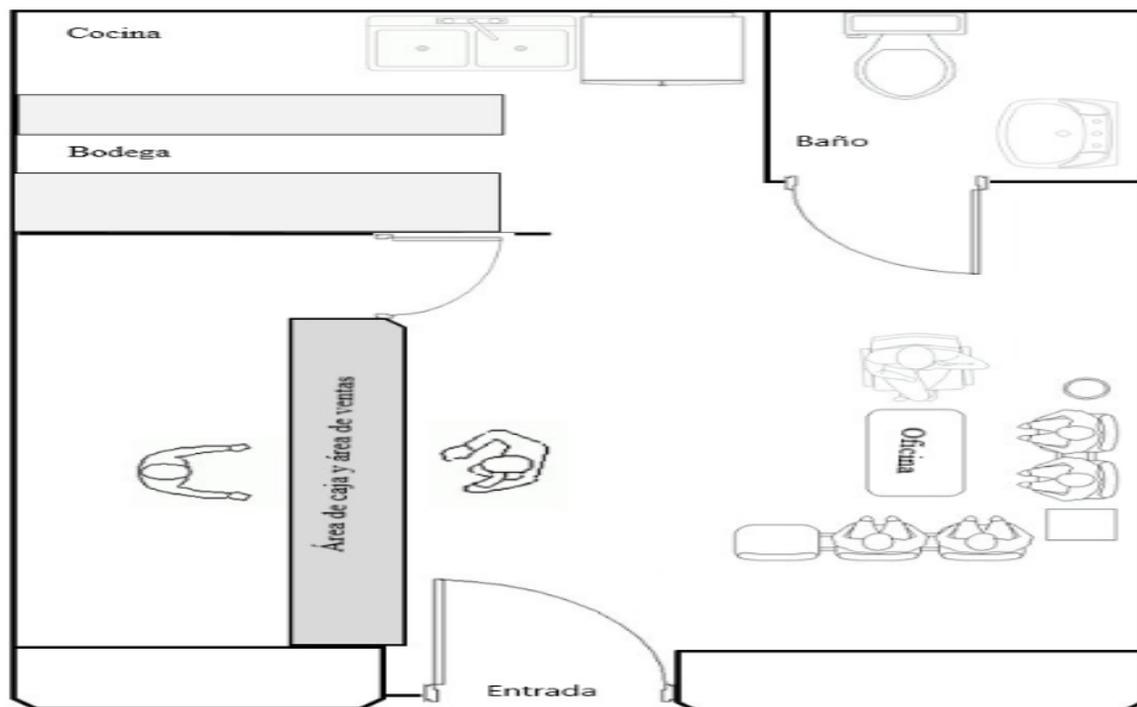


Fuente: Elaboración propia, 2021.

### 5.2.8. Distribución de planta

El espacio de la empresa Suministros Dentales BARU será de 40 m<sup>2</sup>; en el croquis se identificará cada subdivisión del espacio de la empresa como la son entrada, el área de caja y área de ventas, la oficina del administrador, el área de baños, un sector para la bodega para las vitrinas/urnas y por último el área de cocina.

Figura 7. Croquis de la empresa de suministros dentales BARU



Fuente: Elaboración propia, 2021.

#### 5.2.8.1. Materia prima y costos de producción y operación

##### 5.2.8.1.1. Determinación de los costos y gastos

Toda empresa que se dedique a la comercialización de productos dentales debe contemplar todos los costos variables y los costos fijos con lo que contará la empresa, con el propósito de

conocer a profundidad el costo total para desarrollar la actividad comercial para así, tener certeza de toda la cantidad de los ingresos con los que contará, para así hacerle frente a cada uno de los gastos con el fin de obtener ganancias y no pérdidas monetarias.

#### **5.2.8.1.1.1. Costo de ventas**

Los costos de ventas de la empresa son todos aquellos aspectos necesarios para la comercialización de los materiales, debido a esto, se deberá tener presente que lo primero por realizar es la compra de los materiales dentales para luego iniciar con la comercialización a los diferentes especialistas del distrito primero de Nicoya.

*Tabla 23. Costo de ventas (en colones costarricenses)*

<b>Costo de ventas</b>	
<b>70 líneas de materiales Dentales</b>	<b>Total</b>
<b>Costo de ventas</b>	<b>5 164 230,65</b>

Fuente: Elaboración propia, 2021.

#### **5.2.8.1.1.2. Gastos generales y administrativos**

En cuanto a los gastos generales y administrativos con los que contará la empresa comercializadora de productos dentales, serán todos aquellos que se van a necesitar para el funcionamiento de la empresa, a continuación, se detallan todos los gastos generales y administrativos de la empresa para su operación, los gastos de la empresa comercial son: los gastos administrativos que incluyen salarios, servicios básicos, gastos por publicidad (*página web*), alquiler, patente comercial, pólizas del INS como se muestra a continuación:

Tabla 24. Gastos generales y administrativos mensuales (en colones costarricenses)

<b>Gastos Generales y Administrativos</b>	
<b>Gastos Administrativos</b>	<b>Total</b>
<b>Agua</b>	10 000,00
<b>Alquiler</b>	180 000,00
<b>Cargas sociales</b>	294 993,72
<b>Electricidad</b>	35 000,00
<b>Internet</b>	9 000,00
<b>Municipalidad patente trimestral</b>	40 500,00
<b>Póliza del INS</b>	166 615,88
<b>Publicidad (página web)</b>	200 000,00
<b>Salarios</b>	1 113 183,86
<b>Teléfono</b>	12 000,00
<b>Total de gastos generales y administrativos mensuales</b>	<b>2 061 293,46</b>

Fuente: Elaboración propia, 2021.

### 5.3. Estudio de mercado

#### 5.3.1. Mercado

El mercado hace referencia sobre todos los tipos de relaciones que se da entre las diferentes empresas que ofrecen productos y materiales a una población en específico y debido a esto, todos los especialistas dentales del distrito primero de Nicoya son el mercado meta del proyecto.

Cada una de estas clínicas se encuentran constituidas de manera legal dentro del territorio en estudio.

El cuestionario va dirigido a los especialistas, se formularon una serie de preguntas abiertas como cerradas, con el principal objetivo de conocer algunas de las características más importantes del mercado, esto con respecto a las 4 P's, las cuales son: producto, precio, la plaza y promoción.

Cabe destacar, que la población se identificó por medio de un censo donde se identificaron 18 clínicas dentales conformadas por 20 especialistas, luego de tener definido el cuestionario y la población, se da inició con la aplicación de este a un total de 18 especialistas del distrito primero de Nicoya, donde se recaudó información importante para proseguir a estudiar todo el mercado meta, lo cual fue de gran satisfacción la reacción positiva de cada uno de ellos con la creación de una empresa comercializadora de productos dentales en Nicoya.

No obstante, se debe tener presente que todo estudio de viabilidad y factibilidad de un proyecto que no cuente con un mercado meta, al cual vender los productos no se logra conseguir los resultados deseados, más bien, al no contar con el mercado se podrían generar grandes pérdidas de los productos al igual que pérdidas monetarias.

#### **5.3.1.1. Análisis de mercado meta**

Cada uno de los productos que tendrá la empresa comercial irá dirigido a los 18 especialistas dentales del distrito primero de Nicoya, por lo que cada uno de ellos representa una gran participación con intenciones de realizar las compras de los productos en la zona.

De igual manera, cabe destacar que los materiales dentales con lo que contará la empresa será un beneficio para las demás clínicas ubicadas en los alrededores del distrito primero de Nicoya, por la razón de que existen más clínicas en la región y esto se dará con el propósito de expandir la empresa en un largo plazo en la provincia de Guanacaste, debido a la cercanía de todos los especialistas.

De las 18 clínicas establecidas en el distrito primero de Nicoya, se recopiló información importante y cabe destacar que el 100 % de ellas realizan las compras de todos los materiales de consumo en la GAM debido a que no cuentan con una empresa posicionada en el cantón o en los alrededores, por ello no hay una empresa comercializadora de los insumos en la zona.

Se nota que al establecer una empresa en Nicoya tendría un gran impacto positivo en la cadena de suministro para los especialistas por la cercanía y mayor acceso a los materiales dentales.

Según la información recolectada, el 94 % de los especialistas indica que al contar una empresa ubicada en Nicoya será de gran aporte porque al tener un punto de venta cercano es más fácil adquirir los materiales necesarios ante una emergencia . Por otro lado, explican que sería más fácil el acceso a los materiales y mejoraría en el tiempo de espera para adquirirlos, mientras que el 6 % indicó que no.

Se logró identificar la frecuencia de compras de cada uno de los especialistas, siendo que el 50 % indicó que abastecen sus insumos cada mes, un 39 % realizan las compras de 7 a 15 días hábiles, el 11 % indicó que realizan sus compras a un plazo de más del mes. Un dato relevante de la investigación es que el 50 % tienen plazo definido de un mes para las compras de los materiales dentales.

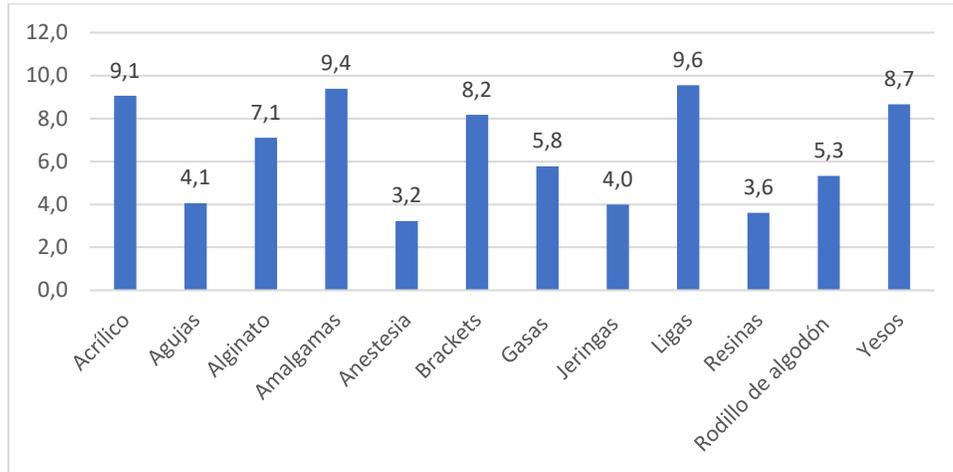
Debido a toda la información recolectada, se logra tener claridad de que la empresa dedicada a la comercialización de productos dentales siempre tendrá la meta de generar ganancias económicas en el mercado meta seleccionado.

### **5.3.1.2. Oferta y demanda del mercado**

#### **5.3.1.2.1. Demanda**

De acuerdo con la información obtenida durante la aplicación del cuestionario a los especialistas, se concluye que estos, compran materiales dentales por mes, se logró analizar el comportamiento de compra, mediante promedios estadísticos, siendo que, cuanto más bajo el promedio, mayor es la frecuencia de uso de los equipos dentro de las clínicas.

**Gráfico 1.** Materiales dentales más utilizados dentro de la clínica.



Fuente: Elaboración propia, 2021.

En una escala de valores de los porcentajes dados en el estudio de mercado de acuerdo con la pregunta en este caso, el valor es de 1 siendo el más importante y 12 siendo el menos importante.

Se identifica que la anestesia es el producto de mayor tránsito y consumo dentro de una clínica con un valor de 3,2, el segundo insumo son las resinas que mensualmente se consumen con un valor de 3,6, por otro lado se visualiza que las jeringas con un 4 y un 4,1 agujas, con un valor de 5,3 se encuentra el rodillo de algodón, con un 5,8 las gasas, siendo estos los cinco materiales más utilizados por cada especialista, de igual manera se logra visualizar los valores del 7,1 al 9,6 siendo estos alginato, *brackets*, yesos, acrílico, amalgamas y por último ligas de ortodoncia.

De acuerdo con la información anterior, se logró identificar que algunas clínicas a diferencia de otras utilizan materiales de diferente uso para la atención de los pacientes.

#### **5.3.1.2.2. Oferta**

En una escala de valor, cabe destacar que los porcentajes dados en el estudio de mercado es acorde a la pregunta en este caso, el valor es de 1 siendo la más utilizada y 5 siendo la menos utilizada.

Por el tipo y característica de servicio que brindan las 18 clínicas existe una variedad de materiales e instrumental dentales que rotan al mes, que incluso esto hace que en un mismo mes, las clínicas utilizan diferentes materiales e instrumental, en el estudio de mercado se logró visualizar las marcas que los dentistas más utilizan.

Por ello, se determina que el 1,4 de ellos optan por utilizar la marca llamada 3M, el 2,7 prefieren utilizar la marca Ivoclar, siendo estas dos las más frecuentes en los pedidos de cada especialista pero, por otro lado se logra determinar el porcentaje de otras marcas por lo que el 3,4 y el 3,6 prefieren utilizar Coltene y Dentsply mientras que un 3,8 dejan como una última opción la marca de kuraray.

Como parte de la oferta, se identifican los días hábiles que cada especialista considera más oportuno para adquirir los materiales por lo que el 50 % indica que de lunes a viernes y el otro 50 % prefieren de lunes a sábados por motivos de atención de pacientes los fines de semana, de igual manera se identificaron los horarios de atención preferibles para ellos, los cuales son los siguientes, el 61 % de los especialistas prefieren horarios de 8:00 am a 5:00 pm, con un 33 % se logra ver que prefieren horarios de 9:00 am a 6:00 pm, y por último el 6 % indica que el horario más apto para ellos es de 10:00 am a 7:00 pm.

### **5.3.1.3. Distribución y punto de venta**

#### **5.3.1.3.1. Distribución**

La distribución de cada material dental de la empresa será por medio de encomiendas, ya sea por Correos de Costa Rica o por medio de la Empresa de Buses Alfaro, debido a la distancia de las proveedoras a las que se les comprará los materiales para la comercialización, por otro lado, la distribución de cada uno de estos materiales se dará por medio de la empresa ubicada en el distrito primero de Nicoya, Guanacaste, Costa Rica.

#### **5.1.3.3.2. Punto de venta**

Sobre el punto de venta de los productos dentales, cabe mencionar que de acuerdo con el estudio de mercado se logró analizar aspectos importantes para la empresa y la comercialización por ello, se contará con una empresa ubicada en el centro de Nicoya, la cual cuenta con todas las condiciones apropiadas para la creación de la empresa.

Según el mismo estudio, en este momento, no hay una empresa ubicada en el distrito, por lo que sería la primera vez de que los especialistas podrán contar con una ubicada más cerca de los centros de trabajo por lo que la información permitió ver que el 94 % sí está interesado de que se posicione una empresa de este tipo de productos en la zona, mientras que el 6 % indicó que no por motivos de que viajan varias veces al mes a otras clínicas ubicadas en la GAM por lo que pueden adquirir ciertos materiales en dicho lugar.

#### **5.3.1.4. Estrategia de comercialización**

##### **5.3.1.4.1. Producto**

Como se mencionó anteriormente, los valores de cada dato van por escalas de porcentajes donde el valor es de 1 siendo el más importante y 12 siendo el menos importante.

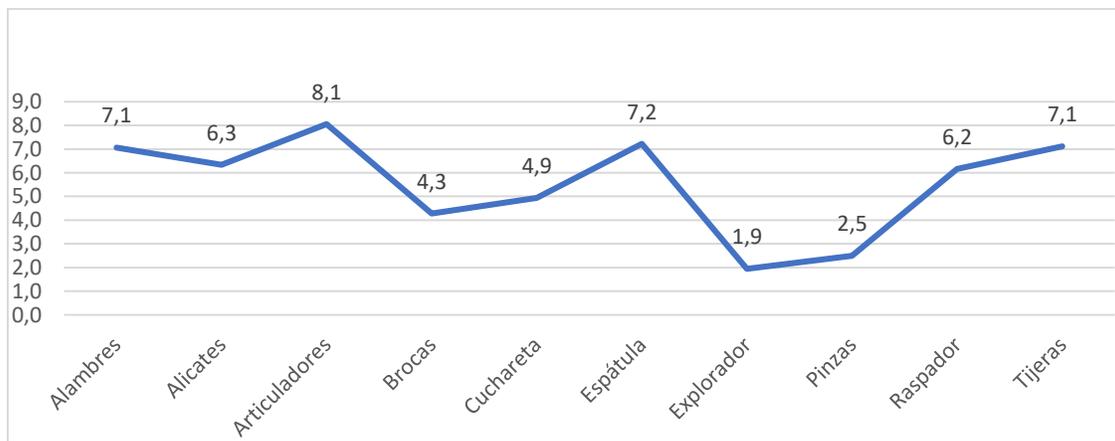
De acuerdo, con el estudio de mercado realizado con las preguntas del cuestionario a 18 especialistas dentales, se logró obtener información más clara sobre los materiales dentales y las principales características de estos.

Gracias a lo anteriormente expuesto, la empresa comercializadora de productos dentales pretende comercializar los materiales más utilizados en las clínicas dentales por lo que por medio de la información obtenida se logran identificar de la siguiente manera (explicado anteriormente en el documento): con el gráfico número 1, siendo la anestesia las más utilizada y de mayor circulación en las clínicas con un 3,2 de compra con un 3,6 las resinas, por otro lado con un 4 las

jeringas y con un 4,1 las agujas. Luego con el 5,3 se encuentra el rodillo de algodón, un 5,8 las gasas. Cabe destacar que estos 6 materiales son los que más se comercializan en el mercado de igual manera, cabe recalcar que otros de los materiales están con un porcentaje del 7,1. Entre estos se encuentra el alginato, con un 8,2 los *brackets* cerámicos, por otro lado con un 8,7 los yesos, un 9,1 los acrílicos un 9,4 las amalgamas y por último con un 9,6 las ligas de ortodoncia.

Como parte del estudio de mercado, entran los instrumentos dentales que tienen mayor rotación dentro de las clínicas por ello, se presenta con un gráfico toda la información recolectada en el cuestionario.

**Gráfico 2.** Instrumentos dentales más utilizados dentro de la clínica.



*Fuente: Elaboración propia, 2021.*

De igual manera, en una escala de valores de los porcentajes dados durante el estudio y según la pregunta dada en este caso el valor es de 1 siendo el más importante y 10 siendo el menos importante.

De acuerdo con la información obtenida se determina que los instrumentos con mayor circulación dentro de las clínicas son: con un 1,9 los exploradores, con un 2,5 las pinzas, mientras que el 4,3 y el 4,9 son las brocas y las cucharetas. Por otro lado, según los datos obtenidos por cada especialista con un porcentaje del 6,2 el raspador con un 6,3 entran los alicates, mientras que el

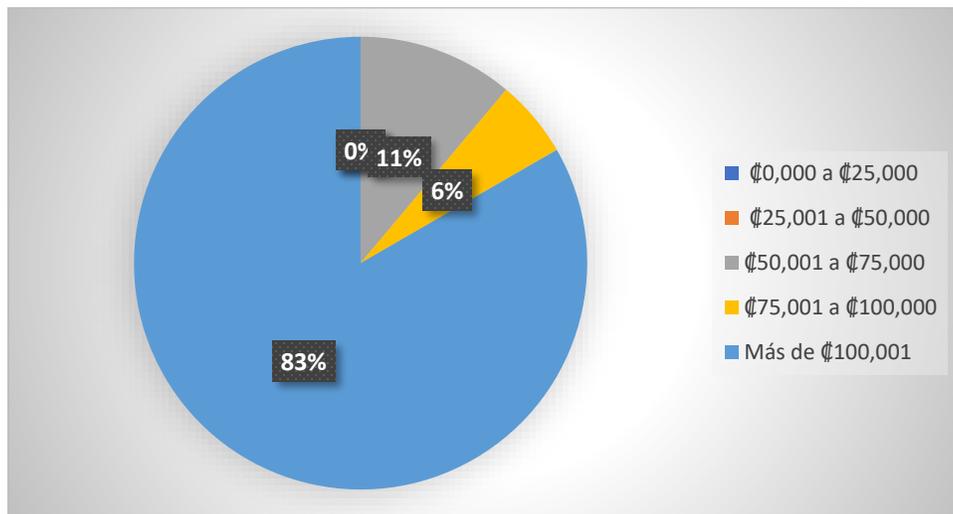
7,1 se encuentran los alambres y las tijeras con un 7,2 se encuentran las cucharetas y por último y menos importante con un 8,1 de consumo se encuentran los articuladores.

Con cada dato obtenido en el estudio de mercado, se visualiza con mayor claridad cada material e instrumento por ofrecer a cada uno de los especialistas del distrito primero de Nicoya con base a las respuestas dadas por los mismos.

#### 5.3.1.4.2. Precio

Es muy importante tener conocimiento de los precios de los materiales en la venta al cliente, debido a que la empresa será de actividad comercial que va a permite la venta de dichos materiales, por eso la empresa debe conocer los gastos que tendrá para así determinar los alcances con los que contará , se debe considerar cada material y precio unitario.

**Gráfico 3.** Presupuesto mensual para compra de materiales dentales.



Fuente: Elaboración propia, 2021.

Según los datos obtenidos en el estudio de mercado, se logra determinar el rango del precio promedio de venta de materiales dentales de acuerdo con la información obtenida por cada uno de ellos, se analiza que el presupuesto destinado de manera mensual por cada uno de los especialistas, siendo esta la siguiente información, el 83 % cuenta con un presupuesto mensual de más de

¢100,000 destinados a compras de los materiales utilizados. Por otro lado el 11 % indica que es de ¢50,000 a ¢75,000 y por último 6 % el presupuesto mensual es de ¢75,000 a ¢100,000.

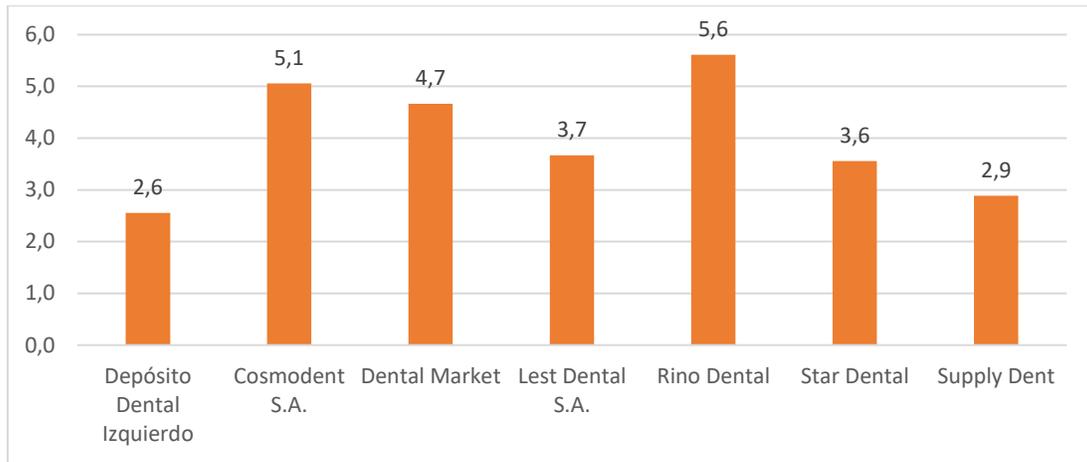
Cabe destacar, que los materiales dentales tienen una variación en el monto debido a la gran cantidad de materiales existentes en el mercado, por ello, los precios que se darán en el sector comercial obtenidos por medio del estudio serán semejante a las condiciones de la oferta, demanda y los diferentes materiales por comercializar.

#### **5.3.1.4.3. Plaza**

La empresa dedicada a la comercialización de productos dentales se establecerá en el distrito primero de Nicoya, Guanacaste, Costa Rica, ya que el distrito posee el mercado meta para iniciar con la actividad comercial, la plaza es parte fundamental para el desarrollo del proyecto, por ello en el estudio de mercado se brinda información importante para la selección, por ello, cabe recalcar que los especialistas prefieren horarios de atención más oportunos de lunes a viernes y de lunes a sábados.

De igual manera, se visualizaron las empresas dedicadas a la comercialización de productos dentales las cuales se encuentran ubicadas en la GAM, por eso luego del estudio de mercado se analizaron todas las empresas, las cuales entrarían a ser los posibles proveedores de la empresa que se ubicará en el distrito primero de Nicoya, de igual manera se obtuvo información importante sobre cuáles de esas empresas son las más utilizadas por los especialistas de Nicoya por lo que se presenta a continuación:

**Gráfico 4.** Depósitos dentales más utilizados para realizar los pedidos.



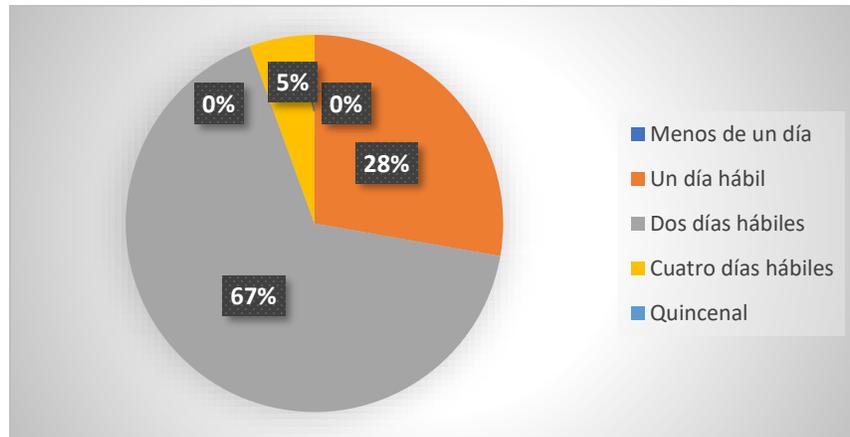
Fuente: Elaboración propia, 2021.

Con un 2,6 el Depósito Dental Izquierdo, con un 2,9 Supply Dent, 3,6 Star Dental, con un 3,7 Lest Dental S.A., con un 4,7 Dental Market de igual manera con un 5,1 y un 5,6 se encuentran Cosmodent S.A. y Rino dental. Cabe destacar que los porcentajes dados sobre los depósitos dentales van acorde con el rango, siendo este 1 el más utilizado y 7 el menos utilizado.

Por otro lado, se recolectó información sobre el tiempo que llevan los especialistas comprando a un proveedor en específico y se obtuvo información de que el 94 % tiene más de 5 años, mientras que un 6 % tiene de 3 a 5 años con el mismo proveedor.

Es importante hablar sobre los tiempos de entrega que ofrecen los proveedores de la GAM a los especialistas dentales ubicados en el distrito primero de Nicoya, gracias a esto se obtuvieron resultados reales según las respuestas brindadas por cada uno de los especialistas.

**Gráfico 5.** Tiempo promedio de entrega de materiales dentales por parte del proveedor.

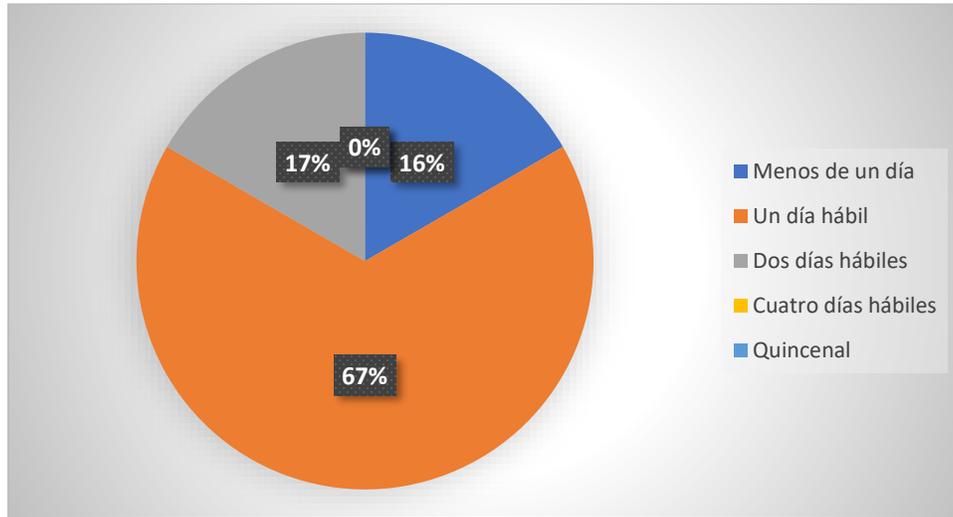


Fuente: Elaboración propia, 2021.

Según la información obtenida en el gráfico anterior, se visualiza que la duración de entrega por parte de los proveedores es de 2 días hábiles según el 67 % de los especialistas, el 28 % de los especialistas mencionó que el tiempo de entrega es de un día hábil y por último el 5 % indicó que es de 4 días hábiles.

Luego de analizar las respuestas obtenidas por los especialistas sobre los tiempos de entrega de los proveedores, se realizó la pregunta de cuál es el tiempo deseable para ellos de las entregas.

**Gráfico 6.** Tiempo de entrega deseable para los pedidos.



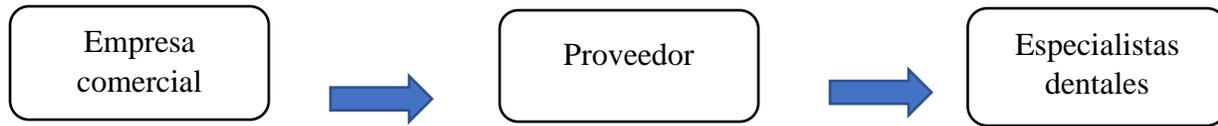
Fuente: Elaboración propia, 2021.

De acuerdo con el gráfico 6, se observa que el 67 % de los especialistas prefieren que los materiales les sean entregados en un lapso de un día hábil, mientras que el 17 % prefieren que sean dos días hábiles de entrega y por último y no menos importante el 16 % de los especialistas prefieren que sea menos de un día hábil, dando esto como resultado que al tener una empresa ubicada en la zona será más rápidamente la entrega de los materiales.

#### **5.3.1.4.3.1. Canal de distribución**

El canal de distribución de la empresa dedicada a la comercialización de productos dentales será de manera indirecta donde primeramente se le comprará al proveedor los productos para luego comercializarlos a los diferentes especialistas, por otro lado, la empresa contará con un local para la venta de cada uno de los productos.

Figura 8. Canal de distribución



Fuente: Elaboración propia, 2021.

#### 5.3.1.4.4. Promoción

La empresa contará con promoción para la comercialización de los productos dentales en el distrito primero de Nicoya, por medio de una *página web* con búsqueda analítica de los productos por ofrecer por medio de los carritos para compras en línea y así solo retirar de manera presencial.

De igual manera se dará una opción de *E-Commerce*, por otro lado se usará un canal de comunicación el cual será por medio de *WhatsApp Business*, otra de las promociones que ofrecerá la empresa será mantener un catálogo en línea y en las redes sociales como *Facebook e Instagram*.

#### 5.3.1.5. Desarrollo de la marca

##### 5.3.1.5.1. Marca

La empresa que se dedicará a la comercialización de productos dentales en el distrito primero de Nicoya será Suministros Dentales BARU, el nombre se eligió por iniciativa de uno de los sustentantes, se desea que el nombre sea asociado a todos los diferentes productos o materiales dentales y por otro lado, la marca va a permitir que se diferencie la empresa de las demás.

##### 5.3.1.5.2. Eslogan

El eslogan es la frase que va a dar a conocer o a identificar a la empresa de las demás por ello, Suministros Dentales BARU tendrá como su eslogan: “Expertos en proveedores de suministros dentales” lo que permite ver que la empresa al estar ubicada más cerca de cada una de las clínicas para la atención de los especialistas y poder cumplir con cada una de las demandas del consumidor.

### 5.3.1.5.3. Logotipo

Figura 9. Logotipo



Fuente: Elaboración propia 2021.

El color azul hacia una tonalidad celeste son los colores utilizados con excelencia según la psicología del color para proveedores de servicios médicos, sea cual sea la línea.

La figura del diente, es por el mercado principal al que va dirigido el cual es al sector bucodental y la forma de un tornillo dentro del diente de representa el instrumental médico quirúrgico, ya sea permanente o periódico, que se utiliza para los tratamientos de ortodoncia y es un elemento representativo a todo el instrumental que se tiende a utilizar y que la empresa que se planea constituir estaría con el propósito de brindar este instrumental.

El nombre representa los apellidos del dueño de la empresa: Badilla Ruiz.

La letra es fuerte por lo que se quiere mostrar una empresa sólida dentro del mercado por medio de su tipografía, cabe recalcar que es una empresa proveedora para especialistas dentales, no para brindar un servicio para el cliente final.

### 5.3.1.6. Plan de introducción en el mercado

Al ser una empresa totalmente nueva en el mercado, la introducción de esta se realiza por medio de los contactos de los especialistas de Nicoya, dando información sobre la nueva empresa y brindando promociones o beneficios para comercializar en las clínicas ubicadas en la zona, de

igual manera al contar con la empresa en Nicoya les permitirá a los demás especialistas de las zonas cercanas poder realizar las compras en la empresa y así incrementar los clientes.

#### **5.3.1.7. Análisis de la competencia**

La competencia de la empresa son todos aquellos depósitos dentales que se dedican a la comercialización de productos dentales en la provincia, pero, cabe destacar que hasta la fecha no se cuenta con una competencia directa en el distrito primero de Nicoya, por el motivo de que todas las empresas están ubicadas en la GAM o a los alrededores como: Heredia, Alajuela, Cartago, San Ramón o Puntarenas.

Como se indicó anteriormente, la competencia directa se encuentra en la GAM, por lo que la mayoría de los especialistas visualizan que al contar con una empresa en el distrito de Nicoya sería un gran beneficio.

#### **5.3.2. Proveedores**

Los principales proveedores de la empresa serán depósitos dentales dedicados a la comercialización de productos dentales en el país, cada proveedor es parte fundamental para la empresa ya que se crearán alianzas y estrategias.

Para determinar los proveedores con lo que contará la empresa de comercialización se dio por medio de las respuestas brindadas por los especialistas en el estudio de mercado, porque los proveedores con mayor posicionamiento en el mercado son: Deposito Dental Izquierdo, Supply Dent, Star Dental, Lest Dental S.A., Dental Market, Cosmodent S.A., Rino Dental, Orto, cada uno de estos como los principales proveedores para así, luego elegir cuáles son las mejores opciones para la empresa que ofrezcan productos de calidad y además se cuente con los precios de mercado al ser una compra mayoritaria para comercializar para así ofrecer un producto final de calidad.

## 5.4. Estudio financiero

El estudio financiero es el que se encargará de medir la rentabilidad del proyecto en proceso debido a que este involucra la creación de una empresa dedicada a la comercialización de productos dentales en el distrito primero de Nicoya, Guanacaste Costa Rica.

Se deberá tener presente algunos de los estudios financieros pertinentes e importantes dentro del proyecto con el propósito de conocer los costos y gastos con los que se va a contar, y de esta manera tener una mayor claridad de la inversión inicial. Por otro lado, se brindarán datos cuantitativos por medio de los estudios financieros para así poder determinar la factibilidad del proyecto en desarrollo.

### 5.4.1. Inversión inicial

Como primer paso la empresa deberá pagar en trámites y requisitos legales con el propósito de constituir la empresa comercial dentro del marco legal costarricense; por ello se presentará una tabla con los datos y montos destinado para cada uno de estos gastos, lo cual involucra todo lo referente a los trámites municipales, los trámites en el Instituto Nacional de Seguros y la Caja Costarricense de Seguro Social.

*Tabla 25. Gastos en trámites legales (en colones costarricenses)*

<b>Servicios públicos</b>	<b>Valor económico</b>
<b>Municipalidad</b>	40 500,00
<b>Instituto Nacional de seguros</b>	166 615,88
<b>Caja Costarricense de Seguro Social</b>	294 993,72
<b>Total</b>	<b>502 109,60</b>

Fuente: Elaboración propia, 2021.

Una vez que se ha realizado cada uno de los pagos pertinentes para los trámites, se da paso a identificar la inversión inicial del proyecto, esto sobre cada uno de los materiales que se necesitan

para el trabajo como la maquinaria y equipo, por ello a continuación se muestra la tabla N° 26 con la inversión inicial necesaria para la puesta en marcha de la empresa.

*Tabla 26. Inversión inicial de la Empresa (en colones costarricenses)*

<b>Inversión Inicial</b>			
<b>Artículo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total</b>
<b>Aire acondicionado invertir</b>	1	225 000,00	225 000,00
<b>Archivo de metal 3 espacios</b>	1	85 000,00	85 000,00
<b>Coffe Maker</b>	1	12 000,00	12 000,00
<b>Computadora</b>	2	260 000,00	520 000,00
<b>Dispensador de Agua</b>	1	100 000,00	100 000,00
<b>Escritorios</b>	1	105 000,00	105 000,00
<b>Estante Cromado 3 niveles</b>	2	39 000,00	78 000,00
<b>Estante Cromado 5 niveles</b>	2	70 000,00	140 000,00
<b>Impresora</b>	1	110 000,00	110 000,00
<b>Impresora para tiquete de caja</b>	1	50 000,00	50 000,00
<b>Puerta Plegable</b>	2	28 000,00	56 000,00
<b>Resmas de hojas</b>	1	3 500,00	3 500,00
<b>Sellos</b>	2	20 000,00	40 000,00
<b>Sillas de clientes</b>	3	23 000,00	69 000,00
<b>Sillas de escritorio</b>	2	34 000,00	68 000,00
<b>Teléfono</b>	1	19 000,00	19 000,00
<b>Tintas Impresora</b>	2	7 490,00	14 980,00
<b>Vitrina aluminio y vidrio</b>	1	105 000,00	105 000,00
<b>Vitrina Mostrador 1m</b>	1	85 000,00	85 000,00
<b>Total</b>	<b>28</b>	<b>1 380 990,00</b>	<b>1 885 480,00</b>

Fuente: Elaboración propia, 2021.

Tabla 27. Depreciación de Activos de enero a junio (en colones costarricenses)

Activo	Costo	Años de						
		vida útil	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Aire acondicionado inverter	¢225 000	10	¢1 875	¢1 875	¢1 875	¢1 875	¢1 875	¢1 875
Archivo de metal 3 espacios	¢85 000	10	¢708	¢708	¢708	¢708	¢708	¢708
Coffe Maker	¢12 000	10	¢100	¢100	¢100	¢100	¢100	¢100
Computadora	¢260 000	5	¢2 167	¢2 167	¢2 167	¢2 167	¢2 167	¢2 167
Computadora	¢260 000	5	¢4 333	¢4 333	¢4 333	¢4 333	¢4 333	¢4 333
Dispensador de Agua	¢100 000	10	¢1 667	¢1 667	¢1 667	¢1 667	¢1 667	¢1 667
Escritorios	¢105 000	10	¢875	¢875	¢875	¢875	¢875	¢875
Estante Cromado 3 niveles	¢39 000	10	¢325	¢325	¢325	¢325	¢325	¢325
Estante Cromado 3 niveles	¢39 000	10	¢250	¢250	¢250	¢250	¢250	¢250
Estante Cromado 5 niveles	¢70 000	10	¢449	¢449	¢449	¢449	¢449	¢449
Estante Cromado 5 niveles	¢70 000	10	¢583	¢583	¢583	¢583	¢583	¢583
Impresora	¢110 000	13	¢917	¢917	¢917	¢917	¢917	¢917
Impresora para tiquete de caja	¢50 000	8	¢417	¢417	¢417	¢417	¢417	¢417
Puerta Plegable	¢28 000	10	¢233	¢233	¢233	¢233	¢233	¢233
Puerta Plegable	¢28 000	10	¢233	¢233	¢233	¢233	¢233	¢233
Sellos	¢20 000	10	¢167	¢167	¢167	¢167	¢167	¢167
Sellos	¢20 000	10	¢167	¢167	¢167	¢167	¢167	¢167
Silla de clientes	¢23 000	10	¢192	¢192	¢192	¢192	¢192	¢192
Silla de clientes	¢23 000	10	¢192	¢192	¢192	¢192	¢192	¢192
Silla de clientes	¢23 000	10	¢192	¢192	¢192	¢192	¢192	¢192
Silla de Escritorio	¢34 000	10	¢283	¢283	¢283	¢283	¢283	¢283
Sillas de escritorio	¢34 000	10	¢283	¢283	¢283	¢283	¢283	¢283
Teléfono	¢19 000	7	¢158	¢158	¢158	¢158	¢158	¢158
Vitrina aluminio y vidrio	¢105 000	10	¢875	¢875	¢875	¢875	¢875	¢875
Vitrina Mostrador 1m	¢85 000	10	¢708	¢708	¢708	¢708	¢708	¢708
<b>TOTAL</b>	<b>¢1 867 000</b>		<b>¢18 349</b>					

Fuente: Elaboración propia, 2021.

Tabla 28. Depreciación de Activos de julio a diciembre (en colones costarricenses)

Activo	Costo	Años de						
		vida útil	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Aire acondicionado inverter	¢225 000	10	¢1 875	¢1 875	¢1 875	¢1 875	¢1 875	¢1 875
Archivo de metal 3 espacios	¢85 000	10	¢708	¢708	¢708	¢708	¢708	¢708
Coffe Maker	¢12 000	10	¢100	¢100	¢100	¢100	¢100	¢100
Computadora	¢260 000	5	¢2 167	¢2 167	¢2 167	¢2 167	¢2 167	¢2 167
Computadora	¢260 000	5	¢4 333	¢4 333	¢4 333	¢4 333	¢4 333	¢4 333
Dispensador de Agua	¢100 000	10	¢1 667	¢1 667	¢1 667	¢1 667	¢1 667	¢1 667
Escritorios	¢105 000	10	¢875	¢875	¢875	¢875	¢875	¢875
Estante Cromado 3 niveles	¢39 000	10	¢325	¢325	¢325	¢325	¢325	¢325
Estante Cromado 3 niveles	¢39 000	10	¢250	¢250	¢250	¢250	¢250	¢250
Estante Cromado 5 niveles	¢70 000	10	¢449	¢449	¢449	¢449	¢449	¢449
Estante Cromado 5 niveles	¢70 000	10	¢583	¢583	¢583	¢583	¢583	¢583
Impresora	¢110 000	13	¢917	¢917	¢917	¢917	¢917	¢917
Impresora para tiquete de caja	¢50 000	8	¢417	¢417	¢417	¢417	¢417	¢417
Puerta Plegable	¢28 000	10	¢233	¢233	¢233	¢233	¢233	¢233
Puerta Plegable	¢28 000	10	¢233	¢233	¢233	¢233	¢233	¢233
Sellos	¢20 000	10	¢167	¢167	¢167	¢167	¢167	¢167
Sellos	¢20 000	10	¢167	¢167	¢167	¢167	¢167	¢167
Silla de clientes	¢23 000	10	¢192	¢192	¢192	¢192	¢192	¢192
Silla de clientes	¢23 000	10	¢192	¢192	¢192	¢192	¢192	¢192
Silla de clientes	¢23 000	10	¢192	¢192	¢192	¢192	¢192	¢192
Silla de Escritorio	¢34 000	10	¢283	¢283	¢283	¢283	¢283	¢283
Sillas de escritorio	¢34 000	10	¢283	¢283	¢283	¢283	¢283	¢283
Teléfono	¢19 000	7	¢158	¢158	¢158	¢158	¢158	¢158
Vitrina aluminio y vidrio	¢105 000	10	¢875	¢875	¢875	¢875	¢875	¢875
Vitrina Mostrador 1m	¢85 000	10	¢708	¢708	¢708	¢708	¢708	¢708
<b>TOTAL</b>	<b>¢1 867 000</b>		<b>¢18 349</b>					

Fuente: Elaboración propia, 2021.

Tabla 29. Depreciación de equipo anual (en colones costarricenses)

Activo	Costo	Años de				
		vida util	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
Aire acondicionado invertir	¢225 000	10	¢22 500	¢22 500	¢22 500	¢22 500
Archivo de metal 3 espacios	¢85 000	10	¢8 500	¢8 500	¢8 500	¢8 500
Coffe Maker	¢12 000	10	¢1 200	¢1 200	¢1 200	¢1 200
Computadora	¢260 000	5	¢26 000	¢26 000	¢26 000	¢26 000
Computadora	¢260 000	5	¢52 000	¢52 000	¢52 000	¢52 000
Dispensador de Agua	¢100 000	10	¢20 000	¢20 000	¢20 000	¢20 000
Escritorios	¢105 000	10	¢10 500	¢10 500	¢10 500	¢10 500
Estante Cromado 3 niveles	¢39 000	10	¢3 900	¢3 900	¢3 900	¢3 900
Estante Cromado 3 niveles	¢39 000	10	¢3 000	¢3 000	¢3 000	¢3 000
Estante Cromado 5 niveles	¢70 000	10	¢5 385	¢5 385	¢5 385	¢5 385
Estante Cromado 5 niveles	¢70 000	10	¢7 000	¢7 000	¢7 000	¢7 000
Impresora	¢110 000	13	¢11 000	¢11 000	¢11 000	¢11 000
Impresora para tiquete de caja	¢50 000	8	¢5 000	¢5 000	¢5 000	¢5 000
Puerta Plegable	¢28 000	10	¢2 800	¢2 800	¢2 800	¢2 800
Puerta Plegable	¢28 000	10	¢2 800	¢2 800	¢2 800	¢2 800
Sellos	¢20 000	10	¢2 000	¢2 000	¢2 000	¢2 000
Sellos	¢20 000	10	¢2 000	¢2 000	¢2 000	¢2 000
Silla de clientes	¢23 000	10	¢2 300	¢2 300	¢2 300	¢2 300
Silla de clientes	¢23 000	10	¢2 300	¢2 300	¢2 300	¢2 300
Silla de clientes	¢23 000	10	¢2 300	¢2 300	¢2 300	¢2 300
Silla de Escritorio	¢34 000	10	¢3 400	¢3 400	¢3 400	¢3 400
Sillas de escritorio	¢34 000	10	¢3 400	¢3 400	¢3 400	¢3 400
Teléfono	¢19 000	7	¢1 900	¢1 900	¢1 900	¢1 900
Vitrina aluminio y vidrio	¢105 000	10	¢10 500	¢10 500	¢10 500	¢10 500
Vitrina Mostrador 1m	¢85 000	10	¢850	¢850	¢850	¢850
<b>TOTAL</b>	<b>¢1 867 000</b>		<b>¢212 535</b>	<b>¢212 535</b>	<b>¢212 535</b>	<b>¢212 535</b>

Fuente: Elaboración propia, 2021.

#### 5.4.2. Capital de trabajo

El capital de trabajo de la empresa deberá cubrir gastos con los que contará durante el primer mes para la comercialización de los productos dentales en el distrito primero de Nicoya, por lo que se debe realizar una inversión de todos los materiales por comercializar, con el que se contará en el momento de la apertura de la empresa en el distrito, a continuación se mostrará la tabla del capital de trabajo.

Tabla 30. Capital de trabajo (en colones costarricenses)

<b>Capital de trabajo</b>			
<b>Artículo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total</b>
<b>Aceite para pieza de mano 500 ml</b>	5	14.000,00	70.000,00
<b>Ácido fluorhídrico 9,5 % bisco</b>	10	11.540,00	115.400,00
<b>Acrílicoss</b>	10	2.600,00	26.000,00
<b>Adhesivo one coat bond 5 ML</b>	10	7.350,00	73.500,00
<b>Agujas caja de 100 unidades</b>	10	3.450,00	34.500,00
<b>Alginato cromático paquete de 25 unidades</b>	10	3.700,00	37.000,00
<b>Alginato Tropical paquete de 25 unidades</b>	10	4.000,00	40.000,00
<b>Algodón Rodillo #2 paquete de 500</b>	10	2.740,00	27.400,00
<b>Amalgamas</b>	10	7.666,67	76.666,70
<b>Anestesia Lidocaina 2% caja 50 unidades</b>	15	5.940,67	89.110,05
<b>Anestesia Odontocaina 3% caja 50 unidades</b>	15	7.300,00	109.500,00
<b>Aplicadores points ultrafinos dental</b>	15	1.630,00	24.450,00
<b>Arco acero cooper níti, curvo reverso</b>	25	3.066,67	76.666,75
<b>Baberos dentales paquete de 15</b>	15	4.333,33	64.999,95
<b>Bandas matrix #1 sobre 12 unidades</b>	20	510,00	10.200,00
<b>Bata Procedimiento Cardinal</b>	15	3.317,33	49.759,95
<b>Biofix cemento para Brackets</b>	10	18.000,00	180.000,00
<b>Blanqueamiento para casa 24%</b>	10	17.000,00	170.000,00
<b>Blanqueamiento para oficina 38%</b>	10	18.666,67	186.666,70

<b>Bolsa de esterilizar brocas caja de 200 unidades</b>	10	2.176,67	21.766,70
<b>Bolsas esterilizar Grandes caja de 200 unidades</b>	10	3.820,00	38.200,00
<b>Bolsas esterilizar Medianas caja de 200 unidades</b>	10	3.434,67	34.346,70
<b>Bolsas esterilizar Pequeñas caja de 200 unidades</b>	10	2.175,00	21.750,00
<b>Brackets autoligados cajas de 100 piezas</b>	10	54.000,00	540.000,00
<b>Brackets cerámicos caja de 100 piezas</b>	10	26.330,00	263.300,00
<b>Broca diamante, broca 12 aspás</b>	15	600,00	9.000,00
<b>Cadenas</b>	15	4.330,00	64.950,00
<b>Cepillo Prophy x12 copa</b>	10	1.160,00	11.600,00
<b>Cera para paciente</b>	15	3.866,67	58.000,05
<b>Cubre bocas cajas de 50</b>	20	3.666,67	73.333,40
<b>Desinfectante Equipo Médico</b>	10	3.732,00	37.320,00
<b>Espejos intraorales</b>	5	14.333,33	71.666,65
<b>Eyector de saliva</b>	50	1.666,67	83.333,50
<b>Flúor en gel 16 onzas</b>	10	4.640,00	46.400,00
<b>Gasa paquete de 100</b>	15	933,33	13.999,95
<b>Gelato gel 10 onzas</b>	15	2.833,33	42.499,95
<b>Gorro Tipo Hongo</b>	15	4.146,67	62.200,05
<b>Guantes M y S latex nipro caja de 50</b>	20	3.726,67	74.533,40
<b>Guantes Mediano Nitrilo caja de 50</b>	20	2.426,67	48.533,40
<b>Jabón Antibacterial</b>	10	3.166,67	31.666,70
<b>Jeringa esterilizable</b>	20	5.666,67	113.333,40
<b>Jeringa para anestesia</b>	20	8.533,33	170.666,60
<b>Jet blue bite x 50ml</b>	5	22.333,33	111.666,65
<b>Kit básico dental</b>	15	3.666,67	55.000,05
<b>Láminas retenedoras y blanqueamientos</b>	10	3.866,67	38.666,70
<b>Lentes de protección con válvula</b>	10	3.000,00	30.000,00
<b>Ligas intraorales</b>	10	14.666,67	146.666,70
<b>Máscaras faciales</b>	10	22.666,67	226.666,70
<b>Módulos</b>	20	4.266,67	85.333,40
<b>Pasta Prophy</b>	5	4.733,33	23.666,65
<b>Porta Brackets</b>	5	9.333,33	46.666,65
<b>Porta tubos</b>	5	9.333,33	46.666,65

<b>Prophy jet powder x 300 gramos menta</b>	5	5.110,00	25.550,00
<b>Protectores para silla dental</b>	15	8.300,00	124.500,00
<b>Puntas intraorales amarillas</b>	35	483,33	16.916,55
<b>Radiografías #1 niños, # 2 adultos caja 100 unid</b>	15	200,00	3.000,00
<b>Resina brillante</b>	15	4.900,00	73.500,00
<b>Resina competence fluida</b>	15	4.144,00	62.160,00
<b>Resina composite wetting</b>	15	13.300,00	199.500,00
<b>Resorte abierto</b>	10	4.500,00	45.000,00
<b>Resorte cerrado 10 piezas</b>	10	5.200,00	52.000,00
<b>Resorte torquador 10 piezas</b>	10	9.000,00	90.000,00
<b>Rollo para esterilizar</b>	5	10.000,00	50.000,00
<b>Theracal LC 4 SYR</b>	5	12.000,00	60.000,00
<b>Toallas desinfectantes</b>	10	5.900,00	59.000,00
<b>Tubos convertibles 6 MBT 022 caja de 25</b>	10	760,00	7.600,00
<b>Tubos dobles 6 caja de 25</b>	10	760,00	7.600,00
<b>Tubos sencillos 6 y 7 caja de 25</b>	10	765,00	7.650,00
<b>Vasos caja de 100</b>	20	1.666,67	33.333,40
<b>Yeso amarillo, Blanco, Rosado extraduro 2 kilos</b>	30	1.390,00	41.700,00
<b>Total</b>	<b>920</b>	<b>484.422,03</b>	<b>5.164.230,65</b>

Fuente: Elaboración propia, 2021.

### 5.4.3. Opciones de financiamiento

Las opciones de financiamiento del proyecto se realizarán por todos los gastos que se mencionaron anteriormente, como lo son todos los gastos pertinentes de los requisitos, de la inversión inicial con la que va a contar la empresa al igual que el capital de trabajo de cada uno de las 70 líneas de los productos dentales para la comercialización a las diferentes clínicas dentales en el distrito primero de Nicoya, por ello se optará por la solicitud de un préstamo bancario para disminuir el capital propio del dueño.

Por este motivo se analizaron las diferentes entidades bancarias, por lo que se seleccionó el aporte de capital por parte del dueño, luego de analizar todas las opciones de financiamiento se

logró elegir la opción más viable, lo cual es una deuda con un plazo de 5 años, por lo que va a representar la debida inscripción de la empresa ante tributación como personería física, luego de realizar dicha inscripción el dueño de la empresa deberá aportar la parte de la inversión sobre todos los gastos de requisitos y el capital inicial para la operación de la empresa.

Durante el proceso de selección de las entidades bancarias se realizó una visita a tres de las instituciones ubicadas en el distrito primero de Nicoya como son: el Banco Nacional de Costa Rica, Banco de Costa Rica y el Banco Popular, sin embargo, se seleccionó como la mejor opción para el financiamiento al Banco de Costa Rica, debido a que, brinda un préstamo por el monto del capital de trabajo por un periodo de 5 años con una tasa de interés del 3,2 % con un tipo de préstamo amortizado por el monto de ₡5.164.230,65 mientras que el aporte del capital inicial por parte del dueño será de ₡1 885 480,00.

*Tabla 31. Detalle del préstamo del capital de trabajo*

<b>Monto del préstamo</b>	<b>5.164.230,65</b>
<b>Efectivo recibido</b>	5.164.230,65
<b>Tasa</b>	3,2%
<b>Plazo (5 años)</b>	5 años
<b>Cuota mensual</b>	93.254
<b>Total anual</b>	1.119.048

Fuente: Banco de Costa Rica, 2021.

*Tabla 32. Plan de pago para el préstamo*

<b>Término</b>	<b>Pago</b>	<b>Interés</b>	<b>Capital</b>	<b>Restante</b>
<b>1</b>	93.254	13.771	79.483	5.084.748
<b>2</b>	93.254	13.559	79.695	5.005.053
<b>3</b>	93.254	13.347	79.907	4.925.146
<b>4</b>	93.254	13.134	80.120	4.845.025
<b>5</b>	93.254	12.920	80.334	4.764.691

<b>6</b>	93.254	12.706	80.548	4.684.143
<b>7</b>	93.254	12.491	80.763	4.603.380
<b>8</b>	93.254	12.276	80.978	4.522.401
<b>9</b>	93.254	12.060	81.194	4.441.207
<b>10</b>	93.254	11.843	81.411	4.359.796
<b>11</b>	93.254	11.626	81.628	4.278.168
<b>12</b>	93.254	11.408	81.846	4.196.322
<b>13</b>	93.254	11.190	82.064	4.114.258
<b>14</b>	93.254	10.971	82.283	4.031.975
<b>15</b>	93.254	10.752	82.502	3.949.473
<b>16</b>	93.254	10.532	82.722	3.866.751
<b>17</b>	93.254	10.311	82.943	3.783.808
<b>18</b>	93.254	10.090	83.164	3.700.644
<b>19</b>	93.254	9.868	83.386	3.617.258
<b>20</b>	93.254	9.646	83.608	3.533.650
<b>21</b>	93.254	9.423	83.831	3.449.819
<b>22</b>	93.254	9.200	84.055	3.365.764
<b>23</b>	93.254	8.975	84.279	3.281.486
<b>24</b>	93.254	8.751	84.504	3.196.982
<b>Resto-Resumen por año</b>				
<b>Año</b>	<b>Pago</b>	<b>Interés</b>	<b>Capital</b>	<b>Restante</b>
<b>3</b>	1.119.048	87.260	1.031.793	2.165.190
<b>4</b>	1.119.048	53.753	1.065.296	1.099.892
<b>5</b>	1.119.048	19.158	1.099.892	

Fuente: Banco de Costa Rica, 2021.

En este préstamo realizado al Banco de Costa Rica es por el monto del capital de trabajo por lo que se pide un monto de ₡5.164.230,65 debido a que este préstamo será por la cantidad de productos dentales necesarios que se necesitan para iniciar la comercialización, por lo que el plazo del préstamo es de 5 años , porque se deberá de comprar todos los materiales.

#### 5.4.4. Costos de producción de la empresa

##### 5.4.4.1. Costo de ventas

Los costos de ventas de la empresa están conformados por todos elementos que tienden a variar en su precio con el tiempo y son todos los materiales dentales para comercializar por lo que se presentan cada uno de los costos de ventas para las 70 líneas de productos dentales a comercializar.

*Tabla 33. Costo de Ventas*

<b>Costo de ventas</b>	
<b>70 líneas de productos dentales</b>	<b>Total</b>
<b>Costo de ventas</b>	5.164.230,65

Fuente: Elaboración propia, 2021.

##### 5.4.4.2. Gastos generales y administrativos

Todos los gastos que tiene una empresa están conformados por los gastos generales y administrativos, en este caso se justifica porque al ser una empresa dedicada a la comercialización de productos dentales más no a la producción y estos gastos son los que la empresa deberá pagar cada mes, estos gastos pueden tener algunas variaciones pero, la mayoría del tiempo se mantienen igual o de manera similar, sin tener mayor importancia la venta de productos dentales.

Por esta razón se presentan los gastos generales y administrativos con los que contará la empresa.

*Tabla 34. Gastos generales y administrativos mensuales*

<b>Gastos Generales y Administrativos</b>	
<b>Gastos Administrativos</b>	<b>Total</b>
<b>Agua</b>	10 000,00
<b>Alquiler</b>	180 000,00
<b>Cargas sociales</b>	294 993,72
<b>Electricidad</b>	35 000,00
<b>Internet</b>	9 000,00
<b>Municipalidad patente trimestral</b>	40 500,00

<b>Póliza del INS</b>	166 615,88
<b>Publicidad (página web)</b>	200 000,00
<b>Salarios</b>	1 113 183,86
<b>Teléfono</b>	12 000,00
<b>Total de gastos generales y administrativos mensuales</b>	<b>2 061 293,46</b>

Fuente: Elaboración propia, 2021.

Los gastos generales y administrativos en la tabla N° 31, son estimaciones sobre las 70 líneas de productos dentales durante el periodo 2021, como se logra observar los gastos generales y administrativos tendrán una tendencia a variar como lo serán los precios de los productos dentales por comercializar.

#### 5.4.5. Costo de capital

El costo de capital es lo que todo inversionista espera obtener sobre la ganancia para la puesta en marcha de un proyecto, por ello, el banco fija una tasa de interés de 3,2 % lo que va a representar el costo de capital del préstamo solicitado al Banco de Costa Rica.

Cabe recalcar, que la TMAR como es conocido el costo de capital debe tener presente dos de los factores los cuales son: el índice de la inflación, el cual se debe compensar por medio de todas las ganancias, como lo será el premio o la sobretasa que el inversionista espera obtener, cada factor debe ser representado de manera numérica.

*Tabla 35. Detalle Costo de Capital*

<b>Fuente</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Monto</b>
<b>Inversionista</b>	27 %	1.885.480,00
<b>Banco</b>	73 %	5.164.230,65
<b>Total Inversión</b>	<b>100 %</b>	<b>7.049.710,65</b>

Fuente: Elaboración propia, 2021.

La tabla anterior, muestra que el inversionista (dueño) aportará el 27 % de la inversión inicial de ₡1 885 480,00 para la puesta en marcha del proyecto, debido que el banco aporta el 73 % del

préstamo, pero este préstamo aplica solo para el capital de trabajo por el monto de ₡5.164.230,65 porque el banco de Costa Rica no brinda préstamo para ambas inversiones, por ello se optó por solicitar solo para el capital de trabajo pero, se deberá de tener siempre presente los aspectos de la inflación que entra en el costo del capital del proyecto.

Es importante conocer que la inflación es la principal variable en la afectación de los precios de cada producto en el tiempo, por lo que, este es medido por el Índice de Precios para el Consumidor (IPC), por ello se debe tener presente que según las proyecciones dadas por el Banco Central de Costa Rica, en el conocido programa macroeconómico para el 2021-2022, se cuenta con obtener un porcentaje de la inflación interanual de 3 % y para el año 2022, por efectos asociados a la pandemia COVID-19 pueda aumentar o disminuir en un 1,0 % o un 1,3 % lo que lleva que se tome en consideración durante los periodos que abarcan el 2021 al 2025, el 3 % de inflación, esperando contar con que este 3 % de la inflación para los siguientes 5 años.

De acuerdo con el Banco Central de Costa Rica (2021) indica que, la inflación; durante 2020, la inflación general y el promedio de los indicadores de inflación subyacente estuvieron por debajo del rango de tolerancia para la meta de inflación (2 % a 4 %). Las presiones desinflacionarias se agudizaron a partir de abril por factores asociados a la pandemia del COVID-19. (p. 43).

Luego de la información brindada anteriormente, se logra ver que el premio esperado por parte del inversionista (dueño) será del 15 % basado en que el porcentaje representa el riesgo que deberá tomar el inversionista, para que de esa manera pueda obtener los resultados que desea, por otro lado el premio que se le asigna al Banco será la tasa de intereses que cobra por el monto del préstamo otorgado la cual es de 3,2 %.

Según Baca (2013) menciona que “Se considera que un premio al riesgo, considerado ahora como la tasa de crecimiento real del dinero invertido, habiendo compensado los efectos inflacionarios, debe ser entre 10 y 15 % (p. 184)”.

Baca (2013), Para calcular la TMAR se menciona a continuación. (p. 184)

TMAR =  $i + f + if$  ;  $i$  = premio al riesgo;  $f$  = inflación

La TMAR de ambas partes involucradas se representa de la siguiente manera;

- **Inversionista**

TMAR= 3% inflación + 15% premio al riesgo +  $0,03*0,15= 18\%$

- **Banco**

TMAR= 3,2%

Luego de realizado el cálculo de la TMAR se prosigue con la ponderación de todos los datos, con el propósito de calcular la TMAR del total del capital necesario para la inversión por eso, en la siguiente tabla N° 34 se mostrarán todos los datos contemplados dentro del estudio.

*Tabla 36. TMAR capital total*

<b>Fuente</b>	<b>% aportación</b>	<b>TMAR</b>	<b>Ponderación</b>
<b>Inversionista</b>	27 %	18 %	5 %
<b>Banco</b>	73 %	3,2 %	2,3 %
<b>TMAR global (sumatoria)</b>			<b>7 %</b>

Fuente: Elaboración propia, 2021.

El costo del capital total (TMAR) es de 7 % lo que representa el rendimiento mínimo con la que deberá de contar la empresa comercial para que el inversionista (dueño) gane el 7 % de intereses sobre la inversión de ¢1 885 480,00 y, para que le pague el 3,2 % al banco. Si no se cuenta con la tasa (TMAR), la empresa comercial no podrá arrancar ni operar y si no lo hace de

igual manera no podrá hacer los pagos correspondientes al Banco y por ende, no podrá tener un rendimiento esperado por el inversionista (dueño).

#### **5.4.6. Flujos de caja proyectados**

Luego de tener claramente identificados los costos y los gastos con lo que contará la empresa en un periodo determinado, se procederá con la elaboración de los flujos de caja para un periodo de 5 años, lo que va a permitir prestar atención a todos los comportamientos de los ingresos y egresos que la empresa comercial espera tener en ese periodo.

De igual manera, hacer uso de todas las herramientas financieras para evaluar los diferentes aspectos como lo son; el tiempo de la recuperación de la inversión, el valor actual neto (VAN), la tasa interna de retorno (TIR), la tasa media de recuperación (TMR), cada uno con el objetivo de contar con un panorama más visible de cómo se deberá de llevar a cabo el proyecto para que genere todos los resultados deseados.

Seguidamente, se mostrará un flujo de caja proforma para el año 2021, de manera mensual, el cual se muestra en la siguiente tabla y de igual manera se mostrará un flujo de caja proforma anual.

Tabla 37. Flujo de caja proforma enero-junio 2021 (en colones costarricenses)

<b>EMPRESA DE SUMINISTROS DENTALES BARU</b>						
<b>FLUJO DE CAJA PROFORMA</b>						
<b>EN MESES DEL 01 DE ENERO AL 31 DE JUNIO 2022</b>						
<b>EN COLONES COSTARRICENSES</b>						
<b>MESES</b>	<b>ENERO</b>	<b>FEBRERO</b>	<b>MARZO</b>	<b>ABRIL</b>	<b>MAYO</b>	<b>JUNIO</b>
<b>Ingresos</b>	7 746 345,98	7 746 345,98	7 746 345,98	7 746 345,98	7 746 345,98	7 746 345,98
<b>Total ingresos</b>	<b>7 746 345,98</b>					
<b>Egresos</b>						
<b>Gastos generales y administrativos</b>	2 061 293,46	2 061 293,46	2 061 293,46	2 061 293,46	2 061 293,46	2 061 293,46
<b>Depreciaciones</b>	18 349	18 349	18 349	18 349	18 349	18 349
<b>Gasto de ventas</b>	5 164 230,65	5 164 230,65	5 164 230,65	5 164 230,65	5 164 230,65	5 164 230,65
<b>Gastos financieros</b>	13 771,00	13 559,00	13 347,00	13 134,00	12 920,00	12 706,00
<b>Total egresos</b>	<b>7 257 643,83</b>	<b>7 257 431,83</b>	<b>7 257 219,83</b>	<b>7 257 006,83</b>	<b>7 256 792,83</b>	<b>7 256 578,83</b>
<b>Flujo de caja neto antes del ISR</b>	<b>488 702,15</b>	<b>488 914,15</b>	<b>489 126,15</b>	<b>489 339,15</b>	<b>489 553,15</b>	<b>489 767,15</b>
<b>Impuesto sobre la renta</b>	146 610,64	146 610,64	146 610,64	146 610,64	146 610,64	146 610,64
<b>Flujo de caja despues del impuesto</b>	342 091,50	342 303,50	342 515,50	342 728,50	342 942,50	343 156,50
<b>Depreciaciones</b>	18 349	18 349	18 349	18 349	18 349	18 349
<b>Amortización de la deuda</b>	79 483	79 695	79 907	80 120	80 334	80 548
<b>Flujo de caja neto</b>	<b>280 957,22</b>					
<b>Flujo de caja acumulado</b>	<b>280 957,22</b>	<b>561 914,44</b>	<b>842 871,67</b>	<b>1 123 828,89</b>	<b>1 404 786,11</b>	<b>1 685 743,33</b>

Fuente: Elaboración propia, 2021.

Tabla 38. Flujo de caja proforma julio-diciembre 2021

<b>EMPRESA DE SUMINISTROS DENTALES BARU</b>							
<b>FLUJO DE CAJA PROFORMA</b>							
<b>EN MESES DEL 01 DE JULIO AL 31 DE DICIEMBRE 2022</b>							
<b>EN COLONES COSTARRICENSES</b>							
<b>MESES</b>	<b>JULIO</b>	<b>AGOSTO</b>	<b>SEPTIEMBRE</b>	<b>OCTUBRE</b>	<b>NOVIEMBRE</b>	<b>DICIEMBRE</b>	<b>Total</b>
<b>Ingresos</b>	7 746 345,98	7 746 345,98	7 746 345,98	7 746 345,98	7 746 345,98	7 746 345,98	<b>92 956 151,76</b>
<b>Total ingresos</b>	<b>7 746 345,98</b>	<b>92 956 151,76</b>					
<b>Egresos</b>							
<b>Gastos generales y administrativos</b>	2 061 293,46	2 061 293,46	2 061 293,46	2 061 293,46	2 061 293,46	2 061 293,46	<b>24 735 521,55</b>
<b>Depreciaciones</b>	18 349	18 349	18 349	18 349	18 349	18 349	220 185
<b>Gasto de ventas</b>	5 164 230,65	5 164 230,65	5 164 230,65	5 164 230,65	5 164 230,65	5 164 230,65	61 970 768
<b>Gastos financieros</b>	12 491,00	12 276,00	12 060,00	11 843,00	11 626,00	11 408,00	136 896
<b>Total egresos</b>	<b>7 256 363,83</b>	<b>7 256 148,83</b>	<b>7 255 932,83</b>	<b>7 255 715,83</b>	<b>7 255 498,83</b>	<b>7 255 280,83</b>	<b>87 063 370</b>
<b>Flujo de caja neto antes del ISR</b>	<b>489 982,15</b>	<b>490 197,15</b>	<b>490 413,15</b>	<b>490 630,15</b>	<b>490 847,15</b>	<b>491 065,15</b>	<b>5 892 782</b>
<b>Impuesto sobre la renta</b>	146 610,64	146 610,64	146 610,64	146 610,64	146 610,64	146 610,64	1 759 328
<b>Flujo de caja despues del impuesto</b>	343 371,50	343 586,50	343 802,50	344 019,50	344 236,50	344 454,50	4 133 454
<b>Drepreciaciones</b>	18 349	18 349	18 349	18 349	18 349	18 349	220 185
<b>Amortización de la deuda</b>	80 763	80 978	81 194	81 411	81 628	81 846	982 152
<b>Flujo de caja neto</b>	<b>280 957,22</b>	<b>3 371 487</b>					
<b>Flujo de caja acumulado</b>	<b>1 966 700,56</b>	<b>2 247 657,78</b>	<b>2 528 615,00</b>	<b>2 809 572,22</b>	<b>3 090 529,45</b>	<b>3 371 486,67</b>	<b>40 457 840</b>

Fuente: Elaboración propia, 2021.

Tabla 39. Flujo de caja proforma periodo 2021-2025

<b>EMPRESA DE SUMINISTROS DENTALES BARU</b>						
<b>FLUJO DE CAJA PROFORMA</b>						
<b>POR LOS PERIODOS TERMINADOS AL 31 DE DICIEMBRE</b>						
<b>EN COLONES COSTARRICENSES</b>						
<b>AÑOS</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>
<b>Ingresos</b>		<b>92 956 151,76</b>	<b>102 251 766,94</b>	<b>112 476 943,63</b>	<b>123 724 637,99</b>	<b>136 097 101,79</b>
<b>Capital propio</b>	1 885 480,00					
<b>Préstamo</b>	5 164 230,65					
<b>Total ingresos</b>	<b>7 049 710,65</b>	<b>92 956 151,76</b>	<b>102 251 766,94</b>	<b>112 476 943,63</b>	<b>123 724 637,99</b>	<b>136 097 101,79</b>
<b>Egresos</b>						
<b>Gastos generales y administrativos</b>		24 735 521,55	27 209 073,71	29 929 981,08	32 922 979,19	36 215 277,11
<b>Depreciaciones</b>		220 185	220 185	220 185	220 185	220 185
<b>Gasto de ventas</b>		61 970 767,80	68 167 844,58	74 984 629,04	82 483 091,94	90 731 401,14
<b>Gastos financieros</b>		151 141,00	119 709,00	87 260,00	53 753,00	19 158,00
<b>Total egresos</b>		<b>87 077 614,97</b>	<b>95 716 811,91</b>	<b>105 222 054,73</b>	<b>115 680 008,75</b>	<b>127 186 020,86</b>
<b>Flujo de caja neto antes del ISR</b>		<b>5 878 536,79</b>	<b>6 534 955,03</b>	<b>7 254 888,89</b>	<b>8 044 629,25</b>	<b>8 911 080,93</b>
<b>Impuesto sobre la renta</b>		1 763 561,04	1 960 486,51	2 176 466,67	2 413 388,77	2 673 324,28
<b>Flujo de caja despues del impuesto</b>		4 114 975,75	4 574 468,52	5 078 422,23	5 631 240,47	6 237 756,65
<b>Drepreciaciones</b>		220 185	220 185	220 185	220 185	220 185
<b>Amortización de la deuda</b>		967 907	999 341	1 031 793	1 065 296	1 099 892
<b>Flujo de caja neto</b>	<b>-7 049 710,65</b>	<b>3 367 253,37</b>	<b>3 795 312,14</b>	<b>4 266 813,84</b>	<b>4 786 129,09</b>	<b>5 358 049,27</b>
<b>Flujo de caja acumulado</b>		<b>3 367 253,37</b>	<b>7 162 565,50</b>	<b>11 429 379,35</b>	<b>16 215 508,43</b>	<b>21 573 557,70</b>

Fuente: Elaboración propia, 2021.

El flujo de caja proyectado va a permitir conocer de qué manera se va a mover el dinero de la empresa, en este punto para la empresa comercial suministros dentales BARU, cuenta con los ingresos que le permitirá desarrollar todas las actividades comerciales durante el periodo de cinco años, donde los egresos nunca superan los ingresos, por ello luego de analizar el flujo de caja proyecto para los periodos 2022-2026, se continúa con el cálculo del valor actual neto y la tasa interna de retorno del proyecto.

#### 5.4.6.1. Técnicas de valuación VAN y TIR

El valor actual neto o VAN es una de las técnicas utilizadas de valuación de todo proyecto, que en el mismo da como resultado ¢21 045 747,13 lo que significa que el proyecto en proceso debe ser llevado a cabo, por la razón de que este cumple con la regla principal que rige el VAN, donde se conoce que un  $VAN > 0$  (mayor a cero) hace que el proyecto genere beneficios económicos, por encima de la tasa exigida, la cual es de 7 % (TMAR).

Por ello, se presenta cada procedimiento utilizado para calcular el valor actual neto (VAN).

Tabla 40. Cálculo del VAN

Periodo	Flujo de caja neto	Descuento	Flujo de caja neto descontado
0	-¢7 049 710,65		-¢7 049 710,65
1	¢3 364 958,48	0,8696	¢2 926 050,86
2	¢3 793 017,25	0,7561	¢2 868 065,98
3	¢4 264 518,96	0,6575	¢2 803 990,44
4	¢4 783 834,20	0,5718	¢2 735 172,73
5	¢5 355 754,38	0,0019	¢9 940,72
	VAN ( $\Sigma$ )		¢21 045 747,13

Fuente: Elaboración propia, 2021.

De igual manera, la tasa interna de retorno (TIR) es otra de las técnicas utilizadas de valuación de los proyectos, por lo cual la tasa del proyecto fue de 48 %, lo que indica que el proyecto se acepta, debido a que la tasa interna de retorno deberá ser mayor al costo del capital, que en el proyecto es de 7 %, por lo que se sabe que a mayor TIR es mayor la rentabilidad debido a esto, se logra ver que el proyecto de acuerdo con la tasa es restable.

#### **5.4.7. Estados financieros proforma**

Los estados financieros proforma (estado de resultados proforma) son una visualización de cómo se desea que la empresa funcione durante el tiempo, por ello, se presentarán los estados financieros proforma anuales, para ver las proyecciones que se tendrá para los periodos del 2021-2025.

Tabla 41. Estado de resultado proforma de enero a junio 2021

<b>EMPRESA DE SUMINISTROS DENTALES BARU</b>						
<b>ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA</b>						
<b>EN MESES DEL 01 DE ENERO AL 31 DE JUNIO 2021</b>						
<b>EN COLONES COSTARRICENSES</b>						
<b>MESES</b>	<b>ENERO</b>	<b>FEBRERO</b>	<b>MARZO</b>	<b>ABRIL</b>	<b>MAYO</b>	<b>JUNIO</b>
<b>Ingresos</b>	<b>7 746 345,98</b>					
<b>Gastos de operación</b>						
<b>Gastos generales y administrativos</b>	2 061 293,46	2 061 293,46	2 061 293,46	2 061 293,46	2 061 293,46	2 061 293,46
<b>Gastos de ventas</b>	5 164 230,65	5 164 230,65	5 164 230,65	5 164 230,65	5 164 230,65	5 164 230,65
<b>Gastos financieros</b>	13 771,00	13 559,00	13 347,00	13 134,00	12 920,00	12 706,00
<b>Depreciaciones</b>	18 349	18 349	18 349	18 349	18 349	18 349
<b>Total de gastos de operación</b>	<b>7 257 643,83</b>	<b>7 257 431,83</b>	<b>7 257 219,83</b>	<b>7 257 006,83</b>	<b>7 256 792,83</b>	<b>7 256 578,83</b>
<b>UIA</b>	<b>488 702,15</b>	<b>488 914,15</b>	<b>489 126,15</b>	<b>489 339,15</b>	<b>489 553,15</b>	<b>489 767,15</b>
<b>Impuesto sobre la renta</b>	<b>146 610,64</b>	<b>146 674,24</b>	<b>146 737,84</b>	<b>146 801,74</b>	<b>146 865,94</b>	<b>146 930,14</b>
<b>Utilidad neta</b>	<b>342 091,50</b>	<b>342 239,90</b>	<b>342 388,30</b>	<b>342 537,40</b>	<b>342 687,20</b>	<b>342 837,00</b>

Fuente: Elaboración propia, 2021.

Tabla 42. Estado de resultado proforma de julio a diciembre 2021

<b>EMPRESA DE SUMINISTROS DENTALES BARU</b>							
<b>ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA</b>							
<b>EN MESES DEL 01 DE JULIO AL 31 DE DICIEMBRE 2021</b>							
<b>EN COLONES COSTARRICENSES</b>							
<b>MESES</b>	<b>JULIO</b>	<b>AGOSTO</b>	<b>SEPTIEMBRE</b>	<b>OCTUBRE</b>	<b>NOVIEMBRE</b>	<b>DICIEMBRE</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Ingresos</b>	<b>7 746 345,98</b>	<b>92 956 151,76</b>					
<b>Gastos de operación</b>							
<b>Gastos generales y administrativos</b>	2 061 293,46	2 061 293,46	2 061 293,46	2 061 293,46	2 061 293,46	2 061 293,46	24 735 521,55
<b>Gastos de ventas</b>	5 164 230,65	5 164 230,65	5 164 230,65	5 164 230,65	5 164 230,65	5 164 230,65	61 970 767,80
<b>Gastos financieros</b>	12 491,00	12 276,00	12 060,00	11 843,00	11 626,00	11 408,00	136 896,00
<b>Depreciaciones</b>	18 349	18 349	18 349	18 349	18 349	18 349	220 184,62
<b>Total de gastos de operación</b>	<b>7 256 363,83</b>	<b>7 256 148,83</b>	<b>7 255 932,83</b>	<b>7 255 715,83</b>	<b>7 255 498,83</b>	<b>7 255 280,83</b>	<b>87 063 369,97</b>
<b>UIA</b>	<b>489 982,15</b>	<b>490 197,15</b>	<b>490 413,15</b>	<b>490 630,15</b>	<b>490 847,15</b>	<b>491 065,15</b>	<b>5 892 781,79</b>
<b>Impuesto sobre la renta</b>	<b>146 994,64</b>	<b>147 059,14</b>	<b>147 123,94</b>	<b>147 189,04</b>	<b>147 254,14</b>	<b>147 319,54</b>	<b>1 767 834,54</b>
<b>Utilidad neta</b>	<b>342 987,50</b>	<b>343 138,00</b>	<b>343 289,20</b>	<b>343 441,10</b>	<b>343 593,00</b>	<b>343 745,60</b>	<b>4 124 947,25</b>

Fuente: Elaboración propia, 2021.

Tabla 43. Estado de resultados proforma anual

<b>EMPRESA DE SUMINISTROS DENTALES BARU</b>					
<b>ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA</b>					
<b>POR LOS PERIODOS TERMINADOS AL 31 DE DICIEMBRE</b>					
<b>EN COLONES COSTARRICENSES</b>					
<b>AÑOS</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>
<b>Ingresos</b>	<b>92 956 151,76</b>	<b>102 251 766,94</b>	<b>112 476 943,63</b>	<b>123 724 637,99</b>	<b>136 097 101,79</b>
<b>Gastos de operación</b>					
<b>Gastos generales y administrativos</b>	24 735 521,55	27 209 073,71	29 929 981,08	32 922 979,19	36 215 277,11
<b>Gastos de ventas</b>	61 970 767,80	68 167 844,58	74 984 629,04	82 483 091,94	90 731 401,14
<b>Gastos financieros</b>	151 141,00	119 709,00	87 260,00	53 753,00	19 158,00
<b>Depreciaciones</b>	220 185	220 185	220 185	220 185	220 185
<b>Total de gastos de operación</b>	<b>87 077 614,97</b>	<b>95 716 811,91</b>	<b>105 222 054,73</b>	<b>115 680 008,75</b>	<b>127 186 020,86</b>
<b>UIA</b>	<b>5 878 536,79</b>	<b>6 534 955,03</b>	<b>7 254 888,89</b>	<b>8 044 629,25</b>	<b>8 911 080,93</b>
<b>Impuesto sobre la renta</b>	<b>1 763 561,04</b>	<b>1 960 486,51</b>	<b>2 176 466,67</b>	<b>2 413 388,77</b>	<b>2 673 324,28</b>
<b>Utilidad neta</b>	<b>4 114 975,75</b>	<b>4 574 468,52</b>	<b>5 078 422,23</b>	<b>5 631 240,47</b>	<b>6 237 756,65</b>

Fuente: Elaboración propia, 2021.

#### **5.4.8. Periodo de recuperación**

El periodo de recuperación es el que se utiliza para conocer cuál será el tiempo en el cual el proyecto va a recuperar la inversión inicial que realizó al inicio para su puesta en marcha, por ello, a continuación, el periodo de recuperación, de acuerdo con el procedimiento utilizado.

$$PR = \text{C}\$7\,049\,710,65 / \text{C}\$3.364.958,48 = 2,09504$$

De acuerdo con la información brindada, el periodo de recuperación del proyecto será de dos años y nueve días, esto cuando la empresa comercial vaya a recuperar la inversión inicial que se obtuvo por medio de capital propio y de igual manera será el promedio de recuperación del capital de trabajo que fue por medio de un préstamo bancario con una tasa de interés de 3,2 % por lo que el tiempo de recuperar de la inversión es factible para así poder ir aumentando el valor de la empresa en el mercado.

#### **5.4.9. Tasa media de recuperación**

La tasa media de recuperación es la que se utiliza para realizar comparaciones con lo relacionado al costo de capital, con el fin de dar a conocer el rendimiento del proyecto de manera porcentual, para dar a conocer si el proyecto se puede poner en marcha, o por el contrario dejar de invertir en este, por eso, a continuación se presenta la TMR del proyecto.

$$TMR = 13 \%$$

Se logró ver, que la tasa media de recuperación fue de 13 % por lo que se obtiene una afirmación positiva de llevar a cabo el proyecto, debido a que la TMR es mayor al costo de capital el cual es 7 %. Se concluye que el proyecto tiene un alto rendimiento para llevarlo a cabo, ya que el resultado sobrepasa por mucho la TMR que es uno de los principales requisitos para aceptar el proyecto en ejecución.

#### **5.4.10. Análisis de sensibilidad**

El análisis de sensibilidad se llevará a cabo por el motivo de que, representa una manera de plantearse diferentes escenarios que pueden llegar a presentarse a lo largo del camino o en el caso de que el proyecto vaya a generar o no todos los resultados que se esperan obtener, por eso este tipo de estudio se realiza para identificar los factores de mayor importancia dentro del proyecto, ya que pueden haber modificaciones en todos los panoramas esperados por eso, se debe contemplar tres escenarios los cuales son; el escenario realista, optimista y el pesimista; por lo que se presentarán cada uno de estos escenarios con los respectivos factores de cambio.

##### **5.4.10.1. Escenario pesimista**

###### **✓ Aumento y disminución en el precio de los materiales dentales**

Uno de los principales puntos por considera es el precio de los productos dentales, ya que son importantes para la empresa y la comercialización debido a que si el precio de los materiales aumenta no afectaría la actividad comercial y ni a cada una de las proyecciones que se realizaron en el flujo de caja y en el estado de resultados. Esto debido a que cada proyección se realizó para que los precios de compra sean al precio de costo de los proveedores con un determinado rango de ¢ 200 a ¢ 54 000 como máxima. De igual manera, una disminución de los precios afecta de manera directa la empresa ya que si estos bajan, cada ingreso de la empresa bajaría también y de esa manera la empresa no podría hacerle frente a todos los gastos y costos.

###### **✓ Aumento del costo de venta**

Los costos de ventas pueden llegar a aumentar, ya que la empresa cuenta con los productos dentales necesarios para la comercialización, por ello, al subir los precios de venta esto generaría que la empresa deba dar más efectivo para la compra de todos los productos y con eso se disminuirían las ganancias pero, si los precios aumentan considerablemente, provocaría que el

proceso de comercialización sea más elevado y costoso que las utilidades y la comercialización de los productos dentales.

✓ **Aumento de la tasa de interés**

El préstamo realizado al Banco de Costa Rica le permitirá a la empresa solventar cada una de las obligaciones e inversiones que se deban realizar durante la elaboración del proyecto pero, se deberá tener presente que al adquirir una deuda a largo plazo se podría llegar a dar el caso de que la tasa que actualmente es de 3,2 % para el préstamo del capital de trabajo suba a un 5 o 10 % con el pasar de los años, lo que provocaría una modificación en cada uno de los pasos antes realizados en el flujo de caja y estado de resultados y verificar si generará los mismos resultados, ya que en casos de un aumento de la crisis que se vive hoy en día con el COVID-19, el banco no brindaría un periodo de gracia del efectivo prestado para el capital de trabajo, el cual consta de 5 años plazo.

✓ **Disminución de los ingresos**

Los ingresos de la empresa podrían disminuir en caso de que lo mencionado anteriormente lleguen a darse, un aumento o una disminución en los precios de los productos dentales, aumento de cada insumo, de la tasa de interés. Si cada una de estas situaciones se presentan pasaría que la empresa llegue a no ser solvente en el proceso de comercialización para que esta logre ser rentable en las ventas y la inversión se logre recuperar en el tiempo estipulado.

Otro de los aspectos que afectarían de manera interna a la empresa con los ingresos es que los especialistas del distrito primero de Nicoya no compren y solo compren en las empresas ubicadas en la GAM donde los costos y precios sean más accesibles por medio de crédito por ser clientes de años lo que, provocaría que la empresa opte por vender a crédito a clientes nuevos lo que

provocaría, una disminución de los ingresos por lo que, los ingresos no alcanzarían para hacerle frente a los gastos y al pago del préstamo bancario.

#### **5.4.10.2. Escenario realista**

Este escenario viene dado por el estudio legal, técnico, de mercado y el estudio financiero del proyecto, lo cual permite expresar la realidad de este de acuerdo con el tiempo en el cual se deberá llevar a cabo por ello, se presenta cada una de las variables del escenario realista.

Por medio del estudio legal, se logró conocer que el proyecto no cuenta con ningún impedimento legal y ambiental para la puesta en marcha. Por lo tanto, se puede realizar toda solicitud pertinente para la comercialización de los productos dentales.

En cuanto al estudio técnico permite desarrollar la actividad comercial debido a que cuenta con las condiciones óptimas de un local céntrico, por lo tanto, cuenta con todos los factores pertinentes para la empresa y comercializar los productos dentales de manera eficiente y se cuenta con todos los accesos necesarios como lo son; transporte, agua, electricidad necesarios para la empresa.

El estudio de mercado permitió conocer que cada uno de los especialistas dentales del distrito primero de Nicoya cuentan con productos e instrumentos necesarios para la labor diaria, por lo que la empresa es idónea para la comercialización en la zona, por ello, se logra ver que los productos propuestos son ideales para cada especialista. Por otro lado, se visualiza que en cuanto al mercado se le ofrece a cada especialista la oferta como la demanda de los productos dentales que se pretende comercializar y es óptimo en todas las condiciones para integrarse al mercado meta seleccionado.

Se puede decir que el proyecto es rentable debido a que contará con una VAN de  $\text{C}\$21\,045\,747,13$  el cual es un resultado mayor a cero, la TIR da un resultado de 48 %, la cual supera al costo

de capital, de igual manera la TMR da un resultado de 13 %, lo que indica que el proyecto tendrá un buen rendimiento.

#### **5.4.10.3. Escenario Optimista**

##### **✓ Disminución de gasto de ventas**

Una disminución de los gastos de las ventas le va a permitir a la empresa manejar menores cantidades de efectivo para la compra de materiales dentales necesarios para la comercialización, por lo que el escenario sería optimista, para que la empresa logre adquirir mayor cantidad de productos dentales a precios más cómodos y de esa manera, estar preparados para cuando ocurra una alza en los precios. Además, la empresa podría destinar efectivo para un ahorro a plazo para luego realizar un pago extraordinario al préstamo si fuese necesario.

##### **✓ Disminucion de la tasa de interés**

La tasa de interés del préstamo bancario puede llegar a disminuir lo que provocaría una cuota menos elevada de los pagos mensuales por pagar al banco y así ahorrar efectivo para el pago del préstamo, lo que se supondría que si la tasa baja de 3,2 % a 2,5 %; con eso se lograría disminuir la cuota mensual actual y se podría ahorrar ₡ 1603 mensual.

##### **✓ Aumento de los ingresos**

Un aumento en los ingresos de la empresa se daría al aumento de las ventas que sobrepase los ₡ 200 actuales de una de las líneas de los productos por comercializar, por ello se esperaría que la venta de los productos aumente y los precios suban de los ₡ 200 y los ₡ 54 000 y eso provocaría una ganancia a la empresa.

## **Conclusiones y recomendaciones**

Durante el desarrollo del estudio de viabilidad y factibilidad para crear una empresa dedicada a la comercialización de productos dentales en el distrito primero de Nicoya, Guanacaste, Costa Rica, durante el periodo 2021-2022, permitió ver los aspectos más importantes para toda empresa constituida dentro del territorio nacional, los cuales se mostrarán a continuación por medio de las conclusiones y recomendaciones de los cuatro estudios pertinentes del proyecto.

### **Estudio Legal**

Luego de realizar el proyecto de investigación y de haber visitado cada una de las instituciones pertinentes para el desarrollo de la empresa, se lograron obtener todos los requisitos necesarios de los permisos para darle marcha al proyecto, por lo que al ser recolectados y analizadas se logró ver que no existen impedimentos legales en el país para el desarrollo de la actividad comercial.

### **Conclusiones**

Como conclusión se llevó a cabo una investigación para determinar los permisos legales para el funcionamiento de la empresa prestadora de los servicios dentales con la finalidad de iniciar con la comercialización de la empresa en el distrito primero de Nicoya, debido a que no existen impedimentos legales para el funcionamiento de la empresa, esto porque la empresa cumple con todos los requisitos necesarios de las diferentes entidades públicas visitadas como lo son, la Municipalidad, el Ministerio de Salud, el Colegio de Dentistas Cirujanos de Costa Rica, la Caja Costarricense y el Instituto Nacional de Seguros.

## **Recomendaciones**

Una vez identificado todos los permisos legales se recomienda, en la parte legal, que para la creación de una empresa se deberá cumplir con cada uno de los requerimientos solicitados por cada institución dentro del país, para la creación y funcionamiento de la empresa de servicios comerciales. Lo anterior con el propósito de no encontrarse con contratiempos durante el desarrollo. Cada uno de estos permisos son fundamentales para que se pueda trabajar legalmente y poner en marcha el funcionamiento del mismo.

Cabe destacar, que la empresa de suministros dentales BARU actualmente no se encuentra inscrita legalmente debido a que se está en el desarrollo de la misma, por ello, es importante su inscripción ante todas estas instituciones para el funcionamiento. Como primer punto se deberá solicitar la patente comercial en la Municipalidad de Nicoya, la cual tiene un costo de ₡ 40,500 por trimestre y como segundo punto, se procederá con los permisos de funcionamiento por parte del Ministerio de Salud.

## **Estudio técnico**

Dentro de este punto se analizaron cada uno de requisitos técnicos con los que contará el proyecto como lo es el recurso humano, ubicación, tamaño del proyecto entre otros aspectos para la puesta en marcha del proyecto.

## **Conclusiones**

Como primer punto se concluye que el proyecto cuenta con la capacidad necesaria para la puesta en marcha, posee una ubicación estratégica que le brinda el acceso a todos los servicios públicos y a cada uno de los especialistas dentales de la zona, al igual que posibles clientes potenciales de la región de la pampa Guanacasteca.

Se concluye que gracias al estudio técnico la empresa cuenta con oportunidades y fortalezas para desenvolverse en el mercado comercial, la localidad es céntrica. También se logra determinar las debilidades de la empresa en el mercado, esto porque al ser una empresa nueva en el distrito tendrá que dar a conocerse a los clientes potenciales así mismo, se analizaron las amenazas que se podrían enfrentar tal es el caso de posibles competidores potenciales en el distrito.

Otra de las conclusiones es que el proyecto contará con una inversión inicial, la cual está compuesta por todo el equipo y maquinaria óptima y necesaria para la apertura de la empresa, de igual forma deberá contar con el capital de trabajo, el cual está compuesto por las 70 líneas de productos dentales por comercializar.

Por lo cual se puede destacar que la empresa de suministros dentales BARU vendrá a dar soporte a las clínicas ya establecidas en la zona que no cuenta con los productos que se van a comercializar.

### **Recomendaciones**

Se recomienda al inversionista que el proyecto sea realizado en el distrito primero de Nicoya como se tiene planeado, por el motivo de que el tamaño y la ubicación es la idónea para la empresa por la afluencia de personas en el distrito.

Otra recomendación es que la empresa aproveche cada una de las fortalezas que posee, ya que al tener un local céntrico para la comercialización de los productos es un beneficio para los posibles clientes potenciales de la zona y lugares aledaños. Por otro lado se recomienda que se dé a conocer en el mercado meta elegido por medio de productos de calidad y precios competitivos al igual que por promociones de apertura.

Se le recomienda al inversionista utilizar productos de calidad, marcas y proveedores reconocidos por el público meta seleccionado.

Es fundamental que para que el proyecto logre sus objetivos se cuente con el personal altamente calificado, lo que se recomienda realizar la selección de personal de manera precisa; de esta manera contar con el recurso humano idóneo y capacitado.

### **Estudio de Mercado**

Con la realización del estudio de mercado se logró determinar que este es apto para el desarrollo del proyecto, ya que se identificó la necesidad de implementación de una empresa comercializadora de productos dentales en la zona de Nicoya, lo que a su vez permite ofrecer productos de calidad que tenga la capacidad de satisfacer las necesidades y expectativas del mercado meta al que se dirige.

### **Conclusiones**

Se concluye en el estudio de mercado que existe la oferta y la demanda necesaria en el mercado meta para la comercialización de productos dentales. Se logró identificar que el 100 % del mercado seleccionado demanda de estos, la oferta en el distrito es considerable gracias a la cantidad de clínicas posicionadas en el distrito.

Otra de las conclusiones es que los productos por comercializar están aprobados en el país ya que cuentan con las características necesarias para el proceso de comercialización, cabe destacar que el precio de los productos seleccionados son similares a los de la competencia directa de las empresas ubicadas en la GAM, lo cual va a permitir vender y comercializar sin impedimentos a futuro.

Por otro lado, otra de las conclusiones dentro del proyecto es que la plaza le va a permitir a la empresa comercializar los productos de manera satisfactoria, otra conclusión es que la promoción de la empresa es importante para darse a conocer a los posibles clientes potenciales del distrito.

Por último se logra concluir que gracias al estudio de mercado realizado a los 18 especialistas dentales del distrito, la empresa no cuenta con una competencia directa de empresas dedicadas a la comercialización, debido a que estas se encuentran ubicadas en la GAM por lo que posicionarse en el distrito será un gran beneficio para cada uno de los especialistas.

### **Recomendaciones**

Se recomienda contar con productos dentales de calidad y marcas reconocidas con un *stock* basto de los productos más utilizados por los especialistas, los cuales se lograron identificar en el estudio de mercados.

Se recomienda que la plaza de la empresa sea utilizada por medio de un canal directo de distribución de la empresa con el cliente, de igual manera, se recomienda que la promoción sea por medio de una *página web* el cual va a facilitar al comprador seleccionar los productos por medio de la página y un carrito para la realización del pedido.

Por último, se recomienda que la empresa cumpla con el proceso comercial, que en todo momento se cuente con un *stock idóneo* y así poder solventar las necesidades del especialista, el cual también permitirá que la empresa sea conocida en el mercado como una empresa de calidad y con accesibilidad a cada producto necesario para la atención de los pacientes de cuidado bucodental y así poder diferenciarse de la competencia por medio de productos de calidad y precios accesibles.

### **Estudio Financiero**

Luego de ser analizados el estudio legal, estudio técnico y el estudio de mercado, se logró medir cada uno de los costos y gastos necesarios para la puesta en marcha del proyecto y que sea de manera eficaz y competitivo en el mercado, por lo tanto no se lograron encontrar impedimentos para la puesta en marcha del proyecto en creación.

## Conclusiones

Se realizaron previsiones de ingresos y gastos en los cuales se obtuvieron resultados positivos. Desde un inicio se obtienen beneficios tomando en consideración que es una empresa nueva en la zona, se comprueba que el negocio es rentable a largo plazo, por lo que el proyecto de comercialización de productos dentales en el distrito primero de Nicoya resulta viable.

Se concluye en el estudio financiero, que la inversión con la que contará la empresa pertinente a los trámites legales es del monto de ¢ 502 109,60 y que la inversión inicial con la que se contará es de ¢ 1 885 480, de igual manera se contará con el capital de trabajo, el cual es de ¢5.164.230,65.

Por otra parte, el costo de capital con el que cuenta la empresa es del 7 %, de igual manera, en el flujo de caja proyectado se logra visualizar que los egresos en ningún periodo sobrepasan los ingresos de la empresa, por ello se obtiene una VAN positiva de ¢21 045 747,13 y una TIR del 48 %, lo que permite identificar que el proyecto es financieramente rentable y que se puede llevar a cabo sin ningún inconveniente.

Otra de las conclusiones del estudio se conoce por medio de los estados financieros proforma (estado de resultado proyectado) que dará a conocer las mejores estimaciones y predicciones sobre las condiciones y resultados futuros, si la empresa logrará operar de manera correcta.

Para concluir se da a conocer que el tiempo en el que la empresa recuperará la inversión será en un periodo de dos años y nueve días y que la tasa media de recuperación que se obtuvo es del 13 % por lo que se ve que el proyecto ofrece un rendimiento aceptable por encima del 7 % del costo de capital, de igual manera, se analizaron los escenarios pertinentes por medio del análisis de sensibilidad para lograr tener presente todas las variables pertinentes las cuales son; las tasas de interés, costo de producción y todos los aumentos o las disminuciones de los ingresos de la empresa.

## **Recomendaciones**

Se recomienda que primero se realice todo trámite formal pertinente en el tema legal, los cuales permitirán iniciar el negocio en forma y sin problema, para evitar posibles impedimentos con los entes encargados del distrito.

Por otro lado, se recomienda que la inversión inicial sea aportada por parte del inversionista y por otro lado que el capital de trabajo sea aportado por medio de un préstamo bancario de 5.164.230,65 con un plazo de 5 años y con una tasa de interés de 3,2 %, el cual será solicitado al Banco de Costa Rica.

Se recomienda tener presente el costo de capital y por otro lado que los flujos de caja sean con los montos dados desde un inicio para que la empresa logre generar los ingresos y los egresos planteados al inicio del estudio y así poder mantener las condiciones esperadas del VAN y de la TIR.

Se recomienda que la empresa siga al pie de la letra los estados proforma financieros (estado de resultado proyectado) para poder contar con las utilidades necesarias a lo largo de los años.

Como última recomendación es que la empresa mantenga cada uno de los procesos elegidos en el estudio financiero, para así recuperar la inversión en el periodo establecido de dos años y nueve días y así generar los rendimientos esperados dentro de la empresa.

## Referencias

- Alberdi Imas , L. (2016). La hipoteca y sus caracteres en el Código Civil y Comercial de la Nación. *Revista Anales de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales*. Recuperado el 14 de Noviembre de 2020, de [http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/58099/Documento\\_completo\\_\\_\\_.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/58099/Documento_completo___.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Arellano Díaz, H. O. (22 de Agosto de 2017). La calidad en el servicio como ventaja competitiva. *Revista Científica*. Recuperado el 03 de Noviembre de 2020, de <file:///C:/Users/Estudiantes%20UNA/Downloads/Dialnet-LaCalidadEnElServicioComoVentajaCompetitiva-6093282.pdf>
- Avendaño Arce, M. (02 de Octubre de 2017). *Economía y Política*. Recuperado el 25 de Mayo de 2021, de <https://www.elfinancierocr.com/economia-y-politica/ef-explica-como-declarar-y-pagar-el-impuesto-sobre-la-renta/B75JZMI52BC33LN3VBYZZD6JDA/story/>
- Baca Urbina, G. (2010). *Evaluación de proyectos*. México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. Recuperado el 02 de Noviembre de 2020, de [https://www.academia.edu/13450952/Evaluacion\\_de\\_Proyectos\\_6ta\\_ed\\_Gabriel\\_Baca\\_Urbina](https://www.academia.edu/13450952/Evaluacion_de_Proyectos_6ta_ed_Gabriel_Baca_Urbina)
- Baca Urbina, G. (2013). *Evaluación de proyectos*. México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. Recuperado el 04 de Noviembre de 2020, de [https://www.academia.edu/39204599/Evaluacion\\_de\\_Proyectos\\_7ma\\_Ed\\_Gabriel\\_Baca\\_Urbina](https://www.academia.edu/39204599/Evaluacion_de_Proyectos_7ma_Ed_Gabriel_Baca_Urbina)
- Baca Urbina, G., Rodríguez Perego, N., Pacheco Espejel, A. A., Reyes García, J. M., Alcántar Mariscal, M. E., Prieto Gallardo, A. M., . . . Rivera González, G. (2014). *Administración integral. Hacia un enfoque de procesos*. México: GRUPO EDITORIAL PATRIA, S.A. DE C.V. Recuperado el 15 de Noviembre de 2020, de [https://www.academia.edu/36809110/Administracion\\_integral\\_Gabriel\\_Baca\\_Urbina\\_FR\\_EELIBROS\\_.pdf](https://www.academia.edu/36809110/Administracion_integral_Gabriel_Baca_Urbina_FR_EELIBROS_.pdf)

- Blázquez Ochando, M. (4 de Marzo de 2015). *Fuentes de información en Humanidades, Ciencias Sociales, Ciencia y Tecnología*. Recuperado el 3 de Octubre de 2020, de <http://ccdoc-fuentespecializadas.blogspot.com/2015/03/05-tipologia-documental-de-las-fuentes.html>
- Blog de MBA. (21 de Mayo de 2018). *Qué es una empresa mixta y cómo se gestiona*. Recuperado el 24 de Noviembre de 2020, de <https://blogs.imf-formacion.com/blog/mba/empresa-mixta-gestion/>
- Chaves Núñez, M., Valenciano Salazar, A., Vega Arce, G., & Ortiz Valverde, G. (2013). Mejorando la competitividad de las microempresas en la región Brunca de Costa Rica. *Revista de Ciencias Sociales (Cr)*, 1. Recuperado el 19 de Octubre de 2020, de <https://www.redalyc.org/pdf/153/15329873009.pdf>
- Código de Comercio. (1964). *Sistema Costarricense de Información Jurídica SCIJ*. Recuperado el 19 de Octubre de 2020, de [http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm\\_texto\\_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=6239&nValor3=89980&strTipM=TC](http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=6239&nValor3=89980&strTipM=TC)
- Colegio de cirujanos dentistas de Costa Rica. (2017). *Historia del Colegio de cirujanos*. Recuperado el 6 de Octubre de 2020, de <http://www.colegiodentistas.org/sitCol/historia/>
- Colegio de cirujanos dentistas de Costa Rica. (2020). *Directorio de Depósitos Dentales*. Recuperado el 28 de Noviembre de 2020, de <http://www.colegiodentistas.org/sitCol/directorio-de-depositos-dentales/>
- Correos de Costa Rica. (2020). *Tarifas de envío*. Recuperado el 25 de Mayo de 2021, de <https://correos.go.cr/tarifas/>
- Cruz Batista, Y. (2011). Proyecto. Conceptualización y rasgos característicos. *Contribución a las Ciencias Sociales*. Recuperado el 21 de Octubre de 2020, de <https://www.eumed.net/rev/cccss/12/ycb.htm>
- Del Cid, A., Méndez, R., & Sandoval, F. (2011). *Investigación Fundamentos y metodología*. México: Pearson Educación de México, S.A. de C.V. Recuperado el 31 de Marzo de 2021,

de <https://josedominguezblog.files.wordpress.com/2015/06/investigacion-fundamentos-y-metodologia.pdf>

Departamento de Asuntos Económicos y Sociales. (2010). *Principios y recomendaciones para los censos de población y habitación*. Nueva York: Copyright Naciones Unidas. Recuperado el 9 de Octubre de 2020, de [https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm\\_67rev2s.pdf](https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm_67rev2s.pdf)

Díaz Bravo, L., Torruco García, U., Martínez Hernández, M., & Varela Ruiz, M. (16 de Abril de 2013). Metodología de investigación en educación médica. Recuperado el 03 de Octubre de 2020, de <https://www.redalyc.org/pdf/3497/349733228009.pdf>

Fábregues, S., Meneses, J., Rodríguez Gómez, D., & Hélene Paré, M. (2016). *Técnicas de Investigación social y educativa*. Barcelona: UOC. Recuperado el 4 de Octubre de 2020, de <https://universoabierto.org/2019/07/17/tecnicas-de-investigacion-social-y-educativa/>

Fernández Santos, Y. (2019). El arrendamiento financiero y operativo. *Ciencias económicas y empresariales*. Recuperado el 04 de Noviembre de 2020, de <file:///C:/Users/Estudiantes%20UNA/Downloads/Dialnet-ElArrendamientoFinancieroYOperativo-3007703.pdf>

Gaitán Sánchez, Ó. M. (Enero de 2014). *Guía Práctica de las Entidades sin Ánimo de Lucro y del Sector Solidario*. Recuperado el 14 de Noviembre de 2020, de <file:///C:/Users/gremo/Downloads/Gu%C3%ADa+Pr%C3%A1ctica+de+las+Entidades+sin+%C3%81nimo+de+Lucro+y+del+Sector+Solidario.pdf>

Gido, J., & Clements, J. P. (2012). *Administración exitosa de proyectos*. México: Cengage Learning Editores, S.A. de C.V. Recuperado el 04 de Abril de 2021, de [http://190.116.26.93:2171/mdv-biblioteca-virtual/libro/documento/d39r-v2J4jG9ONG-Letvsu\\_ADMINISTRACION\\_EXITOSA\\_DE\\_PROYECTOS.pdf](http://190.116.26.93:2171/mdv-biblioteca-virtual/libro/documento/d39r-v2J4jG9ONG-Letvsu_ADMINISTRACION_EXITOSA_DE_PROYECTOS.pdf)

Gil Estallo, M. D., & Giner de la Fuente, F. (2007). *Cómo crear y hacer funcionar una empresa*. España Madrid: ESIC EDITORIAL. Recuperado el 04 de Noviembre de 2020, de <https://books.google.co.cr/books?id=4O2e7DjTQL4C&pg=PA513&dq=Las+empresas+a+dquieren+las+materias+primas,+componentes,+subcomponentes,+materias+auxiliares,+e>

tc.,+en+la+cantidad+que+va+a+requerir+y+en+las+condiciones+que+sean+m%C3%A1s  
+adecuadas+para+su+func

Gitman, L. J. (2007). *Principios de administración financiera*. México: PEARSON EDUCACIÓN. Recuperado el 03 de Noviembre de 2020, de <file:///C:/Users/gremo/Downloads/libro%20adm%20financ%20.pdf>

Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2012). *Principios de administración financiera*. México: PEARSON EDUCACIÓN. Recuperado el 03 de Noviembre de 2020, de <https://educativopracticas.files.wordpress.com/2014/05/principios-de-administracion-financiera.pdf>

Gómez Barrantes, M. (2012). *Elementos de Estadística Descriptiva*. San José: C.R. : EUNED. Recuperado el 9 de Octubre de 2020

Google Maps. (s.f.). Mapa de Nicoya. Recuperado el 12 de Octubre de 2020, de <https://www.google.com/maps/place/Provincia+de+Guanacaste,+Nicoya/@10.1476977,-85.4628048,5615m/data=!3m1!1e3!4m5!3m4!1s0x8f9fb6d26f825361:0xcbdc1416a01be4f3!8m2!3d10.1445678!4d-85.4530295>

Hernández Rodríguez, S. J. (2011). *Introducción a la Administración*. México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. Recuperado el 19 de Noviembre de 2020, de [https://www.academia.edu/35035513/Introduccion\\_a\\_la\\_Administracion\\_Sergio\\_Hernandez\\_5\\_Edicion](https://www.academia.edu/35035513/Introduccion_a_la_Administracion_Sergio_Hernandez_5_Edicion)

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. D. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. Recuperado el 31 de Marzo de 2021, de <https://www.icmujeres.gob.mx/wp-content/uploads/2020/05/Sampieri.Met.Inv.pdf>

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. D. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. Recuperado el 3 de Octubre de 2020, de <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>

- Huamán Calderón, D. (23 de Mayo de 2011). *Fuentes de Información*. Recuperado el 3 de Octubre de 2020, de [http://bvspers.paho.org/videosdigitales/matedu/cam2011/Fuentes\\_informacion.pdf?ua=1](http://bvspers.paho.org/videosdigitales/matedu/cam2011/Fuentes_informacion.pdf?ua=1)
- Instituto de Fomento y Asesoría Municipal. (s.f.). *Cantón Nicoya*. Recuperado el 22 de Marzo de 2021, de [https://www.ifam.go.cr/?page\\_id=613](https://www.ifam.go.cr/?page_id=613)
- Instituto Nacional De Estadísticas y Censos. (Julio de 2012). *Características Sociales y Demográficas*. Recuperado el 23 de Marzo de 2021, de [https://www.inec.cr/sites/default/files/documentos/inec\\_institucional/estadisticas/resultados/replaccenso2011-12.pdf.pdf](https://www.inec.cr/sites/default/files/documentos/inec_institucional/estadisticas/resultados/replaccenso2011-12.pdf.pdf)
- Instituto Nacional de Seguros. (2020). *RT General*. Recuperado el 25 de Mayo de 2021, de <https://www.ins-cr.com/seguero-de-riesgos-del-trabajo/tipos-de-poliza/>
- Jiménez, E. (3 de Setiembre de 2020). *Blog Bracket 360*. Recuperado el 6 de Octubre de 2020, de <https://blog.bracket360.com/deposito-dental-historia/>
- Jones, G. R., & George, J. M. (2010). *Administración contemporánea*. México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. Recuperado el 03 de Noviembre de 2020, de [https://www.academia.edu/39629112/Administraci%C3%B3n\\_Contempor%C3%A1nea\\_6ed\\_Gareth\\_R\\_Jones\\_y\\_Jennifer\\_M\\_George](https://www.academia.edu/39629112/Administraci%C3%B3n_Contempor%C3%A1nea_6ed_Gareth_R_Jones_y_Jennifer_M_George)
- Koontz, H., Weihrich, H., & Cannice, M. (2012). *Administración Una perspectiva global y empresarial*. México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES S.A. DE C.V. Recuperado el 19 de Octubre de 2020, de [https://www.soy502.com/sites/default/files/administracion\\_una\\_perspectiva\\_global\\_y\\_empresarial\\_14\\_edi\\_koontz.pdf](https://www.soy502.com/sites/default/files/administracion_una_perspectiva_global_y_empresarial_14_edi_koontz.pdf)
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing*. México: PEARSON EDUCACIÓN. Recuperado el 02 de Noviembre de 2020, de [https://www.academia.edu/33383796/marketing\\_kotler\\_armstrong\\_pdf](https://www.academia.edu/33383796/marketing_kotler_armstrong_pdf)
- Kozikowski Zarska, Z. (2013). *Finanzas internacionales*. México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. Recuperado el 04 de Noviembre

de 2020, de <https://www.uv.mx/personal/clelanda/files/2016/03/Kozikowski-Z-2013-Finanzas-Internacionales.pdf>

Los portales Depósito Dental. (2021). *página web titulada depósito dental*. Recuperado el 22 de Marzo de 2021, de <https://losportalesdepositodental.com/importancia-del-equipo-dental>

Maranto Rivera, M., & González Fernández, M. E. (Febrero de 2015). *Fuentes de Información*. Recuperado el 3 de Octubre de 2020, de <https://repository.uaeh.edu.mx/bitstream/bitstream/handle/123456789/16700/LECT132.pdf>

Mete, M. R. (Marzo de 2014). *Valor actual neto y tasa de retorno: su utilidad como herramientas para el análisis y evaluación de proyectos de inversión*. Recuperado el 03 de Noviembre de 2020, de [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2071-081X2014000100006](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2071-081X2014000100006)

Ministerio de Hacienda Costa Rica. (Enero de 2012). *Requisitos de las facturas o comprobantes de ingresos y gastos*. Recuperado el 16 de Noviembre de 2020, de [https://www.hacienda.go.cr/docs/545cf41b0a941\\_a.pdf](https://www.hacienda.go.cr/docs/545cf41b0a941_a.pdf)

Ministerio de Hacienda Costa Rica. (20 de Abril de 2015). *Deberes formales y materiales*. Recuperado el 25 de Mayo de 2021, de <https://www.hacienda.go.cr/contenido/13255-deberes-formales-y-materiales>

Ministerio de Hacienda Costa Rica. (Abril de 2016). *Guía resumida de sus deberes y obligaciones tributarias para el Impuesto sobre la Renta, Impuesto General sobre las Ventas y Régimen de Tributación Simplificada*. Recuperado el 16 de Noviembre de 2020, de [https://www.hacienda.go.cr/docs/573dd8115e55c\\_guia%20de%20deberes%20y%20obligaciones.pdf](https://www.hacienda.go.cr/docs/573dd8115e55c_guia%20de%20deberes%20y%20obligaciones.pdf)

Ministerio de Hacienda Costa Rica. (Julio de 2018). *Aviso de obligatoriedad del uso de comprobantes electrónicos*. Recuperado el 25 de Mayo de 2021, de <https://www.hacienda.go.cr/contenido/14614-aviso-de-obligatoriedad-del-uso-de-comprobantes-electronicos>

Ministerio de Hacienda Costa Rica. (Noviembre de 2019). *Confeción, presentación y pago del impuesto sobre la renta*. Recuperado el 16 de Noviembre de 2020, de <https://www.hacienda.go.cr/contenido/14851-confeccion-presentacion-y-pago-del-impuesto-sobre-la-renta>

Ministerio de Hacienda Costa Rica. (Noviembre de 2020). *Declaración de Inscripción, Modificación de datos, Desinscripción en ATV*. Recuperado el 14 de Noviembre de 2020, de <https://www.hacienda.go.cr/contenido/13358-declaracion-de-inscripcion-modificacion-de-datos-desinscripcion-en-atv>

Ministerio de Hacienda Costa Rica. (Noviembre de 2020). *Declaraciones informativas*. Recuperado el 16 de Noviembre de 2020, de <https://www.hacienda.go.cr/contenido/14822-declaraciones-informativas>

Ministerio de Hacienda Costa Rica. (Noviembre de 2020). *Derechos y obligaciones de los contribuyentes*. Recuperado el 16 de Noviembre de 2020

Ministerio de Hacienda Costa Rica. (Noviembre de 2020). *Ejemplos cálculos Impuesto Sobre la Renta*. Recuperado el 16 de Noviembre de 2020, de <https://www.hacienda.go.cr/contenido/14448-ejemplos-calculos-impuesto-sobre-la-renta>

Ministerio de Hacienda Costa Rica. (Noviembre de 2020). *Generalidades del Impuesto sobre el Valor Agregado (IVA)*. Recuperado el 16 de Noviembre de 2020, de <https://www.hacienda.go.cr/contenido/15035-generalidades-del-impuesto-sobre-el-valor-agregado-iva>

Ministerio de Hacienda Costa Rica. (Noviembre de 2020). *Histórico créditos familiares-impuesto sobre la renta*. Recuperado el 16 de Noviembre de 2020, de <https://www.hacienda.go.cr/contenido/13974-historico-creditos-familiares-impuesto-sobre-la-renta>

Ministerio de Hacienda Costa Rica. (Noviembre de 2020). *Impuesto General sobre las Ventas Régimen tradicional*. Recuperado el 16 de Noviembre de 2020, de <https://www.hacienda.go.cr/contenido/13131-impuesto-general-sobre-las-ventas-regimen->



productos-de-interes-sanitario/38-empresas/bienvenida-a-empresas/77-empresas-servicios-registros-ms?start=8

Morales Castro, A., & Morales Castro, J. A. (2009). *Proyectos de Inversión Evaluación y Formulación*. México: McGRAW-HILLINTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. Recuperado el 12 de Setiembre de 2020, de <https://librosenpdf.org/libro-proyectos-de-inversion-evaluacion-y-formulacion/>

Moreno Brieva, F. J. (11 de Junio de 2014). Bonos Financieros focalizados en los Bullet y en América. *Revista Ciencia UNEMI*. Recuperado el 04 de Noviembre de 2020, de <file:///C:/Users/Estudiantes%20UNA/Downloads/Dialnet-BonosFinancierosFocalizadosEnLosBulletYEnAmerica-5210243.pdf>

Navarro Arvizu, E. M. (2014). *Modelo de gestión para mejorar el desempeño individual en una organización de la Sociedad Civil de Ciudad Obregón, Sonora*. Recuperado el 21 de Octubre de 2020, de Instituto Tecnológico de Sonoro: <https://www.itson.mx/publicaciones/Documents/tesis-doct/tesiselbamyriam.pdf>

Ortega Ortega, Á., Maradiegue Ontaneda, R., Zúñiga Arias, G., & Rodríguez Sánchez, G. (2015). *Formulación de proyectos de inversión*. Costa Rica, San José: EDiNexo • [www.edinexo.co.cr](http://www.edinexo.co.cr). Recuperado el 03 de Noviembre de 2020, de <file:///C:/Users/Estudiantes%20UNA/Downloads/Formulacin%20de%20Proyectos%20de%20Inversin%20EPPS.pdf>

Peñaloza Palomeque , M. (Junio de 2008). ADMINISTRACIÓN DEL CAPITAL DE TRABAJO. *PERSPECTIVAS*, 161. Recuperado el 03 de Noviembre de 2020, de <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425942157009.pdf>

Riquelme, M. (18 de Julio de 2017). *Web y Empresas*. Recuperado el 19 de Octubre de 2020, de <https://www.webyempresas.com/que-es-una-empresa-comercial/>

Rivas Cedeño, L. L., Mielles Mielles, L. A., & Bolaño Valencia, F. R. (15 de julio de 2017). El diseño de proyectos, estudio teórico-conceptual de sus etapas y componentes. *Revista Científica Dominio de las Ciencias*. Recuperado el 21 de Octubre de 2020, de

file:///C:/Users/Estudiantes%20UNA/Downloads/Dialnet-ElDisenoDeProyectosEstudioTeoricoconceptualDeSusEt-6325483.pdf

Rivera Ortiz, P., & Morera Castro, G. G. (2016). *Tasa interna de retorno modificada en la valoración de proyectos*. Recuperado el 03 de Noviembre de 2020, de [https://repositoriotec.tec.ac.cr/bitstream/handle/2238/6555/Tasa\\_interna\\_retorno\\_modific\\_asa\\_valoracion.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositoriotec.tec.ac.cr/bitstream/handle/2238/6555/Tasa_interna_retorno_modific_asa_valoracion.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Robbins, S., & Coutler, M. (2010). *Administración*. México: Pearson Educación de México, S.A. de C.V. Recuperado el 21 de Octubre de 2020, de [https://www.academia.edu/18881333/Administracion\\_10ed\\_Robbins\\_y\\_Coulter](https://www.academia.edu/18881333/Administracion_10ed_Robbins_y_Coulter)

Rodriguez, I. (16 de Noviembre de 2017). Nicoya es vitrina mundial por la longevidad de sus habitantes. *La Nación*. Recuperado el 2 de Octubre de 2020, de <https://www.nacion.com/ciencia/salud/nicoya-celebra-y-comparte-su-longevidad/MZ4ER5UZONCARH7OYBFSPUDTOI/story/>

Ross, S. A., Westerfield, R. W., & Jaffe, J. F. (2012). *Finanzas corporativas*. México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. Recuperado el 04 de Noviembre de 2020, de <https://cucjonline.com/biblioteca/files/original/923fadb1a071a4533d1fa4b240c25592.pdf>

Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (2010). *Macroeconomía con aplicaciones a Latinoamérica*. México: McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. Recuperado el 03 de Noviembre de 2020, de [https://albiomarquez.files.wordpress.com/2017/03/samuelson\\_norhaus\\_macroeconomia\\_latinoamerica.pdf](https://albiomarquez.files.wordpress.com/2017/03/samuelson_norhaus_macroeconomia_latinoamerica.pdf)

Sapag Chain, N. (2011). *Proyecto de Inversión Formulación y Evaluación*. Chile: Pearson Educación de Chile S.A. Recuperado el 02 de Noviembre de 2020, de [http://daltonorellana.info/wp-content/uploads/sites/436/2014/08/Proyectos\\_de\\_Inversion\\_Nassir\\_Sapag\\_Chain\\_2Edic.pdf](http://daltonorellana.info/wp-content/uploads/sites/436/2014/08/Proyectos_de_Inversion_Nassir_Sapag_Chain_2Edic.pdf)

- Sapag Chain, N. (2011). *Proyectos de inversión formulación y evaluación*. Chile: Pearson Educación de Chile S.A. Recuperado el 3 de Octubre de 2020, de [http://daltonorellana.info/wp-content/uploads/sites/436/2014/08/Proyectos\\_de\\_Inversion\\_Nassir\\_Sapag\\_Chain\\_2Edic.pdf](http://daltonorellana.info/wp-content/uploads/sites/436/2014/08/Proyectos_de_Inversion_Nassir_Sapag_Chain_2Edic.pdf)
- Sapag Chain, N., Sapag Chain, R., & Sapag P, J. M. (2014). *Preparación y evaluación de proyectos*. México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. Recuperado el 3 de Octubre de 2020, de [https://www.academia.edu/36800147/Preparacion\\_y\\_evaluacion\\_de\\_proyectos\\_6ta\\_edicion\\_Sapag](https://www.academia.edu/36800147/Preparacion_y_evaluacion_de_proyectos_6ta_edicion_Sapag)
- Schein, H. (2020). *Historia de los depósitos dentales*. Recuperado el 6 de Octubre de 2020, de [https://www.henryschein.es/dentalclinica/consumible/que-es-un-deposito-dental.aspx?sc\\_lang=es-es&hssc=1](https://www.henryschein.es/dentalclinica/consumible/que-es-un-deposito-dental.aspx?sc_lang=es-es&hssc=1)
- Sistema Costarricense de información jurídica. (30 de Abril de 1964). *Sistema Costarricense de información jurídica*. Recuperado el 04 de Noviembre de 2020, de [http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm\\_texto\\_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=6239&nValor3=89980&strTipM=TC](http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=6239&nValor3=89980&strTipM=TC)
- Sistema Costarricense de Información Jurídica. (21 de Abril de 1988). *Capítulo IV De la determinación de la base imponible*. Obtenido de [http://www.pgrweb.go.cr/SCIJ/Busqueda/Normativa/Normas/nrm\\_texto\\_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=10969&nValor3=97005&strTipM=TC](http://www.pgrweb.go.cr/SCIJ/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=10969&nValor3=97005&strTipM=TC)
- Sistema Costarricense de Información Jurídica. (03 de Diciembre de 2018). *Ley del Impuesto Sobre el Valor Agregado*. Recuperado el 25 de Mayo de 2021, de [http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm\\_texto\\_completo.aspx?nValor1=1&nValor2=87720](http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?nValor1=1&nValor2=87720)
- Solé Madrigal, R. (2011). Técnicas de evaluación de flujos de inversión: Mitos y realidades. Recuperado el 03 de Noviembre de 2020, de [file:///C:/Users/gremo/Downloads/7051-Texto%20del%20art%C3%ADculo-9651-1-10-20130128%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/gremo/Downloads/7051-Texto%20del%20art%C3%ADculo-9651-1-10-20130128%20(2).pdf)

Solis, U. (29 de Noviembre de 2011). *Definición y Clasificación de Empresa*. Recuperado el 21 de Octubre de 2020, de <https://generacionproyectos.wordpress.com/2011/11/29/1-4-definicion-y-clasificacion-de-empresa/>

Telecom, S. (s.f.). *La importancia de buenos materiales para la odontología*. Recuperado el 01 de Diciembre de 2020, de <https://www.dentfast.com/2017/04/21/la-importancia-buenos-materiales-la-odontologia/#:~:text=Description-,Los%20materiales%20que%20usan%20los%20profesionales%20dentales%20son%20tan%20importantes,una%20infecci%C3%B3n%20hasta%20una%20enfermedad.>

Tribunal Supremo de Elecciones. (29 de Agosto de 1943). *Código de trabajo*. Recuperado el 26 de Enero de 2021, de <https://www.tse.go.cr/pdf/normativa/codigodetrabajo.pdf>

Universidad Nacional de Colombia. (12 de Abril de 2013). *Gestión de la Inversión Pública*. Recuperado el 02 de Noviembre de 2020, de <http://red.unal.edu.co/cursos/eLearning/dnp/2/html/contenido-2.2.2-estudio-legal.html#:~:text=El%20estudio%20legal%20busca%20determinar,laborales%20y%20contrataci%C3%B3n%20entre%20otros.>

Van Horne, J. C., & Wachowicz Jr, J. M. (2010). *Fundamentos de administración financiera*. México: Pearson Educación de México, S.A. de C.V. Recuperado el 04 de Noviembre de 2020, de <https://catedrafinancierags.files.wordpress.com/2014/09/fundamentos-de-administracion-financiera-13-van-horne.pdf>

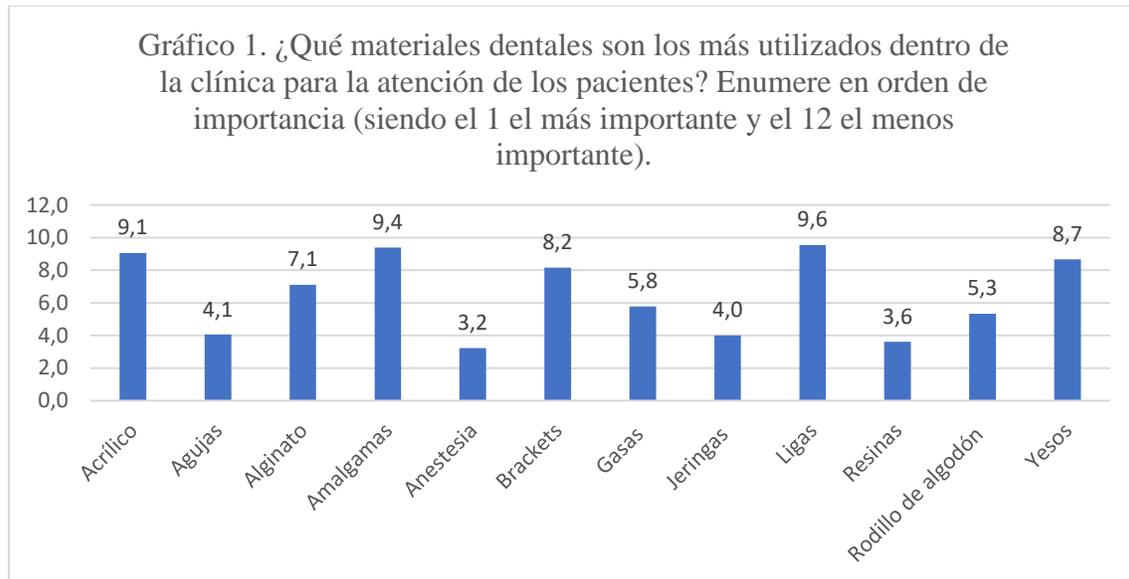
Viñán Villegrán, J. A., Puente Riofrío, M. I., Ávalos Reyes, J. A., & Córdova Prócel, J. R. (2018). *Proyectos de inversión un enfoque práctico*. Ecuador: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Recuperado el 02 de Noviembre de 2020, de <http://cimogsys.esPOCH.edu.ec/direccion-publicaciones/public/docs/books/2019-09-19-211329-63%20Libro%20Proyectos%20de%20inversio%CC%81n%20un%20enfoque%20pra%C%81ctico.pdf>

Warren, C. S., Reeve, J. M., & Duchac, J. E. (2010). *Contabilidad financiera*. México: Cengage Learning Editores, SA de CV, una compañía de Cengage Learning, Inc. Recuperado el 21 de Noviembre de 2020, de

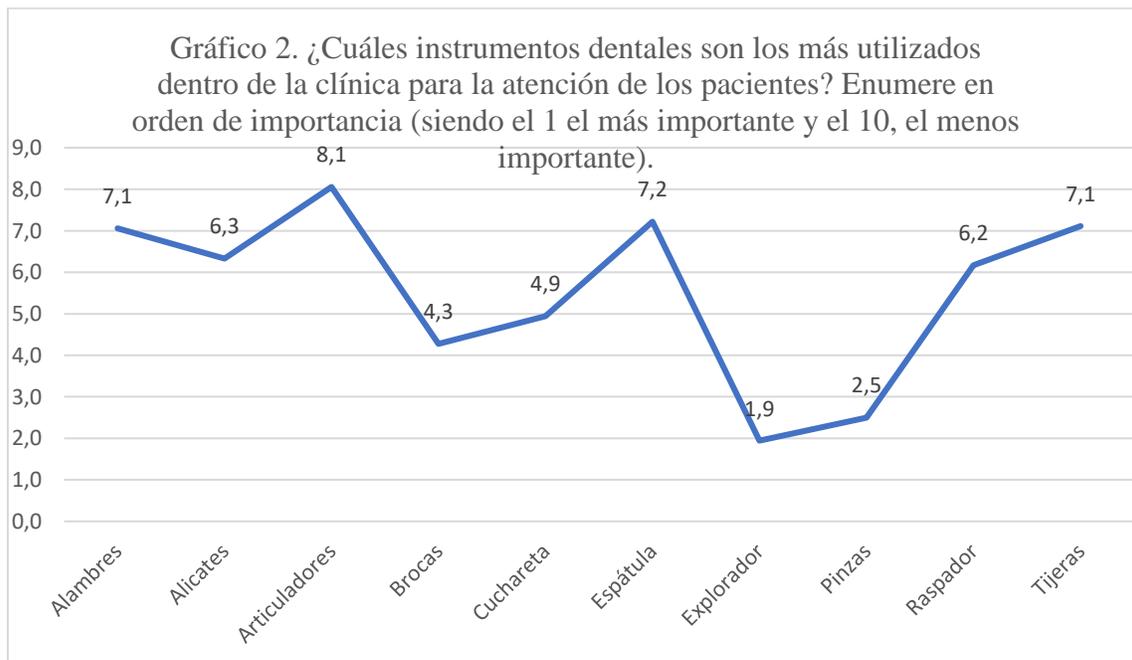
<https://webooks.co/images/team/academicos/contabilidad/pdfuniversales/1.Contabilidad%20financiera.pdf>

## Anexos

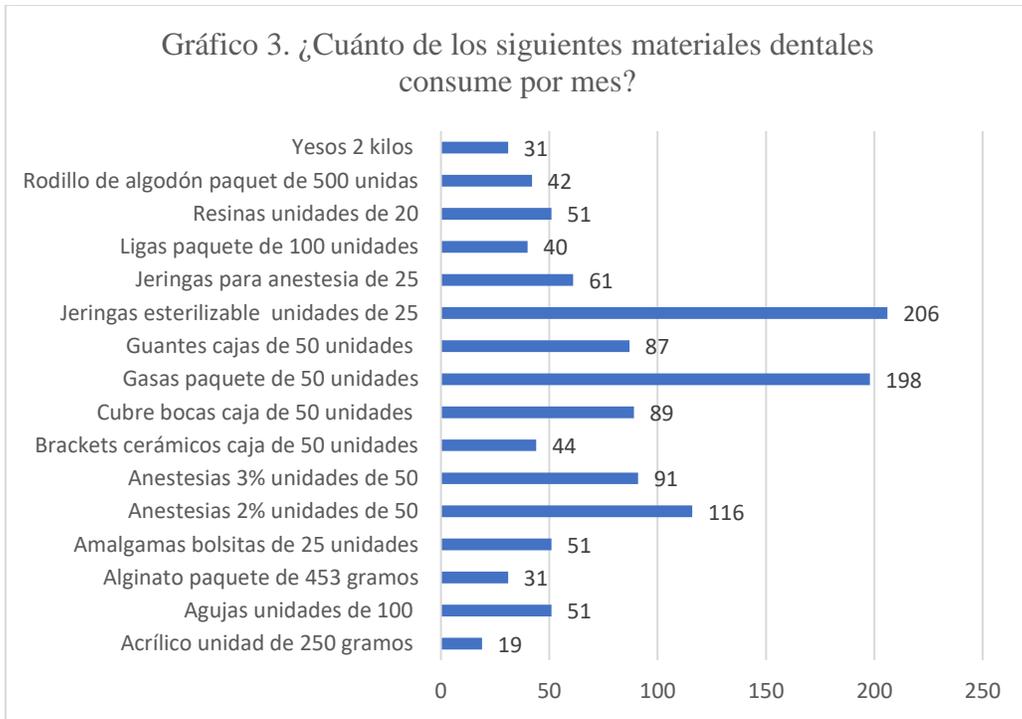
### 1 Gráficos de cuestionario aplicado a los especialistas dentales del distrito primero de Nicoya.



Fuente: Elaboración propia, 2021.



Fuente: Elaboración propia, 2021.

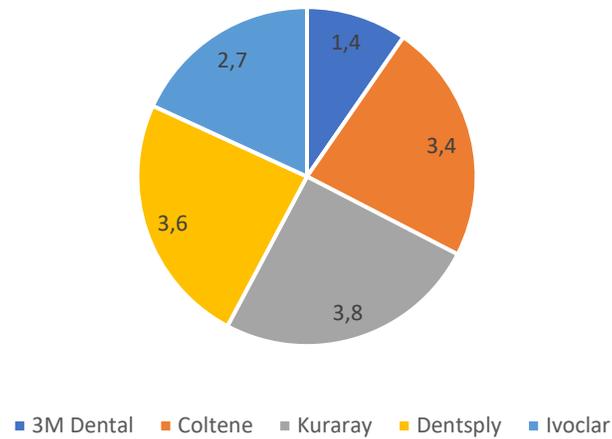


Fuente: Elaboración propia, 2021.



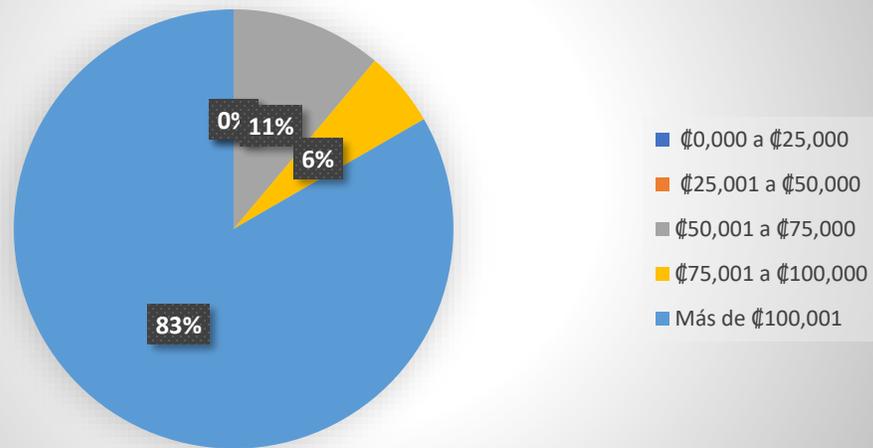
Fuente: Elaboración propia, 2021.

Gráfico 5. ¿Cuáles son las marcas con las que usualmente trabaja? Enumere en orden de uso (siendo el 1 la más utilizada y el 5, la menos utilizada).



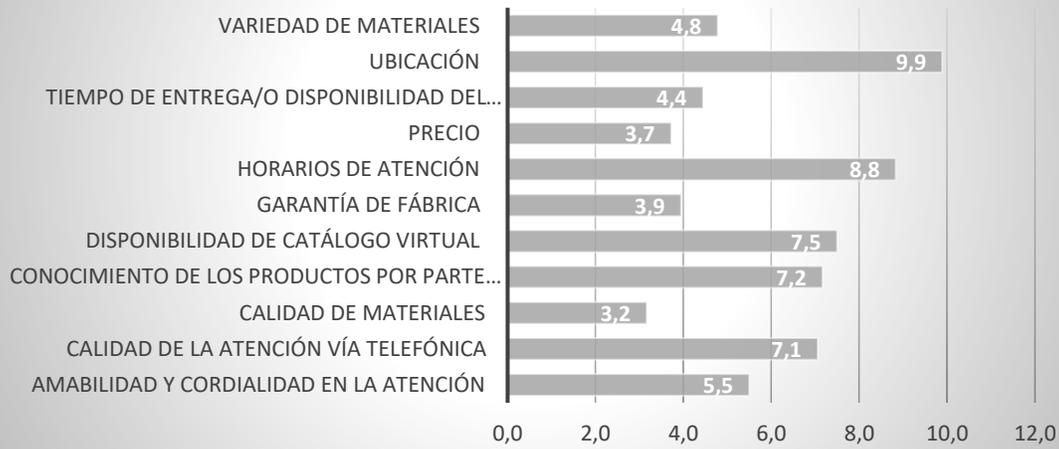
Fuente: Elaboración propia, 2021.

Gráfico 6. ¿Cuál es su presupuesto mensual para compra de materiales dentales?



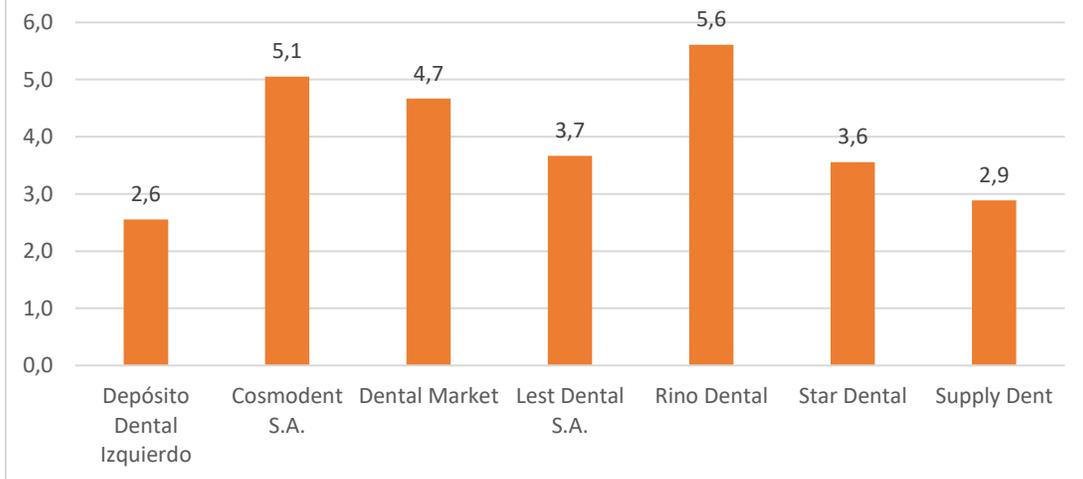
Fuente: Elaboración propia, 2021.

Gráfico 7. ¿Al momento de adquirir los materiales dentales que es lo primero que toma en cuenta? Enumere en orden de importancia (siendo el 1 el más importante y el 11, el menos importante).



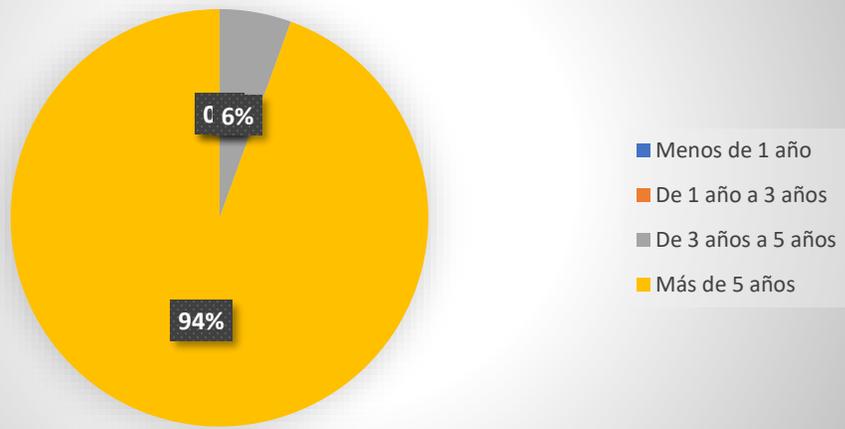
Fuente: Elaboración propia, 2021.

Gráfico 8. ¿Cuáles depósitos dentales utiliza más para realizar los pedidos de materiales dentales? Enumere en orden de uso (siendo el 1 el más utilizado y el 7, el menos utilizado).



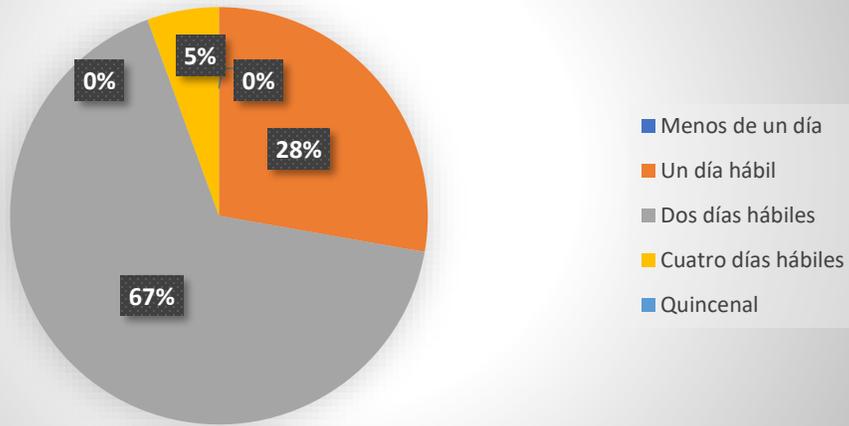
Fuente: Elaboración propia, 2021.

Gráfico 9. ¿Cuánto tiempo lleva comprando materiales dentales en su depósito dental de preferencia?



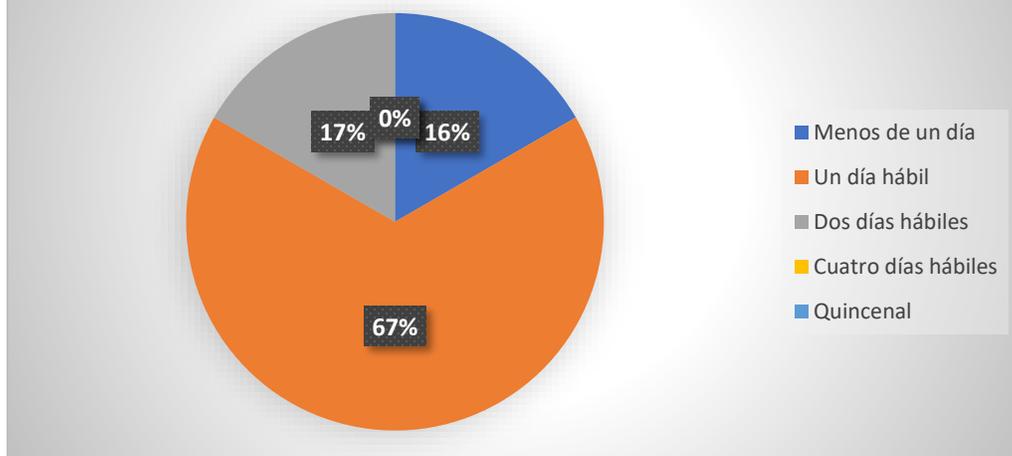
Fuente: Elaboración propia, 2021.

Gráfico 10. ¿Cuál es el tiempo promedio de entrega de materiales dentales por parte de su principal proveedor?



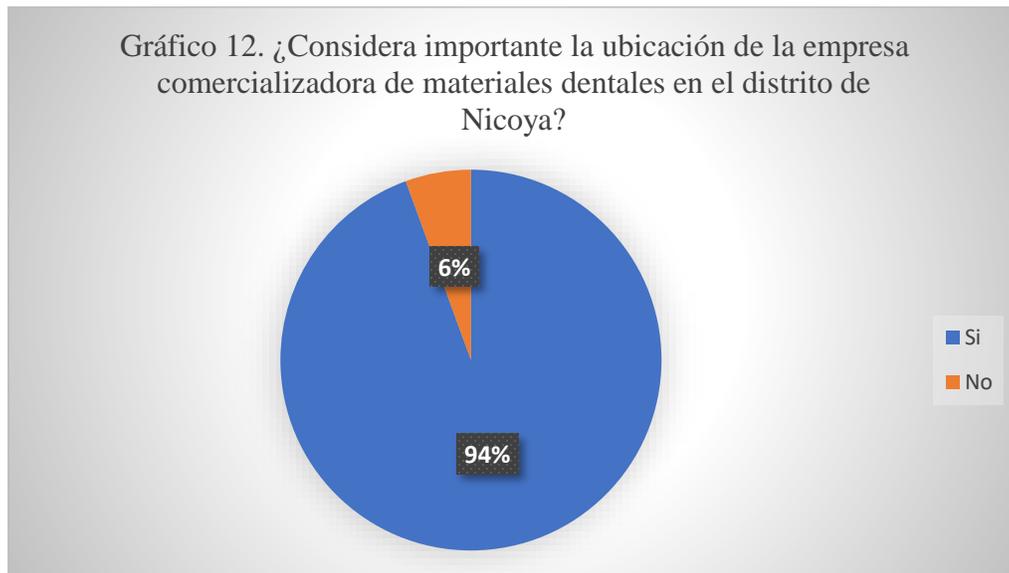
Fuente: Elaboración propia, 2021.

Gráfico 11. ¿Cuál es el tiempo de entrega deseable para los pedidos?



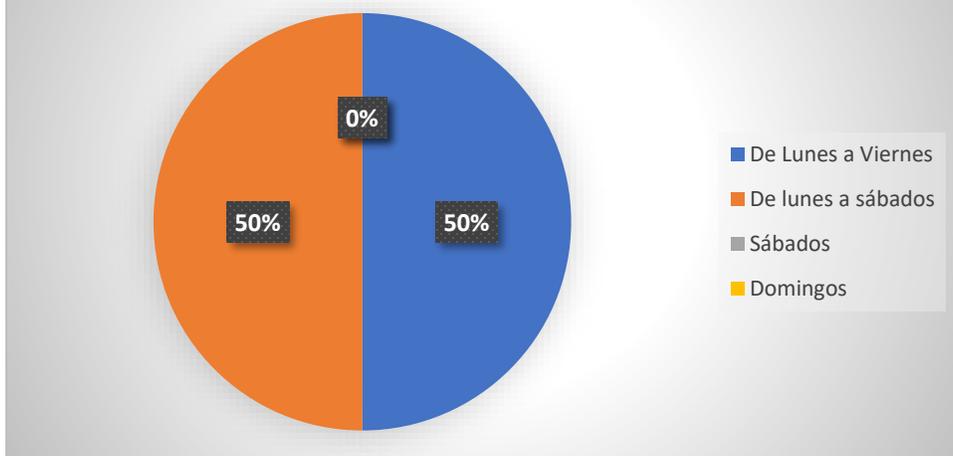
Fuente: Elaboración propia, 2021.

Gráfico 12. ¿Considera importante la ubicación de la empresa comercializadora de materiales dentales en el distrito de Nicoya?



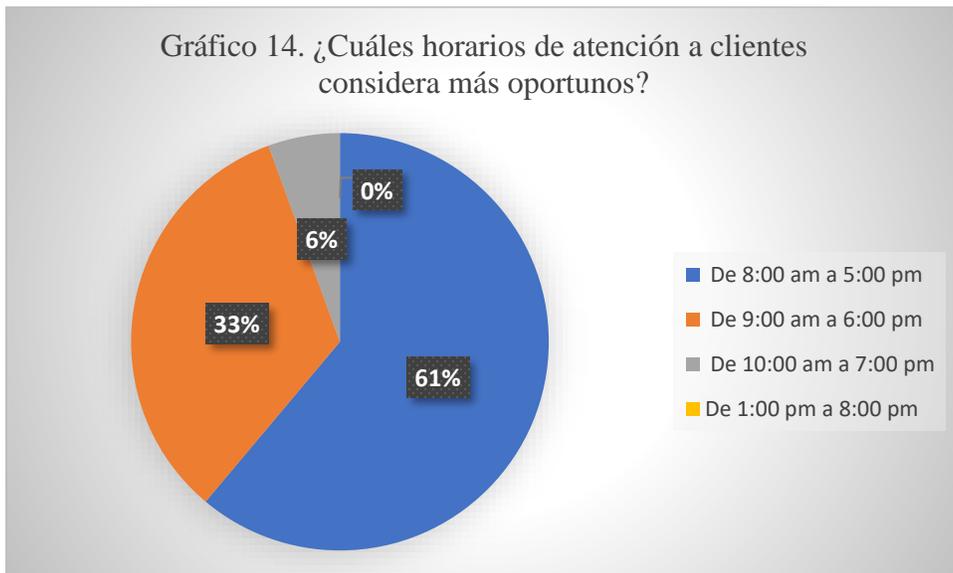
Fuente: Elaboración propia, 2021.

Gráfico 13. ¿Cuáles días de atención a clientes considera más oportunos?



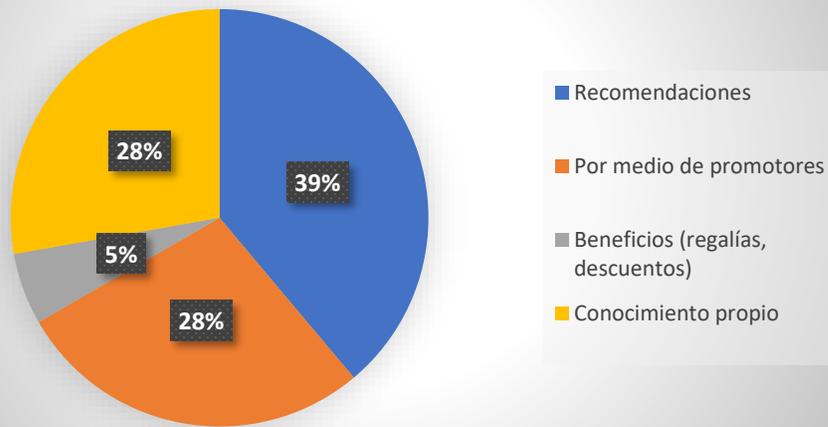
Fuente: Elaboración propia, 2021.

Gráfico 14. ¿Cuáles horarios de atención a clientes considera más oportunos?



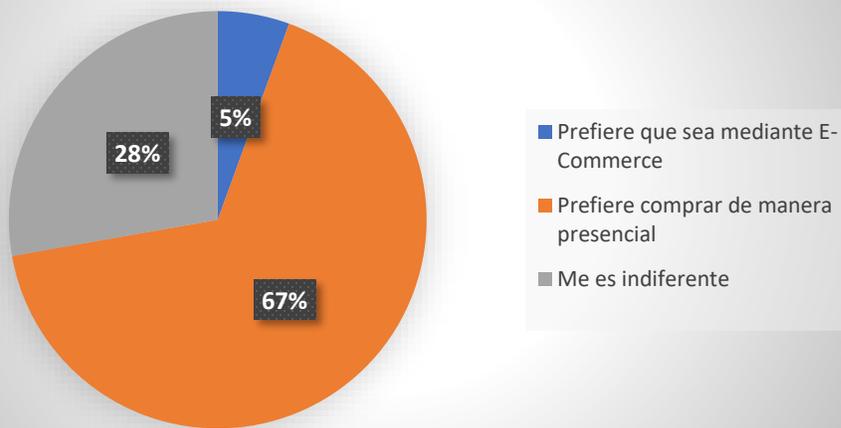
Fuente: Elaboración propia, 2021.

Gráfico 15. ¿Qué factores influyen a la hora de adquirir materiales dentales?



Fuente: Elaboración propia, 2021.

Gráfico 16. En caso de comprar en una empresa proveedora



Fuente: Elaboración propia, 2021.

## **2 Entrevista a especialistas Dentales del distrito de Nicoya, Guanacaste, Costa Rica.**

Buenos días/tardes, somos estudiantes de la Universidad Nacional Sede Regional Chorotega, Campus Nicoya. La presente entrevista tiene como fin la recolección de información para el proyecto creación de una empresa dedicada a la comercialización de productos dentales en el distrito primero de Nicoya, Guanacaste, Costa Rica. Toda la información brindada será totalmente confidencial y se utilizará únicamente para cumplir con los objetivos planteados en el trabajo de investigación.

**Objetivo:** Recopilar la información necesaria para determinar la competencia directa e indirecta dentro del distrito de Nicoya, para dar respuesta al problema de investigación y los objetivos planteados para la creación de una empresa dedicada a la comercialización de productos dentales en el distrito primero de Nicoya, Guanacaste, Costa Rica.

### **Muestra: 18 especialistas odontológicos**

A continuación, se presentan una serie de preguntas, con el propósito de recolectar información importante para la creación de una empresa dedicada a la comercialización de productos dentales en el distrito primero de Nicoya, Guanacaste, Costa Rica. Toda la información recolectada se utilizará para el estudio de viabilidad y factibilidad a desarrollar.

1. ¿A la hora de pedir materiales dentales paga el transporte o va personalmente a retirarlos?  
Pago ( )  
Retiro ( )
2. ¿Qué malas experiencias ha tenido con respecto al recibir materiales por medio de correos?

---

3. ¿Cree usted, que al contar con una empresa en el distrito de Nicoya se reducirían los gastos de envío de los materiales?

( ) Sí

( ) No

¿Por qué? \_\_\_\_\_

4. ¿Se encuentra satisfecho por la calidad de los materiales ofrecidos por su principal proveedor?

( ) Sí

( ) No

Justifique su respuesta: \_\_\_\_\_

5. ¿Recomendaría su principal proveedor a sus colegas?

( ) Sí

( ) No

Justifique su respuesta: \_\_\_\_\_

6. ¿Está satisfecho con la relación precio/calidad ofrecida por su principal proveedor?

( ) Sí

( ) No

Justifique su respuesta: \_\_\_\_\_

7. ¿Se encuentra satisfecho sobre el trato o la atención brindada por parte de su principal proveedor?

( ) Sí

( ) No

Justifique su respuesta: \_\_\_\_\_

**¡Muchas Gracias por su colaboración!**

### 3 Cuestionario a especialistas Dentales del distrito de Nicoya, Guanacaste, Costa Rica.

Buenos días/tardes, somos estudiantes de la Universidad Nacional Sede Regional Chorotega, Campus Nicoya. El presente cuestionario tiene como fin la recolección de información de un proyecto sobre la creación de una empresa dedicada a la comercialización de productos dentales en el distrito primero de Nicoya, Guanacaste, Costa Rica. Toda la información brindada será totalmente confidencial y se utilizará únicamente para cumplir con los objetivos planteados en el trabajo de investigación.

**Instrucciones:** Lea cuidadosamente cada una de las preguntas planteadas en el cuestionario y responda marcando con una (X) o expresando su criterio personal, según corresponda. Así mismo, marque la opción **NS/NR** en caso de no conocer la respuesta de la pregunta planteada.

1. ¿Qué materiales dentales son los más utilizados dentro de la clínica para la atención de los pacientes? Enumere en orden de importancia (siendo el 1 el más importante y el 12 el menos importante).

- ( ) Acrílico
- ( ) Agujas
- ( ) Alginato
- ( ) Amalgamas
- ( ) Anestesia
- ( ) Brackets
- ( ) Gasas
- ( ) Jeringas
- ( ) Ligas
- ( ) Resinas

( ) Rodillo de algodón

( ) Yesos

Otro: \_\_\_\_\_

2. ¿Cuáles instrumentos dentales son los más utilizados dentro de la clínica para la atención de los pacientes? Enumere en orden de importancia (siendo el 1 el más importante y el 10, el menos importante).

( ) Alambres

( ) Alicates

( ) Articuladores

( ) Brocas

( ) Cuchareta

( ) Espátula

( ) Explorador

( ) Pinzas

( ) Raspador

( ) Tijeras

Otro: \_\_\_\_\_

3. ¿Cuánto de los siguientes materiales dentales consume por mes?

Acrílico \_\_\_\_\_ unidad de 250 gramos

Agujas \_\_\_\_\_ unidades de 100

Alginato \_\_\_\_\_ paquete de 453 gramos

Amalgamas \_\_\_\_\_ bolsitas de unidades de 25

Anestésias 2% \_\_\_\_\_ unidades de 50

Anestésias 3 % \_\_\_\_\_ unidades de 50

Brackets cerámicos \_\_\_\_\_ cajas de 50 unidades

Cubre bocas \_\_\_\_\_ cajas de 50 unidades

Gasas \_\_\_\_\_ paquetes de 50 unidades

Guantes \_\_\_\_\_ cajas de 50 unidades

Jeringas \_\_\_\_\_ unidades de 25

Jeringas para blanqueamientos \_\_\_\_\_ unidades de 25

Ligas \_\_\_\_\_ paquete de 100 unidades

Resinas \_\_\_\_\_ unidades de 20

Rodillo de algodón \_\_\_\_\_ paquete de 500 unidades

Yesos \_\_\_\_\_ 2 kilos

Otro: \_\_\_\_\_

4. ¿Con qué frecuencia realiza los pedidos de compra de materiales dentales?

( ) De 1 a 6 días

( ) De 7 a 15 días

( ) Cada mes

( ) Más de un mes

5. ¿Cuáles son las marcas con las que usualmente trabaja? Enumere en orden de uso (siendo el 1 la más utilizada y el 5, la menos utilizada).

( ) 3M Dental

( ) Coltene

( ) Kuraray

( ) Dentsply

Ivoclar

Otro: \_\_\_\_\_

6. ¿Cuál es su presupuesto mensual para compra de materiales dentales?

₡0,000 a ₡25,000

₡25,001 a ₡50,000

₡50,001 a ₡75,000

₡75,001 a ₡100,000

Más de ₡100,001

7. ¿En el momento de adquirir los materiales dentales qué es lo primero que toma en cuenta?

Enumere en orden de importancia (siendo el 1 el más importante y el 11, el menos importante).

Amabilidad y cordialidad en la atención

Calidad de la Atención vía telefónica

Calidad de materiales

Conocimiento de los productos por parte del personal

Disponibilidad de catálogo virtual

Garantía de fábrica

Horarios de atención

Precio

Tiempo de entrega/o disponibilidad del material en Nicoya

Ubicación

Variedad de materiales

Otro: \_\_\_\_\_

8. ¿Cuáles depósitos dentales utiliza más para realizar los pedidos de materiales dentales?

Enumere en orden de uso (siendo el 1 el más utilizado y el 7, el menos utilizado).

Carlos Izquierdo

Cosmodent S.A.

Dental Market

Lest Dental S.A.

Rino Dental

Star Dent

Supply Dent

Otro: \_\_\_\_\_

9. ¿Cuánto tiempo lleva comprando materiales dentales en su depósito dental de preferencia?

Menos de 1 año

De 1 año a 3 años

De 3 años a 5 años

Más de 5 años

10. ¿Cuál es el tiempo promedio de entrega de materiales dentales por parte de su principal proveedor?

Menos de un día

Un día hábil

Dos días hábiles

Cuatro días hábiles

Quincenal

11. ¿Cuál es el tiempo de entrega deseable para los pedidos?

- Menos de un día
- Un día hábil
- Dos días hábiles
- Cuatro días hábiles
- Quincenal

12. ¿Considera importante la ubicación de la empresa comercializadora de materiales dentales en el distrito de Nicoya?

- Sí
- No

¿Por qué? \_\_\_\_\_

13. ¿Cuáles días de atención a clientes considera más oportunos?

- De lunes a viernes
- De lunes a sábado
- Sábados
- Domingos

14. ¿Cuáles horarios de atención a clientes considera más oportunos?

- De 8:00 am a 5:00 pm
- De 9:00 am a 6:00 pm
- De 10:00 am a 7:00 pm
- De 1:00 pm a 8:00 pm

15. ¿Qué factores influyen a la hora de adquirir materiales dentales?

- Recomendaciones de otros especialistas dentales
- Por medio de promotores de las empresas comercializadoras de productos dentales.
- Beneficios (regalías, descuentos)
- Conocimiento propio

Otro: \_\_\_\_\_

16. En caso de comprar en una empresa proveedora:

- Prefiere que sea mediante E-Commerce
- Prefiere comprar de manera presencial
- Me es indiferente

17. ¿Alguna recomendación o sugerencia con respecto a la creación de la empresa dedicada a la comercialización de productos dentales?

---

**¡Muchas Gracias por su colaboración!**