

Universidad Latina de Costa Rica
Facultad de Ciencias Empresariales

Escuela de Administración de Negocios
Licenciatura en Administración de Negocios
Énfasis en Finanzas

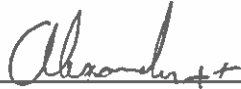
Trabajo Final de Graduación
Modalidad Tesis

**PROPUESTA DE UNA HERRAMIENTA FINANCIERA PARA
EVALUAR PROYECTOS DE INVERSIÓN DE COMERCIO
ELECTRÓNICO, SEGÚN PRINCIPIOS DE CREACIÓN DE
VALOR DE UNA EMPRESA PYME, EN COSTA RICA, AL 31
DE ENERO DE 2016.**

Autor (a)
Xochilt Paola Tenorio Rojas

Junio, 2016

CONSEJO ASESOR




Lic. Alexander Barboza Hidalgo

Tutor



Lic. Rodrigo Sánchez Chaverri

Lector



MBA. Sergio Alvarado Solano


Representante de Rectoría

TRIBUNAL EXAMINADOR



Lic. Alexander Barboza Hidalgo

Tutor



Lic. Rodrigo Sánchez Chaverri

Lector



MBA. Sergio Alvarado Solano

Representante de Rectoría

DECLARACIÓN JURADA

La suscrita, Xochilt Paola Tenorio Rojas con cédula de identidad número 155812451733, declaro bajo fe de juramento, conociendo las consecuencias penales que conlleva el delito de perjurio: Que soy la autora del presente trabajo final de graduación, modalidad tesis; para optar por el título de Licenciatura en Administración de Negocios con énfasis en Finanzas de la Universidad Latina de Costa Rica y que el contenido de dicho trabajo es obra original de la suscrita.

Heredia, 14 de Julio de 2016



Xochilt Paola Tenorio Rojas

Cédula: 155812451733

MANIFESTACIÓN EXONERACIÓN DE RESPONSABILIDAD

La suscrita, Xochilt Paola Tenorio Rojas con cédula de identidad número 155812451733, exonero de toda responsabilidad a la Universidad Latina de Costa Rica, así como al Tutor y Lector que han revisado el presente Trabajo Final de Graduación, para optar por el título de Licenciatura en Administración de Negocios con énfasis en Finanzas de la Universidad Latina de Costa Rica; por las manifestaciones y/o apreciaciones personales incluidas en el mismo. Asimismo, autorizo a la Universidad Latina de Costa Rica, a disponer de dicho trabajo para uso y fines de carácter académico, publicitando el mismo en el sitio web; así como en el centro de recursos para el aprendizaje y la investigación (CRAI).

Heredia, 14 de Julio de 2016



Xochilt Paola Tenorio Rojas

Cédula: 155812451733

AGRADECIMIENTOS

Infinitas gracias a mi Señor Jesús por su gracia, favor y misericordia sobre mi vida desde el inicio de la carrera hasta hoy donde concluyo esta etapa con éxito. Dios es la fuente de mi vida y sin Él nada de esto hubiese sido posible, es mi fuerza y el motor que me ha permitido lograr mis sueños. Me ha bendecido con todo lo necesario para lograr mis metas, mostrándome siempre el camino correcto por seguir, mi mejor amigo, consejero fiel, mi aliento en los momentos difíciles y quien me ha ayudado a ser la persona que soy.

Xochilt T.

DEDICATORIA

A Dios nuestro creador por su infinito amor, fuente de toda inteligencia y sabiduría, por permitirme materializar este logro de muchos más que vendrán.

A mis queridos y amados padres Georgina y Ramón porque me ayudaron a salir adelante y me enseñaron que para tener éxito en la vida debo depositar mi confianza en Dios, por ser cada uno de ellos un pilar fundamental en mi vida, así como un ejemplo de esfuerzo y superación. Brindándome la fortaleza necesaria para salir adelante haciendo de mí una mejor persona. Todo este esfuerzo es por ustedes porque admiro su fortaleza y confianza que provienen de Dios.

A mis hermanos Orlando, Ninoska y Katherine han sido un apoyo incondicional en mi vida.

A todas las personas que han permanecido a mi lado y de alguna u otra forma también son parte de este logro.

Gracias por su Amor...

Xochilt T.

Contenido

INTRODUCCIÓN.....	vi
CAPÍTULO 1.....	1
PROBLEMA Y PROPÓSITO	1
Estado actual sobre el objetivo de estudio	2
Antecedentes del Comercio Electrónico en Costa Rica.....	2
Planteamiento del problema de investigación.....	7
Planteamiento de la situación problemática	7
Formulación del problema general y sub-problemas.....	8
Justificación del estudio de investigación.....	9
Justificación teórica	9
Justificación metodológica	10
Justificación práctica	10
Objetivo de la investigación e hipótesis.....	11
Objetivos del estudio	11
Hipótesis u objeto de estudio.....	12
Alcances y Limitaciones de la investigación	13
Alcances	13
Limitaciones	14
CAPÍTULO 2.....	15
MARCO TEÓRICO	15
Marco Situacional	16
Contextualización del objeto de estudio.....	16
Marco Teórico del objeto de estudio.....	20

Definición, caracterización de una empresa PYME en Costa Rica y el Comercio Electrónico.	20
Evaluación de proyectos de inversión: herramientas financieras para analizar la creación de valor.	42
CAPÍTULO 3.....	44
MARCO METODOLÓGICO	44
Definición del enfoque metodológico y método de investigación.....	45
Enfoque Metodológico	45
Método de investigación.....	45
Sujetos y fuentes de información	46
Sujetos de información	46
Fuentes de información.....	46
Definición de variables: conceptual, operativa e instrumental	48
Conceptual	48
Operativa 48	
Instrumental	48
Instrumentos y técnicas utilizadas en la recopilación de los datos	50
Selección de técnicas	51
Sustentación de la confiabilidad y la validez de los instrumentos de recolección datos de la investigación.....	51
Selección de las técnicas del dato cuantitativo	52
CAPÍTULO 4.....	53
ANÁLISIS DE DATOS.....	53
Análisis Cuantitativo.....	54
Interpretación de los resultados.....	67
CAPÍTULO 5.....	69

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	69
Conclusiones	70
Recomendaciones.....	75
CAPÍTULO 6.....	77
PROPUESTA	77
Herramienta de evaluación de proyectos de comercio electrónico de una empresa PYME de acuerdo a los principios de creación de valor al 31 de enero 2016.	78
CAPÍTULO 7.....	85
BIBLIOGRAFÍA, ANEXOS Y APENDICE.....	85
Bibliografía 86	
Bibliografía citada	86
Webgrafía	87
Glosario y Abreviaturas	89
Glosario 89	
ANEXOS	90
Anexo 1 91	
Anexo 2 106	
APÉNDICE	108

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1: Número de PYME por tamaño 2014.....	16
Figura N° 2: Distribución por sectores del empleo para el 2014 generado por las PYME.....	17
Figura N° 3: Penetración del comercio electrónico de la población internauta española de 16 a 55 años de a mayo 2015.....	18
Figura N°4: Diagrama de principio y creación de valor.....	29

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N°01: Tarifas del impuesto sobre las utilidades para personas jurídicas.....	23
Tabla N°02: Tarifas del impuesto sobre las utilidades para personas físicas con actividad lucrativa.....	24
Tabla N°03: Principales métodos de valoración financiera.....	36
Tabla N°04: Definición de variables.....	48
Tabla N°05: Condiciones de financiamiento del Banco Popular.....	54
Tabla N°06: Condiciones de financiamiento del Banco Nacional.....	56
Tabla N°07: Condiciones de financiamiento del Banco Costa Rica.....	57
Tabla N°08: Condiciones de financiamiento del Banco BAC San José.....	58
Tabla N°09: Condiciones de financiamiento del Banco Improsa.....	60
Tabla N°10: Condiciones de financiamiento del Banco BCT.....	61

Tabla N°11: Resumen condiciones de financiamiento entidades financieras nacionales.....	63
Tabla N°12: Cotización para el desarrollo del Comercio Electrónico realizado por ZEWS S.A., 2016.....	64
Tabla N°13: Planes de mantenimiento página web.....	66
Tabla N° 14: Cotización por tipo de empresa PYME.....	66

INTRODUCCIÓN

La Real Academia Española define investigación como “la que tiene por fin ampliar el conocimiento científico, sin perseguir, en principio, ninguna aplicación práctica” (prr1). En palabras de Hernández, Fernández y Baptista (2014), se “concibe como un conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno” (p.4).

La investigación en las finanzas juega un papel clave para la formación de los estudiantes en el área de las finanzas, ya que cumple con dos objetivos, produce conocimiento y teorías, así como brindar ayuda para resolver problemas de la vida cotidiana.

Cabe destacar, que la investigación financiera relacionada con el comercio electrónico, es de importancia porque en el nivel mundial ha demostrado ser un campo con un gran crecimiento económico debido al aumento en las ventas de las empresas por este medio y sin duda es un caso de éxito que apunta a ser el negocio con una gran rentabilidad en el futuro.

En los últimos años la investigación financiera en las empresas PYME ha estado orientada en resolver los siguientes problemas:

1. Identificarlas y darles seguridad jurídica: lo que ha permitido orientar la política pública para ampliar el tratamiento de las PYME y priorizar en los sectores que generen mayor impacto en el país. Además, se han logrado definir áreas estratégicas para impulsar el desarrollo de emprendimientos y contribuir con el desarrollo de las PYME; acceso a financiamiento, acceso a mercado, articulación productiva, servicios de desarrollo empresarial y tecnológico.
2. Propiciar herramientas para el financiamiento: el acceso al financiamiento es esencial para lograr el crecimiento de las PYME, la consolidación y permanencia en el mercado.
3. Formación y capacitación: ha contribuido a consolidar acciones para mejorar el ambiente competitivo nacional, donde la PYME costarricense cuente con capacitación especializada, asistencia técnica y asesoría, realice trámites más ágiles y cuente con un espacio donde pueda participar en el desarrollo económico regional.

Lo anterior evidencia la carencia de investigación acerca de cómo el uso del comercio electrónico puede generar valor en una empresa PYME.

El objetivo principal de realizar una investigación de este tipo es gracias al paradigma de las tecnologías de información y comunicación, especialmente al desarrollo del internet y su penetración en la vida diaria de las personas y en las actividades comerciales, el comercio electrónico aparece como un nuevo canal de ventas, compitiendo y sustituyendo al comercio tradicional, bajo esta premisa se fundamenta la importancia para las empresas PYME, pues genera grandes oportunidades de crecimiento para sus negocios.

En una investigación sobre internet y comercio electrónico en Costa Rica y la importancia de una regulación adecuada (Chen, 2007) identificó que la legislación actual costarricense no permite resolver satisfactoriamente los conflictos que se producen entre el consumidor y el comerciante es una relación contractual por medios electrónicos.

Si bien es cierto, es deber del Estado garantizar al usuario sus derechos como consumidor y resguardar sus intereses.

Por otra parte al proveedor le interesa proteger los derechos de propiedad intelectual o industrial, que el bien o servicio dado sea pagado por el consumidor y protección contra la competencia desleal (Chen, 2007).

Según estudio de Red 506 del periódico El Financiero (2015), en un entorno altamente volátil en el que vivimos, hay que buscar e identificar aquellas oportunidades que constituyan creación de valor.

Al diseñar una herramienta financiera de evaluación proyectos de inversión de comercio electrónico conforme a los principios de creación de valor está relacionada con el hecho que el comercio electrónico es la manera de llegar al consumidor final, de ampliar su mercado, además de ser la forma de venta con más futuro, permite visualizar una forma innovadora de crear un negocio en Costa Rica.

CAPÍTULO 1

PROBLEMA Y PROPÓSITO

Estado actual sobre el objetivo de estudio

Antecedentes del Comercio Electrónico en Costa Rica.

Según Schneider define el comercio electrónico como:

A finales de la década de 1990 el comercio electrónico emergía como una forma de hacer negocios; en esa época sólo algunas empresas realizan transacciones de compra-venta en línea; vendían sus productos en tiendas físicas o tomaban pedidos por teléfono y correo. Sin embargo, pocas habían establecido una firme posición en línea. Amazon.com crecía con rapidez en la venta de libros y eBay tomaba la delantera como sitio rentable de subastas (Schneider, 2013, p. 3).

En Costa Rica el primer ejemplo de comercio electrónico fue en 1991, la Bolsa Nacional de Valores y a diferencia de otros países nunca hubo comercio basado en tecnología de procesamiento centralizado. A inicios de 1997 había 183 servidores Web y el comercio electrónico era muy incipiente (Informe Programa Sociedad de la Información y el conocimiento (PROSIC), 2008).

Sin embargo, en los últimos años Costa Rica ha realizado cambios importantes en varios aspectos relevantes para el desarrollo del comercio electrónico, entre ellos el aumento de las conexiones de banda ancha, la consolidación de plataformas bancarias con el uso intensivo de las TIC y para finales del 2008 el establecimiento de la firma electrónica; medidas que favorecen y facilitan dicha actividad.

De acuerdo con el estudio Red 506 del Financiero (2016), revela que dos de cada diez usuarios realiza compras en línea, especialmente ropa y calzado, tecnología, juegos y artículos para el hogar y además no se registran compras de alimentos y bebidas. También mostró que los jóvenes (de 18 a 35 años) son los más asiduos visitantes a sitios web los que más han realizado compras en línea tanto en sitios web como en Facebook.

El desarrollo del comercio electrónico en el país, requiere de un marco general de regulación que norme los asuntos como: propiedad intelectual, contrataciones electrónicas, el cobro de impuestos, protección de los consumidores, contenidos ilegales, uso abusivo de datos

personales, delitos informáticos. Además es necesario tener altos niveles de seguridad para las transacciones y medios de pago electrónicos (Chen, 2007).

De acuerdo con el estudio de Guidelines on the protection of Privacy and Transborder Flows of Personal Data realizado por la Organización de Cooperación de Desarrollo Económico (OCDE) (2013), un problema que surge con el comercio electrónico es que los propios avances tecnológicos hacen que los cambios sean más rápidos que las políticas gubernamentales. Y además la seguridad también depende de buenos procedimientos de organización, operativos y administración.

La Organización de Cooperación de Desarrollo Económico (OCDE) realizó una serie de recomendaciones bajo el título de Guidelines on consumer Redress: Chargebacks (1999), puesto que los mecanismos de defensa del consumidor en el comercio electrónico tienen bastantes limitaciones, por la difusa territorialidad.

Cabe señalar según publicación del periódico El Financiero (2015), que las empresas en Costa Rica les hace falta desarrollar una visión digital, las que deseen explotar las oportunidades en un mercado de usuarios ultraconectados, se les obliga a resolver sus temores sobre la rentabilidad de las plataformas de ventas en internet, redes sociales y apps; y la reducida oferta.

Políticas públicas e iniciativas privadas sobre el Comercio Electrónico.

En Costa Rica, no se ha definido un marco legal específico para el comercio electrónico, sin embargo, se puede acudir a la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa efectiva del Consumidor, puesto que “obliga al Estado a ejercer tutela y vigilancia continua de las operaciones de comercio que afecten al consumidor” (art.42).

La Comisión de la Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional (CNUDMI), ha realizado un esfuerzo importante, pues emitió la Ley Modelo para la Regulación del Comercio Electrónico junto con una guía para su aplicación en el derecho interno, con el fin de que los países lo apliquen a su legislación nacional (Chen, 2007).

La promulgación de la Ley 8454 de Firma Digital y Certificados Digitales en agosto del 2005, el proyecto de Ley de Delitos Informáticos y el proyecto de Ley del Comercio Electrónico son iniciativas del país para dar un marco jurídico adecuado con el fin de promover el desarrollo del comercio electrónico.

La CAMTIC formula y dirige el Plan Estratégico de Desarrollo Nacional del Sector TIC en el país, cuyo propósito fundamental es robustecer las fortalezas y minimizar las debilidades del sector. (Informe de PROSIC, 2008).

Cabe destacar el programa Link, el cual forma parte de los proyectos de CAMTIC, el cual tienen como objetivo impulsar un entorno favorable que vincule el sector privado en el desarrollo de las PYMES de base tecnológica en Costa Rica. Es una iniciativa de fortalecimiento, provee soluciones accesibles a los retos tradicionales que enfrentan los emprendimientos de pequeñas y medianas empresas. (Informe PROSIC, 2008).

El sector privado se vio obligado a tomar la iniciativa para determinar el rumbo a seguir, el cual define la estrategia para el sector con el objetivo de articular esfuerzos para optimizar el uso de los recursos (financieros, humanos, infraestructura y tecnológicos) y formar los componentes necesarios para la creación de un ambiente propicio para el crecimiento del sector TIC. La estrategia se basa con la categorización de cuatro elementos integrados en el TIC. (Informe de PROSIC, 2008).

En el sector público algunas instituciones como el Instituto Costarricense de Electricidad (ICE), desarrollan e impulsan políticas paralelas que han influido en el desarrollo en el sector TIC, como la aprobación de las leyes dentro del Plan Maestro de Gobierno Digital y se proponen 13 proyectos de ley divididos en tres categorías; Leyes necesarias para la promoción de la informatización, Leyes necesarias para la promoción de la industria TIC y Leyes necesarias para la construcción de la infraestructura TIC. (Informe de PROSIC, 2014).

Antecedentes de las empresas PYMES.

Con la creación de la Ley de Fortalecimiento de las Pequeñas y Medianas Empresas (Ley no.8262) el 17 de mayo del 2002, se indica que la PYME debe ser una unidad productiva de carácter permanente y que cotice al menos a dos cargas fiscales, sociales y laborales que existen en el país.

El informe del Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC) para 2014 revela que el 94% del parque empresarial estuvo conformado por 72,6% micro, 12,8% pequeñas y 14,6% medianas empresas. Las PYMES generan en el país un total de 178.862 empleos y estos están constituidos según sector económico en 33% comercio, 6% Tecnología de Información, 38% servicios y 23% Industria.

Además, para el 2014 un 13% de las exportaciones FOB totales provienen de las PYMES, y de estas, un 62% fue originado por las medianas empresas. Cabe destacar que para el año 2013 aportaron 32% al PIB (Producto Interno Bruto). (Estado de Situación de las PYME en Costa Rica, 2014).

Políticas públicas e iniciativas privadas sobre PYMES.

El marco normativo de las PYME delimita aspectos importantes del sector, como su definición y el aparato estatal que acompaña y fortalece a las PYMES.

A continuación se resume la normativa dirigida a las PYMES;

- Ley 8262: Fortalecimiento de las pequeñas y medianas empresas. Es la ley más importante entorno a las PYME y las herramientas que otorga para ejercer la rectoría de la PYME al MEIC.
- Decreto Ejecutivo 37121: Reglamento General de la Ley 8262 que detalla aspectos cuantitativos para definir a las PYME.

- Ley 8220: Brinda protección del exceso de requisitos y trámites administrativos, esto beneficia con mayor intensidad a la PYME al tener por lo general menores recursos administrativos.
- Ley 8634: Crea el Sistema de Banca para el Desarrollo (SBD) con foco de atención a la PYME, donde el MEIC preside el Consejo Rector de la SBD.
- SUGEF 15-10: Define los lineamientos y parámetros para otorgar la calificación crediticia de los usuarios del SBD.
- CGR DFOE-EC-IF-03-2012: Informe de la Contraloría General de la Republica donde ratifica la rectoría PYME del MEIC y rescata la necesidad de contar con un sistema de información PYME.
- Ley 7210: Ley de Zona Franca, que incluye el fortalecimiento de los encadenamientos con la Zona Franca por el resto de la economía. Por tanto genera un canal de crecimiento importante para las PYME.
- Política Pública de Fomento a las PYME y al Emprendedurismo (POFOPYME): Promueve el acceso de las PYME a diferentes canales de comercialización locales e internacionales. Establece como ejes de acción transversales de la Política PYME la equidad de género, compromiso con el ambiente, juventud e interculturalidad.
- Política Nacional de Emprendedurismo (PNE): Establece acciones para fortalecer, complementar y coordinar las acciones a favor de la PYME entre CINDE-COMEX-PROCOMER y MEIC.

Planteamiento del problema de investigación

Planteamiento de la situación problemática

La falta de regulación del gobierno para crear políticas que apoyen a los usuarios en el tema de la seguridad y confianza para realizar sus compras en línea, sin necesidad de desplazarse hasta la tienda, por otra parte, está el tema de la idiosincrasia costarricense, pues el estudio de Red 506 desarrollado por el periódico El Financiero (2016), señalan en la investigación cualitativa del uso de la tecnología en las generaciones Millenials y Zeta, realizado por Dichter y Neira Research Network demuestran que falta dejar la timidez para comprar en línea.

Entre los problemas que presentan las pequeñas y medianas empresas que se dedican al comercio electrónico encontramos, falta de apoyo institucional, falta de personal especializado, falta de financiamiento y la imposibilidad de acceso a un mercado suficientemente amplio.

Si bien es cierto, los consumidores del comercio electrónico buscan mejores precios, conveniencia y variedad, así como seguridad, confianza y productos del comercio exterior que no se encuentren en el comercio local.

La presente investigación nace con el fin de apoyar a los emprendedores al diseñar una herramienta financiera para evaluar proyectos de inversión de comercio electrónico conforme a los principios de creación de valor para lograr posicionarse en el mercado y contribuir con el desarrollo económico en el país.

Formulación del problema general y sub-problemas

Problema General.

Desarrollar una investigación enfocada en cómo el comercio electrónico puede generar valor en una empresa PYME basado en la utilización de una herramienta financiera.

Diseñar una propuesta de una herramienta financiera para evaluar proyectos de inversión de comercio electrónico según principios de creación de valor de una empresa PYME en Costa Rica al 31 de Enero de 2016.

Sub-problemas.

1. Identificar correctamente los componentes de generación de valor de una empresa PYME en Costa Rica
2. Diseñar una clasificación de un proyecto de comercio electrónico adecuada a las empresas PYME en Costa Rica
3. Obtener información relevante y fehaciente especializada de mercado sobre el costo y características de un proyecto de comercio electrónico al 31 de enero de 2016
4. Identificar las fuentes actualizadas de financiamiento para proyectos de comercio electrónico en Costa Rica
5. Desarrollar información estadística para determinar la viabilidad económica de proyectos de inversión de comercio electrónico en una empresa PYME.
6. Identificar las políticas públicas e iniciativas privadas sobre el comercio electrónico y las PYME.
7. Determinar las herramientas financieras para evaluar proyectos de inversión de comercio electrónico.
8. Desarrollar una guía de implementación de una herramienta financiera para evaluar proyectos de inversión de comercio electrónico según principios de creación de valor para una empresa PYME.

Preguntas de investigación

1. ¿Cómo se lleva a cabo una investigación cuantitativa para la propuesta de una herramienta financiera para evaluar proyectos de inversión?
2. ¿En qué consiste el comercio electrónico en Costa Rica?
3. ¿Cuál es la regulación jurídica del comercio electrónico en Costa Rica?
4. ¿Cuál es la definición y características de las pequeñas y medianas empresas en Costa Rica?
5. ¿Cuál es el marco jurídico que regula las empresas PYME en el país?
6. ¿En qué se fundamenta los principios de creación de valor de una empresa PYME?
7. ¿En qué benefician los principios de creación de valor a las empresas PYMES?
8. ¿Cuál es la mejor teoría financiera moderna de la maximización de valor de la empresa PYME?
9. ¿Cómo puede una empresa PYME evaluar eficazmente la viabilidad de un proyecto de comercio electrónico según los principios de creación de valor?
10. ¿Cómo se establece una guía de implementación para evaluar proyectos de inversión de comercio electrónico según principios de creación de valor de una empresa PYME en Costa Rica?

Justificación del estudio de investigación

Justificación teórica

Las herramientas financieras es la manera en que los administradores financieros se apoyan para analizar la información contenida en los estados financieros de las empresas con la finalidad de identificar y diagnosticar problemas que se están gestando y para evaluar el progreso de la empresa en el logro de sus metas.

Estas acciones tienen el objetivo de preservar y crear valor para los dueños de la empresa, para esto utilizan las razones financieras, ya que los estados financieros y las razones financieras se basan en un concepto de acumulación y presentan una visión amplia de los aspectos importantes de riesgo y rendimiento. (Gitman y Zutter, 2014)

Afirman Copeland, Koller y Murren, una empresa crea valor obteniendo una rentabilidad de su capital invertido superior al costo de oportunidad del capital. (Chu citando a Copeland, Koller y Murren, 2012).

Por otra parte, Darmodaran señala, el valor de una empresa tiene tres componentes: el primero es la capacidad para generar flujos de fondos de los activos existentes, el segundo es la voluntad de reinvertir para crear futuro crecimiento y el último es que el costo de capital no deba ser alto. (Chu citando a Darmodaran, 2012).

Lo expuesto anterior muestra que la teoría respalda la propuesta que se quiere realizar para evaluar proyectos de inversión dedicadas al comercio electrónico.

Justificación metodológica

El realizar una investigación cuantitativa de la propuesta de una herramienta financiera para evaluar proyectos de inversión de comercio electrónico según principios de creación de valor de una empresa PYME significa una oportunidad para relacionar aportes de investigaciones cualitativas recientes sobre las empresas PYMES, las inquietudes y retos del sector empresarial y el conocimiento académico acerca de las herramientas financieras y los principios de crear valor a las empresas.

Finalmente, dentro de los resultados esperados de la investigación se encuentra la identificación de nuevos problemas que requiera formular nuevos temas de investigación para ser abordados con métodos de investigación cuantitativa.

Justificación práctica

En esta investigación se pretende resaltar la importancia y la utilidad del uso correcto de herramientas financieras con la finalidad de crear valor a la empresa PYME.

Desde el punto de vista interno beneficiará a los estudiantes del área de finanzas, ya que podrán utilizar información proporcionada en la investigación para ampliar conocimientos sobre PYME en el comercio electrónico.

Además, será posible adecuar para las PYMES un modelo con base en herramientas financieras para evaluar la viabilidad de incorporar un proyecto de inversión de comercio electrónico en el país.

El aporte que esta investigación brinda a las empresas PYMES se fundamenta en la elaboración de una guía de implementación para evaluar proyectos de inversión de comercio electrónico según principios de creación de valor.

Objetivo de la investigación e hipótesis

Objetivos del estudio

Para el desarrollo de la presente investigación se formulan los siguientes objetivos:

Objetivo general

Diseñar una herramienta financiera que evalúe proyectos de inversión de comercio electrónico según principios de creación de valor de una empresa PYME, por medio de una propuesta basada en resultados de la investigación cuantitativa, al 31 de enero de 2016.

Objetivos específicos

1. Identificar y caracterizar las empresas PYMES en Costa Rica al 31 de Enero de 2016, por medio de la Ley No 8262 y recopilar información de las entidades gubernamentales.
2. Describir el comercio electrónico en Costa Rica al 31 de Enero de 2016, con información extraída de fuentes bibliográficas.

3. Identificar las principales instituciones gubernamentales y no gubernamentales relacionadas con las empresas PYMES y el comercio electrónico en Costa Rica, con base en estudios realizados por entidades gubernamentales e información estadística.
4. Definir técnicamente las herramientas financieras que evalúen proyectos de inversión (VAN, TIR) y el desempeño de la empresa.
5. Adaptar la mejor teoría financiera moderna de la maximización de valor de la empresa con la PYME de comercio electrónico.
6. Diseñar una herramienta de evaluación de proyectos de comercio electrónico conforme con los principios de creación de valor.
7. Establecer una guía para evaluar proyectos de inversión de comercio electrónico, según principios de creación de valor de una empresa PYME en Costa Rica.
8. Presentar los principales hallazgos y recomendaciones de la investigación realizada durante el desarrollo de este proyecto.

Hipótesis u objeto de estudio

El comercio electrónico nace con el desarrollo del internet y su penetración en la vida de las personas y sus actividades comerciales, lo que ha generado oportunidades para que empresas encuentren nuevas formas de comercializar sus productos y servicios.

Por otra parte, las empresas PYMES han logrado impulsar el crecimiento económico del país y ser generador de empleos en busca de eliminar la pobreza extrema y la desigualdad.

En el tema sobre comercio electrónico se puede afirmar que una de las causas del problema de la poca participación en el sector empresarial, se debe a:

- La inexistencia de herramientas de evaluación financiera de proyectos de comercio electrónico.
- La recién incorporación del término comercio electrónico en el contexto costarricense sobre el cual aún hoy, hay poca información estadística y mucho menos investigación

financiera en relación con respecto de la viabilidad del comercio electrónico en una empresa PYME.

El proceso de diseñar una herramienta financiera para evaluar proyectos de inversión de comercio electrónico traerá como resultados:

- Un modelo práctico en el cual los empresarios de PYMES podrán utilizar como guía para anticipar la rentabilidad del proyecto al que pretenden invertir sus recursos.
- Clasificará las empresas PYMES en micro, pequeña y mediana de acuerdo a los criterios del Ministerio de Economía, Industria y Comercio, en el que se aplicará la ecuación matemática.
- Logrará identificar los requerimientos financieros, legales y tecnológicos para establecer una empresa PYME dedicada al comercio electrónico según principios de creación de valor con vigencia en Costa Rica.
- Describirá las condiciones y requerimientos solicitados por las entidades financieras para adquirir financiamiento las empresas PYMES en Costa Rica.

Alcances y Limitaciones de la investigación

Alcances

Entre los alcances de esta investigación se identifican:

- El sujeto de investigación es el comercio electrónico como medio para desarrollar un proyecto de inversión basado en los principios de las PYMES definidas conforme a la autoridad asignada por la ley 8262, ley de fortalecimiento de las pequeñas y Medianas Empresas en Costa Rica y sus reformas.

- El marco teórico empleado para definir las herramientas financieras para evaluar proyectos de inversión.
- El marco teórico ligado a la definición del cálculo de la creación de valor para una empresa PYME.
- La propuesta de una herramienta financiera para evaluar proyectos de inversión de comercio electrónico según principios de creación de valor de las PYMES en Costa Rica.
- La propuesta de una herramienta financiera para evaluar proyectos de inversión de comercio electrónico se realizó conforme a la información relevante disponible al 31 de enero de 2016.

Limitaciones

Las limitaciones inherentes a la investigación son las siguientes:

- La disponibilidad de información actualizada y verídica acerca de la experiencia de las PYMES, será realizada conforme a los criterios definidos por las autoridades competentes en Costa Rica en investigaciones previas.
- En Costa Rica las empresas PYMES mantienen de manera confidencial y resguardada la información financiera, ya que la gran mayoría no cotiza en la bolsa sus acciones, por lo que su información no es de carácter público.
- La caracterización e identificación del comercio electrónico en Costa Rica se basa en información definida por las autoridades competentes en el área de tecnología y comunicación en investigaciones anteriores.

CAPÍTULO 2

MARCO TEÓRICO

Marco Situacional

Contextualización del objeto de estudio

Según el informe del Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC) (2014), en Costa Rica para el año 2014 el parque empresarial PYME está conformado por 22.979 micro, 4.050 pequeñas y 4.628 medianas empresas, para un total de 31.657 PYME.

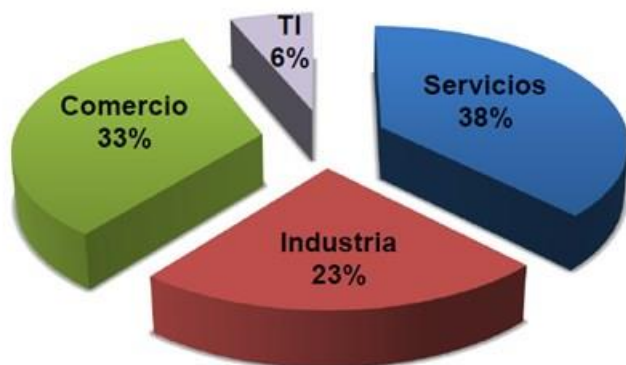
Figura N°1: Número de PYME por tamaño 2014



Fuente Informe Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC). Estado de situación de las PYME en Costa Rica 2014.

El empleo generado por el parque empresarial es de 178.862 para el país. La distribución de este empleo está conformada según sector económico con el mayor porcentaje en el sector servicios seguido por el sector comercio y de último el sector de tecnología de información, con lo que se puede inferir que las PYME del sector comercio y servicio generan el 71% del empleo.

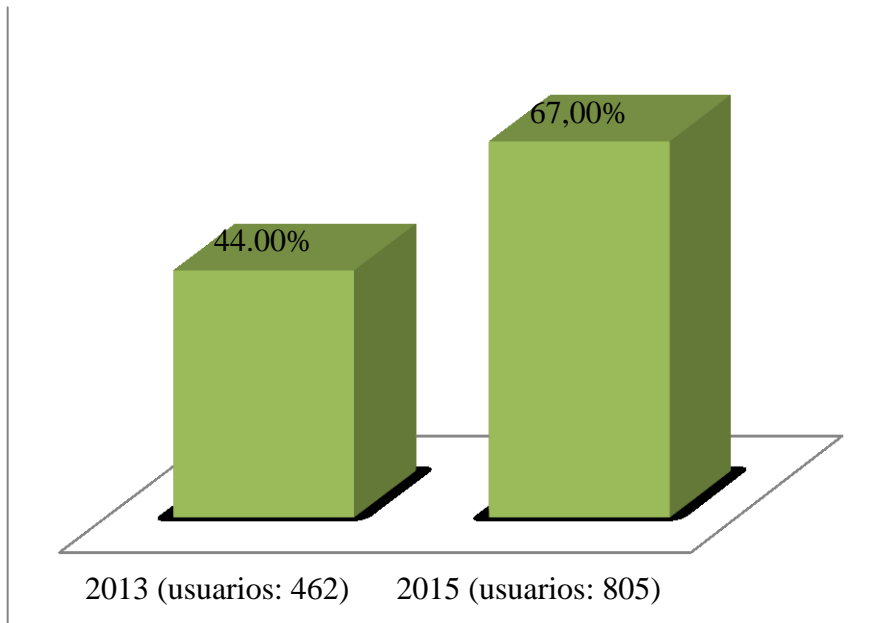
Figura N° 2: Distribución por sectores del empleo para el 2014 generado por las PYME



Fuente Informe Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC). Estado de situación de las PYME en Costa Rica 2014.

El comercio electrónico en las PYMES en Costa Rica como medio de generar empleo en el país se encuentra en etapa incipiente, lo que hace que el país se encuentre rezagado en comparación con países que han explotado este nicho de comercio y además aún no parece que el cambio comience a surgir, por diversas razones entre ellas se pueden mencionar, las deficiencias en el marco regulatorio, la penetración de la banda ancha y la cobertura de red, por otra parte le quedan más tareas pendientes como la cantidad de días para iniciar una empresa y los trámites que estos requieren son engorrosos y burocráticos. Como segundo problema, la falta de un proyecto en el país para el desarrollo de la sociedad de la información, que abra paso al comercio electrónico.

Figura N° 3: Penetración del comercio electrónico de la población internauta española de 16 a 55 años de a mayo 2015.



Elaboración del investigador con información recopilada del Estudio eCommerce IAB Spain, 2015.

El estudio eCommerce IAB Spain (2015), registra un incremento del 52% para el periodo del 2013 a mayo 2015, los jóvenes entre edades de 16 a 30 años son los que compran con mayor frecuencia en el comercio electrónico, sin embargo los adultos de edades entre 40 a 55 años incurren en un mayor gasto por acto de compra, aunque con menor frecuencia. Entre los productos con mayor hábito de consumo se encuentran los de tecnología y comunicación, seguido por ocio y cultura, luego viajes o estancia y por último moda.

Por otra parte, el informe de IAB Spain para eCommerce (2014), el medio de pago elegido por los clientes con mayor frecuencia es la tarjeta de crédito. Sin embargo no es el método preferido, ya que la encuesta refleja que la mitad de los compradores prefieren Paypal como método de pago, por seguridad y fiabilidad, por otro lado el contrareembolso o la transferencia bancaria son los menos preferidos por los compradores online.

Problemas para el Comercio Electrónico

En su estudio, Seoane (2005) nos indica los problemas que mencionan las empresas que se dedican al comercio electrónico, son principalmente:

- La imposibilidad de acceso a un mercado suficientemente amplio.
- Limitaciones tecnológicas, tanto en la empresa como en los consumidores.
- Desconfianza en los sistemas de pagos.
- Falta de apoyo institucional.
- Problemas derivados de falta de financiamiento.
- Falta de personal especializado.

Seoane (2005), resume los problemas que perciben los consumidores en el comercio electrónico en los siguientes:

- Desconfianza en los medios de pago.
- Desconocimiento del medio.
- Desconfianza en el tratamiento de los datos personales.
- Desconfianza en que el producto cumpla las expectativas.
- Problemas en la recepción del producto.

Marco Teórico del objeto de estudio

Definición, caracterización de una empresa PYME en Costa Rica y el Comercio Electrónico.

En Costa Rica la definición de PYME la brinda la Ley # 8262 (2002) de Fortalecimiento de las pequeñas y medianas empresas y sus reformas, la define como:

Toda unidad productiva de carácter permanente que disponga de los recursos humanos, los maneje y opere, bajo las figuras de persona física o de persona jurídica, en actividades industriales, comerciales, de servicios o agropecuarias que desarrollen actividades de agricultura orgánica. (Art.3).

Características de las PYMES

Las pequeñas y medianas empresas o PYMES están compuestas por una cantidad limitada de personas o trabajadores, cuentan con recursos limitados.

La clasificación que determina el Reglamento de la Ley No. 8262 de acuerdo a un puntaje (P) obtenido, con el siguiente criterio:

<u>Clasificación</u>	<u>Criterio</u>
Microempresas	$P \leq 10$
Pequeña empresa	$10 < P \leq 35$
Mediana empresa	$35 < P \leq 100$

A continuación se muestra la fórmula para el cálculo del puntaje y la respectiva clasificación de una empresa como micro, pequeña y mediana empresa según el Ministerio de Economía Industria y Comercio (MEIC) del sector de comercio y servicios, así como el de industria:

Para el Sector Industrial:

$$P = [(0,6 \times pe/100) + (0,3 \times van/ \text{¢}600, 000,000) + (0,1 \times afe/ \text{¢}375, 000,000)] \times 100.$$

Para los sectores de comercio y servicios:

$$P = [(0,6 \times pe/30) + (0,3 \times van/ \text{¢}1, 200, 000,000) + (0,1 \times ate/ \text{¢}375, 000,000)] \times 100.$$

Dónde:

P : Puntaje obtenido por la empresa.

pe : Personal promedio empleado por la empresa durante el último periodo fiscal.

van : Valor de las ventas anuales netas de la empresa en el último periodo fiscal.

afe : Valor de los activos fijos netos de la empresa en el último periodo fiscal.

ate : Valor de los activos totales netos de la empresa en el último periodo fiscal.

Por otra parte, el valor de referencia de los parámetros utilizados está sujeto a revisión y actualización anual por parte del MEIC.

Debido a la importancia de las PYME como motor de la economía nacional, mediante a la Ley No. 8262 se establece al MEIC como ente rector de las PYMES en Costa Rica. (Estado de Situación de las PYMES en Costa Rica, 2013)

El informe del estado de situación de las PYMES (2013) demuestran que las políticas públicas por su parte han permitido que el Ministerio de Economía Industria y Comercio (MEIC) desde su rectoría, oriente las acciones que realizan diversas instituciones que brindan servicios de desarrollo empresarial a las PYMES, y de esta manera, se genere un mayor impacto en el desarrollo social y económico del país. A continuación se mencionan las dos políticas que nacen como visión estratégica del MEIC:

- Política Pública de Fomento a las PYME y al Emprendimiento: promueve el acceso de las PYME a diferentes canales de comercialización locales e internacionales.

Establece como ejes de acción transversales la equidad de género, compromiso con el ambiente, la juventud y la interculturalidad.

- Política Nacional de Emprendimiento: enfatiza la necesidad de ampliar programas públicos hacia emprendedores o empresas todavía no consolidadas, para mejorar la competitividad actual del país y democratizar las oportunidades.

Definición Persona Física y Jurídica.

Si bien es cierto, cualquier persona física o jurídica puede realizar negocios en Costa Rica, se define persona física como sustancia individual de naturaleza racional, es protagonista del derecho, es anterior, preexistente y trascendente al Derecho. Es sujeto de derechos y obligaciones (López, 2012).

Por otra parte, la persona jurídica, se define como las entidades u organizaciones humanas, que se crean para alcanzar fines tan amplios o duraderos que la vida humana no puede alcanzar y a las que el derecho atribuye personalidad (López, 2012).

Las leyes civiles y comerciales costarricenses establecen varias figuras jurídicas para enmarcar los negocios con rasgos similares a las figuras que se encuentran en otros países. El Código de Comercio establece y regula las entidades en el país, tales como; sociedad anónima (S.A.), la sociedad de capital por excelencia, en la que los socios están a salvo de toda responsabilidad derivada de la actividad de la entidad, la sociedad colectiva, la sociedad comandita y la sociedad de responsabilidad limitada (SRL) (Quesada, 2012).

Definición Impuesto Sobre la Renta.

La Ley del Impuesto Sobre la Renta No 7092 de 21 de abril de 1988 y sus reformas. Se subdivide en: Impuesto sobre las utilidades, impuesto al salario, impuesto sobre remesas al exterior y otras retenciones (Quesada, 2012).

El sistema de impuesto sobre la renta en Costa Rica está basado en el principio de territorialidad y en razón de dicho principio, solo aquella renta que se origine de una fuente

nacional está sujeta a este impuesto en Costa Rica, sin tomar en cuenta la nacionalidad, domicilio, o lugar de incorporación del contribuyente (Quesada, 2012).

La Renta de fuente costarricense es toda aquella que resulta de los servicios prestados, capital utilizado y propiedades localizadas en Costa Rica (Quesada, 2012).

Excepciones.

El estado, las municipalidades, agencias gubernamentales, entidades descentralizadas del gobierno, instituciones religiosas, cooperativas y organizaciones sin fines de lucro (Quesada, 2012).

Deducciones.

Circunscribe todos los costos y gastos necesarios y oportunos para producir la utilidad, entre ellos: salarios, y bonificaciones pagadas a empleados, intereses, deudas incobrables, depreciación, compensaciones a directores, honorarios por servicios profesionales (Quesada, 2012).

Tarifas del impuesto.

Según el Ministerio de Hacienda nos indica los siguientes rangos para el cálculo de dicho impuesto. El cual indica el porcentaje de impuesto que debe aplicar sobre la renta neta total el contribuyente con base en la renta bruta del periodo, en razón de contribuyente como persona física o jurídica.

Tabla N° 1: Tarifas del impuesto sobre las utilidades para personas jurídicas

	Período 2016	Tarifa
Ingresos brutos hasta	52,320,000.00	10%
Ingresos brutos hasta	105,241,000.00	20%
Ingresos brutos de más de	105,241,000.00	30%

Fuente: Elaboración propia con información obtenida del Ministerio de Hacienda, 2016.

Tabla N° 2: Tarifas del impuesto sobre las utilidades para personas físicas con actividad lucrativa

	Período 2016	Tarifa
Hasta	3,496,000.00	Exento
Sobre el exceso de	3,496,000.00 hasta 5,220,000.00	10%
Sobre el exceso de	5,220,000.00 hasta 8,708,000.00	15%
Sobre el exceso de	8,708,000.00 hasta 17,451,000.00	20%
Sobre el exceso de	17,451,000.00	25%

Fuente: Elaboración propia con información obtenida del Ministerio de Hacienda, 2016.

Definición Comercio Electrónico y su caracterización.

Según afirma Schneider (2013), “para muchos el término de comercio electrónico significa ir de compras a la parte de la internet llamado (World Wide Web; la red). No obstante el comercio electrónico o e-comercio también incluye otras actividades, como transacciones comerciales con otras empresas y procesos internos que las compañías utilizan para sustentar sus actividades de compra, venta, contratación, planificación y otras.” (p.5).

Matute G., Cuervo S., Salazar S. y Santos B. (2012), definen el comercio electrónico de la siguiente manera:

Se refiere al intercambio comercial que ocurre a través de internet. Las transacciones comerciales implican el intercambio de dinero de una organización o una persona natural y el retorno de un producto y/o servicio. El intercambio de valor es importante para entender los límites del comercio electrónico, pues sin intercambio de valor (dinero) no se trata de comercio. Partiendo de este concepto se presume que el comercio electrónico es la actividad que nace de la transmisión de un pedido originado a partir del intercambio de

comunicación, coordinación de flujo de bienes y/o servicios entre organizaciones y/o individuos, y viceversa. (p.17)

Schneider (2013), describe las categorías de comercio electrónico que podemos distinguir los cuales son (p.8):

- Negocio a consumidor (B2C): Las empresas venden productos o servicios a consumidores individuales.
- Negocio a negocio (B2B): Las empresas venden productos o servicios a otras compañías.
- Procesos empresariales que sustentan actividades de compra-venta: Empresas y otras organizaciones registran y utilizan información para identificar y evaluar a clientes, proveedores y empleados. Con cada vez mayor frecuencia, los negocios comparten esta información de forma cuidadosamente administrada con sus clientes, proveedores, empleados y socios empresariales.
- Consumidor a consumidor (C2C): Los participantes en un mercado en línea pueden comprar y vender productos entre sí. Debido a que solo una de las partes es la que vende, con lo que actúa como empresa, el presente texto trata las transacciones C2C como parte del comercio electrónico B2C.
- Negocio a gobierno (B2G): Las empresas venden productos o servicios a gobiernos y agentes gubernamentales. Este libro trata las transacciones B2G como parte del comercio electrónico B2C.

Cabe señalar que entre las características que se distinguen en el comercio electrónico en que permite que compañías ofrezcan y vendan productos o servicios, sobre este tema explican Matute, Cuervo, Salazar y Santos (2012) se encuentran: “la difusión, la publicación y la comercialización de un producto o servicio, el cual se realizan dentro de las siguientes pautas; ubicuidad, alcance global, estándares, multimedia, interactividad, densidad de la información y personalización”. (p.19)

Además, Matute, Cuervo, Salazar y Santos (2012), mencionan que “el sistema de negocios virtual para los mercados electrónicos se caracterizan por su aplicación sobre la plataforma

World Wide Web (www); la infraestructura técnica y organización requerida; el contenido, los productos y los servicios ofrecidos; los clientes, los proveedores y los distribuidores de la compañía, los organismos gubernamentales, etc.” (p.20)

En una investigación reciente de los medios de pago de la Asociación Española de la Economía Digital (adigital) (2012), explica desde la óptica de los comerciantes online, los principales criterios de selección de los medios de pago online; son la seguridad en las transacciones, eliminando la posibilidad de repudio de la operación por parte del comprador, en el mercado actual esta es la distribución actual de los medios de pago:

- **Contrareembolso:** Es el sistema más seguro para el comprador, que no pagará el producto hasta haberlo recibido en su domicilio y haber comprobado que está correcto.
- **Transferencia bancaria:** En este método de pago el comercio notifica al usuario una cuenta bancaria donde el cliente debe realizar una transferencia para que se gestione su pedido.
- **Domiciliación bancaria:** Este método se utiliza habitualmente en compras habituales y repetidas, o servicios de suscripción periódica, así como en entornos B2B (comercio entre empresas). Consiste en que el cliente facilita al comercio un número de cuenta bancaria para que este le gire un recibo con una periodicidad determinada.
- **Tarjeta de crédito/débito (TPV virtual):** Es el sistema de pago electrónico más común y aceptado hoy en día dado el uso generalizado de las tarjetas de crédito/débito (Visa, Mastercard, American Express, etc.).
- **Paypal:** Es el sistema alternativo de pago online avanzado y más utilizado a nivel internacional, presente en más de 190 países y con más de 200 millones de usuarios.
- **Nuevas tendencias:** Se destacan las siguientes opciones: SafetyPay, Allopas, Moneybookers.com, Pagantis, Paysafecard, así como la progresiva llegada de los servicios de pago de las grandes empresas de internet; Amazon Payments, GoogleWallet, Facebook credits, Pay with Square o las propias empresas de telecomunicaciones, que irán progresivamente extendiendo en el mercado su

servicio de pagos móviles basado en el cargo directo a la cuenta de teléfono (carrier billing).

Factores para un buen comercio electrónico.

Matute, Cuervo, Salazar y Santos (2012) proponen como factores los que se mencionan a continuación para un buen comercio electrónico (p.24):

- La asesoría de un experto, ya que internet es un nuevo medio en el que la experiencia contribuye a hacerlo bien.
- El hardware apropiado, que facilite el acceso al sistema y actualice la base de datos.
- Conexión a internet con banda ancha, poseer un dominio que represente mediante un nombre a la empresa.
- Tener una página web (base de datos), de preferencia con un diseño atractivo, y una base que soporte el volumen de la información sobre productos y servicios.
- Una cuenta bancaria para el cobro de los clientes.
- Servidor propio o en caso de no tener, cuentas de correo para facilitar la comunicación vía e-mail.
- Una certificación web segura que transmita a los usuarios la confianza de que sus datos están protegidos.
- Una logística que permita hacer llegar el producto de destino final en caso de bienes no digitales.

El proceso de creación de valor y conservación de valor.

El principio de creación de valor juega un factor importante en la vida de toda empresa, puesto, que su objetivo primordial es el perdurar y prosperar en el mercado en el que compite con otras empresas con mayor capital. Liria (2013) afirma “en términos simples, crear valor

significa que la inversión en la que está puesto el dinero rinde más de lo mínimo que se espera ganar” (p.17).

Por otra parte, Liria (2013) manifiesta que, “la creación de valor se produce cuando los accionistas reciben más de lo mínimo que esperaban ganar por invertir su dinero en la empresa”. (p.18). Si bien es cierto, el concepto de creación de valor se identifica con la generación de utilidades o riqueza por parte de la empresa para un periodo de tiempo y basado en este concepto se centran todas sus decisiones.

Para Ross S. y Westerfield R. (2012) “El valor de una empresa se obtiene multiplicando los flujos de efectivo netos por el factor de valor presente apropiado” (p.128).

Con la creación de valor los gerentes generan beneficios a nivel integral, ya que logran la maximización de los recursos de la compañía y se traduce en la oferta de más bienes, servicios y fuentes de trabajo. Dado que el valor tiene que ser medido, se necesita de tener un cálculo más preciso del valor y del retorno del capital invertido, para la medición de la rentabilidad, inversión y tasas mínimas de rentabilidad. (Chu, 2012).

Según indica Chu (2012), para crear valor la empresa debe hacer lo siguiente (p.21):

- a) Generar altos flujos de caja de los activos existentes, sin afectar el crecimiento.
- b) Reinvertir para obtener altos retornos, sin incrementar el riesgo de los activos.
- c) Reducir el costo de financiamiento.

Definición de los principales componentes del principio de creación y conservación de valor.

Para lograr un mayor entendimiento del principio de creación y conservación de valor se deben de considerar la definición de sus principales componentes que inciden en el mismo:

- Costo de Capital Promedio Ponderado (CCPP): Gitman y Zutter (2014), afirman que “refleja el costo futuro promedio esperado de los fondos a largo plazo; se

calcula ponderando el costo de cada tipo específico de capital de acuerdo con su proporción en la estructura de capital” (p.344).

Costo de Capital Promedio Ponderado de Capital (WACC por sus siglas en inglés) presenta la siguiente fórmula matemática:

W_i = proporción de la deuda a largo plazo

W_p = proporción de acciones preferentes en la estructura de capital

W_s = proporción de capital en acciones comunes en la estructura de capital

$$W_i + W_p + W_s = 1$$

- Costo de Capital: define Gitman y Zutter (2014), el costo de capital de una empresa como que “se calcula en un momento específico y refleja el costo futuro promedio esperado de los fondos a largo plazo utilizados por la empresa, este refleja la totalidad de las actividades de financiamiento” (p.333).
- Retorno sobre el capital invertido (ROIC por sus siglas en inglés): Es el índice de retorno de la inversión de la rentabilidad que se obtiene sobre el capital de los socios accionistas. El ROIC establece una relación porcentual entre la utilidad o ganancia y la inversión que se realiza.
Este indicador sirve para evaluar una empresa en marcha, si el resultado es positivo significa que la empresa es rentable y en el caso de ser menor o igual que cero, significa que los inversionistas están perdiendo dinero (Milla, 2011).
- Los ingresos “g” (por sus siglas en inglés): En una compañía aumentan o disminuyen ya sea por un incremento o una caída del precio, volumen ó una combinación de ambos. Los ingresos aumentan por diversas razones como formulación de nuevos productos, actividades promocionales, alianzas estratégicas con empresas del mismo sector industrial o con las que no pertenecen a ese sector,

entre otras. El componente “g” es la expresión porcentual de los ingresos respecto a un periodo comparativo (previo o expectativa) (Milla, 2011).

- Flujo de efectivo libre (FCF por sus siglas en inglés): “o flujo de efectivo total de una empresa, se refiere al efectivo que la empresa puede distribuir libremente entre los acreedores y accionistas porque no es necesario para las inversiones en capital de trabajo” (Ross y Westerfield, 2012, p.29).

El FCF es neto, Representa de manera efectiva los ingresos y egresos de efectivo de la compañía, ya sean por los ingresos en las ventas realizadas o por los egresos en el pago de los insumos para efectuar dichas ventas (Pérez, 2015). Presenta la siguiente fórmula matemática para su cálculo:

Tasa de descuento (“i”)

Flujo de caja para el momento “n” = (“CF” por sus siglas en inglés)

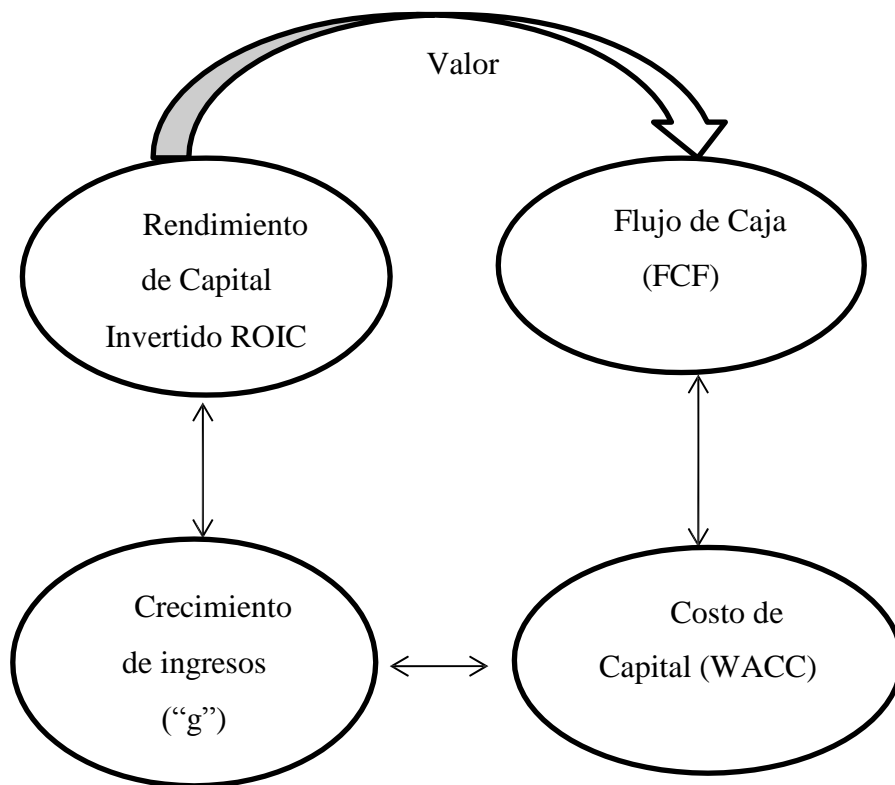
Valor residual en momento “n” = (“RV” por sus siglas en inglés)

$$FCF = \frac{CF_1 + CF_2 + CF_3 + CF_4 + CF_n + VR_n}{1+i (1+i)^2(1+i)^3(1+i)^4 (1+i)^n}$$

El principio de creación y conservación de valor establece una relación estrecha entre el ROIC, “g”, WACC y el FCF de una compañía. La alta gerencia de las compañías debe procurar el máximo retorno de los inversionistas (ROIC) a través de un crecimiento sostenido de sus ingresos (g) que garanticen los flujos de efectivo para los inversionistas (FCF) por encima de su capital invertido (WACC), solo de esta manera logran crear y conservar el valor (Casanovas y Santandreu, 2011).

La relación de los cuatro componentes descritos anteriormente se visualiza en el siguiente diagrama:

Figura N° 4: Diagrama de principio y creación de valor



Fuente: Elaboración propia con información obtenida de Casanovas y Santandreu, 2011.

Flujos de efectivo descontado de la empresa:

Casanovas y Santandreu, (2011) indican la metodología de valoración de la empresa basada en el descuento de flujos implica determinar el valor presente de los flujos de la compañía empleando para tal efecto una tasa de descuento que refleje el riesgo atribuible y el rendimiento esperado del inversionista.

Las etapas relativas al proceso de valoración por flujo descontado de la empresa se resumen a continuación:

Etapa N° 1: Determinación del valor operativo de la empresa:

Se procede a determinar el valor operativo de la compañía considerando proyecciones de ventas, gastos e inversiones de capital requeridas en un futuro con el objetivo de determinar los flujos de caja anuales proyectados. Estos flujos serán descontados Costo de Capital Promedio Ponderado de Capital (WACC por sus siglas en inglés).

Etapa N° 2: Calculo del Costo de Capital Promedio Ponderado de Capital (WACC por sus siglas en inglés):

Costo de Capital Promedio Ponderado de Capital (WACC) es la medición utilizada para reflejar el costo futuro promedio de los fondos a largo plazo, se realiza el cálculo ponderado del costo de cada tipo específico de capital de acuerdo con su proporción en la estructura de la compañía en la que se va aplicar dicha medición.

Para realizar el cálculo del costo de capital promedio ponderado, se debe de multiplicar el costo específico de cada forma de financiamiento por su proporción en la estructura de capital de la empresa, y se suman los valores ponderados resultantes. El costo de capital promedio ponderado se expresa mediante la sigla **ka**, como una ecuación matemática.

Etapa N° 3: Identificación, valoración y adicionar los activos no operativos:

Realizar la identificación de todos los activos no operativos que posee la empresa, dentro de los cuales se encuentran los activos financieros, que son el disponible que mantiene la empresa y las inversiones ya sean temporales o permanentes disponibles en el mercado de valor. Una vez analizados se podrá realizar con la debida valoración para así tener el valor de dichos activos. Estos activos deben adicionarse al valor operativo determinado en la etapa 1.

Etapa N° 4: Sustracción de la deuda y otras obligaciones no patrimoniales de valor operativo y no operativo de la empresa:

Las deudas de la empresa deben ser identificadas y valoradas para determinar el valor de la empresa, sin dejar de lado otras obligaciones no patrimoniales de las cuales en algunas ocasiones no son representadas en los estados financieros en estos casos se deberá de estimar según la información que se tenga.

Etapa N° 5: Determinación del precio por acción:

Después de realizar la etapa 4 el valor residual debe ser dividido entre número promedio de acciones comunes circulantes. De esta manera se determinara el valor patrimonial por acción.

Formulación matemática

Casanovas y Santandreu, (2011), concluyeron los términos claves para las fórmulas matemáticas para evaluar la creación y conservación de valor de una compañía se muestran a continuación:

Utilidad operativa ajustada de impuestos (NOPAT en sus siglas en inglés).

Capital invertido (“IC” por sus siglas en inglés): Representa el importe acumulado, la empresa ha invertido en su núcleo operaciones principalmente propiedades, planta y equipo y capital de trabajo.

Capital de trabajo neto (NETIC por sus siglas en inglés): Representa el incremento o decremento de inversión de capital del próximo periodo respecto al previo.

Tasa de inversión (“IR” por sus siglas en inglés): Es la porción de NOPAT invertida nuevamente en el negocio.

$$\text{FCF} = \text{NOPAT} - \text{NETIC}$$

$$\text{ROIC} = \frac{\text{NOPAT}}{\text{IC}}$$

$$\text{IR} = \frac{\text{NETIC}}{\text{IC}}$$

$$g = \text{ROIC} \times \text{IR}$$

$$\text{Valor compañía (“Value” por sus siglas en inglés)} = \text{IC} \times \text{ROIC} \times (1 - g)$$

$$\text{ROIC} = \text{WACC} - g$$

Proceso y metodología del modelo de fijación de precios de activos de capital

Para iniciar el proceso de valoración financiera debe considerarse la diferencia entre valor y precio. El proceso de valoración implica la consideración subjetiva de todos los elementos circundantes al elemento evaluado, el precio por su parte es el resultado de la negociación entre el comprador y el vendedor de la compañía, considerando el conocimiento e información disponible para ambos (Casanovas y Santandreu, 2011).

Considerando lo anterior cuando se va a realizar la valoración financiera debe hacerse por parte de una persona profesional en el área de las finanzas, preferiblemente independientes de la administración para evitar subjetividades tendientes a producir alguna distorsión en el valor de la compañía (Casanovas y Santandreu, 2011).

Casanovas y Santandreu (2011), manifiestan que previo a iniciar el proceso de valoración financiera debe considerarse los siguientes elementos:

- La valoración financiera se realizará sobre de la totalidad o de una parte de la compañía, ya que la interacción de todos los elementos tanto tangibles como intangibles, originan sinergias que incrementan el valor.
- El entorno concreto en el que tiene lugar la valoración financiera, en este caso se debe considerar las circunstancias ambientales, sociales, culturales, legales, y económicas.
- El momento temporal en el que tiene lugar la valoración financiera.
- Los riesgos asumidos en el proceso de valoración financiera, los cuales pueden llegar a ser más o menos probables, otros estarán latentes en el ámbito de algún comprador potencial, en la mayoría no se encuentran reflejados en los estados financieros excepto las insolvencias de los clientes o las pérdidas de valor en los activos.

En una compañía cuando se realiza una valoración financiera se expresa el valor en unidades monetarias del patrimonio de la compañía a la fecha de la valoración, considerando su actividad de negocios principal, su potencialidad de crecimiento y cualquier otra característica destacable.

Existen una serie de metodologías de valoración adecuadas a las diferentes circunstancias que se presentan en el siguiente cuadro:

Tabla N° 3: Principales métodos de valoración financiera.

Principales métodos de valoración					
Balance	Múltiples	Mixtos	Descuentos de flujos	Creación de valor	Opciones
Valor contable	PER	Clásico	FCF	EVA	
Valor contable corregido	EBITDA	Unión de expertos	Cash flow accionista	Beneficio económico	
Valor de liquidación	Ventas	Método Alemán	Dividendos	Cash value added	
Valor sustancial	Otros múltiplos	Método Anglosajón	Capital Cash Flow	CFROI	

Fuente: “Guía Práctica de valoración de empresas” 1ra edición, Casanovas y Santandreu, Editorial Profit, 2011.

Según indica Casanovas y Santandreu, (2011) existe un criterio generalizado por parte de los especialistas de emplear los modelos de valoración basados en descuentos de flujos pues consideran que el fin máximo de las empresas es garantizar el retorno de los inversionistas a través de la generación de flujos de efectivo.

El riesgo en la valoración financiera.

Menciona Casanovas y Santandreu, (2011) en las valoraciones financieras siempre existirá el riesgo, sus fuentes más comunes se resumen a continuación:

- Incertidumbre sobre los flujos de efectivo de la compañía.
- Tasas de crecimiento no adecuadas a las circunstancias o realidad económica del país en donde se realiza la inversión.
- Posibilidad de omisión de ciertas variables relevantes a la valoración financiera como contingencias legales y/o regulatorias.
- El riesgo de la inversión de capital en una compañía y que el retorno de la inversión no se desarrolle como se tenía previsto por elementos exógenos a la valoración financiera y propios del riesgo de mercado.

La práctica general establece que la gestión de los riesgos en las variaciones financieras se efectúa a través de la sensibilización de los flujos y/o el cálculo de los componentes del WACC.

Principios financieros básicos

- Costo de los recursos propios: Palma (2010), define como la suma de los esfuerzos, expresados cuantitativamente, que fueron incurridos para lograr un objetivo y que además considera lo que se ganaría con los mismos si se los empleará sobre una base contractual con terceros.
- Costo de proyecto: Sapag (2011), indica que la estimación de un proyecto consiste en estimar los costos de los recursos necesarios (humanos y materiales) para completar las actividades del proyecto.

- Ventas marginales: Se define como, el ingreso marginal adicional que se genera mediante el aumento de las ventas de productos en una unidad. Gitman y Zutter (2014).
- Margen de utilidad operativa: Gitman y Zutter (2014), mide el porcentaje de cada dólar de ventas que queda después de que se dedujeron todos los gastos y costos, excluyendo los intereses, impuestos y dividendos de acciones preferentes. Y el mismo se calcula de la siguiente manera:

Utilidad Operativa

Ventas

- Utilidad operativa marginal: Gitman y Zutter (2014), la definen como al incremento que se produce en la utilidad operativa al consumir la última unidad de dicho bien.
- Escudo fiscal: Según Quesada (2012), el escudo fiscal es la estrategia para reducir los impuestos mediante desgravaciones fiscales. Es un monto en dinero a favor del contribuyente, es decir al determinar la obligación tributaria se puede deducir del débito fiscal.
- Costo financiero: Representa las erogaciones destinadas a cubrir las obligaciones financieras, los intereses, comisiones y gastos que deriven de un título de crédito o contrato respectivo, donde se establecen las condiciones específicas y las tasas de intereses pactadas; se calculan sobre el monto de capital y deben ser cubiertos durante un periodo. Gitman y Zutter (2014).
- Valor actual neto (VAN): “es uno de los métodos básicos que toma en cuenta la importancia de los flujos de efectivo en función del tiempo. Consiste en encontrar la diferencia entre el valor actualizado de los flujos de beneficio y el valor, también actualizado de las inversiones y otros egresos de efectivo” (Marín, Montiel y

ketelhön, 2014, p.31). El valor actual neto de un proyecto de inversión se puede representar por la siguiente igualdad:

$$VAN = - I_0 = \frac{R_1}{(1+K)} + \frac{R_2}{(1+K)^2} + \dots + \frac{R_n}{(1+K)^n}$$

dónde : I_0 = Inversión Inicial
 R_1 a R_n = Flujos de efectivo por período
 K = Rendimiento mínimo aceptable

- Tasa Interna de rendimiento (TIR): Ross S. y Westerfield R. (2012), lo define como la que “proporciona una sola cifra que resume los méritos de un proyecto. Esta cantidad no depende de la tasa de interés que prevalece en el mercado de capitales y no depende de otra cosa que no sean los flujos de efectivo del proyecto” (p.142). La ecuación para evaluar la tasa interna de rendimiento es la siguiente:

$$I_0 = \frac{R_1}{(1+r)} + \frac{R_2}{(1+r)^2} + \frac{R_3}{(1+r)^3} + \dots + \frac{R_n}{(1+r)^n}$$

dónde : I_0 = Inversión Inicial
 R_1 a R_n = Flujos de efectivo futuros por período

- Periodo de Recuperación (PR): “El periodo o plazo de recuperación de una inversión es el tiempo que tarda en recuperarse la inversión inicial del proyecto. Cuando los flujos netos de efectivo generados por el proyecto son iguales en cada período, el periodo de recuperación puede determinarse con la siguiente relación” (Marín, Montiel y ketelhön, 2014, p.26) :

$$\text{Período de Recuperación (PR)} = \frac{I}{R}$$

dónde :
I = Inversión Inicial
R = Flujo neto de efectivo anual

- Índice de Rentabilidad (IR): es “otro método que se usa para evaluar proyectos, este es la razón de los flujos de efectivo esperados a futuro después de la inversión inicial dividido entre el monto de la inversión inicial” (Ross y Westerfield, 2012, p.155).
- Maximización de beneficios: “se considera como el objetivo de toda empresa y se consigue cuando la diferencia entre los ingresos totales y los costes totales es máxima. El beneficio máximo se consigue maximizando los ingresos o minimizando los costes” (Palma, 2010, p.144).
- Descuentos de Flujos de efectivo: según define Gitman y Zutter (2014), es “el proceso para calcular valores presentes del flujo de efectivo, o bien, el descuento determina el valor presente de un monto futuro, suponiendo una oportunidad de ganar cierto rendimiento sobre el dinero” (p.159).

Ecuación para calcular el valor presente:

$$VP = \frac{VF_n}{(1 + i)^n}$$

- Tasa de descuento: es la tasa que “refleja el riesgo de los proyectos de la empresa y la mezcla de financiamiento que se utilizó” (Chu, 2012, p.23).

- Análisis de Sensibilidad: “examina el nivel de sensibilidad de un cálculo particular del VNP a los cambios en los supuestos fundamentales” (Ross y Westerfield, 2012, p.206).
- Flujo de efectivo: “ayuda a explicar el cambio en el efectivo contable y sus equivalentes. En las finanzas, el valor de la empresa es su capacidad para generar flujos de efectivo financiero” (Ross y Westerfield, 2012, p.29).
- Índice de deseabilidad (ID): “o relación beneficio-costos, es un complemento al valor actual neto y resulta de la relación de dividir los flujos positivos descontados por los flujos de inversión inicial” (Marín, Montiel y ketelhön, 2014, p.31). Se puede expresar matemáticamente de la siguiente forma:

$$ID = \frac{\sum_{t=1}^n \frac{R^t}{(1+k)^t}}{I_0}$$

Donde la letra griega sigma significa la sumatoria de los flujos descontados del periodo 1 hasta el periodo n.

- Valor actual neto ajustado (VAN Ajustado): “considera que las decisiones de inversión y las decisiones de financiamiento interactúan a nivel de proyecto y que por lo tanto deben considerarse a ese nivel. En estos casos cada flujo se descuenta a su tasa de oportunidad” (Marín, Montiel y ketelhön, 2014, p.32). Se define con la siguiente relación:
- VAN ajustado = VAN básico + VAN de los impactos de las decisiones de financiamiento generados por la aceptación del proyecto + otros efectos.

Evaluación de proyectos de inversión: herramientas financieras para analizar la creación de valor.

Para Liria (2013) “evaluar un proyecto implica determinar si genera valor para los accionistas” (p.21). Las herramientas modernas financieras para la evaluación de proyectos se conforman según indica Liria (2013) en: proyectar el flujo de caja, inclusión del riesgo y como tercero determinar la tasa de rentabilidad (WACC) por sus siglas en inglés Costo Medio Ponderado de Capital, que se aplicará para descontar los flujos futuros. Para saber si un proyecto de inversión crea valor, se debe aplicar las técnicas de creación de valor.

La definición de proyecto es, “en términos simples, cualquier idea que satisface una necesidad. Existen cuatro etapas en su vida: preinversión, inversión, operación y liquidación” (Liria, 2013, p. 17).

Por otra parte, Marín, Montiel y ketelhön (2014), definen inversión como la acumulación de capital, en aras de formar una base para empezar un proyecto, desde el punto de vista económico el significado de capital es el conjunto de bienes tangibles e intangibles que se utilizan para producir otros bienes con el objetivo de ganar valor. Así mismo, el capital incluye todos los bienes destinados a la producción, en estos se encuentran: los terrenos, edificios, instalaciones, maquinarias, equipos e inventarios hasta marcas, información, conocimiento, procesos, sistemas, destrezas y habilidades de ejecutivos y empleados.

Si bien, es cierto, “el término de inversión se refiere a las erogaciones o flujos negativos que ocurren al comienzo de la vida económica de un proyecto y que representa desembolsos de efectivo para la adquisición de activos de capital” (Marín, Montiel y ketelhön, 2014, p.18).

En una investigación reciente sobre valuación de inversiones (Marín, Montiel y ketelhön, 2014) encontraron que “los métodos de valuación que utilizan procedimientos de actualización y que por lo tanto toman en cuenta la cronología de los flujos de efectivo, tales como la tasa interna de rendimiento (TIR), el valor actual neto (VAN) y el valor actual neto

ajustado (VAN ajustado), deben ser analizados, evaluados y adoptados de acuerdo a las necesidades específicas de cada empresa” (p.13)

No obstante, uno de los problemas que presenta la evaluación de proyectos de inversión es determinar los rendimientos del mismo, por el hecho que los rendimientos determinan que proyectos conviene aceptar y cuales rechazar. Por consiguiente, se utilizan como una medida que ordena los proyectos de mayor a menor rendimiento, de manera que el buen juicio es un elemento de gran importancia debido a la complejidad del proceso de evaluación (Marín, Montiel y ketelhön, 2014).

CAPÍTULO 3

MARCO METODOLÓGICO

Definición del enfoque metodológico y método de investigación

Enfoque Metodológico

Antes de indicar el tipo de enfoque se dará la definición que ayudará a comprender el concepto, por consiguiente, el enfoque cuantitativo, descrito por los autores Hernández, Fernández & Baptista (2010), “que representa... un conjunto de procesos, es secuencial y probatorio” (p.4)

Es decir, el Enfoque cuantitativo, “usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para restablecer patrones de comportamiento y probar teorías” (Hernández, Fernández & Baptista, 2014, p.4).

La investigación tiene un enfoque cuantitativo, ya que el mismo se basa en una recopilación de datos para la creación de una empresa PYME que se dedicará al comercio electrónico en Costa Rica, como tal se utilizará información financiera para evaluar el proyecto y si el mismo es rentable en base a las herramientas financieras y según los principios de creación de valor de una empresa PYME.

Método de investigación

Estudios Exploratorios

“Se realizan cuando el objetivo de estudio es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes” (Hernández, Fernández & Baptista, 2014, p.79).

Si bien es cierto, encontramos recientes estudios realizados sobre la evaluación de proyectos de inversión, sin embargo muy pocos enfocados en el campo del comercio electrónico, el cual es un tema actual y a la vez orientado en la creación de valor de una empresa PYME en Costa Rica, con el cual se pretende indagar sobre este tema en la

formulación de un modelo que sirva de guía para emprendedores de empresas PYME que deseen incursionar en el comercio electrónico.

Investigación Descriptiva

Hernández, Fernández & Baptista (2014), afirman que la investigación descriptiva, “busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren” (p.80).

Esta investigación presenta el estudio descriptivo, porque busca recoger información financiera para proponer una herramienta financiera para evaluar proyectos de inversión de comercio electrónico en el país. En este estudio se será capaz de medir variables y componentes que involucran la evaluación de proyectos de inversión y éste será determinado conforme a los principios de creación de valor de una empresa PYME.

Sujetos y fuentes de información

Sujetos de información

El sujeto de información de este estudio es la herramienta que evalúe proyectos de inversión de comercio electrónico.

Fuentes de información

Son todos los recursos que contienen datos formales, informales, escritos, orales o multimedia, divididas en fuentes primarias, secundarias y terciarias.

Fuentes Primarias.

Las fuentes primarias que se utilizarán para la realización de la investigación serán:

- Información y estadísticas: serán datos proporcionados por entidades financieras como bancos estatales y privados, así como organizaciones directamente relacionadas con las PYME y el Comercio Electrónico en Costa Rica tanto gubernamentales como privadas, tales como ZEWS S.A., Informes del gobierno de Costa Rica como el PROSIC, Informe de IAB Spain eCommerce 2015, Informe de Evolución y Perspectivas eCommerce 2015, Informe de la situación financiera de las empresas PYME en Costa Rica, INEC, MEIC y SIC.
- Libros de temas de Finanzas y de Comercio Electrónico.
- La Ley de Fortalecimiento de las Pequeñas y Medianas Empresas No 8262: la cual permite promover un sistema estratégico a las pymes que les permita un desarrollo productivo.

Fuentes Secundarias.

- Artículos de la prensa escrita: principalmente las referentes a PYME y el Comercio Electrónico, accediendo a conocer comentarios y puntos de vista de diferentes autores.

Fuentes Terciarias.

- Internet: Permitirá acceder de forma fácil y rápida a los diferentes sitios de interés en la red, bases de datos del Crai y revistas electrónicas.

Definición de variables: conceptual, operativa e instrumental

Conceptual

De acuerdo a Hernández, Fernández & Baptista (2014), “Una variable es una propiedad que puede fluctuar y cuya variación es susceptible de medirse u observarse. Las variables adquieren valor para la investigación científica cuando llegan a relacionarse con otras variables, es decir, si forman parte de una hipótesis o una teoría” (p. 123-124)

Operativa

Hernández, Fernández & Baptista (2014), explica que “una definición operacional constituye el conjunto de procedimientos que describe las actividades que un observador debe realizar para recibir las impresiones sensoriales, las cuales indican la existencia de un concepto teórico mayor o menor grado” (p.146).

Instrumental

Hernández, Fernández & Baptista (2014), la define como “los instrumentos necesarios para argumentar la definición conceptual” (p.146).

Tabla 4: Definición de Variables

Objetivo	Variable	Definición conceptual	Definición Instrumental	Definición Operacional
Caracterizar las empresas PYMES en Costa Rica al 31 de Enero de 2016	Características empresas PYME.	Acrónimo para nombrar a las pequeñas y medianas empresas.	La información se obtendrá de una guía del estudio.	
				Se desarrollará la investigación pertinente de la documentación.
Describir el comercio electrónico	Definición y características	Transacción que se realiza por el	La información se obtendrá de	

en Costa Rica al 31 de Enero de 2016.	del comercio electrónico.	internet.	una guía de observación documental	Se desarrollará la investigación pertinente de la documentación.
Identificar las principales instituciones gubernamentales y no gubernamentales relacionadas con las empresas PYMES y el comercio electrónico en Costa Rica.	Identificación de las instituciones gubernamentales y no gubernamentales.	Instituciones públicas o privadas que fortalecen y desarrollan las PYME y el comercio electrónico.	La información se obtendrá de una guía de observación documental	Se desarrollará la investigación pertinente de la documentación.
Definir el concepto y las herramientas financieras para evaluar proyectos de inversión (VAN, TIR).	Herramientas financieras para evaluar proyectos de inversión.	Se evalúan por medio del Flujo de efectivo descontado, el VAN, VAN ajustado, etc.	La información se obtendrá de una guía de observación documental	Se desarrollará la investigación pertinente de la documentación.
Adaptar la mejor teoría financiera moderna de la maximización de valor de la empresa con la PYME de comercio electrónico.	Principios de creación de valor en las empresas.	Su objetivo es la maximización de la productividad de la empresa.	La información se obtendrá de una guía de observación documental	Se desarrollará la investigación pertinente de la documentación.
Establecer una guía de implementación para evaluar proyectos de inversión de comercio electrónico	Guía de implementación para evaluar proyectos de inversión.	Manual que describe el procedimiento para evaluar un proyecto de inversión por	El investigador realizará la guía en base a la información financiera y teórica	

según principios de creación de valor de una empresa PYME en Costa Rica.		medio de una herramienta financiera.	recopilada.	Modelos didácticos disponibles comparables con el proyecto de inversión del comercio electrónico.
Diseñar una herramienta de evaluación de proyectos de comercio electrónico conforme con los principios de creación de valor.	Herramienta de evaluación de proyectos de comercio electrónico.	Formulario que consta de varias etapas para realizar una evaluación financiera.	Los datos se obtendrán de la información recuperada de la observación documental y entrevistas	Se realizará la herramienta en excel.
Presentar los principales hallazgos y recomendaciones de la investigación realizada durante el desarrollo de este proyecto.	Describir los hallazgos y recomendaciones	Narración de los hallazgos y recomendaciones de la investigación.	Se realizará con respecto a la información recolectada en la investigación.	Se desarrollará conforme a la información investigada.

Elaboración propia del investigador.

Instrumentos y técnicas utilizadas en la recopilación de los datos

- Inspección de la información documental.
- Análisis de los diferentes estudios.
- Caracterización de las empresas PYME y elaboración de propuesta en base a la caracterización de las PYME y el comercio electrónico.

Selección de técnicas

Dentro de los instrumentos que se utilizarán para recolectar y medir los datos necesarios para obtener la información se encuentran una guía de observación documental la cual permitirá obtener la información necesaria de información recolectada de las entidades financieras públicas y privadas, de la empresa ZEWS S.A., libros, normativas y artículos sobre PYME de Comercio electrónico.

Sustentación de la confiabilidad y la validez de los instrumentos de recolección datos de la investigación

Según Hernández, Fernández & Baptista (2014), “la confiabilidad de un instrumento de medición se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto produce resultados iguales”. (p.277)

- Informe del Estado de la situación de las PYME 2014.

El Ministerio de Economía, Industria y comercio (MEIC), ha desarrollado los indicadores macroeconómicos con el fin de identificar el parque empresarial de Costa Rica, se tomó como marco maestral el directorio de Establecimientos y Empresas del Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC).

Para definir el tamaño de la empresa se emplea una definición armonizada de la PYME, mediante la utilización del variable empleo para delimitar el tamaño de las empresas, al ser una buena aproximación a la definición oficial que establece la normativa costarricense.

El aporte de las PYMES al producto interno bruto (PIB) es calculado por el Banco Central de Costa Rica (BCCR) a partir de registros de variables económicas.

- Estudio de eCommerce 2015 IAB Spain.

Entrevista auto administrada por ordenador online, realizada sobre los miembros del Panel Online, el total de entrevistas fue de 1 193 a individuos residentes en España, de 16 a 55 años de edad para Mayo 2015. El error de muestra de los datos globales es de 2.8% con un nivel de confianza de 95.5% y $p=q=0.5$.

- Informe de Evolución y Perspectivas eCommerce 2015.

El estudio es realizado por el Foro de Economía Digital y la firma Ernst & Young Global Limited. A través de una encuesta a las empresas del comercio electrónico, utilizando el panel de muestra del Observatorio de Foro Economía Digital compuesto por más de 4500 tiendas online y, por lo tanto con una alta representatividad tanto geográfica como sectorial. Los sectores que han participado en la encuesta han sido el ocio, restauración, salud, belleza, moda y complementos, electrodomésticos, hogar y jardín, cultura, bebés, juguetes, informática, electrónica, alimentación y bebidas, mascotas, bazar y servicios profesionales.

- Informe de Programa sociedad de la información y el conocimiento (PROSIC).

El informe presenta los resultados de un estudio exploratorio que tuvo como base un sondeo por medio de cuestionarios durante los meses de octubre y noviembre del 2008 y una búsqueda de información que se obtuvo a partir de la revisión de literatura respecto del tema

Selección de las técnicas del dato cuantitativo

Dentro de las técnicas empleadas para recolectar y medir los datos cuantitativos, para obtener la información se encuentran una guía de observación documental la cual permitirá obtener la información necesaria de libros, normativas y artículos sobre PYME de Comercio electrónico, así como la recopilación de información brindada por las entidades financieras públicas y privadas y la cotización de empresa ZEWS S.A. dedicada a apoyar a empresas PYME en comercio electrónico.

CAPÍTULO 4

ANÁLISIS DE DATOS

Análisis Cuantitativo

A continuación se detalla el análisis de ofertas crediticias en el entorno financiero en Costa Rica, con el objetivo de comparar y valorar las condiciones, así como las variables que caracterizan dichos créditos.

Dentro de las condiciones para adquirir financiamiento de las entidades financieras se encontraron las siguientes características.

Tabla N° 5: Condiciones de Financiamiento del Banco Popular

Tasa Interés	10,70% ((TBP) 5.70 + 5 puntos porcentuales)
Plazo	72 meses
Comisión Formalización	2%

Fuente Elaboración del investigador, 2016

Requisitos de Formalización:

Aspectos Legales

- Certificación literal registral de la Personería Jurídica.
- Fotocopia del Acta Constitutiva
- Certificación notarial del Capital Accionario
- Cédula de identidad del representante legal y la sociedad (2 fotocopias legibles)
- Acta protocolizada del acuerdo para contraer la deuda y ceder el o los bien inmueble (s) en garantía (accionistas, socios o afiliados).

Aspectos Financieros

- Estados financieros certificados periodos 2011 (firmados CPI y representante legal)
- Detalle mensual de las ventas y gastos efectuados en los últimos doce meses y documentación probatoria.

Garantías

Hipotecaria

- Plano catastrado (copia certificada por registro de la propiedad)
- Certificación del Estudio Registral de la Propiedad. Nota: si existe gravámenes y/o anotaciones presentar copia certificada de microfilm.
- Certificación de tributos municipales al día
- Autorización para hipotecar. Nota si la propiedad no pertenece al solicitante, aportar adicionalmente la (s) fotocopia (s) de la cédula (s) de identidad de los propietarios del bien inmueble.

Fiador

- Constancia de salario.
- Orden Patronal (Copia)
- Cédula de identidad (Copia)
- Documento con dirección de domicilio.

Otros Documentos

- Perfil del negocio: (Reseña histórico, lista de precios, estructuración organizacional, detalle y justificación del plan de inversión).
- Lista de clientes
- Lista de proveedores
- Estado de cuentas bancarias
- Estados de cuentas de deudas
- Permisos de funcionamiento y/o patentes
- Factura proforma
- Contratos (venta, exportación, servicios u otros)
- Contratos de alquiler (fotocopia del mismo)

- Otros. Nota: El Banco Popular se reserva el derecho de solicitar cualquier información o documentación adicional que se estime conveniente en el análisis de su solicitud crediticia.

Tabla N° 6: Condiciones de Financiamiento del Banco Nacional

Tasa Interés	12,51% ((TBP) 5.65 + 6.86 puntos porcentuales)
Plazo	60 meses
Comisión Formalización	1,50%

Fuente Elaboración del investigador, 2016

Requisitos de Formalización:

Aspectos Generales

- Buen conocimiento de la actividad.
- Títulos a nivel personal de formación relacionada al negocio.
- Descripción de la empresa y para que necesita el préstamo
- Información de ingresos y gastos del negocio.
- Permisos y contratos para el buen funcionamiento de la empresa (cuando los requiera)
- Garantía a satisfacción del Banco: puede ser hipoteca, prenda, fiadores, inversiones, Fondo de Garantías del Sistema de Banca para el Desarrollo o del IMAS.

Aspectos Legales

- Personería Jurídica vigente.
- Fotocopia del Acta de constitución

- Certificación de composición accionaria y autorización de la asamblea de socios para contraer deudas.
- Cédula de identidad del representante legal (ambos lados) y la sociedad (2 fotocopias legibles)
- Acta protocolo de acuerdo para contraer la deuda y ceder el bien inmueble en garantía (accionistas, socios o afiliados).

Aspectos Financieros

- Estados financieros 2014, 2015 y corte reciente.
- Incluye Balance de situación, Estado de Resultados, Estado de cambio de Patrimonio, Flujo de efectivo y notas aclaratorias a los Estados Financieros.
- Estados Financieros firmados por el representante legal y contador con el sello respectivo.
- Cada periodo y corte timbrado por el colegio de contador.
- Registro de ventas de últimos seis meses

Tabla N° 7: Condiciones de Financiamiento del Banco de Costa Rica

Tasa Interés	10.80% ((TBP) 5.55 + 5.25 puntos porcentuales)
Plazo	60 meses
Comisión Formalización	3%

Fuente Elaboración del investigador, 2016

Requisitos de Formalización:

Aspectos Generales y Legales

- Cédula de identificación fiscal
- Cédula de Identidad del representante legal.
- Copia del acta constitutiva.

- Información adicional requerida para calcular capacidad de pago.

Aspectos Financieros

- Garantía para responder por la deuda (Bien Inmueble o fiador).
- Plan de Negocios.
- Estados financieros cierres fiscales.
- Flujos de caja proyectado del 2015 hacia atrás y un corte reciente.
- Estados Financieros firmados por el representante legal y contador con el sello respectivo.

Tabla N° 8: Condiciones de Financiamiento del Banco BAC San José

Tasa Interés	16% ((TBP) 5.65 + 10.35 puntos porcentuales)
Plazo	60 meses
Comisión Formalización	3%

Fuente Elaboración del investigador, 2016

Requisitos de Formalización:

Aspectos Generales

- Como mínimo tres años de operación de la empresa
- Formulario de solicitud de crédito
- Autorización para consultar información crediticia
- Plan de negocios
- Factura proforma del servicio a contratar

Aspectos Legales

- Certificación literal registral de la Personería Jurídica.
- Fotocopia del Acta Constitutiva

- Certificación notarial del Capital Accionario
- Fotocopia legible de Cédula de identidad del representante legal y la sociedad

Aspectos Financieros

- Estados financieros certificados (firmados CPI y representante legal)
- Detalle mensual de las ventas y gastos efectuados últimos cierres fiscales.

Garantías de Crédito

Hipotecaria

- Copia certificada del plano catastrado
- Estudio Registral de la Propiedad
- Certificación de tributos municipales al día
- Autorización para hipotecar.
- Si la propiedad no pertenece al solicitante, aportar adicionalmente la (s) fotocopia (s) de la cédula (s) de identidad de los propietarios del bien inmueble.

Fiador

- Constancia de salario con fecha reciente de emisión
- Copia de Orden Patronal vigente
- Copia de cédula de identidad
- Documento con constancia de dirección de domicilio.

Tabla N° 9: Condiciones de Financiamiento del Banco Improsa

Tasa Interés	25% ((TBP) 5.65 + 19.35 puntos porcentuales)
Plazo	60 meses
Comisión Formalización	3%

Fuente Elaboración del investigador, 2016

Requisitos de Formalización:

Aspectos Generales

- Como mínimo 3 años de operación de la empresa
- Formulario de solicitud de crédito
- Autorización para consultar información crediticia
- Plan de negocios
- Factura proforma del servicio a contratar

Aspectos Legales

- Certificación literal registral de la Personería Jurídica.
- Fotocopia del Acta Constitutiva
- Certificación notarial del Capital Accionario
- Fotocopia legible de Cédula de identidad del representante legal y la sociedad

Aspectos Financieros

- Estados financieros certificados (firmados CPI y representante legal)
- Detalle mensual de las ventas y gastos efectuados últimos cierres fiscales.

Garantías de Crédito

Hipotecaria

- Copia certificada del plano catastrado

- Estudio Registral de la Propiedad
- Certificación de tributos municipales al día
- Autorización para hipotecar.
- Si la propiedad no pertenece al solicitante, aportar adicionalmente la (s) fotocopia (s) de la cédula (s) de identidad de los propietarios del bien inmueble.

Fiador

- Constancia de salario con fecha reciente de emisión
- Copia de Orden Patronal vigente
- Copia de cédula de identidad
- Documento con constancia de dirección de domicilio.

Tabla N° 10: Condiciones de Financiamiento del Banco BCT

Tasa Interés	18% ((TBP) 5.65 + 12.35 puntos porcentuales)
Plazo	60 meses
Comisión Formalización	3%

Fuente Elaboración del investigador, 2016

Requisitos de Formalización:

Aspectos Generales

- Formulario conozca a su cliente, físico completo y firmado
- Solicitud de crédito
- Copia de un recibo de servicios públicos que indique la dirección de domicilio actual
- Autorización para consultar información crediticia
- Plan de negocios

Aspectos Legales

- Certificación literal registral de la Personería Jurídica.
- Fotocopia del Acta Constitutiva
- Certificación notarial del Capital Accionario
- Fotocopia legible de Cédula de identidad del representante legal y la sociedad

Aspectos Financieros

- Estados financieros certificados (firmados CPI y representante legal)
- Detalle mensual de las ventas y gastos efectuados últimos cierres fiscales.

Garantías de Crédito

Hipotecaria

- Opción de Compra Venta debidamente firmada
- Copia del Plano Catastrado
- Estudio Registral
- Certificación de impuestos al día, que incluya número de finca por hipotecar
- Avalúo de la propiedad a hipotecar
- Si la propiedad está inscrita a nombre de la persona jurídica se requiere:
- Personería jurídica con no más de un mes de emitida Certificación de composición accionaria con vista al libro de accionistas
- Copia de documento de identidad vigente del representante legal o apoderado
- Certificación de estar al día en el impuesto a Persona jurídica
- Autorización para hipotecar
- Si la propiedad no pertenece al solicitante, aportar adicionalmente la (s) fotocopia (s) de la cédula (s) de identidad de los propietarios del bien inmueble.

Fiador

- Constancia de salario con fecha reciente de emisión
 - Copia de Orden Patronal vigente
 - Copia de cédula de identidad
 - Documento con constancia de dirección de domicilio.
- En el análisis de crédito por parte de Banco BCT, el banco podría requerir la presentación con información adicional por parte del cliente.

Tabla N° 11: Resumen Condiciones de Financiamiento Entidades Financieras Nacionales.

	Entidad Financiera					
	Pública			Privada		
Condiciones	Banco Popular	Banco Nacional	Banco de Costa Rica	Improsa	BCT	Bac San José
Tasa Interés	10,70%((TBP) 5.70 + 5 puntos porcentuales)	12.51% ((TBP) 5.65 + 6.86 puntos porcentuales)	10.80% ((TBP) 5.55 + 5.25 puntos porcentuales)	25% ((TBP) 5.65 + 19.35 puntos porcentuales)	18% ((TBP) 5.65 + 12.35 puntos porcentuales)	16% ((TBP) 5.65 + 10.35 puntos porcentuales)
Plazo	72 meses	60 meses	60 meses	60 meses	60 meses	60 meses
Comisión Formalización	2%	1.50%	3%	3%	3%	3%

Fuente Elaboración del investigador, 2016

ZEWS S.A. provee la oferta de trabajo para un tiempo y costos específicos, en el cual muestra a detalle los servicios que brinda para llevar a cabo el diseño y la implementación del nuevo sitio web.

La propuesta de valor que ofrece se basa en garantizar un sitio web bonito que, además de ser moderno, elegante, sea efectivo en posicionamiento, es decir que los posibles clientes puedan encontrarlos con facilidad en la web y competir en el mercado para con ello generar el retorno de inversión esperado.

De acuerdo con la cotización para realizar del sitio web para el desarrollo del comercio electrónico en una empresa PYME se encontraron los siguientes elementos:

Tabla N° 12: Cotización para el desarrollo del Comercio Electrónico realizado por ZEWS S.A., 2016.

Detalle del servicio	Plan Starter
<p>Enfoque en resultados. Posicionamiento web según regiones, donde una región es la ciudad o zona principal donde desean ser encontrados en Google.</p>	<p>1 región</p>
<p>Selección de Keywords o frases clave. Frases relacionadas con sus productos o servicios, así como con la región elegida, ejemplo: "empresas de X servicio en X región", "venta de X producto en X región". Para captar los nuevos posibles clientes en línea.</p>	<p>Hasta 10 keywords</p>
<p>Mapa de sitio. Cantidad de secciones incluidas. Las secciones pueden ser Inicio, Nosotros, Servicios, etc., a elegir por el cliente.</p>	<p>10 secciones</p>
<p>Páginas de información.</p>	<p>20 páginas</p>

<p>Cada página es un detalle de algún producto o servicio. Ejemplo, la sección "Servicios" puede tener un listado de 10 servicios, cada uno de ellos será tomado como una página distinta.</p>	
<p>Vídeos. Inserción de vídeos en la página web. No incluye la creación, el cliente debe dar ya sea el archivo para subir a Youtube o el link para agregarlo.</p>	<p>5 vídeos</p>
<p>Imágenes de stock. Para complementar la parte visual de algunas de sus secciones, ZEWS proporcionará al cliente imágenes de <i>stock</i> si es necesario. Son fotos compradas en el sitio web</p>	<p>10 imágenes</p>
<p>Mantenimiento web. Daremos mantenimiento al sitio web para cambios en textos o fotos, no incluye diseño o programación adicional. Si se requieren secciones adicionales, cada una debe cotizarse por separado.</p>	<p>1 mes mant. gratis</p>
<p>Tiempo de entrega estimado. Según el tamaño del sitio y la recopilación del contenido requerido, se estiman tiempos de entrega como se indica. Los tiempos pueden variar según se atrase o agilice la entrega de contenido.</p>	<p>2 meses</p>
<p>Sitio web responsive. ZEWS desarrollará un sitio web ajustable automáticamente a celulares y tablets, para una mejor navegación en dispositivos móviles.</p>	<p>Si</p>
<p>Creación de páginas adicionales. Se podrán crear tantas páginas adicionales como se quiera, además de las que incluye cada plan.</p>	<p>Pág. adl.: \$125 c/u</p>
<p>Carrito de compras. Se podrá adicionar a su página web un carrito de compras. ZEWS lo dará cargado y optimizado hasta con 25 productos, pero acepta ilimitada cantidad de artículos. El pago en línea se integrará con PayPal y/o 2Checkout únicamente.</p>	<p>Adicional: \$600</p>
<p>Creación de un sitio web en varios</p>	<p>Idioma adicional: \$300</p>

idiomas. ZEWS dará el sitio web cargado en un idioma, pero se puede configurar con tantos idiomas sea necesario.	
Integración carrito de compras con el Banco Nacional Se hará el proceso de integración con la Ventanilla Electrónica de Pagos (VEP) del Banco Nacional. Si adquiere este servicio, también deberá comprar una línea segura (SSL), que se debe renovar anualmente.	Costo adicional: \$1200 + \$600 de inscripción anual
Línea Segura (SSL) Certificado de seguridad para encriptar la información entre el sitio web y la VEP del Banco Nacional de Costa Rica	Costo adicional: \$100

Fuente Elaboración ZEWS S.A., 2016

Un sitio web actualizado según las mejores prácticas encontradas por sitios especializados, permitirá que el posible cliente perciba que llegó a un sitio web que está siendo monitoreado, actualizado y que está vigente, que le ofrece respuesta rápida a su solicitud, es decir que detrás hay una empresa activa que está en movimiento.

Además, permitirá incrementar la presencia de la empresa en buscadores, de modo que facilitará el comercio electrónico que se quiere lograr, al ser encontrados cada vez por una mayor cantidad de personas directamente desde internet, si bien es cierto, hay mucha competencia y cada detalle cuenta para competir en el mercado.

A continuación se muestra el detalle de los planes de mantenimiento acordados para brindar una excelente visibilidad en buscadores en internet:

Tabla N° 13: Planes de Mantenimiento página web

Detalle del paquete	Básico	Medio	Completo
Notas de contenido original	2 notas / mes	4 notas / mes	6 notas / mes

Cambios al sitio web	2 cambios / mes	5 cambios / mes	8 cambios / mes
Artes digitales (para enviar por correo, Facebook, etc.)	1 arte / mes	2 arte / mes	4 artes / mes
Presentaciones web (para sitios como SlideShare).	No aplica	1 / mes	2 / mes
Cambio al home del sitio (cambiar fotos de los sliders)	No aplica	1 cambio / mes	2 cambios / mes
Landing Page (para apoyo a campañas digitales en redes, correos o Google)	No aplica	No aplica	1 / mes
Inversión mensual	\$150	\$300	\$450

Fuente Elaboración ZEWS S.A., 2016

Tabla N° 14: Cotización por Tipo de empresa PYME

Tipo de Empresa		
Micro	Pequeña	Mediana
\$ 1.800,00	\$ 2.850,00	\$ 4.575,00
Paquete sencillo	Paquete sencillo Carrito de compras Página web en varios idiomas Mantenimiento Web básico	Paquete sencillo Cobro por el Banco Nacional Página web en varios idiomas Página web adicionales Mantenimiento Web completo

Fuente Elaboración del investigador, 2016

Interpretación de los resultados

Si bien es cierto, acceder a un financiamiento por parte de las PYME debe ser una tarea responsable y ajustarse a la necesidad de cada tipo de empresa, para que se logre aprovechar el beneficio, es por esta razón que no existe en las entidades financieras un financiamiento

modelo, si no diferentes condiciones según el tamaño, la actividad y el tiempo de recuperación del dinero.

Por otra parte, para adquirir un crédito el empresario PYME debe considerar las siguientes preguntas:

1. Tener claro ¿Cuál es su actividad empresarial?
2. Reflexionar ¿Necesito financiamiento?
3. Analizar ¿Qué beneficios obtendrá mi negocio?
4. Conocer ¿Cuál es el tamaño de mi empresa?

ZEWS S.A., es una empresa especializada en la creación de nuevas oportunidades de negocios, gracias a su labor de conectar clientes con las empresas a través de internet, utilizando los buscadores para tal efecto y optimización de sitios web.

El diseño y creación de la página para una empresa PYME le permitirá competir con otras empresas en el mercado y con un buen mantenimiento aparecer dentro de los primeros resultados de buscadores de Google, frente a su competencia, y con eso pueda ganar contactos directos desde el sitio web.

Además, se debe considerar que para tener presencia en la web, toda empresa requiere de los siguientes componentes:

- Nombre del dominio: es como los consumidores lo encontrarán en internet.
- Servidor de Hospedaje Web: es el sitio en donde se almacenan los datos de la página web para que los usuarios en internet puedan accederlos.
- Servidor de correo electrónico: provee capacidades de correo para comunicaciones entre el cliente y la empresa.

Adicionalmente se deberá revisar que el servidor soporte los requisitos necesarios para el Sistema gestor de contenidos (CMS), de no contarlos se deberá considerar la actualización de servidor, lo cual se debe solicitar a la compañía de hospedaje web.

CAPÍTULO 5

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

En este segmento se detallan las conclusiones, de acuerdo con los datos e interpretaciones que se obtuvieron en el desarrollo del proyecto de investigación para construir la herramienta financiera que evalúe proyectos de inversión de comercio electrónico.

De acuerdo con lo descrito en los párrafos anteriores se detallan las conclusiones, producto del análisis de los resultados y la información obtenida al efectuar este proyecto de investigación.

Objetivo específico No 1:

Identificar y caracterizar las empresas PYMES en Costa Rica al 31 de Enero de 2016, por medio de la Ley No 8262 y recopilar información de las entidades gubernamentales.

Se puede concluir, que las empresas PYMES en Costa Rica se encuentran amparadas bajo la Ley No 8262 de Fortalecimiento de las pequeñas y medianas empresas y sus reformas, y además el Ministerio de Economía, Industria y Comercio es el ente rector de las mismas. Por otra parte, toda empresa PYME debe tener la capacidad de cumplir con la obligación de al menos dos cargas sociales con el Estado.

Por consiguiente, el hecho de que las empresas PYMES formen parte del 94% del parque empresarial en el país, se puede concluir que es generador de empleo y fuente de riqueza, un canal de comercialización y por lo tanto, es de suma relevancia generar más investigaciones que ayuden a fortalecerlas, para impulsar un crecimiento sostenible y prolongado para las empresas PYMES en Costa Rica.

Las empresas PYMES traen enormes beneficios a la economía nacional, provee medios de empleo a los ciudadanos, aportan al producto interno bruto del país, impulsan el crecimiento económico y a la vez se desarrolla innovación para competir en el mercado nacional e internacional como acción inherente a la globalización mundial.

Se identifica en el cálculo de la ecuación matemática brindada por el MEIC para determinar el puntaje de la clasificación de la empresa PYME en micro, pequeña y mediana , en el cual su

principal peso recae en la cantidad de empleados que posea la empresa, siendo esta su variable más relevante para la determinación de la misma.

Objetivo específico No 2:

Describir el comercio electrónico en Costa Rica al 31 de Enero de 2016, con información extraída de fuentes bibliográficas.

Se identifica que el Comercio Electrónico es un medio por el cual las empresas encuentran nuevas formas para comercializar sus productos y servicios, atraer mayor cantidad de clientes y por ende lograr impulsar el crecimiento económico.

También en el comercio electrónico se encuentran diversas maneras de hacer negocio, es decir es más que simplemente ir de compras a alguna empresa que se busca en el internet, involucra transacciones comerciales con otras empresas y procesos internos que necesitan las entidades como contratación, planificación, innovación, entre otras. Además existen diferentes categorías que ayudan a distinguir el tipo de comercio electrónico que se dedica la empresa, ya sea de; negocio a consumidor, negocio a negocio, consumidor a consumidor, o bien negocio a gobierno.

Además se identifica, el medio de pago que se percibe por los usuarios con mayor seguridad es el sistema de pago llamado Paypal, el cual es el más avanzado en el nivel internacional y con mayor presencia mundial, por consiguiente es el que tiene mayor cantidad de usuarios.

Se concluye, que el éxito de la empresa PYME para llevar a cabo comercio electrónico se basa en la asesoría de un experto en el tema, contar con una página web con un diseño atractivo, cuenta bancaria para el cobro a clientes, una certificación web que brinde confianza en los datos de los usuarios, el hardware apropiado, entre algunos.

Objetivo específico No 3:

Identificar las principales instituciones gubernamentales y no gubernamentales relacionadas con las empresas PYMES y el comercio electrónico en Costa Rica, con base en estudios realizados por entidades gubernamentales e información estadística.

Se identifica el MEIC como ente rector de las PYMES, el cual vela porque las instituciones estén orientadas a realizar acciones que generen un impacto en las PYMES que logren su desarrollo, ejemplo de ello es la creación del Sistema de Banca para el Desarrollo, el cual bancos públicos y privados han implementados proyectos para brindar atención especializada, que les favorezca para la obtención de financiamiento a bajas tasas de interés y con acompañamiento en el proceso, así como medio de asesoría financiera.

Por otra parte, en el comercio electrónico concluimos la falta de apoyo institucional para las empresas que se dedican al mismo, falta de personal especializado y la imposibilidad de acceso suficientemente amplio, entre sus mayores razones por la poca confianza y seguridad que les brinda a los consumidores.

Objetivo específico No 4:

Definir técnicamente las herramientas financieras que evalúen proyectos de inversión (VAN, TIR) y el desempeño de la empresa.

Se identifica la importancia de la correcta interpretación y aplicación de las herramientas financieras en la evaluación proyectos de inversión, para lograr el mejor aprovechamiento de los recursos invertidos con el objetivo de obtener el mayor beneficio neto.

Se concluye que entre los beneficio obtenidos al aplicar el concepto de las herramientas financieras es el obtener el cálculo más preciso del valor y del retorno del capital

invertido, ambos importantes para la medición de la rentabilidad y la inversión, así como de las tasas mínimas de rentabilidad.

También se identifica como herramientas financieras para la evaluación de proyectos de inversión, el proyectar flujos de caja y determinar la tasa de rentabilidad que se aplicará para descontar los flujos futuros. Por otra parte, se concluye que evaluar un proyecto implica determinar si genera valor para los accionistas y la mejor forma de lograrlo es por medio de las herramientas financieras.

Objetivo específico No 5:

Adaptar la mejor teoría financiera moderna de la maximización de valor de la empresa con la PYME de comercio electrónico.

Se identifica la relación estrecha entre el retorno sobre el capital invertido (ROIC), ingresos (g), costo de capital promedio ponderado (WACC) y el flujo de efectivo libre (FCF), en el principio de creación de valor, debido a la importancia para los gerentes financieros en procurar el máximo retorno de los inversionistas a través de un crecimiento sostenido de sus ingresos que garanticen los flujos de efectivo para los inversionistas, por encima de capital invertido, para de esta manera lograr crear y conservar el valor de las empresas.

Se concluye, que el principio de creación de valor juega un factor determinante en toda empresa, puesto que su finalidad se basa en hacerla perdurar y prosperar en el mercado en el que compite con otras empresas de mayor capital. Por consiguiente, el concepto de creación de valor se respalda en la generación de utilidades para un periodo determinado y basado en este concepto se centran sus decisiones, dicho en palabras simples significa que el dinero rinde más de lo mínimo que se esperaba ganar por invertir en el proyecto.

Se identifica los beneficios que se adquieren con los principios de creación de valor, entre ellos se menciona, la maximización de los recursos de la compañía y se refleja en el aumento de la oferta de más bienes, servicios y fuentes de trabajo.

Objetivo específico No 6:

Diseñar una herramienta de evaluación de proyectos de comercio electrónico conforme con los principios de creación de valor.

Se identifica que con el diseño de la herramienta de evaluación de proyectos de inversión de comercio electrónico conforme a los principios de creación de valor, se logra resumir los requerimientos que un emprendedor de una empresa PYME en Costa Rica necesitará para invertir en dicho proyecto, que a su vez permite identificar los rendimientos esperados con el fin de maximizar los recursos invertidos así generar mayor riqueza.

Además de adecuar para las empresas PYMES un modelo conforme a herramientas financieras para evaluar la viabilidad financiera de incorporar un proyecto de inversión de comercio electrónico en el país.

Se identifican los aportes que brinda esta herramienta a las empresas PYMES basados en la certeza y confianza que adquiere el emprendedor de una empresa PYME al estudiar y analizar la viabilidad financiera del proyecto, por medio de la existencia de la herramienta de evaluación financiera de proyecto de comercio electrónico en Costa Rica.

Se puede concluir que la teoría financiera para evaluar proyectos de inversión respalda el hecho que los administradores financieros se basan en los principios de creación de valor para aumentar y preservar la inversión de los dueños de la empresa y por ende la rentabilidad del proyecto se resume en la capacidad de generar flujos de fondos de activos existentes y reinvertirlos, así como que el costo de capital no sea alto.

Objetivo específico No 7:

Establecer una guía para evaluar proyectos de inversión de comercio electrónico, según principios de creación de valor de una empresa PYME en Costa Rica.

Se identifica la facilidad que brinda el establecer una guía de implementación para evaluar proyectos de inversión de comercio electrónico según principios de creación de valor de una empresa PYME en Costa Rica, por el hecho de facilitar la investigación estadística en este tema para futuros inversionistas.

Se concluye que la guía permite determinar que la viabilidad financiera de un proyecto está ligada con la generación de altos flujos de caja de activos existentes, sin afectar el crecimiento, en reinvertir para obtener altos retornos, sin incrementar el riesgo de los activos y en reducir el riesgo en el costo del financiamiento.

Recomendaciones

En este apartado también se realizarán recomendaciones acorde con la conducta obtenida de las conclusiones del investigador, basados en la aplicación de la teoría trabajada y aplicada según información investigada.

De acuerdo con lo descrito en los párrafos anteriores se detallan las recomendaciones, producto del análisis de los resultados y la información obtenida mediante la aplicación de instrumentos al efectuar este proyecto de investigación.

Se recomienda realizar más investigaciones para la identificación de nuevos problemas que además formulan un nuevo tema de investigación y que sean abordados con métodos de investigación cuantitativa, relacionadas al comercio electrónico en el país, como aportes para los empresarios de empresas PYMES, como base para ayudar a identificar aquellas oportunidades que constituyan creación de valor.

Se recomienda a los empresarios de negocios PYMES utilizar la herramienta financiera para evaluar su proyecto de inversión de comercio electrónico, con el objetivo de lograr posicionarse en el mercado y crear y conservar valor en su negocio.

Se le recomienda a las instituciones públicas crear políticas enfocadas en brindar seguridad en las transacciones del comercio electrónico, para así eliminar la posibilidad de repudio de la operación por parte del comprador.

Además se recomienda, que debido al desarrollo del comercio electrónico en el país, requiere de un marco general de regulación que norme asuntos como: propiedad intelectual, contrataciones electrónicas, el cobro de impuestos, protección de los consumidores, contenidos ilegales, uso abusivo de datos personales, delitos informáticos.

Se recomienda a los empresarios de negocios PYMES incursionar sus empresas en el comercio electrónico, por ser una forma actual de hacer negocios en el mundo, permite visualizar una forma innovadora de crear un negocio en Costa Rica, atrae a nuevos mercados de consumidores ultraconectados, quienes satisfacen sus necesidades por medio de compras en línea de ropa, calzado, tecnología, juegos y artículos para el hogar.

Además se recomienda desarrollar en Costa Rica y sus empresarios una visión digital para lograr explotar las oportunidades en un mercado de usuarios ultraconectados, con ello se les obliga a resolver sus temores sobre la rentabilidad de las plataformas de ventas en internet.

CAPÍTULO 6

PROPUESTA

Herramienta de evaluación de proyectos de comercio electrónico de una empresa PYME de acuerdo a los principios de creación de valor al 31 de enero 2016.

De acuerdo con los resultados del capítulo No.4 se identificó la necesidad de diseñar una herramienta que permita armonizar el concepto de clasificación y las características de empresas PYMES, conforme con la Ley No. 8262 con principios de creación de valor, a manera que los emprendedores y o empresas PYMES puedan realizar proyectos de inversión de comercio electrónico exitosos.

La herramienta para evaluar proyectos de inversión se crea en Excel, debido principalmente, por ser un programa de hoja de cálculo, el cual puede almacenar gran cantidad de datos y es flexible para analizarlos, escribir formulas sencillas y complejas para realizar cálculos en esos datos de la manera que desee y representarlos con diversos gráficos.

Excel, además de ser una herramienta que facilita trabajar con datos, ayuda a empresarios a tomar decisiones basadas en la información proporcionada, lo cual proveerá en la toma decisiones para la empresa.

Un beneficio al utilizar la hoja de cálculo es que se puede actualizar o corregir cualquiera de los datos numéricos y las operaciones se recalculan automáticamente, sin necesidad de realizar alguna edición sobre las fórmulas.

En general la aplicación de las hojas de cálculo en las empresas brinda beneficios en los procesos, con lo que se logra la eficacia, ahorro de tiempo e incremento de la productividad.

Beneficios y bondades del uso de la herramienta de evaluación de proyectos para las empresas PYMES:

Es fácil de usar.

Sencillo de interpretar.

Se actualiza automática con rapidez y facilidad.

Presenta la información más relevante.

Uso de aplicación generalizada.

Abarca todos los sectores de empresas PYMES y todas las categorías de comercio electrónico.

Es única y original.

Instrucciones de la herramienta de evaluación de proyectos de comercio electrónico de una empresa PYME de acuerdo con los principios de creación de valor al 31 de enero de 2016.

La planilla en Excel dispone de los siguientes elementos; sección 1: Datos generales de la compañía, sección 2: Datos generales del proyecto, sección 3: Inversión Requerida y sección 4: Evaluación de viabilidad económica de proyecto.

Cada una de estas secciones nos permitirán completar la herramienta para evaluar proyectos de inversión de comercio electrónico, los datos en la plantilla guían al usuario para completarla y únicamente permiten modificar aquellos campos que son definidos según cada tipo de empresa, puesto que las celdas marcadas de color gris están ligadas a una fórmula de Excel que se ha desarrollado con ecuaciones aritméticas proporcionadas por las distintas entidades del gobierno como el MEIC y el Ministerio de Hacienda, la cual se actualiza automáticamente con base al ingreso de la información propia del negocio que se requiere evaluar y la misma se solicita al usuario para el uso de la plantilla y con ello permite conocer el resultado de los datos ingresados, para la toma de decisiones.

A continuación se describe cada uno de los elementos de la plantilla:

Figura N°5: Descripción Sección 1: Datos generales de la compañía.

Nombre de la compañía:	Inversiones Alfa
Número de identificación:	3-101-326808
Tipo de sociedad:	Persona jurídica
Tipo de negocio:	Negocios y servicios
Categoría negocio:	Servicios/Comercio
Valor ventas anuales:	150.000.000,00
Utilidad antes de impuestos:	10.452.000,00
Valor activos fijos totales:	200.000.000,00
Valor activos netos totales:	25.000.000,00
Valor de deuda actual:	10.000.000,00
Valor patrimonio actual:	15.000.000,00
Cantidad de empleados:	22
Puntaje	12
Tasa impuesto sobre la renta:	30%
Tipo de PYME	Pequeña

En la sección 1 se describe los datos generales de la compañía, en donde se introduce el nombre de la empresa y su número de identificación, en la celda del tipo de sociedad se elige de la lista desplegable entre persona física y jurídica, en el tipo de negocio se elige en la lista desplegable en el negocio en el que se pretende competir en el mercado comercial, la categoría de negocio se aplica la formula (buscar V) para traer de la lista la categoría en que se encuentra en relación con el tipo de negocio que eligió. Para la información de: valor de ventas anuales, utilidad antes de impuesto, valor activos fijos totales, valor activos netos totales, valor de deuda actual, valor patrimonio actual y cantidad de empleados se pide se ingrese conforme a los registros contables de la compañía o en su defecto en lo estimado para el proyecto por invertir. De acuerdo con la información antes citada se procede a elaborar la formula indicada por el Ministerio de Economía Industria y

Comercio (MEIC) para establecer el puntaje que tiene la empresa con base en la categoría de negocio que se dedique ya sea Servicio/Comercio o Industria. Además, para indicar la tasa de impuestos sobre la renta que tiene obligación la empresa de declarar al Estado se realiza mediante los criterios establecidos por el Ministerio de Hacienda, de acuerdo con los ingresos que percibe la empresa en el periodo a declarar. Y finalmente el tipo de empresa PYME se clasifica según lo detallado por el MEIC, conforme al puntaje obtenido de la empresa en la clasificación descrita anterior.

Figura N°6: Descripción Sección 2: Datos generales del proyecto.

Fecha evaluación:	31/01/2016
Tipo de proyecto:	Negocio a Negocio ▾
Importe requerido de inversión:	5.850,00
Entidades financieras:	Banco de Costa Rica
Tasa efectiva de financiamiento	10,80%
Costo de recursos propios	15,37%
Costo de proyecto	13,54%

En la sección 2: entre los datos generales del proyecto se detalla: la fecha en la que se realiza la evaluación, el tipo de proyecto (Negocio a Consumidor, Negocio a Negocio, Consumidor a Consumidor o Negocio a Gobierno). El importe requerido de inversión se obtiene mediante la fórmula (Buscar V) en relación con el tipo de PYME y el proyecto en el que se pretende invertir. La entidad financiera se elige en la lista despegable y conforme a la entidad se establece la tasa efectiva de financiamiento para el proyecto, el costo de recursos propios y el costo del proyecto se calculan de acuerdo con el método de WACC (Costo de Capital Promedio Ponderado).

Figura N° 7: Descripción Sección 3: Inversión Requerida.

Tipo PYME - Categoría	Requerimientos Tecnológicos	Costeo \$
Negocio a Negocio	Plan stater - Dominio.com - sitio webNegocio a Negocio	1.200,00
Negocio a Negocio	Registro de dominio por 5 añosNegocio a Negocio	150,00
Negocio a Negocio	HostingNegocio a Negocio	450,00
Negocio a Negocio	Control de ventas por usuarioNegocio a Negocio	200,00
Negocio a Negocio	Estado de Cuenta por usuarioNegocio a Negocio	200,00
Negocio a Negocio	Manejo de inventarioNegocio a Negocio	200,00
Negocio a Negocio	Creación de facturasNegocio a Negocio	200,00
Negocio a Negocio	Personalización de la apariencia de de VirtueMartNegocio a Negocio	200,00
Negocio a Negocio	Inclusión de las categorías y hasta 100 productos del sistemaNegocio a Negocio	200,00
Negocio a Negocio	Carrito de compras - integración con Paypal y o 2 checkout para recibir pagosNegocio a Negocio	200,00
Negocio a Negocio	Integracion de tienda con medio de pago Banco NacionalNegocio a Negocio	1.200,00
Negocio a Negocio	Inscripción anual Linea Segura SSL del Banco NacionalNegocio a Negocio	600,00
Negocio a Negocio	Certificado de seguridad para incriptar la información sitio web y la VEP del Banco Nacional de Costa Rica, Linea Segura SSLNegocio a Negocio	100,00
Negocio a Negocio	Notas de contenido original (4 notas / mes)Negocio a Negocio	138,46
Negocio a Negocio	Cambios al sitio web (5 cambios / mes)Negocio a Negocio	173,08
Negocio a Negocio	Artes digitales (para enviar por correo, Facebook, etc.) (2 arte / mes)Negocio a Negocio	69,23
Negocio a Negocio	Presentaciones web (para sitios como SlideShare) (1 / mes)Negocio a Negocio	34,62
Negocio a Negocio	Cambio al home del sitio (cambiar fotos de los sliders) (1 cambio / mes)Negocio a Negocio	34,62
Negocio a Negocio	Configuracion pagina a varios idiomasNegocio a Negocio	300,00
PequeñaNegocio a Negocio	TotalPequeñaNeocio a Negocio	5.850,00

En la sección 3: Inversión Requerida, nos muestra los requerimientos tecnológicos que necesitará adquirir una microempresa que se dedique al comercio electrónico en la categoría de Negocio a Consumidor y a la vez nos indica cuál debe ser el costo de la inversión que dicha empresa deberá realizar para iniciar o introducir su negocio en el comercio electrónico en el país. Esta información se detalla con base en los datos antes solicitados en las secciones uno y dos, ya que en las mismas se logra identificar el tipo de PYME de acuerdo con el puntaje obtenido y también según el tipo de proyecto de comercio electrónico seleccionado en el cual se pretende invertir.

Figura N° 8: Sección 4: Evaluación de viabilidad económica del proyecto.

Rendimiento mínimo requerido (TIR)	26%
Valor actual neto (VAN)	2.109,24
Ventas marginales anuales por comercio electrónico	\$ 6.000,00
Periodo de recuperación de inversión	0,49

Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas marginales anuales		\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 8.000,00	\$9.000,00	\$ 10.000,00
Margen de utilidad operativa		30%	30%	30%	30%	30%
Utilidad operativa marginal		4.200,00	4.200,00	5.600,00	6.300,00	7.000,00
Cuotas de préstamo		(1.505,77)	(1.505,77)	(1.505,77)	(1.505,77)	(1.505,77)
Impuestos		(819,37)	(1.260,00)	(1.680,00)	(1.890,00)	(2.100,00)
Beneficio neto	(5.850,00)	1.874,86	1.434,23	2.414,23	2.904,23	3.394,23
VAN	2.109,24					

En la sección 4: Evaluación de viabilidad económica de proyecto, nos presenta de manera práctica la herramienta financiera disponible para las empresas PYMES con la cual les permite medir la viabilidad de su proyecto de inversión en el comercio electrónico, en donde el flujo presupuesta las ventas marginales anuales que necesitará en los próximos cinco años para maximizar su inversión y cumplir con sus obligaciones, por otra parte, el margen de utilidad operativo se establecerá de acuerdo con las estimaciones esperadas para cada proyecto en específico. El resultado de la diferencia entre las ventas marginales anuales y el margen de la utilidad operativa esperada es la utilidad operativa marginal.

Además, nos refleja las cuotas del préstamo como parte de la obligación con la entidad financiera, el cual nos representa el costo financiero en que incurrió el proyecto para financiarse, por otra parte, se indican los impuestos en los que incurre como obligación con el fisco, el resultado es el beneficio neto de la diferencia entre la utilidad operativa marginal y las obligaciones con el gobierno y la entidad financiera. Los flujos de los cinco años menos la resta de la inversión inicial son la base para realizar el cálculo del VAN, TIR y el periodo de recuperación, aplicando las fórmulas financieras para su correspondiente cálculo.

Actualización de datos

La información recopilada de las diversas entidades del gobierno y privadas, necesaria para el cálculo de las fórmulas de Excel, se debe actualizar con cierta regularidad no inferior a un año, está por las variaciones que afectan primordialmente en el cálculo del costo de recursos propios y el costo del proyecto.

Por otra parte, el usuario de la plantilla debe considerar la estimación de sus ventas marginalmente por año evaluado, lo cual se basa en su experiencia en el negocio.

CAPÍTULO 7

BIBLIOGRAFÍA, ANEXOS Y APENDICE

Bibliografía

Bibliografía citada

- Asociación Española de la Economía Digital. (2012). **Libro Blanco Comercio Electrónico**. (2ª Ed.). España: Adigital.
- Casanovas M. & Santandreu P. (2011). **Guía Práctica de valoración de empresas**. (1ra Ed); Barcelona: Editorial Profit.
- Chen, S. (2007). **Internet y comercio electrónico en Costa Rica y la importancia de una regulación adecuada**. Inter Sedes. VII, 168-177
- Chu M. (2012). **La creación de valor en las finanzas**, (1ra Ed); Perú: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC).
- Gitman L. & Zutter C. (2014). **Principios de Administración Financiera**, (12va Ed); México: Pearson Educación.
- Lira, P. (2013). **Evaluación de proyectos de inversión: herramientas financieras para analizar la creación de valor**. (1ra Ed.). Perú: Editorial Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas S.A.C.
- López E. (2012). **Iniciación al Derecho**. (1ra Ed); España: Editorial Delta.
- Marín N., Montiel E. & ketelhön N. (2014). **Evaluación de inversiones estratégicas**. (1ra Ed); Colombia: Editorial Colombia SAS.
- Matute G., Cuervo S., Salazar S. & Santos B. (2012). **Del consumidor convencional al consumidor digital. El caso de las tiendas por departamento**. (1ra Ed); Perú: Universidad ESAN
- Milla A. (2011). **Creación de valor para el accionista**. (1ra Ed); Madrid: Editorial Díaz de Santos S.A.
- Palma L. (2010). **Diccionario de teoría económica**. España: Editorial del Economista.Hernández.

- Fernández C. & Baptista P. (2014), **Metodología de la Investigación**, (6ªEd), México; Mc Graw Hill.
- Pérez J. (2015). **La Gestión Financiera de la empresa**. (1ra Ed); España: Editorial ESIC.
- Quesada M. (2012). **Tributos: ¿Gravamen o instrumento del Estado?**. (1ra Ed); Costa Rica: Litografía Morales.
- Ross S. & Westerfield R. (2012). **Finanzas Corporativas**. (9a Ed); México: McGraw- Hillinter Americana Editores, S.A. de C.V.
- Sapag, N. (2011). **Proyectos de inversión, formulación y evaluación**. Chile: Pearson
- Seoane E. (2005). **La Nueva Era del Comercio: El Comercio Electrónico Las TIC al Servicio de la Gestión Empresarial**, (1era Ed); España: Ideaspropias Editorial.
- Schneider G. (2013). **Comercio Electrónico**, (10a Ed); United States: Cengage Learning Editores

Webgrafía

- Estado Nacional de Mipymes. Recuperado el martes 27 enero del 2016 a las 7:00 p.m, desde <http://omipymes.uned.ac.cr>
- El Financiero, (28 de setiembre de 2015). El comercio electrónico frena ante la barrera de la confianza. Recuperado el 18 febrero de 2016 a las 7:00 p.m., desde http://www.elfinancierocr.com/m/tecnologia/Red_506-Amazon-Dichter_-_Neira-Ernst_Young-Zebra-Pew_Research_Center-ecommerce_0_817718240.html
- El Financiero, (05 de Enero de 2016). Compras en línea de alimentos y bebidas aún son reducidas, pero crecen. Recuperado el 18 febrero de 2016 a las 7:00 p.m., desde http://www.elfinancierocr.com/m/tecnologia/Procomer-Nielsen-Red_506-comercio_electronico-Internet_0_878912101.html
- IAB Spain, (Junio, 2015). Estudio eCommerce 2015 IAB Spain. Recuperado el martes 27 enero del 2016 a las 8:00 p.m. desde <http://www.iabspain.net/wp-content/uploads/downloads/2015/06/Estudio-ecommerce-2015-IAB-abierta1.pdf>

Informe de PROSIC, (2008). Hacia la Sociedad de la Información y el Conocimiento en Costa Rica. Comercio Electrónico en Costa Rica. Recuperado el 05 febrero de 2016 a las 2:00 p.m., desde <http://www.prosic.ucr.ac.cr>

Ley 7472 Promoción de la Competencia y Defensa efectiva del Consumidor. Recuperado el 20 de febrero de 2016 a las 2:00 p.m., desde <http://aresep.go.cr/aresep/marco-legal-aresep/leyes-para-los-usuarios/808-ley-promocion-de-competencia-y-defensa-efectiva-del-consumidor>

Normativa-Ley N° 8262: Ley de fortalecimiento de las pequeñas y medianas empresas y sus reformas. Recuperado 04 febrero del 2016 a las 8:00 p.m., desde <http://www.pyme.go.cr>

Observatorio eCommerce, (2015). Informe de Evolución y Perspectivas eCommerce 2015. Recuperado el martes 27 enero del 2016 a las 7:00 p.m, desde [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Evoluci%C3%B3n_y_perspectivas_eCommerce_2015/\\$FILE/EY-Informe-Tendencias_eCommerce-2015.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Evoluci%C3%B3n_y_perspectivas_eCommerce_2015/$FILE/EY-Informe-Tendencias_eCommerce-2015.pdf)

OCDE, (2013). Guidelines on the Protection of Privacy and Transborder Flows of Personal Data. Recuperado el 20 de Febrero de 2016 a las 6:00 p.m., desde <http://www.oecd.org/sti/ieconomy/oecdguidelinesontheProtectionofPrivacyandTransborderFlowsofPersonalData.htm>

OCDE, (09 de diciembre de 1999). Guidelines for Consumer Protection in the Context of Electronic Commerce. Recuperado el 20 de febrero de 2016 a las 6:00 pm, desde <http://www.oecd.org/sti/consumer/oecdguidelinesforconsumerprotectioninthecontextofelectroniccommerce1999.htm>

OCDE,(2011).Dismantling the barriers to global electronic commerce. Recuperado el 05 febrero de 2016 a las 2:00 p.m., desde <http://www.oecd-ilibrary.org/>

Tarifas del impuesto sobre las utilidades personas físicas y jurídicas. Recuperado el martes 27 enero del 2016 a las 7:30 p.m. desde <http://www.hacienda.go.cr/contenido/12994->

regimen- tradicional

Glosario y Abreviaturas

Glosario

Ubicuidad: se refiere a que en el comercio electrónico se puede negociar y transar desde cualquier lugar y en cualquier momento.

Interactividad: el comercio electrónico permite una comunicación en ambos sentidos; es decir, entre el comerciante y el consumidor.

Generaciones Millenials: hombres y mujeres nacidos entre los años de 1980 a 1992.

Generaciones Zeta: hombres y mujeres nacidos después de 1993.

ANEXOS

Anexo 1

Cotización Servicio de Diseño Pagina Web.

Acerca de ZEWS

Somos una empresa especializada en servicios de posicionamiento en buscadores, gestión de redes sociales y diseño web.

Iniciamos labores en el año 2002 en Pérez Zeledón, Zona Sur de Costa Rica, y desde el año 2015 tenemos presencia también en Escazú, San José, Costa Rica y Atlanta, Georgia, Estados Unidos.

Nos especializamos en la **creación de nuevas oportunidades de negocios** gracias a que conectamos a nuestros clientes con sus potenciales consumidores, directamente, a través de Internet, utilizando los buscadores para tal efecto, gracias al trabajo de posicionamiento orgánico y optimización de sitios web.

A la fecha contamos con una amplia cartera de proyectos en Costa Rica, Estados Unidos, México y Panamá, en gran variedad de áreas de negocio.

Esperamos que la oferta presentada sea de su entera satisfacción y de beneficio, como lo ha sido para otros clientes que han optado por los servicios de nuestra empresa.



Oficina principal, Pérez Zeledón



Oficinas
Escazú



Oficinas Lawrenceville

Detalle del servicio

¿Qué incluye mi sitio web?

El trabajo a realizar consiste en el diseño o rediseño de un sitio web, incorporando elementos modernos, elegantes y además que sean acordes para brindar una excelente visibilidad en buscadores y **generar retorno de inversión**.

Detalle del servicio	Plan Starter
<p>Enfoque en resultados.</p> <p>Posicionamiento web según regiones, donde una región es la ciudad o zona principal donde desean ser encontrados en Google.</p>	1 región
<p>Selección de Keywords o frases clave.</p> <p>Frases relacionadas con sus productos o servicios, así como</p>	Hasta 10 keywords

<p>con la región elegida, ejemplo: "empresas de X servicio en X region", "venta de X producto en X region". Para captar los nuevos posibles clientes en línea.</p>	
<p>Mapa de sitio.</p> <p>Cantidad de secciones incluidas. Las secciones pueden ser Inicio, Nosotros, Servicios, etc., a elegir por el cliente.</p>	10 secciones
<p>Páginas de información.</p> <p>Cada página es un detalle de algún producto o servicio. Ejemplo, la sección "Servicios" puede tener un listado de 10 servicios, cada uno de ellos será tomado como una página distinta.</p>	20 páginas
<p>Vídeos.</p> <p>Inserción de vídeos en la página web. No incluye la creación, el cliente debe dar ya sea el archivo para subir a Youtube o el link para agregarlo.</p>	5 vídeos
<p>Imágenes de stock.</p> <p>Para complementar la parte visual de algunas de sus secciones, ZEWS proporcionará al cliente imágenes de <i>stock</i> si es necesario. Son fotos compradas en el sitio web www.shutterstock.com</p>	10 imágenes
<p>Mantenimiento web.</p> <p>Daremos mantenimiento al sitio web para cambios en textos o fotos, no incluye diseño o programación adicional. Si se requieren secciones adicionales, cada una debe cotizarse por separado.</p>	1 mes mant. gratis

<p>Tiempo de entrega estimado.</p> <p>Según el tamaño del sitio y la recopilación del contenido requerido, se estiman tiempos de entrega como se indica. Los tiempos pueden variar según se atrase o agilice la entrega de contenido.</p>	<p>2 meses</p>
<p>Sitio web responsive.</p> <p>ZEWS desarrollará un sitio web ajustable automáticamente a celulares y tablets, para una mejor navegación en dispositivos móviles.</p>	<p>Si</p>
<p>Creación de páginas adicionales.</p> <p>Se podrán crear tantas páginas adicionales como se quiera, además de las que incluye cada plan.</p>	<p>Pág. adl.: \$125 c/u</p>
<p>Carrito de compras.</p> <p>Se podrá adicionar a su página web un carrito de compras. ZEWS lo dará cargado y optimizado hasta con 25 productos, pero acepta ilimitada cantidad de artículos. El pago en línea se integrará con PayPal y/o 2Checkout únicamente.</p>	<p>Adicional: \$600</p>
<p>Creación de un sitio web en varios idiomas.</p> <p>ZEWS dará el sitio web cargado en un idioma, pero se puede configurar con tantos idiomas sea necesario.</p>	<p>Idioma adicional: \$300</p>

Nombre	Cantida d	Precio	Total
Inversión regular - Plan Starter	1	\$1,799. 00	\$1,799 .00
Inversión regular con todas las características indicadas			

Nombre	Cantidad	Precio	Total
en la tabla anterior.			
Inversión regular con todas las características indicadas en la tabla anterior.			
Subtotal			\$1,799.00
Servicios adicionales			
En caso de requerir mayor funcionalidad para su sitio web, seleccione las opciones que correspondan.			
En caso de requerir mayor funcionalidad para su sitio web, seleccione las opciones que correspondan.			
<input type="checkbox"/>			
Páginas extra			
Se podrán crear tantas páginas adicionales como se quiera, además de las que incluye cada plan. Estas páginas estarán también optimizadas para ampliar la cantidad de palabras claves logradas.	<input type="text" value="0"/>	\$125.00	\$125.00
Se podrán crear tantas páginas adicionales como se quiera, además de las que incluye cada plan. Estas páginas estarán también optimizadas para ampliar la cantidad de palabras claves logradas.			
<input type="checkbox"/>	1	\$600.00	\$600.00

Nombre	Cantidad	Precio	Total
Carrito de compras			0
<p>Se podrá adicionar a su página web un carrito de compras. ZEWS lo dará cargado y optimizado hasta con 25 productos, pero el carrito acepta ilimitada cantidad de artículos. El pago en línea se integrará con PayPal y/o 2Checkout únicamente.</p>			
<p>Se podrá adicionar a su página web un carrito de compras. ZEWS lo dará cargado y optimizado hasta con 25 productos, pero el carrito acepta ilimitada cantidad de artículos. El pago en línea se integrará con PayPal y/o 2Checkout únicamente.</p>			
<input type="checkbox"/>	Idiomas adicionales	<input type="text" value=""/>	\$300.0
<p>ZEWS dará el sitio web cargado en un idioma, pero se puede configurar, cargar y optimizar con tantos idiomas sea necesario.</p>			
<p>ZEWS dará el sitio web cargado en un idioma, pero se puede configurar, cargar y optimizar con tantos idiomas sea necesario.</p>			
<input type="checkbox"/>	Integración carrito de compras con Banco Nacional	1	\$1,200.00
<p>Se hará el proceso de integración con la Ventanilla Electrónica de Pagos (VEP) del Banco Nacional. Si</p>			

Nombre	Cantidad	Precio	Total
<p>adquiere este servicio, también deberá comprar una línea segura (SSL), que se debe renovar anualmente.</p>			
<p>Se hará el proceso de integración con la Ventanilla Electrónica de Pagos (VEP) del Banco Nacional. Si adquiere este servicio, también deberá comprar una línea segura (SSL), que se debe renovar anualmente.</p>			
<input type="checkbox"/>			
Línea segura (SSL)	1	\$100.00	\$100.00
<p>Certificado de seguridad para encriptar la información entre el sitio web y la VEP del Banco Nacional de Costa Rica</p>		por año	0
<p>Certificado de seguridad para encriptar la información entre el sitio web y la VEP del Banco Nacional de Costa Rica</p>			
Subtotal			\$600.00
			0
Total			\$2,399.00
Total con impuesto			\$2,399.00
Total por año			\$0.00

Nombre	Cantidad	Precio	Total
Total con impuesto por año			\$0.00

Otras consideraciones

A continuación otras consideraciones relacionadas con la creación de su sitio web:

1. Se usará la plataforma Wordpress, además de tecnologías HTML5 + CSS.
2. Recomendamos no usar tecnología Flash para garantizar su completa visualización en dispositivos Apple (Iphone e Ipad) pues estos no despliegan muy bien dichos archivos.
3. Se agregarán opciones para que se comparta el contenido en redes sociales (Facebook, Youtube, Twitter, Google+, Digg).
4. El sitio tendrá formulario de contacto en las secciones de contacto y en las de los servicios que así lo ameriten.
5. No tiene límite en la cantidad de páginas a incluir, aunque el sitio se dará cargado con el detalle que se indicó anteriormente.
6. Las frases clave serán elegidas por el cliente y claramente relacionadas con el contenido del sitio web. ESTO NO SIGNIFICA que vayan a aparecer únicamente en la cantidad de frases indicadas, sino que vamos a estar monitoreando esas elegidas para ir midiendo el avance mes a mes, pero al final aparecerán en una cantidad significativamente mayor de frases en Google.
7. El cliente entregará los contenidos a incluir, sean fotos, vídeos y/o textos, separados por sección mediante nuestro formulario www.zews.co.cr/contenido/, mediante una carpeta compartida en Dropbox o un email separado y ordenado por sección.
8. Las imágenes que se utilicen estarán optimizadas para una carga veloz, se procurará que las imágenes no sean de más de 150k y que tengan sus “alt titles” (título de foto) para el tema de la usabilidad.
9. ZEWS se encargará de la gestión del sitio en el sentido de la carga de contenidos iniciales y optimización de las frases claves iniciales. En otras palabras, el sitio web se dará

cargado, optimizado y preparado para competir en las frases que se seleccionarán en conjunto con el cliente.

10. El sitio web es independiente de plataforma. Esto quiere decir que los usuarios que hagan la labor de mantenimiento pueden acceder usando cualquier tipo de computador (PC, Mac) y sistema operativo (Windows, Leopard, Ubuntu, etc.) y no habrá problema a la hora de agregar, modificar o eliminar contenido o subir archivos. La plataforma de desarrollo será Linux + Apache + PHP + MySQL.
11. Se instalará el sistema de Google Analytics para poder medir el tráfico, conocer sus fuentes, dispositivos utilizados, palabras claves usadas, entre otras variables.

Alcances del proyecto

Entregables

Entregables

1. Todos los módulos programados, funcionando según lo descrito anteriormente.
2. Sitio web cargado y optimizado para buscadores en las frases elegidas inicialmente.

Exclusiones

1. Esta oferta no incluye la instalación del servicio de Internet en las oficinas del cliente, así como tampoco hardware ni equipo de cómputo de ninguna índole.
2. No se incluye en esta oferta el servicio de streaming o configuraciones de servicios de ese tipo para transmisiones de audio y/o video.
3. No se incluyen trabajos de diseño gráfico, entiéndase elaboración de afiches, volantes, banners, etc.
4. **Cualquier punto que no esté especificado de manera explícita en esta oferta se asumirá que no está incluido y, de ser necesario, deberá cotizarse por separado.**

Sobre los cambios

1. Cuando se solicite un cambio, éste deberá ser solicitado por escrito o por correo electrónico (a la cuenta info@zewsweb.com), con al menos 72 horas de anticipación a la fecha en que se quiere tener implementado el cambio.

2. El punto anterior aplica para cambios menores, entiéndase cambiar un texto por otro, agregar texto nuevo a una sección existente.
3. Cambios mayores (creación de notas, diseño de artes, diseño de presentaciones) deberán solicitarse con mayor anticipación y a través de la dirección www.zewsweb.com/soporte con todo el detalle necesario para que el requerimiento pueda ser ejecutado por nuestro equipo.

Respaldos

1. ZEWS realiza respaldos diarios de la información en caso de recuperación ante desastres o eventualidades. Esto nos permite volver a un punto en el pasado en caso de algún inconveniente con el sitio web.
2. Esto aplica si el sitio se hospeda en nuestro servidor.

Restricciones

1. Cualquier pérdida de información por mal uso de las claves no será en absoluto responsabilidad de ZEWS. El cliente deberá utilizar medidas de seguridad para evitar que las claves, tanto de los correos electrónicos como de acceso al Panel de Control Administrativo para manejar al sitio, no sean utilizadas de forma indebida.
2. El correcto funcionamiento del servidor y que éste permanezca activo y disponible para todos los usuarios es responsabilidad de ZEWS. Dicho servidor se encuentra en los Estados Unidos y, pese a que no podemos garantizar que funcione 100% todo el tiempo, si certificamos que se utilizan en este momento todas las medidas de seguridad para procurar que así sea y se le da el mantenimiento respectivo. Es una máquina y, como tal, puede presentar fallas. Hasta el momento ha presentado un “up-time” del 99,9%. En caso de fallas en el servidor o del sistema, la empresa a contactar será ZEWS. Se toman todas las contingencias del caso en cuanto a respaldos y en el datacenter mismo para evitar cualquier inconveniente.

Planes de mantenimiento

Un sitio web actualizado, según nuestra experiencia y según las mejores prácticas encontradas por sitios especializados, permitirá que su posible cliente perciba que llegó a un sitio que está siendo monitoreado, actualizado y que está vigente, o sea que detrás hay una empresa que está activa, en movimiento.

Además, permitirá incrementar nuestra presencia en buscadores, de modo que nos facilitará ser encontrados cada vez por una mayor cantidad de personas directamente desde Internet.

Es una inversión en su imagen en línea, donde hay tanta competencia y cada detalle cuenta.

Además, **ofrecemos una garantía de posicionamiento en buscadores:** si luego de 6 meses de mantenimiento (cualquier plan) no hemos logrado al menos el 70% de visibilidad en buscadores (7 de cada 10 palabras clave en la primera página de Google) seguirá recibiendo mantenimiento, SIN COSTO ADICIONAL PARA USTED, hasta que logremos entregar ese 70% de visibilidad. **O sea, nuestro compromiso no es con la gestión como tal, sino con los resultados.**

A continuación el detalle de nuestros planes **básicos de mantenimiento.** Si requiere planes más intensivos, podemos enviar el detalle de nuestros Planes de Gestión SEO, basta con que lo solicite al correo info@zewsweb.com.

Detalle de los planes

Estos son nuestros planes de mantenimiento. Debajo de la tabla una explicación adicional de lo que implica cada punto de la tabla.

Detalle del paquete	Bási co	Med io	Compl eto
Notas de contenido original	2 notas / mes	4 notas / mes	6 notas / mes
Cambios al sitio web	2 cambios	5 cambios	8 cambios /

Detalle del paquete	Básico	Medio	Completo
	/ mes	/ mes	mes
Artes digitales (para enviar por correo, Facebook, etc.)	1 arte / mes	2 arte / mes	4 artes / mes
Presentaciones web (para sitios como SlideShare)	No aplica	1 / mes	2 / mes
Cambio al home del sitio (cambiar fotos de los sliders)	No aplica	1 cambio / mes	2 cambios / mes
Landing Page (para apoyo a campañas digitales en redes, correos o Google)	No aplica	No aplica	1 / mes
Inversión mensual	\$150	\$300	\$450

Notas de contenido: Creamos y subimos al sitio web la cantidad de notas que corresponda según el paquete elegido. Le sugerimos temas al cliente o el cliente nos solicita los temas que desee tratar durante el mes. El contenido será creado por nosotros, totalmente original, hecho exclusivamente para el cliente.

Cambios mensuales: Estos son cambios que correspondan por ejemplo a fotos previamente seleccionadas y enviadas en una carpeta, textos de hasta 2 hojas formato Word (Arial 12) o un cambio a secciones existentes en el sitio web. La creación de nuevas secciones se deben cotizar por separado. Funciona cuando se quiere agregar, por ejemplo, notas adicionales, información de nuevos productos, nuevos servicios, etc.

Creación artes digitales al mes: Esto con el fin de promocionar algún producto, con motivos de ofertas o para el uso que desee el cliente. Será un arte que podrá ser compartido en redes sociales o correos electrónicos. No son artes para revista, son exclusivamente para web.

Presentaciones web: Parte de la estrategia SEO offsite consiste en generar contenido desde sitios externos, idealmente aquellos que tengan bastante tráfico. En este caso, trabajaremos con SlideShare, que es un sitio especializado para subir presentaciones informativas, de modo que es una fuente importante de consultas diariamente. Subiremos contenido optimizado para ser encontrados tanto en ese sitio web como desde buscadores, a través de ese contenido.

Cambios mensuales al home: El cliente nos envía la foto (de 1200 px de ancho en adelante) que desee agregar y nosotros nos encargamos de subirla al sitio web y ajustarla para que su sitio web se vea actualizado cada vez que el usuario ingrese a navegarlo.

Creación de un Landing Page en el sitio del cliente: Esto para ayudarle a promocionar su producto o servicio. Este landing page incluye un formulario de contacto para que el interesado solicite información. Es ideal cuando se quiere promover una oferta de temporada, o un producto con descuento, de modo que se envía a la gente directamente a esa área del sitio web hecha especialmente para incrementar las oportunidades de ser contactados desde internet. Landing pages adicionales tienen un costo de \$250 cada una.

Garantía contra fallos

El trabajo tiene una garantía de programación contra fallos de programación **por tres años**, siempre y cuando la empresa sea cliente de ZEWS y ningún tercero haya modificado el código fuente. En caso de que haya algún error en el despliegue de la información o en la inclusión de los datos, el problema será corregido dentro de las **48 horas siguientes** al reporte del error, como máximo, sin costo adicional. Esto no incluye especificaciones mal proporcionadas por el cliente, las cuales deberán ser cotizadas previamente por separado.

La garantía **no se extiende** a las actualizaciones de WordPress (plataforma en la que está hecho el sitio web), pues puede que una actualización no sea compatible con algún plugin (un plugin es un grupo de archivos que dan mayor funcionalidad al sitio web) y haya que invertir varias horas para dejarlo funcional. En ese caso ofrecemos un contrato adicional de mantenimiento anual de \$600, para cubrir cualquier contingencia en ese sentido. Valga

mencionar que, al adquirir **cualquiera de nuestros planes** de mantenimiento se incluye, sin costo adicional, actualización de WordPress durante el tiempo que se mantenga bajo el plan.

Recomendamos, como alternativa a la actualización de WordPress si no tuviera ningún plan de mantenimiento, que el cliente adquiera protección contra ataques cibernéticos, malware, hackeos y demás amenazas digitales. Para ello contamos con un plan que incluye recuperación ante cualquiera de estos ataques en tiempos de respuesta bastante rápidos, así como monitoreo activo del servidor permanentemente, por \$400 al año. Es una inversión que ha probado ser bastante efectiva en casos de ataques a sitios de clientes, algo de lo que prácticamente ningún sitio web está exento.

De no contar con este plan, ataques de esta naturaleza se resolverían bajo la modalidad de tarifa por hora, a razón de \$50 cada hora de soporte.

Puede que no lleguen a necesitar ninguna hora, como es el caso de algunos clientes que tienen años con nosotros y no han tenido ningún problema, pero es algo que, lamentablemente, no podemos garantizar ni sobre lo que tengamos control alguno.

Obligaciones

De ZEWS

Deberá cumplir, salvo asuntos fuera de su control como un desastre natural, el cronograma de trabajo establecido y de comunicar los cambios que pudieran ocurrir en el mismo al cliente, además no publicará ninguna información en Internet sin tener primero el visto bueno y aprobación del cliente.

Asimismo, ZEWS manifiesta y acepta que toda la información que han recibido por parte del cliente es **considerada confidencial para todos los efectos**, por lo que si este acuerdo de confidencialidad es incumplido o violado por nuestra empresa, aceptamos y nos comprometemos desde ya, a responder pecuniariamente por todos los daños y perjuicios que se le cause a el cliente por dicho incumplimiento. Únicamente podremos revelar aquella información que, previamente y por escrito, nos autoricen revelar.

El plazo de este acuerdo se mantendrá vigente por un plazo de 3 años posteriores a la finalización de la relación entre las partes, producto del presente documento.

Del cliente

El cliente se compromete con la empresa a entregar la información necesaria para el sitio web lo antes posible para no retrasar ninguna de las etapas del proyecto, así como a entregar las fotografías necesarias.

Además, a responder vía correo de forma expedita las solicitudes que hagamos sobre aspectos relacionados con instrucciones para recolección de datos y similares. Caso contrario, ZEWS no será responsable de atrasos incurridos debido a falta de indicaciones a tiempo por parte del cliente.

También, se compromete a realizar los pagos estipulados en las fechas pactadas.

Formas de pago

La inversión total es de **\$2,399**.

La forma de pago propuesta es por transferencia de fondos a nuestra cuenta en el Banco Nacional de Costa Rica a nombre de Zona de Estrategias Web del Sur S.A.

Se propone un pago inicial de 20% del total y el saldo en 4 pagos mensuales, en tractos iguales cada uno.

Valga mencionar que un atraso injustificado de más de 3 días naturales, hará que se suspendan los trabajos hasta contar con el pago adeudado. Atrasos persistentes podrán conllevar la terminación del servicio, sin derecho a ningún tipo de devolución de dinero por los trabajos realizados hasta la fecha.

De existir un atraso de algún tipo, bastará con que el cliente lo notifique previamente al correo info@zewswb.com para tomar nota y que no haya ninguna interrupción del servicio.

Anexo 2

Herramienta financiera de evaluación de proyectos de inversión de comercio electrónico, según principios de creación de valor para empresas PYMES.

Xochilt Paola Tenorio Rojas		Periodo 2016				
Herramienta de evaluación de proyectos de comercio electrónico de una empresa PYME de acuerdo con los principios de creación de valor						
Al 31 de enero de 2016.						
Instrucciones:						
El siguiente formulario consta de las siguientes cuatro etapas:						
En la sección 1 se muestra los datos generales de la compañía.	En la sección 2 se muestra los datos generales del proyecto.	En la sección 3 se indica los requerimientos tecnológicos para la inversión de la compañía.	En la sección 4 se describe la viabilidad económica del proyecto.			
Con el objetivo de identificar el tipo de sociedad, el tipo de negocio y la categoría en la que se encuentra el negocio, el tipo de PYME, en la que se clasifica y la tasa del ISR que está obligada con el Estado.	En donde se describe el tipo de proyecto, se indica el monto requerido en la inversión, la tasa de financiamiento, el cálculo del costo de recursos propios y el costo de proyecto.	Se detalla la inversión de acuerdo con los requerimientos tecnológicos y brinda el monto requerido para dicha inversión.	Describe la tasa mínima de rendimiento, el valor actual neto del proyecto, el periodo de recuperación y las ventas marginales anuales.			
Nota: Considerar que todas las celdas marcadas en verde de las secciones están ligadas a una fórmula para su respectivo cálculo.						
Sección 1: Datos generales de la compañía:						
Nombre de la compañía:	Inversiones Alfa S.A.					
Número de identificación:	3101205890					
Tipo de sociedad:	Persona jurídica					
Tipo de negocio:	Negocios y servicios					
Categoría negocio:	Servicios/Comercio					
Valor ventas anuales:	150.000.000,00					
Utilidad antes de impuestos:	10.452.000,00					
Valor activos fijos totales:	200.000.000,00					
Valor activos netos totales:	25.000.000,00					
Valor de deuda actual:	10.000.000,00					
Valor patrimonio actual:	15.000.000,00					
Cantidad de empleados:	3					
Puntaje	10					
Tasa impuesto sobre la renta:	30%					
Tipo de PYME	Pequeña					
Sección 2: Datos generales proyecto:						
Fecha evaluación:	31/01/2016					
Tipo de proyecto:	Negocio a Negocio					
Importe requerido de inversión:	5.850,00					
Entidades financieras:	Banco de Costa Rica					
Tasa efectiva de financiamiento	10,80%					
Costo de recursos propios	15,37%					
Costo de proyecto	13,54%					
PequeñaNegocio a Negocio						
Sección 3: Inversión requerida:						
Tipo PYME - Categoría	Requerimientos Tecnológicos	Costeo \$				
MicroempresaNegocio a Consumidor	TotalMicroempresaNegocio a Consumidor	2.600,00				
PequeñaNegocio a Consumidor	TotalPequeñaNegocio a Consumidor	2.600,00				
MedianaNegocio a Consumidor	TotalMedianaNegocio a Consumidor	2.600,00				
MicroempresaNegocio a Negocio	TotalMicroempresaNegocio a Negocio	5.850,00				
PequeñaNegocio a Negocio	TotalPequeñaNeocio a Negocio	5.850,00				
MedianaNegocio a Negocio	TotalMedianaNegocio a Negocio	5.850,00				
MicroempresaConsumidor a Consumidor	TotalMicroempresaConsumidor a Consumidor	2.850,00				
PequeñaConsumidor a Consumidor	TotalPequeñaConsumidor a Consumidor	2.850,00				
MedianaConsumidor a Consumidor	TotalMedianaConsumidor a Consumidor	2.850,00				
MicroempresaNegocio a Gobierno	TotalMicroempresaNegocio a Gobierno	3.445,00				
PequeñaNegocio a Gobierno	TotalPequeñaNegocio a Gobierno	3.445,00				
MedianaNegocio a Gobierno	TotalMedianaNegocio a Gobierno	3.445,00				
Sección 4: Evaluación de viabilidad económica de proyecto:						
Rendimiento mínimo requerido (TIR)	26%					
Valor actual neto (VAN)	2.109,24					
Ventas marginales anuales por comercio electrónico	\$ 6.000,00					
Periodo de recuperación de inversión	0,49					
Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas marginales anuales		\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 8.000,00	\$ 9.000,00	\$ 10.000,00
Margen de utilidad operativa		30%	30%	30%	30%	30%
Utilidad operativa marginal		4.200,00	4.200,00	5.600,00	6.300,00	7.000,00
Cuotas de préstamo		(1.505,77)	(1.505,77)	(1.505,77)	(1.505,77)	(1.505,77)
Impuestos		(819,37)	(1.260,00)	(1.680,00)	(1.890,00)	(2.100,00)
Beneficio neto	(5.850,00)	1.874,86	1.434,23	2.414,23	2.904,23	3.394,23
VAN	2.109,24					

APÉNDICE

Heredia, 23 de Junio de 2016

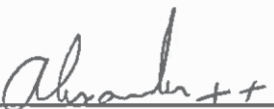
Señores
Miembros del Comité de Trabajos Finales de Graduación
Escuela de Administración de Negocios
Universidad Latina de Costa Rica

Estimados señores

He revisado y corregido el Trabajo Final de Graduación, denominado: Propuesta de una herramienta financiera para evaluar proyectos de inversión de comercio electrónico según principios de creación de valor de una empresa PYME en Costa Rica al 31 de enero de 2016, elaborado por la estudiante: Xochilt Paola Tenorio Rojas, como requisito para que la citada estudiante puedan optar por el grado de Licenciatura en Administración de Negocios con énfasis en finanzas.

Considero que dicho trabajo cumple con los requisitos formales y de contenido exigidos por la Universidad, y por tanto lo recomiendo para su defensa oral ante el Consejo Asesor.

Suscribe cordialmente,



Lic. Alexander Barboza Hidalgo

Cédula: 1-1221-0019

Tutor

Heredia, 27 de Junio de 2016

Señores

Miembros del Comité de Trabajos Finales de Graduación
Escuela de Administración de Negocios
Universidad Latina de Costa Rica

Estimados señores

He revisado y corregido el Trabajo Final de Graduación, denominado: Propuesta de una herramienta financiera para evaluar proyectos de inversión de comercio electrónico según principios de creación de valor de una empresa PYME en Costa Rica al 31 de enero de 2016, elaborado por la estudiante: Xochilt Paola Tenorio Rojas, como requisito para que la citada estudiante puedan optar por el grado de Licenciatura en Administración de Negocios con énfasis en finanzas.

Considero que dicho trabajo cumple con los requisitos formales y de contenido exigidos por la Universidad, y por tanto lo recomiendo para su defensa oral ante el Consejo Asesor.

Suscribe cordialmente,



Lic. Rodrigo Sánchez Chaverri

Cédula: 107960010

Lector

Heredia, 21 de junio del 2016

Señores:

Miembros del Comité de Trabajos Finales de Graduación

Escuela de Administración de Negocios

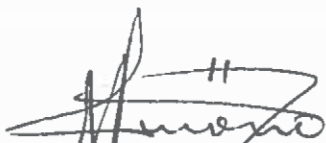
Universidad Latina de Costa Rica

Respetados señores:

Leí y corregí el Trabajo Final de Graduación, denominado: **Propuesta de una herramienta financiera para evaluar proyectos de inversión de comercio electrónico según principios de creación de valor de una empresa PYME en Costa Rica al 31 de enero del 2016**, elaborado por la estudiante: Xochilt Paola Tenorio Rojas, como requisito para que la citada estudiante puedan optar por el grado de Licenciatura en Administración de Negocios con énfasis en finanzas.

Corregí el trabajo en aspectos, tales como: construcción de párrafos, vicios del lenguaje que se trasladan a lo escrito, ortografía, puntuación y otros relacionados con el campo filológico, y desde ese punto de vista considero que está listo para ser presentado como Trabajo Final de Graduación; por cuanto cumple con los requisitos establecidos por la Universidad.

Suscribe cordialmente,



Margarita Jiménez Carmona
Cédula: I-0493-0598
Carné: 008487(COLYPRO)
Filóloga