



**FACULTAD DE POSTGRADO
TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN**

**EL DILEMA PARA DISTRIBUIDORA DIAZ DE CONVERTIRSE
DE DISTRIBUIDOR A FABRICANTE DE BOLSAS PLASTICAS**

SUSTENTADO POR:

**JOHAN JOSUE DIAZ MEJIA
OCTAVIO ALVARENGA PALENCIA**

PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE

**MÁSTER EN
DIRECCION EMPRESARIAL**

TEGUCIGALPA, FRANCISCO MORAZAN, HONDURAS, C.A.

SEPTIEMBRE, 2017

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

UNITEC

FACULTAD DE POSTGRADO

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR

MARLON ANTONIO BREVÉ REYES

SECRETARIO GENERAL

ROGER MARTÍNEZ MIRALDA

DECANO DE LA FACULTAD DE POSTGRADO

JOSÉ ARNOLDO SERMEÑO LIMA

**TRABAJO PRESENTADO EN CUMPLIMIENTO DE LOS
REQUISITOS EXIGIDOS PARA OPTAR AL TÍTULO DE**

MÁSTER EN

DIRECCION EMPRESARIAL

ASESOR

MARIO GALLO



FACULTAD DE POSTGRADO

EL DILEMA PARA DISTRIBUIDORA DIAZ DE CONVERTIRSE DE DISTRIBUIDOR A FABRICANTE DE BOLSAS PLASTICAS

**JOHAN JOSUE DIAZ MEJIA
OCTAVIO ALVARENGA PACIENCIA**

Resumen

El crecimiento de las empresas depende mucho de las decisiones que tomen los gerentes y dueños. Estas decisiones se realizan en base a los conocimientos, tendencias y preferencias que estos conozcan del mercado. Es un dilema bastante complejo para una empresa pasar de ser distribuidor a fabricante sobre todo tomando en cuenta las grandes inversiones que se deben realizar.

Se realizaron varios estudios para medir el nivel de posicionamiento, detalles técnicos y cantidades financieras para facilitar la toma de esta decisión en particular, considerando instrumentos utilizados para conocer las opiniones de los clientes y gerentes de empresas similares. Al final se recomendó realizar la inversión correspondiente con la proyección del incremento de las ventas de Distribuidora Díaz.

Palabras claves: (Distribuidor comercial, fabricante,)



GRADUATE SCHOOL

EL DILEMA PARA DISTRIBUIDORA DIAZ DE CONVERTIRSE DE DISTRIBUIDOR A FABRICANTE DE BOLSAS PLASTICAS

**JOHAN JOSUE DIAZ MEJIA
OCTAVIO ALVARENGA PACIENCIA**

Abstract

The growth of companies depends a lot on the decisions made by managers and owners. These decisions are made, based on the knowledge, trends and preferences that they are aware of the market. It is a rather complex dilemma for a company to move from being distributor to manufacturer, especially taking into account the large investments that must be made.

Several studies were carried out to measure the level of positioning, technical details and financial amounts to facilitate the making of this particular decision, considering instruments used to know the opinions of the clients and managers of similar companies. At the end it was recommended to make the corresponding investment with the projection of the increase in sales of Distribuidora Diaz.

Palabras claves: (distributor, manufacturer)

DEDICATORIA

Dedico esta tesis en primer lugar al Señor todopoderoso, por la bendición de poder estudiar, por brindar los conocimientos necesarios y todos los recursos correspondientes, sin Él nada es posible en esta vida. A mi esposa, por brindarme el apoyo incondicional y ánimo constante para lograr cada meta que me propongo en la vida. A mis padres por brindarme su amor y la oportunidad de una educación a lo largo de toda mi juventud.

Johan Josué Díaz Mejía

Primero que nada agradezco a Dios por darme la bendición de cursar esta maestría, por darme la oportunidad de continuar formándome de forma académica. Agradezco a mis padres y hermanos que me han brindado todo el apoyo del mundo y que siempre han estado a mi lado en todas las metas que me he fijado en la vida. Agradezco a mis nuevos amigos que me acompañaron y espero me sigan acompañando por siempre, estos me apoyaron para llegar a la meta y poder terminar todos juntos esta nueva experiencia. Finalmente, a los docentes que se esmeraron en darme la mejor catedra posible y enriquecer mí conocimiento y el de todos mis compañeros.

Octavio Alvarenga Palencia

AGRADECIMIENTO

Gracias al Señor por brindarnos la vida, los conocimientos, y la oportunidad de poder seguir preparándonos para el mundo laboral. Al Ingeniero Mario Gallo por su asesoría a la realización de la misma. A la Distribuidora Díaz por abrirnos sus puertas y brindarnos toda la información requerida.

También a nuestros familiares por todo su apoyo, por su ánimo, por creer en nosotros y a todos nuestros amigos que se mantuvieron siempre pendientes de que pudiéramos culminar la misma.

INDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA	1
AGRADECIMIENTO	2
INDICE DE CONTENIDO	3
CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN	10
1.1 Introducción	10
1.2 Antecedentes del Problema	10
1.3 Definición del Problema	12
1.3.1 Enunciado del Problema	12
1.3.2 Formulación del Problema	12
1.3.3 Preguntas de investigación	13
1.4 Objetivos del Proyecto	13
1.4.1 Objetivo general	13
1.4.2 Objetivos específicos	13
1.5 Justificación	14
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	16
2.1 Análisis de la Situación Actual	16
2.1.2 Historia del Plástico	17
2.1.3 Tendencias internacionales de consumo	18
2.1.4 Responsabilidad Social	19
2.1.5 Valores Ecológicos	19
2.1.6 Productos sustitutos	20
2.1.7 Tratados libre comercio	20
2.1.8 Historia del plástico en Honduras	21
2.1.9 Mercados en Tegucigalpa	22
2.2 Teorías de Sustento	22
2.2.1 Análisis de las metodologías	23
2.2.2 Encuesta y Entrevista	23
2.2.3 Diagrama de procesos	24
2.2.4 Análisis crítico de las metodologías	25
2.3 Conceptualización	25

2.3.1 Glosario	25
2.4 Instrumentos Utilizados	25
2.5 Marco Legal	26
2.5.1 Trámites para la Constitución de una Empresa en Honduras	26
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA	29
3.1 Congruencia Metodológica	29
3.1.2 Operacionalización de las variables	32
3.2 Enfoque, método y alcance de la investigación	33
3.2.1 Métodos de Investigación	34
3.2.2 Alcance de la investigación	34
3.3 Diseño de la investigación	34
3.3.1 Población	35
3.3.2 Muestra	35
3.4 Técnicas e instrumentos	37
3.4.1 Instrumentos cuantitativos	37
3.4.2 Instrumentos cualitativos	37
3.4.3 Unidad de análisis	37
3.4.4 Unidad de respuesta	37
3.5 Instrumentos, técnicas, y procedimientos.	37
3.5.1 Instrumento	38
3.5.2 Técnicas	38
3.5.3 Criterios de Inclusión y Exclusión	38
3.5.4 Procedimientos aplicados	39
3.6 Limitantes de la investigación	39
3.7 Recolección de datos	39
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS	40
4.1 Resultado y análisis de encuesta	41
4.2 Resultados y análisis entrevista experto	55
CAPÍTULO V. APLICABILIDAD	56
5.1 Estudio de mercado	56
5.1.1 Descripción del mercado y la empresa	56

5.1.2 Descripción del producto	57
5.1.2.1 Tipos de producto	57
5.1.2.2 Empaque y etiqueta	58
5.1.3 Perfil del consumidor	58
5.1.4 Demanda del mercado.	59
5.1.5 Estrategia de Marketing y Comercialización	61
5.1.5.1 Mercadeo	61
5.1.6 Plaza	61
5.1.7 Distribución	62
5.1.8 Precio	62
5.1.8.1 Estrategia de precio	62
5.1.8.2 Promoción de Ventas	63
5. 1. 9 análisis de la competencia	63
5.2 Estudio Técnico	63
5.2.1 Materiales y equipos	63
5.2.1.1 Materia prima	63
5.2.1.2 Equipo	63
5.2.2 Procesos de producción	64
5.2.2.1 Proceso de Extrusión	64
5.2.2.2 Proceso de corte	64
5.2.2.3 Empaquetado	65
5.2.2.4 Procesos adicionales	65
5.2.4 Proveedores	69
5.2.5 Planta	69
5.2.5.1 Requerimientos mínimos	69
5.2.5.2 Ubicación	69
5.2.5.3 Diagrama de planta	70
5.2.5.4 Capacidad instalada	71
5.2.5.6 Organigrama	72
5.2.5.7 Descripción de personal	72
5.3 Estudio Financiero	77

5.3.1 Inversión inicial	77
5.3.2 Fuente de Recursos	78
5.3.3 Activos Fijo	79
5.3.4 Proyección de ventas	79
5.3.5 Costos	80
5.3.6 Punto de equilibrio	83
5.3.7 Utilidades y flujo de efectivo	84
5.3.8 Análisis financiero	85
CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	87
6.1 Conclusiones	87
6.2 Recomendaciones	88
Bibliografía	89

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Simbología que se utiliza en el diagrama de procesos	24
Figura 2 Rentabilidad Financiera	31
Figura 3 Diseño de la investigación.....	35
Figura 4 Recolección de datos.....	40
Figura 5 Nivel de Satisfacción con Precios Actuales del Mercado	41
Figura 6 Factores de Importancia al momento de realizar el pedido	42
Figura 7 Debilidades en la Oferta actual.....	43
Figura 8 Precio actual de compra	44
Figura 9 Cuantos pedidos al mes realiza.....	45
Figura 10 Tipo de Bolsa vende actualmente	46
Figura 11 Libras mensuales de venta.....	47
Figura 12 Cambiarse de empresa.....	48
Figura 13 Precio Deseado	49
Figura 14 Pedido Deseado	50
Figura 15 Libras por pedido.	51
Figura 16 Grosos Preferido	52
Figura 17 Experiencia en el rubro.	53
Figura 18 Medidas más vendidas	54
Figura 19 Elaboración de rollos plásticos	66
Figura 20 Elaboración de rollos plásticos	67
Figura 21 Procedimiento de toma de pedidos	68
Figura 22 Diagrama de planta.	70

Figura 23 Organigrama	72
-----------------------------	----

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Matriz metodológica	29
Tabla 2 Operacionalización de las variables	32
Tabla 3 Criterios de Inclusión y Exclusión	38
Tabla 4 Medidas de bolsa lisa	57
Tabla 5 Medidas de bolsa camiseta	58
Tabla 6 Productos desechables que ofrece Distribuidora Díaz	58
Tabla 7 Demanda bolsa lisa Tegucigalpa.....	59
Tabla 8 Capacidad instalada.....	71
Tabla 9 Punto de Reorden	71
Tabla 10 Costo de planilla.....	77
Tabla 11 Inversión Inicial	77
Tabla 12 Capital de trabajo	78
Tabla 13 Fuente de los recursos	78
Tabla 14 Activos fijo	79
Tabla 15 Mobiliario y Equipo	79
Tabla 16 Vehículo	79
Tabla 17 Presupuesto de Ventas	80
Tabla 18 Presupuesto de gastos	80
Tabla 19 Presupuesto de gastos	81
Tabla 20 Punto de equilibrio	83
Tabla 21 Precio de venta	83

Tabla 22 Estado de resultado.....	84
Tabla 23 Flujo de efectivo.....	84
Tabla 24 Balance General	85
Tabla 25 Análisis Financiero.....	85
Tabla 26 Indicadores TIR	86
Tabla 27 Factibilidad del proyecto	86

CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Introducción

El mundo de los negocios en el país cada día tiende a ser más complejo, la competencia crece, la globalización avanza, y la situación económica y política en los países como Honduras se convierte en incertidumbre. Todo este entorno afecta directamente a las empresas comerciales disminuyendo su crecimiento y muchas veces obligándolas a cerrar. Es por esta razón que realizamos este proyecto de investigación, con este trabajo se le brindara un análisis a Distribuidora Díaz para se les facilite las tomas de decisiones que la gerencia tiene.

En esta década donde las empresas familiares que nacieron hace veinte años tienen la tendencia a estancarse son necesarias nuevas estrategias de negocios para poder diferenciarse de la competencia.

En el 2018, Distribuidora Díaz tiene como objetivos no estancarse y realizar una estrategia ofensiva para poder llegar a nuevos clientes, a nuevos mercados, incrementar sus ventas y desde luego su rentabilidad.

Pero no siempre las decisiones de inversión son las que convienen más a las empresas, es por eso la importancia de esta investigación donde se recopilara la información necesaria y se analizara cual es el nuevo camino que recomendamos a la empresa tomar.

1.2 Antecedentes del Problema

La industria de los derivados del plástico tuvo un auge significativo a finales de los años noventa, había una demanda tan grande que los productores no podían darse abasto para poder

suplirla, esto ocasiono que una gran cantidad de emprendedores invirtieran en este negocio, siendo uno de los negocios más rentables de esos años. Pero con los años venideros la gran cantidad de oferta nacional más la ampliación de tratados con países vecinos ocasiono que la industria se viera en la etapa en que las competencias eran tan fuertes que todos competían en base a precio. Actualmente la industria de plásticos es un mercado que ya está en su etapa de madurez, y muy difícilmente se da la apertura de nuevos fabricantes es por esto por lo que este proyecto tiene tanta importancia.

En la última década el uso de los productos derivados del plástico ha sustituido a materiales como el vidrio y los metales debido a su fácil fabricación y bajo costo.

Distribuidora Díaz es una empresa familiar, con más de 20 años de experiencia en el negocio de la distribución de productos plásticos especialmente de bolsas, plásticos, vasos, servilletas y pajillas. Solamente cuenta con una oficina principal, en el Mercado Las Américas, de donde realiza sus operaciones de distribución hacia sus clientes más importantes es el Mercado Zonal Belén, Mercado San Isidro, Mercado Las Américas, y entre otras zonas de Tegucigalpa.

Actualmente la empresa tiene presencia en la ciudad de Tegucigalpa y con pocos clientes en Choluteca y Danlí. Es considera una MYPIME, a lo largo de los 20 años de existencia nunca ha tenido más de 8 empleados.

La industria de los plásticos ha tenido en los últimos años un aumento en la oferta por lo que las empresas se han tenido que esforzar por tener una diferenciación en comparación a los demás competidores. El dilema de Distribuidora Díaz va ligado sobre la capacidad real y el alcance que podría tener si cambia su modelo de negocio de distribuidor a fabricante.

1.3 Definición del Problema

1.3.1 Enunciado del Problema

Muchas empresas han buscado nuevas formas de poder incrementar sus ingresos y rentabilidad. Las empresas que tienen más de veinte años suelen tener estancamiento en cuanto a las ventas, se mantienen con los mismos clientes que tampoco crecen, los mismos productos y podría decirse que caen en una rutina. La globalización obliga a las MYPIMES a adaptarse a un mercado global cambiante, aparecen nuevos productos sustitutos y la competencia cada vez es más agresiva.

Distribuidora Díaz está en la obligación de buscar lograr atraer nuevos clientes e ingresar a nuevos mercados, pero para que esto pueda suceder deben realizar inversiones para crear una imagen favorable o una diferencia en comparación con la competencia. En el caso de Distribuidora Díaz por ser una empresa comercial ante un mercado que no se publicita debe crear valor agregado por medio de la calidad, precios accesibles y un buen servicio al cliente.

En vista de lo anterior, la empresa maneja dos opciones: Una incrementar fuerza en plan de marketing y otra incrementar inversión para convertirse a fabricantes y tener mejor precio para competir y de esta manera lograr una mejor rentabilidad. Ambas opciones son muy viables y es vital identificar cual es la más adecuada.

1.3.2 Formulación del Problema

¿Es viable desde el punto de vista técnico, financiero y de mercado la inversión para que

Distribuidora Díaz se convierta en un fabricante de bolsas plásticas o que continúe como distribuidor?

1.3.3 Preguntas de investigación

- ¿Cuál es la demanda, comportamiento, preferencias y tendencias de los consumidores de bolsas plásticas?
- ¿Cuál es el monto de inversión, punto de equilibrio y retorno de inversión que debe tener Distribuidora Díaz si quiere ser fabricante?
- ¿Cuáles son los requerimientos técnicos y especificaciones necesarias para la constitución de la fábrica?
- ¿Cuál es las opciones más viables financieramente en un plazo de 5 años?

1.4 Objetivos del Proyecto

1.4.1 Objetivo general

Realizar un estudio de pre factibilidad que permita a Distribuidora Díaz tomar una decisión que cumpla sus objetivos comparando ambas opciones que tiene Distribuidora Díaz mediante un estudio de mercado, técnico y económico.

1.4.2 Objetivos específicos

- Elaborar un estudio de mercado en el mercado del plástico en Tegucigalpa para determinar la demanda, comportamiento, preferencias y tendencias de los consumidores de bolsas plásticas.
- Determinar la inversión inicial, punto de equilibrio y retorno de la inversión por medio de un estudio financiero del proyecto de inversión para Distribuidora Díaz.
- Realizar un estudio técnico sobre la propuesta de inversión para que Distribuidora Díaz pueda convertirse en fabricante.

- Evaluar cuál de las opciones es más viable financieramente a un plazo de 5 años.

1.5 Justificación

En la actualidad las empresas se mantienen en una lucha constante con el objetivo de abarcar o tener una mayor participación de mercado, en esta investigación se basa en la necesidad de realizar un estudio de pre factibilidad con el objetivo de proponer a la empresa Distribuidora Díaz, si le es más factible mantener su modelo de negocios actual que consiste en ser un distribuidor de plásticos o empezar a producirlo con el fin de tener mejores ingresos. Cabe recalcar que empezar a producir requiere una elevada inversión inicial, se espera que tenga un retorno representativo para la empresa.

El negocio de los plásticos es uno de los productos que se están utilizando con mayor frecuencia en los diferentes comercios, con el fin de brindar un empaque para los productos que los clientes compran en los comercios. En muchos de los comercios lo ven como una ventaja competitiva, y una forma de llegar a los hogares de sus clientes y mantener dentro de sus hogares publicidad de su marca. En la actualidad las bolsas como tal son necesarias pero las empresas buscan a su vez bolsas que tengan estampados con sus logos y esto brinda un valor agregado a quien produce los plásticos y una nueva oportunidad de negocios para el mismo.

Mediante esta investigación se espera dar una orientación a Distribuidora Díaz y mostrarles si le es conveniente iniciar operaciones en la producción del plástico y seguir distribuyendo si fuera posible, con el fin de obtener una mayor rentabilidad y brindar respuesta a un mercado que aun muestra oportunidades de crecimiento y que no está abarcado en su totalidad.

El proyecto muestra una viabilidad realista, la cual se dará por medio de una propuesta y un estudio con el cual se sustentará lo antes mencionado. Se tomarán en cuenta diferentes factores

como ser: recursos financieros, el capital humano, el equipo o maquinaria adecuada, que aseguran los objetivos planteados en este documento.

La aplicabilidad del negocio será por medio de abrir nuevas operaciones de la Distribuidora Díaz en la fabricación de plásticos, exponiendo las directrices con el fin de una buena ejecución que aseguraran el éxito del negocio.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1 Análisis de la Situación Actual

2.1.1 Área Internacional

El plástico uno de los productos más utilizados y con una gran demanda a partir del término de la segunda guerra mundial. En este momento es cuando se empiezan a introducir el plástico de forma directa al consumidor, a los hogares de las personas satisfaciendo las necesidades más básicas de las personas a un costo muy accesible.

El plástico era utilizado para crear cualquier tipo de productos como:

Teléfonos, Platos, Vasos, Productos Tupperware, Botellas, Tuberías, Etc.

El consumo del plástico ha crecido en pasos agigantados en los últimos 50 años y tiene un futuro muy prometedor a pesar de los problemas ambientales que representa en la actualidad. En las últimas décadas se ha logrado observar ese crecimiento masivo de la demanda del plástico, entre el 2002-2013 tuvo un incremento del 50%, es decir que subió de 204 a 299 millones de toneladas. Con estas estadísticas y según el crecimiento en la demanda de este producto se espera que para el 2020 se estén produciendo 500 millones de toneladas de plástico, es decir un incremento del 900% desde el año 1980.

Actualmente China el mayor productor de plástico en todo el mundo, seguido por Europa, EE. UU., y Asia sin incluir a China. La mayor parte de esta producción está dirigida a productos como las botellas plásticas y botellas. El incremento de estos productos en su demanda desde el 2003 con una demanda del 39%, a diferencia que para el 2013 se incrementó un 45%. (Greenpeace, 2017)

2.1.2 Historia del Plástico

El termino plástico se puede definir como sustancias de diferentes estructuras que carecen de algún punto de ebullición y de esta forma se vuelve un producto maleable a distintas temperaturas con distintos resultados en el producto final.

El primer plástico data del año 1860 en el cual se realizó un concurso en Estados Unidos por la compañía Phelan y Collander dedicada a la fabricación de bolas de billar. En este concurso se ofrecía un premio por \$10.000 a quien presentara un sustituto del marfil natural. El inventor Wesley Hyatt participo en el concurso sin embargo no fue el ganador, pero presento un producto celuloide el cual era capaz de ser transformado en diferentes objetos, sin embargo, era inflamable y se deterioraba al exponerlo a la luz.

Para el año 1909 un químico de origen Belga Leo Hendrik invento un polímero con fines comerciales. Este producto podía moldearse según se iba formando y resultaba un producto final sólido. A este producto se le conoció con el nombre de baquelita, este fue el primer plástico totalmente sintético en la industria. El problema con la baquelita es que era un producto que al enfriarse se endurecía y no era posible volver a moldearse.

A raíz de este descubrimiento, muchos científicos realizaron estudios con el fin de perfeccionar este producto y es por lo cual en los años 30 se descubre el gas etileno (PE) y que al entrelazarse con la baquelita se transformaba en un polímero el cual era fácil moldear muchas veces. Más adelante se logró descubrir el polipropileno (PP).

Bajo estos esfuerzos se descubre que al reemplazar en el etileno un átomo de hidrogeno por uno de cloruro se formaba el PVC, un tipo de plástico duro y resistente al calor, ideal para todo tipo de tuberías.

Otros plásticos desarrollados en los años 30 fueron descubiertos por los alemanes. Estos desarrollaron el Poliestireno (PS), este era un material transparente generalmente utilizado para vasos. A su vez tenía una aplicación que si se le expandía lo suficiente era capaz de ser utilizado para el embalaje, o como un aislante térmico.

En los años 30 también se desarrolló el Nylon por Wallace Carothers, este trabajaba en la empresa Dupont. Este uno de los mayores inventos para la época ya que con este tipo de material se hizo posible hacer paracaídas para la segunda guerra mundial, y a partir de este momento fue introducido en el área textil.

En la segunda guerra mundial se dieron reducciones significativas en los suministros de materias primas y el plástico demostró que era una fuente inagotable de sustitutos aceptables. Que se fueron dando a raíz de que Japón hizo un recorte en los suministros y fue lo que impulso a desarrollar productos sintéticos a base del plástico.

En el año 1953 el alemán y químico Karl Ziegler desarrolla el polietileno y en 1954 el italiano Giulio Natta desarrollo el polipropileno, que son los 2 plásticos más utilizados en la actualidad. (García, 2009)

2.1.3 Tendencias internacionales de consumo

La tendencia internacional del consumo de plástico es halagadora para aquellos que se dedican a producirlo. Es claro que el mundo cada vez está demandando más y más plástico y es de acuerdo con las estadísticas lo que nos enseña que está cada vez se está haciendo un negocio creciente todo el tiempo. Según Rufus Reifenhauer (2005), los plásticos serán el material más importante del siglo XXI, esto debido a la gran variedad de propiedades y beneficios que superan por mucho los costos de producción. En la actualidad el plástico cubre una necesidad que

difícilmente será cubierta por otro material.

La producción mundial de plásticos supera el valor de 225 millones de toneladas anuales, de las cuales 180 pertenecen a los plásticos en su forma. De una forma fácil de explicar el aumento en el consumo de plásticos a nivel mundial se basa en el alza de población mundial año con año, y productos de mayor duración.

En Europa del este existe un crecimiento anual del 7%, Sureste asiático de 6.5%, América Latina de 4%. Las regiones más avanzadas rondan entre 3 y 3.5% anual. (Serrano, 2005)

2.1.4 Responsabilidad Social

Hoy en día, es más importante que nunca que los productos satisfagan las necesidades de sus clientes, pero también que puedan ser fabricados responsablemente. Es vital que dentro de las empresas se maneje un respeto hacia una producción responsable y que externamente se mentalice al cliente sobre el tipo de producto que están comprando. Todo esto se hace con la intención del bienestar social por medio del apoyo y cuidado del medioambiente. El medio ambiente es un conjunto de condiciones que envuelven a un organismo, y que posibilitan la vida y desarrollo de dichas entidades. (Jorge Espejo Callado F. d., 2011). Este concepto nos indica que muchas veces las empresas no deben buscar solamente la satisfacción absoluta y deseos completos de los consumidores ya que muchas veces esto puede resultar perjudicial para la ecología afectando la salud de la población en general.

2.1.5 Valores Ecológicos

Las empresas están en la obligación de conocer como los tipos de productos que

comercializan afectan al medio ambiente. Si son reciclables, si son biodegradables, si se pueden reutilizar, si sirven para algo más de su uso original y su impacto en el medioambiente.

La ciencia que estudia las relaciones e interacciones de los organismos con su media se denomina ecología. (Jorge Espejo Callado F. d., 2011). Esta vela por la obligación de las empresas de darle la importancia debida a que los productos afecten de la manera más mínima el medio ambiente.

2.1.6 Productos sustitutos

Todos los productos tienen la posibilidad de ser sustituidos por uno que brinda mejores beneficios ya sea al consumidor, a la empresa o en este caso al medioambiente. La innovación es desarrollo, transformación, y progreso. (Kirberg, 2014). En el caso de las bolsas plásticas normales tienen su producto sustituto, en este caso las bolsas biodegradables. Estas bolsas pueden ser incineradas o recicladas sin dañar el medio ambiente. La gran diferencia es que no contienen productos químicos controvertidos o que requieran una aprobación reglamentaria, lo que las convierte en una alternativa excelente en el presente, y lo serán también en el futuro, para la preservación del medio ambiente. (El Blog Verde, 2017)

2.1.7 Tratados libre comercio

El sentido común dicta que un poco de comercio internacional beneficia a las naciones (Hill, 2015) y en la industria del plástico no es la excepción. A medida que la globalización avanza también la necesidad de abrir nuevos mercados. Los países ven la necesidad de agilizar los trámites de comercialización de mercancías entre sus fronteras, aquí es donde nacen las instituciones internacionales que crean y regulan los tratados de libre comercio. Todos los países están interesados en importar los bienes que no pueden producir y tienen interés en exportar los bienes

de los cuales tienen un excedente o una ventaja natural que les permite tener una demanda fuera de sus fronteras. De igual manera hay empresas que a lo largo de los años se extienden en varios países convirtiéndose en multinacionales que abogan por la apertura de estos tratados.

“Existe una sólida evidencia de que el comercio tiende a aumentar dentro de una región de naciones comerciales cuando se reducen controles interestatales, como los aranceles. De tal manera, las empresas son estimuladas a ampliar sus operaciones hacia otros mercados dentro de la región. La integración económica tiende a tener un efecto positivo en general sobre el comercio al brindar una creciente comprensión dentro de los bloques comerciales entre las naciones.” (Carl, 2010)

Esto generó que este tipo de productos llegara a Latinoamérica y en este caso específico a Honduras. Todos los países del mundo hoy en día tienen acceso a cualquier bien material o servicio ofrecido en otra parte del globo.

2.1.8 Historia del plástico en Honduras

En Honduras existen 45 empresas dedicadas a la industria del plástico, 27 de ellas están incorporadas a la Asociación de Fabricantes de Plástico de Honduras (AFAPLASH), las cuales se han unido debido a las exigencias y normas que han impuesto algunos países para cumplir como parte de los requerimientos para la exportación de bolsas como principal producto, sobre todo para E.E.U.U. en donde los productos nacionales tienen gran demanda por su calidad.

Actualmente en Honduras se ha visto afectada por lo el incremento en los precios del petróleo, el cual ha sido el factor más importante que ha venido arrastrando desde hace aproximadamente 30 años. Sin embargo, las demás materias primas sufren la misma suerte. Hoy en día los precios de plástico han tenido un alza del 30% y un alza de 24% en los transportes tanto

marítimos como aéreos. Otro factor importante que afecta a Honduras son los productos que provienen de El Salvador y entran como producto subvaluados lo cual acarrea a una competencia desleal la cual no es totalmente monitoreada por las autoridades al momento previo de entrar a Honduras.

Esta situación ha provocado que los empresarios nacionales busquen nuevas oportunidades de negocio principalmente con la Unión Europea la cual ha abierto sus puertas a los productos plásticos hondureños con una cierta normativa, pero brinda confort en el país. A partir del 2008 Honduras empezó exportando 65,068 toneladas de plástico y derivados, que a diferencia del año anterior tuvo un alza del 23% lo cual indica que es un mercado latente y que existe mucha demanda y que es un producto de calidad con gran aceptación por los consumidores finales. (Chavarría, 2008)

2.1.9 Mercados en Tegucigalpa

El mercado de las bolsas plásticas en Tegucigalpa se ha mantenido a lo largo de la última década con una demanda estable que es satisfecha por fábricas locales. Dicha demanda se mantiene debido a que la bolsa lisa es usada comúnmente para la venta de productos de canasta básica como ser frutas, dulces, licuados, agua, frijoles, arroz, azúcar, hielo, maíz, y todos los productos que se venden en abarroterías, pulperías, mercados municipales.

2.2 Teorías de Sustento

2.2.1 Análisis de las metodologías

La metodología que se ha decidido tomar para la presente investigación es la mixta, obteniendo tanto datos cualitativos como cuantitativos con la intención de tener un mejor entendimiento de los datos recolectados. Esto se logra mediante esta metodología que brinda una mejor perspectiva amplia y profunda, variabilidad en los datos, y mayor indagación en los participantes.

“El enfoque cuantitativo usa la recolección de datos para probar una hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías.” (Sampieri, Metodología de la investigación, 2010)

“El enfoque cualitativo también se guía por áreas o temas significativos de investigación. Sin embargo, en lugar de que la claridad sobre las preguntas de investigación e hipótesis proceda a la recolección y análisis datos, los estudios cualitativos pueden desarrollar preguntas de hipótesis antes, durante o después de la recolección y análisis de datos.” (Sampieri, Metodología de la investigación, 2010)

2.2.2 Encuesta y Entrevista

La entrevista permitió poder obtener información de los expertos que se encuentran involucrados en el proceso de elaboración de plástico, esto brindo un panorama muy amplio, el cual permitió poder observar el panorama de una forma real. Esta herramienta de recolección de datos permitió realizar un análisis detallado de los datos recolectados, siendo este uno de los pilares más importantes para el estudio de mercado. (Acevedo Ibañez & Lopez, 1986)

El cuestionario efectuado tipo encuesta permitió la recolección de datos de carácter cualitativo para el estudio de mercado, con el objetivo de brindar mayor credibilidad y una mayor

objetividad, representando de una forma mas exacta la produccion de bolsas plasticas.

“La encuesta se define como una investigacion realizada sobre una muestra de sujetos representativo de un colectivo mas amplio, utilizando procedimiento estandarizados”. (Acevedo Ibañez & Lopez, 1986)

2.2.3 Diagrama de procesos

“Los diagramas de flujo también conocidos como flujogramas- son una representación gráfica mediante la cual se representan las distintas operaciones de que se compone un procedimiento o parte de él, estableciendo su secuencia cronológica. Clasificándolos mediante símbolos según la naturaleza de cada cual.” 1 Es decir, son una mezcla de símbolos y explicaciones que expresan secuencialmente los pasos de un proceso, de forma tal que este se comprenda más fácilmente”. (Gutierrez, 2009).

→	Transporte: cualquier operación que implique el desplazamiento del producto de un lugar a otro.
▽	Almacenaje (o stock): depósito del producto en un lugar fijo durante un periodo de tiempo en general largo
D	Espera (parecido al stock): el producto espera un tiempo (en general no muy largo) entre una operación y otra.
□	Control: el producto sufre una inspección de cualquier tipo. En general se asocia con comprobaciones de calidad.
○	Valor añadido: el producto sufre una transformación que le añade valor.

Figura 1 Simbología que se utiliza en el diagrama de procesos

Fuente: (Gutierrez, 2009).

tema en específico. Es generalmente el instrumento más utilizado ya que brinda una gran cantidad de datos. “Una ventaja importante de las encuestas es que pueden ocuparse muestras grandes con un costo relativamente bajo, es fácil realizarlas y tiene una gran capacidad de explorar factores que no se observan directamente como actitudes, sentimientos o preferencias” (Hair, Bush, & Ortinau, Investigación de mercados: en un ambiente de información digital, 2010)

2.5 Marco Legal

2.5.1 Trámites para la Constitución de una Empresa en Honduras

Escritura Pública

La Escritura Pública es un instrumento o documento público y legal que contiene: los nombres de las personas que conforman la organización; el nombre o razón social de la organización y de qué tipo es; el capital inicial; su duración; su naturaleza y objeto. (Guia-de-requisitos-para-operar-una-empresa-en-Honduras, 2015, pág. 19)

Requisitos Entregar al notario público los siguientes datos y documentos:

1. El nombre o la razón social del comerciante o la sociedad.
2. Descripción de la actividad a la que se dedicará la empresa.
3. Domicilio o dirección de la empresa.
4. Capital inicial, que dependerá de la personalidad jurídica a adoptar.
5. Fotocopia de los documentos personales de los socios: Tarjeta de identidad, Registro Tributario Nacional (RTN) y Solvencia Municipal.

Con estos datos y documentos, el notario público elabora la escritura de constitución. Para ello deberá adquirir timbres fiscales según el monto de la inversión y, después, publicar el aviso de declaración de comerciante individual o sociedad en el Diario Oficial La Gaceta, o en uno de los diarios de mayor circulación en la localidad.

Inscripción en el Registro Mercantil

Toda empresa constituida con base en el código del Comercio deberá registrar su escritura de constitución en el registro Mercantil. En el departamento de Francisco Morazán, este trámite se lleva a cabo en la Cámara de Comercio e Industria de Tegucigalpa CCIT. (Guia-de-Requisitos-para-Operar-una-Empresa-en-Honduras, 2015, pág. 22)

Registro Tributario Nacional (RTN)

El Registro Tributario Nacional es el mecanismo para identificar, ubicar y clasificar a las personas naturales o jurídicas que tienen obligaciones ante la SAR, antes conocida como Dirección Ejecutiva de Ingresos (DEI).

Para obtener el RTN de un comerciante individual:

- Formulario de inscripción (Forma DEI 410), debidamente completado. Este formulario se obtiene gratuitamente en las ventanillas de atención al público de la DEI.
- Fotocopia de tarjeta de identidad. Fotocopia de la escritura de constitución como comerciante individual.
- Acreditación del domicilio con una factura o recibo de la ENEE, HONDUTEL, SANAA u otro servicio público.

Registro de la Cámara de Comercio

La Cámara de Comercio es una institución sin fines de lucro, la cual se encarga de asociar empresas industriales, comerciales y de servicio, con el fin de promover el fortalecimiento, desarrollo y libertad empresarial del país. El registro en este tipo de institución es obligatorio, según el Código de Comercio ya que si no se registra esta puede acarrear a una multa. (Guia-de-Requisitos-para-Operar-una-Empresa-en-Honduras, 2015, pág. 30).

Pasos para Registro en la Cámara de Comercio:

- Solicitud de registro completa.
- Escritura original.
- Fotocopia de RTN.
- Recibo de pago por el registro.

Permiso de Operación

Este documento lo extiende la municipalidad para garantizar que la empresa funciona conforme a las leyes municipales. La municipalidad del Distrito Central, solicita una evaluación anticipada de la zona o ubicación donde se pondrá la empresa, luego se llena la solicitud; este trámite se agiliza mucho con la visita de la ubicación, el cual lleva a cabo la municipalidad del Distrito Central (Guia-de-requisitos-para-operar-una-empresa-en-Honduras, 2015, pág. 35)

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA

En esta sección se busca analizar las técnicas o metodologías que se usarán en el informe y que serán utilizadas con el fin de darle sentido a la investigación. Esta metodología nos ayudara a cumplir los objetivos planteados anteriormente. En este capítulo se detallará las técnicas e instrumentos de estudio para el establecimiento de una planta productora de bolsas plásticas.

3.1 Congruencia Metodológica

Este proyecto se basó en un estudio del consumo plástico para la zona centro del país, por lo cual se realizó un muestreo en base a la información obtenida.

En el proyecto se decidió utilizar como fuente recolectora de datos a través de la entrevista de expertos y la encuesta de los a los consumidores de bolsas plásticas de forma mayorista. Este tipo de herramientas son las más adecuadas para recabar información con mayor precisión.

3.1.1 Matriz Metodológica

Tabla 1 Matriz metodológica

Objetivo General	Objetivo Especifico	Preguntas de Investigación	Variables	
			Variable Dependiente	Variables Independientes
Realizar un estudio de pre factibilidad que permita a Distribuidora Diaz tomar una decisión que cumpla sus objetivos comparando ambas opciones que tiene Distribuidora Díaz mediante un estudio de mercado, técnico y económico.	Elaborar un estudio de mercado en el mercado del plástico en Tegucigalpa para determinar la demanda, comportam iento, preferencias y tendencias de los consumido res de bolsas	¿Cuál es la demanda, comportamiento, preferencias y tendencias de los consumidores de bolsas plásticas?	Rentabilidad financiera	Producción de plástico

	plásticas			
	Determinar la inversión inicial, punto de equilibrio y retorno de la inversión por medio de un estudio financiero del proyecto de inversión para Distribuidora Díaz	¿Cuál es el monto de inversión, punto de equilibrio y retorno de inversión que debe tener Distribuidora Díaz si quiere ser fabricante?		Inversión Inicial
	Realizar un estudio técnico sobre la propuesta de inversión para que Distribuidora Díaz pueda convertirse en fabricante	¿Cuáles son los requerimientos técnicos y especificaciones necesarias para la constitución de la fábrica?		Aspectos técnicos legales.
	Evaluar cuál de las opciones es más viable financieramente a un plazo de 5 años.	¿Cuál es las opciones más viables financieramente en un plazo de 5 años?		Plan de inversión

Renta

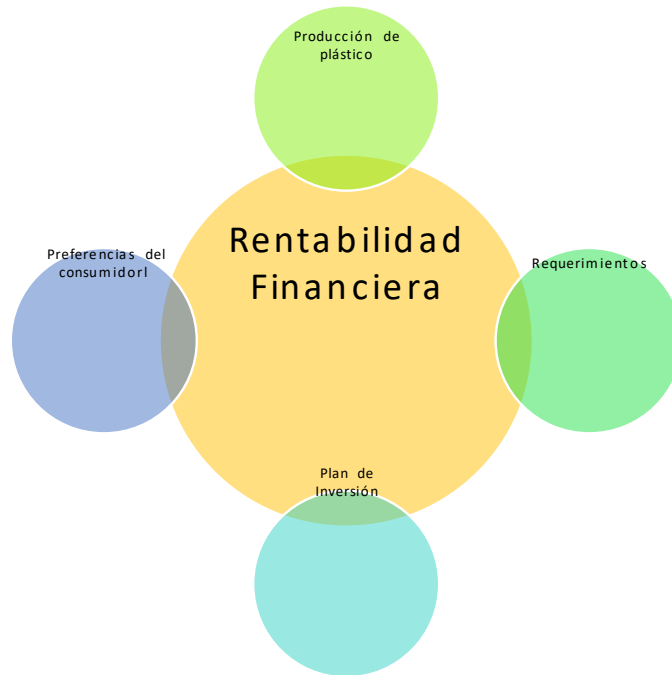


Figura 2 Rentabilidad Financiera

Variable Dependiente

- Rentabilidad Financiera

Variables Independientes

- Producción de plásticos
- Requerimientos
- Preferencias del consumidor
- Plan de Inversión

3.1.2 Operacionalización de las variables

A continuación, se detallan las variables independientes y la variable dependiente:

Tabla 2 Operacionalización de las variables

Variables Independientes	Conceptualización de las variables	Definición Operacional	Dimensión	Indicadores	Items	Unidades (categoría)	Escala
Producción de plásticos	Es la suma de todos los procesos industriales que suman en la fabricación de los materiales plásticos.	Es el proceso de cómo se realizan los productos	Cantidad	Ventas mensuales	¿Cuántas libras se venden mensualmente?	1-500 501-1000 1001-2000 2001-5000 Mas de 5,000	
				Producción mensual	¿Cuántas libras puede producir	1-500 501-1000 1001-2000 2001-5000 Mas de 5,000	
				Cantidad de empleados	¿Es adecuada la cantidad de empleados en producción?	Si No	
Requerimientos	Son todas aquellas características, cantidades de materiales, y estándares de calidad necesarias para que las fábricas de plásticos puedan funcionar	Son todos los requisitos para poner en marcha la fabricación.	Requisitos	Maquinaria necesaria	¿Se cuenta con la maquinaria necesaria para realizar los procesos de producción?	Si No	
				Materiales necesarios	¿Se cuenta con los materiales necesarios para cumplir con la demanda?		
Preferencias del consumidor	Son todas aquellas variables que influyen en la toma de decisión del consumidor por cual productor comprar	Es todo aquello que hace que los consumidores prefieran comprar a la empresa.	Medición	Satisfacción	¿Se siente satisfecho con el servicio de Distribuidora Diaz?	Totalmente satisfecho Satisfecho NS/NI Insatisfecho Totalmente Insatisfecho	

Plan de inversión	Es un modelo o sistema con el objetivo de guiar las inversiones para utilizar los recursos con eficiencia.	La forma como se destinarán los fondos económicos para convertirse en fabricante.	Económico	Cantidad	¿Considera la inversión va de acorde al proceso y maquinaria necesaria?	Totalmente de acuerdo De acuerdo NA/ND En Desacuerdo Totalmente en Desacuerdo	
Variable Dependiente	Conceptualización de las variables	Definición Operacional	Dimensión	Indicadores	Ítems	Unidades (categoría)	Escala
Rentabilidad financiera	Es el rendimiento de capitales que son propios de la empresa en un periodo específico. (Silvestre & Mendez Morales, 2011)	Es la utilidad que sacara la empresa después de cierto periodo.	Económica	Cantidad	¿Es la rentabilidad la que la empresa espera?	Totalmente de acuerdo De acuerdo NA/ND En Desacuerdo Totalmente en Desacuerdo	

3.1.3 Hipótesis

Es más rentable producir bolsas plásticas que vender como distribuidor en los mercados locales de la ciudad de Tegucigalpa.

3.2 Enfoque, método y alcance de la investigación

Esta investigación presenta un enfoque mixto, cuantitativo por la recopilación y el análisis de datos con la finalidad de determinar la viabilidad de proyecto, con el objetivo de hacer una evaluación técnico – financiero. También lleva un enfoque cualitativo ya que se evalúa la

producción de bolsas plásticas a través de entrevistas a expertos con el fin de recolectar información más apegada a la realidad.

3.2.1 Métodos de Investigación

- Método descriptivo: por medio del análisis estadístico se describe el estudio.
- Método deductivo: se utiliza mediante el uso de la razón y construir hipótesis para luego ser comprobadas.
- Método explicativo: relaciona los fenómenos de estudio, así como las causas y efectos de eventos relacionados al estudio.
- Método sintético: es por el estudio de las variables en la zona de los mercados de Tegucigalpa con la finalidad de exponer los resultados obtenidos.

La investigación no es experimental, por ser sistemática. Las variables independientes no se les hace ningún cambio, se dejan tal cual fueron recabadas. Todas estas variables son lo más cercano a la realidad actual.

La investigación es transversal ya que fue elaborada en un tiempo definido.

3.2.2 Alcance de la investigación

La investigación se llevó a cabo en los mercados de Tegucigalpa y Comayagüela, en el mes de septiembre del 2017. Se tomó como Fuente de información a las personas que tienen sus puestos y que venden sus productos en bolsas plásticas y que compran el mismo al por mayor.

3.3 Diseño de la investigación

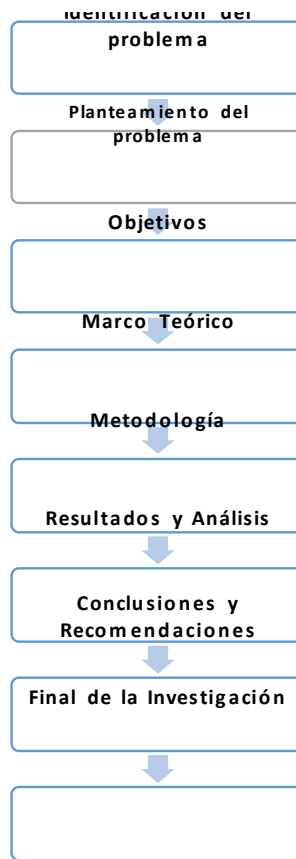


Figura 3 Diseño de la investigación

3.3.1 Población

La población total de clientes potenciales estimada por diferentes gerentes y vendedores de fábricas y empresas distribuidoras de plásticos es de 150 empresas o comerciantes distribuidos en los mercados principales de Tegucigalpa como son el Zonal Belén, Álvarez, Las Américas, Colon, San Isidro, Feria del Agricultor y Perisur. Al ser un número reducido tomamos como tal la población total de los distribuidores para poder tener un mejor tamaño de muestra.

3.3.2 Muestra

En el muestreo probabilístico, cada unidad de muestreo de la población objetivo-definida

tiene una probabilidad conocida de ser elegida para la muestra. ” (Hair, Bush, & Ortinau, Investigacion de Mercados: en un ambiente de informacion digital, 2010). El tipo es el de por conglomerado debido a que esta técnica permite aprovechar la existencia de grupos o conglomerados en la población, en este caso nos permite seleccionar algunas unidades de cada mercado de la ciudad resultando muy beneficioso por que los grupos están en varias partes de la ciudad. ”La principal ventaja de esta técnica es de tipo operativa: seleccionar un conglomerado a estudiar suele ser más fácil y económico que hacer una muestra aleatoria o sistemática. Hemos visto por ejemplo que usar conglomerados geográficos puede representar un importante ahorro en desplazamientos de personas. ” (Netquest, 2017)

Para el cálculo del tamaño de la muestra, se tomó un nivel de confianza del 95% y un error del 5%, la población es de 150 empresas en Tegucigalpa.

La fórmula utilizada para calcular el tamaño de la muestra es:

$$n = \frac{k^2 * p * q * N}{(e^2 * (N-1)) + k^2 * p * q}$$

N= tamaño de la población (150)

k= nivel de confianza (1.96)

e= error (0.05)

p= es la probabilidad de ocurrencia (0.50)

q= la probabilidad de que no ocurra (1.00-p)

CALCULO

$$144.06/1.3329 = 108.23$$

El cálculo nos brinda un resultado de 109 encuestas.

3.4 Técnicas e instrumentos

En este capítulo se describen las herramientas que se utilizaron para la investigación del estudio. Se mencionan los tipos de instrumentos utilizados con la finalidad de recabar la información confiable y dar mayor credibilidad al mismo.

3.4.1 Instrumentos cuantitativos

Con los instrumentos cuantitativos se espera hacer una recolección de datos por medio de una encuesta aplicada a posibles empresas o distribuidores de plásticos de la región.

3.4.2 Instrumentos cualitativos

Con los instrumentos cualitativos se pretende conseguir información de expertos por medio de un cuestionario a gerentes de producción del rubro del plástico. Específicamente a la producción de bolsas plásticas.

3.4.3 Unidad de análisis

Para la siguiente investigación se tomó como unidad de análisis a las personas que venden en los puestos de los mercados que venden o empaican sus productos en bolsas plásticas. Siempre y cuando estas tengan la costumbre de comprar sus bolsas al mayoreo.

3.4.4 Unidad de respuesta

Se tomó como unidad de análisis en base al sistema métrico y porcentual.

3.5 Instrumentos, técnicas, y procedimientos.

3.5.1 Instrumento

El instrumento utilizado en el estudio es la encuesta y la entrevista, con el fin de obtener información fidedigna de parte de los consumidores que se encuentran en los mercados del Distrito Central. La entrevista a su vez viene de expertos en la materia de venta en plantas productoras de bolsas plásticas.

3.5.2 Técnicas

La técnica utilizada en la encuesta está basada en la escala de Likert, con la finalidad de poder evaluar con mayor certeza la información. Esta información es analizada ya que por medio de la ponderación se logra observar cuál de los datos es más importantes al momento de llevar a cabo el proyecto, con el fin de brindar un servicio que comprometa al cliente de consumir los productos que se le quieren vender.

3.5.3 Criterios de Inclusión y Exclusión

Tabla 3 Criterios de Inclusión y Exclusión

Criterios de Inclusión	Criterios de Exclusión
Quienes compren bolsas plásticas lisas en fardos.	Comerciantes que no compren bolsas lisas en fardos.
Comerciantes dispuestos a cooperar para llenar la encuesta.	Comerciantes que no quieran llenar la encuesta.
Distribuidores de bolsas plásticas.	Comerciantes que no vendan sus productos empacados en bolsas.

3.5.4 Procedimientos aplicados

1. Se hizo acercamiento con los comerciantes para ver si querían colaborar con la encuesta.
2. Se le explico él porque era importante que llenara la encuesta.
3. Se le explico que esta información no sería compartida por nadie y que no tenían que dar ningún dato personal.
4. Se les entrego la encuesta.
5. Se les asistió a los que no podían leer.
6. Se les explicaron las dudas de las preguntas.
7. Se recolecto la encuesta al finalizar.

3.6 Limitantes de la investigación

Algunas limitantes encontradas en la investigación son:

- El tiempo en que se realizó la investigación es corto, ya que solo es de 10 semanas.
- No todos los comerciantes quieren llenar la encuesta.
- Los gerentes de las fábricas no son muy abiertos y no brindan información exacta sobre los datos de materia prima, producción, precios y todos los aspectos técnicos.
- Accesibilidad a los mercados e inseguridad.

3.7 Recolección de datos

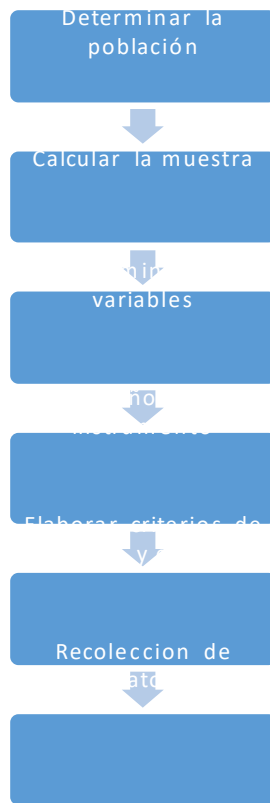


Figura 4 Recolección de datos

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS

En el presente capítulo de la investigación se dan a conocer los resultados, así como el análisis de cada una de sus partes, obtenidos, mediante la aplicación de dos instrumentos: una

entrevista personal a un gerente de fábrica de plástico y una encuesta a consumidores del producto. Posteriormente se realizará un análisis técnico y finalmente uno financiero con el fin de evaluar el plan de inversión para la realización de una planta productora de bolsas plásticas.

4.1 Resultado y análisis de encuesta

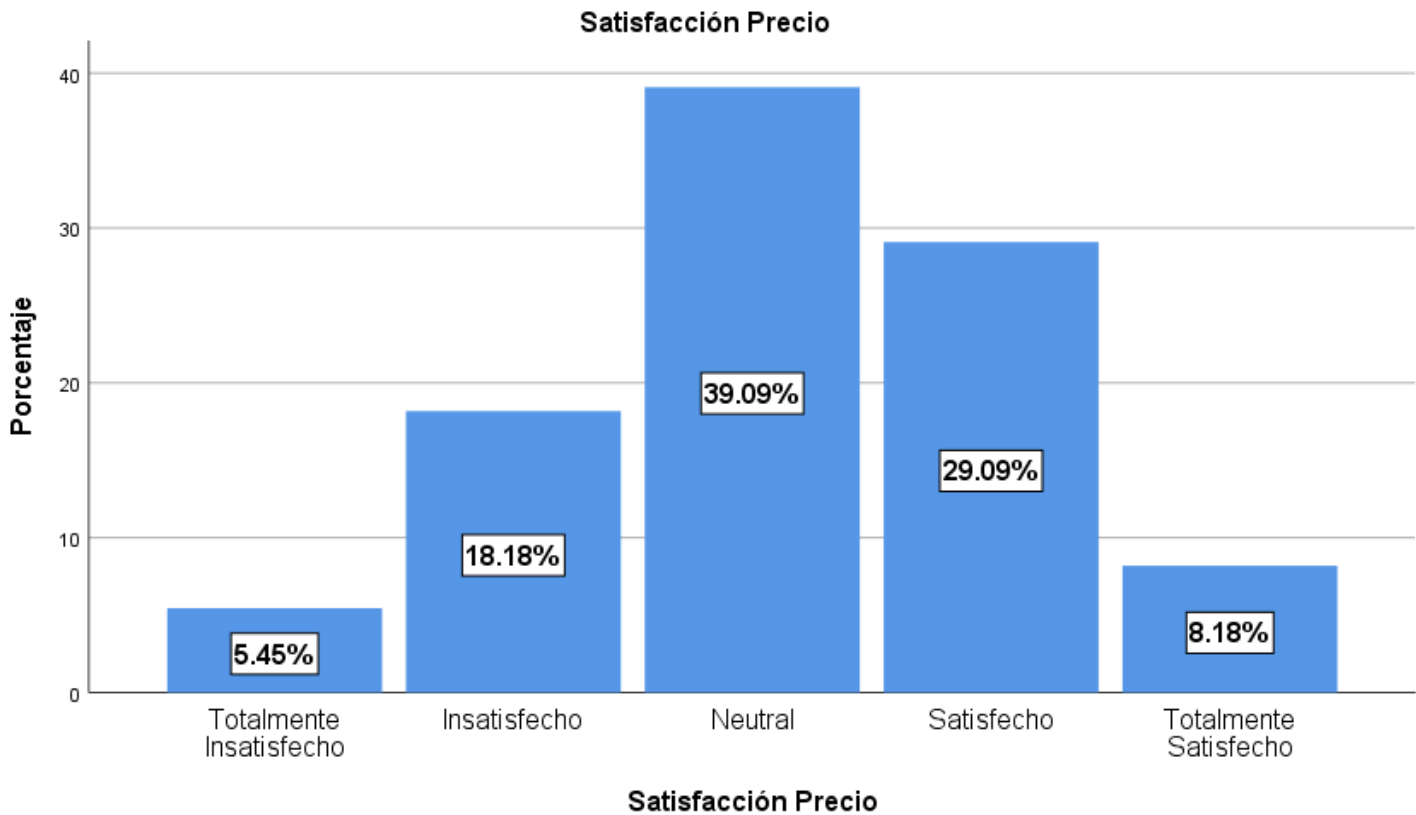


Figura 5 Nivel de Satisfacción con Precios Actuales del Mercado

El mercado en su mayoría tiene un nivel de satisfacción positivo en cuanto a los precios del mercado. Más del 76% se encuentran en los niveles de neutral a satisfecho lo que nos indica que un alto porcentaje del mercado está relativamente satisfecho con el precio, esto nos permite concluir que el precio del mercado es bastante adecuado.

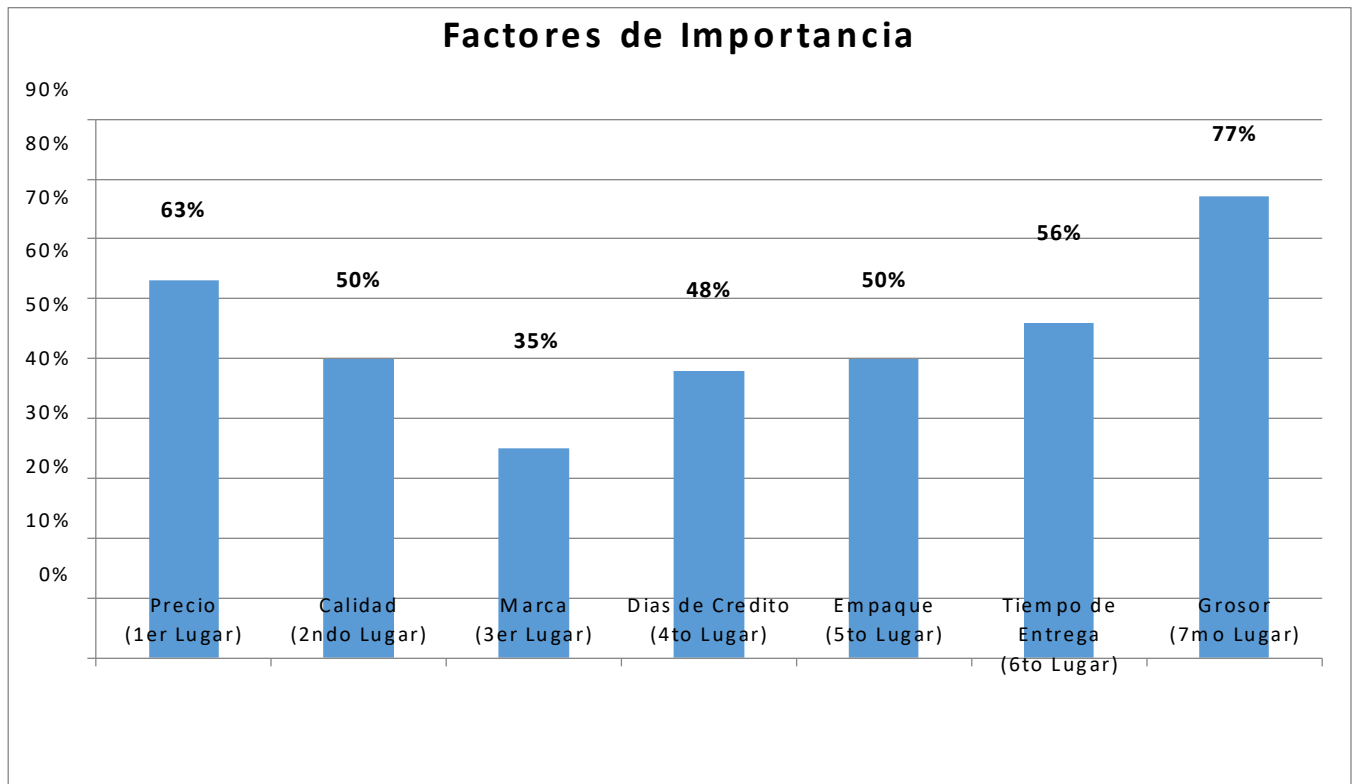


Figura 6 Factores de Importancia al momento de realizar el pedido

Al encuestado se le pidió que ordenara del 1 al 7 en orden de importancia los factores que toman en cuenta para hacer su pedido. Resultando el precio, calidad y marca como los factores más importantes al momento de realizar una compra. Cabe mencionar que el factor de días de crédito tiene el cuarto lugar, pero juega un papel importante en el mercado debido a que la naturaleza de este varía mucho la liquidez. Es importante realizar estrategias de ventas, mercado y producción en base a estos tres factores ya que son los más determinantes para los clientes.

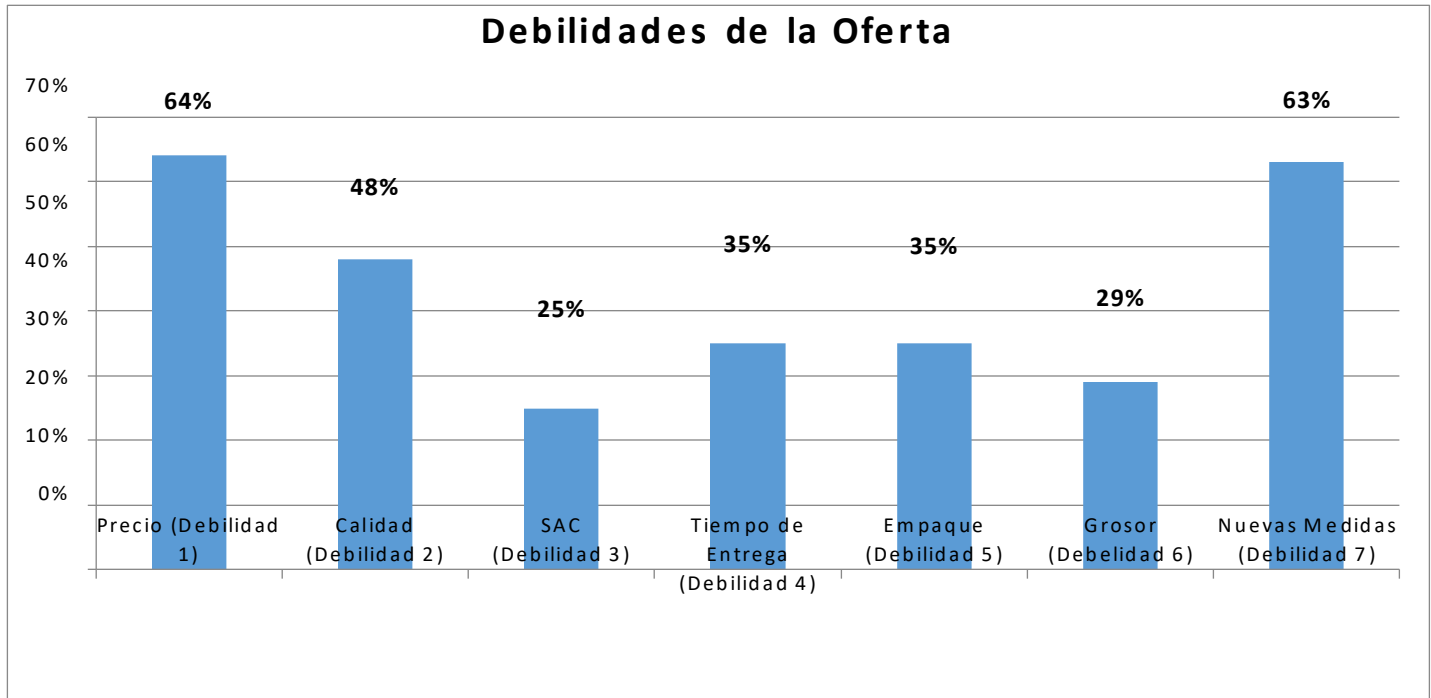


Figura 7 Debilidades en la Oferta actual

Se logró identificar que nuestra muestra se siente satisfecha con el precio de la libra de bolsa lisa pero igual este sigue siendo una desventaja y que podría mejorarse a futuro. Esto puede atribuirse a que "El cliente siempre quiere pagar menos". En segundo lugar, se mantuvo la calidad del producto como debilidad lo que indica que debe mejorarse y en tercer lugar el servicio al cliente fue considerada como una debilidad a mejorar por la industria.

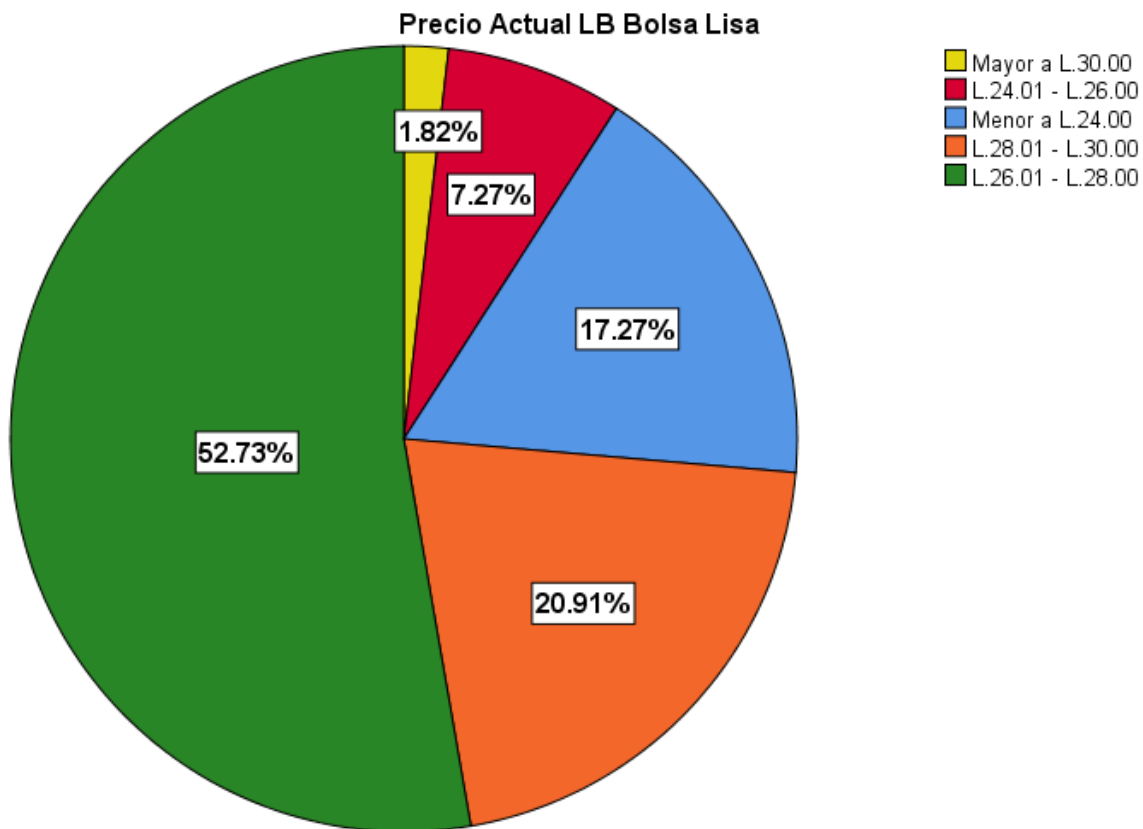


Figura 8 Precio actual de compra

El precio de compra que marcaron como mayoría es de L. 26.01 – L.28.00 con un 52%. Seguido en segundo lugar por el rango de L.28.01 – L. 30.00 con el 20%. Lo que indica que más del 72% compra la bolsa entre el rango de L.26.00 y L.30.00 un precio que es relativamente alto para la industria.

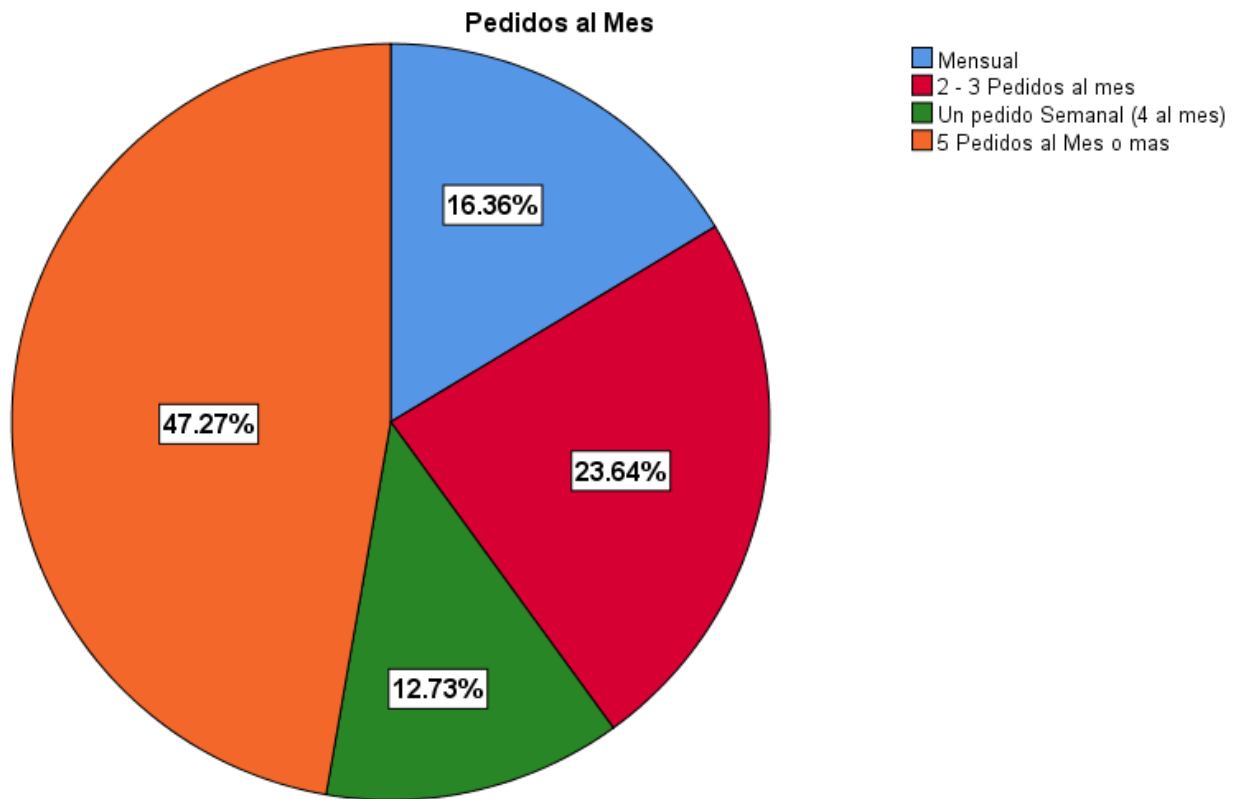


Figura 9 Cuantos pedidos al mes realiza

El 47% de los encuestados respondieron que actualmente hacen más de 5 pedidos al mes seguido de la opción de 2 a 3 veces al mes con el 23%. Esto quiere decir que realizan y reciben más de dos pedidos semanales.

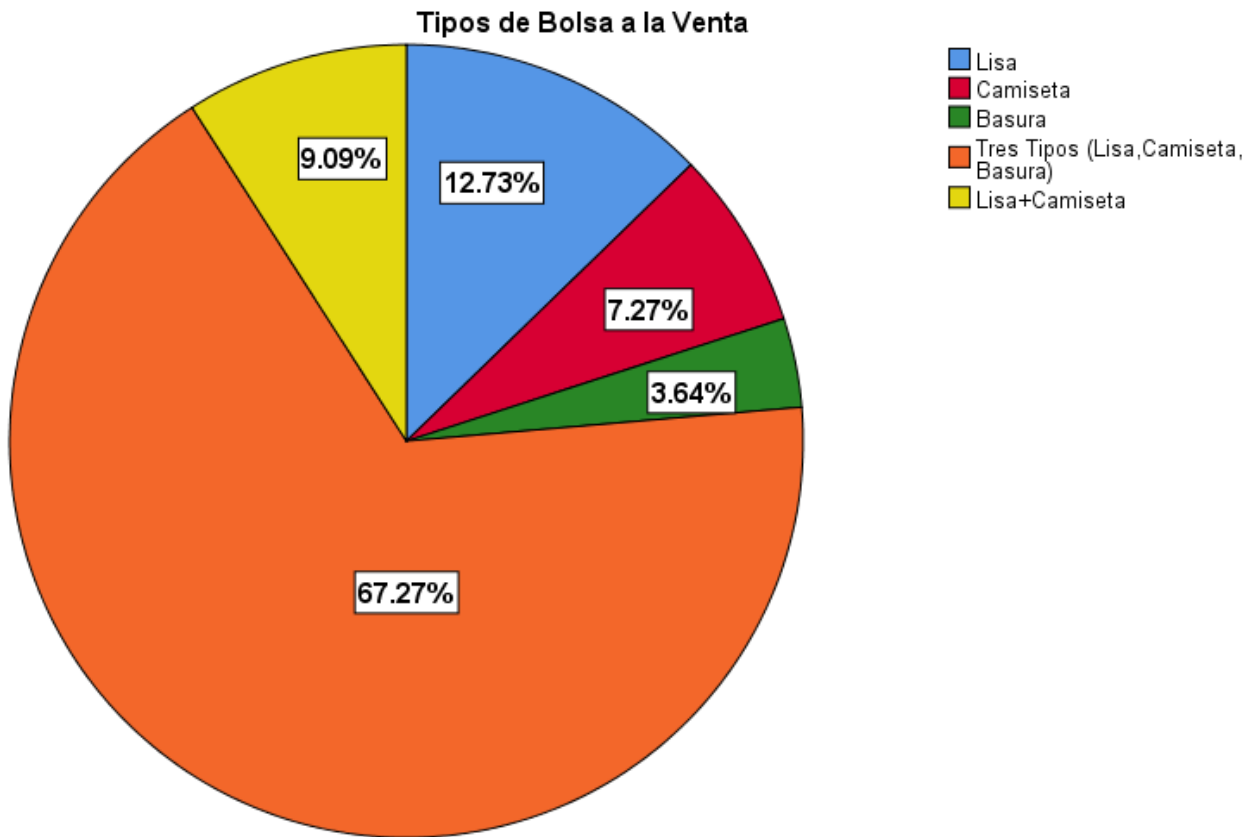


Figura 10 Tipo de Bolsa vende actualmente

El 67% de los encuestados respondieron que venden los 3 tipos de bolsas, lisa, camiseta y basura. Es importante tomar muy en cuenta la posibilidad de poder proveer de los tres tipos de bolsas a los clientes y no solo uno.

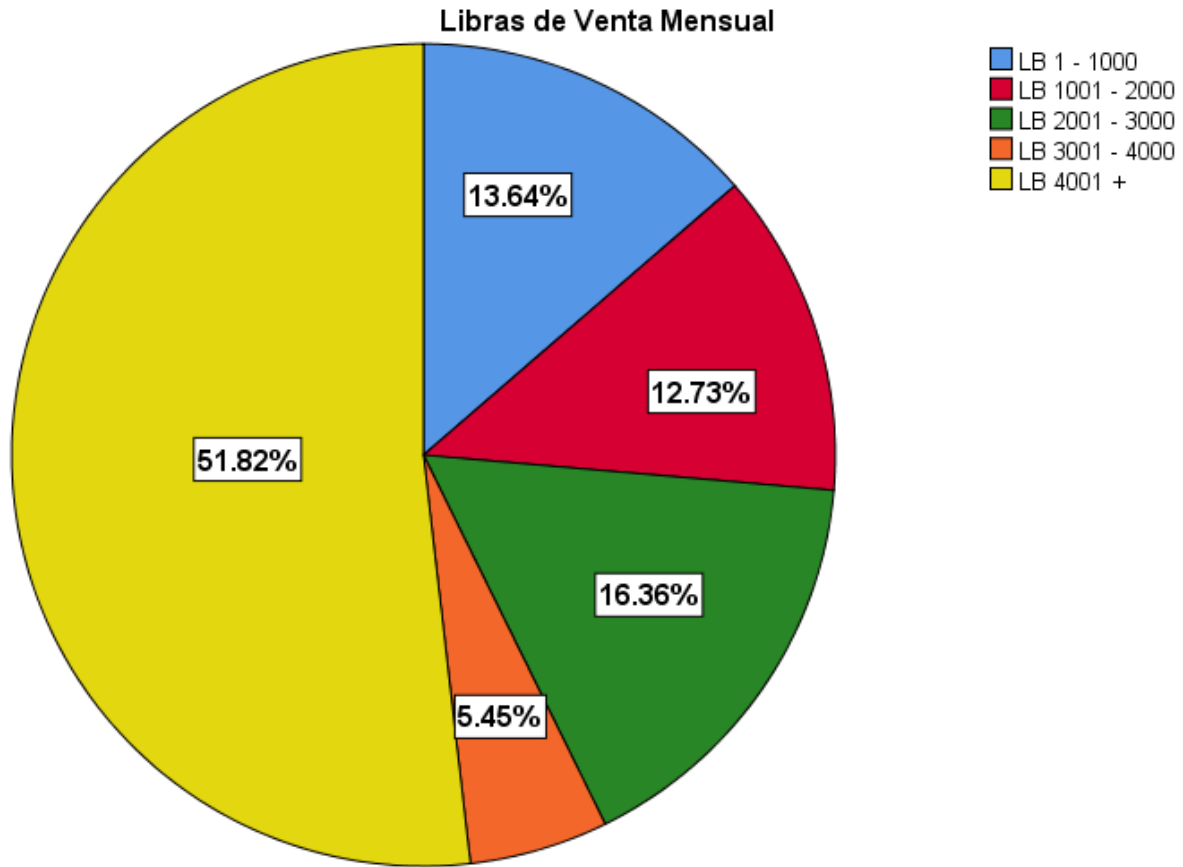


Figura 11 Libras mensuales de venta

Más de la mitad de los encuestados respondieron que venden más de 4,000 libras al mes. Si ligamos esta pregunta al Grafico 5, podemos ver que muchas de estos clientes realizan un pedido fuerte y luego realizan pequeños pedidos de ajuste de acuerdo con la demanda del mercado.

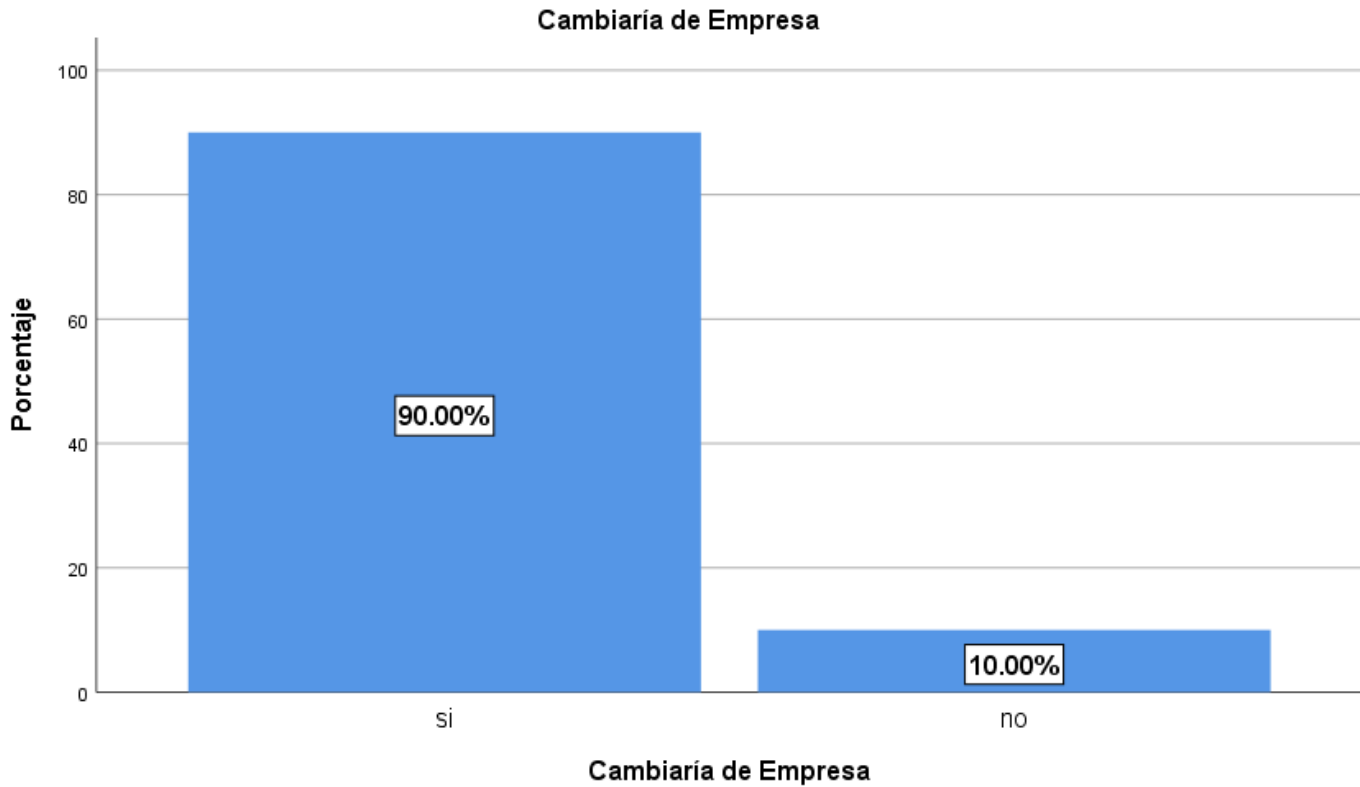


Figura 12 Cambiarse de empresa.

El 90% de las personas consideran como una opción comprarle sus productos a una nueva empresa. Se comprueba que es muy difícil mantener la lealtad a un solo proveedor. El precio en el mercado es sensible, la lealtad es baja, cualquier empresa nueva que ingrese con precios accesibles y una calidad aceptable tendrá una oportunidad.

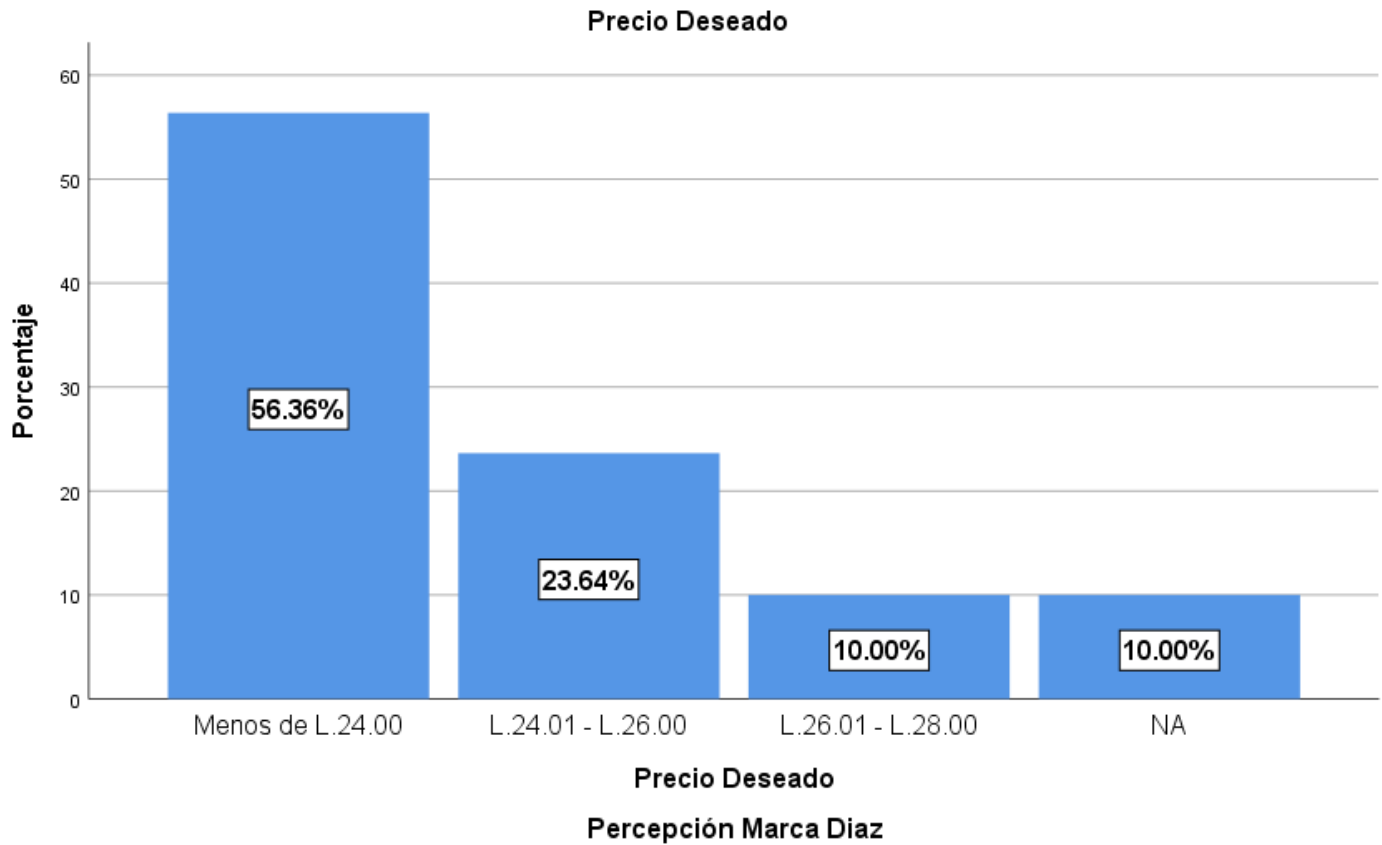
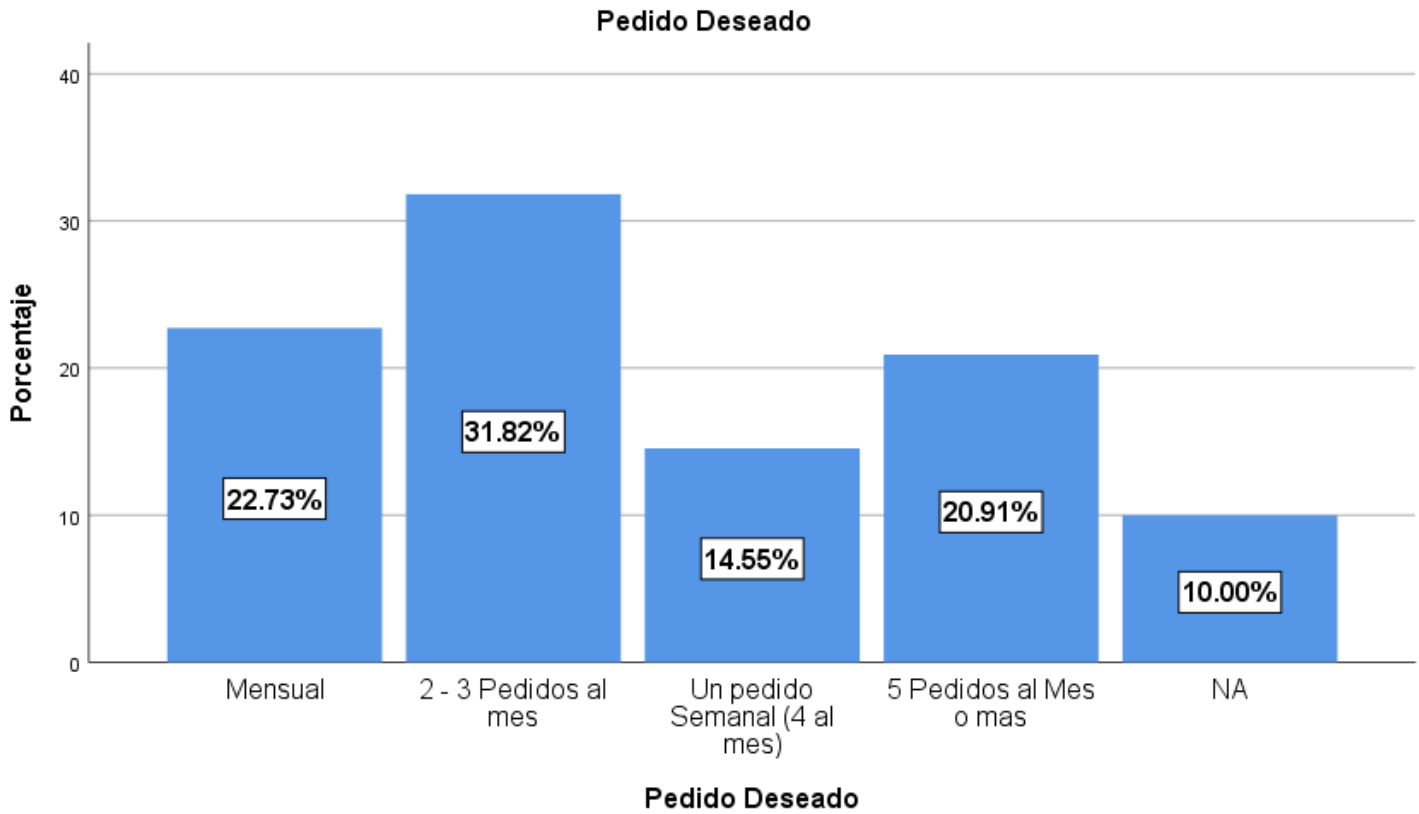


Figura 13 Precio Deseado

Figura 13 Precio Deseado

Los clientes desean que el precio sea menor a L.24.00. Consideramos que la mayoría de los clientes están encantados con la idea de comprar la libra de bolsa lisa a menos de L.24.00 pero todos reconocen que es un precio casi imposible. El 23% considera un precio justo entre L.24.01 y L.26.00 consideran que compran a un promedio de L.26.00 – L.28.00.

Figura 14 Pedido Deseado



Los pedidos que estarían dispuestos a hacer esta dentro del rango de la pregunta anterior. 2-3 veces al mes con el 31%. Si consideramos que la opción de un pedido semanal está bastante ligada a de la 2-3 pedidos al mes llegamos a la conclusión que el 45% de las personas preferiría hacer un pedido semanal lo cual puede ser la tendencia.

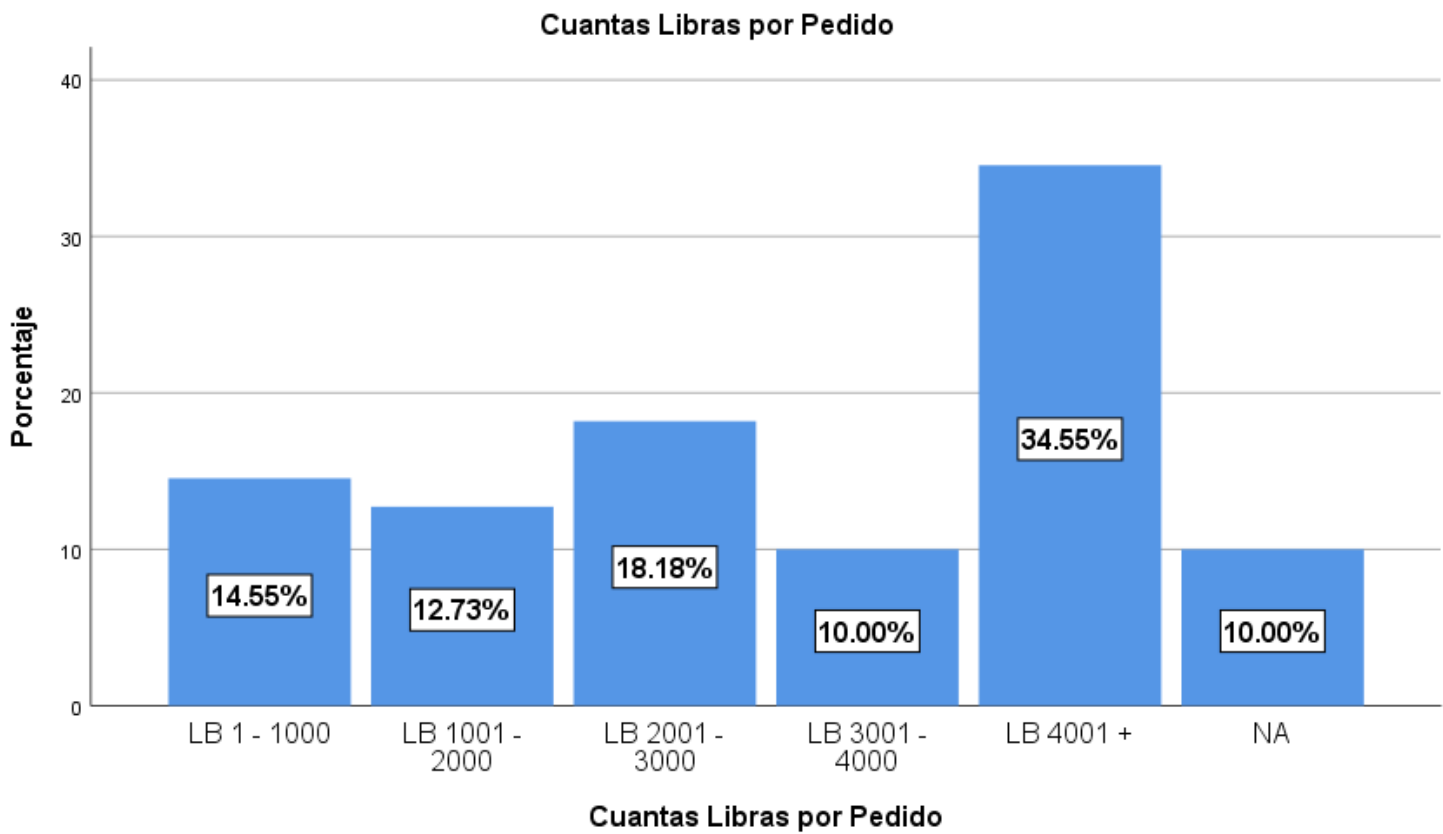


Figura 15 Libras por pedido.

Los pedidos que harían los clientes dispuestos a comprar a la empresa serian de más 4000 libras. Esto concuerda con el Grafico 7 libras mensuales de venta. El 35% estaría dispuesto a comprar más de 4,000 libras por mes, lo cual es un buen promedio por cada cliente.

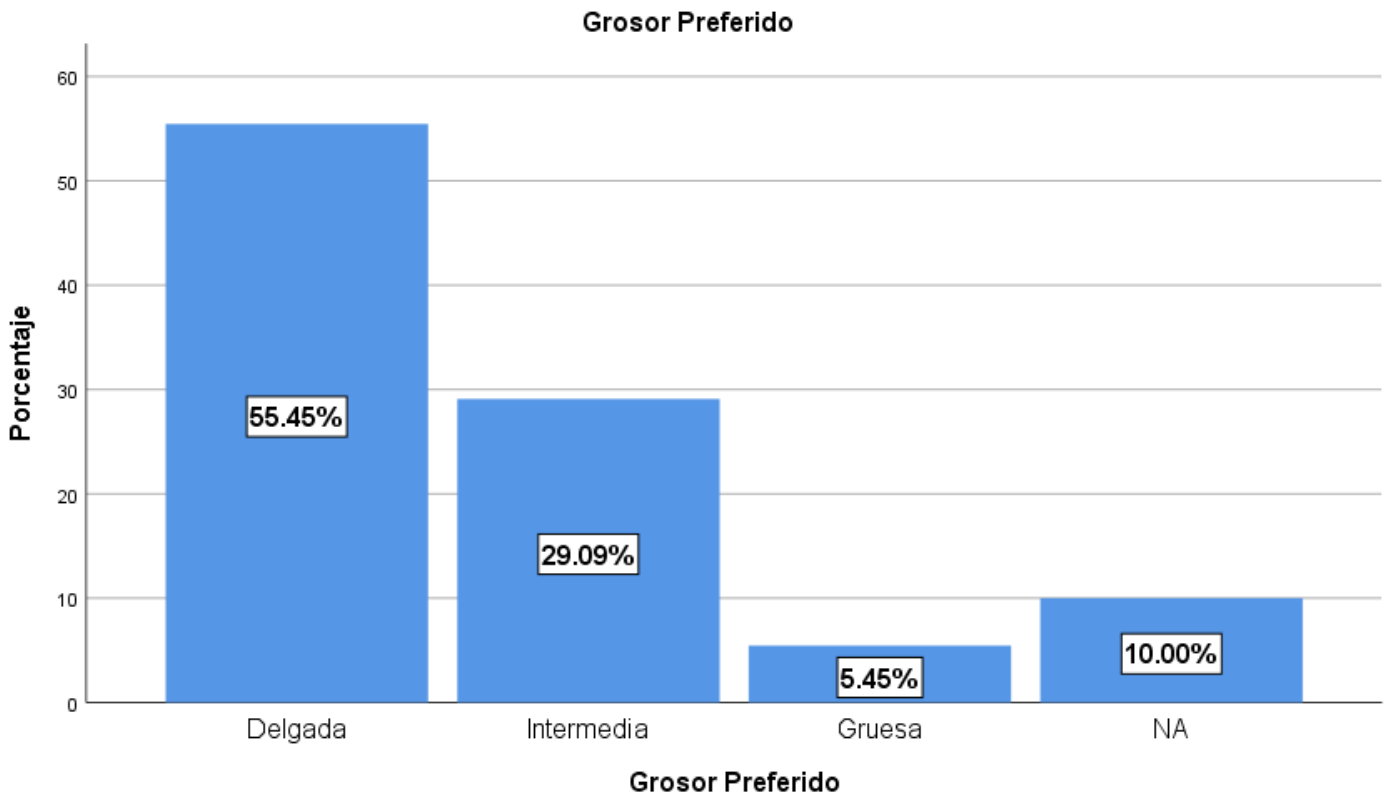


Figura 16 Grosos Preferido

El 65% de los clientes prefiere el grosor delgado debido a que hace que la cantidad de bolsas por libra sea mayor. Se debe tomar muy en cuenta para la producción.

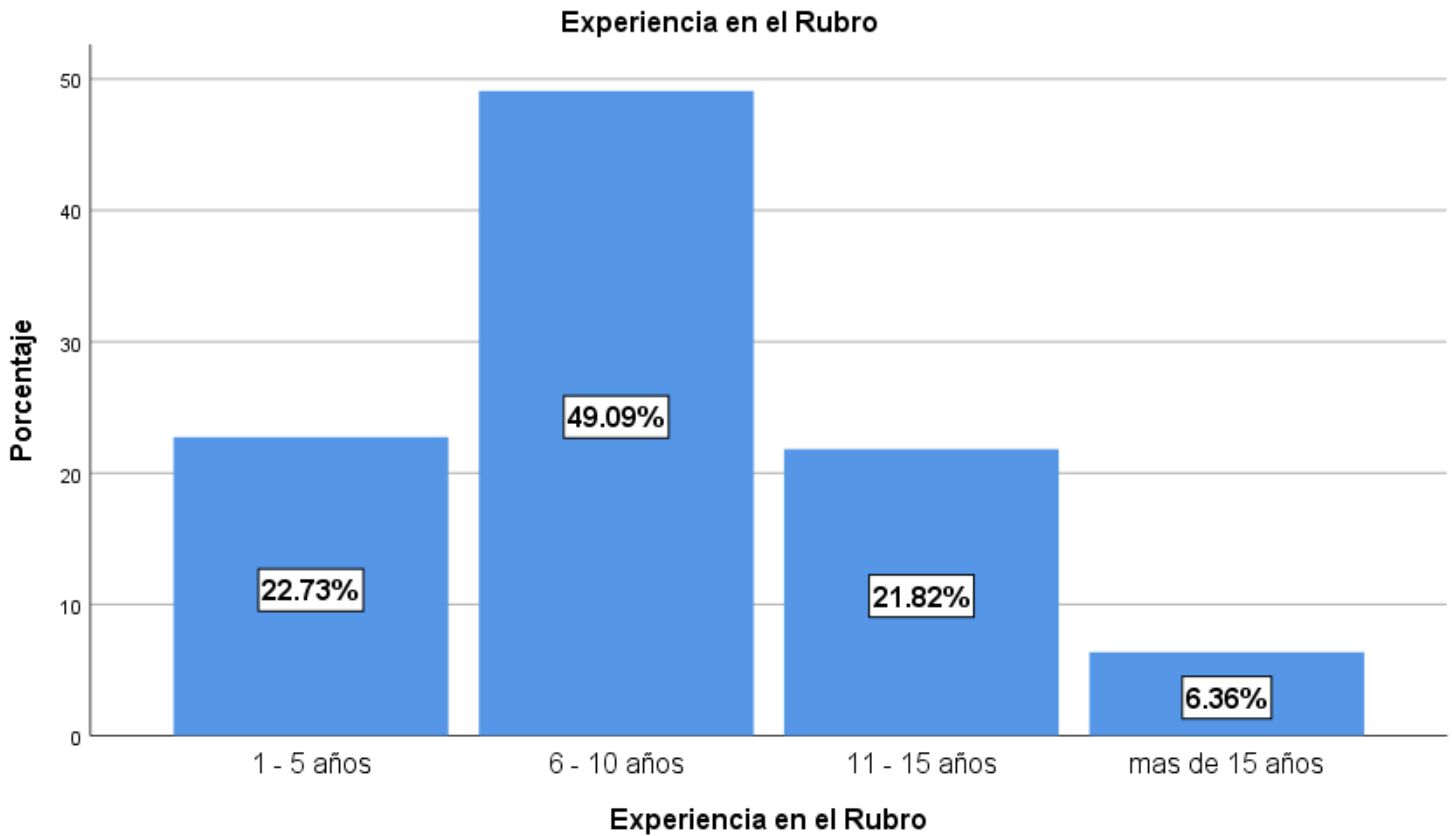


Figura 17 Experiencia en el rubro.

El 49% mercado está entre los 6 – 10 años de experiencia en el rubro lo que indica que son clientes que son conocedores de la bolsa y en segundo lugar están los clientes que llevan poco tiempo con el 22% lo que nos da la confianza de que Distribuidora Díaz se puede posicionar con estos nuevos clientes.

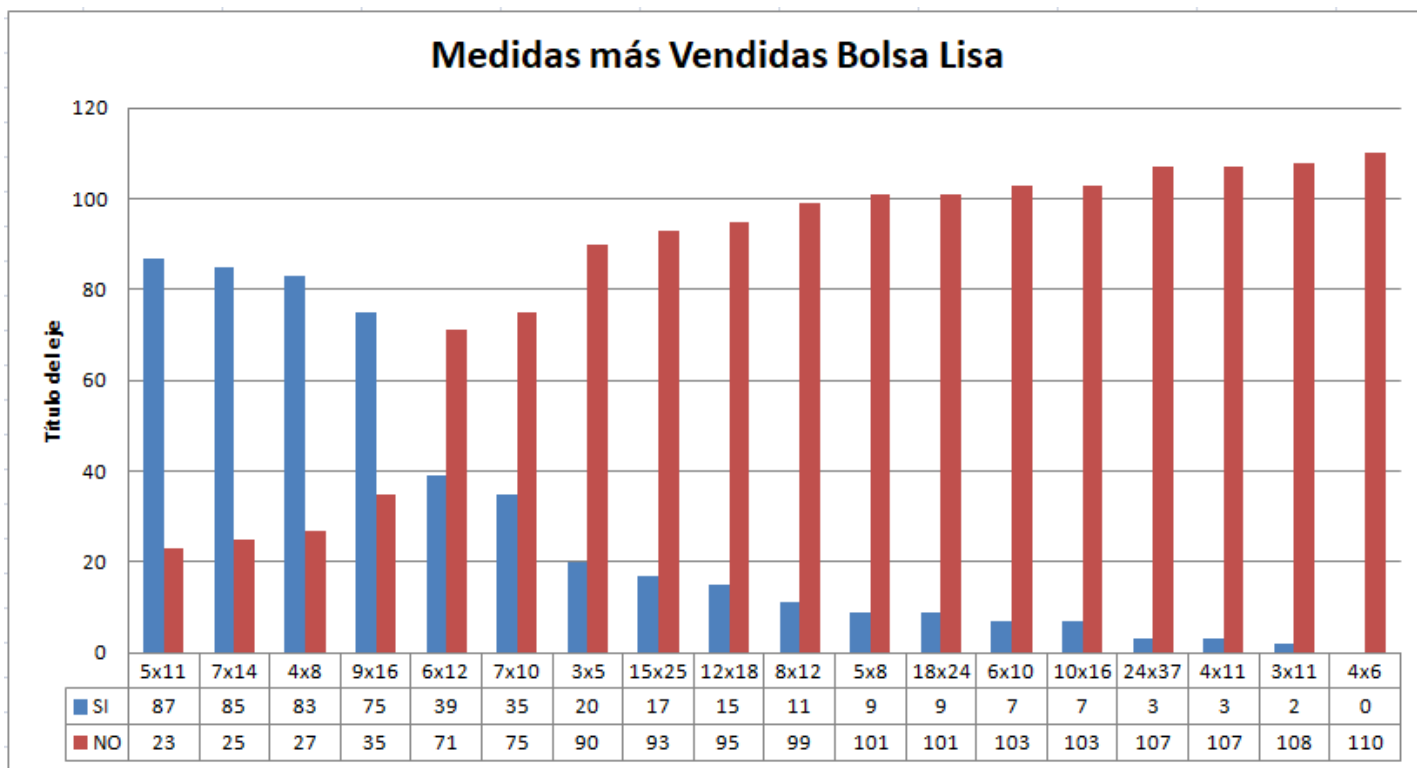


Figura 18 Medidas más vendidas

Es importante identificar aquellas medidas que son las más vendidas y darles el grado de comercialización que requieren, en este caso identificamos 4 medidas muy fuertes y que están presentes en más del 70% de los negocios como las medidas más vendidas como son: 5x11, 7x14, 4x8 y 9x16.

4.2 Resultados y análisis entrevista experto

Entrevista experto Denis Mejía (Gerente Plásticos Unión)

- ¿Cuál ha sido el máximo reto que ha tenido en su experiencia en la fábrica de bolsa?

R./ Poder cumplir con la demanda de manera satisfactoria. Tenemos limitantes a la hora de producir y hay fechas en las cuales es imposible cumplir con las metas de producción. De igual manera los costos de reparación son elevados y los precios del mercado son bastante variables.

- ¿Cuáles aspectos considera usted son los más importantes a la hora de producir bolsa lisa?

R./ Considerar que se realiza un fuerte gasto en el personal y maquinaria de producción, y que la fábrica trabaja todos los días de semana por lo que es un trabajo desgastante por lo que se debe aprender a delegar eficientemente.

- ¿Qué recomendación podría darle a una empresa que quiere comenzar como fabricante de bolsas lisas plásticas?

R./ Pensar mucho en la ubicación de la fábrica, tomar en cuenta el transporte de materiales, área de carga y descarga, entre otros factores que no toma en cuenta hasta que comienza a producir.

CAPÍTULO V. APLICABILIDAD

5.1 Estudio de mercado

5.1.1 Descripción del mercado y la empresa

El negocio de la venta y distribución de bolsas plásticas comenzó a tomar auge en los años noventa en la zona del Distrito Central siendo en esta década una denominada época de oro donde la demanda de bolsas plásticas era tan grande que las fábricas no se daban abasto. Al poco tiempo se abrieron bastantes fábricas que cubrieron esta demanda, pero con los años como en todo negocio, saturaron el mercado.

Distribuidora Díaz está ubicada en la ciudad de Comayagüela, con una antigüedad de más de treinta años se ha consolidado como una de las empresas más reconocidas específicamente en los mercados de la ciudad. La empresa se fundó con la motivación de poder satisfacer la demanda de bolsas que existía en los mercados de Comayagüela.

Es una empresa de tipo familiar, dedicada a la distribución de productos derivados del plástico.

La misión de la empresa es "dar un excelente servicio a nuestros clientes, con precios accesibles brindando la mejor calidad posible"

El slogan de la empresa es "Siempre vamos por más" y un mensaje claro a los clientes y competencia que la empresa siempre busca crecer en cuanto a las metas que se propone. Se utilizan palabras positivas y que no son temporales.

Siempre: Condición de permanencia.

Vamos: Sentido de unidad

Más: Crecimiento

El logotipo de la empresa es el siguiente:



5.1.2 Descripción del producto

5.1.2.1 Tipos de producto

Los productos que la empresa ofrece son derivados del plástico dividido en diferentes categorías: bolsa lisa, camiseta y desechables. Siendo la empresa fabricante del producto de bolsa lisa en todas sus medidas.

En Bolsa lisa las siguientes medidas (en pulgadas):

Tabla 4 Medidas de bolsa lisa

• 3x5	• 5x8	• 7x14	• 12x16
• 3x11	• 5x11	• 8x12	• 15x25
• 4x6	• 6x10	• 9x16	• 18x24
• 4x8	• 6x12	• 10x16	• 24x37
• 4x11	• 7x10		

Según la encuesta realizada las medidas más vendidas en bolsa lisa son 5x11, 7x14, 4x8 y 9x16. Se debe tomar en cuenta estas medidas como las que tendrán mayor demanda de producción.

En bolsa camiseta las siguientes medidas (en pulgadas):

Tabla 5 Medidas de bolsa camiseta

• 7x14	• 12x21	• 18x30
• 9x18	• 18x30	• 19x38

En desechables ofrece los siguientes productos:

Tabla 6 Productos desechables que ofrece Distribuidora Díaz

• Bolsas para basura	• Plastos	• Pajillas
• Vasos	• Tenedores y cucharas	• Servilletas

5.1.2.2 Empaque y etiqueta

El empaque fue calificado como el quinto factor de importancia a la hora de comprar la bolsa lisa. Se considera el empaque en este caso no es tan importante debido a que la bolsa es un producto usado para llevar otros productos, no necesita un empaque ostentoso sino con características simples. En este caso se usa el nombre de la empresa en texto negro enfrente de la bolsa lisa.

Sumado a este empaque y etiqueta el producto terminado lleva stickers en donde se indica el nombre de la empresa, la medida producida, la fecha de elaboración, y el peso de los paquetes.

5.1.3 Perfil del consumidor

La zona comercial a la cual la empresa se dirige son prioritariamente los mercados municipales de la ciudad de Comayagüela, aunque también se atienden zonas comerciales de Tegucigalpa. En los últimos 5 años se ha alcanzado a tener varios clientes en el interior del país específicamente en la ciudad de Choluteca y Danlí. El mercado meta que gozará de los productos y servicios de Distribuidora Díaz será específicamente aquel que se encuentre localizado en las

bodegas comerciales de estos mercados.

El perfil del consumidor al que queremos alcanzar es el siguiente:

Todos aquellos comerciantes individuales, bodegas, distribuidores y empresas que se dediquen a la compra y venta de bolsas plásticas, de camiseta y productos de plásticos desechables, que tengan entre 6 y 10 años de experiencia en el negocio y que estén localizados en la ciudad de Comayagüela y Tegucigalpa específicamente en los mercados de Zonal Belén, San Isidro y Las Américas.

5.1.4 Demanda del mercado.

Se pudo identificar en el análisis de resultados de la investigación que un poco más del 50% de los clientes compran más de 4,000 libras mensuales. Llegamos a la conclusión para llegar a la demanda total del mercado que si multiplicamos el número de clientes por el número de libras que compran se llega a una demanda total de 483,000 libras mensuales es decir 12,000 fardos de bolsa lisa de 40 libras.

DEMANDA BOLSA LISA TEGUCIGALPA				
Porcentaje del mercado	Número de clientes (150)	Compras	Promedio	Libras totales
52%	78	Más de 4,000	4500	351,000
6%	9	4,000 - 3,000	3500	31,500
17%	26	3,000 - 2,000	2500	63,750
12%	18	2,000 - 1,000	1500	27,000
13%	20	Menos de 1,000	500	9,750
100%	150			483,000

Según datos del mismo gerente propietario de Distribuidora Díaz, la empresa vende en promedio 30,000 libras de bolsa lisa al mes. Lo que nos indica que la participación de mercado que la empresa tiene actualmente es del 6%. Se estima que convirtiéndose en fabricante, Distribuidora Díaz podría pasar a tener una participación de mercado de aproximadamente del 15%.

Por lo tanto, se estima que la demanda proyectada anual es de 5,796,000 libras de bolsa

lisa al año. Se debe tomar en cuenta que estos datos son para la ciudad de Tegucigalpa y Comayagüela, la mayoría de las empresas venden en varias ciudades del país lo que aumentaría la demanda considerablemente.

5.1.5 Estrategia de Marketing y Comercialización

5.1.5.1 Mercadeo

La fuerza de ventas es la principal herramienta de marketing que Distribuidora Díaz tiene para satisfacer la demanda. Debido a la naturaleza del negocio, es la herramienta que se adapta más. No se publicita por ningún medio de comunicación debido a que el perfil del consumidor no utiliza estos medios según comentarios de varios gerentes. Es una estrategia de mucho cuidado debido a que la cara de la empresa es el vendedor. La empresa cuenta con dos vendedores ejecutivos, los cuales se ha solicitado que sean expertos y con mucha experiencia en el negocio de la bolsa plástica. Otra de forma de mercadeo es la técnica de la boca a boca, es una práctica que funciona naturalmente en este tipo de negocio debido a que se carece de publicidad en toda la industria de venta de plástico.

Como apoyo a la fuerza de ventas la empresa aplica la acción de rotular los vehículos repartidores con el nombre, teléfono y slogan de la empresa para brindar la información a nuevos clientes potenciales.

5.1.6 Plaza

La empresa cuenta con sus oficinas principales en el Mercado las Américas, pero no toma en cuenta este como el punto de venta. El lugar de ventas es el negocio mismo de los clientes, se les realiza visitas periódicas. En este lugar se les ofrecen los productos, se acuerdan pedidos, se

ofrecen muestras y en algunos casos se realizan los cobros.

5.1.7 Distribución

Desde que la empresa inició la distribución que la empresa realiza es directa, sin tercerizar el servicio. La empresa cuenta con dos vehículos para transportar los productos uno con capacidad para 8,000 libras y otros con capacidad para 2,000 libras.

5.1.8 Precio

5.1.8.1 Estrategia de precio

La empresa define sus precios en base a un margen de utilidad definido, en este caso el diez y siete por ciento más de los costos totales de producción esto permitirá tener un margen de ganancia y solventar los costos. Este porcentaje permite cumplir con los objetivos de crecimiento lógicos para una empresa.

Los gastos que la empresa considera son:

- Materia prima
- Mano de obra
- Mantenimiento de maquinaria
- Energía eléctrica

Los costos que la empresa considera son:

- De venta
- De administración
- Impuestos
- Depreciación

Se establece un precio de venta de L.25.00 por libra de bolsa lisa.

5.1.8.2 Promoción de Ventas

A lo largo de los años la empresa solo ha utilizado una promoción de ventas y es un descuento aplicado a las ventas a contado del 2% que solo aplicar para compras de más de 5,000 libras.

5. 1. 9 análisis de la competencia

En el mercado de Tegucigalpa hay dos compañías que son las líderes en ventas: Interplast y Termoplast, esta última de origen salvadoreño. Ambas empresas venden más de 100,000 libras cada una de bolsa lisa en las ciudades de Tegucigalpa y Comayagüela siendo ambas fabricantes y líderes en el mercado capitalino. En el Distrito Central existen aproximadamente cinco fábricas que venden entre 60,000 y 80,000 libras de bolsa lisa al mes, que pueden ser consideradas como competidores directos de Distribuidora Díaz.

5.2 Estudio Técnico

5.2.1 Materiales y equipos

5.2.1.1 Materia prima

La materia prima básica se llama Certene que es un polietileno de alta densidad fabricado a partir del etileno, elaborado a partir del etano, uno de los componentes del petróleo o gas natural. De igual manera en algunos casos se utiliza un colorante que es una mezcla de pigmentos y aditivos encapsulados que permite que la bolsa pueda tener algunos colores en este caso blancos. El precio del insumo varía entre los \$1,200 y \$1,500 por tonelada dependiendo de los precios de mercado.

5.2.1.2Equipo

La maquinaria o equipo necesaria para la producción de bolsas plásticas son: maquinas

extrusoras, cortadoras y balanzas electrónicas. La máquina extrusora se encarga de fundir el Certene, para luego convertirlo en un globo plástico de donde se hace la bolsa. Se necesitará una maquina extrusora grande con capacidad de hasta 60 centímetros de largo y una pequeña de hasta 20 centímetros de largo. La máquina extrusora produce un promedio de 1,200 libras al día dependiendo la medida que se está fabricando.

La máquina cortadora tiene como función principal hacer el corte y el sello que tienen las bolsas una vez terminadas por medio de unas barras de acero dentro de las cuales se introducen unas bobinas que salieron de extrusión. Se necesitan mínimo dos máquinas para cumplir con la producción de dos maquina extrusoras. Las balanzas cumplen la función de medir el peso de las muestras.

5.2.2 Procesos de producción

5.2.2.1 Proceso de Extrusión

Todo comienza definiendo el tamaño de medida que se quiere producir, las bolsas plásticas tienen diferentes tamaños y van destinadas a diferentes necesidades. Las medidas se definen en pulgadas y se da primero al ancho y luego el largo. Las medidas van de una gran variedad de tamaños desde 3x5 hasta 24x37 como medidas convencionales.

El proceso de la producción comienza en el almacén donde se encuentra la materia prima, el Certene, este es introducido en la maquina extrusora, que se encarga de triturar la materia y esta sale de la extrusión por medio de una corriente de aire inyectada al proceso. Esto crea una burbuja de plástico, que es estirada, y forma un tubo, y este es pasado por un rodillo, el cual va enrollando la tela plástica hasta formar una bobina de cierto peso.

5.2.2.2 Proceso de corte

La bobina es trasladada a la maquina cortadora y selladora, habiendo realizado pruebas

previamente para ajustar la máquina. El operario revisa las dimensiones de largo y ancho de la bolsa y esto lo hace el operario cada cierta cantidad de bolsas dependiendo de la capacidad de la máquina. El operario es el encargado de revisar que la maquina no pierda la medida, y que el sellado se esté realizando correctamente, una cuchilla corta mientras la otra parte es sellada por medio de calor.

5.2.2.3 Empaquetado

Es la parte final del proceso y consiste en que se llevan a los operarios de empaque quienes definen las especificaciones del pedido es decir de cuantas libras es el fardo. El operario realiza el último control y por medio de pesas electrónicas revisa que las cantidades sean correctas. Cada paquete del fardo lleva una misma cantidad de bolsas, puede ser de media libra cada paquete hasta la libra por paquete.

5.2.2.4 Procesos adicionales

ELABORACIÓN DE ROLLOS PLASTICOS



Figura 19 Elaboración de rollos plásticos

PROCEDIMIENTO DE CORTE Y ALMACENAMIENTO

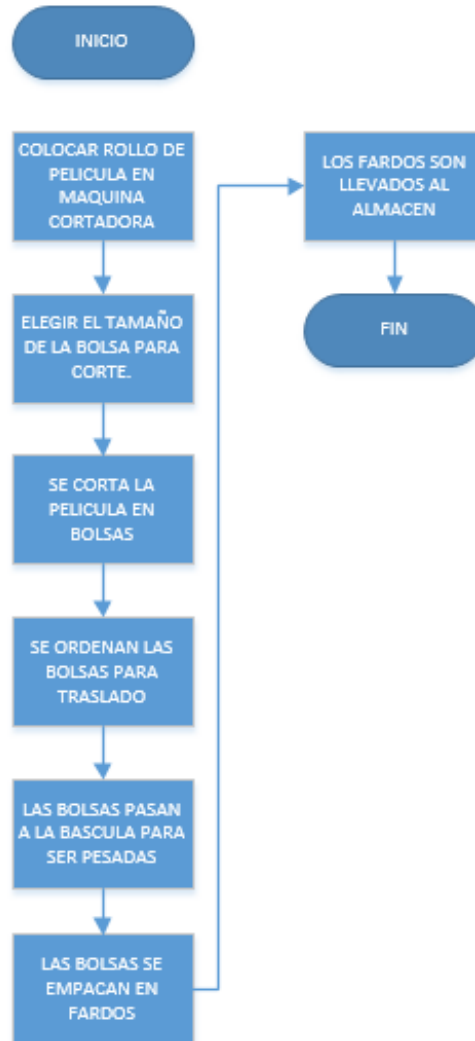


Figura 20 Elaboración de rollos plásticos

PROCEDIMIENTO DE TOMA DE PEDIDOS



Figura 21 Procedimiento de toma de pedidos

5.2.4 Proveedores

El principal proveedor de la materia prima llamada Certene es Ravago localizada en la ciudad de Miami, Estados Unidos. La segunda opción es Muehlstein localizada en el estado de Connecticut, Estados Unidos. Ambas ofrecen precios competitivos, pero Ravago es la más reconocida y por lo tanto la tenemos como primera opción. Ambas empresas tienen el mínimo de compra de 1 tonelada, si se compran dos toneladas se paga una al contado y otra al crédito. Los pedidos llegan aproximadamente en dos semanas.

5.2.5 Planta

5.2.5.1 Requerimientos mínimos

La infraestructura mínima necesaria para la ubicación de la fábrica está definida por las siguientes condiciones: fuentes de agua y alcantarillado, disponibilidad de energía eléctrica, servicios públicos en general, y acceso por medio infraestructura vial pavimentada. De igual manera se requieren espacios de instalaciones requeridas para equipo y maquinaria siendo de vital importancia la altura mínima de 10 metros para el extrusor.

5.2.5.2 Ubicación

Para la planta de fabricación de bolsas lisas plásticas se determinó rentar un local en las Bodegas Los Laureles ya que reúnen los requerimientos anteriormente mencionados y luego realizar una inversión de acondicionamiento del local con especificaciones de acuerdo con el diagrama de la planta. Las dimensiones son de 14x21 m². No se considera la posibilidad de compra de terreno debido a que la inversión en las máquinas ya es bastante grande y esto aumentaría la cantidad de dinero a desembolsar en la inversión inicial. El precio del local identificado es de L.20,000.00 lempiras mensuales más un acondicionamiento de L.25,000.00 que consiste en reparaciones, acondicionamiento de oficina, acondicionamiento de sistema eléctrico

para la maquinaria.

5.2.5.3 Diagrama de planta

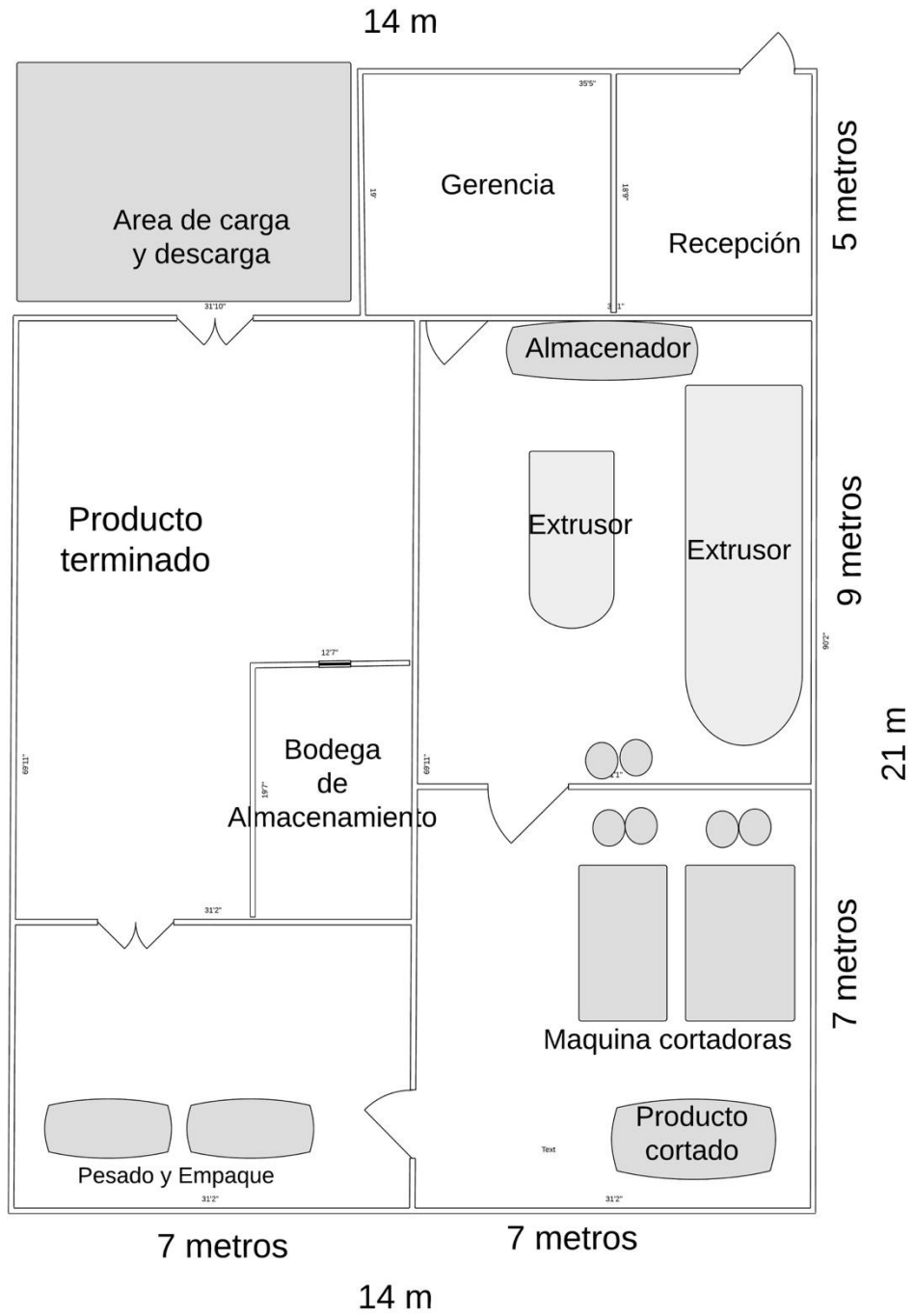


Figura 22 Diagrama de planta.

5.2.5.4 Capacidad instalada

Tabla 8 Capacidad instalada

Descripción	Tiempo	Capacidad (libras)
Maquina Extrusora 1	Día	2,100
	Semana	12,600
	Mes	58,800
Maquina Extrusora Pequeña	Día	600
	Semana	3,600
	Mes	16,800
Total		75,600

La máquina extrusora trabaja 24 horas al día, 6 días a la semana. Requiere de mantenimiento cada dos meses y tiene capacidad de producción de 75,600 libras mensuales en su máxima capacidad.

Las dos máquinas cortadoras tienen la capacidad para poder cubrir con la cantidad de producto que la maquina extrusora vaya sacando de producción. De igual manera este producto debe ir a la etapa de empaquetado donde se maneja un personal que varía dependiendo de la cantidad de producto que salga de extrusión y corte. El stock mínimo deseado de materia prima es de 40 toneladas es decir, 88,000 libras y se realizan pedidos mensualmente.

Tabla 9 Punto de Reorden

Punto de Reorden	$R=DTE+B$
D=Demanda promedio en día (libras)	2,520
B=Inventario de seguridad (libras)	44,000
Te=Tiempo de entrega promedio días	14
R= Punto de reorden (libras)	79,280

El punto de re orden para el inventario de la materia prima es de 79,280. Esta es la cantidad

que se solicita a los proveedores por cada pedido. El stock de seguridad es de 44,000 libras.

5.2.5.6 Organigrama

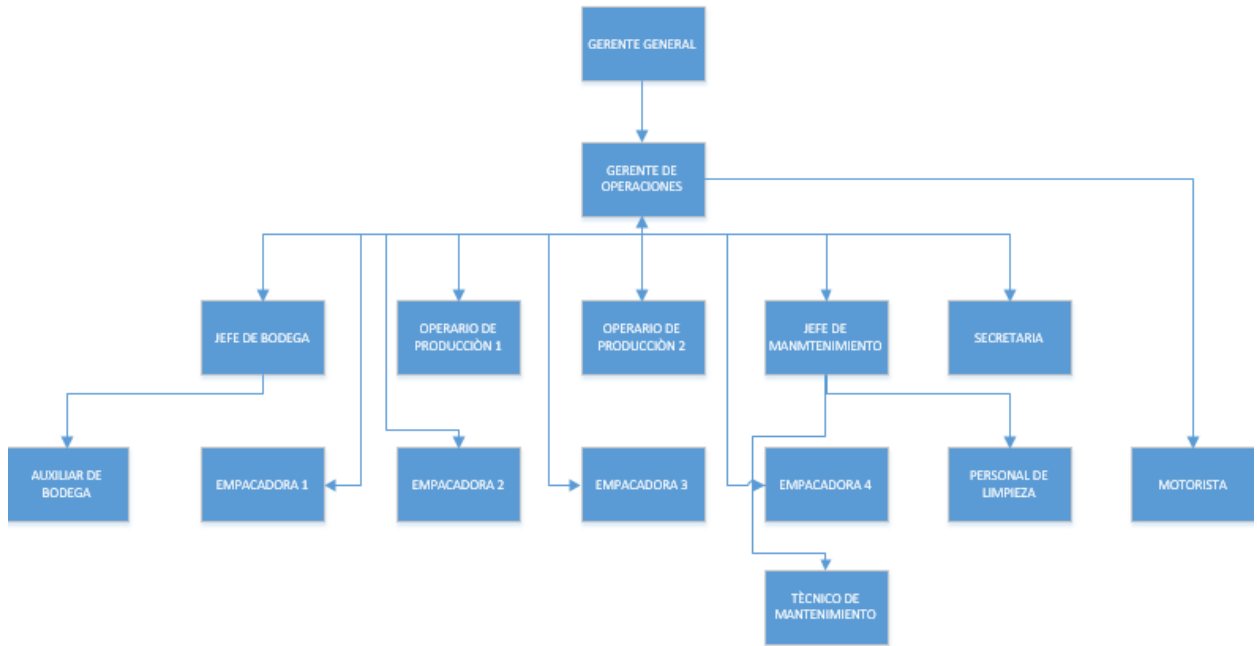


Figura 23 Organigrama

5.2.5.7 Descripción de personal

A continuación, se describen los puestos que tiene la empresa incluidas sus exigencias, requisitos y funciones más importantes:

- Gerente General

Funciones: Tomar de decisiones administrativas y una correcta operación de la empresa.

Deberá desarrollar estrategias para el uso adecuado de los recursos y máximo

aprovechamiento del personal en la empresa, así como planes de contingencia en caso

de emergencias

Exigencias mínimas del Puesto:

- Estudios: Licenciatura en Ingeniería Industrial o Administrador de Empresas.
- Experiencia Profesional: 2 a 3 años en puestos gerenciales.
- Conocimientos avanzados en Microsoft Word, Microsoft Excel.

- Gerente de Producción

Funciones: Controlar el proceso de producción y velar por el cumplimiento de las normas de calidad y especificaciones establecidas para la elaboración de las bolsas plásticas. Deberá mantener en orden el plantel y dirigir a las personas bajo su mando de acuerdo a las normas dadas por la alta gerencia.

Exigencias Mínimas del Puesto:

- Estudios: Título Universitario en Licenciatura en Ingeniería Industrial.
- Experiencia Profesional: 2 años en puestos similares.
- Conocimientos avanzados en Microsoft Word, Microsoft Excel.

Cualidades: Persona responsable, pro activa, un líder en su grupo de trabajo, que pueda manejar el estrés y el trabajo bajo presión.

- Secretaria

Funciones: Organizar y revisar documentación de la empresa, asistiendo al Gerente

General y elaborando los documentos administrativos necesarios.

Perfil del Puesto:

- Estudio: Secretaria de Gerencia
- Experiencia Profesional: 1 año en puestos similares
- Conocimientos avanzados de Microsoft Word, Microsoft Excel.

- Jefe de Mantenimiento

Funciones: Dirigir labores de mantenimiento preventivo y correctivo, equipo de producción, instalaciones eléctricas de la planta productora de bolsas plásticas.

Perfil del puesto:

- Estudio: Bachiller Técnico en Mecánica o Electricidad.
- Experiencia Profesional: 5 Años.
- Conocimiento de Equipos, Maquinaria Industrial e instalaciones eléctricas.

Cualidades: Persona responsable y con aptitud para trabajar en equipo.

- Técnico de Mantenimiento

Funciones: Mantenimiento preventivo y correctivo de la maquinaria equipo de producción.

Perfil del puesto:

- Estudio: Bachiller Técnico en Mecánica.

- Experiencia Profesional: Dos Años.
- Conocimiento de Equipos y Maquinaria Industrial.

Otras Características:

Persona responsable y con aptitud para trabajar en equipo.

- Operario de Producción

Funciones: Operación de la maquinaria en el proceso de producción, guiándose por las normas establecidas por la alta gerencia.

Perfil del Puesto:

- Estudios: Secundaria
- Experiencia Profesional: Un año

Cualidades: Persona responsable, dinámica, buenas relaciones interpersonales, con aptitud para trabajar en equipo.

- Encargado de almacén

Funciones: Organizar los stocks en la bodega de materia prima y producto terminado por orden de clientes, llevando un control de los mismos. Debe procurar que el almacén esté siempre abastecido y en total limpieza.

Perfil del Puesto:

- Estudios: Secundaria Completa.
- Experiencia Profesional: No requerida.

Cualidades: Persona responsable, trabajar en equipo, ordenado y trabajador.

- Conductor

Funciones: Transportar pedidos a su destino final con el cliente. Así como colaborar con cualquier tarea de movilización de material o personas.

Perfil del Puesto:

- Estudio: Secundaria
- Experiencia de al menos cinco años en el manejo de equipo pesado.
- Licencia de vehículos pesado (no articulada).

- Personal de Limpieza

Funciones: Mantener la limpieza de las Instalaciones físicas del plantel, así como de las oficinas administrativas y áreas comunes.

Perfil del Puesto:

- Leer y escribir.
- Experiencia profesional no requerida.

Cualidades: Persona responsable, de buenas relaciones interpersonales, ordenada y trabajadora.

Cálculo de la Mano de Obra Necesaria

La jornada laboral será de oficina a partir de las 8:00am a 5:00pm, tomando de 12.00 pm a 1:00 pm y de 8:00am a 12:00pm los días sábados para el personal administrativo y tres turnos para los operarios.

Tabla 10 Costo de planilla

Puesto	Numero	COSTO DE PLANILLA										
		Sueldos mensuales		Total	Sueldo Anual	13 y 14 mes	IHSS	Total Anual				
Gerente General	1 L.	20.000,00	L.	20.000,00	L.	240.000,00	L.	40.000,00	L.	18.000,00	L.	298.000,00
Gerente Operaciones	1 L.	18.000,00	L.	18.000,00	L.	216.000,00	L.	36.000,00	L.	16.200,00	L.	268.200,00
Jefe de Bodega	1 L.	11.000,00	L.	11.000,00	L.	132.000,00	L.	22.000,00	L.	9.900,00	L.	163.900,00
Jefe de Mantenimiento	1 L.	11.000,00	L.	11.000,00	L.	132.000,00	L.	22.000,00	L.	9.900,00	L.	163.900,00
Operario de Produccion	2 L.	9.300,00	L.	18.600,00	L.	223.200,00	L.	18.600,00	L.	16.740,00	L.	258.540,00
Secretaria	1 L.	9.300,00	L.	9.300,00	L.	111.600,00	L.	18.600,00	L.	8.370,00	L.	138.570,00
Auxiliar de Bodega	1 L.	9.300,00	L.	9.300,00	L.	111.600,00	L.	18.600,00	L.	8.370,00	L.	138.570,00
Empacadora	3 L.	9.300,00	L.	27.900,00	L.	334.800,00	L.	18.600,00	L.	25.110,00	L.	378.510,00
Personal de Limpieza	1 L.	9.300,00	L.	9.300,00	L.	111.600,00	L.	18.600,00	L.	8.370,00	L.	138.570,00
Tecnico de Mantenimiento	1 L.	9.300,00	L.	9.300,00	L.	111.600,00	L.	18.600,00	L.	8.370,00	L.	138.570,00
Motorista	1 L.	9.300,00	L.	9.300,00	L.	111.600,00	L.	18.600,00	L.	8.370,00	L.	138.570,00
Total	14 L.	125.100,00	L.	153.000,00	L.	1.836.000,00	L.	250.200,00	L.	137.700,00	L.	2.223.900,00

5.3 Estudio Financiero

5.3.1 Inversión inicial

A continuación, se desglosa la inversión inicial del proyecto, la cual en su mayoría se requiere para la compra de maquinaria la cual tiene un alto costo, y lo demás siendo mobiliario y equipo. El local será rentado por eso se adjuntó en los gastos.

Tabla 11 Inversión Inicial

Inversión Inicial		
Concepto	Valor	
Mobiliario y equipo	L.	544.310,00
Maquinaria	L.	8.251.000,00
Imprevistos	L.	106.161,08
Capital de trabajo	L.	1.820.798,06
Total Inversión	L.	10.722.269,14

Tabla 12 Capital de trabajo

Concepto	Capital de trabajo			
	30 Días		60 Días	
Materia prima	L.	780.840,00	L.	1.561.680,00
Salarios	L.	9.300,00	L.	18.600,00
Material de aseo	L.	116,68	L.	233,37
Alquiler	L.	25.000,00	L.	50.000,00
Seguridad	L.	8.000,00	L.	16.000,00
Servicios públicos	L.	68.340,05	L.	136.680,11
Gastos de instalación	L.	25.000,00	L.	25.000,00
Gastos de constitución	L.	10.000,00	L.	10.000,00
Materiales de producción	L.	1.046,67	L.	2.093,33
Papelería y Útiles	L.	255,63	L.	511,25
Total	L.	927.899,03	L.	1.820.798,06

5.3.2 Fuente de Recursos

El proyecto será financiado en un 40% por la institución bancaria Bac Credomatic, a un préstamo de 5 años con unas tasas de interés anual del 16% y una cuota de L. 1.309.872,63 anual.

Tabla 13 Fuente de los recursos

Fuente de los Recursos		
Financiamiento 40%	L.	4.288.907,65
Aportaciones 60%	L.	6.433.361,48
Total	L.	10.722.269,14

Se utilizó este tipo de financiamiento ya que, al ser la maquinaria de un alto costo, se prefirió pagar la misma con la mayor anticipación posible. Este tipo de inversión permite

que las ganancias se incrementen a partir del año 6.

5.3.3 Activos Fijo

Tabla 14 Activos fijo

Maquinaria	Cantidad	Precios en Lps	Total
Maquina Extrusora	1	L. 3.534.000,00	L. 3.534.000,00
Maquina Extrusora	1	L. 706.800,00	L. 706.800,00
Cortadora Grande	1	L. 3.534.000,00	L. 3.534.000,00
Cortadora Pequeña	1	L. 471.200,00	L. 471.200,00
Balanzas	4	L. 1.250,00	L. 5.000,00

Tabla 15 Mobiliario y Equipo

Mobiliario y Equipo	Cantidad	Precio individual
Computadora	4	L. 7.500,00
Impresora	2	L. 1.200,00
Telefono	2	L. 500,00
Escrtorio	4	L. 1.200,00
Silla	4	L. 660,00
Datashow	1	L. 3.500,00

Tabla 16 Vehículo

Vehiculo	Cantidad	Precio individual
Camion	1	L. 500.000,00

Los activos se desglosan por maquinaria, su mobiliario y equipo en las tablas adjuntas. La mayor parte de la inversión es para la maquinaria, no se contempla nada de infraestructura ya que se alquilará el local donde se pondrá en funcionamiento la planta productora de bolsas plásticas.

5.3.4 Proyección de ventas

La proyección a 5 años nos muestra que cada año se deben vender 1350 fardos por año a un costo de L. 1000 cada uno. Es importante dar a conocer que cada fardo tiene 40 libras y que el precio de venta por libra será de L.25. Se proyecta un incremento en unidades vendidas de 2% anual.

Tabla 17 Presupuesto de Ventas

años	Presupuesto de Ventas				
	1	2	3	4	5
Ventas	16.200,00	16.524,00	16.854,48	17.191,57	17.535,40
PV	L. 1.000,00	L. 1.060,00	L. 1.123,60	L. 1.191,02	L. 1.262,48
Total	L. 16.200.000,00	L. 17.515.440,00	L. 18.937.693,73	L. 20.475.434,46	L. 22.138.039,74

5.3.5 Costos

Tabla 18 Presupuesto de gastos

Presupuesto de Gastos						
Gastos de ventas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Papelería y útiles	L. 1.073,63	L. 1.138,04	L. 1.206,33	L. 1.278,70	L. 1.355,43	
Sueldos y salarios	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	
Depreciación mob. Y equi.	L. 101.882,88	L. 101.882,88	L. 101.882,88	L. 101.882,88	L. 101.882,88	
Empaque	L. 16.200,00	L. 16.524,00	L. 16.854,48	L. 17.191,57	L. 17.535,40	
Seguridad	L. 9.600,00	L. 10.176,00	L. 10.786,56	L. 11.433,75	L. 12.119,78	
Alquiler	L. 24.000,00	L. 25.440,00	L. 26.966,40	L. 28.584,38	L. 30.299,45	
Material de aseo	L. 140,02	L. 148,42	L. 157,33	L. 166,77	L. 176,77	
Servicios públicos	L. 5.760,00	L. 5.975,42	L. 6.198,90	L. 6.430,74	L. 6.671,25	
Total	L. 158.656,53	L. 161.284,77	L. 164.052,88	L. 166.968,80	L. 170.040,96	
Gastos de administración	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Sueldos y salarios	L. 436.570,00	L. 462.764,20	L. 490.530,05	L. 519.961,86	L. 551.159,57	
Servicios públicos	L. 28.440,00	L. 29.503,66	L. 30.607,09	L. 31.751,80	L. 32.939,32	
Alquiler	L. 96.000,00	L. 101.760,00	L. 107.865,60	L. 114.337,54	L. 121.197,79	
Papelería y útiles	L. 1.993,88	L. 2.113,51	L. 2.240,32	L. 2.374,74	L. 2.517,22	
Amort. Gastos de Constitución	L. 2.000,00	L. 2.000,00	L. 2.000,00	L. 2.000,00	L. 2.000,00	
Amort. Gastos de Instalación	L. 1.700,00	L. 1.700,00	L. 1.700,00	L. 1.700,00	L. 1.700,00	
Seguridad	L. 48.000,00	L. 50.880,00	L. 53.932,80	L. 57.168,77	L. 60.598,89	
Depreciación de Mob. Y Equipo	L. 4.365,90	L. 4.365,90	L. 4.365,90	L. 4.365,90	L. 4.365,90	
Material de aseo	L. 560,08	L. 593,68	L. 629,31	L. 667,06	L. 707,09	
Total	L. 619.629,86	L. 655.680,95	L. 693.871,07	L. 734.327,66	L. 777.185,77	
Costos de producción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Directos						
Mano de obra	L. 692.850,00	L. 734.421,00	L. 778.486,26	L. 825.195,44	L. 874.707,16	
Materia prima	L. 9.370.080,00	L. 10.130.930,50	L. 10.953.562,05	L. 11.842.991,29	L. 12.804.642,18	
Total Directos	L. 10.062.930,00	L. 10.865.351,50	L. 11.732.048,31	L. 12.668.186,73	L. 13.679.349,35	
Indirectos						
Seguridad	L. 38.400,00	L. 40.704,00	L. 43.146,24	L. 45.735,01	L. 48.479,12	
Mano de obra	L. 1.150.280,00	L. 1.219.296,80	L. 1.292.454,61	L. 1.370.001,88	L. 1.452.202,00	
Alquiler	L. 120.000,00	L. 127.200,00	L. 134.832,00	L. 142.921,92	L. 151.497,24	
Material de aseo	L. 700,10	L. 742,11	L. 786,63	L. 833,83	L. 883,86	
Servicios públicos	L. 785.880,64	L. 815.272,57	L. 845.763,77	L. 877.395,33	L. 910.209,92	
Depreciación	L. 1.633.698,00	L. 1.633.698,00	L. 1.633.698,00	L. 1.633.698,00	L. 1.633.698,00	
Mantenimiento Maquinaria	L. 10.000,00	L. 10.600,00	L. 11.236,00	L. 11.910,16	L. 12.624,77	
Total Indirectos	L. 3.738.958,74	L. 3.847.513,48	L. 3.961.917,25	L. 4.082.496,14	L. 4.209.594,90	
Total Producción	L. 13.801.888,74	L. 14.712.864,98	L. 15.693.965,56	L. 16.750.682,87	L. 17.888.944,24	
Total	L. 14.580.175,12	L. 15.529.830,69	L. 16.551.889,51	L. 17.651.979,33	L. 18.836.170,97	

En esta tabla se observan los gastos de los primeros 5 años y se logra observar que gran parte de los gastos se basan en el pago del préstamo y depreciación de la maquinaria. Es evidente que al finalizar el año 5 la deuda quedara saldada en su totalidad así como la depreciación.

Tabla 19 Presupuesto de gastos

Presupuesto de Gastos						
Gastos de ventas						
	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10	
Papelería y útiles	L. 1.436,75	L. 1.522,96	L. 1.614,34	L. 1.711,20	L. 1.813,87	
Sueldos y salarios	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	
Depreciación mob. Y equi.	L. -					
Empaque	L. 17.886,11	L. 18.243,83	L. 18.608,71	L. 18.980,88	L. 19.360,50	
Seguridad	L. 12.846,97	L. 13.617,78	L. 14.434,85	L. 15.300,94	L. 16.219,00	
Alquiler	L. 32.117,41	L. 34.044,46	L. 36.087,13	L. 38.252,35	L. 40.547,50	
Material de aseo	L. 187,38	L. 198,62	L. 210,54	L. 223,17	L. 236,56	
Servicios públicos	L. 6.920,76	L. 7.179,59	L. 7.448,11	L. 7.726,67	L. 8.015,65	
Total	L. 71.395,38	L. 74.807,25	L. 78.403,67	L. 82.195,21	L. 86.193,07	
Gastos de administración						
	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10	
Sueldos y salarios	L. 584.229,14	L. 619.282,89	L. 656.439,86	L. 695.826,25	L. 737.575,83	
Servicios públicos	L. 34.171,25	L. 35.449,25	L. 36.775,05	L. 38.150,44	L. 39.577,27	
Alquiler	L. 128.469,66	L. 136.177,83	L. 144.348,50	L. 153.009,42	L. 162.189,98	
Papelería y útiles	L. 2.668,25	L. 2.828,35	L. 2.998,05	L. 3.177,93	L. 3.368,61	
Amort. Gastos de Constitución	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	
Amort. Gastos de Instalación	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	
Seguridad	L. 64.234,83	L. 68.088,92	L. 72.174,25	L. 76.504,71	L. 81.094,99	
Depreciación de Mob. Y Equipo	L. 4.365,90	L. 4.365,90	L. 4.365,90	L. 4.365,90	L. 4.365,90	
Material de aseo	L. 749,51	L. 794,48	L. 842,15	L. 892,68	L. 946,24	
Total	L. 818.888,54	L. 866.987,63	L. 917.943,78	L. 971.927,33	L. 1.029.118,82	
Costos de producción						
	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10	
Directos						
Mano de obra	L. 927.189,59	L. 982.820,97	L. 1.041.790,22	L. 1.104.297,64	L. 1.170.555,50	
Materia prima	L. 13.844.379,13	L. 14.968.542,71	L. 16.183.988,38	L. 17.498.128,24	L. 18.918.976,25	
	L. 14.771.568,72	L. 15.951.363,68	L. 17.225.778,61	L. 18.602.425,88	L. 20.089.531,75	
Indirectos						
Seguridad	L. 51.387,86	L. 54.471,13	L. 57.739,40	L. 61.203,77	L. 64.875,99	
Mano de obra	L. 1.539.334,12	L. 1.631.694,16	L. 1.729.595,81	L. 1.833.371,56	L. 1.943.373,86	
Alquiler	L. 160.587,07	L. 170.222,29	L. 180.435,63	L. 191.261,77	L. 202.737,48	
Material de aseo	L. 936,89	L. 993,11	L. 1.052,69	L. 1.115,85	L. 1.182,80	
Servicios públicos	L. 944.251,77	L. 979.566,78	L. 1.016.202,58	L. 1.054.208,56	L. 1.093.635,96	
Depreciación	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	
Mantenimiento Maquinaria	L. 13.382,26	L. 13.382,26	L. 14.185,19	L. 14.185,19	L. 14.185,19	
	L. 2.709.879,97	L. 2.850.329,74	L. 2.999.211,31	L. 3.155.346,70	L. 3.319.991,28	
Total Producción	L. 17.481.448,69	L. 18.801.693,42	L. 20.224.989,92	L. 21.757.772,58	L. 23.409.523,03	
Total	L. 18.371.732,60	L. 19.743.488,29	L. 21.221.337,37	L. 22.811.895,13	L. 24.524.834,92	

Total Costo Anual = L 13,801,888.74

Proyección de Unidades Vendidas año = 16,200

Costo por Unidad (Fardo) = L 851.97.

Costo por Libra = L 21.30

5.3.6 Punto de equilibrio

Tabla 20 Punto de equilibrio

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Punto de Equilibrio (Unidades)	11787	11457	11148	10859	10588
Punto de Equilibrio (Lempiras)	L. 11.786.683,96	L. 12.144.307,02	L. 12.526.005,52	L. 12.933.044,26	L. 13.366.774,93
Costos Fijos	L. 4.369.346,78	L. 4.526.888,78	L. 4.693.883,30	L. 4.870.897,49	L. 5.058.532,53
Costos Variables	L. 10.194.628,34	L. 10.986.417,91	L. 11.841.151,73	L. 12.763.890,27	L. 13.760.103,04
Costos Variables Unitarios	L. 629,30	L. 664,88	L. 702,55	L. 742,45	L. 784,70
Precio de Venta	L. 1.000,00	L. 1.060,00	L. 1.123,60	L. 1.191,02	L. 1.262,48

	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Punto de Equilibrio (Unidades)	6915	6883	6853	6824	6796
Punto de Equilibrio (Lempiras)	9253798,808	9763273,488	10305072,41	10876792,33	11482436,91
Costos Fijos	L. 3.518.144,80	L. 3.728.168,60	L. 3.951.596,76	L. 4.187.579,50	L. 4.437.721,20
Costos Variables	L. 14.835.701,69	L. 15.997.075,86	L. 17.251.131,90	L. 18.605.334,74	L. 20.067.753,21
Costos Variables Unitarios	L. 829,45	L. 876,85	L. 927,05	L. 980,21	L. 1.036,53
Precio de Venta	L. 1.338,23	L. 1.418,52	L. 1.503,63	L. 1.593,85	L. 1.689,48

En el punto de equilibrio se aprecia la cantidad de fardos que deben ser vendidos para alcanzar los costos de producción como se puede apreciar en la tabla anterior.

5.3.7 Precio de venta

Tabla 21 Precio de venta

Presupuesto de Ventas por Fardo					
años	1	2	3	4	5
PV	L. 1.000,00	L. 1.060,00	L. 1.123,60	L. 1.191,02	L. 1.262,48

Inflación 6%

El precio de venta es por L. 1000 el fardo de bolsas plásticas lisas.

5.3.7 Utilidades y flujo de efectivo

Tabla 22 Estado de resultado

		Estado de Resultado				
		1	2	3	4	5
Ventas		L. 16.200.000,00	L. 17.515.440,00	L. 18.937.693,73	L. 20.475.434,46	L. 22.138.039,74
(-) Costos de Produccion						
Direc						
Indir						
Tota						
Utili						
Flujo de Efectivo						
	Concepto	0	1	2	3	4
Utili	Entradas					
(-) G	Capital	L. 6.433.361,48				
Gastc	Préstamo	L. 4.288.907,65				
Gastc	Ventas	L. 16.200.000,00	L. 17.515.440,00	L. 18.937.693,73	L. 20.475.434,46	L. 22.138.039,74
Tota	Valor de Salvamento					L. 87.953,10
Utili	Total Entradas	L. 16.200.000,00	L. 17.515.440,00	L. 18.937.693,73	L. 20.475.434,46	L. 22.225.992,84
Gastc	Salidas					
Prod	Ventas	L. 158.656,53	L. 161.284,77	L. 164.052,88	L. 166.968,80	L. 170.040,96
Tota	Administración	L. 619.629,86	L. 655.680,95	L. 693.871,07	L. 734.327,66	L. 777.185,77
Utili	Costos de producción total	L. 13.801.888,74	L. 14.318.079,38	L. 14.853.575,54	L. 15.409.099,27	L. 15.985.399,58
Otro:	Pago de deuda	L. 623.647,41	L. 723.431,00	L. 839.179,95	L. 973.448,75	L. 1.129.200,55
Otro:	Gastos Financieros	L. 686.225,22	L. 586.441,64	L. 470.692,68	L. 336.423,89	L. 180.672,09
Tota	Gastos de Inicio de Operaciones	L. 9.670.568,98				
Utili	Total salidas	L. 16.123.447,67	L. 16.794.709,64	L. 17.500.150,01	L. 18.242.026,18	L. 20.374.910,94
(-) I	Pasivo Laboral					L. 1.352.112,82
Utili	Pago de Impuestos	L. 233.399,91	L. 349.791,92	L. 478.777,89	L. 621.757,81	L. 780.299,17
(-) P						
(+) a	Total salidas	L. 16.123.447,67	L. 16.794.709,64	L. 17.500.150,01	L. 18.242.026,18	L. 20.374.910,94
Utili	Total	L. 1.051.700,16	L. 76.552,33	L. 720.730,36	L. 1.437.543,72	L. 2.233.408,28
						L. 1.851.081,89

Tabla 23 Flujo de efectivo

Tabla 24 Balance General

Balance General	
Activo	
Corrientes	
Caja y Bancos	L. 1.051.700,16
Inventarios	
Materia Prima	L. 780.840,00 L. 1.832.540,16
Producto terminado	
Otros Activos	
Material de aseo	L. 116,68
Papelería y útiles	L. 255,63
Pagos por Adelantado (Seguridad)	L. 8.000,00
Alquileres por adelantado	L. 50.000,00
gastos de constitución	L. 10.000,00
gastos de instalación	L. 25.000,00
materiales de producción	L. 1.046,67 L. 94.418,98
Total Activo Corriente	L. 1.926.959,14
No Corriente	
Propiedad plante y equipo	
Mobiliario y equipo	L. 544.310,00
Maquinaria	L. 8.251.000,00
Total Activo No Corriente	L. 8.795.310,00
Total Activos	L. 10.722.269,14
Pasivo	
Corrientes y No corrientes	
Prestamos por pagar 5 años	L. 4.288.907,65
Total Pasivos	L. 4.288.907,65
Patrimonio Neto	
Capital social	L. 6.433.361,48
(+) Utilidades del Periodo	
(-) Utilidades Retenidas	
Pasivo + Capital	L. 10.722.269,14

5.3.8 Análisis financiero

Tabla 25 Análisis Financiero

Razones Financieras	
Razon de Liquidez/Prueba de acido	<i>activos liquidez inmediata</i>
0,245213991	<i>pasivo circulante</i>
Solvencia Operativa	<i>activo circulante</i>
0,245213991	<i>pasivo circulante</i>

Indicadores TIR

Tabla 26 Indicadores TIR

TIR	FLUJOS
	0 L. -10.722.269,14
	1 L. 76.552,33
	2 L. 720.730,36
	3 L. 1.437.543,72
	4 L. 2.233.408,28
	5 L. 3.203.194,72
	6 L. 5.071.132,13
	7 L. 6.200.027,41
	8 L. 7.447.572,13
	9 L. 8.823.982,80
	10 L. 8.619.123,76
TIR	22%

5.4.1 Factibilidad del proyecto

Tabla 27 Factibilidad del proyecto

TMAR	13,95%
	0 L. -10.722.269,14
	1 L. 76.552,33
	2 L. 720.730,36
	3 L. 1.437.543,72
	4 L. 2.233.408,28
	5 L. 3.203.194,72
	6 L. 5.071.132,13
	7 L. 6.200.027,41
	8 L. 7.447.572,13
	9 L. 8.823.982,80
	10 L. 8.619.123,76
VPN	6.344.688,09

Como se puede observar con estos indicadores el negocio a 5 años no muestra los resultados esperados. Sin embargo, en base a una proyección elaborada a 10 años podemos

concluir que el negocio es rentable, ya que desde el año 1 empieza generando ganancias y año con año estas van incrementando. En el año 5 hay una reducción debido al pasivo laboral, pero a su vez en el año 6 desaparece este monto y se ha terminado de pagar el préstamo. En este caso se podría decir que es un negocio muy rentable en 10 años.

CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

- La demanda estimada de bolsas plásticas para la ciudad de Comayagüela y Tegucigalpa es de 483,000 libras mensuales es decir 5,796,000 libras anuales de las cuales Distribuidora Díaz tiene el 6% de participación. Las medidas de bolsas plásticas que tienen mayor demanda son: 5x11, 7x14, 4x8 y 9x16.
- La inversión inicial para convertirse en fabricante es de L.10,722.269.14, debiendo mantener un punto de equilibrio entre 11,787 y 10,588 fardos vendidos por año y el retorno de inversión a 10 años es de L. 8,619,123.76
- Para que Distribuidora Díaz pueda convertirse en fabricante se debe comenzar por la obtención de un local con las medidas 14x21 m2 debidamente acondicionado para poder acondicionar 2 máquinas extrusoras, 2 máquinas cortadoras, área de empaque, una bodega de almacenamiento y área de carga y descarga, todo esto será operado por 22 empleados.
- En un plazo de 10 años la opción de la inversión para convertirse en fabricante resulta con una utilidad de más de 8 millones de lempiras.

6.2 Recomendaciones

- Tomar la opción de convertirse en fabricante y tomar en cuenta las cuatro medidas más vendidas dedicándoles un manejo de inventario especial diferente a las otras medidas no tan solicitadas.
- Realizar la inversión de L. 10,722,269.14 mediante un préstamo del 40% de la inversión y el 60 % de capital propio para poder introducirse al Mercado como una empresa con la experiencia necesaria pero básicamente con la ventaja de ahora competir con mejores precios.
- Invertir en todas las especificaciones definidas en el estudio técnico que permitan a la empresa crear sus procesos de manera eficiente y que puedan tener la máxima producción posible para poder cumplir con las metas establecidas.
- Comenzar esta nueva etapa en la empresa con precios competitivos en el mercado para poder posicionarse como una empresa que ofrece Buena calidad a precio accesible. Por lo que recomendamos resolver el dilema tomando la decisión de convertirse en fabricantes porque de esta manera la empresa tendrá mejores utilidades que las que tiene actualmente.

Bibliografía

- Carl, N. (2010). *Manual de importaciones y exportaciones: cómo llevar su negocio a otros mercados* (Cuarta Edición ed.). Madrid, España: McGraw-Hill España.
- Chavarría, L. M. (2008). *Honduras si exporta*. Obtenido de www.hondurassiexporta.hn/download/107/
- El Blog Verde. (Agosto de 2017). Obtenido de El Blog Verde: <https://elblogverde.com/bolsas-biodegradables-y-medio-ambiente/>
- García, S. (2009). Referencias Historicas y Evolución de los Plásticos. *iberoamericanas de Polimeros* , 1.
- Greenpeace. (3 de Julio de 2017). *Greenpeace*. Obtenido de <http://www.greenpeace.org/espana/es/Trabajamos-en/Parar-la-contaminacion/Plasticos/Datos-sobre-la-produccion-de-plasticos/>
- Guia-de-Requisitos-para-Operar-una-Empresa-en-Honduras. (09 de 2015). Obtenido de <http://cderegion12.hn/wp-content/uploads/2015/09/guia-requisitos-para-operar-una-empresa-en-honduras1..pdf>
- Guia-de-requisitos-para-operar-una-empresa-en-Honduras. (09 de 2015). *Asociacion Nacional de la Mediana y Pequeña Industria de Honduras*. Obtenido de <http://cderegion12.hn/wp-content/uploads/2015/09/guia-requisitos-para-operar-una-empresa-en-honduras1..pdf>
- Hair, J., Bush, R., & Ortinau, D. (2010). *Investigación de Mercados: en un ambiente de información digital*. Ciudad de Mexico: McGraw-Hill Interamericana .
- Hair, J., Bush, R., & Ortinau, D. (2010). *Investigación de mercados: en un ambiente de información digital*. Ciudad de Mexico: McGraw-Hill Interamericana.
- Hill, C. (2015). *Negocios internacionales: cómo competir en el mercado global* (Decima edición ed.). Ciudad de Mexico: McGraw-Hill Interamericana.
- Jorge Espejo Callado, F. d. (2011). *Mercadotecnia* . Ciudad de Mexico: McGraw-Hill Interamericana .
- Jorge Espejo Callado, F. d. (2011). *Mercadotecnia* (Cuarta Edición ed.). Ciudad de Mexico: McGraw-Hill Interamericana .
- Jr., J. H., Bush, R. P., & Ortinau, D. J. (2010). *Investigación de mercados: en un ambiente de información digital* (Cuarta Edición ed.). Madrid : McGraw-Hill Interamericana.
- Kirberg, A. S. (2014). *Desarrollo de nuevos productos: creatividad, innovación y marketing* (Sexta Edición ed.). Ciudad de Mexico: McGraw-Hill Interamericana .
- Netquest. (14 de Agosto de 2017). *Netquest*. (C. Ochoa, Productor) Recuperado el 14 de Agosto de 2017, de Netquest: <https://www.netquest.com/blog/es/blog/es/muestreo-probabilistico-muestreo-conglomerados>
- Sampieri, H. (2010). *Metodología de la investigación* (Quinta Edición ed.). Ciudad de Mexico: McGraw-Hill Interamericana.
- Sampieri, H. (2010). *Metodología de la investigación* (Quinta Edición ed.). Ciudad de Mexico: McGraw-Hill Interamericana .
- Serrano, C. (09 de 2005). *Tendencias del plástico*. Obtenido de <http://www.plastico.com/temas/Tendencias-y-panorama-general-de-desarrollo-en-la-industria-plastica-en-los-proximos-5-anos+3042445>
- Silvestre , J., & Mendez Morales. (2011). *La economía de la empresa: en la sociedad del conocimiento* (Cuarta Edición ed.). Ciudad de Mexico: McGraw-Hill Interamericana .

