

**Universidad Latina de Costa Rica – Campus Heredia**

**Facultad de Ciencias Empresariales**

**Escuela de Administración de Negocios**

**Licenciatura en Administración de Negocios**

**Énfasis Finanzas**

**Trabajo Final de Graduación Modalidad**

**Tesis**

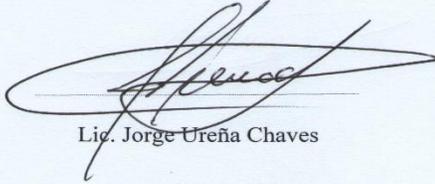
**Tema:**

**Propuesta económica para incrementar la participación de ventas de comidas en la Soda Gustitos S.A en el cantón de Puriscal, provincia de San José.**

**Michelle Rodríguez Blanco**

**Agosto, 2018**

**TRIBUNAL EXAMINADOR**



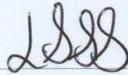
Lic. Jorge Ureña Chaves

Tutor



MBA. Rafael Angel Garcia Obando

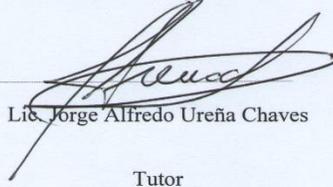
Lector



Lic. Jonathan Salas Segura

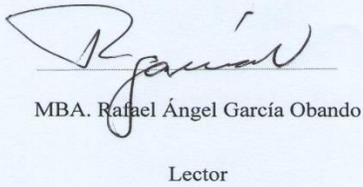
Representante de Rectoría

**CONSEJO ASESOR**



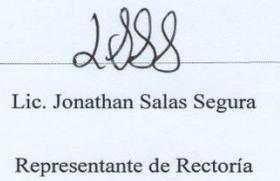
Lic. Jorge Alfredo Ureña Chaves

Tutor



MBA. Rafael Ángel García Obando

Lector



Lic. Jonathan Salas Segura

Representante de Rectoría

## DECLARACIÓN JURADA

La suscrita, Michelle Rodríguez Blanco con cédula de identidad número 207400782, 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. Además, manifiesto que acepto cualquier sanción si cometo una infracción al reglamento Interno de la universidad.

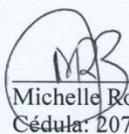
Heredia, 27 de agosto de 2018

  
Michelle Rodríguez Blanco  
Cédula: 207400782

## MANIFESTACIÓN EXONERACIÓN DE RESPONSABILIDAD

La suscrita Michelle Rodríguez Blanco con cédula de identidad número 207400782, exonerado de toda responsabilidad a la Universidad Latina, campus Heredia; 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, campus Heredia; por las manifestaciones y/o apreciaciones personales incluidas en este. Asimismo, autorizo a la Universidad Latina, campus Heredia, a disponer de dicho trabajo para uso y fines de carácter académico, publicitándolo en el sitio web; así como en el CRAI.

Heredia, 27 de agosto de 2018

  
Michelle Rodríguez Blanco  
Cédula: 207400782

## Agradecimientos

Agradezco a Dios, y a mis padres por el apoyo que siempre me han brindado. A mi amiga y compañera Viviana por el apoyo, sugerencias y soporte en el camino recorrido en la Universidad y en este proceso de trabajo final de graduación. Al tutor de tesis Jorge Ureña Chaves por su valiosa colaboración, paciencia y asesoramiento brindado en todo el proceso realizado. Gracias a todos en especial a mis padres.

## Dedicatoria

Mi dedicatoria es totalmente para Dios, para mi madre y mi padre, por darme la fuerza y guía para llegar a este momento tan importante y valioso para mi vida.

A mis padres les agradezco el esfuerzo que han hecho para poder brindarme el estudio desde que inicie este recorrido de gran aprendizaje iniciando en primaria, continuando en secundaria, llegando a esta etapa universitaria, donde siempre estuvieron presente dándome su apoyo y fuerza para seguir adelante, muchas veces el camino fue difícil, pero mis padres estuvieron a mi lado recordándome que si se puede.

Me llena de orgullo el estar redactando esta dedicatoria, me llena de orgullo realizar este trabajo final de graduación con todos los conocimientos adquiridos por la universidad, me llena de orgullo ver como los sueños y las metas si se cumplen, y me llena de orgullo saber que tengo unos padres orgullosos de ver que en cada triunfo que logro en mi vida, se refleja el granito de arena que ellos que pusieron en mí persona, con cada consejo, sugerencia, regaño, en su crianza, gracias a ellos que son el ejemplo de vida para mí y porque siempre me han enseñado que de la mano de Dios con esfuerzo y dedicación los sueños y las metas si se cumple.

Gracias mami, gracias papi, gracias Dios, esto es por y para ustedes.

## Contenido

Capítulo I.....	1
Problema y propósito.....	1
Los antecedentes:	3
Planteamiento de la situación problemática y formulación del problema.....	4
• Problema:	4
• Sub problemas:	4
• Sistematización del problema.....	7
Justificación de la investigación.....	8
• Justificación Teórica	9
• Justificación Metodológica	10
• Justificación Práctica	11
Objetivos del estudio.....	11
• Objetivo general	12
• Objetivos específicos	12
• Delimitaciones, limitaciones y alcances de la investigación .....	12
• Delimitación	12
• Instrumentos	12
• Limitaciones de la investigación	12
• Información	13
• Distancia	13
• Encuesta	13
• Alcances	13
<b>Capítulo II.....</b>	<b>15</b>
<b>Marco Teórico.....</b>	<b>15</b>
Misión.....	18
Visión	18
• Organigrama .....	18
Descripción de puestos	19
• Gerente	19

• Administradora	20
• Contador	20
• Cocineros	20
• Meseros	20
• Marco Teórico del objeto de estudio: .....	21
• Precio	22
• Demanda	22
• Clientes	22
• Inversión	23
• Riesgo	23
• Costo promedio de los fondos	23
• Flujo de efectivo	23
• Tiempo de recuperación	23
• El valor presente neto	24
• Índice de deseabilidad	24
• Tasa interna de retorno	24
• Rentabilidad	25
<b>Capítulo III</b> .....	26
<b>Marco Metodológico</b> .....	26
Metodología de la Investigación .....	27
Enfoques cualitativos .....	27
Enfoques cuantitativos .....	28
Diseño de investigación empleados .....	28
Diseño de investigación	28
Diseño experimental	29
Diseños univariantes o unieventuales	30
• Diseño Longitudinal	30
Métodos de investigación.....	31
• Método de investigación analítico	31
• Método deductivo .....	32
• Tipos de Investigación .....	33

• Tipo explicativa	33
• Tipo descriptivo .....	34
• Tipo Correlacional .....	34
Sujetos y fuentes de información .....	35
Sujetos de información	35
• Población	35
• Muestra .....	35
• Tipo de muestreo	36
• Muestreo no probabilístico	36
• Fuentes de información .....	36
• Fuentes secundarias	37
Definición de variables .....	37
• Instrumentos y técnicas utilizadas para la recolección de datos .....	39
• Técnicas de recolección	39
• Instrumentos de recolección de datos .....	39
• Cuestionario	39
La observación	40
• Confiabilidad y validez de los instrumentos de recolección datos de la investigación .....	41
• Confiabilidad	41
• Validez	42
Capítulo IV .....	43
Análisis de datos. ....	43
• Identificar el nivel de ventas actual de la Soda Gustitos S.A para el periodo comprendido de los años 2016, 2017 y 2018. ....	44
• Ingresos por ventas	46
• Costos de ventas	48
• Utilidad bruta en ventas	50
• Gastos operativos y administrativos	51
• Describir las estrategias promocionales de mercado que la soda ha realizado en los años 2016, 2017 y 2018. ....	53
• Realizar un estudio de mercado que revele los requerimientos básicos que el consumidor estaría dispuesto a aceptar para incrementar la demanda.....	55

¿Cuál es objetivo principal de realizar un cuestionario para los clientes?	59
• Calcular la inversión necesaria para incrementar el área disponible para atender a los clientes. ...	59
• Estudio Legal .....	64
• Análisis de factibilidad financiera para determinar la viabilidad del proyecto. ....	65
Capítulo V .....	74
Conclusiones y Recomendaciones .....	74
• Conclusiones y Recomendaciones .....	75
Conclusiones.....	75
• Estudio de mercadeo	75
• Estudio técnico	76
• Estudio legal	76
• Estudio financiero	76
• Recomendaciones	77
Capítulo VI .....	79
Propuesta .....	79
Propuesta .....	80
Capítulo VII.....	82
Bibliografía, anexos y apéndice .....	82
Bibliografía.....	83
Glosario y Abreviaturas. ....	84
Abreviaturas.....	85
Instrumento.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>

## Índice de figuras

<b>Figura 1: Organigrama</b> .....	19
Figura 2 Flujo de efectivo proyectado en colones .....	68
Figura 3. Flujo de efectivo sensibilizado, proyectado en colones. ....	71

## Índice de tablas

Tabla 1: Definición de variables.....	38
Tabla 2. Ingresos por ventas en colones. ....	47
Tabla 3. Ingresos por ventas en colones, con las cuatro mesas nuevas. ....	48
Tabla 4. Costo de ventas en colones. ....	49
Tabla 5. Proyección de los elementos del costo de ventas en colones .....	50
Tabla 6. Utilidad bruta en ventas. ....	51
Tabla 7. Gastos operativos y administrativos en colones. ....	52
Tabla 8, Inversión inicial. ....	62
Tabla 9. Depreciación anual en colones. ....	63

## Capítulo I

### Problema y propósito

Estado actual sobre el objeto de estudio

En la presente investigación se observa como problemática el cómo aumentar la demanda en el mercado de comidas, en la Soda Gustitos S.A, que se encuentra con la capacidad y disposición de generar mayor rendimiento. Dentro de las opciones, los propietarios plantearon ampliar las instalaciones, reforzando el equipo de trabajo, considerando la inversión en la cual se verán involucrados, por ejemplo, aumentar el menaje, los productos de consumo, la cotización de la infraestructura al momento de remodelar el edificio.

Una ventaja que tiene Soda Gustitos es la ubicación. Ubicada en Puriscal provincia de San José, categorizada como una zona turística del país, es un plus para aumentar la cartera de clientes.

La iniciativa de los empresarios de aumentar la participación en el mercado, surgió con el objetivo, de incrementar las entradas monetarias del negocio. Son conscientes que entre mayor demanda, mayor oferta, tienen muy claro que ampliar el local, supone una fuerte inversión económica, tanto en la parte de análisis, plantear las ideas y herramientas de cómo se va lograr el objetivo, como también analizar las consecuencias en números es decir financieramente (términos monetarios) de lo que se puede ganar o de lo que se puede perder, jugar con conocido refrán “El que no arriesga no gana”

Dos factores que deben ver claro los empresarios; el cual va ser la herramienta, el conjunto de acciones ideales para mantener a los clientes que tienen y atraer a esos nuevos consumidores que se plantearon obtener, es el primer elemento y el más importante. El segundo criterio se establece como cuál será la fuente de financiamiento por utilizar para hacer la inversión, considerando que pueden incurrir en deuda a largo plazo como la primera opción. Todo esto

después de analizar la capacidad de pago con que cuenta la empresa para hacerle frente la deuda en caso de que el resultado de la inversión no sea la que se espera, sin arriesgar el negocio y la estabilidad financiera.

### **Los antecedentes:**

Soda Gustitos inicia hace doce años, un 31 de julio del 2006, cuando la propietaria Leda María Corrales Acuña ve la necesidad de iniciar un proyecto para sacar adelante a la familia siendo así una de las mejores ideas.

Uno de los aspectos más favorables para el éxito de este negocio ha sido la ubicación de este, lo que ha permitido que se formen una cartera de clientes específicos que han ayudado a la sostenibilidad la empresa por todo este tiempo, siendo así como. Uno de los aspectos que le da más rentabilidad al negocio, es que no se paga alquiler ya que está ubicada en el corredor de una casa convirtiéndose en el principio de un proyecto financiero exitoso.

Este negocio empieza siendo un proyecto pequeño, mobiliario con capacidad de unas doce personas, utensilios de casa o prestados de la misma familia. Atendido solo por dos personas. Lo que jamás imaginaron fue que desde el principio iba a ser tan exitoso y en ese momento de la apertura iban a necesitar sacar más mesas para acomodar a tantos usuarios. Tiempo después debieron contratar a una persona más que les pudiera ayudar a dar abasto con la atención al consumidor.

Un año después, necesitaron mejoras como por ejemplo: un servicio más amplio, extender el campo para que los clientes estuvieran más cómodos durante la estadía a la hora de comer, con capacidad para atender a unas veinticuatro personas y a los ocho años después de abierto el negocio

se agrandó aún más, el local se diseñó con capacidad para treinta y seis personas, con cinco ayudantes como equipo de trabajo.

Y hoy buscan la manera o un estudio que les ayude a aumentar la participación en el mercado de las ventas de comida, para ver qué tan factible sea realizar un agregado más al negocio para que los clientes estén sin esperar, ni retirarse por falta de espacio.

### **Planteamiento de la situación problemática y formulación del problema.**

A continuación se plantea el debido problema y sub problemas, encontrados y se pondrán en práctica las medidas necesarias para averiguar el comportamiento en la demanda en Soda Gustitos:

- **Problema:**

- 1) ¿Cómo se podrá aumentar la participación de Soda Gustitos S.A. en el mercado del negocio de comidas, para medir la rentabilidad que se pueda obtener en la ampliación de las instalaciones existentes, para el segundo cuatrimestre del 2018?

- **Sub problemas:**

- 1) ¿Cómo lograr identificar el nivel actual de las ventas de Soda Gustitos S.A.?
- 2) ¿Cuáles han sido las estrategias promocionales de mercado realizadas en los últimos tres años, por parte de la Soda Gustitos S.A.?
- 3) ¿Qué elementos y características son los más relevantes a tomar en consideración, para realizar un estudio de mercado?
- 4) ¿Cómo determinar la inversión necesaria para lograr agrandar las instalaciones existentes de la Soda Gustitos S.A.?
- 5) ¿Cómo lograr medir la rentabilidad para determinar financieramente si el proyecto es factible?

La falta de capital de trabajo es un factor muy importante, ya que es de suma necesidad administrativa. Según este criterio el capital disponible en ocasiones es insuficiente para ejecutar mejoras en el negocio.

La administración de Soda Gustitos, pretende llevar a cabo el análisis de cuál será el plan más adecuado para aumentar la cartera de clientes en el mercado de comidas analizando todas las consecuencias, siendo beneficios o desventajas.

El factor de cambio, remodelación es una de las propuestas de los propietarios. Por ende, este cambio lo realizarían con el fin de aumentar las entradas monetarias de la negocio, brindando una nueva a los consumidores, con más razones para asistir a las instalaciones del local. Asimismo, se pretende incluir nuevos productos al menú de Soda Gustitos, como estrategia de mercado.

Dentro de las estrategias de mercado a utilizar con el objetivo de aumentar la participación en el mercado de las comidas, los administradores mencionan que el servicio al cliente que recibirán los consumidores será mejor que el que reciben en la actualidad, con la iniciativa de reforzar y aumentar los menajes de trabajo, definido como los elementos de uso cotidiano para dar acción y fin a las tareas del negocio; por ejemplo es el conjuntos de utensilios, instrumentos y equipos profesionales directamente utilizadas en la realización de las actividades del negocio.

Se pretende dar una mejor apariencia al producto final; utilizar una estrategia de mercadeo, como un postre de cortesía es parte de las nuevas formas de complacer al cliente en Soda Gustitos, la opción que ellos promueven con mayor fuerza, es como postre el arroz con leche.

¿Por qué el postre de arroz con leche como regalía?

Los administradores analizan, el arroz con leche, como uno de los postres preferidos y tradicionales del país. El producto tiene un gran porcentaje de consumo y es perseguido por extranjeros, que siempre buscan conocer de las culturas de las regiones que visitan.

Otra razón importante y de peso por la cual los administradores toman con fuerza la regalía del arroz con leche, por ser un producto que jamás generaría un gasto de operación muy elevado, considerando que se prepara con ingredientes básicos que siempre se encuentran en la soda.

En conclusión, se pretende crear en la mente del consumidor que recibirá un servicio de mayor calidad, mejor esmero, comodidad, y el mismo sabor exquisito que caracteriza la Soda Gustitos, que el consumidor esté dispuesto a degustar el producto y todo el plus que traerá consigo, que aumente la publicidad, que toda la cadena de acciones conlleven a crecer la participación en el mercado, la cartera de clientes, con el objetivo de subir la entradas monetarias y desarrollar el capital suficiente para la estabilidad y rendimiento financiero a la hora de obtener una fuente de financiamiento a largo plazo.

Los encargados de la junta administrativa plantean realizar encuestas al mercado meta, como también a las personas ubicadas en los alrededores o bien cercanas de la Soda Gustitos SA. Con este método de encuestas tendrán una base para analizar hasta qué punto será conveniente realizar una diversificación en el menú. Este tipo de investigaciones también funciona para analizar

el entorno que rodea al negocio y analizar la competencia que visitan los consumidores de Soda Gustitos.

Soda Gustitos tiene variedad de clientes, dentro de los cuales sobresalen, aquellos que solicitan el producto para llevar, los encargados de este negocio según estudio de factibilidad de ampliación de las instalaciones existentes de la soda, analizan la idea de aumentar los ingresos de efectivo, modificando el material utilizado para empacar el producto por ejemplo un logo de la soda en el empaque y la regalía mencionada anteriormente de postre (arroz con leche), es una manera de atraer al consumidor y de la misma forma producir mayor rendimiento en las ventas, aspirando aumentar el efectivo para con esto determinar si es o no factible adquirir una deuda a largo plazo.

Una de las principales ideas de los encargados de la administración de la Soda es comprometerse con el medio ambiente por medio de un negocio responsable con éste, así que lo que se quiere es dejar de utilizar el estereofón que es un material muy contaminante, por cuanto analizan la idea de cambiarlo por cartón, las pajillas de plástico por unas de cartón biodegradables.

- **Sistematización del problema**

A continuación se presentan una serie de preguntas para así averiguar cada necesidad de la empresa.

- 1) ¿Cuál es el propósito principal de identificar las ventas actuales de Soda Gustitos S.A?
- 2) ¿Qué tan determinantes o cuanto pueden influir las estrategias promocionales, en los ingresos por ventas?
- 3) ¿Cuáles herramientas serán las utilizadas para obtener la información eficiente y eficaz del entorno para realizar un estudio de mercado pertinente?

- 4) ¿Qué factores monetarios serán tomados en cuenta para determinar la inversión necesaria del negocio?
- 5) ¿Cuáles serían los efectos financieros que se verían reflejados en la ampliación de Soda Gustitos, tanto para un panorama optimista, como un panorama pesimista?

### **Justificación de la investigación**

De acuerdo a Hernández (2014) "Indica el porqué de la investigación exponiendo sus razones. Por medio de la justificación debemos demostrar que el estudio es necesario e importante" (p.40).

Esta investigación se realiza con el fin, de obtener la vía más factible según el tipo de negocio, para aumentar la cartera de los clientes, con el objetivo de sustentar una deuda a largo plazo, para la ampliación de las instalaciones existentes de Soda Gustitos S.A., el cual es un oficio que conforme ha pasado el tiempo, representa frutos financieros, para la familia emprendedora del negocio.

Por medio del presente trabajo se expone, que es necesario e importante ampliar las instalaciones con el objetivo de acabar con la espera de los clientes, evitar que entren en desesperación y opten por los servicios de la competencia, la cual es abundante al ser una zona turística. La manera en que la gerente de la Soda Gustitos pretende asumir el proyecto de la ampliación, es a partir de los resultados del presente estudio. Por ella razón nace la iniciativa de aumentar la cartera de clientes en el mercado de las comidas, sin dejarle al consumidor las puertas de la competencia abiertas.

Soda Gustitos tiene doce años de experiencia y participación exitosa en este mercado. Se encuentra en la etapa madura del negocio. Es necesario e importante que se incorpore y se

encuentre siempre en el modo de innovación, esté siempre pendiente de las últimas actualizaciones del mercado y tecnología.

- **Justificación Teórica**

Según Bernal 2010: “El propósito del estudio es generar reflexión y debate académico sobre el conocimiento existente, confrontar una teoría, contrastar resultados o hacer epistemología del conocimiento existente”. (p.106).

Esta investigación se efectuó con el propósito de recopilar datos útiles para la administración del negocio para aumentar la participación en el mercado de las comidas y a la vez incrementar las ventas, ayudándoles a que puedan obtener más soporte en temas de inventarios, innovación, actitud del personal, ya que principalmente en este último se analizó que existe decaimiento dentro del equipos de trabajo, hacer un clima laboral amigable, fuerte y con grandes capacidades de trabajo en equipo, es la meta. De esta manera, se hace hincapié a la cita del texto anterior donde se explica que es justificación teórica, donde se confronta la teoría que hace referencia que todas las acciones en el personal de trabajo se reflejan hacia el cliente, formar del negocio un lugar cómodo y amigable para visitar y compartir en familia y amistades es uno de los pilares de Soda Gustitos.

Se pretende tomar en cuenta esto como una propuesta para incorporar ideas y ver el crecimiento de Soda Gustitos S.A. en forma positiva, la unión del equipo de trabajo es muy importante en este tipo de negocios, por el motivo de ser una cadena de acciones, que deben complementarse y llevar el mismo hilo, para que las propuestas expuestas puedan generar acciones exitosas.

La idea de indagar en qué se está fallando en el negocio hará que el grupo de trabajo se organice mejor en pro de la solución, y logren de esta manera una mayor eficacia y eficiencia, en la práctica de las labores. Al examinarse a lo interno, nunca debe considerarse una crítica, ya que al conocerse las debilidades del negocio, se conocerán también cómo puede mejorar y superar la competencia.

- **Justificación Metodológica**

El autor Bernal (2010): “La justificación metodológica del estudio se da cuando el proyecto que se va realizar propone un nuevo método o una nueva estrategia para generar conocimiento valido y confiable.” (p.107).

La temática se desarrolla dentro de un mercado en donde existe mucha competencia, donde el usuario del siglo XXI les disgusta la espera, y tiene el menú abierto para decidir a dónde va y por qué motivo va, se analizó que aunque el producto del negocio es del agrado del cliente, el concepto de espacio estaba dando ventaja a la competencia.

Según lo expuesto por el autor Bernal (2010), el desarrollo de este trabajo se apega a la investigación metodológica, que en vista de la necesidad de mayor incremento en el espacio, propone realizar una nueva estrategia viable para generar mayor ingreso monetario y solventar el capital requerido para la mencionada ampliación. La estrategia utilizada, será el aumento de la cartera de consumidores en el mercado, totalmente ligado a lo que expone el autor Bernal, es un método de conocimiento valido y confiable, los administradores entienden que la rentabilidad del negocio es gracias a los clientes, que es el producto principal que ellos nunca deberán perder, es capital, el cual siempre deberán aumentar.

En vista del escenario, se decide implementar y ejecutar la ampliación de la infraestructura de la Soda Gustitos. La mejora sería notable ya que la espera de los clientes al querer consumir en estas instalaciones, se vería disminuida en grandes cantidades y a lo mejor en algunas ocasiones sería nula.

- **Justificación Práctica**

Bernal (2010) considera que: “una investigación tiene justificación práctica cuando su desarrollo ayuda a resolver un problema o por lo menos propone estrategias que al aplicarse contribuirían a resolverlo.” (p.106).

Los resultados de esta orientarán la toma de decisiones, considerando la necesidad existente por mejorar el nivel del negocio notablemente, ya que el desempeño laboral y productivo se verá reflejado en los clientes, que prefieran el servicio de la soda ante la competencia tan significativa en la zona, dando como resultados: la disminución de tiempo en espera que sería casi nula, la complacencia y comodidad de los consumidores, en cuanto al mantenimiento que se les brinda en las instalaciones.

Los resultados que Soda Gustitos espera tener son favorables, es un proyecto que no se plantea de manera ocasional, es proyecto con bases firmes y ganas de crecer y emprender como grandes empresarios.

### **Objetivos del estudio**

A continuación se presentan los objetivos del estudio:

- **Objetivo general**

Establecer cómo aumentar la participación Soda Gustitos S.A. en el mercado de ventas de comidas, para determinar si la rentabilidad obtenida permite hacerle frente a la ampliación de las instalaciones existentes y obtener beneficios adicionales, para el II Cuatrimestre del 2018.

- **Objetivos específicos**

- 1) Identificar el nivel de ventas actual de la Soda Gustitos S.A. para el periodo comprendido entre los años 2016, 2017 y 2018.
- 2) Describir las estrategias promocionales de mercado que la soda ha realizado durante los años 2016, 2017 y 2018.
- 3) Realizar un estudio de mercado que revele los requerimientos básicos que el consumidor estaría dispuesto a aceptar para incrementar la demanda.
- 4) Calcular la inversión necesaria para incrementar el área disponible para atender a los clientes.
- 5) Análisis de factibilidad financiera para determinar la viabilidad del proyecto.

- **Delimitaciones, limitaciones y alcances de la investigación**

- **Delimitación**

- **Instrumentos**

El presente trabajo conlleva una delimitación espacial, ya que será desarrollado en un lugar específico, en la Soda Gustitos, ubicada en Puriscal; además, se observa una limitación de tiempo, ya que será realizado en el segundo cuatrimestre del año 2018.

- **Limitaciones de la investigación**

En el presente trabajo se identificaron como limitantes del presente estudio la información, distancia y encuesta. A continuación, se amplían los detalles de cada una de las limitaciones mencionadas anteriormente.

- **Información**

El presente trabajo de investigación conlleva dentro de las limitaciones la información, por motivo de que al tratarse de un negocio en el que nunca se ha llevado los registros computarizados de las operaciones, se podría estar ante datos sesgados sin embargo se trabajó con la información recopilada.

- **Distancia**

El estudio se limita a medir la aceptación por parte de los consumidores que se encuentran ubicados en los sitios aledaños.

- **Encuesta**

En el proceso de la consulta se limita tanto a medir como a conocer, la reacción de los clientes; es decir el sentimiento de armonía o rechazo por parte del consumidor al percibir los cambios planteados en la administración de la Soda Gustitos S.A.

- **Alcances**

El presente trabajo conlleva como alcance principal medir la tolerancia o rechazo de la ampliación de la Soda Gustitos S.A. por parte de los consumidores ubicados en los sitios aledaños al negocio bajo estudio.

Lograr que Soda Gustitos el lugar más cómodo de ambiente tranquilo y llamativo para las familias de la zona y de Costa Rica en general, que al visitar Puriscal uno de los lugares que los visitantes tengan en mente sea Soda Gustitos y como lo dice el objetivo, que la infraestructura sea modificada con una instalación amplia en la cual se evite pasar por la espera de los visitantes (clientes), sin tomar la iniciativa de ir a otra soda o restaurante.

Los administradores que dieron vida a este negocio, son personas con ansias de crecer y con la disposición de estar innovados con el entorno que les rodea, pretenden llegar a toda esa cartera de clientes que se encuentra en la cercanías de la zona, para forjar y mantener una soda actualizada, distinguida, que tenga esas características que el consumidor desea y estén por encima de la competencia que es bastante amplia en la zona.

## **Capítulo II**

### **Marco Teórico**

- **Marco situacional**

Soda Gustitos inicia un 31 de julio del 2006 con una idea de Leda Corrales Acuña por sacar a la familia adelante, con la ayuda del Padre Hernán Corrales la mano derecha quien le dio el apoyo para levantar el negocio que hoy en día es.

Este local está situado en el centro de Puriscal Frente al cuerpo de Bomberos. Tal ubicación que fue muy favorable, ya que es un punto donde todas las personas tiene que pasar para salir o entrar de Puriscal.

El cantón de Puriscal se encuentra ubicado a cuarenta y dos kilómetros al suroeste San José y a setenta y siete kilómetros del Pacífico.

Respecto a la altitud Puriscal tiene coordenadas geográficas con las siguientes mediadas por 09°44'04" latitud norte y 84°22'27" longitud oeste.

La longitud máxima es de cuarenta kilómetros, en dirección norte a sur, desde la confluencia del río Chucás con la quebrada La Pita hasta el afluente Chires, cerca del poblado.

Para concluir el tipo de bosque que se encuentra en la región de Puriscal es Bosque montano bajo.

En los inicios el cantón de Puriscal fue parte del territorio del cacique Pacacua, en el momento contaba con una localidad conformada por indígenas del conocido Reino Huerta del Occidente. Fue en el año 1815 cuando comenzó a colonizarse con familias provenientes de Tibás, Desamparados, y entre otras regiones del país.

Según los datos obtenidos del último reporte del censo nacional del año dos mil once la población registrada del cantón de Puriscal era de 33.004 habitantes, de cifra mencionada anteriormente, un 2.2% nació en el extranjero. De acuerdo con la misma fuente de información resalta que había 9.787 viviendas ocupadas, de las cuales, el 64,5% se encontraba en óptimas condiciones y había problemas de hacinamiento en el 2,2% de las viviendas. El 23,4% de los habitantes vivían en áreas urbanas.

El cantón de Puriscal tiene dos estaciones determinadas, el invierno; la cual se encuentra definida desde junio a noviembre y el verano que inicia en diciembre y finaliza en mayo, las cuales benefician a las diversas actividades agrícolas que son practicadas en este cantón.

En cuanto al sector económico por muchos años el tabaco fue la actividad comercial principal del cantón de Puriscal, sin dejar de lado la ganadería y parte agrícola, mencionando como los principales y más importantes cultivos tales como el café, hortalizas, plantas ornamentales y caña de azúcar.

Como parte de la historia de Puriscal se mencionan aspectos relevantes del desarrollo social como por ejemplo la educación, patrimonio y arquitectura.

La educación se implementa en el desarrollo social el año 1886 con la apertura de una escuela para niñas, que más adelante en el año 1945 se instaló una escuela secundaria fundada con el nombre de escuela complementaria, que tres años después se nombró como el Liceo de Puriscal.

Como patrimonio cuenta la primera ermita, la cual se construyó en 1958, actualmente conocida como la antigua Parroquia de Santiago, el cual se incorpora dentro de la arquitectura como uno de los edificios simbólicos de la región.

Esta empresa inició siendo un proyecto pequeño con capacidad de unas 12 personas, siendo la primera semana de que empieza este éxito no se dio abasto con las dos personas que atendían, ni mucho menos las mesas que en ese momento estaban colocadas. Un año después se hacen mejoras en el local y ampliar el negocio colocando más mesas quedando así con capacidad de 24 personas, contrato de más personal. Y ocho años después se agranda aún más con capacidad de 38 clientes y actualmente existen 5 ayudantes de cocina.

Una de las ventajas de Soda Gustitos S.A. es que está ubicado en el corredor de la casa de la propietaria del negocio, lo que constituye una fortaleza porque se ahorra el pago de alquiler y puede hacer las modificaciones que ocupe.

Y en la actualidad están en la búsqueda de recursos para ampliar el local.

### **Misión**

La misión de la empresa es: “Ofrecerles a los clientes un agradable servicio y costo, otorgándoles una excelente alimentación, y así lograr llegar a satisfacer sus expectativas”.

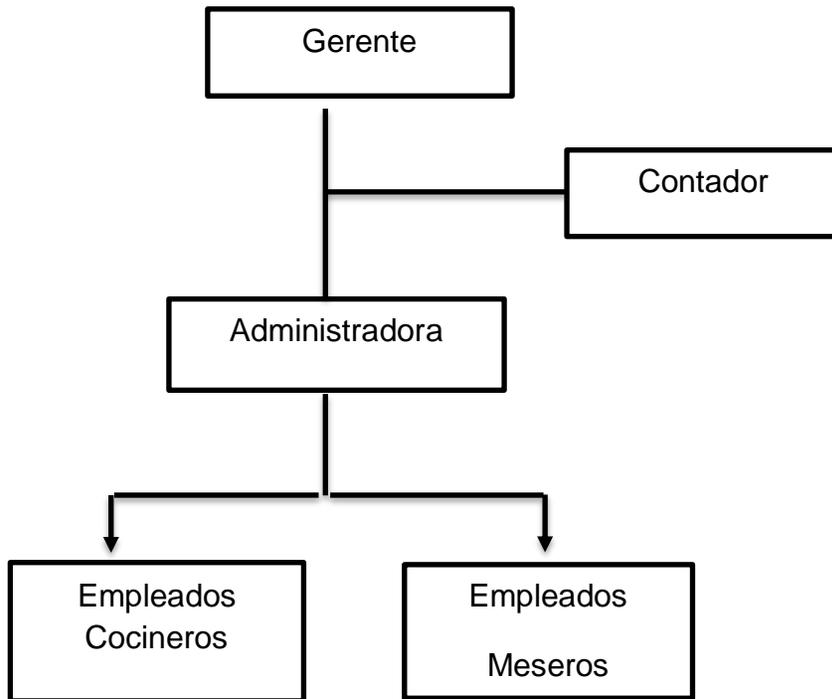
### **Visión**

La visión de la empresa es: “Queremos lograr ser la empresa líder en comidas de nuestro sector con la mejor calidad y servicio, para así poder ofrecer lo mejor entre nuestros clientes.”

- **Organigrama**

Por tratarse de un microempresa, la estructura organizacional es muy simple. Sin una distribución formalmente establecida en un manual, por lo que a juicio de la autora, investigadora el siguiente es el organigrama que mejor representa la estructura funcional de la soda.

**Figura 1: Organigrama Gerencial**



Fuente: Elaboración propia a partir de Información de Gerencia de Soda Gustitos.

### **Descripción de puestos**

A continuación, se describirán los cargos de cada uno de los completos del organigrama expuesto anteriormente, con el fin de dar a conocer más a fondo el funcionamiento organizacional del negocio.

- **Gerente**

La Gerente se encarga de supervisar que las funciones de todos los colaboradores del negocio, se lleven a cabo de manera correcta, eficaz y eficiente.

Dentro de las funciones se encarga de brindar o bien aportar el capital para el funcionamiento del negocio.

- **Administradora**

La administradora se encarga de realizar los pagos requeridos, supervisa que se realicen de manera ordenada y correcta. Es la persona que asume la tarea de verificar el control de calidad del servicio al cliente, que todos los consumidores sean tratados con cortesía. En caso de existir situaciones difíciles es la persona encargada de solucionar el conflicto.

- **Contador**

El contador se encarga del registro de todas las transacciones comerciales que se realizan en un periodo determinado, incluido el cierre mensual y la preparación de los estados de los resultados y balance general. Colabora en el desarrollo de los formularios para el pago de los impuestos, como también de realizar el reporte de hacienda.

- **Cocineros**

Personas encargadas de llevar a cabo el producto final (cocinar los alimentos). También cumple con la tarea de lavar los platos y dejarlos impecables y sumar valor agregado al producto final.

- **Meseros**

Los meseros cumplen con las funciones de atender al público que ingresa a las instalaciones de Soda Gustitos de la manera más amable y agradable, hacen sentir al cliente en familiaridad,

personas encargadas de cobrar los productos del menú que han sido consumidos por los usuarios y dan soporte a los cocineros en las funciones limpieza y lavado del menaje de trabajo.

- **Marco Teórico del objeto de estudio:**

En este capítulo del informe se reseñaron los temas derivados del diseño del proyecto investigativo, dentro de los cuales sobresale la relación de factores como falta de inventario, mobiliario, personal y espacio para mejorar la posición de Soda Gustitos S.A. en el mercado gastronómico.

Según Hernández (2014) se entiende: “La investigación es un conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno o problema.” (p. 4)

Con base en las necesidades operativas que tiene la Soda Gustitos, se analizan las cualidades que debe tener el personal reclutado para el negocio.

La administración determinó la importancia, en materia de reclutamiento de personal, obtener y capacitar colaboradores con espíritu de liderazgo, emprendimiento, con habilidades de desempeñar de manera eficiente diversos servicios y ofrecerlo de la mejor manera, en función de la calidad, agilidad, rapidez y cortesía.

Capital humano que tenga la iniciativa y capacidad de trabajar en equipo; el capital humano es uno de los elementos más importantes en esta investigación el cual se complementa con el capital financiero.

Al momento de reclutar personal humano con dichas características, se crea un juego mental con el consumidor en este caso con los clientes de Soda Gustitos, se refiere de esta situación,

recordando que una de las estrategias es aumentar la participación en el mercado de comidas. Si las personas posicionan en las mentes, el sabor de los platillos ofrecidos en el negocio, además el trato adecuado y de unas cómodas instalaciones, será muy bien percibido y estarán dispuestos a visitarlo con mayor frecuencia.

A continuación, se presentan los conceptos técnicos necesarios para llevar a cabo la investigación:

- **Precio**

Según Baca (2016), se entiende que precio es: “la cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio.”(p. 64)

- **Demanda**

Según Baca (2016) se entiende por demanda: “Cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”. (p. 30)

- **Clientes**

Según Charles: “Los clientes afectan los precios gracias a su influencia sobre la demanda por un bien o servicio, con base en factores como las características y la calidad de un producto” (p. 433.)

- **Inversión**

De acuerdo con J. N. Werner Ketelhöhn (2004) en el libro Inversiones Análisis de inversiones estratégicas, define Inversiones de capital como: “Desde el punto de vista económico se entiende por capital (inversión) al conjunto de bienes, tangibles e intangibles, que sirvan para producir otros bienes.” (p. 27)

- **Riesgo**

Según el libro de Ehrhardt y Brigham (2009), en el diccionario Webster dice que riesgo es “un imprevisto; un peligro; exposición a pérdida o lesión”. Por lo tanto, riesgo denota la posibilidad de que suceda algo negativo. (p. 143.)

- **Costo promedio de los fondos**

Según Besley y Brigham: “Costo promedio de los fondos de la empresa, que es el rendimiento promedio requerido por los inversionistas de la empresa, el cual debe pagarse para atraer dichos fondos.” (p. 442.)

- **Flujo de efectivo**

Las utilidades no necesariamente dan como resultado flujos de efectivo para los accionistas. Los propietarios reciben el flujo de efectivo ya sea en forma de dividendos en efectivo, o de los beneficios por la venta de sus acciones a un precio más alto que el pagado inicialmente. Mayores utilidades por acción no necesariamente significaban que el consejo directivo de una empresa votará por incrementar los pagos de dividendos. (Gitman y Zutter, 2012, p. 87).

- **Tiempo de recuperación**

Van Horne y Wachowicz (2010), según el libro Fundamentos de Administración Financiera, definen tiempo de recuperación como: “El tiempo de recuperación (TR) de un proyecto de

inversión permite conocer el número de años necesarios para recuperar la inversión inicial con base en los flujos esperados de efectivo de los proyectos” (p. 334).

- **El valor presente neto**

El valor presente es el valor actual en dólares de un monto futuro; es decir, la cantidad de dinero que debería invertirse hoy a una tasa de interés determinada, durante un periodo específico, para igualar el monto futuro. Al igual que el valor futuro, el valor presente depende en gran medida de la tasa de interés y del momento en que se recibirá el monto. Esta sección analiza el valor presente de un monto único. (Gitman y Zutter 2012, p. 159).

- **Índice de deseabilidad**

El índice de deseabilidad es explicado por Ketelhöhn, Marín, Montiel (2004), en su libro Inversiones Análisis de Inversiones Estratégicas como: “El índice de deseabilidad o relación beneficio-costos, que más que un nuevo método, es un complemento o extensión del valor presente neto. El índice de deseabilidad (ID) de un proyecto es la relación que resulta de dividir los flujos positivos descontados por los flujos de inversión inicial.” (p. 62).

- **Tasa interna de retorno**

Gitman y Zutter (2012) en el libro Principios de Administración Financiera, definen la tasa interna de retorno como: “La tasa interna de rendimiento es la tasa de descuento que iguala el valor presente neto de una oportunidad de inversión con 0 (debido a que el valor presente de las entradas de efectivo es igual a la inversión inicial). Es la tasa de rendimiento que ganará la empresa si invierte en el proyecto y recibe las entradas de efectivo esperadas.” (p. 372).

- **Rentabilidad**

Sapag, 2011: “La rentabilidad busca definir, mediante la comparación de los beneficios y costos estimados de un proyecto, si es económicamente viable la inversión que demanda su implementación”. (p. 66)

La sistematización de la información financiera consiste en ordenar todos los datos de inversión, costo e ingreso deducidos de los anteriores estudios. A pesar que no se ha proporcionado toda la información necesaria para la evaluación, se deben definir todos aquellos elementos que debe suministrar el propio estudio financiero, por ejemplo, el valor de desecho de proyecto o el monto que debe invertirse en capital de trabajo. (Sapag, 2011, p. 66).

## **Capítulo III**

### **Marco Metodológico**

## **Metodología de la Investigación**

Según Hernández, Fernández, Batista (2010) se entiende por investigación: “Conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que aplican al estudio de un fenómeno” (p. 4)

### **Enfoques cualitativos**

Según Hernández (2014) el enfoque cualitativo a: “Utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación.” (p. 7)

El presente trabajo conlleva en la investigación del porque se pretende ampliar la cartera de clientes del negocio Soda Gustitos, dando respuesta en determinar o bien analizar cuáles serían los efectos financieros que se obtendría al momento que ponga en ejecución dicha idea.

Una de las maneras por las que se pretenden investigar qué acciones pueden incorporar en la Soda Gustitos para aumentar la participación en el mercado, son las encuestas al azar, o bien entrevistas abiertas.

Esta forma parte dentro de las características de los datos cualitativos, donde se pretende obtener de los participantes (en este caso clientes) las emociones, prioridades, experiencias, significados y otros aspectos más bien subjetivos.

Patton (2011) define los datos cualitativos como: “Descripciones detalladas de situaciones, eventos, personas, interacciones, conductas observadas y sus manifestaciones.” (p. 9)

## **Enfoques cuantitativos**

Según Hernández (2014) se refiere a enfoque cuantitativo como: “Utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías.” (p. 4)

El presente trabajo final de graduación comprende un enfoque cuantitativo en cuanto a que se necesita saber con gran exactitud cuál es el estado financiero de la Soda Gustitos, razón por la cual se le pide un informe al contador para comparar las ventas de años 2016, 2017 y 2018, analizar si las ventas aumentan conforme el paso de los años y cuáles son las temporadas de mayor ingreso monetario.

Por otra parte se debe cuantificar, en el momento de establecer la participación en el mercado, cuál será el porcentaje de ese aumento, para estimar las dimensiones de la ampliación requerida y establecer el monto de la inversión y sin desperdicios, de mano de obra y materia prima a utilizar.

## **Diseño de investigación empleados**

### **Diseño de investigación**

Es el conjunto de decisiones estratégicas, que toma el investigador, relacionadas con el donde, el cuándo el cómo recoger los datos, y con el tipo de datos a recolectar, para garantizar la validez interna de su investigación. Esto significa que para tomar tales decisiones, ya se deben haber cubierto una serie de frases previas. El investigador ya debe tener la investigación delimitada, haber identificado sus eventos y sus unidades de estudio, su contexto y haberse aproximado a algunas técnicas de recolección de información (Hurtado de Barrera, 2010, p. 691)

El diseño de la investigación corresponde a la estructura de la investigación, a la forma como la investigación va ser desarrollada a fin de tener respuesta a las interrogantes, de tal manera que esas respuestas puedan considerarse válidas. El diseño se refiere específicamente a cómo llevar a cabo los procedimientos de

recolección de datos, para garantizar la validez interna de la investigación” (Hurtado de Barrera, 2010, p. 749).

## **Diseño experimental**

Se entiende por diseño experimental, al plan, estructura o estrategia para el estudio preciso de un evento siempre que cumpla con dos condiciones básicas: manipulación y aleatorización. Esto quiere decir que el investigador manipula la variable independiente y provoca directamente cambios en el evento, para observar después las consecuencias. Además, selecciona las unidades de estudio al azar y los asignan aleatoriamente los grupos experimentales. Algunos autores consideran como diseño experimental es aquel que aplica, pero también aquellos en los cuales el investigador utiliza otros controles de variable con cierta rigurosidad (Hurtado de barrera, 2010, p. 762.)

Según Jacqueline Hurtado de Barrera, el diseño principal de esta investigación es el diseño experimental. Al explicar que es un conjunto de planes y estrategias, se hace énfasis en que el propósito de esta investigación es como poder aumentar la cartera de clientes de Soda Gustitos S.A. en el mercado, por medio de la pregunta ¿cómo poder aumentar la participación de Soda Gustitos? Se consideran estrategias como:

- 1) Ampliar la estructura, con el fin de obtener mayor población y que se logren sentir en plena comodidad.
- 2) Implementar una variedad nueva de productos en el menú, de acuerdo a los gustos y preferencias del consumidor.
- 3) Personalizar los empaques del negocio, con un logo que los identifique.
- 4) Crear y fortalecer el vínculo de lealtad con el consumidor, incorporando postres como regalías.
- 5) Vincularse con el medio ambiente, protegerlo en el momento que deciden cambiar el material del producto del empaque.

- 6) Capacitar al personal para lograr un mejor clima laboral con el punto de equilibrio de eficacia y eficiencia.

Son parte del conjunto de acciones, que forman la estrategia que tienen en mente los administradores para lograr aumentar la participación en el mercado, ligado al aumento de las entradas monetarias poder solventar el engrandecimiento del negocio que se ha venido mencionando.

### **Diseños univariantes o unieventuales**

Estos diseños se caracterizan porque la recolección de datos está focalizada en un único evento, ya sea para describirlo, compararlo, analizarlo o explicarlo..., pues se aplican igualmente a todos los tipos de investigación. Cuando se trata de investigaciones confirmatorias en las que hay una sola variable independientemente (evento explicativo) y una sola variable dependiente (evento a explicar) Arnau (1980) los denomina bivariados. Los diseños univariantes en la investigación confirmatoria pueden ser multicondicionales y biocondicionales (Castro, 1979). (Hurtado de Barrera, 2010, p. 695)

Para el presente trabajo se lleva a cabo un diseño de investigación univariantes o unieventuales, dado que el sondeo gira alrededor de la problemática de cómo aumentar la participación de Soda Gustitos en el mercado de ventas de las comidas, todas las estrategias y conjuntos de acciones mencionadas anteriormente en el presente trabajo apuntan al objetivo principal de aumentar la cartera de clientes.

- **Diseño Longitudinal**

También llamados estudios lineales (Van Dalen y Meyer, 1991). En los diseños evolutivos longitudinales las mediciones o recolecciones de datos se hacen en varios momentos y de manera consecutiva, en la medida de que el evento va cambiando. Estas mediciones se hacen con los mismos instrumentos. Cuando el estudio además es contemporáneo, el investigador sigue el evento como testigo de sus transformaciones. (Hurtado de Barrera 2010, p.722).

El trabajo final de graduación presentado desarrolla un diseño longitudinal, los administradores se basan en lo expuesto por la autora Jacqueline Hurtado de Barrera, y tienen claro que se apoyarán en la recolección de datos a través del tiempo o periodo específico, por ejemplo una balance comparativo de la ventas del primer trimestre del año 2017 y el primer trimestre del 2018.

Esta información será utilizada para medir el rendimiento constante que presenta la Soda Gustitos, lo que le permitirá al analista, en este caso el gerente interpretar los cambios y movimientos de la soda, los cuales serán determinantes para estudiar, desarrollar y conocer la factibilidad que se obtendría al aumentar la participación en el mercado de comidas, con la meta de incrementar las ventas y expandir las instalaciones existentes.

El presente trabajo también conlleva la característica de tener un diseño longitudinal porque es riesgoso quedarse con la información que tienen de los consumidores, en razón de que los gustos y preferencias del cliente son muy versátiles y se encuentran en constante cambio, los analistas en este caso los administradores deben darle seguimiento continuidad al cambio de la clientela y ser testigo de los cambios y transformaciones de los gustos y preferencias.

## **Métodos de investigación**

- **Método de investigación analítico**

El análisis es un procesamiento reflexivo, lógico, cognitivo que implica abstraer pautas de relación internas de un evento, hecho, situación, proceso, comportamiento. La investigación analítica tiene como objetivo analizar un evento y comprenderlo en términos de sus aspectos menos evidentes. La investigación analítica incluye tanto el análisis como la síntesis. Analizar desde las definiciones que se han manejado convencionalmente, significa desintegrar o descomponer una totalidad en sus partes, para estudiar de forma intensiva cada uno de sus elementos y las relaciones de estos entre sí y con la totalidad, para comprender la naturaleza del evento. Por otra parte síntesis significa reunir varias

cosas de modo que formen una totalidad coherente, dentro de una comprensión más amplia que la que se tenía al comienzo. (Según Hurtado de Barrera, 2010, p.443.)

Dentro del marco de estudio del presente trabajo, se puede afirmar que el método de investigación analítico, es uno de los empleados durante el presente estudio.

Cuando se habla de un contexto tan complejo como lo es el mercado de las comidas, donde sin duda participa gran cantidad del público, el emprendedor debe estar siempre atento a todos los pequeños detalles y características a estudiar tanto de los clientes como de la competencia, descubrir el patrón de concordancia que conforman estos dos complementos en el movimiento del mercado.

Como lo menciona Jacqueline Hurtado de Barrera es análisis y síntesis, cuando se recopilan los datos necesarios por medio del instrumento de observación, no solo se propone el análisis, se plantea la crítica, para llegar a comprender un resultado más profundo y completo de la investigación. En esta parte del estudio es donde muchas veces el analista del proyecto concluye si la estrategia utilizada es la correcta y solo se debe reforzar o es mejor cambiar de acciones implementado otro tipo de actividad.

- **Método deductivo**

El método del positivismo, has sido descrito de manera sencilla a partir de los siguientes pasos:

- Problema
- Deducción
- Experimento

Esto significa que el método del positivismo deductivo está diseñado para contrastar las hipótesis derivadas de una teoría, pero no para construir teorías. El positivismo deductivo no se preocupa por la creación de las teorías de donde se derivan las hipótesis, sino de la verificación de estas última. (Hurtado de Barrera, 2010, Kerlinger y Lee, 2002, p.112.)

El método hipotético deductivo del positivismo es la estructura del presente trabajo, es el diseño del enfoque del estudio de investigación, los administradores jamás pretenden crear una teoría nueva, la idea de estos es encontrar una alternativa para resolver el problema ya determinado, analizar las variables relacionadas con el inconveniente en este caso, el cómo extender la cantidad de clientes en el mercado, además de la intención de ampliar las instalaciones y dar una mejor apariencia, mejor servicio, variedad de productos y modernismo, se establece aumentar las entradas financieras para obtener capital y ejecutar la estrategia planteada. Convertirse en un negocio exitoso que siga brindando sustento a la familia de los emprendedores, como lo ha mantenido a lo largo de la trayectoria en el mercado nacional, con ansias de crecimiento, abarcando la mayor población (cartera de clientes) tanto de la zona como de Costa Rica en general y visitantes turísticos.

- **Tipos de Investigación**
- **Tipo explicativa**

Hernández (2014) hace referencia a investigación explicativa a: “Pretender establecer las causas de los sucesos o fenómenos que se estudian.” (p. 95)

Busca comprender las relaciones entre los distintos eventos, se interesa por el “por qué” y el “como “de los eventos o las situaciones. Este tipo de investigación genera las teorías. La teoría de la relatividad de Einstein, la teoría psicoanalítica de Freud, la teoría de evolución de Darwin, la teoría de la gravedad de Newton, son solo algunos ejemplos de investigación explicativas. (Hurtado de Barrera, 2010, p. 133)

La causa principal por la cual se analiza la presente situación, abarca el entorno del negocio, aparte de estar ubicada en una zona turística, el grado de competencia que existe es abundante. Soda Gustitos S.A. obtiene una gran parte de la cartera de los consumidores que visitan el cantón

de Puriscal, razón por la cual pretende ampliar las instalaciones y ofrecer espacio y comodidad para evitar una ventaja a la competencia.

- **Tipo descriptivo**

Según Hernández (2014), se comprende como investigación descriptiva: “Busca especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población.” (p. 92)

El conocer las nuevas tendencias del consumidor, es parte del presente estudio de esta investigación, es necesario mantener la clientela con un lazo de fidelidad con el negocio, los gustos y preferencias del consumidor es una característica importante de Soda Gustitos S.A., en el proyecto de ampliación.

El consumidor hoy busca satisfacer una necesidad también así como cuidar el ambiente del cual está rodeado y dentro del mercado compara precios y calidad. La característica principal de la población del negocio, se enfoca en les gusta disgusta esperar, se desesperan y optan por ir a la competencia, por lo que nace la idea y necesidad de ampliar el negocio, para mantener el lazo de fidelidad y lealtad con el cliente.

- **Tipo Correlacional**

Hernández (2014) define lo siguiente: “Estudio correlacional asocia variables mediante un patrón predecible para un grupo o población.” (p. 93)

Soda Gustitos utiliza dos variables, que es “el consumidor”, que depende de él se podrá realizar las modificaciones que se quieren realizar y “ganancias monetarias” (dinero) así con eso

se realizan estas mejoras para la comodidad de ellos mismos. Con estas variables se podrá desarrollar el estudio con una parte de la población que asiste a la Soda Gustitos S.A.

## **Sujetos y fuentes de información**

### **Sujetos de información**

Los sujetos de información hacen referencia a todas aquellas personas, empresa u organizaciones que brindaron información de interés para el objeto del estudio.

- **Población**

De acuerdo con Bernal (2010), “Población es el conjunto de todos los elementos a los cuales se refiere la investigación” (p. 160)

Para el presente trabajo se ve tener una población de trabajadores, el cual será el encargado de brindar la información requerida, y proporcionar datos confiables, es decir, deben ser pertinentes.

También se tendrá como universo a los clientes del negocio, ya que sin ellos es imposible obtener información necesaria para el mejoramiento de la Soda Gustitos S.A.

- **Muestra**

Según Hernández (2014) la muestra: “Subgrupo del universo y de la población del cual se recolecta los datos y debe ser representativo de ésta” (p. 173)

- **Tipo de muestreo**

La muestra se utilizará para sesenta clientes del negocio seleccionados de manera aleatoria en el sitio, con el fin de medir el grado de aceptación del proyecto de ampliación. Además, se entrevistó a la gerente de la soda.

- **Muestreo no probabilístico**

Según Hernández (2014): “la muestra probabilística es un subgrupo de la población en el que todos los elementos de esta tienen la misma posibilidad de ser elegidos” (p. 176)

En la Soda se aplicó el muestreo por conveniencia en virtud de que los gustos y preferencias de todos los clientes que suelen asistir a este tipo de negocio son muy homogéneas, es decir, muy parecidas por lo que se establece innecesario utilizar el muestreo probabilístico.

Se pretende entrevistar a setenta y dos clientes, ya que el criterio en este tipo de negocios es muy homogéneo, se mantiene constante la respuesta entre uno y otro, por lo tanto, se recurre al muestreo por conveniencia y el número mencionado se consideró representativo. Dichas entrevistas se aplicaron en el transcurso de una semana, considerando los tiempos de comida de desayuno, almuerzo y cena. Esto con el fin de conocer la opinión particular, en la respuesta de los clientes.

- **Fuentes de información**

Según Bernal (2010):” Las fuentes primarias son todas aquellas de las cuales se obtiene la información directa es decir, de donde se origina la información. Es también conocida como información de primera mano o desde el lugar de los hechos.” (p. 191)

La fuente primaria del presente trabajo es el gerente, la persona encargada de conocer los estados financieros, con el fin de interpretar cual es la realidad económica del negocio. Con base en lo anterior se realizó un análisis de comportamiento de los clientes, para mantener o aumentar la estabilidad económica.

- **Fuentes secundarias**

De acuerdo con Bernal (2010) las fuentes secundarias: “Son todas aquellas que ofrecen información sobre el tema que se va a investigar, pero no son la fuente original de los hechos o situaciones, sino que solo las referencias.” (p. 192)

Dentro de las fuentes secundarias de esta investigación con libros de texto, regulaciones relacionadas al marco legal (permisos municipales), entidades de crédito.

### **Fuentes terciarias**

Las fuentes terciarias utilizadas en el presente trabajo son los sitios web que proporcionan datos relevantes afín de la investigación.

### **Definición de variables**

A continuación, se describen las variables de investigación, las cuales pretenden dar respuesta a los objetivos específicos planteados en el capítulo número uno. Dichas variables se definen en términos conceptual, operacional e instrumental.

Tabla 1: Definición de variables

Objetivo específicos	VARIABLES	Definición conceptual	Definición operacional	Definición instrumental.
Identificar el nivel de ventas actual de la Soda Gustitos S.A. para el periodo comprendido en los años 2016, 2017 y 2018.	Establecer el estado actual de las ventas de Soda Gustitos.	Una venta es la acción que se genera al momento de vender (intercambiar) un bien o servicio a cambio de dinero.	De acuerdo con los registros manuales y otros tipos que lleva la empresa.	A través de la observación de los registros manuales que la empresa lleva para tal fin.
Describir las estrategias promocionales de mercado que la soda ha realizado en los años 2016, 2017 y 2018	Identificar las estrategias de mercadeo ya utilizadas y analizar los resultados obtenidos.	La estrategia de mercado es un conjunto de acciones que tienen como objetivo incrementar las ventas y obtener una fuerte sostenibilidad y ventaja ante la competencia	De acuerdo con la información recopilada por el Gerente	A través de las entrevistas realizadas al dueño del negocio (Gerente),
Realizar un estudio de mercado que revele los requerimientos básicos que el consumidor estaría dispuesto a aceptar para incrementar la demanda.	Analizar la competencia.	Un estudio de mercado o análisis de la competencia, es la manera más viable para conocer el interior del negocio, tomando en cuenta fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.	La manera operacional en que se definirá este objetivo será por medio de los clientes, habitantes de alrededores de la región, consumidores de la competencia.	La variable será medida con instrumentos de observación, cuestionarios.
Calcular la inversión necesaria para incrementar el área disponible para atender a clientes.	Inversión.	Se conoce como inversión a el aporte de capital, para obtener una ganancia a futuro	De acuerdo con los registros manuales y estudios a realizar en la presente investigación	A través de entrevista realizadas a la Gerente e información recolectada por parte de instituciones involucradas en el proceso, por ejemplo entidades financieras, Municipalidades, entre otros.
Análisis de factibilidad financiera para determinar la viabilidad del proyecto.	Factibilidad del proyecto.	Se entiende como factibilidad el acceso de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos.	De acuerdo con los registros manuales y otros tipos que lleva la empresa. Operacionalmente serán analizados los reportes y estados de ventas de los años 2016, 2017 y 2018.	A través del método de observación, cuestionarios, entrevistas, documentados en la investigación del proyecto.

Fuente: Elaboración propia, 2018.

- **Instrumentos y técnicas utilizadas para la recolección de datos**
- **Técnicas de recolección**

El proceso de recolección de datos requiere el empleo de técnicas e instrumentos que permitan acceder a la información necesaria durante la investigación. Las técnicas comprenden procedimientos y actividades que le permiten al investigador obtener la información necesaria para dar respuesta a su pregunta de investigación. Estas técnicas se pueden clasificar según el proceso utilizado para acceder a dicha información, y también con base en el área de conocimiento donde se aplican. (Hurtado de Barrera, 2010, p. 771.)

De acuerdo con lo expuesto por la autora, para obtener éxitos con la técnica de recolección es muy importante que estas técnicas se realicen en el área de conocimiento, es decir, determinar muy bien la población a la cual se le va aplicar las técnicas, que la actividad permita al investigador abarcar con los datos que se le brinda y pueda transformarla en soluciones para la problemática que presenta, y que estas variables del sondeo puedan ser medidas tanto cuantitativamente como cualitativamente en base en el presente estudio de trabajo.

- **Instrumentos de recolección de datos**
- **Cuestionario**

Según J Hurtado de Barrera (2010) explica que: “La entrevista y la encuesta son técnicas basadas en la interacción personal, y se utilizan cuando la información requerida por el investigador es conocida por otras personas, o cuando lo que se investiga forma parte de la experiencia de esas personas.” (p. 771.)

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) hacen referencia que: “Los cuestionarios son un conjunto de preguntas respecto de una o más variables que se van a medir.”(p. 217)

Dentro de la temática de esta investigación, los administradores que cumplen el papel de investigadores en el presente estudio de trabajo, exponen formular un cuestionario conformado por preguntas tanto abiertas como cerradas, con el objetivo a dar respuesta a la problemática planteada de cómo aumentar la participación de la Soda Gustitos en el mercado de las comidas. La expectativa será aplicar la encuesta por medio de los métodos cara a cara.

Como también se considera realizar un cuestionario para la gerente del negocio con la finalidad de obtener información concreta de la Soda Gustitos S.A.

Al aplicar este procedimiento de recolección de información, los administradores podrán saber la adaptación o rechazo que tendrán los clientes, con la propuesta de la regalía del postre arroz con leche que se pretende incorporar como una estrategia, y los demás cambios que se plantean realizar. Será el método para comparar los gustos, preferencia y costumbres de los consumidores con las ideas formuladas para realizar la estrategia de aumentar la cartera de clientes. El equilibrio para obtener la información de cuánto es el porcentaje de cambio que pueden realizar los administradores y hasta dónde les será rentable, para ampliar las instalaciones.

### **La observación**

Según Hurtado de Barrera (2010) explica que:” La observación requiere que el investigador tenga acceso directo al evento de estudio y sea contemporáneo con este, es decir que sea testigo de las manifestaciones del evento.” (p. 771)

En el mercado y espacio en que se desenvuelve la temática del presente trabajo la observación es un instrumento para recolectar datos importantes. La competencia es la variable a observar, se debe hacer un estudio del comportamiento del consumidor con la competitividad, el

investigador deberá analizar que está haciendo la competencia, y evitar poner en acción lo mismo que ellos hacen, al contrario ejecutar aquello que permita marcar la diferencia e implementar en el mercado de las comidas y con estas acciones dar un sello de personalización al negocio, incorporando un plus que sea un motivo más para que los consumidores visiten las instalaciones de soda Gustitos.

Como lo menciona Jacqueline Hurtado de Barrera el investigador por medio de la observación se convertirá en un testigo de lo manifiesto en el evento, donde verá a la competencia más que como una amenaza, como una oportunidad de crecer, analizando variables como precios, apariencia, servicio al cliente, diversificación de productos, con el fin de lograr aumentar la cartera de clientes en el mercado de las comidas.

- **Confiabilidad y validez de los instrumentos de recolección datos de la investigación**
- **Confiabilidad**

Según Hernández, Fernández, Baptista (2014) explica: “La confiabilidad de un instrumento de medición se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo individuo u objeto produce resultados iguales.” (p. 200)

En el desarrollo del presente análisis es muy importante que los instrumentos sean válidos y confiables, dado que estos datos serán sumamente valiosos para valorar qué tan factible será la estrategia que se propone.

Para que un cuestionario termine dando resultados exitosos, es necesario que se transforme en una herramienta clara y repetitiva que se pueda aplicar a diferente público y se pueda obtener la información requerida, es decir, obtener el mismo resultado.

En el método de observación los investigadores deberán ser muy detallistas con lo que se van a dedicar a analizar de la competencia, incluso podrán mezclar y aplicar el cuestionario para obtener esos detalles importantes que la competencia está brindando y en los cuales está obteniendo ventaja respecto a los consumidores.

- **Validez**

Del proceso de construcción del instrumento depende en gran medida en el ajuste de este a las necesidades de la investigación, y este se ve reflejado en la validez y confiabilidad de este. Para que la información obtenida acerca de un idéntico evento, con diferentes instrumentos pueda ser utilizada en varias situaciones e incluso compararlas entre unas investigaciones y otras. La medición debe satisfacer ciertas realidades, en primer lugar, los diferentes instrumentos deben medir la característica en cuestión y no otra similar, en segundo lugar cada instrumento debe arrojar los mismo datos (con un mínimo de error) cuando se vuelve a medir la característica en situaciones similares a la primera condición se le denomina validez y a la segunda confiabilidad. Un instrumento debe cumplir con requisitos de validez y confiabilidad. (Hurtado de barrera, 2010, p.790).

Todos los datos que se logren recolectar por medio de los instrumentos utilizados en esta investigación, pasaran por un análisis de estudio, por medio de los expertos en este caso los mismo investigadores y el grupo de trabajo, pasaran por un análisis, en el área financiera administrativa y contable, por ende estos serán los indicados para revisar los métodos mencionados a utilizar y confirmar o afirmar son de confiabilidad y validez para obtener una base de datos asertiva.

## Capítulo IV

Análisis de datos.

En el siguiente capítulo, se tabula y analiza el trabajo de campo donde se comprenden las necesidades y se evalúa un estudio del mercado en general expuesto en el proyecto, considerando elementos como los que se mencionan en este mismo párrafo, utilizando como base, los datos de los años 2016, 2017 y para efectos de estudio el primer semestre del año 2018, se proyectó con una tasa de incremento para el segundo semestre del año 2018: Ingresos por ventas, costo de ventas, gastos operativos, impuestos sobre las ventas, impuestos sobre la renta, demanda, oferta, servicios ofrecidos.

El presente análisis de lo actuado comprende como objetivo analizar las tendencias, gustos y preferencias del consumidor, favorecer el negocio, para incrementar las ventas en el mercado e iniciar la ampliación de las instalaciones existentes.

Analizar el comportamiento de las ventas, evaluar las estrategias de mercadeo utilizadas, observar el entorno que rodea al negocio y determinar la inversión inicial, es lo que se desarrollara en el presente capítulo.

A continuación se presenta el cuerpo correspondiente al capítulo número cuatro, que explica paso a paso los objetivos específicos del presente trabajo.

- **Identificar el nivel de ventas actual de la Soda Gustitos S.A para el periodo comprendido de los años 2016, 2017 y 2018.**

El presente trabajo de investigación comprende dentro de los objetivos específicos, identificar y analizar el nivel de ventas de los últimos dos años y medio, recalando que solamente se tomara en cuenta el primer semestre del año 2018 de Soda Gustitos S.A., (el segundo semestre

del año 2018 será proyectado), tomando en cuenta ciertos elementos como el factor denominado estacionalidad.

En referencia al término de estacionalidad en lo absoluto hace énfasis a un plato en específico, el termino hace hincapié sobre las temporadas del año, por ejemplo, en el mes de enero se refleja un bajo rendimiento en los ingresos por ventas; explicándose y relacionándolo con las actividades que se comprenden en el mes de enero, a lo cual se asocia que es inicio de año, la mayoría de personas (consumidores, clientes) se encuentran en el tiempo de vacaciones, las escuelas, colegios y mayoría de comercio mantienen las primeras semanas del año cerrado por lo cual la afluencia de la demanda es menor en esa época del año.

Es importante mencionar que los datos brindados provienen de la Gerenta del negocio. Con la convicción de que se debe realizar un completo análisis, se llevará a cabo una proyección del crecimiento de las ventas para interpretar con los datos obtenidos, la factibilidad del proyecto, determinando la liquidez con que cuenta el negocio para realizar la inversión deseada de ampliar las instalaciones existentes. Por lo que consideran variables como: ingresos y costo de ventas, gastos operativos, para estudiar y entender el comportamiento de la demanda.

Se elaboró un análisis de las variables ya mencionadas, tomando datos de los periodos en estudio de los años 2016, 2017 y 2018; que se describe en los siguientes apartados:

Como parte de la explicación del análisis elaborado, es importante mencionar cuáles fueron los productos con mayor venta, los cuales formaron parte de los ingresos por ventas y de la utilidad. Las empanadas son el producto estrella, es dentro de los platillos el que ha caracterizado la Soda Gustitos S.A., la gerente del negocio la señora Leda Corrales lo menciona como el producto con

mayor venta, en razón de que es un producto elaborado y vendido el mismo día, es decir son preparadas al instante que el cliente las solicite, lo cual ha sido del agrado del consumidor, esto favoreciendo al negocio, por otra parte los desayunos y almuerzos típicos se encuentran de igual manera con gran demanda dentro del negocio.

Soda Gustitos comprende una temática totalmente familiar. Como se observa en el párrafo anterior, los productos más vendidos son totalmente típicos, creando una perspectiva de que el cliente se sienta a gusto.

A continuación, se mostrará el resumen cuantitativo y explicación del análisis financiero realizado de las variables a estudiar.

Se determina el estudio financiero también conocido como estudio de factibilidad del presente trabajo en estudio, donde según cada una de las variables estudiadas, se recolecta los datos para concluir en la determinación de los ingresos, costos y gastos necesarios para establecer la factibilidad del proyecto.

- **Ingresos por ventas**

Se analizaron los ingresos por ventas con el objetivo de interpretar el estado actual de las ventas en base a datos históricos de los años 2016, 2017 y el primer semestre del año 2018, como observación se agrega que para efectos del debido análisis de los periodos mencionados anteriormente, en el segundo semestre del año 2018, se reflejan datos proyectados, y se desarrolla el debido cálculo con una tasa de crecimiento del 1.3% en base al porcentaje de aumento de los precios a futuro de la Soda Gustito S.A.

Tabla 2. Ingresos por ventas en colones.

<u>Mes</u>	<u>Año 2016</u>	<u>Año 2017</u>	<u>Año 2018</u>
Enero	¢4.366.423	¢3.290.491	¢7.089.985
Febrero	¢6.576.277	¢3.821.167	¢6.552.830
Marzo	¢6.278.022	¢3.545.191	¢6.091.334
Abril	¢7.066.514	¢4.202.068	¢4.558.505
Mayo	¢7.482.197	¢5.877.851	¢6.483.137
Junio	¢6.340.767	¢6.366.655	¢6.597.348
Julio	¢5.988.715	¢6.391.161	¢9.216.981
Agosto	¢6.737.033	¢6.366.782	¢8.518.679
Septiembre	¢5.318.028	¢6.650.966	¢7.918.734
Octubre	¢5.645.047	¢6.369.266	¢5.926.057
Noviembre	¢4.741.535	¢6.136.308	¢8.428.078
Diciembre	¢6.056.582	¢6.351.283	¢8.576.552
<b><u>Ingresos por ventas</u></b>	<b><u>¢72.597.140</u></b>	<b><u>¢65.369.189</u></b>	<b><u>¢85.958.220</u></b>

Fuente. Elaboración propia, 2018.

En relación con los datos que se muestran en la tabla número dos, en base a datos históricos de los años 2016, 2017 y 2018, siendo en el segundo semestre del año 2018, datos proyectados, se logra determinar el consumo promedio anual y mensual del negocio por cada mesa actual. Además se evidencia el incremento que se podrían obtener al agregar cuatro mesas adicionales al negocio.

Como resultado de lo mencionado anteriormente el ingreso del negocio en la actualidad (con nueve mesas) es de 9.555.913 colones anualmente, este dato se obtiene al realizar la división del monto total de ingresos por ventas entre las nueve mesas que existen en la actualidad, al dividir el dato obtenido por doce permitir conocer el ingreso de manera mensual y se obtiene como resultado un monto de 795.909 colones por mesa, y al realizar el cálculo promedio incluyendo las cuatro mesas nuevas como parte del proyecto de ampliación, genera un monto 3.183.638 colones, obteniendo esta última cifra al multiplicar el resultado obtenido mensualmente por las cuatro mesas nuevas por incluir.

A continuación se relejan los datos explicados en el párrafo anterior, se muestran los periodos en estudio de los años 2016, 2017, y el año 2018 el cual fue el que se tomó como base para efectos de la investigación y explicación de lo mencionado anteriormente.

Tabla 3. Ingresos por ventas en colones, con las cuatro mesas nuevas.

Detalle	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Total de Ventas	72.597.140	65.369.189	85.958.220
Utilidad por mesa anual	8.066.349	7.263.243	9.550.913
Utilidad por mesa mensual	672.196	605.270	795.909
Utilidad mensual de las cuatro mesas por incluir	2.688.783	2.421.081	3.183.638

Fuente. Elaboración propia, 2018.

Según el análisis realizado, el cual se muestra en la tabla número tres, se puede observar que las ventas del año 2016 al año 2017 disminuyen los ingresos por ventas, en un 9,96%, con una disminución en las ventas de ¢7, 227,951. Al consultarle a la señora Leda Corrales gerenta de la Soda Gustitos S.A., señala como causante la problemática que se ha venido desarrollando en el presente trabajo. El consumidor del siglo veintiuno es muy exigente, la imagen de carecer del suficiente espacio y la ansiedad que provoca el estrés, induce a los consumidores a elegir los servicios de la competencia, es el principal causante de la disminución de las ventas.

- **Costos de ventas**

Para efectos del estudio de los costos de ventas se estableció según los datos históricos de los periodos 2016, 2017 y 2018 cubriendo hasta el primer semestre del año 2018, para efectos del segundo semestre del 2018 se proyectó con la tasa de crecimiento, la cual fue mencionada y utilizada en los ingresos por ventas la cual es de un 1,3%.

Se determina el porcentaje como costo de venta, el cual es de un 54%, el dato es obtenido por medio de la división de los costos de ventas entre las ventas.

A continuación se muestran los datos de forma mensual y anual del costo de ventas de los años 2016, 2017 y 2018.

Tabla 4. Costo de ventas en colones.

<u>Mes</u>	<u>Año 2016</u>	<u>Año 2017</u>	<u>Año 2018</u>
Enero	¢2.336.688	¢520.893	¢3.294.335
Febrero	¢3.238.934	¢1.461.767	¢3.067.000
Marzo	¢3.222.677	¢1.594.936	¢3.286.769
Abril	¢3.494.254	¢1.521.424	¢2.378.752
Mayo	¢3.393.157	¢2.214.016	¢4.156.982
Junio	¢3.708.394	¢2.983.735	¢3.826.099
Julio	¢3.074.735	¢1.910.876	¢4.282.636
Agosto	¢3.637.023	¢2.696.851	¢3.987.100
Septiembre	¢2.379.083	¢3.249.401	¢4.272.800
Octubre	¢2.519.582	¢3.004.386	¢3.092.378
Noviembre	¢1.970.040	¢1.359.563	¢5.404.077
Diciembre	¢2.514.471	¢3.048.498	¢4.973.929
<b><u>Total de Ventas</u></b>	<b><u>¢35.489.038</u></b>	<b><u>¢25.566.346</u></b>	<b><u>¢46.022.855</u></b>

Fuente. Elaboración propia, 2018.

En el estudio realizado, se observa que el costo de ventas en el año 2017 fue inferior al presentado en el año 2016, lo que se muestra más adelante en la presente investigación. Este movimiento en los costos de ventas genera una utilidad mayor en el 2017, lo que deja como impresión que se recortó el coste.

La información brindada por parte de la Gerencia explica que este fenómeno presentado se debe a que se tomó la iniciativa para el año 2017, de comparar precios de agentes, con el objetivo de disminuir los costos, como también se implementó el plan de pesar los productos, por ejemplo

y tomando el producto estrella, el cual ya fue mencionado: las empanadas, la cantidad de masa utilizada debe pesar ciento cincuenta gramos, la porción de carne incluida deberá pesar ciento treinta gramos para ir acorde con los demás productos sin caer en excesos o diminutivos, con un mayor control de calidad y se evita el desperdicio de producto, todo lo anterior con el único objetivo de recortar los costos de ventas.

De los datos mostrados en la tabla anterior se explica que se tomó en cuenta como elementos de los costos de venta, el costo de los alimentos, de las bebidas gaseosas y bebidas naturales. La sumatoria de los datos obtenidos genera como resultado el total de costo de ventas, como se mencionó anteriormente se realiza la división de los costos de ventas entre las ventas generando un 54% en el año base a utilizar el año 2018, a continuación se muestra los datos porcentuales del costo de venta, incluyendo también los datos de los años 2016 y 2017.

Tabla 5. Proyección de los elementos del costo de ventas en colones

<b><u>Detalle</u></b>	<b><u>2016</u></b>	<b><u>2017</u></b>	<b><u>2018</u></b>
Alimentación	32.156.234	22.300.376	41.077.404
Bebidas gaseosas	1.895.013	1.746.987	2.489.223
Bebidas no gaseosas	1.437.791	1.518.983	2.456.228
Total costo de ventas	35.489.038	25.566.346	46.022.855
Porcentaje	49%	39%	54%

Fuente: elaboración propia, 2018

- **Utilidad bruta en ventas**

Luego del análisis y datos obtenidos de los ingresos y costos de ventas, se procede a determinar la utilidad brutas en ventas, las cuales serán mostradas en la tabla número seis, los datos que se presentarán a continuación corresponde a la resta de los ingresos por ventas menos los

costos de ventas, aun no se mostrara la utilidad operativa con las debidas deducciones de impuestos.

Tabla 6. Utilidad bruta en ventas en colones

<u>Mes</u>	<u>Año 2016</u>	<u>Año 2017</u>	<u>Año 2018</u>
Enero	2.029.735	2.769.598	3.795.650
Febrero	3.337.343	2.359.400	3.485.830
Marzo	3.055.345	1.950.255	2.804.565
Abril	3.572.260	2.680.644	2.179.753
Mayo	4.089.040	3.663.835	2.326.155
Junio	2.632.373	3.382.920	2.771.249
Julio	2.913.980	4.480.285	4.934.345
Agosto	3.100.010	3.669.931	4.531.579
Septiembre	2.938.945	3.401.565	3.645.935
Octubre	3.125.465	3.364.880	2.833.679
Noviembre	2.771.495	4.776.745	3.024.002
Diciembre	3.542.111	3.302.785	3.602.624
<b><u>Utilidad bruta en ventas</u></b>	<b><u>37.108.102</u></b>	<b><u>39.802.843</u></b>	<b><u>39.935.365</u></b>

Fuente: Elaboración propia, 2018.

La tabla número seis muestra lo mencionado en la debida explicación con los datos mostrados de tabla número dos, donde se observa que a pesar de que los ingresos por ventas en el año 2016 son datos superiores a los del año 2017, la rentabilidad obtenida fue mayor en el año 2017 según los datos mostrados en la tabla número seis por la disminución significativa en los costos en el año 2017.

- **Gastos operativos y administrativos**

Los gastos operativos y administrativos son parte de las variables a estudiar en el presente trabajo de investigación, se totalizan y se categorizan en la siguiente manera.

A continuación se mostrara un resumen de anual y colones de los datos históricos de los periodos en estudio, de los gastos operativos y administrativos.

Tabla 7. Gastos operativos y administrativos en colones.

Detalle	2016	2017	2018
Gasto operativos:			
Suministros Básicos	97.500	105.000	109.500
Gas	586.500	615.000	658.500
<b>Total gasto operativo:</b>	<b>684.000</b>	<b>720.000</b>	<b>768.000</b>
Gastos administrativos			
Salarios	18.913.648	19.662.682	20.410.000
Luz	848.000	895.000	930.000
Agua	300.000	360.000	420.000
Teléfono	92.400	96.000	102.000
Patentes	88.000	89.000	90.000
<b>Total gastos administrativos</b>	<b>20.242.048</b>	<b>21.102.682</b>	<b>21.952.000</b>
<b>Total de gasto operativo y administrativo</b>	<b>20.926.048</b>	<b>21.882.682</b>	<b>22.720.000</b>

Elaboración propia, 2018.

Los gastos operativos en la realidad no evidencian que pueda presentarse un cambio, van a tener la misma relación porcentual, en relación a que se incrementará prácticamente la mitad de la demanda, al tener nueve mesas e incluir 4 mesas nuevas, no se castigara al negocio y se parte del supuesto que se proyecta un 30% en los gastos, el cual representa el incremento en el gasto de algunos elementos para brindar el servicio, por ejemplo el gas.

El panorama que muestran los datos deja como interrogante si podrá darse un escenario positivo o negativo para la Soda Gustitos S.A., si se necesitara de financiamiento o podrá realizarse con capital propio del negocio el proyecto de ampliación, el cual cuenta con un tamaño de tres metros y medio por tres metros y medios cuadrados.

- **Describir las estrategias promocionales de mercado que la soda ha realizado en los años 2016, 2017 y 2018.**

Con base en la información brindada por parte de la gerencia de la Soda Gustitos S.A., con el fin de realizar el estudio planteado de la mejor manera, se recopilan datos con el objetivo de explicar y describir las estrategias utilizadas y propuestas por parte del negocio para crear promociones.

Las estrategias promocionales solamente tienen una meta a cumplir, incrementar las ventas. En el periodo seleccionado a estudiar, una táctica utilizada es el enfoque de la mejor atención al consumidor, atender con mayor rapidez y cortesía, una de las formas de vender es a través de esta gran herramienta y promoción “servicio al cliente”, crear en el mercado satisfacción.

El motivo de que Soda Gustitos refuerce el servicio al cliente le permite de manera inmediata, crear otra estrategia promocional; destacar dentro de la competencia, al implementar

un excelente servicio de atención, el consumidor lo mantendrá en la memoria y dentro de los gustos y las preferencias personales y familiares.

La creación de combos, en comidas rápidas, (hamburguesas, pizza, pollo) fue una de las estrategias utilizadas en los años 2016, 2017 y parcialmente en este año 2018, táctica utilizada para atraer el consumidor.

Desarrollar la idea y promocionándola como oferta de mitad de semana, crear combos de comidas rápidas a precios accesibles. Por ejemplo, dentro los que se mencionan en el párrafo se encuentran, los combos con los siguientes productos: Taco con repollo y papas fritas, hot dog y refresco gaseoso pequeño, dos piezas de pollo, todo lo anterior con un precio de mil colones, creando el lema de miércoles todo a mil colones.

La gerencia realiza estos tipos de estrategias promocionales con el único propósito de marcar la diferencia en el mercado, llamar y en algunos casos despertar la atención de los clientes actuales y futuros para incrementar las ventas de la soda, con productos de rápida elaboración y en la mayoría de los casos preferidos por el consumidor y mercado del negocio.

Como se ha mencionado anteriormente en el presente trabajo, para el año 2018, la administración plantea incluir una regalía para los consumidores, un postre como lo es el arroz con leche, el cual es una fuerte estrategia de mercadeo.

En el presente año se proyecta realizar la expansión de las instalaciones, analizando que resulta ser una estrategia promocional al ofrecer mayor comodidad a la hora de brindar los servicios por el cual los clientes visitan el negocio.

La mejora y ampliación constante es una vía importante para aumentar las ventas, por la razón de que es el camino para incrementar la complacencia del cliente. Fortalecería el grado de lealtad y fidelidad con los consumidores.

Como parte del análisis que se desarrolla en el presente trabajo se indica y se realiza como observación a la gerencia, sobre destacar en el ámbito competitivo, para lo cual es de suma importancia realizar un estudio de los consumidores y ofrecer diversificación a los clientes.

- **Realizar un estudio de mercado que revele los requerimientos básicos que el consumidor estaría dispuesto a aceptar para incrementar la demanda.**

El presente estudio de investigación aspira identificar y analizar el patrón de comportamiento, con el fin de caracterizar y distinguir los requerimientos básicos del consumidor, para entender y detallar el tema de incrementar la demanda.

El enfoque principal del estudio de mercado se enmarca en obtener la información de los competidores, como también distinguir e identificar el segmento al cual se pretende atraer y mantener, es la manera de conocer al cliente.

Dentro del análisis del trabajo se encuentra como herramientas para estudiar el mercado, la recolección de datos, la manera más accesible para desarrollar y cumplir esta meta, es por medio de la información que existe en la web, es una manera de estudiar al competidor y con esto permitir a la administradora analizar las fortalezas y debilidades que se encuentran en el mercado.

Se determinó por medio de la información brindada por la gerencia, la existencia de un negocio, llamado “donde perola, parrillada, soda y pizzería – Puriscal”, el cual abarca una cantidad

importante de los consumidores del sector, se especializan en comidas rápidas, razón por la cual se ideó la estrategia mencionada de crear los miércoles a mil colones, es una manera de darle competencia y atraer a los consumidores, sin dejar de lado la esencia que tiene Soda Gustitos S.A.

A continuación, se muestran imágenes del negocio “donde perola, parrillada, soda y pizzería – Puriscal” y productos que ofrecen al mercado, posteriormente se identificara y mostraran imágenes de Soda Gustitos S.A



Fuente: página web promocional de Perola, parrillada, soda y pizzería - Puriscal



Fuente: página web promocional de Perola, parrillada, soda y pizzería - Puriscal

Imágenes Soda Gustitos S.A.



Fuente: Elaboración propia, en reconocimiento del campo de estudio.



Fuente: página web promocional de Soda Gustitos S.A.



Fuente: página web promocional de Soda Gustitos S.A.

Es importante profundizar en el conocimiento del consumidor y el estado de comportamiento, conocer el criterio que manejan los clientes del producto y servicio que se brinda, como también la conducta del consumo. Por lo tanto se realizó un cuestionario para los clientes de la Soda Gustitos.SA.

### **¿Cuál es objetivo principal de realizar un cuestionario para los clientes?**

La gerente tiene claro que a pesar de que el financiamiento podría interponerse como una limitante para realizar el proyecto presentado de ampliar las instalaciones de Soda Gustitos S.A., comprende que un factor de suma importancia, es la adaptación o rechazo de los consumidores por parte del cambio, llamado rediseño y crecimiento de las instalaciones existentes. Soda Gustitos S.A. es negocio que tiene una incertidumbre que nace por parte de las temporadas el manejar la situación dependiendo de si estará en las épocas de gran producción o estará en bajo rendimiento. Es un riesgo que la administración toma por lo cual es importante para el negocio por conocer el veredicto del consumidor y determinar si el cambio será aprobado o rechazo por la clientela, obteniendo estos datos por parte del cuestionario a realizar.

- **Calcular la inversión necesaria para incrementar el área disponible para atender a los clientes.**

El incremento del área del local será de una ampliación de tres metros y medio por tres metros y medio cuadrados, de acuerdo a las observaciones de la gerencia de Soda Gustitos el área mencionada cuenta con todos los requerimientos para atender la demanda.

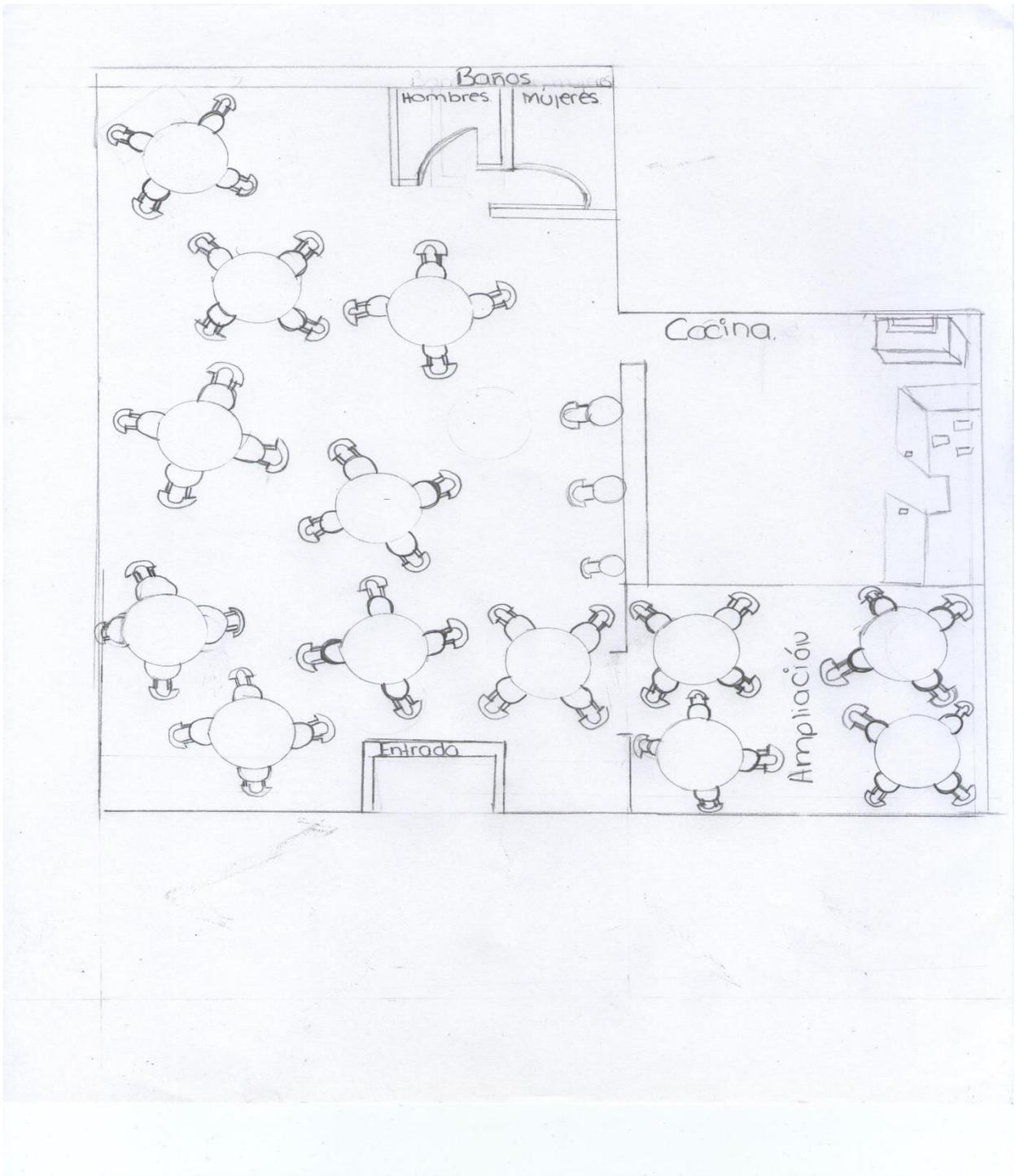
El espacio que la gerencia desea utilizar para la ampliación de las instalaciones existentes, cuenta con capacidad de insertar alrededor de cuatro mesas, en concepto de usuarios, se aumenta en 16 personas.

Al ser un negocio con años de experiencia en el mercado de las ventas de las comidas, cuenta con el equipo necesario para atender la demanda, sin embargo se requiere de ciertos elementos para completar de manera exitosa el proceso de ampliación de las instalaciones. Por ejemplo se determina parte de construcción de la estructura, acabados en el piso con la inserción de cerámica, detalles en la pintura, logrando permanecer con la misma temática del negocio.

Otros elementos los cuales son tomados en cuenta en el momento de realizar el cálculo de la inversión necesaria para ampliar el local, es la parte del equipo, inmobiliario y mobiliario, dejando claro que al ser una empresa con amplio recorrido cuenta con suficiente mecanismo para satisfacer las necesidades del cliente, no obstante y tal como se mencionó en el párrafo anterior se determinó que la ampliación requiere de materiales como cerámica, pintura, equipos de sillas y mesas, mano de obra.

La ampliación de Soda Gustitos S.A tendrá un área de 12 metros de ancho y 8 metros de largo y posee todos los espacios necesarios para atender la demanda, en donde el área de aumento será de 3 metros y medio por tres metros y medios cuadrados

A continuación se agrega croquis de Soda Gustitos S.A en donde se observa la soda actualmente y la parte de la aplicación.



Fuente: Elaboración propia, 2018

Seguidamente se muestra una tabla elaborada con el fin de tener la proyección del mobiliario que será necesario adquirir para ampliar las instalaciones de Soda Gustitos S.A. y con esto poder la inversión inicial.

Tabla 8, Inversión inicial.

Área	Mobiliario	Cantidad	Costo unitario en colones	Costo en colones
Costo de construcción por metro cuadrado	Materiales de construcción, mano de obra, todo lo anterior incluido	12,25 metros	300.000 Colones por metro cuadrado	3.675.000
Mobiliario	Mesas y sillas	4 mesas 4 sillas	60.000	240.000
Mobiliario	Ventilador	2	20.000	40.000
Electrónico	Televisor	1	129.000	129.900
Total				4.084.900

Fuente: Elaboración propia, 2018.

Se determina según los datos establecidos en la tabla número ocho, que la inversión inicial para ampliar las instalaciones es de 4.084.900 colones, esto según las cotizaciones realizadas, indicando que los datos del costo de construcción por metro cuadrado en Puriscal centro Barrio los Ángeles, localidad de la Soda Gustitos S.A., se obtuvieron por parte del constructor Keylor

Campos propietario de la constructora D` Kasa Soluciones respecto al mobiliario que comprende las sillas y mesas se cotizaron en la mueblería la Puriscaleña donde ofrecen una mesa con las respectivas cuatro sillas en un valor de 60.000 colones, terminado con la indicación del mobiliario electrónico donde se cotizo en almacenes como El Gollo, Casa Blanca y Walmart, tomando este último como referencia en base a la comparación de precios que se brindaron de los tres lugares, Walmart se colocó como la opción más viable, para la compra del televisor y los dos abanicos.

Seguidamente y parte importante para el análisis de la investigación se mostrara y como también se detallara la depreciación del proyecto. En donde se determinó que se utilizara una vida útil del proyecto a cinco años para el mobiliario de la ampliación del negocio y cincuenta años en el material de construcción, utilizando el método de línea recta para depreciar los activos.

Inmediatamente se muestra la tabla número nueve con los datos de la depreciación, con base en los porcentajes y vida útiles autorizados como referencia por parte de la dirección general de tributación.

Tabla 9. Depreciación anual en colones.

Equipo y/o Mobiliario	Costo total en colones	Vida Útil	Depreciación anual en colones
Mesas y sillas	240.000	5	48.000
Ventilador	40.000	5	8.000
Televisor	129.900	5	25.980
Costo estimado de materiales de construcción	3.675.000	50	73.500
Total	4.084.900		155.480

Fuente: Elaboración Propia 2018. Código Tributario.

- **Estudio Legal**

Como parte de la investigación se procedió a contemplar e indagar los permisos legales y requisitos que deberán ser tomados en cuenta a la hora de ampliar las instalaciones del negocio.

Para lo cual se solicitó la información a la Municipalidad de Puriscal, dichos datos fueron obtenidos por medio del Ingeniero Diego Jiménez Hernández, encargado de control constructivo; la serie de requisitos informados por parte del Ingeniero se mencionaran a continuación:

Requisitos de la Municipalidad de Puriscal para obtener el permiso de construcción de: reparaciones, remodelaciones y anexos en construcciones de vivienda y ampliaciones de segunda planta de 0 metros en adelante.

- Documentos del profesional responsable

1. Dos juegos de planos autorizados por el Colegio Federado de Ingenieros y de Arquitectos.
2. Planos sellados por el Ministerio de Salud, en el caso de Proyectos Comerciales o Declaración del Profesional presentada al CFIA, en el caso de Proyectos habitacionales.( el sello del CFIA ).
3. Fotocopia Contrato de Consultoría.
4. Copia de la boleta eléctrica.

- Documentos que se obtienen en la municipalidad

5. Constancia de que propiedad donde se realice la obra se encuentra al día en el pago de los impuestos.

6. Informe literal (Municipalidad o por Internet)
7. Uso del suelo (copia del plano y cedula del propietario)
  - Documentos que usted tiene en la casa
8. Fotocopia de la escritura o estudio de registro certificado.
9. Fotocopia del plano de catastro certificado con el respectivo visado municipal.

Como parte de los requisitos se involucra el Instituto Nacional de Seguros, con la correspondiente Póliza de trabajo, haciendo hincapié en el Código de Trabajo artículo número 193, el cual menciona que todos los patrones se encuentran en obligación de asegurar a los empleados contra los riesgos de trabajo.

Por otra parte, se consulta a la Licenciada Geisell Chavarría, Inspectora de la Caja Costarricense del Seguro Social, la cual nos indica que en virtud de que la señora Leda Corrales se encuentra activa y al día con sus obligaciones obreras patronales, se debe de omitir cualquier gestión ante las entidades administrativas de la Caja Costarricense del Seguro Social.

- **Análisis de factibilidad financiera para determinar la viabilidad del proyecto.**

Con el fin de evaluar la rentabilidad financiera del proyecto y determinar la decisión a tomar acerca de ampliar las instalaciones de Soda Gustitos se procede a presentar los flujos de efectivo para gestionar el correspondiente análisis.

La investigación del presente trabajo de estudio determinará la viabilidad del proyecto, en base al engrandecimiento que se predetermina realizar.

Como parte del desarrollo del capítulo número cuatro se identifican los datos históricos de las variables de los ingresos y costos de ventas, gastos operativos y administrativos de los años 2016, 2017, primer semestre del año 2018 y para el segundo semestre del año 2018 se utilizaron datos proyectados, como reiteradamente se menciona en el trabajo de análisis; estos datos históricos fueron expuestos en la investigación del trabajo, como parte del desarrollo del primer objetivo específico, en donde se menciona identificar el nivel de ventas Soda Gustitos S.A. para el periodo comprendido en los años 2016, 2017 y 2018.

Específicamente en este punto del capítulo número cuatro se logra interpretar el análisis financiero, tomando en cuenta las variables numéricas, el estudio de mercado, administrativo y legal, determinando la factibilidad los gastos y costos en los cuales incurre la Soda Gustitos S.A.

Para poder establecer el desarrollo y cálculo de flujos de efectivo que permita evaluar la rentabilidad de la ampliación las instalaciones de Soda Gustito S.A., se utilizaron los datos de la tabla número cuatro de los ingresos por ventas en colones del período 2018, con las cuatro mesas nuevas que se incorporaran en la ampliación deseada. Y conseguir determinar la viabilidad de la ampliar el negocio.

Los ingresos y costos de ventas se mantendrán con los datos obtenidos, en línea recta para el mes uno hasta mes doce, al momento en que se realiza el flujo de efectivo se estudian los datos del área de ampliación del negocio es decir los resultado obtenidos en la tabla número cuatro, este periodo hace referencia a un ingreso promedio constante por mes, en donde no se espera variación alguna en el costo de ventas, ingreso por venta y gastos operativos, razón la cual se mantiene y se justica la constante. A partir del ingreso generado en el año uno se observara los movimientos y rentabilidad generada año tras año, durante cinco años.

En los cálculos realizados se identifican variables como el valor actual neto, la tasa interna de retorno, como también se utiliza en término costo de capital, el cual se explica mencionando que es el rendimiento requerido sobre los distintos tipos de financiamiento.

Para efectos del presente trabajo final de graduación se investigó en el mercado financiero, sobre los costos de capital oferentes para la inversión requerida. Luego de realizar las respectivas investigaciones en el Banco Nacional de Costa Rica, Grupo Mutual, El Banco Popular y Desarrollo, Banco Davivienda, se estableció optar por las condiciones de Grupo Mutual, en donde después del respectivo estudio realizado por el profesional de la entidad, el analista de crédito Antony Roy Toro Soto, se determina una tasa de costo de capital de un 16,25%.

Seguidamente se mostrara el flujo de efectivo.

Figura 2 Flujo de efectivo.

<b>Ingresos por ventas del proyecto</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Ingresos por ventas.	€3.183.638	€3.183.638	€3.183.638	€3.183.638	€3.183.638	€3.183.638	€3.183.638	€3.183.638	€3.183.638	€3.183.638	€3.183.638	€3.183.638	€38.203.653	€42.024.019	€46.226.420	€50.849.062	€55.933.969
Costo de ventas	€1.719.164	€1.719.164	€1.719.164	€1.719.164	€1.719.164	€1.719.164	€1.719.164	€1.719.164	€1.719.164	€1.719.164	€1.719.164	€1.719.164	€20.629.973	€22.692.970	€24.962.267	€27.458.494	€30.204.343
Utilidad bruta e ventas	€1.464.473	€1.464.473	€1.464.473	€1.464.473	€1.464.473	€1.464.473	€1.464.473	€1.464.473	€1.464.473	€1.464.473	€1.464.473	€1.464.473	€17.573.680	€19.331.049	€21.264.153	€23.390.569	€25.729.626
Gastos operativos	€955.091	€955.091	€955.091	€955.091	€955.091	€955.091	€955.091	€955.091	€955.091	€955.091	€955.091	€955.091	€11.461.096	€12.607.206	€13.867.926	€15.254.719	€16.780.191
Menos depreciación	€12.957	€12.957	€12.957	€12.957	€12.957	€12.957	€12.957	€12.957	€12.957	€12.957	€12.957	€12.957	€155.484	€155.484	€155.484	€155.484	€155.484
Menos intereses	€67.708	€66.970	€66.221	€65.462	€64.693	€63.914	€63.124	€62.323	€61.511	€60.689	€59.855	€59.010	€761.479	€637.885	€492.640	€321.954	€121.369
Utilidad antes de impuestos	€428.717	€429.455	€430.204	€430.963	€431.732	€432.511	€433.301	€434.102	€434.914	€435.736	€436.570	€437.415	€5.195.621	€5.930.474	€6.748.103	€7.658.412	€8.672.582
Impuestos	€85.743	€85.891	€86.041	€86.193	€86.346	€86.502	€86.660	€86.820	€86.983	€87.147	€87.314	€87.483	€1.039.124	€1.186.095	€1.349.621	€1.531.682	€1.734.516
Utilidad neta	€342.973	€343.564	€344.163	€344.770	€345.386	€346.009	€346.641	€347.282	€347.931	€348.589	€349.256	€349.932	€4.156.497	€4.744.379	€5.398.482	€6.126.730	€6.938.066
Más depreciación	€12.957	€12.957	€12.957	€12.957	€12.957	€12.957	€12.957	€12.957	€12.957	€12.957	€12.957	€12.957	€155.484	€155.484	€155.484	€155.484	€155.484
Menos amortización	€54.547	€55.286	€56.034	€56.793	€57.562	€58.342	€59.132	€59.933	€60.744	€61.567	€62.400	€63.245	€705.586	€829.181	€974.425	€1.145.112	€1.345.696
Total	€301.383	€301.236	€301.086	€300.934	€300.780	€300.624	€300.466	€300.306	€300.144	€299.979	€299.813	€299.644	€3.606.395	€4.070.683	€4.579.541	€5.137.102	€5.747.853
FNE													- 5.000.000	€3.606.395	€4.070.683	€4.579.541	€5.137.102

<b>INVERSIÓN INICIAL</b>	<b>€4.084.900</b>	<b>MESES</b>	<b>AÑOS</b>	<b>TOTAL</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	€915.100	<b>12</b>	5	60 meses

<b>INVERSIÓN INICIAL</b>	<b>-€5.000.000</b>
<b>TASA DE INTERÉS (COSTO DE CAPITAL)</b>	16,25%
<b>VAN</b>	€9.549.665
<b>TIR</b>	77%
<b>ÍNDICE DE DESEABILIDAD (ID)</b>	4,63
<b>PERIODO DE RECUPERACIÓN DE INVERSIÓN (PR)</b>	
<b>REFERENCIA</b>	Monto
<b>AÑO 0</b>	€5.000.000
<b>AÑO 1</b>	€3.606.395
<b>SALDO</b>	€1.393.605
	0,34
	12
	4,11

La información que se observa, según los datos de la investigación en base al flujo de efectivo realizado, le permite a la gerente de Soda Gustitos S.A tener una visión clara sobre el proyecto de ampliación, tomando en cuenta la Tasa interna de retorno (T.I.R) como también el valor actual neto (V.A.N), y con esto poder determinar si se procede a realizar la inversión en el proyecto y lo más importante determinar si es o no es rentable proyecto planteado de ampliar las instalaciones e Soda Gustitos S.A

En el estudio y análisis se observa como los ingresos por ventas aumentaran en un 10% esto en relación con la variable denominada precio, como también se estima que el costo de ventas mantendrá su relación histórica del 54% que se ha venido presentando.

En los gastos operativos se proyecta un aumento de un 30% sobre los ingresos por ventas, al incrementar la cantidad de mesas, realizando la respectiva división de las nueve mesas que existen en la actualidad entre las cuatro nuevas mesas genera un aumento de un 44% para no castigar al negocio se parte del supuesto que la demanda crecerá prácticamente la mitad de lo que es en la actualidad, razón por lo cual se predetermina un 30% proyectado en los gastos operativos.

Los gastos operativos en la realidad no evidencian que pueda presentarse un cambio, mantendrán la misma relación porcentual, el cual representa el incremento en el gasto de algunos elementos para brindar el servicio por ejemplo el gas.

Por lo tanto en el primer año se refleja en el análisis una utilidad neta de ¢4.156.497 aumentando en el siguiente año a ¢4.744.379. Tomando en cuenta que estos ingresos son parte del aumento de la demanda en ventas, producto de la afluencia de nuevos clientes es decir que la cantidad personas se incrementara de 36 clientes más 16 clientes nuevos al momento de ampliar

las instalaciones con las cuatro mesas que se agregaran al negocio el cual se estima un crecimiento porcentualmente en el crecimiento de la cartera de clientes de un 44,4%. En concepto de incremento en la demanda por ventas por la afluencia de nuevos consumidores para el primer año en análisis se estima un crecimiento de ₡3.820.365 en términos porcentuales creciendo un 10% (resultado de la división del aumento en los ingresos por ventas por ₡3, 820,365 entre el ingreso total por ventas del año número uno) en los ingresos por ventas, relación y como fue explicado en determinación de la variable denominada precio

Se puede determinar que el escenario presentado obtuvo un valor actual neto (V.A.N) por ₡9.549.665 y una tasa interna de retorno (T.I.R) del 77%, en base a los datos obtenidos el costo de capital es un 16,25%, recordando que si la tasa interna de retorno (T.I.R) del proyecto es mayor al costo de capital el proyecto se debe aceptar ya que es rentable. En el presente escenario se demuestra que el periodo de recuperación es de un año y cuatro meses, lo cual representa un proyecto de corto plazo para la gerente como también para el negocio en general. Se determina que el índice de deseabilidad genera un resultado 4,63 lo cual permite observar que la inversión se recupera un poco más de cuatro veces.

Tomando en cuenta que el negocio por medio del servicio que brinda, no permite generar los mismos ingresos siempre, se toma en cuenta esa variable y se proyecta un estudio sensibilizado, en donde se proyectara los datos históricos de la Soda Gustitos, con un 35% menos en los ingresos por ventas, manteniendo el mismo costo de ventas, gastos operativos impuestos e intereses

El Flujo sensibilizado será mostrado y analizado continuación en la figura número 3.

Figura 3. Flujo de efectivo sensibilizado.

<b>Ingresos por ventas del proyecto</b>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Ingresos por ventas.	¢2.069.365	¢2.069.365	¢2.069.365	¢2.069.365	¢2.069.365	¢2.069.365	¢2.069.365	¢2.069.365	¢2.069.365	¢2.069.365	¢2.069.365	¢2.069.365	¢24.832.376	¢27.315.614	¢30.047.175	¢33.051.893	¢36.357.082	
Costo de ventas	¢1.117.457	¢1.117.457	¢1.117.457	¢1.117.457	¢1.117.457	¢1.117.457	¢1.117.457	¢1.117.457	¢1.117.457	¢1.117.457	¢1.117.457	¢1.117.457	¢13.409.483	¢14.750.432	¢16.225.475	¢17.848.022	¢19.632.824	
Utilidad bruta e ventas	¢951.908	¢951.908	¢951.908	¢951.908	¢951.908	¢951.908	¢951.908	¢951.908	¢951.908	¢951.908	¢951.908	¢951.908	¢11.422.893	¢12.565.182	¢13.821.701	¢15.203.871	¢16.724.258	
Gastos operativos	¢620.809	¢620.809	¢620.809	¢620.809	¢620.809	¢620.809	¢620.809	¢620.809	¢620.809	¢620.809	¢620.809	¢620.809	¢7.449.713	¢8.194.684	¢9.014.153	¢9.915.568	¢10.907.125	
Menos depreciación	¢12.957	¢12.957	¢12.957	¢12.957	¢12.957	¢12.957	¢12.957	¢12.957	¢12.957	¢12.957	¢12.957	¢12.957	¢155.484	¢155.484	¢155.484	¢155.484	¢155.484	
Menos intereses	¢67.708	¢66.970	¢66.221	¢65.462	¢64.693	¢63.914	¢63.124	¢62.323	¢61.511	¢60.689	¢59.855	¢59.010	¢761.479	¢637.885	¢492.640	¢321.954	¢121.369	
Utilidad antes de impuestos	¢250.433	¢251.172	¢251.920	¢252.679	¢253.448	¢254.228	¢255.018	¢255.818	¢256.630	¢257.453	¢258.286	¢259.131	¢3.056.217	¢3.577.130	¢4.159.424	¢4.810.865	¢5.540.280	
Impuestos	¢50.087	¢50.234	¢50.384	¢50.536	¢50.690	¢50.846	¢51.004	¢51.164	¢51.326	¢51.491	¢51.657	¢51.826	¢611.243	¢715.426	¢831.885	¢962.173	¢1.108.056	
Utilidad neta	¢200.346	¢200.937	¢201.536	¢202.143	¢202.759	¢203.382	¢204.014	¢204.655	¢205.304	¢205.962	¢206.629	¢207.305	¢2.444.973	¢2.861.704	¢3.327.539	¢3.848.692	¢4.432.224	
Más depreciación	¢12.957	¢12.957	¢12.957	¢12.957	¢12.957	¢12.957	¢12.957	¢12.957	¢12.957	¢12.957	¢12.957	¢12.957	¢155.484	¢155.484	¢155.484	¢155.484	¢155.484	
Menos amortización	¢54.547	¢55.286	¢56.034	¢56.793	¢57.562	¢58.342	¢59.132	¢59.933	¢60.744	¢61.567	¢62.400	¢63.245	¢705.586	¢829.181	¢974.425	¢1.145.112	¢1.345.696	
Total	¢158.756	¢158.609	¢158.459	¢158.307	¢158.153	¢157.997	¢157.839	¢157.679	¢157.517	¢157.352	¢157.186	¢157.017	¢1.894.871	¢2.188.007	¢2.508.598	¢2.859.064	¢3.242.012	
FNE												-	5.000.000	¢1.894.871	¢2.188.007	¢2.508.598	¢2.859.064	¢3.242.012

<b>INVERSIÓN INICIAL</b>	<b>¢4.084.900</b>	<b>MESES</b>	<b>AÑOS</b>	<b>TOTAL</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	¢915.100	<b>12</b>	<b>5</b>	60 meses

<b>INVERSIÓN INICIAL</b>	<b>-¢5.000.000</b>
<b>TASA DE INTERÉS</b>	16,25%
<b>VAN</b>	¢2.938.397
<b>TIR</b>	37%
<b>ÍNDICE DE DESEABILIDAD</b>	2,54
<b>PERIODO DE RECUPERACIÓN DE INVERSIÓN:</b>	
<b>REFERENCIA</b>	Monto
<b>AÑO 0</b>	¢5.000.000
<b>AÑO 1</b>	¢1.894.871
<b>SALDO</b>	¢3.105.129
<b>AÑO 2</b>	¢2.188.007
<b>SALDO</b>	¢917.122
	0,37
	4,39



En la figura número tres se observa que aun con la variación de un posible descenso en las ventas con porcentaje de un 35%, el proyecto sigue siendo una buena inversión, se mantiene en una posición factible y rentable presentando un valor actual neto (V.A.N) por ¢2.938.397 y una tasa interna de retorno (T.I.R) del 37%, manteniéndose por encima del costo de capital.

En este flujo sensibilizado se demuestra que el periodo de recuperación es de dos años y cuatro meses, de igual manera las condiciones se mantienen siendo un proyecto de corto plazo para la gerente como también para el negocio en general. La inversión se recupera dos veces, esto según los resultados en este nuevo flujo sensibilizado en donde el índice de deseabilidad nos da un 2,54%.

Las cifras presentadas por ambos flujos de efectivo muestran un panorama positivo para la señora Leda Corrales gerente de Soda Gustitos, las cifras reflejan que el proyecto de ampliar las instalaciones existentes de Soda Gustitos es factible, ya que por medio del análisis de flujo se observa que generaría buenas utilidades y permite recuperar la inversión en un corto plazo.

## Capítulo V

### Conclusiones y Recomendaciones

- **Conclusiones y Recomendaciones**

Con base al desarrollo de este capítulo, se mencionan las conclusiones y recomendaciones de acuerdo con estudio de variables realizado, con la finalidad de que la gerente del negocio pueda tomar las decisiones, y determine si es conveniente llevar a cabo el proyecto.

### **Conclusiones**

A partir de los resultados del presente trabajo final de graduación se concluye lo siguiente:

- **Estudio de mercadeo**

El estudio de mercadeo que se realizó en la investigación, planteaba como objetivo principal analizar gustos y preferencias de los clientes de la Soda Gustitos S.A., para lo cual se elaboraron y aplicaron a los consumidores directos de la soda, como también a personas que se encontraron alrededores del negocio.

Se obtuvo como resultado luego de estudiar las respuestas de los consumidores que en efectivo una ampliación de las instalaciones de Soda Gustitos, es una interesante idea para ejecutarla, las respuestas con base en esta pregunta indicaron que el lugar debería ampliarse, el concepto de ser un negocio dirigido a la familia se logró, con base en las respuestas brindadas la clientela percibe la Soda Gustitos como lugar ideal para compartir en familia. Por otra parte los consumidores recomiendan mejorar el servicio al cliente en cuanto a la rapidez con la que se sirve la comida, siempre manteniendo la calidad de producto y presentación.

Se realiza una encuesta a la gerente con el objetivo de conocer información interna propiamente de la soda, donde se logra concluir que la razón por la cual surge la idea de ampliar

las instalaciones existentes del negocio, es porque se nota el comportamiento y patrón del consumidor al entrar en desesperación y ver el negocio totalmente lleno en toda la capacidad, y tomen la decisión de asistir al lugares de competencia para Soda Gustitos S.A., como también se concluye y se puede mencionar cual es el producto más vendido en el negocio y el porqué.

- **Estudio técnico**

El estudio técnico se realizó con la finalidad de poder determinar los requerimientos de la infraestructura y los recursos que serán necesarios para la inversión del proyecto, para lo cual se consultó cada detalle con el constructor Keylor Campos propietario de la constructora D`kasa soluciones, para contar con una infraestructura adecuada para lograr y mantener un excelente servicio y funcionamiento del negocio.

- **Estudio legal**

El estudio legal se realizó con el objetivo de determinar los permisos y requerimientos legales para iniciar el proyecto, donde se determinan y explican en el capítulo número cuatro los permisos municipales, póliza del Instituto Nacional de Seguros (I.N.S), y Caja Costarricense del Seguro Social (C.C.S.S)

- **Estudio financiero**

El estudio por la parte financiera, se realizó con la finalidad de determinar la factibilidad y rentabilidad del negocio, con el fin de analizar las variables importantes en estos proyectos como por ejemplo los costos y gastos en los cuales incurre el negocio.

El estudio financiero permite realizar dos escenarios, el escenario base y el escenario de flujo sensibilizado, donde ambos muestran que indiferentemente de las situaciones presentadas, el

negocio siempre se mantiene rentable, donde se determina que las proyecciones se encuentran ligadas totalmente con el consumo de los clientes y a la utilidad que se le dé a la ampliación del local.

- **Recomendaciones**

De acuerdo con la investigación realizada se recomienda, llevar a cabo la idea del negocio, debido a que los flujos de efectivo generan panoramas optimistas y rentables, además de recuperar la inversión en periodos de corto plazo.

La gerencia puede consultar, los estudios financieros y legales necesarios para tomar una buena e importante decisión.

Con base en lo mencionado en el párrafo anterior se determinó que la Soda Gustitos S.A. cuenta con todos los permisos y requisitos legales al día, para efectos de realizar la ampliación de las instalaciones existentes de Soda Gustitos S.A. solo se procederá los permisos de la Municipalidad del cantón de Puriscal.

En recomendación al objetivo número dos estudiado y analizado en el presente trabajo de investigación se recomienda a la gerente la señora Leda Corrales, establecer una mejor administración, incluso una inversión adicional en las estrategias de promociones y mercadeo, con la meta de acaparar, atrayendo un mayor segmento de la cartera de clientes, promoviendo los servicios de eficacia y eficiencia de la Soda Gustitos S.A.

Las herramientas que se recomiendan utilizar para lograr lo establecido en el párrafo anterior, son las redes sociales la que se promueve con mayor fuerza por la accebilidad y facilidad de manejo; y con esto incrementar el volumen de la clientela. En relación con la recomendación

anterior es importante tal y como se estableció en el objetivo número tres, el estudio de mercado se debe mantener siempre innovado, conocer e interpretar los gustos y preferencias del consumidor los cuales están en constante movimiento.

Se concluye las recomendaciones indicando que con base en el estudio de factibilidad realizado, la investigadora indagó todos los estudios necesarios para decidir sobre la decisión correcta de ejecutar la aplicación de las instalaciones de Soda Gustitos S.A., visualizando también un escenario sensibilizado, donde se estima una disminución de un 35% y se mantiene de igual manera en un escenario factible. El proyecto de ampliación debe realizarse.

## Capítulo VI

### Propuesta

## **Propuesta**

En este capítulo se presenta Propuesta económica para incrementar la participación de ventas de comidas en la Soda Gustitos S.A., en el cantón de Puriscal, provincia de San José.

Con base en lo establecido en el desarrollo del objetivo número dos de la encuesta se determinan varias estrategias de mercadeo, con el fin de incrementar las ventas de comidas en la Soda Gustitos S.A.

El primer paso es conocer y analizar al consumidor definir claramente cuáles son los gustos y preferencias de acuerdo con cada perfil de la clientela, para lo cual se implementó y realizó un cuestionario aplicado en los consumidores, determinando cuáles son las observaciones sobre el servicio y productos del negocio. Con ayuda de esta herramienta, se conoce cuál es el grado de aceptación que podrán tener los consumidores frente a un cambio realizado.

El promover e incrementar una mayor participación e inversión en las herramientas de publicidad (por ejemplo, redes sociales), se convierte en una estrategia a utilizar para aumentar la cartera de clientes. El consumidor del siglo XXI, le disgusta la espera y se siente satisfecho obteniendo la información deseada de manera rápida y concisa. El utilizar las redes sociales con estos fines, se convierte en una ventaja competitiva en el mercado, como también se menciona y se puede considerar como una recomendación analizar una inversión futura. Creando una aplicación digital en donde se pueda realizar pedidos exprés por medio de este y a la vez cancelar el monto con servicio en línea.

Es muy importante crear un lazo de fidelidad con los consumidores, por lo cual se estableció incorporar como una regalía, un postre de arroz con leche, con el fin de crear un vínculo de cortesía con la mente de la clientela.

Finalmente, con las propuestas establecidas se menciona la más importante y para lo cual se llevó el desarrollo del estudio de factibilidad del presente trabajo, el ampliar las instalaciones presenta como principal meta fortalecer la afluencia en la cartera de clientes de Soda Gustitos con el objetivo de incrementar la demanda ventas de comidas en la Soda Gustitos S.A.

## Capítulo VII

Bibliografía, anexos y apéndice

## **Bibliografía.**

Baca Urbina Gabriel (2016). *Evaluación de Proyectos*. (Octava Edición.). McGraw-Hill

Hernández Sampieri Roberto (2014). *Metodología de la Investigación*. (Sexta Edición.)

Hurtado de Barrera, Jacqueline (2010). *Metodología de la Investigación*. (Cuarta edición.) Quirón Ediciones.

Código Tributario.

Lic. Diego Jiménez Hernández, Encargado de control Constructivo, Municipalidad de Puriscal

Li. Keylor Campos, constructor y propietario de D`kasa soluciones

Lic. Geisell Chavarría, inspectora de la Caja Costarricense del Seguro Social

## Glosario y Abreviaturas.

- Análisis de sensibilidad de datos: refleja el efecto que tienen las variables sobre la rentabilidad del proyecto.
- Índice de deseabilidad: Representa en cuánto exceden el valor presente de los flujos de los efectivos en contraste con la inversión inicial, permite determinar en cuantas veces se recuperar la inversión.
- Periodo de Recuperación: Tiempo estimado en el cual se recupera la inversión inicial.
- Rentabilidad: Se entiende como rentabilidad a la comparación de beneficios y costos estimados de un proyecto, se determina si económicamente es viable.
- Tasa interna de retorno: Tasa de descuento que iguala el valor actual neto de oportunidad de inversión a cero. Es la tasa de rendimiento que ganará la empresa si toma la decisión de invertir en el proyecto y logra de recibir las entradas de efectivo esperadas.
- Valor actual neto: es el valor actual de un monto a futuro. Se entiende como la cantidad de dinero que debe invertirse hoy una tasa de interés determinada, durante un periodo específico, para igualar el monto futuro.

## Abreviaturas

Art: Artículo

C.C.S.S: Caja Costarricense del Seguro Social

ID: Índice de deseabilidad

I.N.S: Instituto Nacional de Seguros

PR: Periodo de recuperación

T.I.R: Tasa interna retorno

V.AN: Valor actual neto

Anexos

## Instrumento

### Cuestionario para los clientes

**Indicaciones:** Completar de manera clara, concisa y con letra legible, la información solicitada, con el fin de mejorar la calidad de servicio, para el ingrediente más importante de Soda Gustitos, los clientes.

¿Le gusta a usted la comida de Soda gustitos S.A.

Sí  No

¿Le gustaría que la soda fuera más grande?

Sí  No

Porqué:

---

---

¿Porque prefiere Soda Gustitos para venir a comer?

---

---

¿Cómo conoció nuestro negocio, cual fue el tipo de publicidad por el cual decidió visitarnos?

---

¿Cree usted que la variedad del menú de Soda Gustitos es balanceado, que productos le gustaría ver incluidos en el menú?

---

---

Si  No

Porque:

---

---

¿Considera usted soda Gustitos un lugar con instalaciones cómodas y agradables para compartir sus tiempos de comida?

Si  No

Porque:

---

---

Cuéntenos sobre su experiencia de la última visita en las instalaciones de nuestra Soda Gustitos.

---

---

## Instrumento

Cuestionario para la Gerente

**Indicaciones: Completar de manera clara, concisa y con letra legible,**

¿Cree usted que Soda Gustitos es un negocio rentable, en términos financieros?

---

---

¿Cuál es producto más vendido del negocio, el producto estrella que caracteriza al negocio, y porque lo considera como el producto estrella del negocio?

---

---

¿Cómo surge la idea de ampliar las instalaciones existentes de Soda Gustitos?

---

---

¿Qué tipo de estrategia de mercadeo ha utilizado para darse a posicionar en el mercado de las comidas?

---

---

Como autocrítica constructiva, ¿qué aspectos cree usted que se deben mejorar en la Soda Gustitos S.A?

---

---



**Municipalidad de Puriscal**

*Departamento de Construcciones*

*Teléfono: 2416 6026 EXT. 106*

---

REQUISITOS PARA OBTENER EL PERMISO DE CONSTRUCCIÓN DE:

REPARACIONES, REMODELACIONES Y ANEXOS EN CONSTRUCCIONES DE VIVIENDA Y AMPLIACIONES DE SEGUNDA PLANTA DE 0 METROS EN ADELANTE

**Documentos del profesional responsable**

1. Dos juegos de planos autorizados por el Colegio Federado de Ingenieros y de Arquitectos.
2. Planos sellados por el Ministerio de Salud, en el caso de Proyectos Comerciales o Declaración del Profesional presentada al CFIA, en el caso de Proyectos habitacionales.( el sello del CFIA ).
3. Fotocopia Contrato de Consultoría.
4. Copia de la boleta eléctrica.

**Documentos que se obtienen en la municipalidad**

5. Constancia de que propiedad donde se realice la obra se encuentra al día en el pago de los impuestos.
6. Informe literal (Municipalidad o por Internet)
7. **Uso del suelo (equivalente al punto 12 y el punto 11).** (copia del plano y cedula del propietario)

**Documentos que usted tiene en su casa**

8. Fotocopia de la escritura o estudio de registro certificado.
9. Fotocopia del plano de catastro certificado con su respectivo visado municipal

## Documentos de otras entidades

10. En caso de sociedades, copia de personería jurídica.
11. Declaración Jurada autenticada por un abogado, donde haga constar que la propiedad no se encuentre afectada por la ley forestal 7575 ni la ley de aguas.
12. Alineamiento del INVU, Departamento de aguas, según distancia de ríos, quebrado, naciente o cuerpos de aguas.
13. Copia de Hoja de Declaratoria de Interés Social en casos de Bono.
14. Certificado de viabilidad ambiental emitido por la SETENA para construcciones de más de 500 m2 y cuando así se especifique.
15. Alineamiento extendido por el MOPT, si la propiedad esta frente a carretera nacional.
16. Disponibilidad de agua, o en el caso que tenga ya un servicio instalado, una certificación de cliente activo donde se especifique el número de plano de catastro asociado al mismo y si el agua se obtiene de una naciente la concesión del cuerpo de agua.
17. Certificado de póliza emitida por el INS (posterior a la entrega de documentos).
18. El trámite de permiso de construcción debe presentarlo el propietario registral del terreno o en su defecto un poder del mismo debidamente autenticado por un notario.

**DEBE PRESENTAR TODOS LOS REQUISITOS COMPLETOS, DE CASO CONTRARIO NO SE LE DARA TRAMITE A EXCEPCION DE LA POLIZA DEL INS.**



# D'KASA Soluciones

Constructora

- **Construcción de casas a la medida.**
- **Contrato llave en mano.**
- **Remodelación, pintura.**
- **Bienes Raíces.**

## **Apéndice**

Heredia, 17 de agosto de 2018

Sres.

Miembros del Comité de Trabajos Finales de Graduación

SD

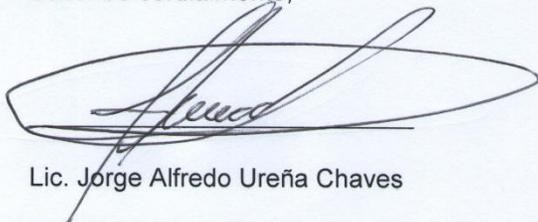
Estimados señores:

He revisado y corregido el Trabajo Final de Graduación, denominado:

Propuesta económica para incrementar la participación de ventas de comidas en la Soda Gustitos S.A en el cantón de Puriscal, provincia de San José, elaborado por la estudiante: Michelle Rodríguez Blanco, como requisito para que la citada estudiante pueda optar por el título 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. Jorge Alfredo Ureña Chaves

Cédula 1-0542-0312

Tutor

Heredia, 17 de agosto de 2018

Sres.

Miembros del Comité de Trabajos Finales de Graduación

SD

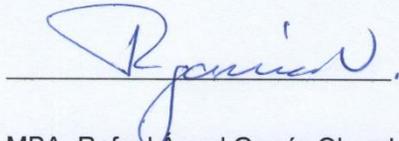
Estimados señores:

He revisado y corregido el Trabajo Final de Graduación, denominado:

Propuesta económica para incrementar la participación de ventas de comidas en la Soda Gustitos S.A en el cantón de Puriscal, provincia de San José, elaborado por la estudiante: Michelle Rodríguez Blanco, como requisito para que la citada estudiante pueda optar por el título 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,



MBA. Rafael Ángel García Obando

Cédula: 3- 0193-1119

Lector



**UNIVERSIDAD LATINA  
DE COSTA RICA**  
LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES®

UNIVERSIDAD LATINA DE COSTA RICA  
CAMPUS HEREDIA

CARTA DE APROBACION POR PARTE DEL FILÓLOGO  
DEL TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN

Heredia, 17 de agosto del 2018

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

Estimados señores:

He revisado y corregido el trabajo final de graduación titulado: **“Propuesta económica para incrementar la participación de ventas de comidas en la Soda Gustitos S. A. en el cantón de Puriscal, provincia de San José”**, elaborado por Michelle Rodríguez Blanco, como requisito para 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 el punto de vista considero que está listo para ser presentado como trabajo final de graduación. Por tanto, cumple con los requisitos establecidos por la Universidad.

Atentamente,

MSc. José Antonio Cabrera Guadamuz  
Cédula N° 5-0161-0217  
Código COLYPRO N° 5979-82  
Responsable - Corrección de estilo



c.c.: arch.

Heredia, 17 de agosto de 2018

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

Estimados señores:

Por este medio les presento la propuesta de Graduación, que alude el Reglamento de Trabajos Finales de Graduación, como requisito básico para dar inicio al Trabajo Final de Graduación; el cual nos permitirá optar por el grado de Licenciado en la Carrera de Administración de Negocios con énfasis en Finanzas, preparado por:

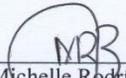
NOMBRE DEL ESTUDIANTE	CÉDULA	TELÉFONOS
<u>Michelle Rodríguez Blanco</u>	<u>207400782</u>	<u>85198137, 24403784</u>

El tema de investigación que escogido se titula:

Propuesta económica para incrementar la participación de ventas de comidas en la Soda Gustitos S.A. en el cantón de Puriscal, provincia de San José, para el cual propongo como tutor al Licenciado Jorge Ureña Chaves.

Espero la revisión y evaluación del anteproyecto presentado, así como las estimables observaciones de ese Comité.

Suscribe cordialmente,

  
Michelle Rodríguez Blanco  
Cédula: 207400782



## “Carta Autorización del autor(es) para uso didáctico del Trabajo Final de Graduación”

Vigente a partir del 31 de Mayo de 2016

**Instrucción:** Complete el formulario en PDF, imprima, firme, escanee y adjunte en la página correspondiente del Trabajo Final de Graduación.

Yo (Nosotros):

Escriba Apellidos, Nombre del Autor(a). Para más de un autor separe con " ; "

Rodríguez Blanco Michelle

De la Carrera / Programa: Licenciatura Administración de Negocios Énfasis Finanzas

autor (es) del (de la) (Indique tipo de trabajo): Trabajo Final de Graduación Modalidad Tesis

titulado:

Propuesta económica para incrementar la participación de ventas de comidas en la Soda Gustitos S.A en el cantón de Puriscal, provincia de San José.

Autorizo (autorizamos) a la Universidad Latina de Costa Rica, para que exponga mi trabajo como medio didáctico en el Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI o Biblioteca), y con fines académicos permita a los usuarios su consulta y acceso mediante catálogos electrónicos, repositorios académicos nacionales o internacionales, página web institucional, así como medios electrónicos en general, internet, intranet, DVD, u otro formato conocido o por conocer; así como integrados en programas de cooperación bibliotecaria académicos dentro o fuera de la Red Laureate, que permitan mostrar al mundo la producción académica de la Universidad a través de la visibilidad de su contenido.

De acuerdo con lo dispuesto en la Ley No. 6683 sobre derechos de autor y derechos conexos de Costa Rica, permita copiar, reproducir o transferir información del documento, conforme su uso educativo y debiendo citar en todo momento la fuente de información; únicamente podrá ser consultado, esto permitirá ampliar los conocimientos a las personas que hagan uso, siempre y cuando resguarden la completa información que allí se muestra, debiendo citar los datos bibliográficos de la obra en caso de usar información textual o paráfrasis de esta.

La presente autorización se extiende el día (Día, fecha) 17 del mes agosto del año 2018 a las 6:00 p.m. Asimismo declaro bajo fe de juramento, conociendo las consecuencias penales que conlleva el delito de perjurio: que soy el autor(a) del presente trabajo final de graduación, que el contenido de dicho trabajo es obra original del (la) suscrito(a) y de la veracidad de los datos incluidos en el documento. Eximo a la Universidad Latina; así como al Tutor y Lector que han revisado el presente, por las manifestaciones y/o apreciaciones personales incluidas en el mismo, de cualquier responsabilidad por su autoría o cualquier situación de perjurio que se pudiera presentar.

Firma(s) de los autores Según orden de mención al inicio de ésta carta: