

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS
AMÉRICAS**

CARRERA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN

**Para Optar Por El Grado De Licenciatura En Ingeniería
Industrial**

**Diseño de los procesos, procedimientos y requerimientos de
comercio electrónico en la empresa MotoCR.**

AUTOR:

Jimmy Francisco Montenegro Matamoros.

TUTOR:

Alejandro Leiva Gonzáles.

LECTOR:

Andrey Rodríguez Méndez.

SAN JOSÉ, NOVIEMBRE, 2021.

Resumen Ejecutivo

El presente trabajo de investigación desarrolla la propuesta de diseño de los procesos, procedimientos y requerimientos de comercio electrónico para la empresa MotoCR, la cual se encuentra en etapa de planeamiento y tiene planificada su apertura para el mes de septiembre del año 2022.

El proyecto de emprendimiento de MotoCR nace para satisfacer la necesidad de los motociclistas de Costa Rica de encontrar repuestos, productos de seguridad y accesorios para la moto requeridos dentro del territorio nacional. Dichos productos, en algunos sectores son escasos y en algunas ocasiones según la ubicación de la persona no se pueden adquirir, lo cual ha llevado a que los algunos costarricenses deban ir a lejos para obtener el o los productos que necesitan o incluso perder mucho tiempo hasta poder encontrarlo. Por lo tanto, el propósito del presente estudio se centra en los procesos, procedimientos y requisitos de comercio electrónico que requiere la empresa para iniciar operación en Costa Rica.

Para la investigación de la situación actual, primeramente, se realizó un análisis el mercado de en el sector de los motociclistas con el fin de conocer la voz del cliente y determinar qué es lo que más valoran al hacer una compra. Además, se utilizaron diversas herramientas junto con la realización de encuestas a empresas que se dedican a la venta de artículos y repuestos de motocicletas para conocer su aceptación u opinión con la venta del comercio electrónico para ver la viabilidad del modelo de negocio propuesto por MotoCR.

Se toman en cuenta diferentes factores a nivel de integrar una empresa para conocer todas las pautas que se debe de cumplir en el país, así como los aspectos legales que deben estar incluidos en el comer electrónico.

Posterior se concreta la propuesta para de la empresa con el análisis realizado durante la investigación tomando los aspectos que fueron encontrados durante la misma con el uso de las herramientas empleadas.

Se evalúa la propuesta de forma económica para analizar la viabilidad sobre lo indicado del proyecto además de indicar el plan para la implementación.

CONTENIDO

Dedicatoria	1
Agradecimiento	2
Carta De Autorización Del Tutor	3
Carta del tutor certificando la incorporación de las modificaciones al TFG	4
Carta De Revisión Filológica	5
Declaración Jurada	5
Solicitud de Defensa.....	7
Resumen Ejecutivo.....	8
CONTENIDO.....	9
TABLAS	14
FIGURAS.....	15
CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN	17
Generalidades de la Empresa	18
Historia de la Empresa	18
Misión.....	18
Visión	18
Valores	18
Planteamiento Del Problema.....	19
Objetivos	19
Objetivo General	19
Objetivos Específicos	19
Justificación.....	20
Antecedentes	21

	10
Proyecciones.....	25
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO	26
Producto	26
Comercio electrónico	26
Proceso	28
Proceso Operativo	28
Proceso de Gestión	29
Proceso de Dirección.....	29
Sistema de gestión de inventarios	29
Gestión de inventarios.....	30
Tiempo	31
Métodos para evaluar alternativas de Localización	31
Costos	31
Costo de compra.....	32
Costo de adquisición de pedidos	32
Costo mantener inventario	33
Modelos de gestión de inventario.....	33
Registro de proveedores	33
Sistema de información.....	34
Normas de seguridad para la indumentaria de Motocicleta	34
Diagrama de Flujo.....	38
Análisis FODA.....	40
Benchmarking	41
Diagrama de Gantt	42

CAPÍTULO III MARCO METODOLÓGICO	44
Enfoque	44
Enfoque cualitativo	44
Enfoque cuantitativo	44
Enfoque mixto	44
Enfoque de la investigación	45
Alcance.....	45
Investigación exploratoria.....	45
Investigación descriptiva.....	45
Investigación correlacional	45
Investigación explicativa.....	46
Alcance de la investigación.....	46
Diseño.....	46
Diseño experimental.....	46
Diseño no experimental.....	46
Diseño transeccional o transversal.	47
Diseño longitudinal.	47
Diseño de la investigación.....	47
Variables.....	47
Muestra.....	49
Muestra probabilística	49
Muestra no probabilística	49
Muestra de la investigación.....	49
Instrumentos	50

	12
Recolección de datos.....	51
Método de análisis.....	52
Cronograma.....	53
Estructura desagregada de trabajos (EDT).....	54
CAPÍTULO IV ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN	56
Producto	56
Naturaleza y usos del producto	56
Marca.....	56
Slogan.....	57
Misión.....	57
Visión	57
Usos.....	57
Clasificación del Producto	57
Demanda.....	58
Tamaño de la muestra	59
Resultados de la Encuesta	60
Oferta.....	66
Estimación de Precios	67
Canales de comercialización y distribución	68
Estrategias en CRM.....	68
Análisis FODA	69
Aspectos Legales.....	79
Registrar una empresa en Costa Rica.....	79
Abrir cuenta bancaria	80

	13
Registrar un Estatuto de Incorporación.....	80
Registrar la empresa como contribuyente	80
Registrarse en la Caja Costarricense de Seguro Social	80
Registrarse en el Instituto Nacional de Seguros.....	80
Registro de marca o nombre comercial.....	81
Municipalidad.....	81
Leyes a cumplir por ser comercio electrónico, términos y condiciones de la plataforma	81
Servicio de Entrega	82
Servicio de la Plataforma	85
Medios de Comunicación.....	88
CAPÍTULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	89
Conclusiones	89
Recomendaciones.....	90
CAPÍTULO VI PROPUESTA	92
Propuesta.....	92
Análisis económico	99
VAN y TIR.....	106
Plan de Implementación	107
REFERENCIAS	108
APÉNDICES.....	111

TABLAS

Tabla 1 Clases de protección y su resistencia a la abrasión	36
Tabla 2 Análisis de las variables.	47
Tabla 3 Muestra.....	50
Tabla 4 Instrumentos de la investigación.....	50
Tabla 5 Recolección de Datos	51
Tabla 6 Métodos de Análisis	53
Tabla 7 Motocicletas en circulación 2016-2018	58
Tabla 8 Total de Licencia Vigentes en 2021 por tipo.	58
Tabla 9 Licencias emitidas por primera vez 2016- Actualidad.....	59
Tabla 10 Benchmarking Competitivo	71
Tabla 11 Benchmarking Funcional	73
Tabla 12 Método calificación factores para oficina central	78
Tabla 13 Ventajas de IT propio y IT subcontratado.....	85
Tabla 14 Desventajas de IT propio y IT subcontratado	86
Tabla 15 Método calificación factores para selección de pagina web de comercio electronico....	87
Tabla 16 Costos Artículos de Oficina	99
Tabla 17 Datos de Financiamiento Bancario	103
Tabla 18 Pronóstico de demanda y ganancias por comisión.....	104
Tabla 19 Ingreso por vendedores en plataforma	104
Tabla 20 Total de ingresos a MotoCR	105
Tabla 21 Presupuesto de Ingresos y Egresos totales	106
Tabla 22 Calculo del VAN y TIR	106

FIGURAS

Figura 1 Ejemplo registro de proveedores	34
Figura 2 Etiqueta de Norma en prendas de seguridad de motocicletas.....	36
Figura 3 Zona de Riegos en la Clase AAA	37
Figura 4 Zona de Riegos en la Clase AA	38
Figura 5 Zona de Riegos en la Clase A.....	38
Figura 6 Simbología de Diagrama de Flujo	39
Figura 7 Ejemplo de Matriz FODA.....	40
Figura 8 Ejemplo de Diagrama de Gantt.....	43
Figura 9 Diagrama de Gantt	54
Figura 10 EDT de la investigación.....	55
Figura 11 Marca de la Empresa.....	56
Figura 12 Pregunta número uno	61
Figura 13 Pregunta número dos	61
Figura 14 Pregunta número tres	62
Figura 15 Pregunta número cuatro	63
Figura 16 Pregunta número cinco	64
Figura 17 Pregunta número seis	64
Figura 18 Pregunta número siete.....	65
Figura 19 Pregunta número ocho	66
Figura 20 Jacket Rev´it Akira	67
Figura 21 Jacket Adventure S	68
Figura 22 Analisis FODA	69
Figura 23 Primera pregunta del cuestionario a las empresas	75

Figura 24 Segunda pregunta del cuestionario a las empresas	75
Figura 25 Tercera pregunta del cuestionario a las empresas.....	76
Figura 26 Cuarta pregunta del cuestionario a las empresas	77
Figura 27 Plazos de entrega por parte de Correos de Costa Rica en Pymexpress	83
Figura 28 Costo del Servicio por parte de Correos de Costa Rica en Pymexpress.....	84
Figura 29 Diagrama de Proceso para la inscripción de MotoCR primera etapa	92
Figura 30 Información de contacto, ayuda, términos de uso.	94
Figura 31 Ejemplo de agrupación de productos según categorías disponibles	95
Figura 32 Diagrama de flujo de proceso de compra en Moto CR.....	96
Figura 33 Oficentro de Guadalupe	100
Figura 34 Costos y Gastos de Operación en MotoCR	101
Figura 35 Plazos y montos de la inversión financiada	102
Figura 36 Plan de Implementación.....	107

CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN

Este proyecto se lleva a cabo bajo una empresa que se encuentra en etapa de planeamiento, la cual se tiene contemplada para su apertura para el mes de Septiembre del año 2022, la cual va a brindar una experiencia de compra de artículos y servicios para un sector de la población la cual ha venido en aumento y se orientara en satisfacer las necesidades de dicho sector a nivel nacional, entre sus principales artículos son la venta de productos para la seguridad del motociclista con las certificaciones respectivas, así como los insumos de la misma para que se pueda andar de forma cuidada y segura en las carreteras del país.

La idea de emprendimiento sobre la empresa MotoCR nació para satisfacer la necesidad de los motociclistas de encontrar los productos dentro del territorio nacional, ya que en algunos sectores son escasos dentro del país y ubicarlos es un proceso complejo, lo cual ha llevado a que los costarricenses hagan importaciones de alternativas de los productos dado que no pueden acceder a todas las tiendas del país para conseguir los productos que gustan y en algunos casos no se logren encontrar disponibles en tiendas cercanas de manera que no quede otra opción.

La investigación consiste en brindar un diseño de los procesos, procedimientos y requerimientos de comercio electrónico en la empresa por lo que se establecen seis capítulos para la realización del proyecto, de este primer capítulo el de introducción se indican las generalidades de la empresa como su historia, misión, visión, valores; además se realiza el planteamiento del problema el objetivo general y los objetivos específicos, la justificación, antecedentes y proyecciones.

El segundo capítulo del marco teórico el cual explica de formar clara y especifica los conceptos y herramientas relacionadas a la investigación en la que se encuentra el respaldo teórico para realizar el estudio, por parte del tercer capítulo el marco metodológico se indica el enfoque, alcance, diseño a su vez también la muestra de la investigación las variables, los instrumentos, el proceso de recolección de datos, el método de análisis y el cronograma.

El cuarto capítulo del análisis de la situación actual de la empresa MotoCR por lo indicado con relación al desarrollo de metodología y herramientas indicadas en los capítulos anteriores, para el quinto capítulos se indicarán las conclusiones y las recomendaciones sobre la situación actual de la organización.

Finalmente, el sexto capítulo de la propuesta en donde se le indica el diseño de los procesos, procedimientos y requerimientos de comercio electrónico en la empresa; además de un análisis

económico y un plan de implementación en caso de que la organización determine llevarlo a cabo posterior a todo el proceso del proyecto en el cual la línea de investigación es el diseño de un emprendimiento a través de Ingeniería Industrial.

Generalidades de la Empresa

La empresa Moto CR tiene una modalidad de ventas a través de una plataforma de comercio electrónico la cual va a brindar los productos necesarios para andar seguro en cada motocicleta, así como el cuidado de las mismas para que sus usuarios puedan hacer de su viaje una experiencia positiva y segura cada vez que sea necesario usar el medio de transporte. Esto mediante los vendedores que se encuentren dentro de la plataforma teniendo productos a lo largo del país.

Historia de la Empresa

Durante las últimas décadas los avances tecnológicos han dado un gran aporte en el mundo actual y también los de países en vías de desarrollo ha aumentado las implementaciones, por tal razón los negocios virtuales son un hecho, las personas han optado por recurrir a este medio dadas sus grandes ventajas. Dado la experiencia sobre estas plataformas y la gran oportunidad que representa en un sector importante como son los motociclistas nace la idea la empresa MotoCR.

Misión

Ofrecer a nuestros clientes los productos que cumplan normas de seguridad al mejor precio, así como artículos para el cuidado de sus vehículos.

Visión

Ser la empresa de consumo de productos y artículos, preferida por los motociclistas de Costa Rica.

Valores

Seguridad.

Atención al cliente.

Transparencia.

Sencillez.

Accesibilidad.

Respaldo.

Planteamiento Del Problema

La empresa MotoCR ha empezado como un emprendimiento y se encuentra en su etapa inicial por lo cual en esta investigación para definir y desarrollar los procesos, procedimientos y requerimientos que son necesarios implementar para poderse llevar a cabo de manera eficiente aprovechando los beneficios que puede aportar tener estandarizados sus procesos desde un inicio sentando una base en la cual se va a trabajar para ir mejorando siguiendo, pero siendo fundamental e importante esta etapa actual en la que se encuentra.

Actualmente no se cuenta con procesos definidos para el inicio de operación, las alianzas estratégicas de distribuidores en la plataforma, registro de las normas de calidad que se deben de cumplir a nivel nacional e internacional para asegurar la calidad de los productos, ejecución de labores, así como el apartado para poder tener la plataforma electrónica funcionando de forma correcta y segura para cada uno de los clientes.

De manera que con el proyecto se pueda brindar los detalles de cómo abarcar la etapa inicial para la empresa documentando los detalles importantes, permitiendo a la empresa desarrollarse y entrar al mercado en donde actualmente no ha sido aprovechada la oportunidad de negocio y convertirse en la primera opción al tratarse de dicho sector de mercado, teniendo siempre en cuenta la misión, visión y sus valores.

De modo que la presente investigación plantea la siguiente interrogante:

¿Cómo diseñar los procesos, procedimientos y requerimientos de comercio electrónico en la empresa MotoCR?

Objetivos

En seguida se detallará el objetivo general del proyecto, así como los objetivos específicos del mismo los cuales indicaran la forma de lograrlo y cumplir con lo indicado.

Objetivo General

Diseñar los procesos, procedimientos y requisitos de comercio electrónico en la empresa MotoCR.

Objetivos Específicos

Definir los requerimientos, procesos y procedimientos del mercado para el comercio electrónico en la empresa MotoCR.

Medir los requisitos técnicos para el comercio electrónico en la empresa MotoCR.

Analizar el cumplimiento de los requisitos, legales y financieros requerimientos en la empresa MotoCR.

Proponer los procesos, procedimientos y requerimientos de comercio electrónico en la empresa MotoCR.

Diseñar un mecanismo de seguimiento que demuestre el control de la propuesta planteada en la empresa MotoCR.

Justificación

La empresa MotoCR nace de una idea innovadora y prometedora en un mercado poco aprovechado en el cual año con año va en crecimiento dado al tipo de solución en la cual está enfocada y así se ha comprobado en el país.

En el informe más reciente sobre la situación del transporte y la movilidad Sánchez (2018) se indica:

El mayor crecimiento lo experimento la flota de motocicletas, creciendo un 187,3% entre 2007 y 2016 lo que representa un crecimiento anual cercano al 11,1%, siendo la modalidad de vehículo automotor de mayor crecimiento. Su aporte al parque automotor paso del 12% (2007) al 20% (2016) (pp. 8-9).

Lo anterior mencionado muestra el crecimiento positivo que ha tenido este sector de las motocicletas durante los últimos años. Otro dato importante según el anuario estadístico de accidentes de tránsito en el país, Consejo de Seguridad Vial (2019) es que el mayor porcentaje de accedentes de tránsito con víctimas es el de colisión con motocicleta lo cual representa un 40,1% del total de las víctimas (p. 60).

En la actualidad del país con respecto al sector de motocicletas es claro que no es solo el medio de transporte con mayor crecimiento, a su vez también son en el medio de transporte en donde se encuentra el mayor porcentaje de las víctimas que transitan en un vehículo y por lo cual es importante tener las medidas de seguridad que rigen las normas de tránsito y a su vez que las mismas cumplan con las normas de calidad, dado un eventual accidente puedan cumplir su función de una forma correcta.

Un dato importante que menciona Arroyo E (sf) es que el hábito de consumos de los costarricenses se ha cambiado de la calle al internet, según Google las búsquedas que incluyen comprar se incrementaron un 70% la última década únicamente en el país. Por parte de Correos de Costa Rica las compras en páginas web de micro y pequeñas empresas aumentaron al final del año 2019 en un 25% y a pesar del rápido y sostenido crecimiento sobre el consumo en internet por medio de las plataformas electrónicas no se le suele tomar provecho (párr.1-3).

En cuanto a los beneficios que se obtienen al realizar la venta por medio de comercio electrónico es una mayor captación de clientes ya que la facilidad de entrar a una aplicación o página web de ventas online, no se limita solo a estar en una ubicación en la cual los clientes se vean afectados ante la posibilidad de llegar o no según su ubicación y del tiempo disponible para que puedan llegar a una hora en la cual este el comercio abierto.

De acuerdo con lo anterior se ve otro beneficio el cual es que un cliente puede realizar la compra cualquier día y a cualquier hora, de momento que puedan adquirir los productos o servicios a cualquier hora, lo cual esta facilitado por las tecnologías de la información y comunicación, de manera que puedan ver fácilmente todos los productos que necesiten y todos los detalles correspondientes al mismo, dando una oportunidad de diferenciación en la competencia.

Antecedentes

A continuación, se presentan distintos temas de investigación relacionadas al diseño de un comercio electrónico en una pyme., se van a tomar tanto artículos como tesis, lo primero que se va a detallar sobre cinco artículos.

De Guédez (2019) en el artículo científico “La adopción del comercio electrónico en las PyMEs” se estudiaron las tecnologías de información y comunicación por parte de las PyMEs, así como resultados de investigaciones de diversas partes del mundo, se realizó un estudio documental, se clasifican también las empresas en microempresas, pequeñas empresas, microempresas , pequeñas empresas, medianas empresas y grandes empresas en donde son desde las pequeñas empresas, hasta las medianas empresas. (pp. 1-5)

La misma autora indica que para las implementaciones son siempre posibles desde un gerenciamiento adecuado en el cual es importante tener en cuenta los siguientes factores la visión global, capital humano, innovación, las tecnologías de información y comunicación y la responsabilidad ética, por lo cual deben estar a la vanguardia de los nuevos tiempos no solo

adaptarse a los cambios, sino también generarlos y promoverlos. Tener en la demanda de los clientes, también en cuenta los clientes potenciales del sector, la competitividad de otras organizaciones, el rol del gobierno. (pp. 5-13)

Para concluir indica que el comercio electrónico da una amplia variedad de productos y servicios especialmente adaptados a los usuarios para satisfacer sus demandas, por lo cual han surgido nuevos modelos de negocio en las cuales muchas empresas se han visto en la obligación de cambiar sus estrategias de mercado, redefinir productos procesos y servicio para incorporarse al comercio electrónico. (pp. 14-18)

En el artículo científico “El comercio electrónico en la PYME” de Sánchez (2019) indica que cada vez son más las empresas que se acoplan a la nueva forma de realizar negocios en la red realizando las ventas o potenciando su posicionamiento, alcanzando mercados no explorados anteriormente. Por lo cual analizo como el comercio electrónico impacta las ventas y el posicionamiento de las empresas pymes. En Latinoamérica, la venta del comercio electrónico representa un 0,20 del total, aunque se encuentra en una etapa emergente. Mundialmente representa un 5% del total del consumo masivo, aunque se espera que siga permanentemente en crecimiento, los países que encabezan la lista son China y Estados Unidos. (pp.108-115)

La misma autora realiza un Análisis FODA en las empresas del sector sobre las ventas del comercio electrónico en la cual pudo concluir que las fortalezas y oportunidades son mayores a las debilidades y amenazas, además de que continua en constante crecimiento y que las empresas que no puedan adaptarse al cambio verán una disuadida posibilidad de posicionarse en el mercado. (pp.115-122)

De Sánchez y Juárez (2017) en el artículo científico “La adopción del comercio electrónico en las Pymes” el comercio electrónico trae grandes ventajas competitivas especialmente a las pequeñas y medianas empresas, ya que les permite agrandar el mercado del sector en el cual operan. (pp. 78 - 89)

Los mismos autores concluyeron que a pesar de que los datos son sobre la investigación de la adopción del e-commerce en las pymes a nivel global en lugares como Asia, Estados Unidos, Europa y Oceanía están más desarrollados, en Latinoamérica hay pocos datos como en los anteriores y que los mismos van en aumento. (pp. 90 -94)

En el artículo científico “Gestión estratégica de tecnologías de información y comunicación y adopción del comercio” de Jones et al (2016) la adopción de las tecnologías de información y de comunicación y del comercio electrónico en particular, beneficia a las empresas y a su vez posibilita la reducción de costos, incrementa la eficiencia de procesos. Sirven como herramienta que permite una mejor comunicación e interacciones con los clientes. Posterior al análisis de la situación pudieron concluir que las pymes comerciales y de servicios que tienen interés de adoptar el comercio electrónico tienen estrategias de y objetivos organizacionales de tecnologías de información y comunicación que influyen favorablemente en la adopción y a su vez en su desempeño organizacional. (pp. 1-10)

En el artículo científico “La importancia de la innovación comercio electrónico” Fernández et al (2015) El comercio electrónico permite replantear los objetivos de las empresas con una clara dirección estratégica, facilitando la creación de nuevos productos, mercados y canales de distribución, además reducciones los costos de las actividades de la empresa. Posterior al análisis de los autores indican que se puede considerar como nuevas posibilidades de negocio y con ellas conseguir nuevos clientes, lo cual representa oportunidades para las empresas. El comercio electrónico elimina las barreras geográficas y permite un mayor alcance. Además, que las empresas pequeñas tienen las posibilidades de triunfar en el e-commerce, debido que al ser más pequeña su estructura, es más ágil lo cual se adapta mejor a nuevas formas de trabajar (pp. 106-123)

Una vez descritos los anteriores artículos se ha realizado de igual manera la revisión de tesis realizadas con relación al tema de la actual investigación y se han seleccionados cinco los cuales se van a describir a continuación.

En la tesis presentada por Zafra (2020) titulada “E-commerce basado en microservicios para el proceso de ventas en la empresa COMATPERU S.A.C” propone el uso de las herramientas como los son las entrevistas, diagrama de Ishikawa, diagramas de procesos, matriz de consistencia, así como un seguimiento de las ventas de la empresa y en cuanto a metodologías de proyectos SCRUM para ayudarse en el proceso de su investigación. Posterior al uso de las mismas e interpretación de los datos que pudo recopilar pudo concluir que el porcentaje de ventas creció en un 5.45% en el proceso de estudio y el comercio electrónico mejo el proceso de ventas en la empresa. (pp. 1-186)

Ruiz y Méndez (2019) en su tesis titulada “Diseño de un modelo de negocio basado en el e-commerce para el sector ferretero de la calle Rumichaca de Guayaquil” mencionan el proceso de

comercios electrónicos, como los son los B2B business to business, B2C business to consumer incluso C2C consumer to consumer, a su vez hacen encuestas , también el marco legal del país y usan la metodología de proyectos SCRUM a su vez mencionan servicios disponibles en servidores. Con lo cual se concluye que para la empresa es necesaria la implementación del comercio electrónico ya que no han logrado alcanzar las metas de gerencia, sin embargo, a pesar del modelo de negocio que han tenido deben tener un cambio de visión e implementar la tecnología a la empresa. (pp. 1-139)

En la tesis presentada por Daviran (2018) titulada “Diseño de un E-Commerce con UX y las ventas de productos artesanales en la asociación de artesanas acedes Perú” en la cual utiliza explica el uso y los beneficios de UX, se usaron encuestas y estadística con chi-cuadrado. Con lo cual pudo concluir que los clientes vieron favorablemente el comercio electrónico para la venta de productos artesanales de la asociación y con el chi-cuadrado se establece una relación entre las ventas de los productos y el comercio electrónico, uno de los más beneficiados son los artesanos dado que al tener una mayor cantidad de clientes, aumentan sus ventas. (pp. 1-107)

Altamirano y Pier (2017) en su tesis titulada “Análisis y diseño de un E-COMMERCE constructor para mejorar el sistema de ventas en la empresa comercial santa rosa de la ciudad de Ica” utilizan las entrevistas, encuestas, el análisis documental, la observación, diagramas de proceso, diagramas de clases UML para posterior realizar estadística descriptiva y la prueba Z .Con lo cual logran concluir en la investigación que el proceso de ventas con el comercio electrónico son más favorables para la empresa que el proceso de ventas en local con una reducción del 43.90% del tiempo. Por otra parte, en la empresa se da la reducción de costo de proceso de ventas de un 27.23%, por lo cual logran aportar a los resultados favorables en cuanto el proceso de ventas del comercio electrónico. (pp. 1-125)

En la tesis presentada por Saavedra (2016) titulada “Análisis y diseño de un sistema e-commerce para la gestión de ventas caso empresa World of Cakes” se usaron herramientas como FODA, definir el mercado, los productos, precio, plaza y promoción, los análisis del sistema y el diseño del mismo, mapa de procesos, diagramas de proceso, diagramas de casos de uso, diagramas de clases. Con lo cual logra concluir la propuesta de implementación de la tienda virtual, el diseño de procesos necesarios para la empresa, además que cuenta con beneficio de información de ventas, las estadísticas clientes y productos actualizados en línea. (pp. 1-113)

Proyecciones

Evidenciar la oportunidad del comercio electrónico en el sector del motociclismo en Costa Rica.

Se pretende brindar opciones de productos a los motociclistas a andar en la vía de una forma más segura al igual que detallar cuales son dichas opciones que pueden implementar mientras conducen.

Generar teoría acerca de los por los procesos, procedimientos y requerimientos correctos de una plataforma de comercio electrónico en Costa Rica.

Aportar información sobre bases importantes para la implementación de procesos en las plataformas para brindar ciberseguridad tanto a los usuarios como a las empresas.

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

En el capítulo actual se permite conocer los conceptos básicos necesarios para el entendimiento del desarrollo de la presente investigación entre los cuales están las normas y herramientas, que uso tienen y como es su implementación en la manera en que deben ser realizadas.

Producto

González y Arciniegas (2016) establecen que un producto se define como el resultado de una actividad o proceso, que pueden incluir servicio, hardware, materiales procesados, software o una combinación de estos. Además, a nivel macroeconómico se suele considerar como producto todo aquello tangible, por ejemplo: zapatos, carne, computadoras, ropa, automóviles entre otros (p.20).

Comercio electrónico

El autor Nevárez (2014) indica que el concepto general va relacionado directamente con las transacciones de compra-venta realizadas en internet, pero una definición más completa es que es un intercambio de bienes y servicios realizado a través de las tecnologías de la información y las comunicaciones (p.8).

Por parte de los autores Laudon y Guercio (2013) indica que hay ocho características únicas de la tecnología del comercio electrónico sus importancias

“Ubicuidad: Disponible en casi todas partes, en todo momento, lo cual permite hacer compras desde el escritorio, hogar, trabajo, o incluso desde el automóvil

Alcance global: permite que las transacciones comerciales traspasen los límites culturales y nacionales con mucha mayor conveniencia y economía de lo que se puede lograr con el comercio tradicional.

Estándares universales: Normas compartidas por todos los países del mundo.

Riqueza: Se refiere a la complejidad y al contenido de un mensaje. Permite que un comerciante en línea distribuya mensajes de marketing con texto, video y audio a una audiencia de millones, de una manera que no es posible lograr con tecnologías del comercio tradicional, como la radio, la televisión, o las revistas.

Interactividad -permite la comunicación bidireccional entre comerciante y consumidor, y capacita al comerciante para convencer a un consumidor en formas similares a la experiencia cara a cara, pero en una escala global mucho más masiva.

Densidad de la información: es la cantidad y calidad totales de la información disponible para todos los participantes en el mercado. internet reduce los costos de acopio, almacenamiento, procesamiento, y comunicación de la información, al tiempo que incrementa la actualidad, precisión, y oportunidad de la información.

Personalización y adecuación: los comerciantes pueden dirigir sus mensajes de marketing a individuos específicos, ajustando el mensaje al nombre, a los intereses, y a las compras anteriores de una persona. Debido al aumento en la densidad de la información, los comerciantes en línea pueden almacenar y utilizar una gran cantidad de información acerca de las compras y el comportamiento anteriores del consumidor. El resultado es un nivel de personalización y adecuación inconcebibles con las tecnologías de comercio existentes.

Tecnología social: proporciona un modelo de comunicación masiva de muchos a muchos. Millones de usuarios pueden generar contenido que consumen otros millones de usuarios.” (pp 55-56)

Nevárez (2014) determina los tipos de comercios electrónicos los cuales se pueden ver en internet en donde se dan las actividades de compra-venta:

Business 2 Business (B2B): Su significado en español va en función del comercio electrónico de negocio a negocio, dicha modalidad no solo está en grandes corporaciones sino también en pequeñas y medianas empresas. Las transacciones son realizadas entre compañías por medio de la red y son ejecutadas mucho antes que el producto llegue al consumidor. (pp.19-20).

Business 2 Consumer (B2C): Su traducción al español es de empresas a consumidor, tiene una relación ligada a la venta al por menor o detalles, con esta metodología los clientes no deben salir de su casa para hacer la compra(pp.25-27).

Consumer 2 Consumer (C2C): El significado en español es de consumidor a consumidor han llamado mucho la atención porque se asemeja a una venta de garaje por internet. (p.29).

Consumer 2 Business (C2B): Traduciendo el significado a español es cuando se realiza la actividad de consumidor a negocio el cual es asociado al modelo de subasta inversa y donde los consumidores proponen un precio mientras la empresa puede aceptar o rechazarlo, aunque no es el único modelo hay empresas que comprueban que rentable. (p.31).

Proceso

Según los autores Mosalvo et al (2014) un proceso a nivel industrial tiene como objetivo transformar los insumos o materias primas en productos o bienes de consumo final; para lograr dicha transformación se requieren fases consecutivas que establezcan elementos precisos para la elaboración del producto, tales como materia prima, mano de obra, equipos, tecnología, entre otros. El resultado final de dichas fases sería entonces el producto final, el cual constituye el eje central del valor para la empresa y sus consumidores o usuarios (p. 3).

Anaya (2014) menciona que los procesos deben dividirse en las diferentes operaciones elementales con las que consta, así como evaluar la frecuencia y tiempo estándar de ejecución, con los siguientes objetivos:

- Simplificar el proceso.
- Reducir transportes internos y tiempo de espera en lo posible (costos que no añaden valor al cliente).
- Evaluar los recursos necesarios, tales como hombre y máquina.
- Facilitar el cálculo correcto del tiempo invertido en los procesos, el cual se puede traducir fácilmente en términos del costo de los mismo (p.48).

Existen diversos tipos de procesos aplicados a la industria, para efectos del presente trabajo de investigación se definirán los procesos operativos, de gestión y de dirección. A continuación, se explica el concepto de cada uno.

Proceso Operativo

Anaya (2014) define que el concepto de proceso operativo como “conjunto de operaciones dentro de un subsistema con una finalidad determinada, dentro de los objetivos generales del sistema al que pertenece” (p.47). El mismo autor explica que se distinguen dos clases de procesos operativos,

los logísticos y los de información. Los primeros conllevan un movimiento físico de materiales, mientras que los segundos elaboran y transportan información (p.48).

Proceso de Gestión

Anaya (2014) indica que mediante actividades de evaluación, control, seguimiento y medición se aseguran el funcionamiento controlado del resto de procesos, además de proporcionarlos la información que necesitan para tomar decisiones (mejor preventivas que correctoras) y elaborar planes de mejora eficaces. Estos procesos funcionan recogiendo datos del resto de los procesos y procesándolos para convertirlos en información de valor para sus clientes internos. (p.52).

Proceso de Dirección

Se refieren al proceso de formulación, comunicación, seguimiento y revisión de la estrategia, determinación, despliegue, seguimiento, evaluación de objetivos y comunicación interna (Anaya, 2014, p.52).

Sistema de gestión de inventarios

Primeramente, se debe definir el concepto de inventario, el cual es una relación detallada de las existencias materiales del activo de una empresa. Los inventarios requieren que se especifique el número de unidades existentes, la descripción de los ítems, precios unitarios, las sumas parciales y por grupos, así como el total del inventario. Lo anterior, debido a que conforman datos relevantes que tienen con el objetivo facilitar la toma de decisiones sobre su gestión (López, 2014, p.12).

Los sistemas de inventarios se enfrentan a dos objetivos opuestos, por una parte, se requiere minimizar la inversión en el mantenimiento de un inventario, puesto que, si los recursos no se destinan a este fin, se puede invertir en otros proyectos necesarios que de otro modo no se podrían financiar. Y, por otra parte, hay que asegurarse de que la empresa cuente con inventario lo suficientemente amplio para hacer frente a la demanda y para que las operaciones de producción y venta funcionen sin obstáculos (López, 2014, p.13).

Debido a lo anterior, un buen sistema de gestión de inventarios debe utilizar un modelo de gestión fiable, lo suficientemente flexible para adaptarse ante cualquier cambio de demanda o de algún componente flexible y económicamente razonable. López (2014), menciona que los sistemas de gestión de inventarios otorgan los siguientes beneficios:

- Ayudan a automatizar la gestión, ya que establecen pautas y mecanismos para las distintas situaciones a las que se enfrenta la empresa.
- Simplifica la gestión, ya que determinan la mejor solución para cada caso.
- El uso de sistemas permite obtener un funcionamiento estable.
- Busca optimizar el trabajo para cada empresa.
- Permiten diseñar sistemas físicos de almacenaje.
- Facilitan la cuantificación del coste económico de las variaciones que se salgan de lo planificado.
- Permiten la interpretación de los resultados puntuales, lo que es importante para reajustes eventuales (p.26).

Existen diversos modelos utilizados en sistemas de gestión de inventarios, los cuales se describirán más adelante, sin embargo, antes de hondar en estos modelos, se hace necesario profundizar el tema de gestión de inventarios, de manera que haya un conocimiento global de su importancia y características. A continuación, se expone un apartado sobre este tema.

Gestión de inventarios

Según López (2014) la gestión de inventarios consiste en “administrar los inventarios que se requiere mantener dentro de una organización para que tales elementos funcionen con la mayor efectividad y al menor coste posible” (p.13). El mismo autor explica que se deben mantener disponibles los bienes que conforman el inventario al momento de requerir su uso o venta, para lo cual la empresa debe establecer políticas que le permitan decidir cuándo y en qué cantidad reabastecer dicho inventario (p.14).

Continuando con López (2014), se establece que:

La importancia de una buena gestión de los inventarios es crucial para el correcto funcionamiento del flujo de mercancías entre producción/proveedores y clientes, lo que con un modelo adecuado garantiza la eficacia de los sistemas de producción y/o aprovisionamiento dentro del departamento de ventas de una empresa, cuyo óptimo funcionamiento repercute en la maximización de los beneficios, objetivo final de toda entidad con ánimo de lucro (p.14).

Tiempo

Cruz (2017) hace referencia al tiempo de entrega, el cual es el periodo transcurrido desde que se necesita la mercancía hasta que llega a la empresa. Esta cuantificación se basa en el tiempo de entrega del proveedor, tiempo de realización del pedido y el tiempo de recepción en el almacén (p.35).

Métodos para evaluar alternativas de Localización

Uno de los aspectos importantes es la ubicación de la planta por lo cual es necesario contar con un método para hacerlo de la forma correcta según los factores que son requeridos para la empresa de manera que pueda operar de la mejor manera en la ubicación seleccionada.

Se define por Heizer y Render (2014) que un método de localización proporciona objetividad al proceso para lograr identificar la mejor ubicación según los diferentes factores que pueden ser considerados.

Siguiendo con los autores anteriores, para lograr implementar la herramienta del método de calificación de factores se debe seguir los siguientes pasos:

1. Desarrollar una lista de los factores relevantes.
2. Asignar un peso a cada factor que refleje su importancia relativa en cuanto a los objetivos de la compañía.
3. Desarrollar una escala para cada factor, la cual puede ser de 1 a 10 o del 1 al 100 en puntos.
4. Hacer que la administración califique cada factor para cada localización, usando la escala del paso 3.
5. Multiplicar la calificación por los pesos de cada factor y sumar los puntos de cada localización.
6. Hacer una recomendación basada en la calificación de mayor puntaje, considerando también los resultados de los enfoques cuantitativos. (p.333).

Costos

La gestión y tenencia de un inventario en la empresa lleva consigo asociados una serie de costos. A continuación, se describen los más relevantes para efecto del presente estudio y las implicaciones en la empresa.

Costo de compra

En la compra de materiales, la adquisición de lotes más grandes puede aumentar los costos contables de mercancías, por ejemplo, materias primas, envases, repuestos, piezas, entre otros. Sin embargo, a pesar de que la empresa aumenta sus costos de compra puede obtener una reducción de costes menores asociados a la cantidad comprada, por ejemplo, descuentos por cantidad, en transporte o manejo de materiales (López, 2014, p.21).

El autor además menciona que a pesar de la compra de lotes más grandes implique un costo de compra mayor son más rentables que remesas de menor tamaño, esto debido a cuando se inicia la producción de una remesa de productos, el riesgo que resulten piezas defectuosas es grande: la experiencia de los operarios en proceso, la incorporación a destiempo de determinadas partidas, fallos en el mantenimiento de las máquinas, entre otros. Por lo que, las remesas de mayor tamaño permiten disminuir estos riesgos (p.22).

Costo de adquisición de pedidos

Los costos de adquisición se generan no solo por el precio que se paga por el lote sino también debido a que, al realizar un pedido de materias primas o insumos a un proveedor, se incurre en un costo para el procesamiento del pedido, el seguimiento del mismo, y para la recepción y consolidación de la compra en el almacén. Una manera de disminuir los costos de adquisición es produciendo mayor cantidad de lotes, ya que, aunque se mantendrán mayores inventarios, se harán menos pedidos al proveedor durante un tiempo determinado, lo cual permite reducir el costo anual de hacer un pedido (López, 2014, p.21).

Costo de almacenaje y espacio

Según López (2014) entre los costos que se incurren al almacenar y administrar inventarios se encuentran:

- Intereses sobre la deuda si la inversión ha sido financiada.
- Intereses no aprovechados que se ganarían sobre los ingresos que se producirían si el inventario fuera vendido.
- El alquiler o amortización de compra del almacén o almacenes.

- Costos relacionados al mantenimiento de los almacenes: calefacción, transporte, recepción, manejo de materiales, impuestos, seguros, administración, entre otros (p.22).

Costo mantener inventario

López (2014) indica que el costo por mantener inventario se genera debido a que los inventarios grandes obstruyen el proceso de producción, lo cual requiere mayor personal para resolver dificultades de tránsito, para resolver problemas de la congestión de la producción y coordinar programas alternativos, lo que a su vez implica mayor costo en salarios (p.22). Debido a lo anterior, surge la importancia que la empresa mantenga un nivel óptimo de inventario que le permita hacer frente a la demanda y riesgos, pero sin incurrir en grandes costos por mantener dicho inventario.

Modelos de gestión de inventario

Para seleccionar el modelo más adecuado deben de considerarse una serie de pautas, según Cruz (2017), las más importantes son:

- Los tipos de mercancías que se almacenan.
- Mantener siempre equilibrada la demanda y el almacenamiento del producto para no aumentar los costes del almacenamiento de forma innecesaria.
- La inversión en el inventario como el personal, transporte, gestión de perecederos, seguridad y mantenimiento del almacén.
- La demanda del producto, la entrega de proveedores, entrega al cliente y ciclo de vida del producto (p.56).

Registro de proveedores

Primeramente, es importante definir el concepto de proveedor, concepto que hace referencia al ente que abastece usualmente materiales, materias primas y suministro en general, los cuales constituyen la entrada al proceso de la cadena de suministro (González & Arciniegas, 2016, p.21). El autor Dueñas (2018) señala que existen muy diversas formas de llevar el registro de los proveedores, una de las más sencillas y económicas es realizar un fichero de proveedores mediante el uso de una hoja de cálculo a través de un software libre o de pago, y la utilización de

determinadas funciones de búsqueda y filtro de datos (p.75). En la siguiente Figura 1 se muestra un ejemplo.

Figura 1 Ejemplo registro de proveedores

Código Proveedor	Nombre a Mostrar	Tipo Proveedor	Activo	Teléfono	Correo electrónico
Dismedical	Dismedical S.A.		SI	22796408	jefeteleventa@dosmedicals.com
DOS PINOS	DOS PINOS		SI	81202500	
P002	MOVISTAR		SI	-8806600	-
P003	COMPAÑIA DISTRIBUIDORA DE NICARAGUA		SI	81812524	soldelmis@hotmail.com
P004	TELEFONICA MOVILES		SI	89765184	TELEFONIA CELULAR DE NICARAGUA
P005	MERCADO DISTRIBUIDORA		SI	86353701	COMPRASMERCADO@HOTMAIL
P006	SUPLIDORA INTERNACIONAL		SI	12345678	www.suplidorainternacional.com.ni
P007	EDT.		SI	78022251	EDT@ICASA.COM.GT
P008	COMPAÑIA LICORERA NIC		SI	87545551	ventas.casapellas@com
P009	DIENSA ORLIN RODRIGUEZ		SI	88066841	ORLIN.RODRIGUES@DIENSA.COM.NI
P010	DOS ROBLES		SI	22508732	ventas2dosrobles.com

Nota: Imágenes de Google

Sistema de información

Peña (2014) un sistema de información entre las tecnologías de la información y la información en sí basada en los datos generados o recibidos por la empresa, gestionada de forma que se pueda llegar a extraer conocimiento. Juegan un papel cada vez más importante en las modernas organizaciones empresariales, llegando incluso a ser uno de los factores principales de éxito o fracaso, debido al entorno cambiante turbulento del mercado (p.19).

La misma autora nos indica que un sistema de información además de proveer una estructura informática de implementación de datos, debe ser capaz de integrar todos los factores de la empresa, y relacionar los datos derivados de los mismos llegando a crear información como resultado de esas relaciones. Se debe llevar a cabo una minuciosa planificación y alinear el sistema con el negocio, debido a que implica una inversión económica importante cuyos resultados serán a mediano plazo (p18).

Normas de seguridad para la indumentaria de Motocicleta

Para los motociclistas está regulada la indumentaria que se puede usar por los mismos , en las siguientes tablas de van a mostrar algunas normas que incluyen “EN” la cual significa “Norma Europea”, y para las siguientes normas que se pueden observar van a incluir el número “1621” lo cual hace referencia a que los artículos están clasificados para el uso de motocicleta y seguidamente pueden tener un “-1”, “-2” o “-3” el número indica el área de protección el “-1” para casi cualquier

lugar, mientras que el “-2” va a ser solo para la protección para la espalda y la “3” extremidad, y pecho. Por último, la norma trae el año en el cual se implementó la misma se puede ver como ejemplo “:2012”. En cuanto a “CE” significa "Conformité Européene" lo cual tiene como traducción al español conformidad europea y estas se dividen en dos niveles CE nivel 1 y CE nivel 2

Para la norma EN 1621-1:2012 (2012) La ropa de protección de los motociclistas contra impactos mecánicos se categoriza con una letra. Las cuales pueden cambiar en la parte 2 de la Figura 2 en la cual hará especial énfasis al tipo de protector.

Tipo de protector:

S – Hombro

E – Codo

H – Cadera

K – Rodilla

K + L – Rodilla + Tibia Superior y Media

L – Frente de la pierna por debajo de un protector K

KP –Protección de nudillos.

Además de una indicación del área cubierta:

A – cobertura reducida para aplicaciones especializadas

B – cobertura normal

Para la norma EN 1621-2:2014 (2014) se agrega tipos de protectores de espalda a la norma

B o FB – Protector de espalda completo (espalda central y escapula)

CB – Espalda Central

L o LB – Solo protección lumbar

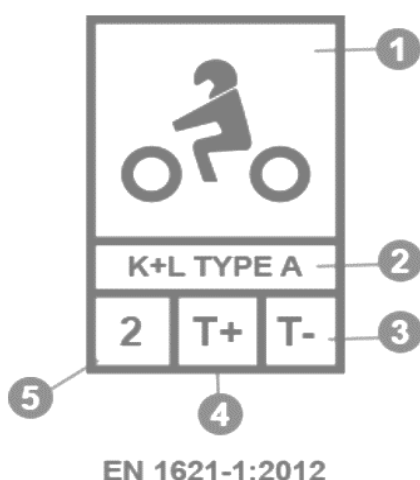
Específicamente para

EN 13634 –Botas

EN 12594 – Guantes

EN 13595-1 – Ropa de protección para motociclistas profesionales. Chaquetas, pantalones y trajes de una o dos piezas

Figura 2 Etiqueta de Norma en prendas de seguridad de motocicletas.



1. Pictograma indicando protección para motociclista (ISO 7000-2618)

2. Categoría y tipo de protección.

3. Ensayo de impacto a baja temperatura (-10°C) validado.

4. Prueba de impacto de alta temperatura (+40°C) validada.

5. Nivel de rendimiento (1 o 2).

Fuente: Norma EN 1621-1:2012 Anexo VII

Posterior al año 2018 la ropa de motocicleta fabricada con certificación CE tendrá una selección de clase, en dicho año está en la versión prEN 17092 en donde “pr” indica provisional, pero se finalizó en 2020 siendo la norma técnica más reciente en el sector de prendas de motocicleta la cual es EN 17092, identificando 5 clases de protección: AAA, AA, A, B y C. A continuación, se detalla en la Tabla 1. Y las zonas que se indican pueden verse en Figura 3, Figura 4 y Figura 5.

Tabla 1 Clases de protección y su resistencia a la abrasión

Clase	Norma y nivel de protección	Resistencia a la Abrasión		
		Zona 1	Zona 2	Zona 3
AAA	(prEN 17092-2:2017) Es el nivel más alto de protección, son las prendas con más protección, son más pesadas y entre el segmento las menos cómodas.	4 segundos a 120 km/h	2 segundos a 70 km/h	1 segundo a 45 km/h
AA	(prEN 17092-3:2017) Tiene el segundo nivel de protección alto, en la cual se puede contrarrestar la mayoría de riesgos que pueden suceder en la motocicleta.	2 segundos a 70 km/h	1 segundo a 50 km/h	0,5 segundos a 25 km/h

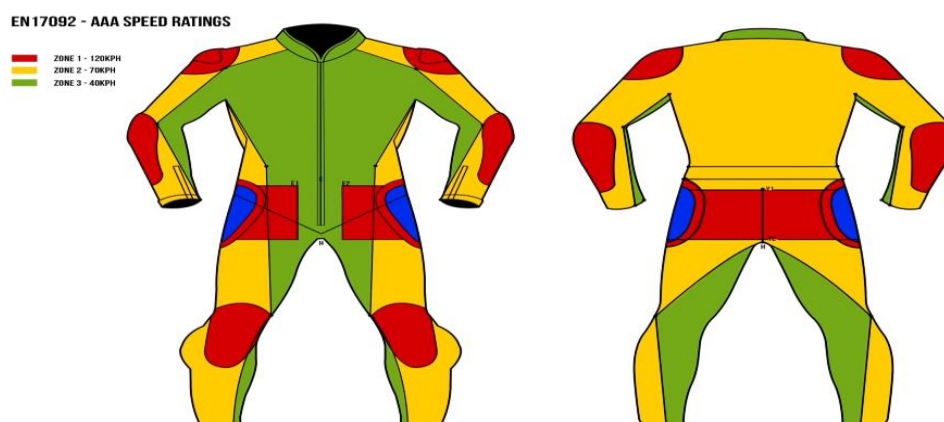
Clase	Norma y nivel de protección	Resistencia a la Abrasión		
		Zona 1	Zona 2	Zona 3
A	(prEN 17092-4:2017) Tiene el tercer nivel de protección alto, la protección es mejor que en las clases AAA y AA, pero son prendas más ligeras y más cómodas para usar a diario.	1 segundo a 50 km/h	0,5 segundos a 25 km/h	N/A
B	(prEN 17092-5:2017) En este nivel de protección las prendas brindan la misma protección contra la abrasión, sin embargo, no incluyen las protecciones de impacto, algunas prendas se les puede adaptar comprando las mismas por separado, mejorando la seguridad	1 segundo a 50 km/h	0,5 segundos a 25 km/h	N/A
C	(prEN 17092-6:2017) Es la clase menos protectora, resisten al impacto, pero no la abrasión.	N/A	N/A	N/A

Nota: Jimmy Montenegro Matamoros

Cabe destacar que la norma EN 17092:2020 (2020) no sustituye la norma EN 13595:2002 para la ropa de protección de motociclistas profesionales. Dado que ambas utilizan métodos de pruebas diferentes y no se pueden realizar comparaciones directas entre las misma, la 17092-2:2020 está más enfocada en el confort y la flexibilidad a diferencia de la EN 13595: 2002 la cual está más enfocada en el rendimiento de la protección.

Las zonas 1 representan desde un riesgo alto de impacto, en las cuales debe tener previstas las protecciones para los impactos para las Zonas 1 y 2 representan para el área un alto riesgo de abrasión, en las zonas 3 tienen un riesgo moderado de abrasión.

Figura 3 Zona de Riesgos en la Clase AAA



Fuente: EN 17092.

Figura 4 Zona de Riegos en la Clase AA



Fuente: EN 17092.

Figura 5 Zona de Riegos en la Clase A



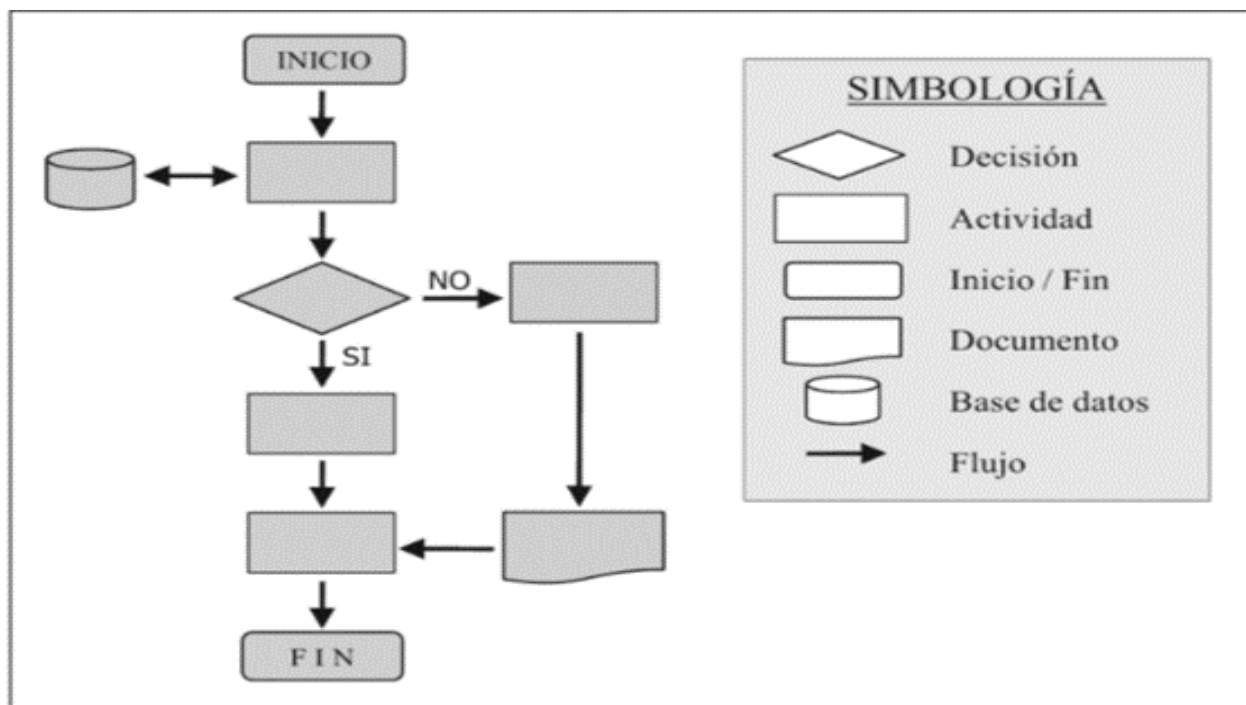
Fuente: EN 17092.

Diagrama de Flujo

Cuatrecasas (2011) indica que el diagrama de flujo representa por medio de símbolos predefinidos el flujo de actividades de los procesos, con sus relaciones y dependencias. Permite visualizar gráficamente cómo se llevan a cabo procesos diferentes y actividades de gestión, permitiendo decidir cuáles son más eficientes. Este diagrama aporta un conocimiento bastante claro y global del proceso, gracias a la identificación de las actividades básicas, flujo de información y materiales

A continuación, en la Figura 6 se muestra la simbología utilizada en el diagrama de flujo.

Figura 6 Simbología de Diagrama de Flujo



Nota: Cuatrecasas, 2011

Para llevar a cabo correctamente el diagrama de flujo los autores Roger et al (2011) indican los siguientes pasos:

Identificar y seleccionar un proceso (o sistema) relevante de transformación para su estudio.

Identificar a un individuo o a un equipo de individuos que sean responsables del desarrollo del diagrama de flujo e, idealmente, de los análisis subsecuentes.

Especificar las fronteras del proceso de transformación.

Identificar y secuenciar la o las actividades operacionales necesarias para completar el producto final para el o los clientes

Identificar las métricas del desempeño para los pasos o las actividades operacionales dentro del proceso de transformación seleccionado.

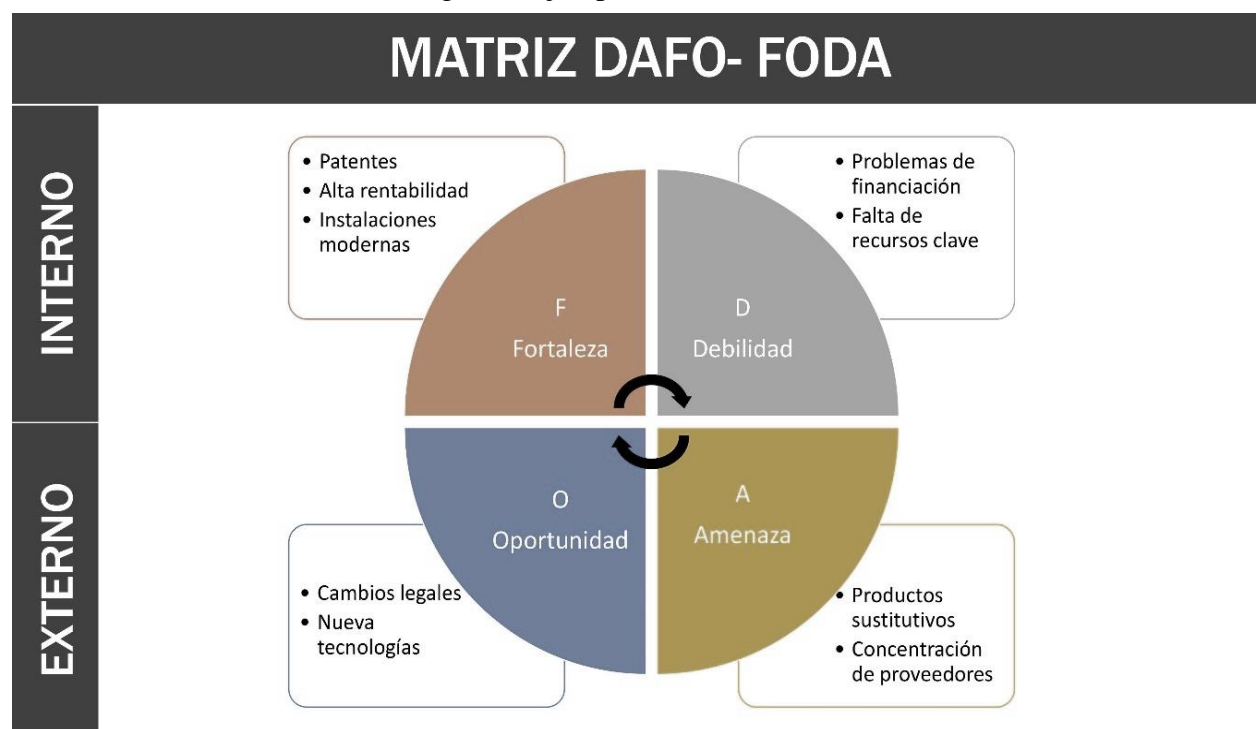
Trazar el diagrama de flujo al definir y usar símbolos de manera consistente. (p. 115).

Análisis FODA

El autor Sánchez (2020) expone que: El análisis FODA es una herramienta clave para hacer una evaluación pormenorizada de la situación actual de una organización o persona sobre la base de sus debilidades y fortalezas, y en las oportunidades y amenazas que ofrece su entorno. Es también una metodología de trabajo que facilita la toma de decisiones. Cada sigla de un análisis FODA representa uno de los 4 atributos o variables que se estudian: F de fortalezas, O de oportunidades, D de debilidades y A de amenazas (p.3).

El mismo autor señala que la forma visual de un análisis FODA, suele ser una matriz de cuatro cuadrantes donde se listan las principales características correspondiente a cada una de las cuatro categorías mencionadas anteriormente. Además, se menciona que, este análisis permite definir los pasos que se pueden tomar para seleccionar, planificar e implementar las acciones más adecuadas que se ajusten a la estrategia seleccionada de la empresa (Sánchez, 2020, p.7), a continuación, se va a mostrar un ejemplo de FODA en el cual se podrán observar los ejemplos que se pueden incluir en las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

Figura 7 Ejemplo de Matriz FODA



Nota: Sánchez, 2020.

Benchmarking

Según indica Cuatrecasas (2012) “el concepto de benchmarking proviene del término inglés benchmark que se puede definir como «marca utilizada como referencia», lo que supone fijar un estándar con el que poderse comparar. De esta forma el benchmarking constituye la comparación y aprendizaje respecto a las empresas líderes del sector, y que se consideran como ejemplo a seguir, alcanzar y superar”. (p.599)

El mismo autor indica para qué es utilizada esta herramienta en la cual detalla que “se consideran dos aspectos básicos: las prácticas o formas de actuar, y la medición. Es necesaria la selección de las mejores prácticas para adoptarlas en nuestra empresa. Tanto las prácticas que utilizamos en nuestra empresa como las de las empresas líderes del mercado serán evaluadas a través de criterios adecuados de medición para analizar las diferencias existentes.” (p.599).

También menciona que el benchmarking, se puede clasificar en distintas clases dependiendo de cuál es el objetivo a analizar por el estudio. Así se tendrá:

Benchmarking interno: representa la idea de conocerse a sí mismo. Tiene como objetivo principal conocer los puntos fuertes y los puntos débiles de la empresa.

Benchmarking competitivo: corresponde al aspecto de conocer a la competencia. Analiza a la misma, la compara con nuestra empresa y trata de averiguar cómo se pueden subsanar los puntos débiles mediante la observación de la forma en que lo consiguen los líderes del mercado.

Benchmarking funcional: la comparación se realiza entre funciones y no entre empresas. Nuestra empresa tratará de analizar y solucionar las deficiencias de una función específica basándose en las compañías que destaquen en ese aspecto particular.

Benchmarking genérico: se centrará más en los procesos de forma global, tratando de investigar todo tipo de prácticas, incluso aquellas que no son utilizadas por nuestra compañía y que podría interesar incorporar. (p.600).

Una vez descrito su significado y sus clasificaciones se van a detallar las etapas del proceso para llevar a cabo las fases para aplicar la herramienta con lo cual el mismo autor nos lo detalla:

- a) Planificación: identificar el objetivo del análisis (proceso, producto, servicio, función, práctica, etc.), seleccionar las compañías mejores o líderes funcionales y recopilar según el método óptimo de recogida de datos, tanto de origen interno como de la competencia.
- b) Análisis: determinar y evaluar la diferencia que existe con el líder de la competencia seleccionado y establecer las fases de evolución del modelo de nuestra empresa respecto a la competencia.
- c) Integración: información a la dirección del resultado del análisis para decidir su aceptación y establecer los planes de acción y objetivos funcionales que se van a llevar a cabo y de qué forma.
- d) Acción: desarrollar e implantar los planes de acción previstos, evaluar y controlar el grado de cumplimiento de las acciones que se han implantado y actualizar el benchmarking sobre el cual se realiza el estudio. (p.600).

Diagrama de Gantt

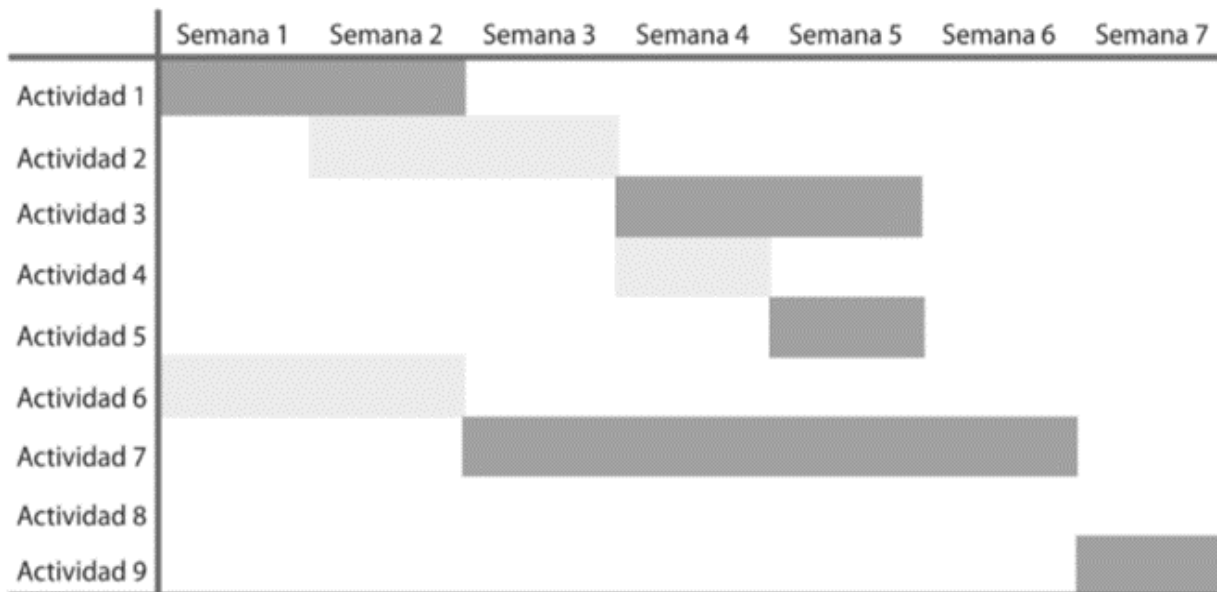
Según Monsalve (2019) un diagrama de Gantt es una herramienta que tiene por objetivo resolver el problema de programación de actividades, es decir, su distribución con respecto a un calendario, de manera tal que se puedan visualizar el periodo de duración de cada actividad, sus fechas de inicio y finalización e igualmente el tiempo total requerido para la ejecución del trabajo. Por la forma en la que se construye, muestra los inicios y finales mínimos de cada tarea (p.115).

El mismo autor menciona que el diagrama de Gantt está compuesto por diversas partes:

1. Barra horizontal: En esta parte se grafica el calendario o escala de tiempo de acuerdo con la unidad de tiempo más adecuada.
2. Barra vertical: En esta parte se describen las actividades que constituyen el trabajo en orden secuencial.
3. Símbolos convencionales: En la elaboración del diagrama de Gantt se acostumbra a utilizar determinados símbolos, aunque pueden diseñarse muchos otros para atender las necesidades específicas del usuario, los símbolos básicos son los de iniciación y finalización de la actividad representados por una línea fina que conecta el inicio y el fin, y el plazo o

duración de cada actividad, representado por la longitud de la línea en la barra horizontal (p.116). A continuación, en la Figura 8 se muestra un ejemplo.

Figura 8 Ejemplo de Diagrama de Gantt



Nota: Google Imágenes.

CAPÍTULO III MARCO METODOLÓGICO

Para determinar cómo se va a realizar la investigación en el presente capítulo, ya que se define la dirección que el mismo va a tomar con respecto a lo planteado, para lograr obtener los resultados de una manera correcta, se explicarán los rubros a tener en cuenta para su desarrollo y los que serán asignados y aplicados.

Enfoque

En el presente capítulo el marco metodológico se define el método utilizado para realizar el proyecto la cual se desarrolla en la MotoCR, se plantea el enfoque, el alcance, el método muestras de la investigación, las variables, así como los instrumentos de medición, los procesos en los cuales se realizarán para la recolección de datos y el cronograma.

Enfoque cualitativo

Se guía por áreas o temas significativos de investigación. Sin embargo, en lugar de que la claridad sobre las preguntas de investigación e hipótesis preceda a la recolección y el análisis de los datos, los estudios cualitativos pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos. Con frecuencia, estas actividades sirven, primero, para descubrir cuáles son las preguntas de investigación más importantes; y después, para perfeccionarlas y responderlas. La acción indagatoria se mueve de manera dinámica en ambos sentidos: entre los hechos y su interpretación, y resulta un proceso más bien “circular” en el que la secuencia no siempre es la misma, pues varía con cada estudio. (Hernández et al, 2014, p. 7)

Enfoque cuantitativo

Es secuencial y probatorio. Cada etapa precede a la siguiente y no podemos eludir pasos. El orden es riguroso, aunque desde luego, podemos redefinir alguna fase. Parte de una idea que va acotándose y, una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica. De las preguntas se establecen hipótesis y determinan variables; se traza un plan para probarlas (diseño); se miden las variables en un determinado contexto; se analizan las mediciones obtenidas utilizando métodos estadísticos, y se extrae una serie de conclusiones respecto de la o las hipótesis. (Hernández et al, 2014, p. 4,5)

Enfoque mixto

Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (metainferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio, es apropiada cuando se agrega valor al estudio en comparación con utilizar un único enfoque. (Hernández et al, 2014, p. 534)

Enfoque de la investigación

Este proyecto tiene un enfoque de método cuantitativo, esto debido a que la recolección y medición y análisis de los datos con el propósito de determinar el comportamiento de los mismos, posteriormente identificar las metodologías apropiadas.

Alcance

Se mencionarán los alcances que pueden estar presentes en una investigación además se explicarán, posterior se indicará cuáles son los que estarán presentes en la investigación.

Investigación exploratoria

Se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes. Es decir, cuando la revisión de la literatura reveló que tan sólo hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio, o bien, si deseamos indagar sobre temas y áreas desde nuevas perspectivas. (Hernández et al, 2014, p. 91)

Investigación descriptiva

Se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas. (Hernández et al, 2014, p. 92)

Investigación correlacional

Este tipo de estudios tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o contexto en particular. En

ocasiones sólo se analiza la relación entre dos variables, pero con frecuencia se ubican en el estudio vínculos entre tres, cuatro o más variables. (Hernández et al, 2014, p. 93)

Investigación explicativa

Hernández et al (2014) Están dirigidos a responder por las causas de los eventos y fenómenos físicos o sociales. Como su nombre lo indica, su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta o por qué se relacionan dos o más variables (p. 95).

Alcance de la investigación

El alcance de la investigación es explicativo, ya que se analizará el cómo está actualmente la situación de la empresa en la relación a sus requisitos y la manera que se realiza con el objetivo de proponer soluciones, esto siendo determinado por las necesidades de negocio para que se pueda tener los procesos y procedimientos, demostrando la necesidad que genera el mismo para la empresa. Por lo cual se van a identificar las necesidades para que se pueda implementar en la fecha que requiere la empresa cumplir su ingreso al mercado indicando los pasos a seguir y la gestión necesaria.

Diseño

Los autores Hernández et al indican que el término diseño se refiere al plan o estrategia concebida para obtener la información que se desea con el fin de responder al planteamiento del problema (p. 128)

Diseño experimental

Requiere la manipulación intencional de una acción para analizar sus posibles resultados, se refiere a un estudio en el que se manipulan intencionalmente una o más variables independientes, para analizar las consecuencias que la manipulación tiene sobre una o más variables dependientes, dentro de una situación de control para el investigado. Se utilizan cuando el investigador pretende establecer el posible efecto de una causa que se manipula. (Hernández et al, 2014, p. 129)

Diseño no experimental

La investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios en los que no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver

su efecto sobre otras variables. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para analizarlos. (Hernández et al, 2014, p. 129)

El diseño no experimental se divide a su vez en dos el diseño transeccional o transversal y diseño longitudinal los cuales también se explicarán a continuación:

Diseño transeccional o transversal.

Recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como “tomar una fotografía” de algo que sucede. (Hernández et al, 2014, p. 154)

Diseño longitudinal.

Estudios que recaban datos en diferentes puntos del tiempo, para realizar inferencias acerca de la evolución del problema de investigación o fenómeno, sus causas y sus efectos. (Hernández et al, 2014, p. 159)

Diseño de la investigación

El diseño de la presente investigación es del tipo no experimental transeccional dado que se va a recolectar datos en un periodo de tiempo determinado en el cual se observarán en su ambiente natural tal u como son, se describirán las variables y se analizará la forma en que estas impactan al proceso que es objeto de estudio.

Variables

Una variable es una propiedad o característica de fenómenos, entidades físicas, hechos, personas u otros seres vivos que pueden fluctuar y cuya variación es susceptible de medirse u observarse (Hernández et al, 2014, p. 104). A continuación, en la Tabla 2 Tabla 2se detalla el análisis de las variables para los objetivos específicos.

Tabla 2 Análisis de las variables.

Objetivos Específicos	Variable	Conceptual	Operacional	Instrumental
Definir los requerimientos, procesos y procedimientos del mercado	Requerimiento	Lester (2014) “Es la condición o capacidad que debe tener un sistema, producto, servicio o componente	Control de requerimientos $\left(\frac{\text{Requerimientos Necesarios}}{\text{Total de Requerimientos}} \right)$	Encuestas.

Objetivos Específicos	Variable	Conceptual	Operacional	Instrumental
para el comercio electrónico en la empresa MotoCR.		para satisfacer un contrato, estándar, especificación, u otros documentos formalmente establecidos” (p 62)		
Medir los requisitos técnicos para el comercio electrónico en la empresa MotoCR.	Requisitos técnicos	ISO (2015) “Necesidad o expectativa establecida, generalmente implícita u obligatoria” (p 19).	Requisitos técnicos para implementación $\left(\frac{\text{Requisitos técnicos}}{\text{Total de requisitos técnicos}} \right)$	Datos de requisitos técnicos. Normas y certificaciones
Analizar el cumplimiento de los requisitos, legales y financieros requerimientos en la empresa MotoCR.	Cumplimiento	Ucha (2010) indica “Se refiere a la acción y efecto de cumplir con determinada cuestión o con alguien. En tanto, por cumplir, se entiende hacer aquello que se prometió o convino con alguien previamente que se haría en un determinado tiempo y forma, es decir, la realización de un deber o de una obligación. (párr. 1)	Cumplimientos $\left(\frac{\text{Cumplimientos indicados}}{\text{Total de cumplimientos}} \right)$	Medios Documentales
Proponer los procesos, procedimientos y requerimientos de comercio electrónico en la empresa MotoCR.	Procesos	Tous et al (2019) “Se puede definir como el conjunto de procesos, procedimientos, métodos y técnicas que son necesarios para la obtención de bienes y servicios” (p 32)	Procedimientos $\left(\frac{\text{Procesos definidos}}{\text{Total de procesos definidos}} \right)$	Diagrama de Proceso Diagrama de flujo

Objetivos Específicos	Variable	Conceptual	Operacional	Instrumental
Diseñar un mecanismo de seguimiento que demuestre el control de la propuesta planteada en la empresa MotoCR	Control	Pereira (2019) “Es cualquier acción dictada o implementada por la administración de la empresa, con la finalidad de procurar la eficiencia, eficacia y economía en el uso de los recursos” (p 20).	Gestión $\left(\frac{\text{Propuestas Cumplidas}}{\text{Total de Propuestas}}\right)$	Informe que permita demostrar el resultado.

Nota: Jimmy Montenegro Matamoros.

Muestra

La muestra se define como es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que definirse y delimitarse de antemano con precisión, además de que debe ser representativo de la población. La muestra es, en esencia, un subgrupo de la población. Digamos que es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población. (Hernández et al, 2014, pp. 173-174)

En los proyectos de investigación cuando se quiere estudiar el comportamiento o las características de una población requiere de una muestra ya que agiliza el proceso al analizar datos de un porcentaje que hacer el estudio para toda la población, para las muestras hay dos tipos las probabilísticas y las no probabilísticas.

Muestra probabilística

Todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser escogidos para la muestra y se obtienen definiendo las características de la población y el tamaño de la muestra, y por medio de una selección aleatoria o mecánica de las unidades de muestreo/análisis (Hernández et al, 2014, p. 175)

Muestra no probabilística

La elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación. (Hernández et al, 2014, p. 176)

Muestra de la investigación

Se selecciona para la muestra de la presente investigación la no probabilística, más específicamente la de conveniencia, a continuación, en la Tabla 3 Tabla 3 se detallará para cada uno de los indicadores.

Tabla 3 Muestra

Indicador	Tipo de Muestra	Unidad de Muestreo	Fórmula
Control de requerimientos $\left(\frac{\text{Requerimientos Necesarios}}{\text{Total de Requerimientos}}\right)$	No probabilística por Conveniencia	Requerimientos necesarios en Costa Rica	N/A
Requisitos técnicos para implementación $\left(\frac{\text{Requisitos técnicos}}{\text{Total de requisitos técnicos}}\right)$	No probabilística por Juicio	Normas de calidad para los productos y servicios.	N/A
Cumplimientos necesarios $\left(\frac{\text{Cumplimientos indicados}}{\text{Total de cumplimientos}}\right)$	No probabilística por Conveniencia	Los Rubros necesarios para realizar el comercio electrónico.	N/A
Procedimientos $\left(\frac{\text{Procesos definidos}}{\text{Total de procesos definidos}}\right)$	No probabilística por Conveniencia	Procedimientos realizados y necesarios para funcionamiento de la empresa	N/A
Gestión $\left(\frac{\text{Propuestas Cumplidas}}{\text{Total de Propuestas}}\right)$	No probabilística por Juicio.	Registro de implementación llevada a cabo por la empresa	N/A

Nota: Jimmy Montenegro Matamoros.

Instrumentos

Un instrumento de medición adecuado es aquel que registra datos observables que representan verdaderamente los conceptos o las variables que el investigador tiene en mente (Hernández et al, 2014, p. 232). A continuación, en la Tabla 4, se muestra los instrumentos establecidos para el desarrollo de investigación.

Tabla 4 Instrumentos de la investigación.

Indicador	Instrumento	Recursos Requeridos	Beneficios Esperados
Control de requerimientos $\left(\frac{\text{Requerimientos Necesarios}}{\text{Total de Requerimientos}}\right)$	Registros. Observación	Equipo de Cómputo. Software. Documentación	Determinar el manejo de los requerimientos para la empresa.
Requisitos técnicos para implementación $\left(\frac{\text{Requisitos técnicos}}{\text{Total de requisitos técnicos}}\right)$	Registros. Observación	Equipo de Cómputo. Software. Documentación Registros	Conocer los requisitos técnicos que tienen que tener los productos y servicios.
Cumplimientos necesarios $\left(\frac{\text{Cumplimientos indicados}}{\text{Total de cumplimientos}}\right)$	Registros. Observación	Equipo de Cómputo. Software. Documentación Registros	Cumplir con las bases para que se pueda estar la empresa en el comercio electrónico.
Procedimientos $\left(\frac{\text{Procesos definidos}}{\text{Total de procesos definidos}}\right)$	Registros. Observación	Equipo de Cómputo. Software. Documentación	Tener la base de los procedimientos necesarios para la empresa que se han definido.
Gestión $\left(\frac{\text{Propuestas Cumplidas}}{\text{Total de Propuestas}}\right)$	Registros. Observación	Equipo de Cómputo. Software. Documentación.	Medir el desempeño y compromiso de la empresa con respecto. a las metas propuestas.

Nota: Jimmy Montenegro Matamoros.

Recolección de datos

Hernández et al (2014)Elaborar un plan detallado de procedimientos que nos conduzcan a reunir datos con un propósito específico (p. 198). Para la cual re realiza la Tabla 5.

Tabla 5 Recolección de Datos

Indicador	Fuente de los datos	Método de recolección de los datos	Beneficios Esperados
Control de requerimientos $\left(\frac{\text{Requerimientos Necesarios}}{\text{Total de Requerimientos}}\right)$	Ministerio de Economía Industria y Comercio. Ministerio de Hacienda. Municipalidad de San José	Equipo de Cómputo. Software. Documentación	Determinar el manejo de los requerimientos para la empresa.
Requisitos técnicos para implementación $\left(\frac{\text{Requisitos técnicos}}{\text{Total de requisitos técnicos}}\right)$	Comité Europeo de Normalización	Equipo de Cómputo. Software. Documentación Registros	Conocer los requisitos técnicos que tienen los productos y servicios.
Cumplimientos necesarios $\left(\frac{\text{Cumplimientos indicados}}{\text{Total de cumplimientos}}\right)$	Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica. Ministerio de Economía Industria y Comercio	Equipo de Cómputo. Software. Documentación Registros	Cumplir con las bases para que se pueda estar la empresa en el comercio electrónico.
Procedimientos $\left(\frac{\text{Procesos definidos}}{\text{Total de procesos definidos}}\right)$	Manual de procedimientos de la empresa	Equipo de Cómputo. Software. Documentación	Tener la base de los procedimientos necesarios para la empresa que se han definido.
Gestión $\left(\frac{\text{Propuestas Cumplidas}}{\text{Total de Propuestas}}\right)$	Control de propuestas en la empresa.	Equipo de Cómputo. Software. Documentación.	Medir el desempeño y compromiso de la empresa con respecto a las metas propuestas.

Nota: Jimmy Montenegro Matamoros

Método de análisis

Una vez que los datos se han codificado, transferido a una matriz, guardado en un archivo y “limpiado” los errores, el investigador procede a analizarlos (Hernández et al, 2014, p. 272). Una vez recolectada la información para la investigación, con el recurso del equipo de cómputo se utilizará el software de Microsoft el programa de Excel para la tabulación de datos, elaboración de

gráficos y análisis de los mismos. De igual manera sobre el software de la compañía se utilizará en programa de Visio el cual facilitará la elaboración de flujogramas o diagramas de proceso se muestra a detalle en la Tabla 6 que se muestra a continuación.

Tabla 6 Métodos de Análisis

Indicador	Análisis a realizar	Programa	Uso
Control de requerimientos $\left(\frac{\text{Requerimientos Necesarios}}{\text{Total de Requerimientos}}\right)$	Planillas de inspección. Diagrama de Flujo.	Excel.	Determinar el manejo de los requerimientos para la empresa.
Requisitos técnicos para implementación $\left(\frac{\text{Requisitos técnicos}}{\text{Total de requisitos técnicos}}\right)$	Planillas de inspección. Diagrama de Flujo.	Excel.	Conocer los requisitos técnicos que tienen que tener los productos y servicios.
Cumplimientos necesarios $\left(\frac{\text{Cumplimientos indicados}}{\text{Total de cumplimientos}}\right)$	Diagrama de Ishikawa.	Excel.	Cumplir con las bases para que se pueda estar la empresa en el comercio electrónico
Procedimientos $\left(\frac{\text{Procesos definidos}}{\text{Total de procesos definidos}}\right)$	Revisión Manual de procedimientos. Diagrama de procesos.	Excel. Visio.	Tener la base de los procedimientos necesarios para la empresa que se han definido.
Gestión $\left(\frac{\text{Propuestas Cumplidas}}{\text{Total de Propuestas}}\right)$	Registro de control de propuestas.	Excel.	Medir el desempeño y compromiso de la empresa con respecto a las metas propuestas.

Nota: Jimmy Montenegro Matamoros.

Cronograma

El cronograma se utilizará en el presente estudio ya que permitirá tener un orden cronológico para el plan de desarrollo a lo largo de las semanas, indicando las actividades que se van a ir desarrollando para cada capítulo conforme pasan las dieciséis semanas en las cuales deberá culminar para eso se realiza el Diagrama de Gantt y la Estructura desagregada de trabajos (EDT).

Diagrama de Gantt

En la Figura 9 se puede visualizar de manera ordenada en cuando se va a realizar la actividad cuando se marque la intersección entre fila de los capítulos y columna de semanas

Figura 9 Diagrama de Gantt

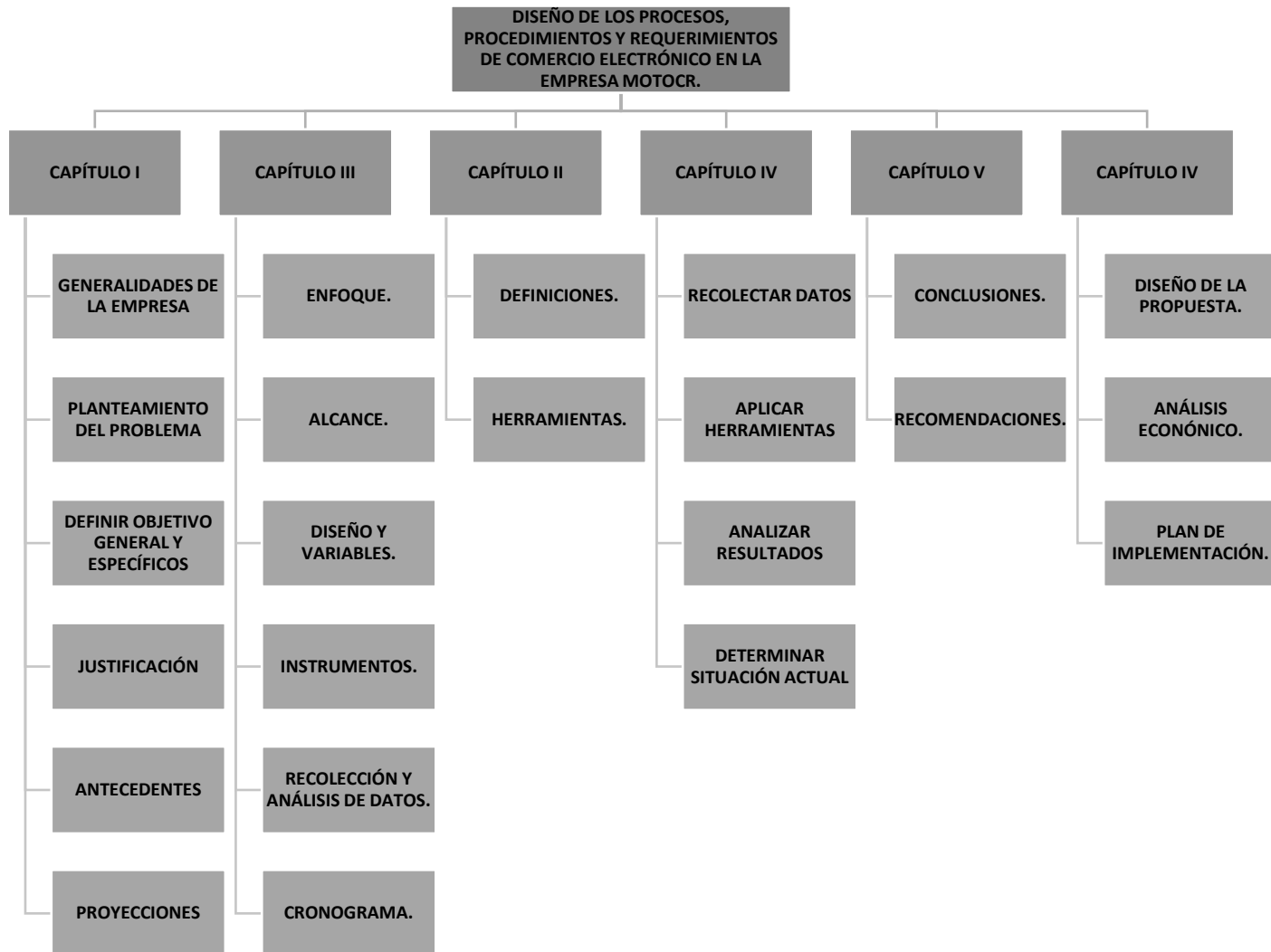
CAPÍTULOS	SEMANAS															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
CAPÍTULO I																
Generalidades de la Empresa																
Planteamiento del Problema																
Definir Objetivo General y Específicos																
Justificación																
Antecedentes																
Proyecciones																
CAPÍTULO III																
Enfoque																
Alcance																
Diseño																
Variables																
Instrumentos																
Recolección de Datos																
Análisis de Datos																
Cronograma																
CAPÍTULO II																
Definiciones																
Herramientas																
CAPÍTULO IV																
Recolectar Datos																
Aplicar Herramientas																
Analizar Resultados																
Determinar Situación Actual																
CAPÍTULO V																
Conclusiones																
Recomendaciones																
CAPÍTULO VI																
Diseñar Propuesta																
Análisis Económico																
Plan de Implementación																

Nota: Jimmy Montenegro Matamoros.

Estructura desagregada de trabajos (EDT)

Es una herramienta en la cual se descompone jerárquica de los entregables que se van a realizar durante el proyecto a realizar. Los entregables corresponden a los resultados que se desarrollan a lo largo del tiempo para lograrlo de la manera correcta y organizada. En la siguiente Figura 9 Diagrama de GanttFigura 9 se presentará el EDT en el que se llevará a cabo.

Figura 10 EDT de la investigación.



Nota: Jimmy Montenegro Matamoros

CAPÍTULO IV ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN

En este capítulo de la investigación se recolecta la información necesaria mediante las herramientas y los instrumentos mencionados en el marco metodológico para realizar la descripción actual para la empresa Moto CR.

Producto

Dar un servicio de entrega por medio de la plataforma virtual tanto de indumentaria como artículos para la motocicleta que cumplan con certificaciones de seguridad necesaria las cuales puedan conseguir dentro del país, de manera que las personas en Costa Rica puedan comprar a vendedores de la plataforma los productos y le lleguen a la dirección que ellos desean.

Naturaleza y usos del producto

Los productos se basa en productos de seguridad vehicular, que protejan al activo y al usuario que lo utilice, dado que están incrementando las motos por el aumento de su uso como medio de transporte para llegar más rápido al punto deseado, sin usar un medio de transporte público, pero con muchas ventajas así como desventajas entre ellas las caídas o choques que pueden terminar siendo más que pérdidas materiales, raspones, quebraduras e incluso la muerte, en donde estar seguro usando este medio de transporte resulta vital para reducir toda y cada una de las posibilidades de verse afectado de cualquier manera ante una caída que puede acarrear muchas consecuencias negativas.

Marca

MotoCR es empresa que va a liderar los productos en seguridad por venta online en Costa Rica brindando a cada motociclista que compre la mayor comodidad y protección al momento de andar en su vehículo por las calles del país. El logotipo de la marca se puede observar en la siguiente Figura 11.

Figura 11 Marca de la Empresa



Nota: Jimmy Montenegro Matamoros.

Slogan

Es slogan de la empresa por lo cual quieren ser reconocidos al momento de escuchar el nombre de MotoCR es por la frase: **Rapidez en la entrega y seguridad en la carretera**. Esto haciendo alusión a que el proceso de las compras que hagan los clientes. van a llegar de forma rápida y para los productos compren mediante la plataforma van a contar con la seguridad y certificaciones necesarias para que puedan desplazarse mientras conducen la motocicleta.

Misión

“Brindar a los clientes los implementos de conducción con la mejores prestaciones y seguridad que se puedan conseguir en Costa Rica.”

Visión

“Convertirse en la mejor opción de compra para los motociclistas desde la página de comercio electrónico en el país.”

Usos

Los productos e indumentaria de motocicleta van a ser usados como medida preventiva para los eventuales accidentes o caídas que puedan suceder en el día a día de los motociclistas, así como evitar pérdidas materiales o heridas corporales las cuales pueden varias repercusiones que van desde horas o días, incluso hasta toda vida dependiendo de la gravedad del o los impactos, un medio de transporte usado por muchas personas a diario y algunos de que manejan de manera ocasional, además de las también están quienes practican algún tipo de disciplina sobre la misma en la cual necesiten indumentaria especial como lo pueden ser Motocross, Enduro, Trial Mini GP, Moto Calle, Super Bike 1000, Super Moto A, Super Moto B, Super Moto 300, Super Moto 600, Mecánica Nacional 175 cc y Mecánica Nacional 200 cc, todas las mencionadas son practicadas por cientos de personas diferentes en el país, de la anteriores categorías todas están incluidas para las competencias que son llevadas todos los años en diferentes fechas a nivel competitivo y también personas que lo llegan a practicar como una actividad de pasatiempo.

Clasificación del Producto

La clasificación de los productos que van a ser vendidos por medio de la plataforma de comercio electrónico en MotoCR son de dispositivos de seguridad o indumentaria con certificaciones de seguridad.

Demanda

Los datos más recientes por parte del Instituto Nacional de Estadística y Censos desde el año 2016 hasta el 2018 sobre los vehículos automotores en circulación que se pueden observar en la siguiente Tabla 7.

Tabla 7 Motocicletas en circulación 2016-2018

Año	Motocicletas
2016	287555
2017	310975
2018	312948

Nota: Instituto Nacional de Estadística y Censos

De estos datos se puede analizar que el número de motocicletas está en circulación aumenta año a año, aunque los datos de los vehículos que se muestran en la anterior solo cuentan los que cumplieron las obligaciones de pago del Instituto Nacional de Seguros.

Por otra parte, el Consejo de Seguridad Vial muestra que la cantidad de licencia de conducir para motocicletas vigentes en el presente año son las que observan en la siguiente Tabla 8.

Tabla 8 Total de Licencia Vigentes en 2021 por tipo.

Tipo de Licencia	Cilindraje Permitido	Cantidad de Conductores	Porcentaje
A1	0 a 125cc	11714	3.47%
A2	126 cc a 500 cc	145226	42.99%
A3	501 cc en adelante	180898	53.55%

Nota: Conductores y licencias, Consejo de Seguridad Vial.

En la tabla anterior se observa que el total de licencias vigentes son de 337.838 en donde la mayor cantidad de licencias de conducir son de las motos A3 la cual representa más de la mitad del total de las licencias vigentes en el año 2021.

Además, cada año más personas siguen realizando el proceso para tener su licencia por primera vez de manera que se tiene el registro desde el año 2016, hasta el 2020 por parte del Consejo de Seguridad Vial que se muestra a continuación en la siguiente Tabla 9.

Tabla 9 Licencias emitidas por primera vez 2016- Actualidad

Año	A1	A2	A3	Total, por Año
2016	1985	18887	2300	23172
2017	1642	17053	3180	21875
2018	1707	19290	3803	24800
2019	1556	18316	4483	24355
2020	1061	12846	4618	18525
2021	775	9368	3589	13732

Nota: Cantidad de licencias emitidas por primera vez por tipo de licencia, Consejo de Seguridad Vial.

Durante los últimos años la cantidad de licencias emitidas se ha mantenido constante desde 2016, hasta que llegó el 2020, en donde decreció significativamente dado a la pandemia mundial que afectó al país, razón por la cual se observa aunque si se emitieron varias, fue inferior a los años anteriores, en las actuales que se siguen emitiendo en el año 2021, se puede observar pasado ya la mitad de año va a ir aumentando superando las del año anterior, sin alcanzar el promedio de los años anteriores.

Tamaño de la muestra

La selección de la muestra está determinada a las personas que conducen motocicletas o que próximamente quieren adquirir una las cuales están dentro del territorio nacional, para reconocer sus preferencias en cuanto al uso de indumentaria y lugares de compra, así como si estarían dispuestos a realizar la compra por medio de una página en internet o ya han usado alguna plataforma de compras.

Para determinar el tamaño de la muestra con un nivel de 95 por ciento, por lo tanto, se calculó este dato con la fórmula $n = (Z\alpha/2^2 * N * p * q) / (N * E^2 + Z\alpha/2^2 * p * q)$ (308 pág.)

Dónde:

n= Tamaño de la muestra.

N= Tamaño de población.

$Z_{\alpha/2}$ = Nivel de confianza.

p= Porcentaje de la población que tiene el atributo deseado.

q= Porcentaje de la población que no tiene el atributo deseado.

e= Error de la estimación máxima aceptada.

La cual se detalla a continuación:

$$n = \frac{1,96^2 * 321948 * 0.5 * 0.5}{321948 * 0.05^2 + 1,96^2 * 0.5 * 0.5} = 383,702$$

Posterior a al cálculo de la ecuación anterior el tamaño de las muestras (n) es un total de 383,702 redondeando el resultado se tiene que se necesita 384 encuestas para que pueda tener el nivel de confianza requerido con el descrito en el estudio.

Para el análisis de la situación actual se va a realizar un muestreo probabilístico de tipo aleatorio simple donde las personas van a tener la misma oportunidad de llenar la encuesta la cual se realizó por medio de Google Forms lo cual es una herramienta en la cual se van almacenando los datos realizados a medida que se van completando hasta completar por el tamaño requerido, para obtener cada uno de las encuestas se compartieron por medio de grupos de motociclistas en donde se pueden encontrar las personas indicadas para realizar el proceso.

Resultados de la Encuesta

Los resultados son mostrados por el mismo software de Google Forms en la cual solo la persona que ha realizado el cuestionario va a poder acceder a la sección de respuestas para poder realizar el análisis de los datos recolectados, en la cual ya se muestran por gráficos que faciliten su comprensión e indicando el porcentaje de cada respuesta seleccionada. La encuesta compuesta de un total de nueve preguntas, en la cual se logró la respuesta por parte de 390 personas necesarias para poder recabar la mayor cantidad de información y la consecución de los siguientes objetivos:

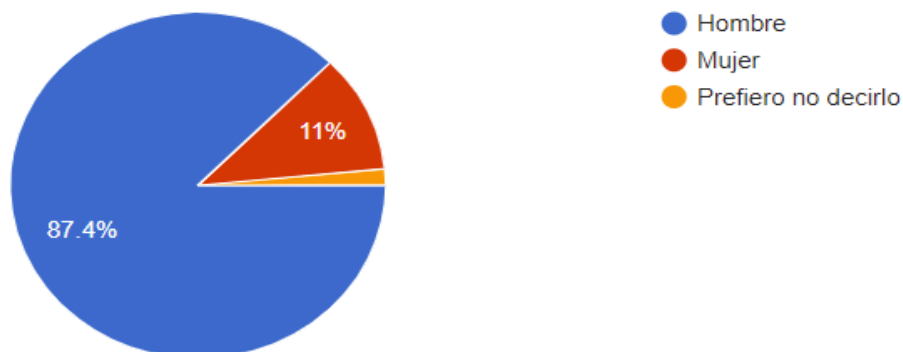
- Conocer la voz del cliente.
- Determinar las necesidades y requerimientos de la indumentaria.
- Determinar la preferencia de la selección de los productos.

A continuación, se va a realizar el análisis de cada una de las preguntas realizadas empezando con la siguiente Figura 12

Figura 12 Pregunta número uno

Sexo

390 respuestas



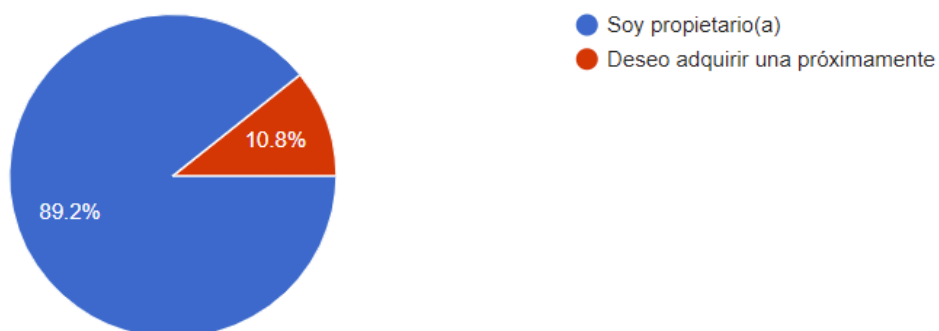
Nota: Jimmy Montenegro Matamoros.

Según el resultado de la primera pregunta en la cual se desglosa de la siguiente manera un total de 341 hombres, 43 mujeres y 6 personas que prefirieron no decir su sexo realizaron la encuesta por lo cual como se observa en la figura anterior el mayor porcentaje es representado por los hombres esta pregunta es especialmente importante dado que ciertos productos que se mostraran en las siguientes preguntas tienen diseño según el sexo al cual este pensado, por lo cual se nota que la cuota de mercado de las mujeres es inferior con un once por ciento del total, pero de igual manera brindar las soluciones a los productos que se vayan a ofrecer por medio de la plataforma de comercio electrónico. En la siguiente Figura 13

Figura 13 Pregunta número dos

¿Es propietario(a) de una Motocicleta o analiza adquirir una próximamente?

390 respuestas



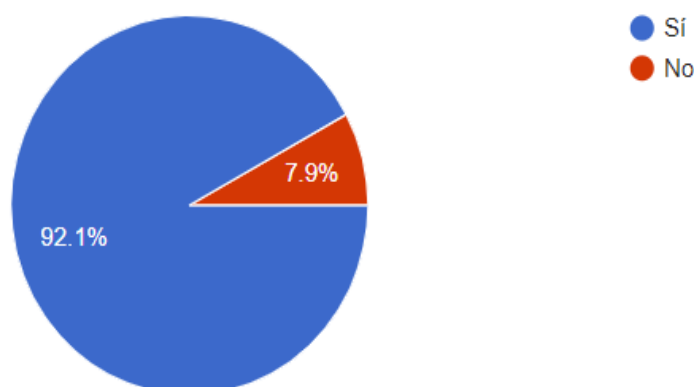
Nota: Jimmy Montenegro Matamoros.

En los grupos de motocicletas la mayoría tienen su vehículo y se suelen compartir temas de rodadas, lo cual hace referencia a un grupo de motociclistas los cuales se reúnen para ir a un lugar previamente coordinado para ir en sus vehículos, además de preguntar por productos e indumentaria relacionados, talleres, fallos comunes, garantía, precios de seguro, repuestos, mantenimiento. Otro porcentaje de las personas las cuales quieren una motocicleta se unen a estos grupos dado el tema en común que se puede tener y obtener las opiniones de personas ya usuarias de un modelo de motocicleta a la cual gustan adquirir. En esta pregunta podemos ver el porcentaje de las personas son mercado potencial una motocicleta y su indumentaria las cuales fueron un total de 10,8%, mientras que las 89,2% de las personas podrán cambiar de indumentaria cuando lo requieran. A continuación, se muestra la Figura 14

Figura 14 Pregunta número tres

¿Harías la compra de indumentaria o artículos de motocicleta en una página online?

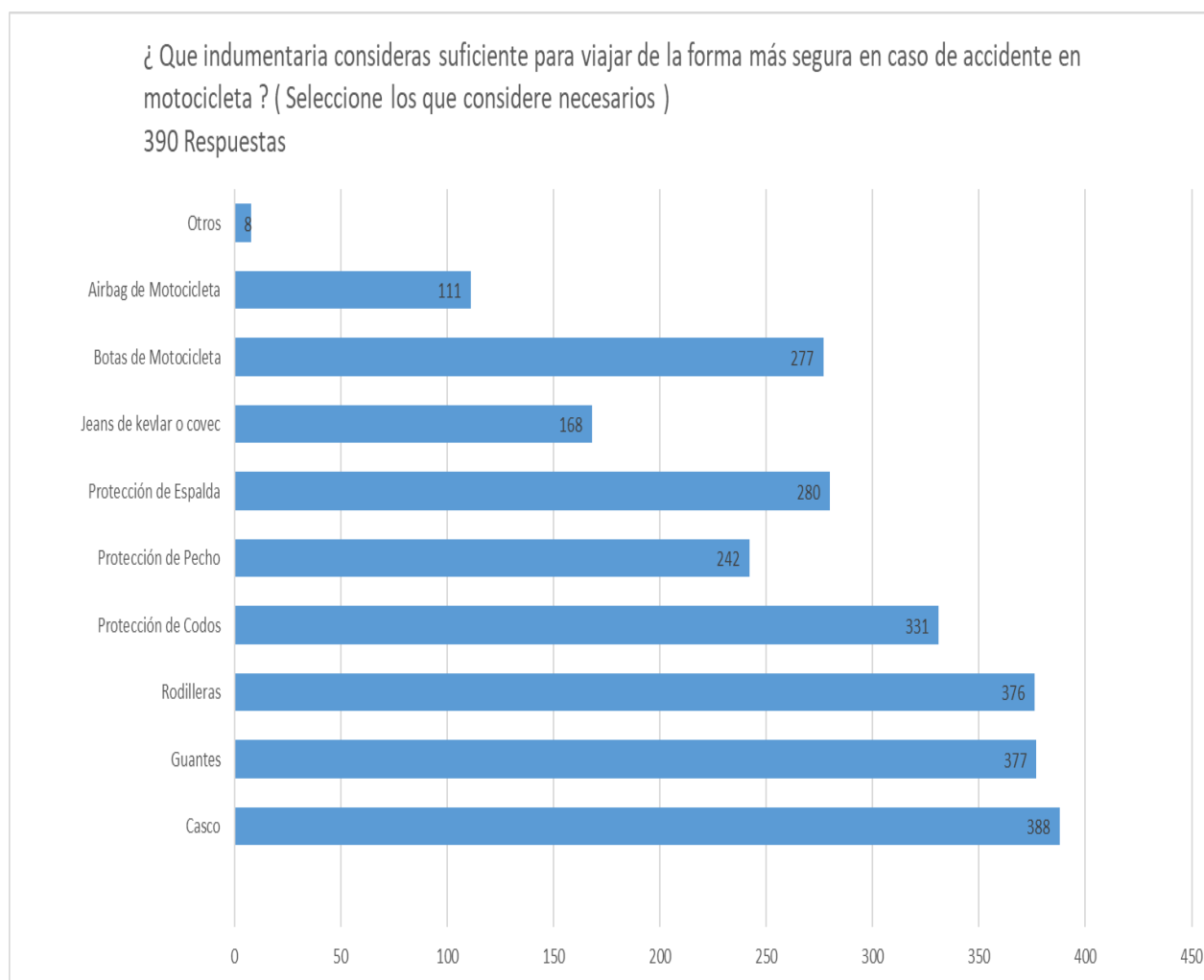
390 respuestas



Nota: Jimmy Montenegro Matamoros.

En esta pregunta se puede apreciar la oportunidad de mercado por parte de las personas dado que no solo por la situación actual de la pandemia a nivel mundial, sino también por la comodidad que esta solución ofrece al poder realizar la compras y poder recibirlo en una ubicación predeterminada lo cual suele ser en la casa. El 92.1 % es decir que 359 realizarían una compra de indumentaria o artículos en una página online, mientras tan solo el 7.9% de los encuestados que son 31 personas no lo realizarían. Es importante saber cuáles son artículos que consideran como necesarios en caso de accidente lo cual se muestra en la siguiente Figura 15.

Figura 15 Pregunta número cuatro



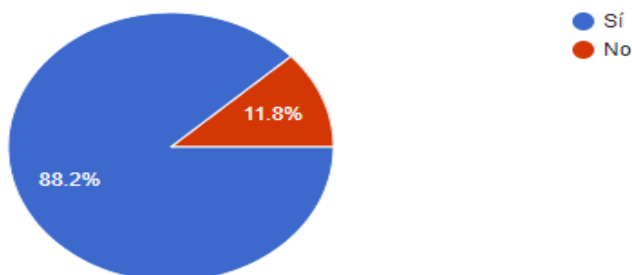
Nota: Jimmy Montenegro Matamoros.

En la pregunta de selección múltiple las tres primeras opciones en las cuales la mayoría de las personas consideran como seguras en caso de accidente son el casco con el 99.5 %, los guantes 96.7 % y las rodilleras 96.4% , por otra parte las tres opciones las cuales las no se consideran tan necesarias en caso de accidente por parte de los encuestados fueron el airbag de motocicleta con un 28,5% , jeans de kevlar o covoc con un 43,1% y protección de pecho 62.1% , en este caso de las tres opciones menos seleccionadas en el mercado costarricense son los que más cuestan encontrar, si bien es cierto que son los menos seleccionados hay demanda para los productos aunque con menor medida como suelen ser los tres más seleccionados como lo son el casco, guantes y las rodilleras. A continuación, la Figura 16

Figura 16 Pregunta número cinco

¿Utiliza alguna medida de seguridad mientras conduce la motocicleta diferente del casco de motocicleta ?

390 respuestas



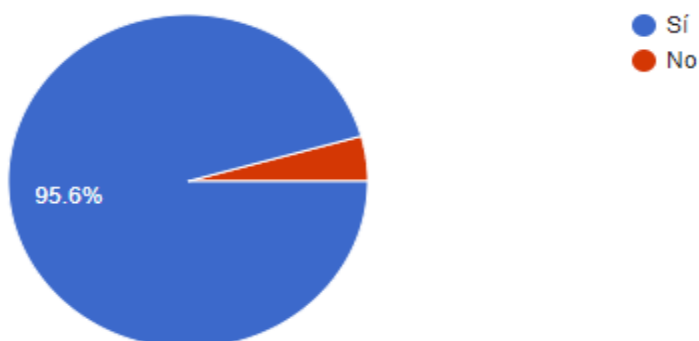
Nota: Jimmy Montenegro Matamoros.

En este caso podemos observar como el porcentaje de 88.2% de los encuestados utilizan otra medida diferente del casco mientras conducen que son 344 personas que ante un eventual accidente pueden tener un menor porcentaje de lesiones versus el otro porcentaje que son 11,8% siendo un total de 46 personas que solo utilizan el casco mientras conducen su motocicleta. Lo importante es concientizar que entre mejor equipado en cuanto a un motociclista en la carretera menor serán repercusiones en caso de un accidente. Aparte del uso del casco y la demás indumentaria son importantes las certificaciones que tienen las mismas por eso la pregunta en la siguiente Figura 17.

Figura 17 Pregunta número seis

¿ Es necesario para ti que la indumentaria cuente con un certificado de seguridad al momento de una compra ?

390 respuestas



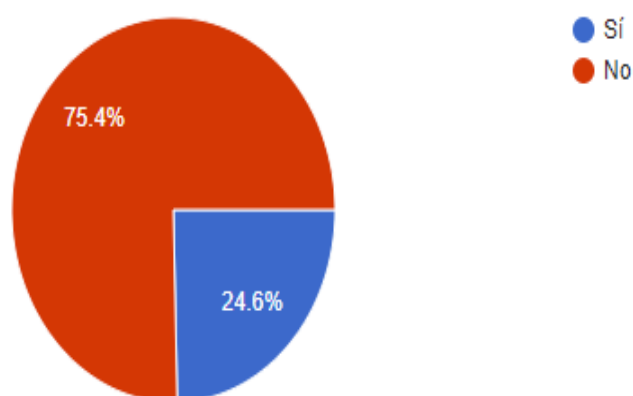
Nota: Jimmy Montenegro Matamoros.

El 95,6% de las personas encuestadas que son 373 para realizar una compra de indumentaria de motocicleta si requieren que cuenta con una certificación de seguridad para realizar la compra, mientras que 4,4% que son 17 personas del total de los encuestados no les es necesario algún tipo de certificación de seguridad para realizar la compra, este dato es importante ya que un producto puede incluso parecer seguro aunque sin contar con este requisito algunos pueden ser incluso contraproducentes en caso de accidente por la integridad de los mismos, sus materiales y poniendo en riesgo al usuario. Además, es importante saber la cuota de mercado en la cual los clientes ya hacen uso de compras online de artículos de motocicleta por lo cual la pregunta de la Figura 18.

Figura 18 Pregunta número siete

¿Ha realizado alguna compra de un producto relacionado con motocicleta de manera online?

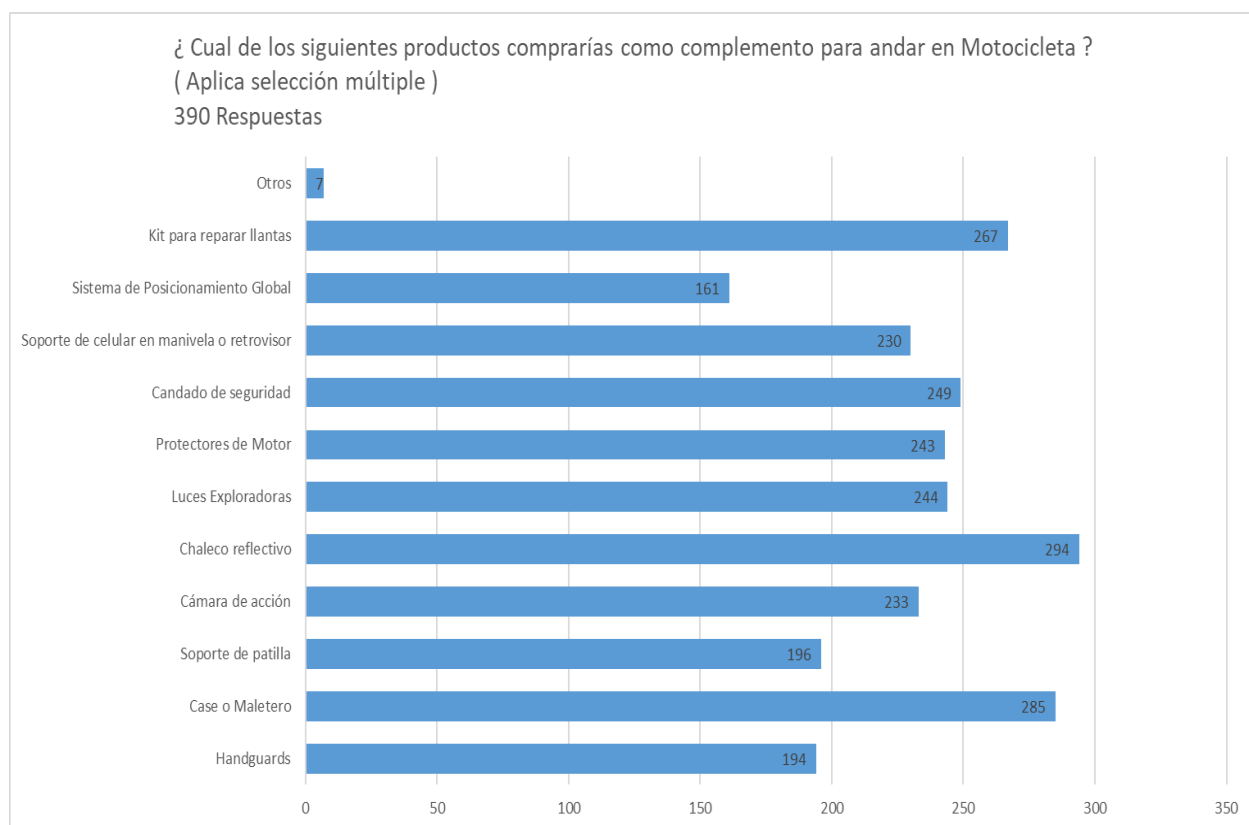
390 respuestas



Nota: Jimmy Montenegro Matamoros.

En la figura anterior los encuestados que aún no han realizado una compra de manera online con productos relacionados a la motocicleta son 294 lo cual representa el 75.4% mientras que las otras 96 personas que representan al 24,6% si han realizado la compra por ese medio, por lo cual se puede aprovechar la oportunidad con los potenciales clientes, lo cual beneficiaría para abarcar una cuota de mercado dado que no es una opción que haya sido aprovechada ampliamente o desarrollada para tomar los mejores beneficios que se pueden obtener. También es importante reconocer los artículos que los motociclistas usan en sus vehículos para ir más seguros, así como también para la seguridad pasiva mientras realizan la conducción en carretera por lo cual según la preferencia de los encuestados de tiene la siguiente pregunta en la Figura 19.

Figura 19 Pregunta número ocho



Nota: Jimmy Montenegro Matamoros.

De los artículos que fueron seleccionados en mayor porcentaje fueron el chaleco reflectivo con un 75,4 % del total, posterior el Case o Maletero con un 73,1% del total y el ultimo de las tres opciones más seleccionadas el kit de reparar llantas con un porcentaje del 68,5 %. Por su contraparte las opciones las tres opciones menos elegidas por los encuestados fueron el soporte de la patilla, la cual tiene como función darle un mayor apoyo a la motocicleta en su punto de apoyo con el suelo con un porcentaje de 50,3%, seguido de los Handguards con un 49,7% y la opción menos seleccionada fue el sistema de posicionamiento global con un 41,3% del total.

Oferta

Actualmente solo existen tres tiendas en Costa Rica la cuales realizan ventas por medio del comercio electrónico, cabe destacar que, si existen varias tiendas en el país que ofrecen ciertos productos que están certificados, pero no aprovechan y hacen uso de las ventas por medio del eCommerce o no tienen una amplia variedad de los productos por lo cual se puede aprovechar más

el mercado y ofrecerle un servicio a las empresas para que puedan mejorar sus ventas accediendo a una buena plataforma de comercio electrónico.

Estimación de Precios

Los precios van a variar según la gama del producto y el tipo de motociclista para el cual está realizado el producto según el nivel de protección de la certificación que tenga la indumentaria. En cuanto a la seguridad de las piezas de la motocicleta su objetivo es tener valores de los accesorios lo cual se venden en un precio mucho mayor en las agencias.

Hay tiendas de referencia en la cual se realiza un Benchmarking para tener precios inferiores con un excelente respaldo y brindado el valor agregado de comprar de manera online, contando con las certificaciones necesarias para cada usuario dado que unos están dispuestos a invertir en mayor medida según el tipo de actividad practicada en sus motocicletas. La tienda Xpits apoyándose en el uso de redes sociales venden productos con certificaciones, sin embargo, para hacer el proceso de compra hay que ir presencialmente y no cuentan con una guía de medidas por el fabricante al momento de consultar. Un ejemplo es la siguiente Figura 20

Figura 20 Jacket Rev'it Akira

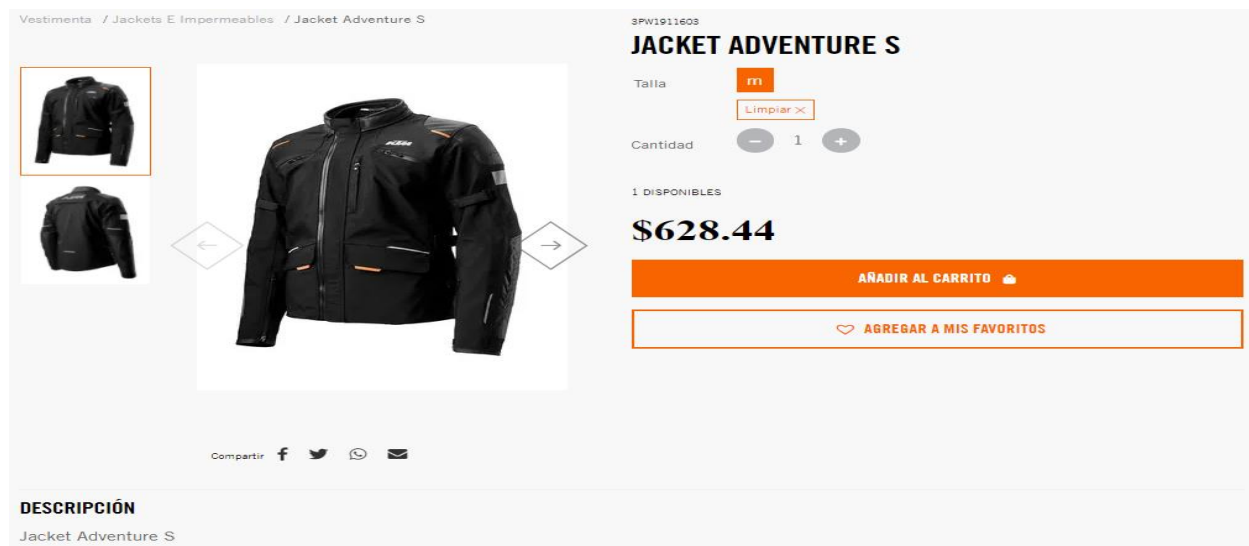


Nota: Facebook Xpits Costa Rica

La única agencia en Costa Rica que tiene ventas online es la de KTM en donde no cuentan con descripciones completas de sus productos en cuanto a las certificaciones que tienen sus productos

si es que la tienen y tampoco las medidas asociadas a las tallas para que el comprador puede tener la referencia.

Figura 21 Jacket Adventure S



Nota: KTM CR (<https://ktmcrstore.com/producto/jacket-adventure-s/>)

Canales de comercialización y distribución

El canal de distribución va a ser de Productores- -Consumidores, dado que hay los productos se obtienen de proveedores y otras tiendas que van a estar dentro del mismo portal del comercio electrónico de manera que va a poder haber mayor variedad de producto.

La cobertura del mercado va a ser a nivel nacional la entrega se va a realizar por medio de Correos de Costa Rica.

Estrategias en CRM

La Administración de las Relaciones con el Consumidor (CRM por sus siglas en inglés) por lo cual con los nuevos consumidores que va a tener MotoCR el objetivo es atraerlos al comercio electrónico y mantener a largo plazo los que hayan usado el portal, satisfaciendo los gustos del consumidor y además brindado una excelente experiencia de compra a cada uno de los usuarios. Cada cliente es diferente y tiene diferentes gustos, ya que además de las distintas disciplinas en el motociclismo también estas los que usaran la motocicleta porque es la herramienta de trabajo o algunas personas por hobby. Ya que el CRM es un software que permite, entre muchas otras cosas, conocer mejor al consumidor.

Los clientes también podrán brindar sugerencias o quejas acerca de la plataforma o experiencia de uso mejorando continuamente la sección del tipo de motociclista al cual está asignado y la cual según su gusto de igual manera va a poder seleccionar entre las opciones deportivo, aventura, turismo, v-twin o Harley Davidson, enduro, café racer, uso de trabajo. Eso en cuanto al motociclista, ya que para la motocicleta va a tener una sección en la página denominada garaje en donde el usuario va a tener la opción de añadir la marca de la motocicleta, modelo, año para ver si las piezas vendidas en el portal son compatibles, de igual manera el cliente podrá ver una alerta en caso el producto que elija no sea compatible con su motocicleta y si gusta continuar con la compra en caso aun desee el producto.

Análisis FODA

Para el FODA de MotoCR se destacan para las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas para el proceso de ventas por medio de comercio electrónico en el país a través de internet y con las plataformas necesarias por medio del FODA que se puede ver en la siguiente Figura 22.

Figura 22 Analisis FODA



Nota: Jimmy Montenegro Matamoros.

Para el análisis FODA se toma en cuenta tanto los factores internos como externos que pueden llegar a tener consecuencias tanto positivas como negativas para la empresa.

Por lo cual la entre las principales fortalezas de la empresa MotoCR es la innovación para el sector del mercado en el cual esta enforcado es un servicio especializado, en donde se puede aprovechar del amplio mercado que hay en Costa Rica, aprovechando la facilidad que brinda al poder realizarse la compra desde cualquier lugar del país, sin importar la ubicación del cliente. Puede aprovechar la oportunidad como empresa que la competencia que no cuenta con la implementación de mercado electrónico con una plataforma robusta, esto brinda la oportunidad de penetración del mercado dándose a conocer si se cuentan con los procesos correctos y estandarizados para llegar a establecerse y ser conocida por los motociclistas del país y ser la tienda y pagina preferida para la compra de artículos.

Por su contraparte debe realizar un ingreso a las plataformas digitales de compra en línea por lo cual no es conocido por lo clientes y el mercado, dado que la empresa MotoCR no está consolidada en este sector y va a aprovechar la oportunidad de negocio, otras empresas pueden ver de igual manera la oportunidad de mercado que existe al implementar el comercio online y ver un riesgo por parte de la empresa de manera que quieran entrar a la venta por medio del comercio online, por lo cual la empresa antes de ingresar debe tener los procesos muy bien definidos y realizar una página robusta, así como una estrategia muy completa para darse a conocer a todos los usuarios de motocicletas.

Una de las partes más importantes es la eficiencia de la respuesta al momento que los clientes necesiten información, de manera que se les brinde de forma correcta y sientan la seguridad de contactar cuando sea necesario, en la misma escala de importancia es que el proceso de compra sea amigable con el usuario, al navegar por medio de la interfaz y plataforma al igual que en el proceso de compra, dado que a mayor complejidad y dificultad presenten, los usuarios pueden desistir del uso o compra mediante la página de compras de MotoCR.

Otra herramienta para analizar las pocas tiendas online que hay actualmente es la de benchmarking competitivo para analizar cómo está las empresas dentro del sector, dado que el sector es prácticamente escaso a nivel de comercio electrónico también se va a realizar el benchmarking funcional, dado que si hay plataformas dedicadas a otros sectores o en otros países de a las cuales se puede analizar su interfaz y las opciones que pueden ofrecer, su interacción y proceso de compra,

así como el servicio al cliente que se ofrece. Esto con la finalidad de adaptar a la empresa Moto CR las mejores características disponibles en el análisis a las diferentes empresas.

En la siguiente Tabla 10 se va a mostrar la elaboración para las plataformas que venden por medio del comercio electrónico en Costa Rica.

Tabla 10 Benchmarking Competitivo

Aspecto a Evaluar	Tiendas		
	MOTO'S HOUSE	ZEUS Alpinestar	KTM Store CR
Variedad de Productos	Muy buena	Buena	Mala
Facilidad de Navegación	Buena	Muy buena	Muy buena
Consultas Servicio al Cliente	Messenger (Facebook) WhatsApp	WhatsApp	Messenger (Facebook)
Información de Producto	Mala	Mala	Mala
Aplicación de Celular	No	No	No
Precios de la Plataforma	Colones	Dólares	Dólares
Rango precio Cascos	₡110 000 - ₡ 24 000	\$850- \$650	\$999 - \$168
Rango precio Jackets	₡160 000 - ₡ 46 000	\$660- \$105	\$950 - \$240
Rango precio Guantes	₡46 000 - ₡ 6 000	\$140- \$57	\$295 - \$40
Guía de Tallas	No	No	No
Términos de devolución y Garantías claras	No	Sí	Sí
Factura de la Orden	Sí	Sí	Sí
Información detallada de los Productos	No	No	No
Políticas de envío claras	No	Sí	No
Facilidades de Pago	No	Sí	No
Tienen Empresas asociadas para ventas en la plataforma	No	No	No

Nota: Jimmy Montenegro Matamoros.

Para analizar la tabla anterior la empresa que tiene mayor cantidad de productos según el benchmarking elaborado es Moto's House esto a razón que no es una marca exclusiva que se dedica a la venta de sus productos personalizados como lo son el caso de ZEUS Alpinestar, que es el vendedor autorizado por parte de Alpinestar en Costa Rica, como también es el caso de KTM Store CR que solo comercializa los productos de KTM. En estas dos últimas compañías se puede observar son donde los productos cuestan más, no solo por la marca que estas representan, sino también por las tecnologías y certificaciones de seguridad que estos ofrecen en sus productos, sin embargo, no aprovechan de la importancia de las mismas para anunciar o destacar el valor que pueden tener sus productos, cosa que de igual manera sucede en Moto's House.

Una falencia que tienen las tres tiendas teniendo en cuenta que sus ventas son por medio del comercio electrónico ninguna cuenta con una guía de tallas y tampoco cuenta con la descripción de las certificaciones que tienen cada una de las prendas o implementos, lo cual se les beneficiaría totalmente. En especial lo anterior mejoraría en las páginas como ZEUS Alpinestar y KTM store, dado que solo comercializan productos de su misma marca y tener una guía de tallas representaría a todos sus productos, tomando en cuenta las categorías como lo son las guías de talla para hombres, mujeres y niños en caso de que aplique en los accesorios como lo pueden ser guantes, rodilleras, jackets, entre otros.

De manera que los clientes no se sientan cómodos o seguros de que les pueda quedar bien en cuanto a talla se refiere, así como las devoluciones que esto pueda llegar a generar en los productos al no tener establecidos los datos de forma correcta. Y una ventaja que solo aprovecha ZEUS Alpinestar entre las tres empresas es que tiene la particularidad de ser la única que ofrece crédito en sus ventas.

Los procesos en estas compañías que tienen una corta implementación en plataformas de comercio electrónico deben contar algunos de sus procesos indicados a sus clientes en sectores como lo pueden ser las entregas, devoluciones, términos de uso y condiciones, en las cuales una de ellas no es clara y específica en cuanto a sus procesos el cual se da en el caso de Moto's House, en donde esto puede llegar a generar conflictos con los clientes al no estar en la sección especificado cuando puede o no aplicar en los mismos. Además, no están aprovechando el sector de aplicaciones en celulares lo cual puede facilitar el acceso de los consumidores y además aprovechando la interacción para que se realicen compras de manera más fácil.

La interfaz de la plataforma de manera que sea de fácil navegación es primordial ya que el cliente es donde va a tener la interacción buscando el o los productos que guste ver, la información necesaria y que le genere la confianza para poder realizar el proceso hasta finalizar la compra por lo cual es importante el servicio al cliente las empresas han usado los medios más utilizados por las personas para la comunicación en internet los últimos años como lo son WhatsApp y Messenger de Facebook, lo cual en temas de costos de operación es más barato dado que no se tiene que pagar por una plataforma de servicio en cada empresa para poder atender a los clientes y los servidores son mucho más robustos por lo cual es difícil que se llegue a presentar alguna falla por medio de esta comunicación.

Además de contar con el benchmarking competitivo, en el país ya existen una empresa que cuentan con una amplia experiencia en el uso de comercio electrónico, al no ser del mismo sector no fueron tomadas en cuenta para el proceso de competencia, sin embargo, por ese mismo motivo se realiza un benchmarking funcional el cual va a tener la finalidad de ver los aportes positivos que pueden generar las empresas con una experiencia amplia a nivel de plataforma.

Antes de evaluar se va a describir de forma breve el sector de cada una de las empresas, empezando esta Unimart la cual tiene más de 5 años en el mercado y cuentan con variedad de productos y están enfocados en artículos electrónicos, línea blanca, hogar, deporte, bebés, mascotas, moda y belleza.

Tabla 11 Benchmarking Funcional

Aspectos a Evaluar	Unimart
Facilidad de Navegación	Sí
Información de Producto	Sí
Variedad de prioridad en envío	Sí
Procesos de devolución claros	Sí
Factura y seguimiento de la orden	Sí
Variedad de ofertas y promociones	Sí
Aplicación para celular	Sí
Vendedores externos en la plataforma	Sí
Facilidades de pago	Sí
Tienen Empresas asociadas para ventas en la plataforma	No

Nota: Jimmy Montenegro Matamoros.

En la Tabla 11 se analiza el benchmarking funcional, dada la experiencia en el sector y al impacto que ha tenido como comercio electrónico es el punto de referencia dado que a nivel de país no era muy aprovechadas las tecnologías de información y comunicación por parte de las empresas, que dado a la situación actual a nivel mundial ha forzado a los comercios a realizar la implementación de la misma y en algo que Unimart ya estaba llevando buenos procesos, destacado incluso por periódicos renombrados del país como La República y el Financiero.

De una empresa con experiencia en las ventas por medio de comercio electrónico en donde tienen puntos muy bien posicionados en comparación a las empresas del sector de ventas en motocicleta, ya que aunque sean otros productos los vendidos tienen una descripción detallada de cada producto, con amplias variedades de pago dado que aprovechando que también tienen tanto aplicación tanto web como pueden ser para la computadora, también cuenta con la versión de aplicación nativa en celulares como lo son iOS en el caso de Apple y playstore en el caso de Android.

En Unimart aceptan transferencia, SINPE móvil y tarjetas que a su vez dan el servicio nativo de crédito como credix, mini cuotas y tasa cero, en las diferentes entidades financieras del país, teniendo el cálculo de la cuota de forma interactiva y fácil en la plataforma desde cada uno de los productos. En la parte de las promociones y ofertas la plataforma tiene mucha interacción con sus clientes los cuales se puede ver por medio de las redes sociales las cuales tanto por parte de la misma como con sus seguidores son muy positivas. Tienen términos y condiciones muy bien definidos por lo cual da una transparencia clara al momento de requerir un proceso lo cual es uno de los valores de la empresa y se puede notar que lo cumplen de la mejor manera.

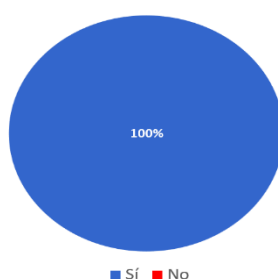
Uno de los puntos que la plataforma de comercio electrónico que va a ofrecerse en Moto CR, es dar el servicio de venta y entrega de otros productos a empresas que vendan los prendas y moto repuestos, esto con el fin de que los consumidores dentro de la plataforma puedan encontrar la mayor cantidad de productos dentro de la misma y al momento de comprar incluso puedan estar interesados en comprar otro artículo o tener la referencia de que hay gran variedad de productos y al momento de que sea necesario hacer una compra sea el primer sitio en donde puedan buscar, a su vez como modelo de negocio va a mejorar dado que otra fuente de ingresos van a ser los vendedores que estén afiliados dado que para ofrecer el servicio de venta y entrega, así como publicitar los productos dentro del sitio electrónico.

Para poder ver si las empresas estarían dispuestas para tomar un servicio como el descrito anteriormente, se visitaron tres empresas, que ofrecen productos para motocicletas de bajo y mediano cilindraje, a las cuales se les hizo el mismo cuestionario, explicándoles previamente la iniciativa que trae MotoCR y el modelo de negocio que se va a seguir.

Las empresas a las cuales se les realizaron el cuestionario son las siguientes, Motors Boutique RODA, Moto Repuestos Walmoto y Moto Repuestos Coronado. La primera pregunta de la encuesta realizada a las tres empresas es la siguiente Figura 23.

Figura 23 Primera pregunta del cuestionario a las empresas

¿Cree que implementando la empresa con una plataforma de ventas de comercio electrónico tendría un negocio más rentable?

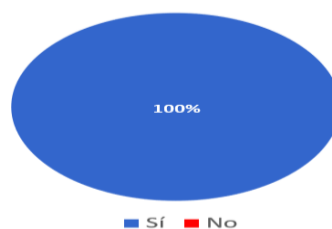


Nota: Jimmy Montenegro Matamoros.

En la primera pregunta tuvo una aceptación del cien por ciento de las empresas las cuales creen firmemente que al implementar ventas a través del comercio electrónico van a poder vender más productos dado que no están en un punto exclusivo del país esperando que las personas puedan acudir al local para realizar las compras, amplía a los consumidores ya que el comprador va a poder estar en cualquier parte dentro del territorio nacional lo cual van a aumentar las personas que van a comprar el producto, se les brindaría el servicio de publicación de los productos y cada empresa debe gestionar el envío correcto hasta las direcciones descritas por las personas.

Figura 24 Segunda pregunta del cuestionario a las empresas

Si tuviera la oportunidad de tener a disposición un servicio en el cual puede vender los productos de manera que solo tenga que brindar la información de productos disponibles y el inventario con confidencialidad de los datos, ¿lo implementaría en su negocio?



Nota: Jimmy Montenegro Matamoros.

En la segunda pregunta de la Figura 24 por parte de las empresas tienen un concepto de que si implementaran un servicio para estar en una plataforma de servicio de ventas por comercio electrónico tendrían una mejor oportunidad para desarrollar sus estrategias de ventas y ser más competitivos en el sector que están dedicados como lo son en moto repuestos para las motocicletas de bajo y mediano cilindraje.

Además, otra forma en la cual una empresa de tener una visibilidad a mayor cantidad de personas mediante el servicio que pueden adquirir con MotoCR, se tiene la opción para que las mismas empresas puedan elegir si gustan promocionar uno o varios artículos, lo cual obtendría un mayor ingreso por los servicios dentro de la plataforma, sin embargo, es importante tener la opinión para saber si están dispuestas a adquirir dicho servicio. De manera que con la encuesta realizada se les hizo la pregunta de la siguiente Figura 25

Figura 25 Tercera pregunta del cuestionario a las empresas

¿Gustaría tener la opción de poder promocionar tus productos dentro de una plataforma de comercio electrónico por un precio razonable?



Nota: Jimmy Montenegro Matamoros.

Dado que pueden tener ofertas por parte de los proveedores que pueden aprovechar si tienen un sitio en donde los clientes compren más del producto las moto repuesteras pueden tener un mayor beneficio otra opción por la cual pueden promocionar es porque tengan un inventario el cual necesiten que se con mayor prioridad por algunas razones, de hecho las opciones por la que pueden adquirir el servicio de promocionar los ítems que ellos consideren son variados y no son solo los descritos, pero lo que es seguro es que las tres empresas que se les pregunto lo vieron de una manera positiva y cada producto promocionado va a ser traducido en mayores ingresos para MotoCR.

Dado que el servicio hasta ahora descrito y ofrecido por Moto CR para las empresas han sido el de publicar sus productos para que, al momento de ser vendidos, se encarguen cada una de los envíos

a los clientes y además de que puedan promocionar sus productos por la plataforma, hay otro servicio el cual se va a ofrecer y es de que tengan la opción de adquirir un el almacenamiento y entrega de los productos que las empresas gusten tener por parte de la empresa del comercio electrónico, de igual manera se les pregunto a las tres empresas sobre este servicio el cual está en la pregunta de la Figura 26.

Figura 26 Cuarta pregunta del cuestionario a las empresas

¿Gustaría tener la opción de que la empresa del servicio brinde la opción del almacenamiento de los productos y las entregas a los clientes?



Nota: Jimmy Montenegro Matamoros.

Las tres empresas de moto repuestos indican que si estarían interesadas en el servicio, de manera que les gustaría adquirir el espacio para sus productos, promociones para los mismos y que Moto CR se encargue del proceso logístico con el almacenaje y la entrega a las direcciones que indiquen los clientes por medio de la plataforma para compras, cada uno de los servicios va a llevar un precio y que adquieran el servicio acceso para ventas a la plataforma no están obligadas a adquirir los demás servicios, sin embargo van a tener una excelente implantación a un precio competitivo para que aunque no tengan obligado los servicios, sea una buena opción para que los adquieran y se tenga un mayor beneficio.

Método de calificación de factores para Oficinas Centrales

Es importante lograr una ubicación correcta para la oficina central de una empresa según los factores requeridos y la importancia de los mismos para lograr encontrar de forma precisa lo que busca la empresa, los cuales serán concentración del mercado principal, accesibilidad a las empresas de transportes, variedad de servicios de conectividad a internet por fibra óptica, costo y disponibilidad de locales, las cuales van a poder ser evaluadas en la siguiente Tabla 12

Tabla 12 Método calificación factores para oficina central

Factor	Peso	San José		Heredia		Cartago	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Concentración del mercado principal	0,5	8	4	5	2,5	5	2,5
Variedad de servicios de conectividad a internet por fibra óptica	0,25	9	2,25	8	2	6	1,5
Accesibilidad a las empresas de transportes	0,125	8	1	7	0,875	6	0,75
Costo y disponibilidad de locales	0,125	6	0,75	7	0,875	9	1,125
TOTALES	1		8		6,25		5,875

En los totales mayor es mejor

Nota: Jimmy Montenegro Matamoros.

Posterior a realizar el proceso de la calificación de factores para lograr ubicar en cuál de las provincias tres posibles provincias seleccionadas del país, la mejor opción con una ponderación de ocho puntos que se puede observar en la Tabla 12 es la provincia de San José dado que según en donde se va a ubicar las oficinas centrales de MotoCR. Los aspectos más importantes son la concentración del mercado principal ya que tanto las empresas que adquieran el servicio, como los clientes, aunque abarque envíos a nivel nacional las oficinas centrales van a estar donde se pueda ubicar la mayor cuota de mercado.

El segundo aspecto sobre la variedad de servicios de conectividad es especialmente importante dado que los servicios serán gestionados entre computadoras y servidores por lo cual tener varios servicios disponibles de internet con conexiones por fibra óptica dado que aparte de la velocidad que se pueda contratar es importante, también se debe tener en cuenta las latencias o posibles averías que pueda tener una compañía para que existan otras opciones que lleguen al mismo lugar para poder tener una continuidad de los procesos.

Para el tercer punto la accesibilidad a las empresas de transportes es para que las empresas que tienen el servicio de entrega de puerta a puerta desde la ubicación de los productos en las tiendas, hasta las direcciones descritas por los clientes se encuentren en lugares cercanos para poder ofrecer costos más competitivos. En el cuarto lugar el costo y la disponibilidad de las locales el cual es en donde la provincia de San José tiene la menor ponderación dado que los costos son más elevados ante la demanda de las oficinas en los sectores de dicha provincia, sin embargo, a pesar del puntaje en este rubro, se justifica su elección por los tres rubros anteriores.

Aspectos Legales

Para que la empresa MotoCR pueda ofrecer los servicios y abrir el comercio electrónico de su dominio en forma legal, debe cumplir con los requisitos y normas de los diferentes entes institucionales del país, las cuales deben estar aprobadas para la correcta función dentro del mercado al cual va a entrar.

Registrar una empresa en Costa Rica

A continuación, se van a indicar los pasos a seguir para que se pueda realizar el registro de una empresa.

- El primer paso es revisar la disponibilidad del nombre, la cual se puede realizar de forma gratuita en el Registro Nacional por medio del enlace <https://www.rnpdigital.com/> .
- Una vez realizada la validación y que hay disponibilidad para el nombre de la empresa es elegir el tipo de compañía, la cual debe ser acorde con las necesidades y lo que el negocio quiere desarrollar:
 - Libro de Actas de Asamblea de Socios o Cuotitas para cuando son Sociedades de Responsabilidad Limitada.
 - Libro de Registro de Socios o Cuotitas y Libro de Actas de Consejo Administrativo para el caso de las Sociedades Anónimas.
- Seleccionar un socio y representantes para ambos casos tanto Sociedades de Responsabilidad Limitada como Sociedades Anónimas se va a necesitar un mínimo de dos socios
- Firmar el Acta de constitución el cual se realiza por medio de un notario público.
- Pago de derechos, timbres e impuestos una vez culminado el paso anterior el notario interesara a la plataforma para registrar la sociedad u realizar los pagos debidos y una vez constituida la sociedad se debe cancelar el impuesto a personas jurídicas, por lo que debe estar incluido en este rubro.

Estos trámites legales para abrir la empresa pueden demorar de tres a cuatro semanas y el costo dependerá del capital asignado, aunque un promedio aproximado puede rondar los quinientos cincuenta mil colones.

Abrir cuenta bancaria

Al abrir una cuenta bancaria corporativa para la empresa y depositar el capital para iniciar el negocio tanto en un banco público, como en uno privado, así como en ambas en caso de ser necesario. Los requisitos para poder realizar la apertura las cuentas van a variar según los bancos, sin embargo, generalmente son los siguientes:

- Una certificación de estado legal.
- Una copia certificada de la constitución de la empresa.
- Una certificación preparada por un abogado que describe exactamente quiénes son los accionistas y su participación en la empresa, el certificado de origen de los fondos, factura de servicios públicos, copia de la tarjeta de identificación.

Registrar un Estatuto de Incorporación

Un estatuto de constitución de la empresa, se archiva en la sección mercantil del registro público en Costa Rica. La firma obtiene permiso para legalizar la contabilidad de la empresa.

Registrar la empresa como contribuyente

Se debe realizar la inscripción en el Registro Único Tributario, y MotoCR está en la obligación de realizar la inscripción al iniciar cualquier actividad o negocio de carácter lucrativo. Según lo establece el artículo 22 del Reglamento de Procedimiento Tributario, la inscripción se deberá realizar dentro de los diez días hábiles siguientes a la fecha en que inicie actividades u operaciones. Los formularios, anexos y fundamentos legales se pueden ubicar en la página oficial del Ministerio de Hacienda en la sección de Declaración de Inscripción.

Registrarse en la Caja Costarricense de Seguro Social

MotoCR debe registrar la empresa como patrono en la Caja Costarricense de Seguro Social ya que posterior a la contratación de colaboradores, se registrará para el seguro de riesgo laboral en el Instituto Nacional de Seguros.

Registrarse en el Instituto Nacional de Seguros

La empresa MotoCR al realizar el desarrollo de la actividad económica va a garantizar la protección de los colaboradores de la empresa ante los posibles accidentes o enfermedades que pueden tener cada uno de los trabajadores.

Registro de marca o nombre comercial

El Ministerio de Justicia y Gracia tiene una dependencia a cargo de los registros marcarios y de los signos distintivos en general, la cual se denomina Registro de la Propiedad Industrial.

Cualquier individuo, compañía u asociación que pretenda inscribir marcas, nombres comerciales o señales de propaganda debe presentar una solicitud ante el Registro, posterior la realización del proceso se analizan los requisitos y de ser confirmada lo admiten de forma positiva y la resolución será publicada en el diario oficial del gobierno costarricense, quien concede la inscripción y otorga un certificado indicando la titularidad sobre la marca, el nombre comercial o la señal propagada.

Municipalidad

La empresa MotoCR debe tener en la municipalidad de San José una patente ya que cualquier actividad lucrativa requiere el proceso de inscripción donde se desarrolla dicha actividad; debe cumplir con todos los requisitos y formularios los cuales se pueden ubicar en la página de la Municipalidad de San José ingresando a las opciones de Tramites y puede ser ingresado directamente por el enlace https://www.msj.go.cr/MSJ/Tramites/SitePages/solicitudes_formularios.aspx

Leyes a cumplir por ser comercio electrónico, términos y condiciones de la plataforma

Al ser una empresa la cual va a manejar datos de personas la cuales van a inscribirse de forma voluntaria a la plataforma por Ley MotoCR está en la obligación de cumplir con los requisitos exigidos por la Ley 8968 protección de la persona frente al tratamiento de sus datos personales a su vez el reglamento a la ley número 37554.

Para las condiciones generales de garantía el titular debe presentar la factura del producto adquirido para reclamar su derecho a la garantía, deberá solicitar la misma dentro de los plazos establecidos en la Ley número 7472, denominada Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor y su Reglamento, de conformidad con lo establecido en la citada Ley, artículos 34 inciso G y 43, así como en los artículos 103 siguientes y concordantes del Reglamento a dicha ley. En el caso de daños ocultos, el plazo será igualmente de treinta días a partir desde la fecha en que conoció la existencia del daño.

En los términos y condiciones de la plataforma deberá estar indicado los siguientes rubros que se mencionan a continuación.

Información general.

Términos de la tienda en línea.

Condiciones generales.

Exactitud, exhaustividad y actualidad de la información.

Modificaciones al servicio y precios.

Productos o servicios.

Exactitud de facturación e información de cuenta.

Herramientas opcionales.

Enlaces de terceras partes.

Comentarios de usuario, captación y otros envíos.

Información personal.

Errores, inexactitudes y omisiones.

Usos prohibidos.

Exclusión de garantías; limitación de responsabilidad

Divisibilidad.

Rescisión.

Acuerdo completo.

Ley.

Cambios en los términos de servicio.

Información de contacto.

Fecha de aplicación de la política.

Servicio de Entrega

Para los servicios de entrega dentro de la plataforma de MotoCR puede ser retirar en el local o bien envío al cliente esto según su necesidad, cada local deberá alistar el producto comprado por el cliente posterior a la confirmación en inventario y pago del producto por lo cual al inicio de

funcionamiento del comercio electrónico se van a contar con las entregas por parte los transportistas de Correos de Costa Rica y por JFT Mensajería.

Entre los beneficios que tiene contar con dichas empresas es la integración que se puede llevar a cabo para lograr entregar los productos de los clientes de forma satisfactoria, así como que cada cliente pueda tener el número de rastreo para el acceso, consulta y revisión del proceso hasta la entrega final, tiene el servicio de recolección lo cual al momento de la compra independientemente de la tienda se da el servicio de puerta a puerta. Uno de los beneficios que ofrece Correos de Costa Rica es que las entregas se pueden realizar en las sucursales que tienen a lo largo del territorio nacional dado que hay zonas en las cuales tienen restricción de acceso por parte de ambos transportistas.

Las entregas por parte de JTF Mensajería a provincias como Limón o Guanacaste tienen un tiempo de gestión de veinticuatro horas hábiles y todos los paquetes que son entregados en otras veinticuatro horas hábiles posteriores por lo cual desde el momento de la entrega son un total de 48 horas hábiles para la entrega de cada orden realizada. Por lo cual si los clientes realizan sus compras en los fines de semana el sistema si las procesara, sin embargo, el proceso logístico de los paquetes solo será gestionado entre semana. Los plazos de las entregas por parte de Correos de Costa Rica se pueden observar en la siguiente Figura 27

Figura 27 Plazos de entrega por parte de Correos de Costa Rica en Pymexpress

TABLA DE PLAZOS DE ENTREGA EMS				
DE/PARA	ÁREA METROPOLITANA	CABECERA PROVINCIA	CENTRO CARTEROS	RURALES
Área Metropolitana	D+1	D+1	D+1	D+4
Cabecera Provincia	D+1	D+1	D+1	D+4
Centro Carteros	D+2	D+2	D+2	D+5
Rurales	D+3	D+3	D+3	D+5

Nota: Correos de Costa Rica

Las tarifas que van a ser cobradas por parte de la plataforma para la entrega de los paquetes de los clientes de parte de Correos de Costa Rica van a ser las mostradas en la siguiente Figura 28, estos precios solo van a ser mostrados a los clientes posterior de seleccionar los productos que quiere

comprar e indicar cual va a ser la dirección de la entrega para que sistema pueda brindarle de acuerdo a dicha información el precio correcto por el envío.

Figura 28 Costo del Servicio por parte de Correos de Costa Rica en Pymexpress



Nota: Correos de Costa Rica

El código de la plataforma contendrá la información del tamaño del paquete por cada uno de los ítems para poder enlazar la tarifa de recolección, el tamaño del producto con la dirección ingresada previamente por los clientes determinará el costo del envío por los productos que gustan adquirir.

Por parte de JTF Mensajería cubren la mayor parte del sector nacional a nivel logístico para las entregas, el beneficio que ofrece a las empresas es que se le es asignado una motocicleta o un carro según el volumen de los productos para la entrega de los mismos, con forma de entrega de puerta a puerta de manera que se pueden recoger los productos en los negocios afiliados a MotoCR y entregar en las respectivas direcciones. La empresa cuenta con los tarifarios los cuales estarán adjuntos en el apéndice 1. Costos de Mensajería JTF.

El beneficio es que los clientes que estén en lugares más alejados como lo pueden ser zonas rurales o provincias más lejanas de San José puedan tener los productos en dos días, pero su contraparte es que deberán asumir el costo que será mayor, para las zonas restringidas en el Gran Área Metropolitana dan el servicio de entrega de puerta a puerta en lugares que Correos de Costa Rica

no se realizan, por lo cual beneficia a algunos clientes teniendo más opciones según sus necesidades.

Servicio de la Plataforma

Para el servicio de una plataforma de comercio electrónico es importante que cumpla con aspectos importantes, como lo puede ser el certificado de seguridad SSL que se trata de un protocolo para asegurar la identidad de los servidores que conectan la página web con el usuario, brindando protección en las transacciones con tarjetas de crédito o débito y los datos manejados en la misma, hay dos formas de implementar una plataforma que cumplan con todos los requisitos necesarios por ley y de la empresa, la primera es contratar a especialistas del sector para que exista en las oficinas centrales un lugar asignado a la parte de plataforma y redes, por su contraparte la otra opción es subcontratar el servicio para que una empresa externa brinde todo lo necesario para el correcto funcionamiento e integración con los servicios de comunicación como lo pueden ser WhatsApp, Facebook o Messenger.

Sin embargo, es importante que al realizar la selección para la implementación de la empresa se tengan en cuenta los costos que puede conllevar cada una de las opciones dado que para una de las opciones la inversión inicial va a aumentar considerablemente.

Ante la situación actual para la primera etapa de MotoCR es importante seleccionar la opción más económica contemplando que se ofrezca una buena calidad a una menor inversión inicial por el riesgo que involucra un alto capital inicial para iniciar la operación de la empresa. Por lo cual se realizarán tablas comparativas de las ventajas y desventajas de cada una de las opciones. A continuación, se muestran las ventajas en la Tabla 13

Tabla 13 Ventajas de IT propio y IT subcontratado

Departamento IT propio	Departamento IT subcontratado
Personal exclusivo y dedicado para la empresa.	Menores costos de implementación.
Menor tiempo de acción ante alguna avería.	Capacidad más rápida de recurrir a personal amplia experiencia laboral.
Comunicación directa dentro de la empresa.	La empresa no asume menos riesgos y compromisos de tener personal exclusivo.
Retroalimentación rápida.	Asistencia continua y se eliminan tiempos de inactividad.

Nota: Jimmy Montenegro Matamoros.

Las ventajas de cada una de las opciones son importantes sin embargo hay que tomar en cuenta la etapa en la cual se encuentra la empresa para hacer una correcta elección en la Tabla 13 se pueden evidenciar los mejores puntos que puede ofrecer el departamento propio, sin embargo, la mayoría de estas se van a volver desventajas si no se puede gestionar un equipo robusto, dado que si consta de solo un colaborador, en los días que por ley deba tener vacaciones o por alguna enfermedad o inconveniente que pueda surgir y la persona no pueda asistir, la empresa quedara sin el especialista de IT y se verá en situaciones adversas.

Por su contraparte, el departamento subcontratado es beneficio a la empresa ya que estará disponible ante cualquier situación ya que cuenta con diferentes empleados los cuales están capacitados ante cualquier eventualidad que se pueda presentar. MotoCR no deberá estar a cargo de alguna capacitación necesaria para los colaboradores y de igual manera no asumirá los cobros de ley obligatorios para cada uno de ellos y en caso de necesitar alguna persona con mayores habilidades, puede pedirle a la empresa subcontratada alguien especializado en los sectores a las consultas o soluciones del caso en la cual ellos ya tendrán ese personal disponible.

Sin embargo, cada una de las opciones además de tener sus ventajas también cuentan con desventajas las cuales son importantes destacar para tener en cuenta de igual manera con las partes que pueden generar al elegir la opción según las necesidades de la empresa. Las mismas podrán ser observadas en la siguiente Tabla 14.

Tabla 14 Desventajas de IT propio y IT subcontratado

Departamento IT propio	Departamento IT subcontratado
Costes muy altos entre empleados, software y hardware.	Riesgos en la seguridad y confidencialidad, con la empresa contractada.
Altos costos para mano de obra especializada.	Posible dependencia de la empresa subcontratada.
Dificultad de atraer y mantener personal calificado.	Costos Ocultos.

Nota: Jimmy Montenegro Matamoros.

Las desventajas mostradas en la Tabla 14 entre los departamentos propios o subcontratados de IT también darán una visión sobre la situación actual del panorama para una elección en la empresa. Si MotoCR crea su propio departamento de IT no solo deberán incurrir en costos de planilla, de empleados, impuestos y seguros de los mismos, sino que también deberán cubrir otros costos que serán necesarios para que puedan desempeñar su actividades de forma correcta, como los son los

equipos necesarios y acuerdos que conllevan hardware y licencias de software, lo cual aumentaría aún más el monto necesario para su integración a la empresa, pasando por el proceso de contratación, inducción y capacitaciones en las cuales deberán ser cubiertas en su totalidad en este caso por MotoCR.

Desde la otra posición que es el departamento de IT subcontratado, no solo se deben evaluar los riesgos en la seguridad y confidencialidad de los datos, sino que también se debe prestar especial atención a que la empresa externa no genere costos adicionales que no hayan estado incluidos como requisitos necesarios al momento firmar el contratado, por lo tanto, se debe procurar conocer al máximo los detalles de los servicios que van a brindar a MotoCR, así como los costos de los mismos, para que al momento de realizar la subcontratación todos los puntos y costos necesarios queden claros y estipulados, de manera que posteriormente MotoCR no deba incurrir en costos mayores.

Para garantizar que la empresa externa cuide al máximo la seguridad se puede acordar que ante alguna fuga de información o si la seguridad es vulnerada, tengan que pagar una multa por la vulnerabilidad de la seguridad. Además, cabe destacar que adquirir este servicio va a crear una dependencia directa de MotoCR con la empresa externa, por lo cual según el crecimiento que vaya teniendo se puede generar una escalabilidad hasta tener un propio departamento de IT, el cual debe ser robusto para aprovechar las ventajas que ofrece la modalidad en las diferentes empresas.

Tabla 15 Método calificación factores para selección de pagina web de comercio electronico.

Factor	Peso	Kolbi Negocios		Softdial		Hosting506	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Precio por Implementación	0.5	9	4.5	7	3.5	5	2.5
Tiempo que demoran en realizar la página	0.25	9	2.25	7	1.75	7	1.75
Inducción a los colaboradores para la página Web	0.25	9	2.25	0	0	0	0
TOTALES	1		9		5.25		4.25

En los totales mayor es mejor

Nota: Jimmy Montenegro Matamoras.

Para la Tabla 15 Método calificación factores para selección de pagina web de comercio electronico.Tabla 15 se realiza el método de calificación de factores para seleccionar la mejor compañía para el desarrollo de la página web de comercio electrónico, la empresa que es ideal para elaborar la página es Kölbi Negocios dado el precio por implementación que tienen y que a su vez es la que entrega más rápido de las otras dos opciones disponibles en el mercado además como un dato especialmente a destacar es que dentro del servicio incluyen una inducción a los colaboradores del uso interno de la página web para la empresa MotoCR.

Medios de Comunicación

Como medio de comunicación de la plataforma de MotoCR, se va a implementar un servicio telefónico, sin embargo se espera tener una mayor afluencia por medios que son más concurridos actualmente como lo pueden ser los servicios de mensajería en internet, entre ellos Messenger de Facebook, WhatsApp Business y correo electrónico, para los tres anteriores medios de contacto es importante tener plantillas acerca de los posibles contactos que pueda tener los clientes de manera que el colaborador pueda enviar una respuesta a los clientes de la forma más rápida y eficiente, de manera que pueda manejar y resolver la duda de cada cliente satisfactoriamente en el menor tiempo posible.

Para explicar que es un clipping es un complemento de los navegadores que permite tener textos predefinidos con los mismos comentarios, con una descripción en cada uno de los textos, para el escenario actual de medios de comunicación entre un cliente y un colaborador de servicio al cliente de MotoCR teniendo a la mano las explicaciones que puedan ser repetitivas para el asesor, sin embargo importantes para los clientes, de manera que pueda tener toda la descripción completa a detalle cada vez que sea necesaria como lo pueden ser para realizar procesos de compra, de devoluciones, consulta de promociones, como realizar una cuenta mediante de la plataforma o diferentes situaciones que pueden relacionarse por la naturaleza del negocio.

Esto para el agente de servicio a los clientes solo le representaría un par de clics en la computadora, mientras que a la empresa le brinda la seguridad que se le brinde la información completa y correcta en el menor tiempo posible a cada uno de los consumidores. Además que, en los servicios de negocio de las anteriormente mencionadas redes de comunicación, permiten desarrollar un Bot o sistema de respuestas previamente configuradas, en el mismo para ofrecer soluciones a los clientes y en caso de no ser resueltas ponerlo en contacto con el agente de servicio al cliente.

CAPÍTULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Este capítulo desarrolla las conclusiones y recomendaciones sobre la información que fue encontrada en el análisis de la situación actual para MotoCR, en los cuales se va a tomar los puntos más importantes que fueron obtenidos, con el objetivo de tener base para dar a la empresa las soluciones que pueden tomar en consideración en el diseño de los procesos, procedimientos y requerimientos de comercio electrónico.

Conclusiones

1. Como primer punto se concluye que la empresa tiene una excelente oportunidad de negocio que puede aprovechar dado que está en auge el comercio electrónico dentro del país, hay oferta y demanda de los productos para los motociclistas y en estas mismas la demanda se va a mantener independientemente de la cilindrada de la motocicleta, además por parte del Consejo de seguridad Vial son el vehículo el cual ha estado en mayor crecimiento en los últimos años, como una referencia en el presente año en curso hay un total de 13.732 personas con licencia nueva y en los últimos seis años el número que ha tenido menor registro de licencias nuevas fue el 2020 con 18.525.
2. La segunda conclusión es que se debe tomar en cuenta la voz de los clientes, los cuales indican qué productos son los que comprarían de preferencia. En la encuesta realizada el 95.6% de los encuestados indican que para comprar un producto ligado a las indumentarias de seguridad son necesarios que tengan los certificados de seguridad lo cual es importante dado que ante un eventual accidente o caída ya han sido probados los artículos para evitar lesiones de gravedad o muertes en ciertos casos.
3. En la tercera conclusión al realizar los benchmarking se determinó que la variedad de productos dentro de la plataforma es importante, así como que la interfaz sea amigable e interactiva para el usuario, además es importante tener la información de los productos en cuanto a sus materiales, lo que incluye, en caso de tenerlo, las certificaciones con las que cuentan, así como una guía de tallas según el fabricante; de manera que las personas puedan ser conscientes de cuál será el que le va a quedar según su talla y ofrecer facilidades de pago tanto en crédito, como débito y transferencias.
4. Para la cuarta conclusión se destaca que las empresas de productos de Motocicleta, están anuentes a estar en una plataforma de comercio electrónico la cual tenga visibilidad para

todas las personas, de manera que puedan tener mayor cuota de mercado y con ello mayores ventas, por lo cual están dispuestos a adquirir un servicio en el cual pueda vender sus productos a través de un comercio electrónico, además incluso están dispuestas a ceder el inventario para que la empresa gestione tanto el inventario como la entrega.

5. La quinta y última conclusión es sobre el proceso de aspectos legales y registro de una empresa, es importante que cumpla con cada uno de los requisitos de ley para que pueda ser creada correctamente, además de contemplar el riesgo que puede implicar el crear la empresa y el capital inicial de la misma, por lo cual es esencial que se seleccione la implementación de departamentos o subcontratar servicios de acuerdo a las capacidades que pueda tener la empresa, dado que es necesario la reducción de costos de operación sin dejar de lado que son de vital importancia que en cualquiera de los casos deben tener un buen soporte para el desarrollo de las funciones.

Recomendaciones

1. Se debe llevar el control de inventarios de las ventas realizadas en la plataforma por cada una de las empresas, de manera que se pueda pronosticar las ventas y saber cuáles son los productos más buscados por los consumidores, para que al pasar el tiempo se cuente con la información suficiente para conocimiento del mercado y poder vender los productos que generen mejores beneficios económicos.
2. Se recomienda implementar desde el inicio de la plataforma la gestión de CRM para que el sistema pueda entender mejor los patrones de los clientes y su comportamiento en la página. Es importante que al implementar la página en su primera versión sea una interfaz de un uso interactivo y de fácil navegación para los clientes, de manera que al momento de que gusten de un producto el proceso de la compra sea fácil de realizar.
3. Una vez realizada la implementación de los vendedores dentro de la plataforma, se recomienda implementar métricas de ventas para cada uno de los que estén dentro de la misma puedan visualizar quienes son los mejores vendedores y analizar los por qué se encuentran en las respectivas posiciones, esto con el fin de ofrecer alianzas estratégicas que faciliten que al terminar el contrato los vendedores deseen continuar formando parte de la plataforma y renueven su contrato. Además, se recomienda ofrecer a los vendedores que estén bajos dentro de la métrica opciones para que puedan aumentarla, de manera que se vean beneficiados y a su vez la plataforma.

4. Para el proceso de la implementación de la página se recomienda que en conjunto al registro de la empresa se empiece con el proceso de buscar a las empresas que ofrecerán sus productos en la plataforma, de manera que al lanzar MotoCR ya se cuente con varias de las mismas desde los inicios, dentro de las mismas es importante que se puedan incluir concesionarios de motocicletas en el sector de repuestos para el cual sería importante evaluar opciones de contratos.

CAPÍTULO VI PROPUESTA

El presente capítulo contiene tres apartados principales en el cual se presenta la propuesta, plan de implementación y análisis económico, se elaborará la propuesta del diseño de los procesos, procedimientos y requerimientos de comercio electrónico en la empresa MotoCR, basado en los datos obtenidos en el Capítulo IV análisis de la situación actual de la presente investigación mediante las herramientas que fueron implementadas y el análisis realizado.

Propuesta

La propuesta se basa en un diseño de procesos, indicando los requerimientos y procedimientos en el cual la empresa MotoCR puede seguir para poder establecer un comercio electrónico en Costa Rica. Los inversionistas con el capital inicial deberán registrar la empresa para que puedan, posterior a la gestión de los trámites, seguir con los procesos indicados dado que para que se encuentre de forma legal ante la Ley se debe seguir las indicaciones que se muestran en la siguiente Figura 29

Figura 29 Diagrama de Proceso para la inscripción de MotoCR primera etapa



Nota: Jimmy Montenegro Matamoros.

El proceso de la inscripción puede demorar de cuatro a seis semanas, además de ser importante llenar los formularios de forma correcta para facilitar la gestión en los diferentes entes de Gobierno de Costa Rica y que se puede agilizar la gestión.

Posterior a la inscripción de la empresa uno de los procesos que se deberán llevar en conjunto para la plataforma de comercio electrónico es visitar a los prospectos para las ventas dentro de las mismas, los cuales pueden ser tanto moto repuesteras, ventas de indumentaria de los productos de motocicleta y llanteras, de manera que se les presente el modelo de negocio, se les explique los beneficios que van a tener y en caso de estar convencidos del beneficio de la plataforma que firmen el contrato el cual se muestra un ejemplo en el apéndice 2 de la presente investigación . Los cobros

empezarán a regir cuando la plataforma entre en vigencia, cabe destacar que, en caso de no estar interesados en la propuesta inicial, se les va a brindar la oportunidad de posteriormente tener la opción de ingresar una solicitud para ingresar a la plataforma.

En conjunto con este proceso se debe empezar el trámite de iniciar una plataforma de comercio electrónico para reducir la inversión inicial y aprovechar los beneficios de subcontratar el servicio. Para la propuesta se toma en cuenta la opción disponible mediante la opción para Kölbi Negocios la cual ofrece la opción oportuna para la situación de la empresa. Para poder implementar la plataforma, MotoCR deberá asumir el costo de dos paquetes, el primero es el pago mensual denominado sitio web oro, este cuenta con la capacidad de interfaz necesaria y tiene una cuota de ₡ 31.250 colones costarricenses; el segundo paquete es el costo para la plataforma se conforma de pago único por ₡ 305.000 colones costarricenses. Para ambas opciones ya se encuentran incluidos los costos de inducción y de implementación según las necesidades del cliente. Las opciones se encuentran detalladas en el apéndice 3 y en el apéndice 4 correspondientemente.

Es importante destacar que la realización de la página estará a cargo de Kölbi negocios y aunque cuenten con un sitio de plantilla predeterminado el cliente lo puede cambiar al gusto y debe de tener la información con la cual quiere que cuente la interfaz.

Por lo cual para cumplir con las leyes de comercio electrónico y dejar claros los términos y condiciones de la plataforma deberán identificar en la sección inferior de la plataforma y el contenido estará en el apéndice 5 de la presente investigación, en donde se indicaran cuáles son cada uno de los aspectos que se deben cumplir por parte de los clientes y cuáles son las regulaciones de ley que debe cumplir al ser un comercio electrónico MotoCR como lo puede ser el manejo de los datos que proporcionan cada uno de los clientes que realicen una cuenta.

Además, se indican los procesos que deben de cumplir los clientes para los procesos normales que pueden realizarse de parte de cada uno de los usuarios procesos como los de garantías, devoluciones, cambios, retiros en las sucursales de los vendedores, envíos a domicilio.

La información de contacto al servicio al cliente es importante dado que, si los clientes quieren consultar directamente con un colaborador para que le brinde un soporte, estará capacitado para resolver la consulta de la mejor manera de forma eficiente, algunos clientes a pesar de tener la información, puede que no la consulten antes de contactar o que por alguna razón o caso especial que puedan tener por una situación aislada de igual manera guste contactar.

Figura 30 Información de contacto, ayuda, términos de uso.

¿NECESITAS AYUDA?

Estamos para servirte. Contáctanos de Lunes a Viernes. 8am a 5pm.

WhatsApp XXXX-XXXX | [Chat](#) | Teléfono XXXX-XXXX | soporte@motocr.com

Servicio al Cliente

- [Preguntas Frecuentes](#)
- [¿Cómo Comprar?](#)
- [Formas de Pago](#)
- [Envíos y Tarifas](#)
- [Garantías](#)
- [Devoluciones](#)
- [Tarjetas de Regalo](#)
- [Términos de Uso](#)
- [Privacidad](#)
- [Contáctanos](#)

Sobre MotoCR

- [¿Quiénes Somos?](#)
- [Vender con MotoCR](#)
- [Club MotoCR](#)
- [MotoCR Business](#)
- [App de Android](#)
- [App de iPhone](#)
- [App de Huawei](#)

Contáctanos

Nuestro horario de atención es de 8am a 5pm, lunes a viernes.

WhatsApp: XXXX-XXXX
Teléfono: XXXX-XXXX
Correo: soporte@motocr.com

MOTOCR

Recibí ofertas antes que nadie, suscribete aquí:

SUSCRIBIRME

SIGUENOS:



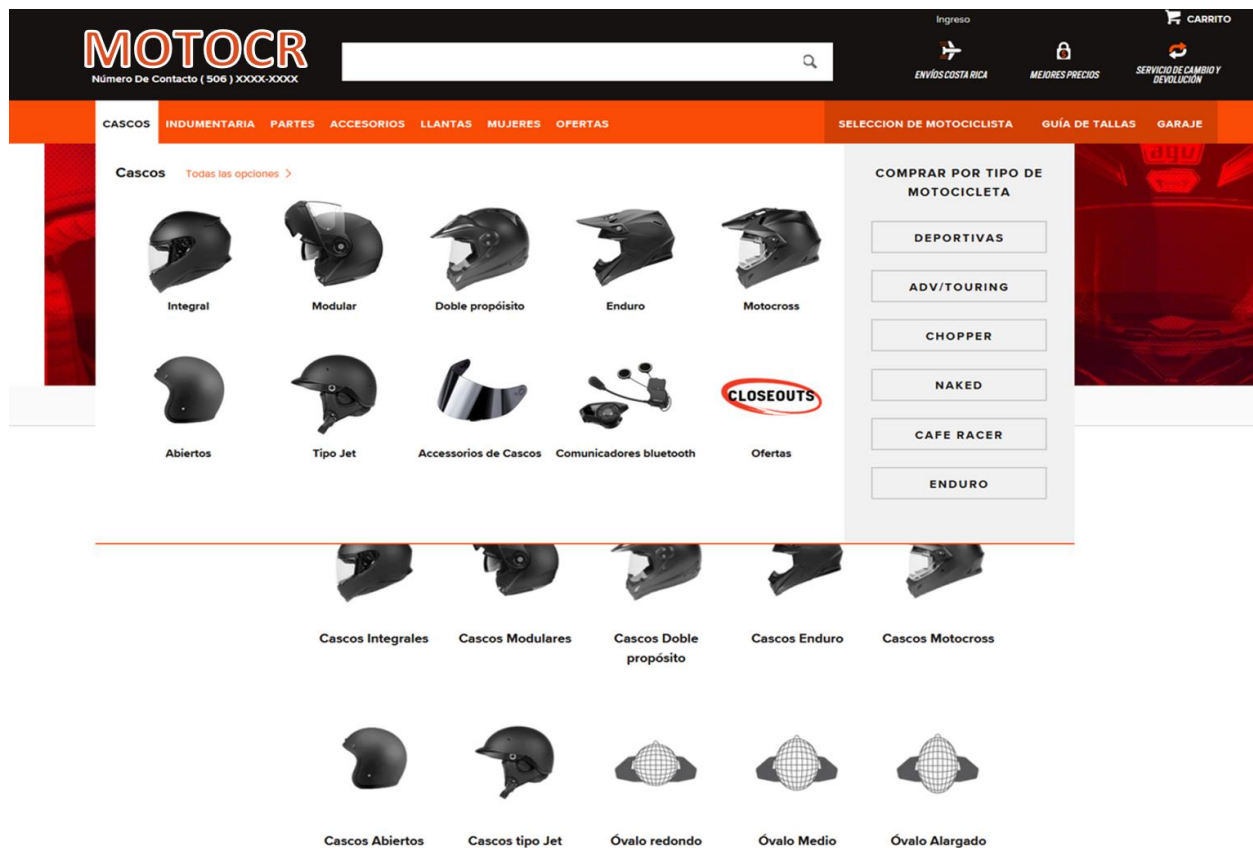
Nota: Jimmy Montenegro Matamoros.

En la Figura 30 se pueden observar aspectos importantes del contenido que se debe incluir como la privacidad por la Ley que aplica a la plataforma de comercio electrónico y así como los procesos que se pueden realizar y que requisitos debe cumplir el cliente para realizarlos. Los métodos de pago aceptados en la plataforma deben ser fácilmente identificables por los clientes de manera que pueda tener la información de que se manejan opciones no solo de débito, también crédito y transferencia directa.

Dado que no todos los motociclistas van a buscar ver todos los productos disponibles dentro de la plataforma parte de que la misma sea interactiva y de fácil uso es brindarle a cada uno de los usuarios de ubicar fácilmente el producto que andan buscando según la preferencia que pueda tener

cada uno de los motociclistas. Un ejemplo de cómo puede ser manejado dentro del comercio electrónico va a ser mostrado en la siguiente Figura 31

Figura 31 Ejemplo de agrupación de productos según categorías disponibles



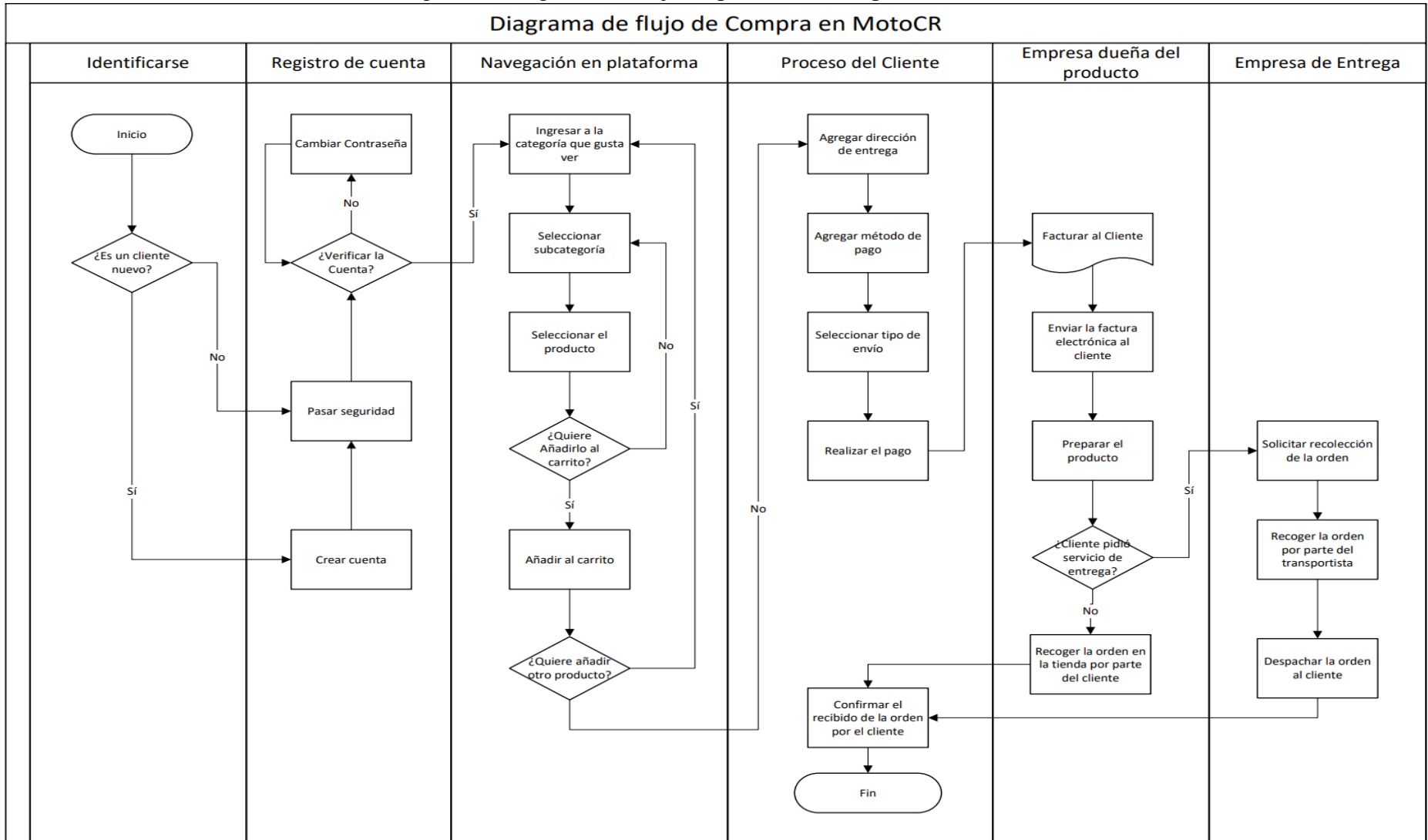
Nota: Jimmy Montenegro Matamoros.

Como se observa en la figura anterior van a haber grupos principales de productos como lo pueden ser casco, indumentaria, partes, accesorios, llantas, mujeres y ofertas. En cada uno de los principales grupos se va a subdividir en categorías de manera que cada uno de los usuarios va a poder elegir según su gusto que tipo de la categoría del grupo gusta elegir, ya que si solo se agrupara en una categoría podrían perder el interés al tratar de ubicar los productos que andan buscando al no encontrar lo que gustan de una forma fácil a través del proceso en que se diseñó.

Por esta razón es importante que los diseños estén pensados para facilitar la navegación en el comercio electrónico al momento de pasar los detalles a la empresa subcontratada para la elaboración de la misma. En la siguiente se va a mostrar sobre el proceso de compra en la Figura

Figura 32 Diagrama de flujo de proceso de compra en Moto CR

Figura 32 Diagrama de flujo de proceso de compra en Moto CR



Nota: Jimmy Montenegro Matamoros.

Como se muestra en la Figura 32 se debe completar el servicio de registro para que el cliente pueda realizar todo el proceso de compra mediante de la plataforma MotoCR si es nuevo debe hacer el registro para su cuenta, en caso de que ya cuente con una solo deberá de verificarla, posterior podrá navegar dentro de la plataforma en búsqueda de los productos que sean necesarios, puede ser desde varios hasta solo uno ya que dependerá de la necesidad del consumidor, posterior deberá agregar la dirección de entrega, el método de pago y seleccionar el método de envío, aunque en cada una de las anteriores si el cliente realiza una compra, la misma quedaran guardadas si el cliente así lo decide, aunque para evitar inconvenientes la selección siempre se deberá realizar ya que puede que el cliente requiera cambiar la dirección de entrega, por alguna razón pagar con una modalidad diferente.

Procedimientos en la empresa MotoCR

Los procedimientos de que se van a realizar en MotoCR son importante por lo cual se van a indicar a continuación:

Devoluciones o solicitud de garantía el cliente

deberá contactar al servicio al cliente de Moto CR y solicitarlo, deberá incluir la factura original, se coordinara con los transportistas para una recolección con el servicio puerta a puerta desde la dirección indicada por el cliente, una vez ingrese al local se confirmara que el estado de la devolución cumpla los requisitos para terminar el proceso que son , no tener contacto con productos con químicos, detergentes o blanqueadores que generen decoloración de las telas, el daño o avería es producto del uso incorrecto del producto, el producto fue alterado, violentado o modificado por el cliente, de no cumplir con lo indicado el cliente deberá pagar para el envío hasta la dirección que el indique dado que no sería elegible para una devolución. Si el cliente posterior a la verificación es elegible se emite un reembolso al método de pago original.

Envíos

El costo de los envíos será cargado al cliente dentro de su factura, en función de lo que cobre la Empresa Transportadora que utiliza es Correos de Costa Rica o Mensajería JFT. Queda aceptado que al cargo por el costo del envío le será sumado un 13% de IVA Impuesto al Valor Agregado, que el transportista cargará en la factura que éste cobrará a la empresa al momento de cancelársele el servicio contratado por el cliente.

Retiro en Sucursales

Los artículos pueden ser retirados en las tiendas de los vendedores en un plazo no mayor a 5 días hábiles a partir de que el pedido es tramitado y confirmado su pago y en ese caso no habrá cargos por envío.

El tiempo de entrega empieza a contar a partir de la confirmación del pago y se puede ver afectado por factores de fuerza mayor, el día y la hora en que se realice la compra.

Reversión del pago

En que corresponde a las ventas efectuadas mediante mecanismos de comercio electrónico y/o ventas online, cuando se haya utilizado para realizar el pago una tarjeta de crédito, débito o cualquier otro medio de pago electrónico, los participantes del proceso de pago deberán reversar los pagos a solicitud del consumidor cuando la compra corresponde a una transacción no solicitada, no se haya recibido el producto comprado dentro del tiempo informado en la política de entrega.

Cambios de los Artículos

Para hacer un cambio en MOTO CR S.A. tiene un plazo de 15 días calendario después de realizada la compra. El cambio deberá efectuarse por un producto de igual o mayor valor (se realizará un cobro de dinero por la diferencia del valor). Si el cambio se hace por un producto de menor valor, no se hará la devolución de la diferencia en dinero. Todos los cambios están sujetos a disponibilidad de inventario. La nota crédito en tienda es válida por un periodo de (3) meses y no se hacen cambios en productos en promoción o descuento.

Garantías

Se acoge a lo indicado en el artículo 43 de la Ley 7442 antes mencionada, en base a que Moto CR elabora y comercializa productos con excelentes estándares de calidad, por lo tanto, son totalmente garantizados. Los clientes deben leer muy bien las instrucciones de uso y lavado y las etiquetas de uso y cuidado, las cuales contienen instrucciones puntuales y muy claras en idioma español, y para el caso de las etiquetas que vengan en idiomas diferentes al español la empresa a agregado etiquetas adicionales traduciendo las originales de fábrica al idioma español para que el consumidor pueda seguir las instrucciones sin dificultad alguna. De igual forma, la empresa puede brindar por medios electrónicos la traducción de los usos y cuidados para los productos que vende traducidos al idioma

español, por lo que le cliente deberá de informarse por esa vía cuando así le sea indicado por la Empresa.

Análisis económico

En esta sección del estudio se desarrolla la evaluación económica del proyecto con el propósito de conocer los costos de implementación de la plataforma en conjunto de los requerimientos necesario según la legislación en Costa Rica actualmente.

Para la primera parte de los costos s de operación se van a indicar los costos de los artículos de oficina el cual se puede observar en la siguiente Tabla 16.

Tabla 16 Costos Artículos de Oficina

Costos Artículos de Oficina	
Computadoras	₡ 400 000,00
Artículos de oficina	₡ 35 200,00
Impresora	₡ 103 000,00
Escritorios	₡ 125 000,00
Sillas	₡ 150 000,00
Total	₡ 813 200,00

Nota: Jimmy Montenegro Matamoros.

Parte importante para los artículos de las oficinas y que se puedan desempeñar correctamente es brindándoles a los colaboradores las computadoras, artículos de oficina, una impresora en el local que cuente con wifi de manera que pueda ser más eficiente el proceso, los escritorios y las sillas para que puedan trabajar de manera correcta.

El lugar para que puedan desempeñar las labores con los anteriores artículos de oficina va a ser realizado en el oficentro el dorado el cual está ubicado en Guadalupe en San José. En la siguiente Figura 33 se va a poder observar las afueras del mismo.

Figura 33 Oficentro de Guadalupe



Nota: Mercado Libre.

El local cuenta con un espacio de 14 metros cuadrados en el cual tiene un servicio propio para los clientes que lleguen y para los colaboradores, cuenta con los servicios de luz y limpieza, en el mismo se ubicaran los artículos de oficina. En cuanto a los gastos de operación que se van a generar durante el desarrollo de MotoCR son los siguientes de la Figura 34.

Figura 34 Costos y Gastos de Operación en MotoCR

Descripción de costos y gastos de Operación	Plazo de pagos	Primer Mes	Plazo de pagos	Segundo Mes	Tercer Mes
Impuesto Nacional a las Sociedades Activas	Anual	₡ 115 550,00	Mensual	₡ 9 629,17	₡ 9 629,17
Registro de empresa ante Registro Nacional	Único	₡ 600 000,00	X	X	X
Costo de Afiliación a planes de Kolbi Negocios	Único	₡ 305 600,00	X	X	X
Costo Artículos de Oficina	Único	₡ 813 200,00	X	X	X
Agentes de Ventas (2)	Mensual	₡ 359 544,27	Mensual	₡ 359 544,27	₡ 359 544,27
Cargas Sociales (51,01%)	Mensual	₡ 366 807,06	Mensual	₡ 366 807,06	₡ 366 807,06
Alquiler de oficina	Mensual	₡ 265 000,00	Mensual	₡ 265 000,00	₡ 265 000,00
Facturación del Servicio Telefónico	Mensual	₡ 15 000,00	Mensual	₡ 15 000,00	₡ 15 000,00
Servicios de plataforma Online de Kolbi Negocios	Mensual	₡ 35 000,00	Mensual	₡ 35 000,00	₡ 35 000,00
Contrato externo de Facturación Tributaria por	Mensual	₡ 8 000,00	Mensual	₡ 8 000,00	₡ 8 000,00
Servicio de internet simetrico banda ancha	Mensual	₡ 35 415,33	Mensual	₡ 35 415,33	₡ 35 415,33
Total de Inversión		₡ 2 919 116,66		₡ 1 094 395,83	₡ 1 094 395,83

Nota: Jimmy Montenegro Matamoros.

EL primer mes va a incluir los el pago anual y únicos como dado que se deben realizar para que se pueda iniciar la plataforma, posterior a eso en los rubros de pago único no se va a seguir pagando dado que la implementación ya estará realizada, mientras que por parte del rubro anual se dividirá el monto entre doce meses para que al momento de que se deba pagar ya se cuente con el dinero para realizar el pago del mismo,

Los costos y gastos de poner en operación a MotoCR con dos colaboradores el administrador de MotoCR llevara el control de los pagos a las empresas subcontratadas, además de afiliar a la

plataforma a los vendedores dando a conocer los beneficios que se obtienen al poder ingresar a un comercio electrónico de ventas exclusivo al sector de las motocicletas, de manera que se pueda tener más capacidad de productos dentro de la misma y volviéndose cada vez la opción más buscada por los motociclistas para comprar los productos relacionados con este sector , así como brindar el soporte a los clientes que estén en contacto para ayudarles antes cualquier situación sobre dudas relacionadas al portal o a realizar una compra de los productos por parte de la persona encargada al servicio del cliente.

El total del monto de la inversión para ser financiada es de un total de ₡ 5.107.908,33 colones costarricenses el cual está previsto para tres meses desde la creación de la empresa los cuales son los adjuntos en la siguiente Figura 35.

Figura 35 Plazos y montos de la inversión financiada

Plazos y Montos de la Inversión Financiada	
Primer Mes	₡ 2 919 116,66
Segundo Mes	₡ 1 094 395,83
Tercer Mes	₡ 1 094 395,83
Total Monto a Financiar	₡ 5 107 908,33

Nota: Jimmy Montenegro Matamoros.

Los plazos son estimados ante una implementación en el mercado por parte de MotoCR los cálculos se han realizado en el tercer cuatrimestre del año dos mil veintiuno y con los precios indicados en la presente fecha del estudio de la investigación por lo cual este sujeto a cambios, el alcance de dicha implementación no está establecidos para ser analizados posterior a una implementación, sin embargo se brindan como una estimación de manera que se da una referencia como de los servicios que son ofrecidos por parte del mercado como lo son Kölbi negocios, Correos de Costa Rica, JTF Mensajería y las tasas de intereses ofrecidas actualmente por los entes financieros para las empresas PYME. Aclarado los puntos para los datos financieros de crédito se proyecta un crédito a 60 meses plazo se buscan diferentes opciones para encontrar la mejor. El cálculo realizado se puede observar en la siguiente Tabla 17.

Tabla 17 Datos de Financiamiento Bancario

Datos de Financiamiento Bancario				
Monto a Financiar:		₡ 5 107 908,33		
Crédito Pyme	Mensualidad	Plazo	% Interés	Tipo Entidad
Coopeservidores	₡ 130 417,81	60 meses	17,90%	Cooperativa
Banco Popular	₡ 103 325,68	60 meses	7,90%	Banca
Banco Nacional	₡ 106 716,49	60 meses	8,95%	Banca
Caja de Ande	₡ 106 841,35	60 meses	9,00%	Cooperativa
Banco de Costa Rica	₡ 107 216,43	60 meses	9,15%	Banca
BAC Credomatic	₡ 106 841,35	60 meses	9,00%	Banca

Nota: Jimmy Montenegro Matamoros.

Según se muestra en la Tabla 17 la mejor opción para el financiamiento del para los costos operativos de la empresa MotoCR es el Banco Popular dado que tiene el porcentaje de interés más bajo con un 7,9% en el cual la empresa deberá pagar mensualmente un monto de ₡103.325, 68 colones costarricenses durante un plazo de sesenta meses para saldar su cuota con el banco.

Dado que se trata de un emprendimiento, la empresa no cuenta con un historial o registro de ventas para lograr tener datos de ventas sin embargo, se ha realizado un pronóstico de las mismas para realizar el VAN y el TIR del proyecto a cinco años de manera que en el primer año se cuenten con diez empresas dentro de la plataforma y que cada año como mínimo entren tres dentro de la plataforma con los mismos términos y condiciones indicados en la presente investigación, abarcando un mercado del cuatro por ciento de la demanda que son los motociclistas según el registro oficial más reciente del Consejo de Seguridad Vial indica que es de 337 838 conductores en el presente año que se realiza la investigación.

Para seguir con un escenario conservador, se espera que cada año la empresa adquiera un dos por ciento del mercado durante los cinco años, por la penetración del mercado que va a tener logrando la aceptación y preferencia por parte de los consumidores por el valor agregado que brinda la plataforma, empezando con un diez por ciento y al tener los cinco años contar con un treinta por ciento de la cuota del mercado a nivel costarricense. Además de que el mercado sigue en crecimiento en el cual cada vez hay más conductores y como mínimo son 18 520 por año, siendo esta cifra fue la mínima reportada en los últimos cinco años más recientes por el impacto que se generó en el año dos mil veinte por la situación global. Aunque para términos de estimación se van

a realizar con la demanda del mercado actual. Para el estimado de ventas y comisiones que va a tener la plataforma con los pronósticos previamente descritos se tiene la siguiente Tabla 18.

Tabla 18 Pronóstico de demanda y ganancias por comisión

Año	Demanda	Cuota de mercado	Total	Clientes	Promedio de compra	Total de ventas	Ingreso a MotoCR (Comisión)
1	337838	4%	13513	13513	₡ 15,000.00	₡ 202,695,000.00	₡ 10,134,750.00
2	337838	2%	6756	20269	₡ 15,000.00	₡ 304,035,000.00	₡ 15,201,750.00
3	337838	2%	6756	27025	₡ 15,000.00	₡ 405,375,000.00	₡ 20,268,750.00
4	337838	2%	6756	33781	₡ 15,000.00	₡ 506,715,000.00	₡ 25,335,750.00
5	337838	2%	6756	40537	₡ 15,000.00	₡ 608,055,000.00	₡ 30,402,750.00

Nota: Jimmy Montenegro Matamoros.

En la Tabla 18 se pueden ver los pronósticos realizados bajo un escenario conservador de la empresa MotoCR al mercado costarricense aprovechando la oportunidad que tiene para lograr liderar el comercio electrónico para los motociclistas, sin embargo durante los cinco primeros años se tiene como meta el treinta por ciento del mercado actual, en un promedio en el cual cada cliente del porcentaje indicado realizando compras con un promedio de diez mil colones en la plataforma, el total de ventas refleja el monto de los productos que son vendidos mediante el comercio electrónico, sin embargo el monto que le ingresa a la empresa MotoCR solo es del cinco por ciento del total de las ventas realizadas lo cual es lo indicado en los contratos con los vendedores. Otro ingreso que se tiene por parte de los vendedores es el pago único al momento de ingresar a la plataforma la cual se puede observar en la siguiente Tabla 19.

Tabla 19 Ingreso por vendedores en plataforma

Año	Vendedores	Monto de ingreso a plataforma	Total
1	10	₡ 30 000,00	₡ 300 000,00
2	3	₡ 30 000,00	₡ 90 000,00
3	3	₡ 30 000,00	₡ 90 000,00
4	3	₡ 30 000,00	₡ 90 000,00
5	3	₡ 30 000,00	₡ 90 000,00

Nota: Jimmy Montenegro Matamoros.

En la Tabla 19 hace referencia al ingreso estimado que va a tener la empresa por los contratos aceptados por los vendedores, en monto que se les solicita en parte es para actualizar la plataforma con los productos que ellos vendan, son un único pago para realizar la gestión antes descrita ya que

por cada venta realizada en la plataforma independientemente del vendedor o el producto MotoCR se va a dejar la comisión del cinco por ciento de la transacción por las ventas. Por lo cual el total de los ingresos son los que se pueden observar en la siguiente Tabla 20.

Tabla 20 Total de ingresos a MotoCR

Año	Ingresos
1	₡ 10,434,750.00
2	₡ 15,291,750.00
3	₡ 20,358,750.00
4	₡ 25,425,750.00
5	₡ 30,492,750.00
Total de ingresos	₡ 102,003,750.00

Nota: Jimmy Montenegro Matamoros.

Con el pronóstico realizado con la demanda indicada en el año dos mil veintiuno, con una proyección de mercado a cinco años abarcando el treinta por ciento durante un crecimiento gradual con una compra por cada cliente indicado de quince mil colones costarricenses lo cual es inferior al costo para los insumos de un mantenimiento de motocicleta anual, un kit de arrastre o un caso económico con la certificación de seguridad, un par de llantas para el cambio de las mimas, por lo cual puede ser un monto mayor, sin embargo el monto de referencia de cada compra se da bajo un escenario conservador, lo cual es importante recalcar dado que se prefiere un escenario el cual este por debajo de uno ideal, a razón de que la empresa no cuenta con datos históricos para realizar uno de acuerdo a dicha información y que es importante que empiece a gestionar al iniciar la operación.

Además es importante destacar que a pesar de que los ingresos son altos por el modelo de negocio en el cual está planteado la empresa deberá tomar esos ingresos para mejorar el servicio, dado que a medida que aumenten los clientes, será necesario contratar más personas al igual que en el sector de desarrollo de la página web se puede dejar de lado el servicio de una empresa externa para contratar a personal capacitado para tener un propio departamento de IT en MotoCR de manera que pueda ser beneficiosa de ser implementado de forma correcta, realizar este cambio es costoso sin embargo los cambios deben realizarse con el fin de tener mayor control dentro de la empresa y también ofreciendo cada vez un mejor servicio, otra opción es incursionar con las entregas de manera que se puedan entregar con sus propios vehículos aunque sería una opción a evaluar con un estudio más en profundidad. Por lo cual se presenta el presupuesto para los cinco años según la

demanda con el modelo de negocio de comercio electrónico que se puede observar en la siguiente Tabla 21.

Tabla 21 Presupuesto de Ingresos y Egresos totales

Años	Ingresos totales	Egresos totales	Flujo de Efectivo
1	₪ 10,134,750.00	₪ 14,957,470.80	-₪ 4,822,720.80
2	₪ 15,201,750.00	₪ 14,957,470.80	₪ 244,279.20
3	₪ 20,268,750.00	₪ 14,957,470.80	₪ 5,311,279.20
4	₪ 25,335,750.00	₪ 14,957,470.80	₪ 10,378,279.20
5	₪ 30,402,750.00	₪ 14,957,470.80	₪ 15,445,279.20

Nota: Jimmy Montenegro Matamoros.

De la Tabla 21 anterior del presupuesto para los cinco años posteriores del inicio de operaciones, se toma en cuenta la implementación de nuevo personal, aumentando en el segundo año y uno mayor para el siguiente que es en el tercer año, el cual se espera sea contratado personal especializado que aumente el crecimiento de la empresa y las alianzas estratégicas que pueda desarrollar, los artículos de oficina necesarios, así como un cambio de ubicación dentro de la misma provincia, el alquiler de un local más costoso están contemplados en la estimación y de igual manera es importante recalcar los puntos de que se recomienda un sector en la empresa de IT y un estudio para realizar el transporte propio de las entregas para los clientes.

VAN y TIR

Para la evaluación sobre si el proyecto es rentable se usan las herramientas del VAN y el TIR de manera que es realizado y se puede ver en la siguiente Tabla 22.

Tabla 22 Calculo del VAN y TIR

	Tasa de descuento	7.90%
	Inversión inicial	-₪ 5,107,908
Flujo Neto de Efectivo Proyectado	Año 1	-₪ 4,822,720.80
	Año 2	₪ 244,279.20
	Año 3	₪ 5,311,279.20
	Año 4	₪ 10,378,279.20
	Año 5	₪ 15,445,279.20
	VAN	₪13,077,549.93
	TIR	36%

Nota: Jimmy Montenegro Matamoros.

En la Tabla 22 se puede apreciar que el TIR es de un treinta y seis por ciento, lo cual se logra concluir que la rentabilidad del proyecto es viable por aprovechando la oportunidad de negocio además el ingreso es importante que sea manejado de forma correcta por parte de la empresa de manera de manera que con el paso de los años se cuente con un mejor servidor y se tengan los departamentos y expertos necesarios para satisfacer la necesidad de los clientes.

Plan de Implementación

Para el plazo de implementación se tiene en cuenta todos y cada uno de los procesos necesarios durante las dieciocho semanas que incluye el tiempo hasta la salida al público de la plataforma de comercio electrónico MotoCR, por lo cual para estar totalmente operativa recibiendo ordenes de los clientes es necesario cuatro meses y medio. Se pueden observar en la siguiente Figura 36.

Figura 36 Plan de Implementación

Actividad	SEMANAS																	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
Registro de la Empresa																		
Registro de la Empresa																		
Abrir cuenta Bancaria																		
Registrar un Estatuto de Incorporación																		
Registrar la empresa como contribuyente																		
Registrarse en la Caja Costarricense de Seguro Social																		
Registrarse en el Instituto Nacional de Seguros																		
Registro de marca o nombre comercial																		
Patente en la Municipalidad																		
Contratar servicios de teléfono y internet																		
Contratar oficinas centrales																		
Inicio de actividad en las oficinas																		
Contratar al personal de oficina																		
Buscar candidatos para los puestos requeridos																		
Realizar revision de los curriculum																		
Descartar candidatos y seleccionar lo mejores curriculum																		
Realizar las entrevistas de trabajo																		
Firmar el contrato de trabajo																		
Induccion y capacitación																		
Cotratos de Plataforma con Kölbi Negocios																		
Agendar cita con el encargado																		
Revisar el contrato y los detalles necesarios en la plataforma																		
Firmar el contrato de la plataforma																		
Empieza el diseño de la plataforma en Kölbi																		
Revisar la correcta implementación los sistemas de comunicación																		
Revisar la correcta implementación de los procesos de compra																		
Revisar la correcta información de los términos y condiciones																		
Entrega en funcion de la plataforma MotoCR																		
Capacitacion a los integrantes de la empresa																		
Contratos con los vendedores de plataforma																		
Contactar a los posibles vendedores de la plataforma																		
Firmar contratos con los vendedores de la plataforma																		
Comienzo de la publicidad para el mercado de motociclistas																		
Realizar la gestión de Comercio electrónico																		
Salida a público del comercio electrónico MotoCR																		
Analizar Resultados y Registro de ventas																		

Nota: Jimmy Montenegro Matamoros.

REFERENCIAS

- Altamirano, I., & Pier, A. (2017). *Análisis y diseño de un E-COMMERCE constructor para mejorar el sistema de ventas en la empresa comercial santa rosa de la ciudad de Ica [Licenciatura en Ingeniería de Sistemas, Universidad Nacional San Luis Gonzaga de Ica, Perú]*. <https://www.unica.edu.pe/>
- Anaya, J. (2014). *El diagnóstico logístico*. ESIC Editorial.
- Arroyo, E. (sf). *Ministerio de Economía, Industria y Comercio*. Pymes ticas pueden acceder al comercio electrónico: <https://www.meic.go.cr/meic/comunicado/985/pymes-ticas-pueden-acceder-al-comercio-electronico-con-el-oea-plan-de-digitalizacion-mipyme-liderado-por-el-meic.php>
- Comité Europeo de Normalización. (2012). *EN 1621-1:2012*. Comité Europeo de Normalización.
- Comité Europeo de Normalización. (2014). *EN 1621-2:2014*. Comité Europeo de Normalización.
- Comité Europeo de Normalización. (2020). *EN 17092-1:2020*. Comité Europeo de Normalización.
- Consejo de Seguridad Vial. (2019). *Observatorio De Seguridad Vial*. Anuarios estadísticos de accidentes de tránsito con víctimas: <https://www.csv.go.cr/estad%C3%ADsticas>
- Cruz, A. (2017). *Gestión de Inventarios*. IC Editorial.
- Cuatrecasas, L. (2012). *Organización de la producción y dirección de operaciones*. Diaz de Santos.
- Domínguez, G., Domínguez, A., & Torres, J. (2016). *Didáctica y aplicación de la Administración de Operaciones*. Instituto Mexicano de Contadores .
- Dueñas, J. (2018). *Gestión de proveedores*. IC Editorial.
- Fernández, A., Sánchez, M., Jiménez, H., & Hernández, R. (2015). La importancia de la innovación comercio electrónico. *Universia Business Review*, 1(8), 106-123. <http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=0&sid=3db4ea00-2bf5-480e-859f-af29892fe4de%40pdc-v-sessmgr03>
- González, Ó., & Arciniegas, J. (2016). *Sistema de Gestión de Calidad*. Ecoe Ediciones.
- González, C., Domingo, R., & Pérez, M. (2013). *Técnicas de mejora de la calidad*. Universidad Nacional de Educacion a Distancia Madrid.
- Guédez, M. (2019). La adopción del comercio electrónico en las PyMEs. *Revista Gestión y Desarrollo Libre*, 4(8), 1-18. <http://www.unilibrecucuta.edu.co/ojs/index.php/gestionyd/article/view/424>

- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación*. McGraw-Hill Education.
- ISO. (2015). *Norma Internacional ISO 9000*. ISO.
- Jones, C., Motta, J., & Verónica, M. (2016). Gestión estratégica de tecnologías de información y comunicación y adopción del comercio. *ELSEVIER*, 32(1), 1-10. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2015.12.003>
- Laudon, K., & Guercio, C. (2013). *E-commerce*. Pearson.
- Lester, A. (2014). *Project Management, planning and control*. APM and BSI Standards.
- López, J. (2014). *Gestión de inventarios*. Editorial ELEARNING S.L.
- Monsalvo, R., Romero, M., Mirnada, M., & Muñoz, G. (2014). *Balance de materia*. Grupo Editorial Patria.
- Nevárez, J. (2014). *E-commerce*. Editorial Digital UNID .
- Ñaupari, M. (2018). *Diseño de un E-Commerce con UX y las ventas de productos artesanales en la asociación de artesanas acedes Perú*. [Licenciatura en Ingeniería Industrial, Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Perú]. <https://unjfsc.edu.pe/>
- Peña, N. (2014). *Gestión y control de los sistemas de Información*. Editorial ELEARNING S.L.
- Pereira, C. (2019). *Control interno en las empresas: Su aplicación y efectividad*. Instituto Mexicano de Contadores Públicos.
- Roger, S., Susan, M., & Johnny, R. (2011). *Administración de operaciones*. McGraw-Hill.
- Ruiz, K., & Méndez, D. (2019). *Diseño de un modelo de negocio basado en el e-commerce para el sector ferretero de la calle Rumichaca de Guayaquil*. [Licenciatura Ingeniería de Sistemas, Ecuador: Universidad de Guayaquil, Ecuador] <http://www.ug.edu.ec/>
- Saavedra, A. (2016). *Análisis y diseño de un sistema e-commerce para la gestión de ventas caso empresa world of cakes*. [Licenciatura en Ingeniería Industrial, Universidad de Piura, Perú]. <https://udep.edu.pe/>
- Sánchez, C. (2019). Impacto del comercio electrónico en las pymes de la ciudad de Santa Rosa, La Pampa. *Universidad Nacional de la Pampa*, 9(2), 108-122. <https://cerac.unlpam.edu.ar/index.php/perspectivas/article/view/4022>
- Sánchez, J., & Juárez, F. (2017). La adopción del comercio electrónico en las Pymes una revisión de la literatura exploratoria. *Revista de ciencias sociales aplicadas*, 1(7), 78-94. <http://www.unilibrecucuta.edu.co/ojs/index.php/gestionyd/article/view/424>

- Sánchez, L. (2018). *Diagnóstico sobre la situación del transporte y la movilidad en Costa Rica*. Repositorio Institucional CONARE: <http://hdl.handle.net/20.500.12337/2962>
- Tous, D., Guzmán, V., Manuel, C., & Eva, S. (2019). *Sistemas de Producción*. ESIC Editorial.
- Ucha, F. (2010). *Cumplimiento*. Definición ABC: <https://www.definicionabc.com/general/cumplimiento.php#ixzz3PIcuYQkn>
- Zafra, I. (2020). *E-commerce basado en microservicios para el proceso de ventas en la empresa COMATPERU S.A.C. [Licenciatura Ingeniería de Sistemas, Universidad César Vallejo, Perú]*. <https://www.ucv.edu.pe/>

APÉNDICES

Apéndice 1 Costos de Mensajería JTF

LISTA DE PRECIOS SERVICIOS EXPRESS 2020



6100-1563 / 8323-5315 • info@jtfmensajeria.com • www.jtfmensajeria.com

Código	Provincia	Cantón	Distrito	Tarifa
1	San José	San José	El Carmen	₡3 000,00
2	San José	San José	Merced	₡3 000,00
3	San José	San José	Hospital	₡3 000,00
4	San José	San José	Catedral	₡3 000,00
5	San José	San José	Zapote	₡3 000,00
6	San José	San José	San Francisco de Dos Ríos	₡3 000,00
7	San José	San José	Uruca	₡3 000,00
8	San José	San José	Mata Redonda	₡3 000,00
9	San José	San José	Pavas	₡3 000,00
10	San José	San José	Hatillo	₡3 000,00
11	San José	San José	San Sebastián	₡3 000,00
12	San José	Escazú	Escazú	₡3 000,00
13	San José	Escazú	San Antonio	₡3 000,00
14	San José	Escazú	San Rafael	₡3 000,00
15	San José	Desamparados	Desamparados	₡3 000,00
16	San José	Desamparados	San Miguel	₡3 500,00
17	San José	Desamparados	San Juan de Dios	₡3 500,00
18	San José	Desamparados	San Rafael Arriba	₡3 000,00
19	San José	Desamparados	San Antonio	₡3 000,00
20	San José	Desamparados	Frailes	₡20 135,00
21	San José	Desamparados	Patarrá	₡3 500,00
22	San José	Desamparados	San Cristóbal	₡13 950,00
23	San José	Desamparados	Rosario	₡7 900,00
24	San José	Desamparados	Damas	₡3 500,00
25	San José	Desamparados	San Rafael Abajo	₡3 000,00
26	San José	Desamparados	Gravilias	₡3 000,00
27	San José	Desamparados	Los Guido	₡3 500,00
28	San José	Puriscal	Santiago	₡21 410,00
29	San José	Puriscal	Mercedes Sur	₡24 375,00
30	San José	Puriscal	Barbacoas	₡24 885,00
31	San José	Puriscal	Grifo Alto	₡28 515,00
32	San José	Puriscal	San Rafael	₡21 870,00
33	San José	Puriscal	Candelarita	₡26 060,00
34	San José	Puriscal	Desamparaditos	₡24 885,00
35	San José	Puriscal	San Antonio	₡22 175,00
36	San José	Puriscal	Chires	Cotizar
37	San José	Tarrazú	San Marcos	₡30 715,00
38	San José	Tarrazú	San Lorenzo	₡32 040,00

39	San José	Tarrazú	San Carlos	Cotizar
40	San José	Aserri	Aserri	¢3 500,00
41	San José	Aserri	Tarbaca	¢6 650,00
42	San José	Aserri	Vuelta de Jorco	¢14 100,00
43	San José	Aserri	San Gabriel	¢7 900,00
44	San José	Aserri	Legua	¢25 250,00
45	San José	Aserri	Monterrey	Cotizar
46	San José	Aserri	Salitrillos	¢3 500,00
47	San José	Mora	Colón	¢6 650,00
48	San José	Mora	Guayabo	¢17 800,00
49	San José	Mora	Tabarcia	¢17 100,00
50	San José	Mora	Piedras Negras	¢21 300,00
51	San José	Mora	Picagres	¢24 500,00
52	San José	Goicoechea	Guadalupe	¢3 000,00
53	San José	Goicoechea	San Francisco	¢3 000,00
54	San José	Goicoechea	Calle Blancos	¢3 000,00
55	San José	Goicoechea	Mata de Plátano	¢3 500,00
56	San José	Goicoechea	Ipís	¢3 500,00
57	San José	Goicoechea	Rancho Redondo	¢6 650,00
58	San José	Goicoechea	Purrál	¢3 000,00
59	San José	Santa Ana	Santa Ana	¢3 500,00
60	San José	Santa Ana	Salitral	¢7 500,00
61	San José	Santa Ana	Pozos	¢3 500,00
62	San José	Santa Ana	Uruca	Cotizar
63	San José	Santa Ana	Piedades	¢4 500,00
64	San José	Santa Ana	Brasil	¢4 500,00
65	San José	Alajuelita	Alajuelita	¢3 000,00
66	San José	Alajuelita	San Josecito	¢3 000,00
67	San José	Alajuelita	San Antonio	¢3 000,00
68	San José	Alajuelita	Concepción	¢3 000,00
69	San José	Alajuelita	San Felipe	¢3 000,00
70	San José	Vázquez de Coronado	San Isidro	¢3 500,00
71	San José	Vázquez de Coronado	San Rafael	¢3 500,00
72	San José	Vázquez de Coronado	Dulce Nombre de Jesús	¢3 900,00
73	San José	Vázquez de Coronado	Patalillo	¢3 500,00
74	San José	Vázquez de Coronado	Cascajal	¢6 650,00
75	San José	Acosta	San Ignacio	¢15 250,00
76	San José	Acosta	Guaitil	¢23 700,00
77	San José	Acosta	Palmichal	¢21 000,00
78	San José	Acosta	Cangrejal	¢20 750,00
79	San José	Acosta	Sabanillas	¢25 000,00
80	San José	Tibás	San Juan	¢3 000,00
81	San José	Tibás	Cinco Esquinas	¢3 000,00
82	San José	Tibás	Anselmo Llorente	¢3 000,00
83	San José	Tibás	León XIII	¢3 000,00
84	San José	Tibás	Colima	¢3 000,00
85	San José	Moravia	San Vicente	¢3 000,00

86	San José	Moravia	San Jerónimo	¢6 650,00
87	San José	Moravia	Trinidad	¢3 500,00
88	San José	Montes de Oca	San Pedro	¢3 000,00
89	San José	Montes de Oca	Sabanilla	¢3 000,00
90	San José	Montes de Oca	Mercedes	¢3 000,00
91	San José	Montes de Oca	San Rafael	¢3 500,00
92	San José	Turrubares	San Pablo	¢29 000,00
93	San José	Turrubares	San Pedro	¢34 500,00
94	San José	Turrubares	San Juan de Mata	¢32 250,00
95	San José	Turrubares	San Luis	¢35 200,00
96	San José	Turrubares	Carara	¢48 500,00
97	San José	Dota	Santa María	¢34 300,00
98	San José	Dota	Jardín	¢28 900,00
99	San José	Dota	Copey	¢33 500,00
100	San José	Curridabat	Curridabat	¢3 000,00
101	San José	Curridabat	Granadilla	¢3 500,00
102	San José	Curridabat	Sánchez	¢3 500,00
103	San José	Curridabat	Tirrasas	¢3 000,00
104	San José	Pérez Zeledón	San Isidro del General	¢71 540,00
105	San José	Pérez Zeledón	General	¢71 540,00
106	San José	Pérez Zeledón	Daniel Flores	¢71 540,00
107	San José	Pérez Zeledón	Rivas	¢60 800,00
108	San José	Pérez Zeledón	San Pedro	¢81 250,00
109	San José	Pérez Zeledón	Platanares	¢77 200,00
110	San José	Pérez Zeledón	Pejibaye	¢85 400,00
111	San José	Pérez Zeledón	Cajón	¢79 700,00
112	San José	Pérez Zeledón	Barú	¢79 200,00
113	San José	Pérez Zeledón	Río Nuevo	¢71 540,00
114	San José	Pérez Zeledón	Páramo	¢65 400,00
115	San José	León Cortés	San Pablo	¢33 700,00
116	San José	León Cortés	San Andrés	¢18 700,00
117	San José	León Cortés	Llano Bonito	¢41 000,00
118	San José	León Cortés	San Isidro	¢37 000,00
119	San José	León Cortés	Santa Cruz	¢27 700,00
120	San José	León Cortés	San Antonio	¢21 000,00
121	Alajuela	Alajuela	Alajuela	¢7 200,00
122	Alajuela	Alajuela	San José	Cotizar
123	Alajuela	Alajuela	Carrizal	¢15 600,00
124	Alajuela	Alajuela	San Antonio	¢7 200,00
125	Alajuela	Alajuela	Guácima	¢7 500,00
126	Alajuela	Alajuela	San Isidro	Cotizar
127	Alajuela	Alajuela	Sabanilla	¢15 000,00
128	Alajuela	Alajuela	San Rafael	¢7 200,00
129	Alajuela	Alajuela	Río Segundo	Cotizar
130	Alajuela	Alajuela	Desamparados	¢7 200,00
131	Alajuela	Alajuela	Turrúcares	¢16 600,00
132	Alajuela	Alajuela	Tambor	¢7 200,00

133	Alajuela	Alajuela	Garita	¢17 300,00
134	Alajuela	Alajuela	Sarapiquí	¢44 000,00
135	Alajuela	San Ramón	San Ramón	¢30 500,00
136	Alajuela	San Ramón	Santiago	¢31 500,00
137	Alajuela	San Ramón	San Juan	¢26 400,00
138	Alajuela	San Ramón	Piedades Norte	¢36 800,00
139	Alajuela	San Ramón	Piedades Sur	¢35 800,00
140	Alajuela	San Ramón	San Rafael	¢28 600,00
141	Alajuela	San Ramón	San Isidro	¢26 700,00
142	Alajuela	San Ramón	Ángeles	Cotizar
143	Alajuela	San Ramón	Álfaro	¢40 200,00
144	Alajuela	San Ramón	Volio	¢33 500,00
145	Alajuela	San Ramón	Concepción	¢28 000,00
146	Alajuela	San Ramón	Zapotal	Cotizar
147	Alajuela	San Ramón	Peñas Blancas	Cotizar
148	Alajuela	Grecia	Grecia	¢23 300,00
149	Alajuela	Grecia	San Isidro	¢27 000,00
150	Alajuela	Grecia	San José	Cotizar
151	Alajuela	Grecia	San Roque	¢18 000,00
152	Alajuela	Grecia	Tacares	¢16 300,00
153	Alajuela	Grecia	Río Cuarto	¢35 300,00
154	Alajuela	Grecia	Puente de Piedra	¢21 000,00
155	Alajuela	Grecia	Bolívar	Cotizar
156	Alajuela	San Mateo	San Mateo	¢ 30 800,00
157	Alajuela	San Mateo	Desmonte	¢ 27 300,00
158	Alajuela	San Mateo	Jesús María	Cotizar
159	Alajuela	Atenas	Atenas	¢19 300,00
160	Alajuela	Atenas	Jesús	Cotizar
161	Alajuela	Atenas	Mercedes	¢21 500,00
162	Alajuela	Atenas	San Isidro	¢25 700,00
163	Alajuela	Atenas	Concepción	¢20 000,00
164	Alajuela	Atenas	San José	¢24 000,00
165	Alajuela	Atenas	Santa Eulalia	¢21 200,00
166	Alajuela	Atenas	Escobal	¢24 600,00
167	Alajuela	Naranjo	Naranjo	¢ 25 000,00
168	Alajuela	Naranjo	San Miguel	¢24 500,00
169	Alajuela	Naranjo	San José	¢24 900,00
170	Alajuela	Naranjo	Cirrí Sur	Cotizar
171	Alajuela	Naranjo	San Jerónimo	¢17 900,00
172	Alajuela	Naranjo	San Juan	¢26 400,00
173	Alajuela	Naranjo	Rosario	¢21 300,00
174	Alajuela	Palmares	Palmares	¢ 27 900,00
175	Alajuela	Palmares	Zaragoza	¢26 700,00
176	Alajuela	Palmares	Buenos Aires	¢28 300,00
177	Alajuela	Palmares	Santiago	¢ 31 500,00
178	Alajuela	Palmares	Candelaria	¢26 000,00
179	Alajuela	Palmares	Esquipulas	¢27 500,00

227	Alajuela	Guatuso	San Rafael	Cotizar
228	Alajuela	Guatuso	Buenavista	Cotizar
229	Alajuela	Guatuso	Cote	Cotizar
230	Alajuela	Poas	Poas	¢15 000,00
230	Cartago	Cartago	Oriental	¢6 650,00
231	Cartago	Cartago	Occidental	¢6 650,00
232	Cartago	Cartago	Carmen	Cotizar
233	Cartago	Cartago	San Nicolás	¢6 650,00
234	Cartago	Cartago	Aguacaliente (San Francisco)	¢6 650,00
235	Cartago	Cartago	Guadalupe (Arenilla)	Cotizar
236	Cartago	Cartago	Corralillo	Cotizar
237	Cartago	Cartago	Tierra Blanca	¢17 800,00
238	Cartago	Cartago	Dulce Nombre	¢7 900,00
239	Cartago	Cartago	Llano Grande	Cotizar
240	Cartago	Cartago	Quebradilla	Cotizar
241	Cartago	Paraíso	Paraíso	¢15 600,00
242	Cartago	Paraíso	Santiago	¢22 200,00
243	Cartago	Paraíso	Orosi	¢20 400,00
244	Cartago	Paraíso	Cachí	¢21 700,00
245	Cartago	Paraíso	Llanos de Santa Lucía	¢18 500,00
246	Cartago	La Unión	Tres Ríos	¢3 900,00
247	Cartago	La Unión	San Diego	¢3 900,00
248	Cartago	La Unión	San Juan	Cotizar
249	Cartago	La Unión	San Rafael	¢24 200,00
250	Cartago	La Unión	Concepción	¢3 500,00
251	Cartago	La Unión	Dulce Nombre	¢3 500,00
252	Cartago	La Unión	San Ramón	Cotizar
253	Cartago	La Unión	Río Azul	Cotizar
254	Cartago	Jiménez	Juan Viñas	Cotizar
255	Cartago	Jiménez	Tucurrique	Cotizar
256	Cartago	Jiménez	Pejibaye	Cotizar
257	Cartago	Turrialba	Turrialba	Cotizar
258	Cartago	Turrialba	La Suiza	Cotizar
259	Cartago	Turrialba	Peralta	Cotizar
260	Cartago	Turrialba	Santa Cruz	Cotizar
261	Cartago	Turrialba	Santa Teresita	Cotizar
262	Cartago	Turrialba	Pavones	Cotizar
263	Cartago	Turrialba	Tuis	Cotizar
264	Cartago	Turrialba	Tayutic	Cotizar
265	Cartago	Turrialba	Santa Rosa	Cotizar
266	Cartago	Turrialba	Tres Equis	Cotizar
267	Cartago	Turrialba	La Isabel	Cotizar
268	Cartago	Turrialba	Chirripó	Cotizar
269	Cartago	Alvarado	Pacayas	¢19 000,00
270	Cartago	Alvarado	Cervantes	¢19 200,00
271	Cartago	Alvarado	Capellades	¢21 100,00
272	Cartago	Oreamuno	San Rafael	Cotizar

273	Cartago	Oreamuno	Cot	₡17 800,00
274	Cartago	Oreamuno	Potrero Cerrado	₡18 400,00
275	Cartago	Oreamuno	Cipreses	₡19 500,00
276	Cartago	Oreamuno	Santa Rosa	₡31 800,00
277	Cartago	El Guarco	Tejar	₡6 650,00
278	Cartago	El Guarco	San Isidro	Cotizar
279	Cartago	El Guarco	Tobosi	Cotizar
280	Cartago	El Guarco	Patio de Agua	Cotizar
281	Heredia	Heredia	Heredia	₡4 500,00
282	Heredia	Heredia	Mercedes	₡4 500,00
283	Heredia	Heredia	San Francisco	₡4 500,00
284	Heredia	Heredia	Ulloa	₡4 500,00
285	Heredia	Heredia	Varablanca	₡23 000,00
286	Heredia	Barva	Barva	₡4 500,00
287	Heredia	Barva	San Pedro	₡4 500,00
288	Heredia	Barva	San Pablo	₡4 500,00
289	Heredia	Barva	San Roque	₡4 500,00
290	Heredia	Barva	Santa Lucía	₡4 500,00
291	Heredia	Barva	San José de la Montaña	₡8 000,00
292	Heredia	Santo Domingo	Santo Domingo	₡4 500,00
293	Heredia	Santo Domingo	San Vicente	₡4 500,00
294	Heredia	Santo Domingo	San Miguel	₡4 500,00
295	Heredia	Santo Domingo	Paracito	₡4 500,00
296	Heredia	Santo Domingo	Santo Tomás	₡4 500,00
297	Heredia	Santo Domingo	Santa Rosa	₡4 500,00
298	Heredia	Santo Domingo	Tures	Cotizar
299	Heredia	Santo Domingo	Pará	₡4 500,00
300	Heredia	Santa Bárbara	Santa Bárbara	₡7 500,00
301	Heredia	Santa Bárbara	San Pedro	Cotizar
302	Heredia	Santa Bárbara	San Juan	Cotizar
303	Heredia	Santa Bárbara	Jesús	Cotizar
304	Heredia	Santa Bárbara	Santo Domingo	Cotizar
305	Heredia	Santa Bárbara	Purabá	Cotizar
306	Heredia	San Rafael	San Rafael	Cotizar
307	Heredia	San Rafael	San Josecito	₡4 500,00
308	Heredia	San Rafael	Santiago	₡4 500,00
309	Heredia	San Rafael	Ángeles	Cotizar
310	Heredia	San Rafael	Concepción	₡4 500,00
311	Heredia	San Isidro	San Isidro	₡4 500,00
312	Heredia	San Isidro	San José	₡4 500,00
313	Heredia	San Isidro	Concepción	₡4 500,00
314	Heredia	San Isidro	San Francisco	₡4 500,00
315	Heredia	Belén	San Antonio	₡4 500,00
316	Heredia	Belén	Ribera	₡4 500,00
317	Heredia	Belén	Asunción	₡4 500,00
318	Heredia	Flores	San Joaquín	₡4 500,00
319	Heredia	Flores	Barrantes	Cotizar

320	Heredia	Flores	Llorente	¢4 500,00
321	Heredia	San Pablo	San Pablo	¢4 500,00
322	Heredia	Sarapiquí	Puerto Viejo	Cotizar
323	Heredia	Sarapiquí	La Virgen	Cotizar
324	Heredia	Sarapiquí	Horquetas	Cotizar
325	Heredia	Sarapiquí	Llanuras del Gaspar	Cotizar
326	Heredia	Sarapiquí	Cureña	Cotizar
327	Guanacaste	Liberia	Liberia	Cotizar
328	Guanacaste	Liberia	Cañas Dulces	Cotizar
329	Guanacaste	Liberia	Mayorga	Cotizar
330	Guanacaste	Liberia	Nacascolo	Cotizar
331	Guanacaste	Liberia	Curubandé	Cotizar
332	Guanacaste	Nicoya	Nicoya	Cotizar
333	Guanacaste	Nicoya	Mansión	Cotizar
334	Guanacaste	Nicoya	San Antonio	Cotizar
335	Guanacaste	Nicoya	Quebrada Honda	Cotizar
336	Guanacaste	Nicoya	Sámara	Cotizar
337	Guanacaste	Nicoya	Nosara	Cotizar
338	Guanacaste	Nicoya	Belén de Nosarita	Cotizar
339	Guanacaste	Santa Cruz	Santa Cruz	¢115 000,00
340	Guanacaste	Santa Cruz	Bolsón	Cotizar
341	Guanacaste	Santa Cruz	Veintisiete de Abril	Cotizar
342	Guanacaste	Santa Cruz	Tempate	Cotizar
343	Guanacaste	Santa Cruz	Cartagena	Cotizar
344	Guanacaste	Santa Cruz	Cuajiniquil	Cotizar
345	Guanacaste	Santa Cruz	Diriá	Cotizar
346	Guanacaste	Santa Cruz	Cabo Velas	Cotizar
347	Guanacaste	Santa Cruz	Tamarindo	Cotizar
348	Guanacaste	Bagaces	Bagaces	Cotizar
349	Guanacaste	Bagaces	Fortuna	Cotizar
350	Guanacaste	Bagaces	Mogote	Cotizar
351	Guanacaste	Bagaces	Río Naranjo	Cotizar
352	Guanacaste	Carrillo	Filadelfia	Cotizar
353	Guanacaste	Carrillo	Palmira	Cotizar
354	Guanacaste	Carrillo	Sardinal	Cotizar
355	Guanacaste	Carrillo	Belén	Cotizar
356	Guanacaste	Cañas	Cañas	¢81 800,00
357	Guanacaste	Cañas	Palmira	Cotizar
358	Guanacaste	Cañas	San Miguel	Cotizar
359	Guanacaste	Cañas	Bebedero	Cotizar
360	Guanacaste	Cañas	Porozal	Cotizar
361	Guanacaste	Abangares	Juntas	Cotizar
362	Guanacaste	Abangares	Sierra	Cotizar
363	Guanacaste	Abangares	San Juan	Cotizar
364	Guanacaste	Abangares	Colorado	Cotizar
365	Guanacaste	Tilarán	Tilarán	¢93 000,00
366	Guanacaste	Tilarán	Quebrada Grande	Cotizar

367	Guanacaste	Tilarán	Tronadora	Cotizar
368	Guanacaste	Tilarán	Santa Rosa	Cotizar
369	Guanacaste	Tilarán	Líbano	Cotizar
370	Guanacaste	Tilarán	Tierras Morenas	Cotizar
371	Guanacaste	Tilarán	Arenal	Cotizar
372	Guanacaste	Nandayure	Carmona	Cotizar
373	Guanacaste	Nandayure	Santa Rita	Cotizar
374	Guanacaste	Nandayure	Zapotal	Cotizar
375	Guanacaste	Nandayure	San Pablo	Cotizar
376	Guanacaste	Nandayure	Porvenir	Cotizar
377	Guanacaste	Nandayure	Bejuco	Cotizar
378	Guanacaste	La Cruz	La Cruz	¢136 500,00
379	Guanacaste	La Cruz	Santa Cecilia	Cotizar
380	Guanacaste	La Cruz	Garita	Cotizar
381	Guanacaste	La Cruz	Santa Elena	Cotizar
382	Guanacaste	Hojancha	Hojancha	Cotizar
383	Guanacaste	Hojancha	Monte Romo	Cotizar
384	Guanacaste	Hojancha	Puerto Carrillo	Cotizar
385	Guanacaste	Hojancha	Huacas	Cotizar
386	Puntarenas	Puntarenas	Puntarenas	¢48 500,00
387	Puntarenas	Puntarenas	Pitahaya	Cotizar
388	Puntarenas	Puntarenas	Chomes	Cotizar
389	Puntarenas	Puntarenas	Lepanto	Cotizar
390	Puntarenas	Puntarenas	Paquera	Cotizar
391	Puntarenas	Puntarenas	Manzanillo	Cotizar
392	Puntarenas	Puntarenas	Guacimal	Cotizar
393	Puntarenas	Puntarenas	Barranca	¢44 000,00
394	Puntarenas	Puntarenas	Monteverde	Cotizar
395	Puntarenas	Puntarenas	Isla del Coco	Cotizar
396	Puntarenas	Puntarenas	Cóbano	Cotizar
397	Puntarenas	Puntarenas	Chacarita	Cotizar
398	Puntarenas	Puntarenas	Chira	Cotizar
399	Puntarenas	Puntarenas	Acapulco	Cotizar
400	Puntarenas	Puntarenas	El Roble	Cotizar
401	Puntarenas	Puntarenas	Arancibia	Cotizar
402	Puntarenas	Esparza	Espíritu Santo	Cotizar
403	Puntarenas	Esparza	San Juan Grande	Cotizar
404	Puntarenas	Esparza	Macacona	Cotizar
405	Puntarenas	Esparza	San Rafael	Cotizar
406	Puntarenas	Esparza	San Jerónimo	Cotizar
407	Puntarenas	Buenos Aires	Buenos Aires	Cotizar
408	Puntarenas	Buenos Aires	Volcán	Cotizar
409	Puntarenas	Buenos Aires	Potrero Grande	Cotizar
410	Puntarenas	Buenos Aires	Boruca	Cotizar
411	Puntarenas	Buenos Aires	Pilas	Cotizar
412	Puntarenas	Buenos Aires	Colinas	Cotizar
413	Puntarenas	Buenos Aires	Chánguena	Cotizar

414	Puntarenas	Buenos Aires	Biolley	Cotizar
415	Puntarenas	Buenos Aires	Brunka	Cotizar
416	Puntarenas	Montes de Oro	Miramar	€51 000,00
417	Puntarenas	Montes de Oro	Unión	Cotizar
418	Puntarenas	Montes de Oro	San Isidro	Cotizar
419	Puntarenas	Osa	Puerto Cortés	Cotizar
420	Puntarenas	Osa	Palmar	Cotizar
421	Puntarenas	Osa	Sierpe	Cotizar
422	Puntarenas	Osa	Bahía Ballena	Cotizar
423	Puntarenas	Osa	Piedras Blancas	Cotizar
424	Puntarenas	Aguirre	Quepos	€83 300,00
425	Puntarenas	Aguirre	Savegre	Cotizar
426	Puntarenas	Aguirre	Naranjito	Cotizar
427	Puntarenas	Golfito	Golfito	€173 200,00
428	Puntarenas	Golfito	Puerto Jiménez	Cotizar
429	Puntarenas	Golfito	Guaycará	Cotizar
430	Puntarenas	Golfito	Pavón	Cotizar
431	Puntarenas	Coto Brus	San Vito	Cotizar
432	Puntarenas	Coto Brus	Sabalito	Cotizar
433	Puntarenas	Coto Brus	Aguabuena	Cotizar
434	Puntarenas	Coto Brus	Limoncito	Cotizar
435	Puntarenas	Coto Brus	Pittier	Cotizar
436	Puntarenas	Parrita	Parrita	Cotizar
437	Puntarenas	Corredores	Corredor	€143 000,00
438	Puntarenas	Corredores	La Cuesta	Cotizar
439	Puntarenas	Corredores	Canoas	Cotizar
440	Puntarenas	Corredores	Laurel	Cotizar
441	Puntarenas	Garabito	Jacó	€50 000,00
442	Puntarenas	Garabito	Tárcoles	Cotizar
443	Limón	Limón	Limón	€83 800,00
444	Limón	Limón	Valle La Estrella	Cotizar
445	Limón	Limón	Río Blanco	Cotizar
446	Limón	Limón	Matama	Cotizar
447	Limón	Pococí	Guápiles	€36 300,00
448	Limón	Pococí	Jiménez	Cotizar
449	Limón	Pococí	Rita	Cotizar
450	Limón	Pococí	Roxana	Cotizar
451	Limón	Pococí	Cariari	Cotizar
452	Limón	Pococí	Colorado	Cotizar
453	Limón	Siquirres	Siquirres	Cotizar
454	Limón	Siquirres	Pacuarito	Cotizar
455	Limón	Siquirres	Florida	Cotizar
456	Limón	Siquirres	Germania	Cotizar
457	Limón	Siquirres	Cairo	Cotizar
458	Limón	Siquirres	Alegría	Cotizar
459	Limón	Talamanca	Bratsi	Cotizar
460	Limón	Talamanca	Sixaola	Cotizar

Nota: Mensajería JFT

Apéndice 2 Contrato para los vendedores de la plataforma.

**CONTRATO DE PRESTACIÓN
DE SERVICIOS PROFESIONALES
No. XX-XXXX**

entre

MOTOCR

y

EMPRESA O TIENDA

día de mes de año

CONTRATO DE PRESTACION DE SERVICIOS ELECTRONICOS No. XX-XXXX

Nosotros, **Jimmy Francisco Montenegro Matamoros**, mayor, soltero, ingeniero industrial, vecino de Platanares de Moravia, cédula de identidad número uno – dieciséis treinta y ocho – cero cuatrocientos ochenta y nueve, en su condición de apoderado generalísimo sin límite de suma de la empresa **MOTOCR**, cédula jurídica número (letras-letras-letras), actuando con las facultades que le confiere la ley, quién en adelante se denominará "Arrendador" y; **(Nombre completo)**, (características personales), cédula de identidad número (letras-letras-letras), (Profesión), vecino de (lugar de residencia), actuando en condición de Apoderado Generalísimo sin límite de suma de la **(Nombre de la empresa o tienda)** cédula jurídica número (letras-letras-letras), quién en adelante y en el carácter dicho se denominará "Arrendatario"; hemos convenido en el presente **contrato de servicios profesionales**. Las partes acuerdan que este contrato se registrá por las siguientes cláusulas:

PRIMERA. - OBJETO DE LA CONTRATACIÓN. -

Este contrato se efectúa al amparo de la normativa sobre comercio electrónico bajo la ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor No. 7472 y No. 37899 del Ministerio de Economía Industria y Comercio, que regulan las actividades de este tipo, para la realización del servicio de alquiler del medio electrónico denominado MOTOCR al arrendatario por un periodo determinado, donde el arrendatario podrá patrocinar sus productos que así desee y realizar subactividades de venta y envío de mercancías al destino establecido por los clientes que utilicen el medio electrónico antes indicado.

SEGUNDA. - PLAZO DE VIGENCIA. -

El susodicho contrato tendrá una validez de 24 meses a partir de la firma de dicho documento, con posibilidad de ampliación del plazo, si así acuerdan ambas partes.

TERCERA. - PAGOS Y COMISIONES. -

Este contrato se registrá por medio de pagos efectuados por el Arrendatario en base a un margen porcentual establecido por el Arrendador en base al monto total bruto obtenido por el Arrendatario, al cual se le denominará "Comisión", producto de sus ventas en el

CONTRATO DE PRESTACION DE SERVICIOS ELECTRONICOS No. XX-XXXX

medio electrónico MOTOOCR. El porcentaje de la Comisión interpuesta por el Arrendador será por un valor porcentual del cinco por ciento (5%), y se realizará mediante deducción bancaria automática de la cuenta bancaria suscrita por el Arrendatario para el depósito del dinero recaudado producto de sus ventas.

Así mismo se realizará un pago inicial por parte del Arrendatario al Arrendador como anticipo y cierre de negociaciones, por un monto fijo y único por todo el plazo de este contrato, por un valor de treinta mil colones costarricenses (₡30.000,00), los cuales se utilizarán para sufragar los gastos por concepto de apertura de cuenta.

CUARTA. - SEGUIMIENTO Y CONTROL. -

El seguimiento y control de la ejecución del objeto de este contrato estará a cargo del Arrendador. Los documentos correspondientes a cada producto serán presentados por el Arrendatario. La aprobación, solicitud de modificación o rechazo de cada uno de los productos, será comunicada al Arrendatario por escrito. Asimismo, el Arrendatario se obliga a presentar cualquier informe adicional que razonablemente se le solicite en relación con los productos derivados de este contrato.

QUINTA. - NATURALEZA JURÍDICA DE LA CONTRATACIÓN. -

Este contrato es estrictamente de prestación de servicios profesionales. Ninguno de los miembros de la MOTOCE está sometido a una jornada de trabajo, ni existe subordinación, por lo que, entre el Arrendador y el Arrendatario, no media relación laboral alguna.

SEXTA. - CANCELACIONES. -

El plazo de vigencia (ver punto dos de este contrato), será definitivo, intransferible y no cancelable, pero si ampliable, en el cual el arrendatario se compromete a responder responsablemente con el pago de sus obligaciones según lo acordado en el punto tres de este contrato. La ruptura de este contrato se llevará por mutuo acuerdo entre el Arrendador y el Arrendatario y por el cual el segundo deberá indemnizar al primero en base a dos salarios base por cada mes faltante para la conclusión definitiva del contrato

CONTRATO DE PRESTACION DE SERVICIOS ELECTRONICOS No. XX-XXXX

firmado, según la vigencia estipulada en el segundo punto de este contrato y en el monto de salario base estipulado por el Gobierno de Costa Rica.

De igual forma el Arrendatario podrá dar por finiquitado este contrato sin media penalización alguna en caso de ocurrir los siguientes escenarios:

- El arrendador no muestre la información completa del servicio pactado en el contrato o su información sea parcial.
- El arrendador no garantice el acceso a la información en los tiempos y plazos pactados, siempre y cuando esta intervención no sea provocada por un tercero, desligando de toda responsabilidad al arrendador.
- El Arrendador por voluntad propia decida dar por finalizado el presente contrato, sin que medie motivo o responsabilidad alguna para el mismo, y para lo cual el arrendatario no podrá realizar injerencia alguna.

SÉPTIMA. - SERVICIOS PACTADOS. -

Todos los servicios ofrecidos bajo la plataforma de MOTOOCR serán alusivos a vehículos de estilo motocicleta, cuadraciclo y similares. Queda a total y completo criterio del Arrendador, ofrecer servicios iguales, similares o diferentes a lo indicado en este punto, y será el mismo quien apruebe los productos publicitados. Así mismo, de ser requerido, El Arrendatario podrá llegar a consensos con el Arrendador para la publicación de contenido igual, similar o diferente al indicado en este punto.

La venta y entrega de los productos serán total responsabilidad del Arrendatario, el cual deberá sufragar las necesidades de despacho, venta y entrega de los productos vendidos a sus eventuales clientes. El Arrendador, por el tipo de servicio ofrecido, queda excluido de cualquier responsabilidad por productos vendidos que presentan daños parciales o totales, fallos en entregas, errores en los cobros y cualquier situación similar que pueda recaer directamente en la responsabilidad del Arrendatario.

OCTAVA. - SOMETIMIENTO A LEYES Y TRIBUNALES. -

El Arrendador expresamente manifiesta que se somete a las Leyes y Tribunales de la República de Costa Rica.

CONTRATO DE PRESTACION DE SERVICIOS ELECTRONICOS No. XX-XXXX

En fe de lo anterior firmamos en San José, a los XX días del mes de XX del año XXX.

Jimmy Francisco Montenegro M.
Céd.: 1-1638-0489
MOTOCR
Arrendador

(Nombre Completo)
(Número de cédula)
EMPRESA O TIENDA
Arrendatario

Apéndice 3 Sitio Web de Oro.



Hacé que tus clientes vivan una experiencia web única y entretenida, con un diseño moderno, optimización de motores de búsqueda, videos, gestión de contenido y mucho más.

Convertí tu sitio web en una herramienta para apoyar tus esfuerzos por diferenciarte entre tus competidores y lograrás:

- Potenciar la visibilidad de tu marca para que tus clientes la conozcan y recuerden.
- Promocionar tus productos y/o servicios y generar tráfico.
- Llevar a tus clientes a tu establecimiento físico.
- Impulsar tus ventas y captar leads (clientes potenciales).

Diseñamos sitios web profesionales, que son fáciles de usar y navegar, además de permitir el acceso de los principales motores de búsqueda como Google, Yahoo y Bing.

Incluye dominios .cr o .com gratuitos durante el primer año.

Ofrecemos diversas plantillas de sitios web en lenguaje de WordPress (plantillas preestablecidas, no personalizadas).

Una característica principal es el diseño web responsivo y adaptativo, es su visualización en una amplia gama de dispositivos y plataformas que permite mayor alcance de las audiencias móviles. Éste crea un aspecto uniforme, y la experiencia del usuario afecta las tasas de conversión positivamente, ya que las personas están familiarizadas con la navegación del sitio a través de múltiples dispositivos.



Plantilla Web Oro

Sitio Web3 (ORO) - 629



Cliente: _____

Descripción del servicio:

- Estructura: 5 Página distribuida de la siguiente manera:

Inicio:

- Portada con movimiento (sliders) - Frases de la empresa

Sobre Nosotros

- Descripción de la empresa - Visión/Misión -Equipo de trabajo

Servicios / Productos:

- Portafolio de Productos o Servicios que incluye información del negocio con fotografías
- 10 productos o servicios
- 3 fotografías por Producto o Servicio Máximo

Contacto:

- Formulario - Información de contacto
- 1 Mapa con marcadores ubicación de empresa - Link a Redes Sociales

Galería con 25 imágenes:

- 20 Cuentas de correo de 5GB.
- Almacenamiento de 4GB para el funcionamiento del sitio web.
- Transferencia ilimitada de información.
- Dominio .cr o .com (gratis durante el primer año).
- Reportes y estadísticas (a petición del cliente).
- Trabajo de SEO básico.
- SSL Certificado de Seguridad.
- Inclusión de enlaces de videos.

Ejemplo de estructura: : <http://www.oroprueba.com.php73-36.phx1-1.websitetestlink.com/>



Nota: Kölbi Negocios.

Apéndice 4 Carrito de Compra.

CARRITO DE COMPRA (642)



Cliente: _____

Descripción del servicio:

Facilita la venta de tus productos y servicios, ya que, con un simple clic, tus clientes podrán comprar en línea sin tener que salir de su casa u oficina, desde cualquier parte del país. Este es un complemento esencial para tu página web, disminuyendo los costos de tener una tienda física.

Creamos y personalizamos la tienda online para sitios realizados en WordPress. Además, dentro de la plataforma, podés manejar el control de inventarios.

El carrito de compras incluye: Instalación de Plugin Woocommerce y ventana de tienda.

- El Precio NO incluye las horas de implementación (se cotizan por aparte como adicional).

Las horas de implementación incluyen:

- Almacenamiento de data ilimitado en el servidor donde se hospeda el sitio web.
- 2 horas de inducción en el manejo de la plataforma con:
 - ✓ Material audiovisual.
 - ✓ Soporte por chat.
 - ✓ Herramientas de administración remota.
- Configuración de promociones.
- Configuración de pagos, sea en línea o en sitios, según los medios de cobro ofrecidos, por ejemplo: BAC, Banco de Costa Rica, Banco Nacional y Banco Promérica.
- El cliente es responsable de cargar, mantener y actualizar el inventario de los productos en el sitio.
- La plataforma incluye la configuración de envío de productos (retirar en el local, costo más envío).

Nota: Sujeto a estudio de factibilidad.

Valor

₡ 305.600 pago único.



Condiciones generales Carrito de compras



1. El carrito de compra deberá ser analizado para su factibilidad.
2. El cliente debe proporcionar accesos de administrador del WordPress para realizar la implementación del Woocommerce (plugin de comercio electrónico oficial de WordPress).
3. Las reuniones son virtuales (teléfono, Skype u otro medio virtual). Sin embargo, el cliente puede venir a las oficinas si así lo desea previa coordinación con el encargado del desarrollo del carrito de compra dependiendo del paquete que adquirió. Los avances se enviarán por correo.
4. Toda comunicación debe ser enviada por correo a fin de tener un orden de como atender las solicitudes y tener la debida aprobación antes de que la persona asignada pueda empezar a trabajar en los cambios o solicitudes.
5. Se coordinará una llamada para realizar la entrega y aceptación del carrito de compra. En caso de que el cliente no esté disponible o no se pueda localizar, se enviará un correo para hacer la entrega oficial del carrito de compra y se dará por aceptado si no se recibe respuesta luego de 3 días de haber sido enviado.
6. Cualquier cambio debe ser enviado por correo, antes de la inducción.
7. El producto incluye 2 horas de capacitación. Una vez realizadas las inducciones, el cliente se hará responsable de la configuración de su comercio electrónico.
8. Una vez realizadas las inducciones el cliente se hará responsable de la configuración de su carrito.



Condiciones generales Carrito de compras



9. La carga de productos y en el inventario del carrito de compra se realiza de forma manual, no automatizada, ni masiva. Y el cliente debe facilitar las fotografías y descripciones de los 15 productos para la carga inicial, en caso de no aportarlos el cliente deberá de hacerlo por su cuenta.
10. La facturación inicia desde el momento en que se empieza a trabajar la primera ronda de cambios del desarrollo del carrito de compras.
11. Este servicio no incluye los trámites y costos bancarios. El cliente debe realizar la solicitud de apertura del comercio electrónico. El tiempo que tarde el banco en realizar esta gestión puede variar en cada entidad y este no afecta la facturación del carrito.
12. Este producto no incluye facturación electrónica.
13. Solo se trabaja con una divisa (una moneda).
14. Las implementaciones de terceros deben ser cotizadas previamente (servicios de mensajería, u otros), y se realizaría por contratos por horas.

Yo _____

Cédula o pasaporte _____

Razón Social _____

Cédula Jurídica _____

Teléfono del contacto: _____

Acepto las condiciones generales descritas anteriormente y el paquete elegido.

Se firma en la ciudad de _____, a las _____ horas,
del _____ 2021.

Firma: _____



Nota: Kölbi Negocios.

Apéndice 5 Términos y Condiciones de la plataforma.

Información General

Este sitio web es operado por La Empresa denominada MOTOOCR S.A., cédula de persona jurídica número: X-XXX-XXXXXX. En todo el sitio, los términos “nosotros”, “nos” y “nuestro” se refieren a MOTOOCR S.A. ofrece este sitio web, incluyendo toda la información, herramientas y servicios disponibles para Usted en este sitio, el usuario, está condicionado a la aceptación de todos los términos, condiciones, políticas y notificaciones aquí establecidos.

Al visitar nuestro sitio y/o comprar algo de nosotros, participa en nuestro “Servicio” y aceptas los siguientes términos y condiciones (“Términos de Servicio”, “Términos”), incluidos todos los términos y condiciones adicionales y las políticas a las que se hace referencia en el presente documento y/o que estén disponibles a través de hipervínculos. Estas Condiciones de Servicio se aplican a todos los usuarios del sitio, incluyendo a usuarios que sean navegadores, proveedores, clientes, comerciantes, y/o colaboradores de contenido.

Por favor, lee estos Términos de Servicio cuidadosamente antes de acceder o utilizar nuestro sitio web. Al acceder o utilizar cualquier parte del sitio, está aceptando los Términos y Condiciones de Servicio. Si no está de acuerdo con todos los términos y condiciones de este acuerdo, entonces no deberías acceder a la página web o usar cualquiera de los servicios. Si los Términos de Servicio son considerados una oferta, la aceptación está expresamente limitada a estos Términos y Condiciones de Servicio.

Cualquier función nueva o herramienta que se añada a la tienda actual, también estará sujeta a los Términos y Condiciones de Servicio. Puede revisar la versión actualizada de los Términos y Condiciones de Servicio, en cualquier momento en esta página. Nos reservamos el derecho de actualizar, cambiar o reemplazar cualquier parte de los Términos y Condiciones de Servicio mediante la publicación de actualizaciones y/o cambios en nuestro sitio web. Es tu responsabilidad revisar esta página periódicamente para verificar cambios. Su uso continuo o el acceso al sitio web después de la publicación de cualquier cambio constituye la aceptación de dichos cambios.

Nuestra tienda se encuentra alojada en Kölbi Negocios., cédula de persona jurídica número: X-XXX- XXXXXX, que es la empresa administradora de la Base de Datos, la cual cumple con los requisitos exigidos por la Ley 8968 PROTECCIÓN DE LA PERSONA FRENTE AL

TRATAMIENTO DE SUS DATOS PERSONALES Y EL REGLAMENTO A LA LEY NÚMERO 37554, quien nos proporciona la plataforma de comercio electrónico en línea, que nos permite venderte nuestros productos y servicios.

Sección 1 - TÉRMINOS DE LA TIENDA EN LÍNEA.

Al utilizar este sitio, declara que tiene al menos la mayoría de edad que la Ley Civil de Costa Rica establece para que pueda actuar con validez y eficacia otorgando derechos y asumiendo obligaciones frente a terceros y que nos ha dado su consentimiento para permitir que cualquiera de tus dependientes menores use este sitio, asumiendo la plena y total responsabilidad por las obligaciones que estos dependientes puedan llegar adquirir frente a terceros.

No puede usar nuestros productos con ningún propósito ilegal o no autorizado tampoco puede, en el uso del Servicio, violar cualquier ley en tu jurisdicción (incluyendo, pero no limitando a las leyes de derecho de autor).

No debes transmitir gusanos, virus o cualquier código de naturaleza destructiva.

El incumplimiento o violación de cualquiera de estos Términos darán lugar al cese inmediato de tus Servicios.

Sección 2 - CONDICIONES GENERALES.

Nos reservamos el derecho de rechazar la prestación de servicio a cualquier persona, por cualquier motivo y en cualquier momento.

Entiende que su información (sin incluir la información de tu tarjeta de crédito), puede ser transferido a sin encriptar e involucrar (a) transmisiones a través de varias redes; y (b) cambios para ajustarse o adaptarse a los requisitos técnicos de conexión de redes o dispositivos. La información de tarjetas de crédito está siempre encriptada durante la transferencia a través de las redes.

Está de acuerdo con no reproducir, duplicar, copiar, vender, revender o explotar cualquier parte del Servicio, uso del Servicio, o acceso al Servicio o cualquier contacto en el sitio web a través del cual se presta el servicio, sin el expreso permiso por escrito de nuestra parte.

Los títulos utilizados en este acuerdo se incluyen solo por conveniencia y no limitan o afectan estos Términos.

Sección 3 - EXACTITUD, EXHAUSTIVIDAD Y ACTUALIDAD DE LA INFORMACIÓN.

No nos hacemos responsables si la información disponible en este sitio no es exacta, completa o actual. El material en este sitio es provisto solo para información general y no debe confiarse en ella o utilizarse como la única base para la toma de decisiones sin consultar, primeramente, información más precisa, completa u oportuna. Cualquier dependencia en la materia de este sitio es bajo tu propio riesgo.

Este sitio puede contener cierta información histórica. La información histórica, no es necesariamente actual y es provista únicamente para su referencia. Nos reservamos el derecho de modificar los contenidos de este sitio en cualquier momento, pero no tenemos obligación de actualizar cualquier información en nuestro sitio, salvo la que compete a los Datos personales de los usuarios, quienes pueden pedir cambios o actualizaciones en el contenido de sus Datos, por medio de los formatos y usando los procedimientos establecidos y autorizados. Aceptas que es tu responsabilidad de monitorear los cambios en nuestro sitio.

Sección 4 - MODIFICACIONES AL SERVICIO Y PRECIOS.

Los precios de nuestros productos están sujetos a cambio sin aviso.

Nos reservamos el derecho de modificar o discontinuar el Servicio (o cualquier parte del contenido) en cualquier momento sin aviso previo.

No seremos responsables ante Usted o alguna tercera parte por cualquier modificación, cambio de precio, suspensión o discontinuidad del Servicio.

Sección 5 - PRODUCTOS O SERVICIOS.

Ciertos productos o servicios pueden estar disponibles exclusivamente en línea a través del sitio web. Estos productos o servicios pueden tener cantidades limitadas y estar sujetas a devolución o cambio de acuerdo con nuestra política de devolución solamente.

Hemos hecho el esfuerzo de mostrar los colores y las imágenes de nuestros productos, en la tienda, con la mayor precisión de colores posible. No podemos garantizar que el monitor de tu computadora muestre los colores de manera exacta.

Nos reservamos el derecho, pero no estamos obligados, a limitar las ventas de nuestros productos o servicios a cualquier persona, región geográfica o jurisdicción. Podemos ejercer este derecho basados en cada caso. Nos reservamos el derecho de limitar las cantidades de los productos o servicios que ofrecemos. Todas las descripciones de productos o precios de los productos están sujetos a cambios en cualquier momento sin previo aviso, a nuestra sola discreción. Nos reservamos el derecho de discontinuar cualquier producto en cualquier momento. Cualquier oferta de producto o servicio hecho en este sitio, es nulo donde esté prohibido.

No garantizamos que la calidad de los productos, servicios, información u otro material comprado u obtenido por Usted cumpla basado en sus expectativas, por lo que la descripción de la calidad, cantidad y la utilidad no pueden entenderse más allá de lo que las descripciones y los textos de los productos indican, o que cualquier error en el Servicio será corregido, sino se tiene razonablemente por demostrado el error y las consecuencias que puede traer para el producto, el cliente o para ambos.

Sección 6 - EXACTITUD DE FACTURACIÓN E INFORMACIÓN DE CUENTA.

Nos reservamos el derecho de rechazar cualquier pedido que realices con nosotros. Podemos, a nuestra discreción, limitar o cancelar las cantidades compradas por persona, por hogar o por pedido. Estas restricciones pueden incluir pedidos realizados por o bajo la misma cuenta de cliente, la misma tarjeta de crédito, y/o pedidos que utilizan la misma facturación y/o dirección de envío.

En el caso de que hagamos un cambio o cancelemos una orden, podemos intentar notificarte poniéndonos en contacto vía correo electrónico y/o dirección de facturación / número de teléfono proporcionado en el momento que se hizo el pedido. Nos reservamos el derecho de limitar o prohibir las órdenes que, a nuestro juicio, parezcan ser colocadas por los concesionarios, revendedores.

Se compromete a proporcionar información actual, completa y precisa de la compra y cuenta utilizada para todas las compras realizadas en nuestra tienda. Se compromete a actualizar rápidamente su cuenta y otra información, incluyendo su dirección de correo electrónico y números de tarjetas de crédito y fechas de vencimiento, para que podamos completar tus transacciones y contactarte cuando sea necesario.

Para más detalles, por favor revisa nuestra Política Envíos & Devoluciones.

Sección 7 - ENLACES DE TERCERAS PARTES.

Cierto contenido, productos y servicios disponibles vía nuestro Servicio puede incluir material de terceras partes. Permitimos enlaces a estas terceras partes, pero una vez que salgan de nuestra página, ya no somos responsables de lo que el usuario haga en las mismas.

Enlaces de terceras partes en este sitio pueden direccionarte a sitios web de terceras partes que no están afiliadas con nosotros. No garantizamos ni tendremos ninguna obligación o responsabilidad por cualquier material de terceros o sitios web, o de cualquier material, productos o servicios de terceros.

Permitimos enlaces a terceras partes, pero no nos hacemos responsables de cualquier daño o daños relacionados con la adquisición o utilización de bienes, servicios, recursos, contenidos, o cualquier otra transacción realizada en conexión con sitios web de terceros. Por favor revise cuidadosamente las políticas y prácticas de terceros y asegúrese de entenderlas antes de participar en cualquier transacción. Quejas, reclamos, inquietudes o preguntas con respecto a productos de terceros deben ser dirigidas a la tercera parte.

Sección 8 - COMENTARIOS DE USUARIO, CAPTACIÓN Y OTROS ENVÍOS.

Si a pedido nuestro envía ciertas presentaciones específicas (por ejemplo, la participación en concursos) o sin un pedido de nuestra parte envía ideas creativas, sugerencias, proposiciones, planes, u otros materiales, ya sea en línea, por email, por correo postal, o de otra manera (colectivamente, 'comentarios'), aceptas que podamos, en cualquier momento, sin restricción, editar, copiar, publicar, distribuir, traducir o utilizar por cualquier medio comentarios que nos hayas enviado. No tenemos ni tendremos ninguna obligación (1) de mantener ningún comentario confidencialmente; (2) de pagar compensación por comentarios; o (3) de responder a comentarios.

Nosotros podemos, pero no tenemos obligación de, monitorear, editar o remover contenido que consideremos sea ilegítimo, ofensivo, amenazante, calumnioso, difamatorio, pornográfico, obsceno u objetable o viole la propiedad intelectual de cualquiera de las partes o los Términos de Servicio.

Acepta que sus comentarios no violarán los derechos de terceras partes, incluyendo derechos de autor, marca, privacidad, personalidad u otros derechos personales o de propiedad. Así mismo, aceptas que tus comentarios no contienen material difamatorio o ilegal, abusivo u obsceno, o contienen virus informáticos u otro malware que pudieran, de alguna manera, afectar el funcionamiento del Servicio o de cualquier sitio web relacionado. No puedes utilizar una dirección de correo electrónico falsa, usar otra identidad que no sea legítima, o engañar a terceras partes o a nosotros en cuanto al origen de tus comentarios. Tu eres el único responsable por los comentarios que haces y su precisión. No nos hacemos responsables y no asumimos ninguna obligación con respecto a los comentarios publicados por ti o cualquier tercero.

Sección 9 - INFORMACIÓN PERSONAL.

Tu presentación de información personal a través del sitio se rige por nuestra Política de Privacidad. La cual es la misma regida por la Ley Reglamento a la Ley de Protección de la Persona frente al Tratamiento de sus Datos Personales N° 37554-JP.

Sección 10 - ERRORES, INEXACTITUDES Y OMISIONES.

Puede haber información en nuestro sitio o en el Servicio que contenga errores tipográficos, inexactitudes u omisiones que puedan estar relacionadas con las descripciones de productos, precios, promociones, ofertas, gastos de envío del producto, el tiempo de tránsito y la disponibilidad. Nos reservamos el derecho de corregir los errores, inexactitudes u omisiones y de cambiar o actualizar la información o cancelar pedidos si alguna información en el Servicio o en cualquier sitio web relacionado es inexacta en cualquier momento sin previo aviso (incluso después de que hayas enviado tu orden).

No asumimos ninguna obligación de actualizar, corregir o aclarar la información en el Servicio o en cualquier sitio web relacionado, incluyendo, sin limitación, la información de precios, excepto cuando sea requerido por la ley. Ninguna especificación actualizada o fecha de actualización aplicada en el Servicio o en cualquier sitio web relacionado, debe ser tomada para indicar que toda la información en el Servicio o en cualquier sitio web relacionado ha sido modificado o actualizado.

Sección 11 - USOS PROHIBIDOS.

En adición a otras prohibiciones como se establece en los Términos de Servicio, se prohíbe el uso del sitio o su contenido: (a) para propósitos ilegales; (b) para pedirle a otros que realicen o participen en actos ilícitos; (c) para violar cualquier regulación, reglas, leyes internacionales, federales, provinciales o estatales, u ordenanzas locales; (d) para infringir o violar el derecho de propiedad intelectual nuestro o de terceras partes; (e) para acosar, abusar, insultar, dañar, difamar, calumniar, desprestigiar, intimidar o discriminar por razones de género, orientación sexual, religión, etnia, raza, edad, nacionalidad o discapacidad; (f) para presentar información falsa o engañosa; (g) para cargar o transmitir virus o cualquier otro tipo de código malicioso que sea o pueda ser utilizado en cualquier forma que pueda comprometer la funcionalidad o el funcionamiento del Servicio o de cualquier sitio web relacionado, otros sitios o Internet; (h) para recopilar o rastrear información personal de otros; (i) para generar spam, phishing, pharm, pretext, spider, crawl, or scrape; (j) para cualquier propósito obsceno o inmoral; o (k) para interferir con o burlar los elementos de seguridad del Servicio o cualquier sitio web relacionado a otros sitios o Internet. Nos reservamos el derecho de suspender el uso del Servicio o de cualquier sitio web relacionado por violar cualquiera de los ítems de los usos prohibidos.

Sección 12 - EXCLUSIÓN DE GARANTÍAS; LIMITACIÓN DE RESPONSABILIDAD.

No garantizamos ni aseguramos que el uso de nuestro servicio será ininterrumpido, puntual, seguro o libre de errores.

No garantizamos que los resultados que se puedan obtener del uso del servicio serán exactos o confiables.

Aceptas que de vez en cuando podemos quitar el servicio por períodos de tiempo indefinidos o cancelar el servicio en cualquier momento sin previo aviso.

Aceptas expresamente que el uso de, o la posibilidad de utilizar, el servicio es bajo tu propio riesgo. El servicio y todos los productos y servicios proporcionados a través del servicio son (salvo lo expresamente manifestado por nosotros) proporcionados "tal cual" y "según esté disponible" para su uso, sin ningún tipo de representación, garantías o condiciones de ningún tipo, ya sea expresa o implícita, incluidas todas las garantías o condiciones implícitas de comercialización, calidad comercializable, la aptitud para un propósito particular, durabilidad, título y no infracción.

En ningún caso MOTO CR S.A., nuestros directores, funcionarios, empleados, afiliados, agentes, contratistas, internos, proveedores, prestadores de servicios o licenciantes serán responsables por cualquier daño, pérdida, reclamo, o daños directos, indirectos, incidentales, punitivos, especiales o consecuentes de cualquier tipo, incluyendo, sin limitación, pérdida de beneficios, pérdida de ingresos, pérdida de ahorros, pérdida de datos, costos de reemplazo, o cualquier daño similar, ya sea basado en contrato, agravio (incluyendo negligencia), responsabilidad estricta o de otra manera, como consecuencia del uso de cualquiera de los servicios o productos adquiridos mediante el servicio, o por cualquier otro reclamo relacionado de alguna manera con el uso del servicio o cualquier producto, incluyendo pero no limitado, a cualquier error u omisión en cualquier contenido, o cualquier pérdida o daño de cualquier tipo incurridos como resultados de la utilización del servicio o cualquier contenido (o producto) publicado, transmitido, o que se pongan a disposición a través del servicio, incluso si se avisa de su posibilidad. Debido a que algunos estados o jurisdicciones no permiten la exclusión o la limitación de responsabilidad por

daños consecuenciales o incidentales, en tales estados o jurisdicciones, nuestra responsabilidad se limitará en la medida máxima permitida por la ley.

Sección 13 – DIVISIBILIDAD.

En el caso de que se determine que cualquier disposición de estas Condiciones de Servicio sea ilegal, nula o inejecutable, dicha disposición será, no obstante, efectiva a obtener la máxima medida permitida por la ley aplicable, y la parte no exigible se considerará separada de estos Términos de Servicio, dicha determinación no afectará la validez de aplicabilidad de las demás disposiciones restantes.

Sección 14 – RESCISIÓN.

Las obligaciones y responsabilidades de las partes que hayan incurrido con anterioridad a la fecha de terminación sobrevivirán a la terminación de este acuerdo a todos los efectos.

Estas Condiciones de servicio son efectivas a menos que y hasta que sean terminadas por ti o nosotros. Puede terminar estos Términos y Condiciones de Servicio en cualquier momento por avisarnos que ya no deseas utilizar nuestros servicios, o cuando dejes de usar nuestro sitio.

Si a nuestro juicio fallas, o se sospecha que has fallado, en el cumplimiento de cualquier término o disposición de estas Condiciones de Servicio, también podemos terminar este acuerdo en cualquier momento sin previo aviso, y seguirás siendo responsable de todos los montos adeudados hasta la fecha de terminación, está incluida; y/o en consecuencia podemos negarte el acceso a nuestros servicios (o cualquier parte de ellos).

Sección 15 – LEY.

Estas os Términos y Condiciones del servicio y cualquier acuerdo aparte en el que le proporcionemos servicios se regirán e interpretarán en conformidad con las leyes y Reglamentos de la República de Costa Rica, por lo que Usted acepta someterse en caso de ser necesario someterse a la jurisdicción de los Tribunales Justicia del Poder Judicial del país.

Sección 16 - CAMBIOS EN LOS TÉRMINOS DE SERVICIO.

Puedes revisar la versión más actualizada de los Términos de Servicio en cualquier momento en esta página.

Nos reservamos el derecho, a nuestra sola discreción, de actualizar, modificar o reemplazar cualquier parte de estas Términos y Condiciones del servicio mediante la publicación de las actualizaciones y los cambios en nuestro sitio web. Es tu responsabilidad revisar nuestro sitio web periódicamente para verificar los cambios. El uso continuo de o el acceso a nuestro sitio Web o el Servicio después de la publicación de cualquier cambio en estos Términos y Condiciones de servicio implica la aceptación de dichos cambios.

Sección 17 - INFORMACIÓN DE CONTACTO.

Preguntas acerca de los Términos de Servicio deben ser enviadas a soporte@motocr.com

Sección 18 – FECHA DE APLICACIÓN DE LA POLÍTICA.

XX mes del año XXXX.

POLÍTICA ENVÍOS Y DEVOLUCIONES

Política de envío

Realizamos envíos a todo el territorio costarricense siempre que los transportistas tengan acceso habilitado a los lugares de destino solicitados por los clientes, las empresas que se enlistan por parte de la empresa son las únicas reconocidas que brindan los servicios de entrega de mercaderías en las direcciones físicas que indiquen los clientes. Son estas empresas las que por sí mismas garantizan la seguridad y cobertura, para que sus prendas y productos lleguen en las condiciones adecuadas y a la dirección que con detalle y exactitud sea brindada por el cliente como destinatario. En caso de imposibilidad material de parte del transportista para realizar la entrega achacable al cliente, el o los productos serán regresados al domicilio de la empresa vendedora, por lo que el cliente será localizado de ser posible por la persona encargada de parte de la vendedora para realizar el nuevo envío, cuyos cargos de reenvío serán siempre pagados por el cliente.

Tiempos de entrega.

a) Retiro en Sucursales

Los artículos pueden ser retirados en las tiendas de los vendedores en un plazo no mayor a 5 días hábiles a partir de que el pedido es tramitado y confirmado su pago y en ese caso no habrá cargos por envío.

El tiempo de entrega empieza a contar a partir de la confirmación del pago y se puede ver afectado por factores de fuerza mayor, el día y la hora en que se realice la compra.

El horario para el retiro de los productos adquiridos en las tiendas de los vendedores será el uso normal de este establecimiento. Por tanto, los retiros podrán ser realizados de lunes

a viernes, cuyo horario es de (8:00 AM a 5:00 PM). (Nota: los horarios de atención al público pueden variar en atención de disposiciones establecidas por las autoridades sanitarias, o bien en atención de reglamentos o disposiciones que establezcan los Arrendadores de nuestros locales, motivo por el cual es necesario consultar vía telefónica por esos horarios de atención al público).

b) Envío a Domicilio

Nuestras entregas solo se realizan en días hábiles en un plazo de 24 horas una vez tramitado el pedido y confirmado el pago en caso de ser dentro del gran área metropolitana. Los horarios que al efecto determine CORREOS DE COSTA RICA o MENSAJERÍA JFT, que son las empresas con la cual oficialmente trabaja la MOTOCR S.A., no está sujeto a nuestra disposición. Si los clientes solicitan otras plataformas tales como Glovo, Uber Flash nosotros nos encargamos únicamente de alistar y entregar el pedido, los horarios de entrega y la metodología que utilicen esas terceras empresas serán establecidas entre esas empresas y los clientes, por lo que la Empresa no asume ninguna responsabilidad frente al cliente. En caso de que las entregas no se pueden realizar por parte de CORREOS DE COSTA RICA o MENSAJERÍA JFT, por razones achacables al cliente, ya que el cliente debe tener como destino una dirección puntual, clara y segura, como casa u oficina. Así como un número telefónico en el que pueda ser localizable por la empresa de entrega, los productos serían regresados al domicilio físico de la Empresa, por lo que el cliente podría comunicarse por correo electrónico o vía telefónica a fin de volver a coordinar la entrega de los productos, siendo todos los cargos de devolución y reenvío a nombre del cliente, quien los deberá de cancelar antes de que se ordene el reenvío en favor de la Empresa. En periodos de Black Friday y/o rebajas, los plazos de entrega pueden incrementarse notablemente y están sujetos a disponibilidad.

El tiempo de entrega empieza a contar a partir de la confirmación del pago y se puede ver afectado por factores de fuerza mayor, así como por la población en la que se encuentre y el día y la hora en que se realice la compra.

En caso de que tengas alguna duda con el despacho o si tu pedido no llega dentro del plazo estipulado, comunícate con nosotros a través de nuestro correo electrónico soporte@motocr.com o al WhatsApp de la empresa +506 XXXX-XXXX. No te preocupes, nos encargaremos de resolverlo y te daremos una respuesta tan pronto sea posible. Nuestro horario de atención es de lunes a viernes de 8:00 A.M. – 5:00 P.M.

Recuerda que:

Que los pagos se realizan directamente por medio de nuestra página web, por lo que los clientes acceden a las empresas proveedoras de los medios de pago autorizados en nuestra página a fin de que esos proveedores de medios de pago realicen los procesos que les son pertinentes y acrediten los pagos a la empresa.

Costo del envío.

El costo de los envíos será cargado al cliente dentro de su factura, en función de lo que cobre la Empresa Transportadora que utiliza es CORREOS DE COSTA RICA o MENSAJERÍA JFT, Queda aceptado que al cargo por el costo del envío le será sumado un 13% de IVA Impuesto al Valor Agregado, que el transportista cargará en la factura que éste cobrará a la empresa al momento de cancelársele el servicio contratado por el cliente.

Responsabilidad del Cliente:

En vista de que es materialmente imposible el asegurar al cliente una hora exacta del arribo de empleado del transportista con las prendas y/o productos a la dirección señalada por el cliente, éste deberá de tener a cargo de la recepción de los bienes a una persona que se encuentre debidamente facultada para recibir por cuenta y a nombre del él dichos bienes, quien firmará el documento de “entrega conforme” al empleado de la empresa que realiza el Transporte. El empleado de la empresa que brinda el transporte procederá recoger la firma de puño y letra de la persona que recibe los bienes en el documento correspondiente.

Política de Devoluciones

La siguiente política de devoluciones solo se aplica a las compras realizadas a través de www.motocr.com

Si deseas hacer un cambio, devolución o solicitud de garantía de alguno de nuestros productos comprados online, puedes hacerlo de dos maneras:

Coordinando vía WhatsApp de la empresa al +506 XXXX-XXXX o al correo soporte@motocr.com

Ten presente que MOTOOCR S.A. número de cédula Jurídica: X-XXX-XXXXXX, se reserva el derecho de aceptar los cambios, devoluciones o garantías con previo análisis del producto. Verificando el estado de la prenda en las condiciones antes mencionadas.

Las condiciones para realizar un cambio o devolución son:

Es obligatorio presentar su factura electrónica impresa o número de orden, informando el número de cédula registrado. Si el producto se adquiere a nombre de una persona jurídica indicación de la razón social y su número de cédula jurídica.

Productos que se encuentren en promoción o con descuento no tienen cambio.

Para que tu solicitud sea aprobada se requiere que el(los) producto(s) que se pretende(n) cambiar o devolver se encuentre(n) en las mismas condiciones y características en que ha(n) sido recibido(s), en consecuencia, el(los) productos deberá(n):

Tener las marquillas y etiquetas aún puestas y en el empaque original.

No debe estar usado o lavado.

No debe estar modificado o alterado de su estado original.

No deben de haber transcurrido más ocho días naturales desde la fecha de compra según se indique en la factura respectiva.

Devoluciones:

Las devoluciones de dinero sólo aplican al ejercer el derecho de retracto para compras efectuadas a través de la Tienda Virtual (Online) en condiciones previstos en la ley 7442 Ley

de la Promoción de la Competencia y Defensa efectiva del Consumidor, en su artículo 40, y el Reglamento a la Ley número 25234- MEIC, el cual concede el Derecho de Retracto, para hacer efectiva la rescisión del contrato dentro de los ocho días naturales contados partir del perfeccionamiento del contrato. Siempre y cuando los bienes objeto del contrato se encuentren en los términos y condiciones exigidos por la Empresa para realizar el proceso autorizado por este artículo.

Los requisitos que debe cumplir el cliente que son obligatorios:

- 1.- El producto deberá de estar en su empaque original. El mismo no debe de acusar apertura, o señales de forzamiento para su apertura, o daños que permitan entender que el producto fue sacado de su empaque original.
- 2.- Si el producto no contaba con un empaque, deberá de encontrarse en perfecto estado de conservación y limpieza, y exhibir las etiquetas originales del producto sin vulnerar de ninguna forma. El producto deberá de evidenciar que no fue utilizado por el cliente.
- 3.- Se exigirá en todo momento la factura electrónica impresa, que permita verificar la fecha de su emisión, así como la identidad de la persona física o jurídica que adquirió el producto.

Es necesario que se indique que el Derecho de Retracto implica para las partes que el negocio de compra venta no se lleva a cabo, por lo que es obligación del cliente devolver el producto en su estado original pues se trata de un producto nuevo que no ha tenido ningún uso.

En caso de que se cumplan con los requisitos anteriormente mencionados MOTO CR S.A. le devolverá la suma total que pagaste por las prendas, este pago no incluye los gastos de transporte, los cuales deben ser asumidos por el comprador, sin que se hagan descuentos o retenciones. La devolución se hará en un plazo máximo de (30) días calendario, a través de alguna de las siguientes formas:

Transferencia Electrónica: Dentro de los (10) días hábiles siguientes de recibir el producto.

Reversión del pago: (30) hábiles después de recibir el producto. Se efectúa a la misma cuenta o tarjeta de crédito, desde la cual se realizó la compra.

Consignación Cuenta Bancaria: Se realizará consignación bancaria a nombre del cliente.

Tenga en cuenta que los gastos de envío para devolver tus productos y ejercer tu Derecho de Retracto, corren por tu cuenta.

La empresa vendedora MOTO CR S.A. advierte que para los efectos de su actividad como tienda virtual se encuentra sometida en un todo a establecido en la ley número 7442, Ley de la Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor, y sus reformas, del 09 de enero del año 1995, publicada en la Gaceta número 14, y en los artículos 1, 6,9,10, 31 y 32 incisos C y D, 34 incisos A y B sobre la información suficiente al consumidor, 35 a 39, en especial artículo 40.- Ventas a domicilio. En las ventas a domicilio que se lleven a cabo fuera del local o el establecimiento del comerciante o el proveedor, siempre y cuando lo permita la naturaleza del bien, el consumidor, amparado al derecho de retracto, puede rescindir, sin su responsabilidad, el contrato en un plazo de ocho días contados a partir de su perfeccionamiento. 41 BIS. Así como por el Artículo 43°. Garantía. Todo bien que se venda o servicio que se preste debe estar implícitamente garantizado en cuanto al cumplimiento de los estándares de calidad y los requerimientos técnicos que, por razones de salud, medio ambiente y seguridad, establezcan las leyes, los reglamentos y las normas respectivas, dictadas por la Administración Pública.

Los consumidores tienen hasta treinta días, contados a partir de la entrega del bien o de la prestación del servicio, para hacer valer la garantía ante la Comisión para promover la competencia. Si se trata de daños ocultos del bien que no se hayan advertido expresamente, el plazo comienza a correr a partir del momento en que se conocieron esos daños. Si el contrato entre las partes establece plazos mayores, estos prevalecen. Así como a los artículos siguientes y concordantes y leyes conexas que regulan la materia comercial en el país.

Reversión del pago:

En que corresponde a las ventas efectuadas mediante mecanismos de comercio electrónico y/o ventas online, cuando se haya utilizado para realizar el pago una tarjeta de crédito, débito o cualquier otro medio de pago electrónico, los participantes del proceso de pago deberán reversar los pagos a solicitud del consumidor cuando:

La compra corresponde a una transacción no solicitada.

No se haya recibido el producto comprado dentro del tiempo informado en la política de entrega.

El producto entregado no corresponda a lo solicitado o esté defectuoso.

Si se cumple con alguna de las causales anteriores, para proceder con la reversión del pago dentro los cinco (5) días hábiles siguientes, el consumidor deberá devolver el producto, cuando sea procedente, y notificar de la reclamación al emisor del medio de pago electrónico utilizado para realizar la compra, el cual, en conjunto con los demás participantes del proceso de pago, procederán a reversar la transacción al comprador, una vez la mercancía haya sido recibida de vuelta.

Cambios:

Para hacer un cambio en MOTO CR S.A. tiene un plazo de 15 días calendario después de realizada la compra.

El cambio deberá efectuarse por un producto de igual o mayor valor (se realizará un cobro de dinero por la diferencia del valor). Si el cambio se hace por un producto de menor valor, no se hará la devolución de la diferencia en dinero.

Todos los cambios están sujetos a disponibilidad de inventario. La nota crédito en tienda es válida por un periodo de (3) meses.

No hacemos cambios de ropa interior o medias si el empaque está abierto o sin etiquetas.

No hacemos cambios en productos en promoción o descuento

Garantías:

La Empresa en lo tocante a las garantías se acoge a lo indicado en el artículo 43 de la Ley 7442 antes mencionada, en base a que elaboramos y comercializamos productos con excelentes estándares de calidad, por lo tanto, son totalmente garantizados. Los clientes deben leer muy bien las instrucciones de uso y lavado y las etiquetas de uso y cuidado, las cuales contienen instrucciones puntuales y muy claras en idioma español, y para el caso de las etiquetas que vengan en idiomas diferentes al español la empresa a agregado etiquetas adicionales traduciendo las originales de fábrica al idioma español para que el consumidor pueda seguir las instrucciones sin dificultad alguna. De igual forma, la empresa puede brindar por medios electrónicos la traducción de los usos y cuidados para los productos que vende traducidos al idioma español, por lo que le cliente deberá de informarse por esa vía cuando así le sea indicado por la Empresa.

Sin embargo, si el producto llegase a tener defectos de calidad a pesar de su uso adecuado, durante la vigencia de la garantía, o llegase imperfecta, se procederá como se indica a continuación:

Los productos tienen garantía de 30 días contados a partir de la fecha de facturación del producto.

- La respuesta de la aprobación a la garantía estará sujeta al resultado de la evaluación técnica realizada por Empresa.

Debes tener en cuenta que un producto no tiene garantía si:

- No se han seguido las instrucciones detalladas en las instrucciones de uso.
- El producto tuvo contacto con productos con químicos, detergentes o blanqueadores que generen decoloración de las telas.
- No se han seguido las instrucciones brindadas en las etiquetas del cuidado correcto del producto.
- El daño o avería es producto del uso incorrecto del producto.
- El producto fue alterado, violentado o modificado por el cliente.
- El daño o avería es producto del desgaste normal del producto.
- Por la naturaleza del uso (Disfrute de actividades al aire libre) no podemos garantizar daños por abrasión

En caso de que el producto admita reparación, el mismo será reparado, si no, se procederá a su cambio. De repetirse la falla, a la elección del consumidor, se le hará el cambio. En caso de no estar disponible la misma referencia, el cliente podrá elegir una de la misma especie y/o características similares, o solicitar que el valor del producto defectuoso sea registrado como un saldo a favor (nota crédito) el cual se verá aplicado en una próxima compra.

La nota crédito tendrá una vigencia de seis (6) meses contados a partir de la fecha en la que se realice.

MOTOCR S.A. se reserva el derecho de aceptar las prendas con previo análisis del producto. Éste debe ser entregada en buenas condiciones higiénicas, limpia y seca.

Cuando el daño provenga de mala utilización del producto por parte del consumidor, o este no atienda o haya atendido las instrucciones uso del producto, no se dará garantía.

Sólo se hará devolución de dinero cuando haya garantía en segunda instancia.

Los costos de transporte en casos de ser aceptada la garantía corren por cuenta de la Empresa de no ser aprobada tu solicitud, deberá el cliente pagar los costos de envío para que le enviemos su prenda de vuelta.

¿Cómo hacer un cambio, una devolución o solicitud de garantía?

Para gestionar su solicitud, debes escribirnos a través de soporte@motocr.com o por medio del WhatsApp de la empresa +506 XXXX XXXX y solicitar su cambio, devolución o garantía para que nos pongamos en contacto contigo y gestionar la recolección de la(s) prenda(s) con nuestra transportadora o coordinar contigo para que hagas el envío de los productos, de acuerdo con el caso.

Recuerda incluir la factura original y marcar de la manera anterior el paquete para evitar demoras en el procesamiento.

Una vez recibamos tu pedido y verifiquemos que está apto para ser devuelto, cambiado o para garantía, nos comunicaremos contigo para notificarte si fue aprobado o denegado. Si el producto no cumple con las especificaciones dadas para realizar el cambio, devolución de dinero o garantía, se te informará a través de un correo electrónico la razón por la cual no fue recibida tu petición y se enviará el producto nuevamente a la dirección de entrega inicial. Es importante tener en cuenta que en este caso el gasto de envío de regreso correrá por tu cuenta. En caso de que haya sido aprobado procederemos a hacer el cambio, garantía o devolución en un plazo máximo de 15 días calendario.

Nota: Jimmy Montenegro Matamoros