



**FACULTAD DE POSTGRADO
TÉSIS DE POSTGRADO**

**PREFACTIBILIDAD DE COMISARIATO EN COOPERATIVA
DE AQUAFINCA, SAN FRANCISCO DE YOJOA, HONDURAS**

**SUSTENTADO POR:
IVÁN EDUARDO MACEDO RAMÍREZ
SALVADOR CANTARERO ULLOA**

**PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE
MASTER EN DIRECCIÓN EMPRESARIAL**

**SAN PEDRO SULA, CORTÉS, HONDURAS, C.A
MAYO, 2018**

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

UNITEC

FACULTAD DE POSTGRADO

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR

MARLON BREVÉ REYES

SECRETARIO GENERAL

ROGER MARTÍNEZ MIRALDA

VICERECTORA ACADÉMICA

DESIREE TEJADA CALVO

VICEPRESIDENTE UNITECCAMPUS SPS

CARLA MARÍA PANTOJA

DECANA DE LA FACULTAD DE POSTGRADO

CLAUDIA MARÍA CASTRO VALLE

**PREFACTIBILIDAD DE COMISARIATO EN COOPERATIVA
DE AQUAFINCA, SAN FRANCISCO DE YOJOA, HONDURAS**

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

**ASESOR METODOLÓGICO
OLVAN LÓPEZ FERRERA**

**ASESOR TEMÁTICO
CARLOS ROBERTO ENAMORADO LÓPEZ**

**MIEMBROS DE LA TERNA
LEIDA NINOSCA POLANCO
ABEL SALAZAR
ARTURO SUAREZ**

DERECHOS DE AUTOR

© Copyright 2018

IVÁN EDUARDO MACEDO RAMÍREZ

SALVADOR CANTARERO ULLOA

Todos los derechos son reservados.

AUTORIZACIÓN DE AUTORES PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO DE TESIS DE POSTGRADO

Señores

CENTRO DE RECURSOS PARA

EL APRENDIZAJE Y LA INVESTIGACIÓN (CRAI)

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA (UNITEC)

San Pedro Sula

Estimados señores:

Nosotros, IVÁN EDUARDO MACEDO RAMÍREZ y SALVADOR CANTARERO ULLOA, de San Pedro Sula, autores del trabajo de postgrado titulado: PREFACTIBILIDAD DE COMISARIATO EN COOPERATIVA DE AQUAFINCA, SAN FRANCISCO DE YOJOA, HONDURAS, presentado y aprobado en el 08/05/2018, como requisito previo para optar al título de Master en Dirección Empresarial y reconociendo que la presentación del presente documento forma parte de los requerimientos establecidos del programa de maestría de la Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC), por este medio autorizamos a las Bibliotecas de los Centros de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI) de la UNITEC, para que con fines académicos, puedan libremente registrar, copiar, o utilizar información contenida en él, con fines educativos, investigativos o sociales de la siguiente manera:

- 1) Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en las salas de estudio de la biblioteca y/o la página Web de la Universidad.

2) Permita la consulta, la reproducción, a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, ya sea en formato CD o digital desde Internet, Intranet, etc., y en general en cualquier otro formato conocido o por conocer.

De conformidad con lo establecido en los artículos 9.2, 18,19, 35 y 62 de la Ley de Derechos de Autor y de los Derechos Conexos; los derechos morales pertenecen al autor y son personalísimos, irrenunciables, imprescriptibles e inalienables, asimismo, por tratarse de una obra colectiva, los autores ceden de forma ilimitada y exclusiva a la UNITEC la titularidad de los derechos patrimoniales. Es entendido que cualquier copia o reproducción del presente documento con fines de lucro no están permitida sin previa autorización por escrito de parte de UNITEC.

En fe de lo cual, se suscribe el presente documento en la ciudad de San Pedro Sula a los 8 días del mes de mayo del 2018.

Iván Eduardo Macedo Ramírez

21623088

Salvador Cantarero Ulloa

21513048



FACULTAD DE POSTGRADO

PREFACTIBILIDAD DE COMISARIATO EN COOPERATIVA DE AQUAFINCA, SAN FRANCISCO DE YOJOA, HONDURAS

AUTORES

Iván Eduardo Macedo Ramírez y Salvador Cantarero Ulloa

RESUMEN

La presente investigación evaluó la posibilidad de apertura de un comisariato para beneficiar a los empleados que forman parte de la Cooperativa de Aquafinca. El objetivo principal fue realizar evaluaciones de los aspectos de mercado, técnicos y financieros más relevantes durante el año 2018. Tomando como base las evaluaciones antes mencionadas se llegó a la conclusión de que la apertura de tal entidad, es factible y rentable, tomando en cuenta los aspectos mencionados anteriormente.

Palabras clave: Comisariato, Tasa Interna de Retorno, Valor Presente Neto.



**ESTABLISHMENT OF A COMMISARIAT IN THE CREDIT COOPERATIVE OF
AQUAFINCA, SAN FRANCISCO DE YOJOA, HONDURAS**

BY:

Iván Eduardo Macedo Rampirez and Salvador Cantarero Ulloa

ABSTRACT

The present investigation evaluated the possibility of opening a commissariat to benefit the employees that are part of the Aquafinca Cooperative. The main objective was to carry out evaluations of the most relevant market, technical and financial aspects during 2018. Based on the aforementioned evaluations, it was concluded that the opening of such entity is feasible and profitable, taking into account the aspects mentioned above.

Keywords: Commissariat, Internal Return Rate, Net Present Value.

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a Dios, por darme la sabiduría y por guiarme a lo largo de todo este camino, a mis padres, Waldina Lizzette Ramírez (QDDG) y Ramiro Vicente Macedo (QDDG) por su apoyo desde el primer día, a mi abuela Rosa Delia Ramírez, por su comprensión y ayuda a lo largo de este proyecto.

Ivan Eduardo Macedo Ramírez

A Jesucristo por darme la sabiduría y fortaleza en momentos difíciles de este proyecto.

A mi hijo Roberto Daniel Cantarero Anariba, por ser fuente de mi eterna inspiración y ser el motor en la consecución de este logro.

A mi esposa Lizbeth Andrea Anariba Cuestas por su incondicional apoyo en todo este camino y por confiar siempre en mí, sin duda su acompañamiento ha sido fundamental en el logro de este objetivo.

Salvador Cantrero Ulloa

AGRADECIMIENTO

A Dios por guiarme y darme la sabiduría necesaria en cada aspecto de mi vida.

A Aquafinca, su Cooperativa y todos los empleados que nos brindaron la información y apoyo necesarios para este proyecto.

A Delmy Durán por su apoyo durante todo el proyecto.

A nuestros asesores temático y metodológico, por siempre estar dispuestos a apoyarnos.

Iván Eduardo Macedo Ramírez

A mi esposa e hijo por su fundamental apoyo en este proceso, son el motivo para seguir creciendo profesionalmente.

A mi hermano Roberto Salvador Cantarero por su incondicional apoyo en toda mi vida.

A mi mamá, hermanas, sobrinos y familia por ley por su apoyo en esta etapa.

A la empresa Aquafinca por su apoyo económico y espacio de tiempo para poder cursar esta maestría y la cooperativa por brindarnos la oportunidad de poder realizar este proyecto y brindar todo el apoyo e información necesaria.

A mi compañero de tesis por todo su apoyo durante esta investigación.

A Unitec por toda la formación ofrecida durante esta bonita experiencia

A nuestros asesores por su gran apoyo en la redacción de este proyecto.

Salvador Cantarero Ulloa

ÍNDICE DE CONTENIDO

CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN	1
1.1. INTRODUCCIÓN	1
1.2. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA	3
1.3. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	8
1.3.1 ENUNCIADO DEL PROBLEMA	8
1.3.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	9
1.3.3 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	9
1.4. OBJETIVOS DEL PROYECTO.....	10
1.4.1 OBJETIVO GENERAL.....	10
1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	10
1.5. JUSTIFICACIÓN.....	11
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO	13
2.1. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL	13
2.1.1 ANÁLISIS DEL MACROENTORNO.....	14
2.1.2 ANÁLISIS DEL MICROENTORNO	15
2.1.3 ANÁLISIS INTERNO.....	17
2.2. TEORÍAS DE SUSTENTO	25
2.2.1 PIRÁMIDE DE NECESIDADES DE MASLOW	25
2.2.2 TEORÍAS DE FACTIBILIDAD	26
2.2.3 ESTUDIO DE MERCADO	28
2.2.4 ESTUDIO TÉCNICO.....	30
2.2.5 ESTUDIO FINANCIERO	31

CAPÍTULO III METODOLOGÍA.....	33
3.1. CONGRUENCIA METODOLÓGICA.....	34
3.1.1 MATRIZ DE CONGRUENCIA METODOLÓGICA	34
3.1.2 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	36
3.1.3 HIPÓTESIS	44
3.2. ENFOQUE Y MÉTODOS	44
3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA	46
3.4. TÉCNICAS UTILIZADAS.....	47
3.4.1 ENTREVISTA.....	47
3.4.2 ENCUESTA.....	48
3.4.3 RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN Y ANÁLISIS DE DATOS	48
3.5. FUENTES DE INFORMACIÓN.....	49
3.5.1. FUENTES PRIMARIAS	49
3.5.2 FUENTES SECUNDARIAS	49
3.6. LIMITANTES.....	50
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS.....	51
4.1. ESTUDIO DE MERCADO	51
4.1.1 DEMANDA	51
4.1.2 SERVICIO	61
4.1.3 COMERCIALIZACIÓN	62
4.1.4 OFERTA Y PRECIO.....	63
4.2. ESTUDIO TÉCNICO	65
4.2.1 LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO	65

4.2.3 EQUIPO E INSUMOS	68
4.2.4 ORGANIZACIÓN HUMANA.....	69
4.2.5 ORGANIZACIÓN JURÍDICA.....	70
4.2.6 IMPACTO AMBIENTAL.....	70
4.3. ESTUDIO FINANCIERO.....	72
4.3.1 INVERSIÓN INICIAL.....	72
4.3.2 INGRESOS.....	75
4.3.3 COSTOS.....	92
4.3.4 IMPUESTO SOBRE LA RENTA.....	94
4.3.5 DEPRECIACIONES.....	95
4.3.6 UTILIDADES.....	96
4.3.7 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.....	100
CAPÍTULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	105
5.1. CONCLUSIONES.....	105
5.2. RECOMENDACIONES.....	106
BIBLIOGRAFÍA.....	107
ANEXOS.....	111
ANEXO 1 – Encuesta.....	111
ANEXO 2 – Cotizaciones.....	113
ANEXO 3 – Carta de compromiso.....	115

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Países con el más alto y más bajo costo de canasta básica	6
Tabla 2 Análisis FODA Cooperativa Aquafinca.....	23
Tabla 3 FODA Comisariato	24
Tabla 4 Matriz de congruencia metodológica	35
Tabla 5 Operacionalización de las variables	41
Tabla 6 Demanda del proyecto.....	60
Tabla 7 Inversión en Mobiliario y Equipo	72
Tabla 8 Inversión en obra gris.....	74
Tabla 9 Demanda insatisfecha mensual y oferta mensual según tiempo efectivo	78
Tabla 10 Ingreso mensual 2018	91
Tabla 11 Ingresos anuales	92
Tabla 12 Costos variables	93
Tabla 13 Salarios.....	93
Tabla 14 Manejo de inventarios	94
Tabla 15 Impuesto sobre la renta	95
Tabla 16 Depreciaciones	96
Tabla 17 Estado de resultados.....	96
Tabla 18 Balance general	97
Tabla 19 Flujo de efectivo.....	98
Tabla 20 Flujo de efectivo operativo y evaluación financiera	99
Tabla 21 FEO con incremento en costo de ventas	101
Tabla 22 FEO con pago de alquiler y gastos fijos.....	102
Tabla 23 FEO con préstamo.....	103
Tabla 24 Tabla de amortización de préstamo.....	104

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 El costo de alimentar a una familia de cuatro alrededor del mundo.....	4
Figura 2 El costo de alimentar a una familia de cuatro alrededor del mundo - Centroamérica.....	7
Figura 3 Estado de situación financiera Cooperativa Aquafinca al 31 de diciembre de 2017.....	18
Figura 4 Activos totales 2013 al 2017.....	19
Figura 5 Ingresos totales del 2013 al 2017.....	21
Figura 6 Excedentes distribuidos de 2013 a 2017.....	22
Figura 7 Pirámide de necesidades de Maslow	26
Figura 8 Estructura general de evaluación de proyectos.....	27
Figura 9 Estructura de estudio de mercado	29
Figura 10 Estructura del estudio técnico	30
Figura 11 Diagrama de variables que afectan la factibilidad	36
Figura 12 Dimensiones de variable independiente Estudio de mercado.....	37
Figura 13 Dimensiones de variable independiente Estudio técnico.....	38
Figura 14 Dimensiones de variable independiente Estudio financiero	39
Figura 15 Diseño del esquema metodológico	45
Figura 16 Género de los encuestados	52
Figura 17 Cantidad de hijos por hogar	53
Figura 18 Estado civil de personas encuestadas.....	54
Figura 19 Trabajadores en núcleo familiar	55
Figura 20 Ingreso mensual familiar estimado	56
Figura 21 Trabajo de familiares	57
Figura 22 Disposición a comprar en Comisariato de Cooperativa.....	58
Figura 23 Frecuencia de compra	59
Figura 24 Lugares preferidos de compra de productos de canasta básica	61
Figura 25 Método de pago preferido.....	62
Figura 26 Planos de estructura	67
Figura 27 Organigrama Comisariato.....	69
Figura 28 Índice de Precios al Consumidor del 2000 al 2017	79

Figura 29 Proyecciones Índice de Precios al Consumidor Honduras	80
Figura 30 Costo de productos de aseo personal	81
Figura 31 Costo de bebidas alcohólicas	82
Figura 32 Costo de bebidas no alcohólicas	83
Figura 33 Costo de carnes	84
Figura 34 Costo de embutidos y enlatados.....	85
Figura 35 Costo de frutas	86
Figura 36 Costo de grasas y aceites	87
Figura 37 Costo de hortalizas.....	88
Figura 38 Costo productos de limpieza.....	89
Figura 39 Costo de productos secos	90

CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

En este capítulo se presenta el enfoque general de la investigación, que incluye una introducción del problema, presentación de antecedentes, el planteamiento que contiene el enunciado del problema, la formulación y las preguntas de investigación. De igual forma, los objetivos del trabajo y la justificación sobre la investigación relacionada con el análisis de prefactibilidad para la apertura de un comisariato en Cooperativa de Aquafinca.

1.1. INTRODUCCIÓN

El acceso a la canasta básica es uno de los principales problemas a los que se enfrentan la mayoría de las familias a nivel mundial. El costo de la canasta básica en muchos países se considera bastante alto, incluso llegando a superar los salarios mínimos establecidos. Esta situación se ve principalmente en países de África y Asia. Sin embargo, a esta problemática también se enfrenta los países latinoamericanos. Esto se traduce en altos índices de pobreza y desnutrición para estas regiones.

En ese sentido, se han realizado diversas investigaciones para determinar los precios que deben tener los productos consumibles de necesidad básica, así como establecimientos que puedan proporcionarlos a costos razonables y los salarios necesarios para poder satisfacer estas necesidades de primer nivel.

Los supermercados y mercados a nivel mundial son una de las principales fuentes de acceso a la canasta básica ya que ofrecen menor costo, calidad y productos frescos. Uno de los ejemplos más claros de este enunciado es el caso de Walmart. Ésta compañía es la que más factura en el mundo con ventas al por menor a nivel mundial, facturando alrededor de 482,000 millones de dólares (Pardo, 2016).

La BBC menciona que de acuerdo a estudio realizado por Movehub, consultora sobre expatriados, en América Latina, Honduras cuenta con la canasta básica más cara y su costo es de aproximadamente 100.05% con respecto al salario mínimo y este ocupa el puesto número 11 de todo el ranking. Cabe mencionar que el estudio fue realizado a 122 países alrededor del mundo (Justo, 2016).

En Honduras, el alto costo de la canasta básica supera al salario mínimo, según la BBC es la más cara de América Latina, la mayoría de los hondureños buscan comprar la canasta básica en ferias, mercados y supermercados que ofrecen menor costo de la misma, en las zonas rurales es muy común comprar los productos básicos en abarroterías que concentran la mayoría de productos, los supermercados de mayor importancia en Honduras son La Colonia y Walmart, principalmente porque han evolucionado a la necesidad del cliente. Actualmente los afiliados de la cooperativa adquieren su canasta básica en mini súper con los que la cooperativa ha hecho alianzas o lo adquieren en sus lugares de preferencia, por lo que la apertura del comisariato se presenta como una oportunidad de negocio ofreciendo productos a un costo menor y generando ganancias a la cooperativa que se convierten en dividendos de los mismos socios (Justo, 2016).

El presente estudio de prefactibilidad se desarrolla en la Cooperativa Aquafinca y el mismo incluye un estudio de mercado, técnico y económico con el propósito de ser una guía para la toma de decisiones por parte de la Junta Directiva de la cooperativa para la apertura del comisariato dentro de las instalaciones de la misma.

Este proyecto se estructura en cinco capítulos de investigación. El primero es el enunciado del problema en donde se expone la problemática a la cual se le intenta dar respuesta mediante la presente investigación. Seguido del Marco Teórico, en el que se encuentran las teorías de sustento para la investigación, así como el macro y microentorno y la situación actual del problema. El tercer capítulo habla sobre la metodología utilizada para el desarrollo del presente trabajo. El cuarto capítulo expone los resultados y el quinto las conclusiones y recomendaciones.

1.2. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

Los antecedentes del problema exponen el estado actual del entendimiento del problema mediante la exposición de investigaciones realizadas con objetivos similares o a las mismas variables. Según Hernández Sampieri (2010) es de vital importancia conocer estos estudios anteriores, especialmente si no se tiene conocimiento o experiencia sobre el tema. Adicionalmente, sirve para no investigar sobre un tema ya investigado e invertir tiempo innecesario en esa investigación (Roberto Hernández Sampieri, 2010).

A continuación se presentan los antecedentes, el primero referente a una investigación realizada por la consultora Movehub, alrededor del mundo, comparando el salario mínimo con

respecto al precio de la canasta básica. El segundo referente a los indicadores de Índice de Precios al Consumidor en el país, así como el salario mínimo de los últimos años.

La empresa Movehub (2016) realizó un estudio en el que se detalla el costo de la canasta básica a nivel mundial con respecto a su salario mínimo llamado “El costo de alimentar a una familia de cuatro alrededor del mundo”. El estudio se efectuó tomando en cuenta data disponible de 122 países de todo el mundo y se utilizó una base de datos de costos alimenticios en cada país para definir el precio de los mismos (Yanik, 2016).

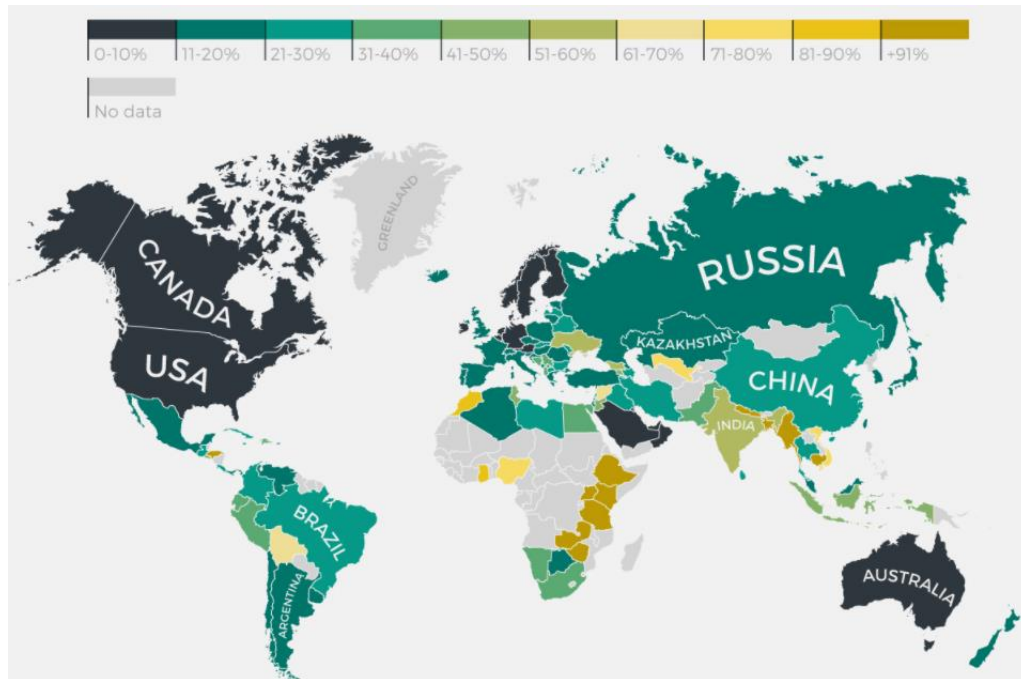


Figura 1 El costo de alimentar a una familia de cuatro alrededor del mundo

Fuente: (Yanik, 2016)

La figura 1 muestra los resultados de la investigación y arrojan que los países con más problemas para conseguir alimentos de canasta básica se encuentran principalmente en África y Asia. Para la mayor parte del continente africano no se pudo recabar la información que pudieran dar datos fidedignos sobre su situación con respecto a la canasta básica. En el continente americano la canasta básica tiene un precio de entre el 20 y 30% del salario de la población, con excepciones como Honduras que tiene la canasta básica más cara de Latinoamérica y su precio asciende a más del 100% del salario mínimo.

El estudio concluyó que de los países estudiados, los que cuentan con una canasta básica cara son Uganda con 276% con respecto a su salario mínimo, Etiopía con 257%, Kenia con 215%, Zimbabue con 189%. Por otro lado, los países con el costo más bajo son Emiratos Árabes Unidos con 6.5%, Singapur con 4.9%, Kuwait con 4.4%, Macao con 3.7% y Qatar con 2.6%, tal y como se puede apreciar en la tabla 1. Véase a continuación:

Tabla 1 Países con el más alto y más bajo costo de canasta básica

Puesto en el estudio	País	% sobre salario mínimo
1	Uganda	275.86%
2	Etiopía	257.24%
3	Kenia	215.04%
4	Zimbabue	188.80%
5	Myanmar	174.83%
6	Nepal	171.16%
7	Tanzania	161.28%
8	Cambodia	125.28%
9	Zambia	120.90%
10	Bangladesh	108.93%
11	Honduras	100.54%
118	Emiratos Árabes Unidos	6.50%
119	Singapur	4.89%
120	Kuwait	4.38%
121	Macao	3.66%
122	Qatar	2.62%

Fuente: (Yanik, 2016)

De la región americana, el país con la canasta básica es Honduras con un costo que asciende a más del 100% del salario mínimo, de acuerdo al estudio. Este dato excluye del estudio a países como Haití, Nicaragua, Islas Caimán y Belice. El rango que predomina en la región oscila entre un 20 y 30%, sin embargo Honduras está en la zona del 91% en adelante. Véase figura 2 a continuación:

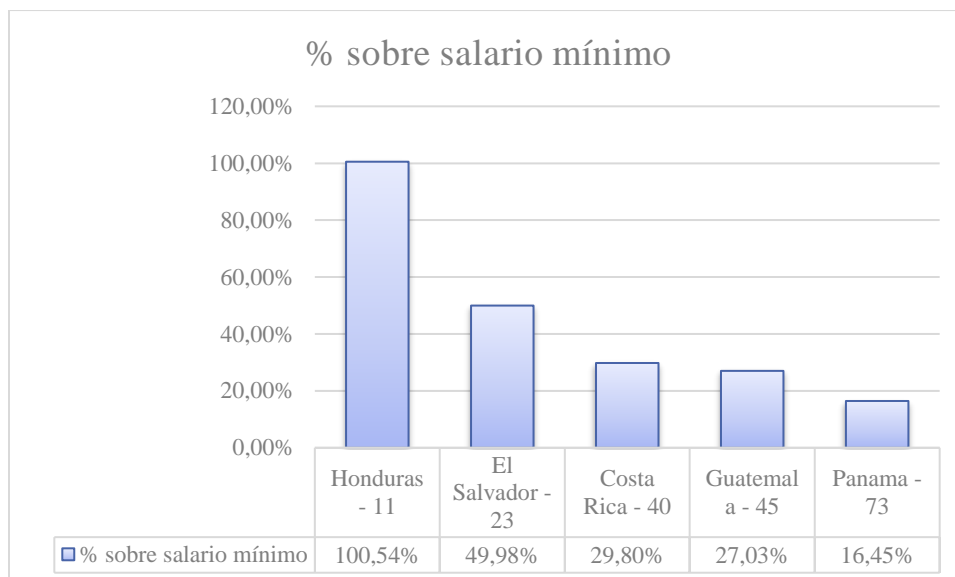


Figura 2 El costo de alimentar a una familia de cuatro alrededor del mundo - Centroamérica

Fuente: (Yanik, 2016)

En Honduras, el costo de la vida incrementa a un ritmo acelerado, mientras que el salario no lo hace en esa proporción. Cada vez son más los hondureños que buscan alternativas económicas para realizar sus compras de supermercado o productos de canasta básica. El aumento al índice de precios al consumidor oscila alrededor de 3% año con año (Banco Central de Honduras, 2018), mientras que el aumento al salario mínimo fluctúa alrededor de 3% (Dirección General de Trabajo, 2018). A simple vista, este aumento parecería razonable. Sin embargo, únicamente representa un ajuste inflacionario y no un incremento real. La Cooperativa ha visto esta situación como una oportunidad de negocio que se puede aprovechar para beneficiar a los afiliados con productos a precios bajos y con mayor recaudación de excedentes que deriven en dividendos.

En Honduras, varias entidades financieras destinadas al apoyo de sus usuarios han desarrollado este modelo de negocio y ha tenido bastante aceptación. El caso de la Cooperativa Mixta COMEGA, en la cual ahorran los empleados de Cargill, inició incluyendo un comisariato dentro de sus instalaciones en Barrio Las Palmas, San Pedro Sula, Honduras. Posteriormente, abrieron sucursales del Comisariato en las dos localidades de dicha empresa en Villanueva, Honduras.

1.3. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

Una vez expuestos los aspectos más importantes de la investigación y lo que antecede a la problemática que se evalúa en esta investigación, se define el problema de evaluar, el cual se establece como objeto de estudio.

1.3.1 ENUNCIADO DEL PROBLEMA

Al existir en Honduras una canasta básica con un costo bastante alto (Yanik, 2016), las población decide buscar alternativas de bajo precio para abastecerse y satisfacer sus necesidades básicas de consumo. La Cooperativa de Aquafinca tiene como fin satisfacer las necesidades de los empleados de dicha empresa y mejorar la calidad de vida de los mismos. Con base en el análisis realizado por la administración para detectar esta oportunidad de mercado, se pretende evaluar si un comisariato resultaría rentable para el abasto de sus afiliados.

1.3.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

El planteamiento del problema implica afinar ideas y sirve para delimitar el mismo y relacionarlo con las variables. Adicionalmente, debe cumplir con el atributo de tratar problemas observables y medibles (Roberto Hernández Sampieri, 2010). Por tal razón se puede formular el problema de la siguiente forma:

¿Es factible desde el punto de vista técnico, de mercado y financiero la apertura de un comisariato para afiliados de la Cooperativa de Aquafinca en San Francisco de Yojoa, Honduras?

1.3.3 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

Las preguntas deben tratar de condensar la finalidad de la investigación y deben ser bastante concretas, ya que de ser muy generales, la investigación podría ser muy extensa (Roberto Hernández Sampieri, 2010). Por tal razón se formulan las siguientes preguntas:

- 1) ¿Cuál será la cantidad de demanda que tendrá un comisariato para empleados de la Cooperativa de Aquafinca desde el punto de vista de mercado?
- 2) ¿Cuál es la viabilidad de la apertura de un comisariato para empleados de la Cooperativa de Aquafinca desde el punto de vista técnico?
- 3) ¿Cuál es la viabilidad de la apertura de un comisariato para empleados de la Cooperativa de Aquafinca desde el punto de vista financiero?

1.4. OBJETIVOS DEL PROYECTO

A continuación se exponen los objetivos establecidos para la presente investigación, la cual tiene como objeto de estudio la factibilidad de abrir un comisariato para la Cooperativa Aquafinca en San Francisco de Yojoa, Honduras.

1.4.1 OBJETIVO GENERAL

Los objetivos de la investigación tienen como finalidad expresar lo que la misma pretende lograr y se deben ser expresadas muy claramente para evitar desviaciones ya que son la base del estudio (Roberto Hernández Sampieri, 2010). Luego de determinarse las preguntas a las cuales se intenta dar respuesta mediante el presente estudio, se determina el objetivo general del mismo:

Determinar si es factible desde el punto de vista técnico, de mercado y financiero la apertura de un comisariato para afiliados de la Cooperativa de Aquafinca en San Francisco de Yojoa, Honduras.

1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

El desarrollo de los objetivos específicos está basado en las preguntas de investigación planteadas anteriormente y los mismos refieren a las tareas que se trabajaran en la investigación. Los objetivos específicos se enuncian a continuación:

- 1) Determinar la cantidad de demanda que tendrá un comisariato para empleados de la Cooperativa de Aquafinca desde el punto de vista de mercado.
- 2) Comprobar la viabilidad de la apertura de un comisariato para empleados de la Cooperativa de Aquafinca desde el punto de vista técnico.
- 3) Evaluar la viabilidad de la apertura de un comisariato para empleados de la Cooperativa de Aquafinca desde el punto de vista financiero.

1.5. JUSTIFICACIÓN

En la presente investigación se hará un estudio para la apertura de un comisariato para afiliados de la cooperativa Aquafinca, la cual cuenta con 1,350 afiliados, los cuales se convierten en potenciales clientes para la apertura del comisariato para proveer la canasta básica y así generar ahorro en la compra y ganancia de dividendos que son distribuidos al final de cada ejercicio.

Al final del estudio se le presentará a la junta directiva de la cooperativa todos los aspectos estudio económico, estudio de mercado y estudio técnico que le permita con base científica poder reducir la incertidumbre que genera el emprendimiento de un proyecto de esta envergadura.

En la actualidad un aproximado de un 30% de los afiliados recurre a minisúper con los que la cooperativa ha establecido alianzas para suplir su necesidad de canasta básica, estos establecimientos solo ofrecen el beneficio de crédito sin embargo los precios son los mismos de la zona, este aspecto se convierte en una oportunidad para la cooperativa poder brindar este servicio a sus afiliados.

Adicionalmente, servirá para seguir pasos de otras Cooperativas como COMEGA o la Cooperativa de la Empresa Nacional Portuaria que han brindado este beneficio a sus afiliados con un muy buen resultado. El ser facilitadores de producto de primera necesidad a los afiliados, agregaría valor a la Cooperativa y además ayudaría al cumplimiento de su finalidad, la cual es ayudar a las personas que cuentan con sus servicios.

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

En el presente capítulo se describe el marco teórico, es decir, las teorías que sustentan la investigación. En el mismo “se expresan las proposiciones teóricas generales, las teorías específicas, los postulados, los supuestos, categorías y conceptos que han de servir de referencia para ordenar la masa de los hechos concernientes al problema o problemas que son motivo de estudio e investigación” (Sabino, 1992). Adicionalmente, se analiza la situación actual del estudio, así como los aspectos del macro y microentorno a considerar.

2.1. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

La Cooperativa mixta Aquafinca nació hace 12 años producto de la necesidad de los empleados de la empresa Aquafinca de acceder a créditos para satisfacer sus necesidades, es una cooperativa cerrada y el 100% de los empleados de la compañía son socios, desde aquel momento la cooperativa ha venido en constante crecimiento en sus activos y en la diversificación de servicios, es sus inicios el principal objetivo fue el ahorro y crédito, el cual sigue siendo su principal actividad, sin embargo la demanda de servicios y oportunidades de negocio la ha llevado a incursionar en diferentes negocios lo que obligó a convertirse en 2015 en cooperativa mixta, esto ha posibilitado hacer alianzas con empresas que brindan servicios como ser Telefonía, agentes de bancos, ventas de productos y alianzas con proveedores de canasta básica, además tiene la administración total de una de las cafeterías que brinda servicio en la empresa, es por esto que surge la oportunidad de poder desarrollar un comisariato que satisfaga los productos de primera necesidad para los socios

de la misma con el objetivo de ofrecerlo a un menor costo y que además genere dividendos a los afiliados.

2.1.1 ANÁLISIS DEL MACROENTORNO

Bernal (2016) define a los comisariatos almacenes o tiendas como cooperativas o sostenidas por empresas en los cuales los asociados o cooperativistas adquieren bienes a un menor precio que en el mercado.

En Mexico compañías como Toks, que es una cadena de restaurantes, Sanborns que es una procesadora de alimentos tienen comisariatos en sus instalaciones, cuando el grupo ALSEA compró los restaurantes VIPS a Walt-mart estaba incluido el comisariato en la negociación, estas compañías han encontrado en los comisariatos algunas ventajas para sus socios o clientes ya que al ser proveedor único pueden centralizar los productos y venderlos a un menor precio, estandarizan las materias primas les proveen servicio, alcanzan a mejorar la calidad y homogeneidad de los productos (Bernal, 2016).

Los ejemplos antes mencionados son comisariatos que son parte de la empresa y que nacen para satisfacer la necesidad interna, sin embargo existen algunos que nacen externamente a estas como es el caso de Sushi Itto, la cual le provee las materias primas a diversos restaurantes en Latinoamérica pero importa la materia prima de Japón para satisfacer la necesidad de sus clientes (Bernal, 2016).

2.1.2 ANÁLISIS DEL MICROENTORNO

En Honduras existen casos de éxito en la implementación de comisariatos en beneficio de sus empleados. Estos casos se han replicado a lo largo de cierto tiempo. Las cooperativas, principalmente, han observado que la implementación de comisariatos para sus empleados trae mayor utilidad, lo que deriva en mejores excedentes a repartir al final del periodo y por lo tanto mayor cantidad de dividendos.

La cooperativa de empleados COMEGA es un ejemplo de éxito de la funcionabilidad de los comisariatos a lo interno de las empresas, en este caso específico los empleados de la empresa acceden a créditos deducidos por planilla, la cooperativa hace un análisis económico de la capacidad de pago y en base a ello les brinda los servicios de canasta básica.

Según Roger Maldonado (2018), responsable de la sucursal de la cooperativa en Santa Cruz de Yojoa el comisariato es de gran ayuda para los empleados de la cooperativa porque tienen descuentos en variedad de productos, especialmente la variedad de carnes que la compañía distribuye, esto deja un porcentaje de dinero mensualmente en el bolsillo del afiliado. Una particularidad de la cooperativa es que están abiertos al público en general, los ciudadanos externos a la cooperativa pueden afiliarse a la misma y mediante un sistema de garantía acceder al crédito por parte del comisariato.

Otra importante ventaja es que al final del ejercicio fiscal hay una repartición de dividendos entre todos los socios de la cooperativa, teniendo un impacto positivo, tanto en los empleados que

forman parte de la cooperativa, así como para la población en general que decide afiliarse a la misma.

También a nivel gubernamental existen ejemplos en Honduras de la implementación de este tipo de negocios, tal es el caso de la Empresa Nacional Portuaria, que es administrado por el Sindicato de Trabajadores, quien a través de la compañía hace la respectiva deducción por planilla del producto que la empresa les proporciona. Este comisariato ofrece a sus afiliados la opción de compra de electrodomésticos u artículos de necesidad en el hogar, mismo que son deducidos mediante un plan de pago hecho de acorde a la capacidad de pago del afiliado.

Según explicó Salvador Cantarero Franco (2018) empleado de la empresa y quien ha gozado de los servicios de este comisariato al final del ejercicio hay una repartición de dividendos entre los socios del comisariato. El resultado de la implementación de este comisariato ha traído beneficios a la empresa y mayor liquidez.

El rubro de las ventas de productos de canasta básica al detalle crece aproximadamente un 5.6%. Esto significa que la actividad comercial en el país se desarrolla bastante bien y siempre presenta crecimiento económico (Quiroga, 2017).

La FAO señala que en Honduras existe una lucha grave en contra del hambre e inseguridad alimentaria. El acceso al alimento es considerado el factor de mayor peso para combatir la pobreza en Honduras en este sentido los esfuerzos para combatirla deben orientarse en dos aspectos fundamentales, uno que es apoyo a los productores en el campo con créditos y facilidades para la

producción de granos básicos y un segundo es el apoyo a iniciativas de micro y medianas empresas que son motor importante de la economía del país ya que generan miles de empleos y mejoran la calidad de vida de las personas. Estos grandes problemas contribuyen directamente para que en Honduras la pobreza alcance un 60% de la población, de los cuales hasta un 40% es pobreza extrema y 20% es pobreza relativa (FAO, 2006).

2.1.3 ANÁLISIS INTERNO

El movimiento cooperativista, tanto en Honduras, como a nivel mundial tiene como objetivo principal favorecer, fortalecer y beneficiar a sus afiliados bajo la premisa del no lucro para la entidad administradora del dinero y su principal razón de ser es la resolución de los problemas económicos y sociales en pro del mejoramiento del nivel de vida de sus afiliados (CONSUCOOP, 2018).

La cooperativa mixta Aquafinca es considerada una cooperativa de tamaño pequeño ya que sus activos no logran competir con las más grandes del país, como ser la Cooperativa ELGA que alcanza activos de L3,756 millones. Al 31 de diciembre de 2017, la Cooperativa Aquafinca apenas alcanzó los L93 millones en activos totales (La Prensa, 2017).

En la figura siguiente se puede observar el Estado de Situación Financiera de la Cooperativa Aquafinca, mostrando una situación bastante sana, en vista de que los pasivos representan únicamente un 30% del total de sus activos, significando que pueden hacer frente a todos sus pasivos con la cantidad de activos disponibles. El patrimonio representa un 70%, lo que significa

que la capitalización de la empresa es excelente y se cuentan con fondos propios para poder realizar inversión. Véase en la siguiente página:

			
COOPERATIVA MIXTA AQUAFINCA SAINT PETER FISH LTDA BORBOTON SAN FRANCISCO DE YOJOA, CORTES OFICINA PRINCIPAL BALANCE GENERAL (En Lempiras) AL 31 DE DICIEMBRE 2017			
ACTIVOS		PASIVO Y PATRIMONIO	
Disponibilidades	2.356.458,35	Depositos De Exigibilidad Inmediata	22.149.225,97
Moneda Nacional	2.356.458,35	Moneda Nacional	22.149.225,97
Caja	491.605,00	Acreedores varios	136.217,15
Bancos, Instituciones Financieras y Cooperat	1.864.853,35	Interes por pagar	2.056,65
		Cuentas Por Pagar	22.010.952,17
Prestamos Por Cobrar	87.827.742,53		
Moneda Nacional	87.827.742,53	Exigibilidades por depositos	2.101.280,63
Vigentes	87.827.742,53	Moneda Nacional	2.101.280,63
vencidos		Depositos de ahorro	1.901.280,63
Cuentas Y Documentos Por Cobrar	1.576.827,33	Depositos a Plazo	200.000,00
Moneda Nacional	1.576.827,33		
Deudores Varios	1.492.396,19	Obligaciones Bancarias	1.898.571,02
Interes y Dividendos por cobrar	-	Moneda Nacional	1.898.571,02
Interes sobre prestamos por cobrar	84.431,14	Creditos y Obligaciones bancarias	1.898.571,02
Inversiones	622.239,20		
Moneda Nacional	622.239,20	Provisiones de valuacion	988.466,72
En entidades no controladas	622.239,20	Moneda Nacional	988.466,72
Excedentes Y Dividendos Por Cobrar	-	Provision para creditos Dudosos	388.212,69
		Depreciacion acumulada de Mobiliario y E	467.709,97
Activos Fijos	908.451,29	Depreciacion acumulada Activos arrendad	53.956,08
Moneda Nacional	908.451,29	Depreciacion acumulada de Activos Intang	78.587,98
Mobiliario y Equipo de Oficina	666.458,92		
Instalaciones	241.992,37	Provisiones Eventuales	1.173.967,05
		Moneda Nacional	1.173.967,05
Cargos Diferidos	16.501,12	Provision para Prestaciones sociales	876.413,39
Moneda Nacional	16.501,12	Provision Especiales	297.553,66
Gastos pagados por anticipados	6.920,00		
Intereses y Comisiones Pag. Por Anticipado	9.581,12		
		Patrimonio Primario	63.749.376,19
Activos Intangibles	122.012,29	Moneda Nacional	63.749.376,19
Moneda Nacional	122.012,29	Aportaciones	60.744.195,18
Programas aplicaciones informaticas	122.012,29	Rerserva Legal	3.005.181,01
		Patrimonio Complementario	1.369.344,55
		Moneda Nacional	1.369.344,55
		Otras Reservas de Capital	1.002.508,31
		Resultados Acumulados	-
		Excedentes o deficit del Periodo	366.836,24
SUMA DE ACTIVOS:	93.430.232,11	Suma Pasivo y Pratinonio	93.430.232,11

Figura 3 Estado de situación financiera Cooperativa Aquafinca al 31 de diciembre de 2017

Fuente: (Cooperativa Aquafinca, 2017)

A lo largo de los últimos años la cooperativa ha presentado un incremento sustancial y constante en sus activos totales. Este aumento ha hecho que la misma se fortalezca económicamente y así, de esta forma, puedan aspirar a generar una mayor cantidad de ingresos y tener un nivel más alto de utilidades para poder repartir al final del periodo.

A continuación se puede observar el histórico de activos de los últimos cinco años y se puede observar un incremento significativo entre cada uno de los años mostrados. Durante el 2013 los activos ascendían a L39 millones, incrementándose a L54 millones para 2014. Posteriormente, fueron de L71 millones y L81.7 millones durante 2015 y 2016, respectivamente. Finalmente para el año 2017 se contabilizaron activos que ascienden a L93 millones.

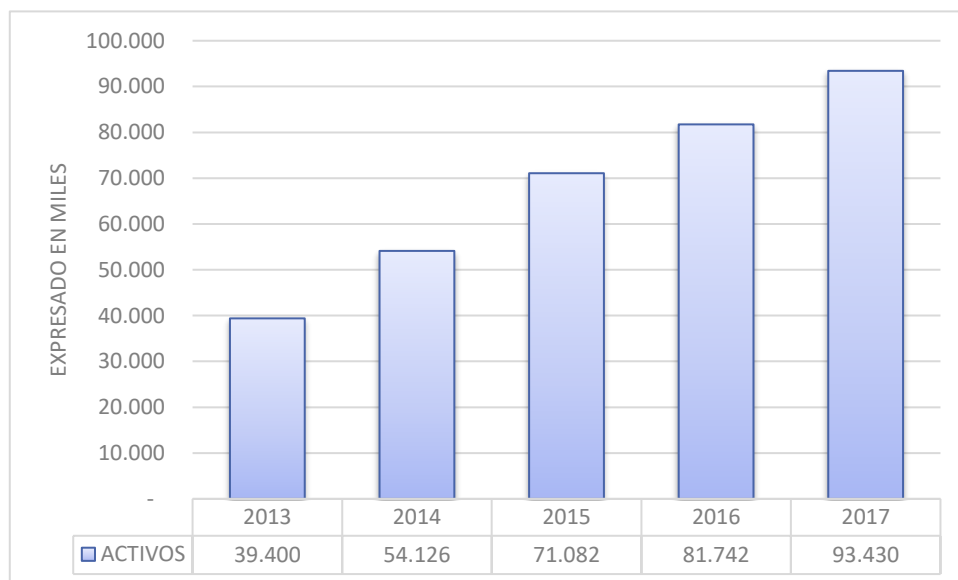


Figura 4 Activos totales 2013 al 2017

Fuente: (Cooperativa Aquafinca, 2017)

De acuerdo a lo que muestra la figura anterior, la empresa es bastante sólida y presenta incrementos significativos en sus disponibilidades, lo que es da la posibilidad de posicionar una mayor cantidad de dinero en el mercado de crédito. Sin embargo, al ser una Cooperativa limitada a los empleados de Aquafinca, puede existir un exceso de liquidez en sus activos corrientes, lo que puede hacer que esa abundancia de liquidez se conviertan en activos ociosos y no generen la rentabilidad esperada.

La cooperativa Aquafinca en pro de expansión de su finalidad de favorecer a sus afiliados y para deshacerse de su exceso de liquidez ha incursionado en negocios diferentes al ahorro y crédito, entre ellos administración de un comedor que atiende la planta de proceso de la empresa, alianzas con telefonía Tigo, Agentes Atlántida, venta de pescado y filete de pescado a sus afiliados mediante una alianza con la empresa. En el año 2016 la cooperativa incursionó con un nuevo negocio que fue la cafetería de unas de las plantas de la empresa y se incrementaron significativamente sus ingresos y en el año 2017 este negocio se contabilizó como parte del consolidado de la cooperativa.

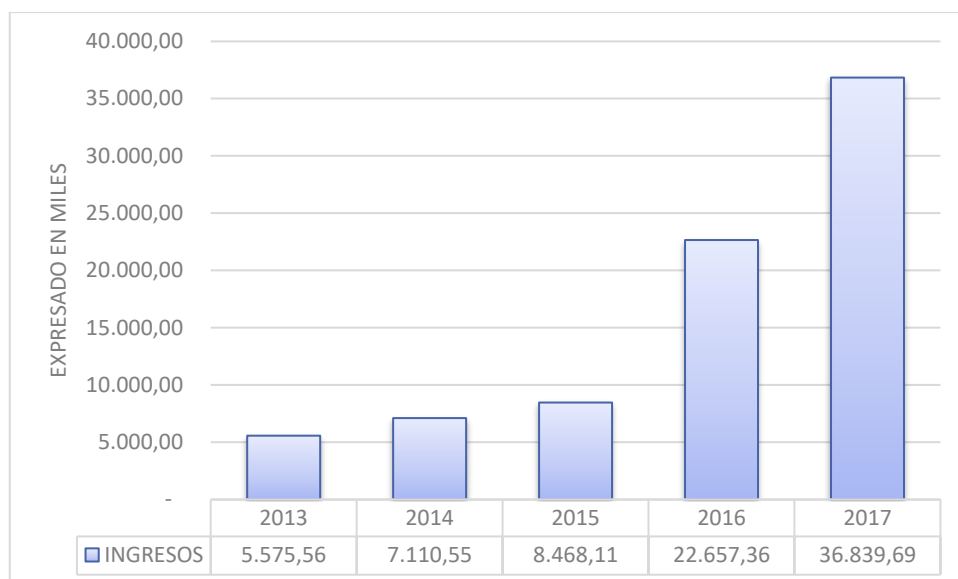


Figura 5 Ingresos totales del 2013 al 2017

Fuente: (Cooperativa Aquafinca, 2017)

La gerencia y Junta Directiva de la cooperativa dentro de su visión a corto y mediano plazo tienen dentro de sus prioridades poder expandir los servicios que ofrece a sus afiliados. El servicio de proveer la canasta básica ha sido demanda de los afiliados y para satisfacer esta necesidad la cooperativa ha establecido alianzas con supermercados de la zona. Esta alianza básicamente se basa en dar un crédito a los afiliados, sin embargo, se mantienen los precios de la canasta básica de acuerdo a lo establecido en el mercado en estos establecimientos.

En los últimos años se han disminuido los excedentes a distribuir a los afiliados, en parte por la carga fiscal del impuesto sobre la renta y porque la cooperativa realizó un incremento en sus gastos, al dar a sus afiliados canastas familiares en diferentes épocas del año, esto con el objetivo de generar un ahorro extra a sus afiliados ya que se ahorran la compra de los productos que se le

regalan en dichas canastas. El objetivo de la cooperativa es poder continuar realizando estas donaciones a sus afiliados, pero al mismo tiempo generar los suficientes excedentes que permitan hacer una distribución de los mismos al final de cada año.

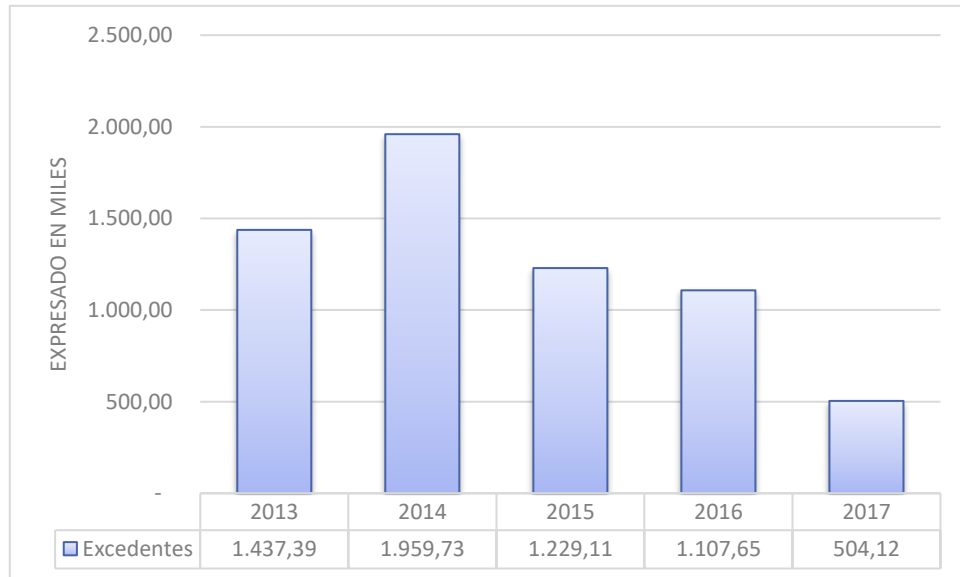


Figura 6 Excedentes distribuidos de 2013 a 2017

Fuente: (Cooperativa Aquafinca, 2017)

El establecimiento de un comisariato deberá ser atractivo para los afiliados. De esta forma adquirirán los productos de la canasta básica, principalmente por dos razones. La primera es que la cooperativa buscará no lucrarse, distinto a los objetivos de cualquier supermercado, con precios altos en la venta de los productos, por lo que generará un ahorro en el afiliado. La segunda razón es que al ser afiliados, la rentabilidad que los negocios que la cooperativa emprenda son distribuidos en dividendos al final de cada ejercicio generando un ingreso que es compartido equitativamente entre todos los afiliados.

Además de lo mencionado anteriormente, también se presenta un análisis FODA realizado a la empresa y mediante el cual se evalúan sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, en el ámbito del rubro de las cooperativas. El análisis realizado se puede observar en la siguiente página:

Tabla 2 Análisis FODA Cooperativa Aquafinca

Análisis FODA	
Fortalezas	Oportunidades
<ol style="list-style-type: none"> 1. Crecimiento constante 2. Bajo nivel de mora 3. Es una cooperativa cerrada por lo que no se permite a cualquiera con historial dudoso entrar en ella 4. Amparada en el pacto colectivo de Aquafinca 5. Fondos mutuos 6. Crédito con una baja tasa de interés 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Oportunidad de nuevos nichos de mercado y negocios 2. El crecimiento de la cooperativa se relaciona con el crecimiento de Aquafinca 3. Dejar de ser una cooperativa cerrada y permitir al público en general entrar
Debilidades	Amenazas
<ol style="list-style-type: none"> 1. Al ser una cooperativa cerrada no permite realizar más inversiones 2. Capital de trabajo limitado 3. Poca oferta de productos 4. Baja generación de recursos propios. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Si la empresa cierra, también la cooperativa 2. Prestamistas 3. Créditos a bajo costo en la banca 4. Competencia desleal

Fuente: (Cooperativa Aquafinca, 2017)

Este análisis interno nos muestra que la cooperativa mixta Aquafinca presenta una diversidad de oportunidades de crecimiento, especialmente por ser un aliado estratégico de la empresa y puede

convertirse en uno de los principales proveedores de servicios que la compañía requiere para su operación y que estaría en condición de pasárselos a la cooperativa.

La incursión en nuevos negocios es una oportunidad para cerrar la brecha de limitantes que actualmente la cooperativa ofrece a sus afiliados ya que le permitirá incrementar sus ganancias y por consiguiente la de los afiliados. En la actualidad hay restricciones en el acceso de algunos financiamientos, por ejemplo, de vehículos nuevos, ya que la cooperativa no cuenta con el suficiente capital para cubrir esta necesidad de un sector de sus afiliados, ya que el enfoque actual es el acceso a vivienda y préstamos personales para resolver necesidades básicas.

Tabla 3 FODA Comisariato

Análisis FODA	
Fortalezas	Oportunidades
1. Siempre hay demanda. 2. Garantía de pago. 3. Se puede aumentar la oferta estacional 4. Respaldo de la cooperativa. 5. Facilidad de adquirir crédito con proveedores.	1. Crecimiento rápido. 2. Cercanía con el cliente. 3. Existencia de otros clientes internos (cafeterías y necesidades de la empresa de este tipo de productos). 4. Generar otros tipos de oferta al cliente meta. (Electrodomésticos, muebles)
Debilidades	Amenazas
1. Poca experiencia administrando el tipo de negocio. 2. Presión fiscal del rubro. 3. Necesidad de contratación de personal adicional. 4. Poco acceso a clientes externos.	1. Iliquidez de la cooperativa 2. Cierre de la empresa Aquafinca 3. Cambios de políticas por futuras Juntas Directivas. 4. Alta competencia por precios de negocios en la zona. 5. Terminación del pacto colectivo en la empresa que obliga la afiliación a la cooperativa.

El FODA muestra las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que se tendrán de abrirse el comisariato en la Cooperativa de Aquafinca. Éstas muestran que son más las fortalezas y oportunidades, ya que, principalmente se cuenta con apoyo de la Cooperativa y de la empresa Aquafinca para poder, mediante el comisariato, beneficiar a todos los empleados.

2.2. TEORÍAS DE SUSTENTO

Las teorías de sustento sirven como apoyo dentro del marco teórico para dar validez a las teorías sobre investigaciones similares que se han realizado anteriormente. Sirve para conocer sobre las investigaciones y los resultados sobre los cuales se debe fundamentar el siguiente trabajo (Urbina, 2010). Véase a continuación:

2.2.1 PIRÁMIDE DE NECESIDADES DE MASLOW

En esta sección se muestran las teorías que dan sustento a esta investigación y que muestran la ruta que sigue la misma. Según Maslow (1943) el ser humano, en su búsqueda por alcanzar su felicidad y realización plena, debe satisfacer una pirámide de necesidades básicas en orden secuencial desde la base hasta la cima. Estas necesidades se resumen en la figura siguiente.



Figura 7 Pirámide de necesidades de Maslow

Fuente: (Maslow, 1943)

La figura anterior muestra que en la base de la pirámide están las necesidades fisiológicas y básicas como salud, alimentación y descanso. En ese sentido, la necesidad de alimentación aparece en la base de la pirámide y esta investigación está orientada en poder satisfacerla ayudando de esta manera a los afiliados de la Cooperativa, sus beneficiarios, a alcanzar sus objetivos de vida (Maslow, 1943).

2.2.2 TEORÍAS DE FACTIBILIDAD

Según Urbina (2010), un estudio de factibilidad debe ahondar en la investigación de mercado, también detallar la tecnología y los elementos a utilizar dentro del proyecto, determinar los costos

totales y evaluar la rentabilidad mediante indicadores aceptados para este tipo de investigación. Esto con la finalidad de que los inversionistas tomen una decisión acertada.

Según Vallejo (2004), la factibilidad hace referencia a un documento o escrito único sintetiza la recopilación de información efectuada y necesaria para evaluar un proyecto antes de su puesta en marcha. Este documento es fundamental para buscar fuentes de financiamiento tanto interno como externo.

Según Urbina (2010), una estructura general de formulación y evaluación de proyecto es de vital importancia que contenga los análisis siguientes: de mercado, técnico-operativo, financiero y socio-económico. Véase en la siguiente figura:

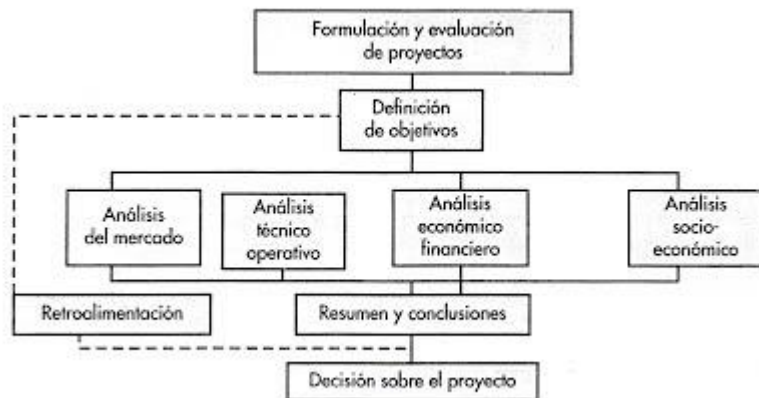


Figura 8 Estructura general de evaluación de proyectos

Fuente: (Urbina, 2010)

La figura anterior muestra los diferentes análisis que se deben realizar para evaluar la factibilidad de un proyecto, realizando evaluaciones de mercado, técnica y financieras, de forma tal que los resultados reflejados en el resumen y conclusiones reflejen la factibilidad o no del proyecto desde los puntos de vista anteriormente mencionados. En base a eso se debe tomar la decisión sobre realizar o no un proyecto.

2.2.3 ESTUDIO DE MERCADO

Su objetivo es la descripción del proceso, determinar la adquisición del equipo y la maquinaria, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de ser necesaria para llevar a cabo el proyecto. (Baca Urbina, 2010)

Un estudio de mercado se puede definir como un conjunto de acciones que se realizan para dar respuesta al mercado y conocer de esta forma a quien direccionar un producto, el público objetivo, conocer de la competencia ante la implementación de un proyecto. Se analizan temas como el precio y el canal de comunicación y distribución del mismo (Emprende PYME, 2018).

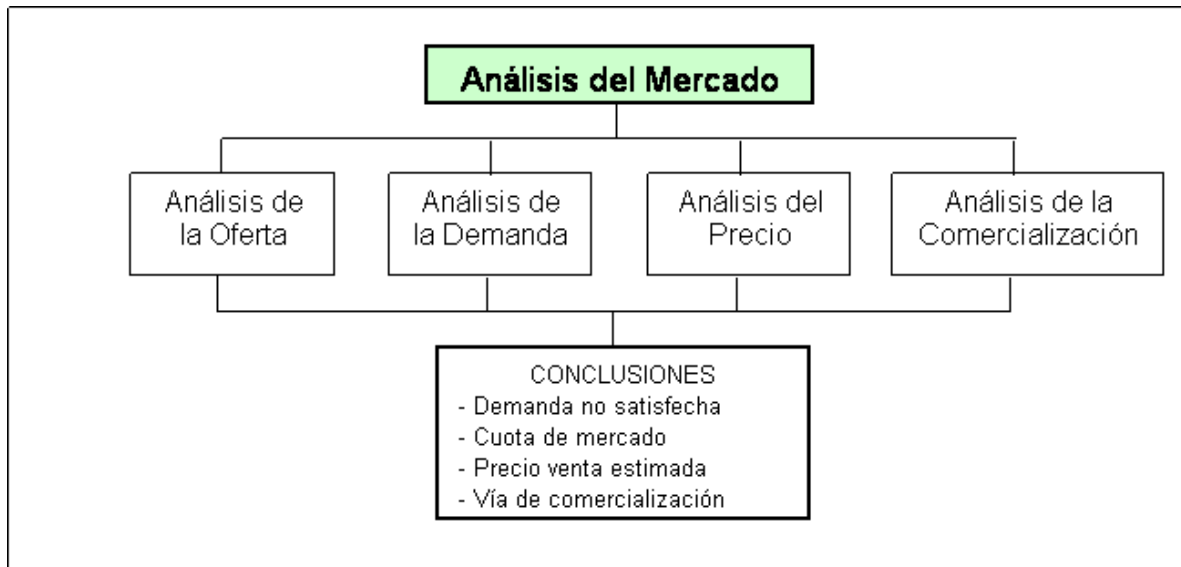


Figura 9 Estructura de estudio de mercado

Fuente: (Urbina, 2010)

La figura anterior ofrece los aspectos más importantes a considerar dentro de un estudio de mercado y según se aprecian los mismos son un análisis de la oferta, es decir, la porción de la demanda que se planea cubrir. Asimismo, se incluye un análisis de la demanda, el precio al que se deben establecer los productos, así como un análisis de la vía que mejor se ajuste para comercializar el producto.

En el estudio de proyectos las cifras que deben incorporarse en los flujos, como consecuencia del análisis del mercado, deben corresponder al acuerdo a que lleguen los oferentes con los demandantes el estudio de mercado abarca diversos submercados, todos los cuales pueden entregar información muy valiosa que permitirá conocer la forma en que no tan solo el mercado consumidor, sino que también el mercado proveedor, el distribuidor, el competidor y el externo (Urbina, 2010).

2.2.4 ESTUDIO TÉCNICO

Una vez realizado el estudio de mercado y dependiendo de los resultados que se obtengan del mismo se procede a realizar el estudio técnico, en este estudio la clave es preguntarse ¿Cómo y dónde? producir lo que el mercado demanda, cantidad calidad desde el primer momento e incluso se pueden prever ampliaciones futuras (Nassir Sapag Chain, 2008).



Figura 10 Estructura del estudio técnico

Fuente: (Nassir Sapag Chain, 2008)

El diagrama anterior, muestra la estructura y los aspectos más relevantes a considerar en el estudio técnico. El estudio técnico cumple funciones de suma importancia, determina tamaño y localización óptima del proyecto, ingeniería, así como aspectos de administrativos y legales (Urbina, 2010). Provee además a la parte financiera los costos reales en los que se van invertir para echar a andar el proyecto, también se definen necesidades de mano de obra y capital.

2.2.5 ESTUDIO FINANCIERO

Este estudio contiene la información de su plan de financiamiento nombrando aspectos como los recursos con los que se cuenta, las necesidades de crédito o inversión, las oportunidades de inversión externa que tenga y las garantías. Gracias a este análisis se calcula también el costo total del proceso de producción, así como los ingresos que se estiman recibir en cada una de las etapas del proyecto. Este estudio dará a conocer si el proyecto es viable desde el punto de vista económico (Urbina, 2010).

En este estudio se determinan los costos totales que se incurrirán y mucha información se deriva de los estudios anteriores, por lo que es necesario que los mismos se hayan desarrollado con suficiente información para tener costos confiables. Adicionalmente, se consideran todas las inversiones que se deben hacer, tanto en maquinaria, como en capital de trabajo y los gastos preoperativos. Asimismo, se incluye información sobre la mano de obra a utilizar, se estiman los ingresos de acuerdo a la demanda calculada y se deprecian los activos que estén sujetos a depreciación (Nassir Sapag Chain, 2008).

Finalmente se debe tomar toda la información y con los flujos que generen las proyecciones realizar los análisis de Tasa Interna de Retorno y Valor Presente Neto. Mediante estos análisis se puede determinar con fiabilidad si el proyecto es rentable o no, lo que concluiría en si es factible o no realizar la inversión propuesta (Nassir Sapag Chain, 2008).

CAPÍTULO III METODOLOGÍA

El Capítulo III se enfoca en la metodología utilizada para el desarrollo de la investigación. Una vez establecida y determinada la información teórica que sustenta la misma, se muestra la metodología utilizada. Inicialmente, se enfoca en la matriz de congruencia metodológica de la investigación, en la cual se muestran los objetivos que se pretenden alcanzar con el estudio, seguido de las preguntas que la investigación debe tratar de resolver, así como la determinación de las variables involucradas en el proceso investigativo, que en este caso son los estudios técnico, de mercado, financiero y la prefactibilidad del comisariato. Luego se realiza el diagrama de las variables, en el que se puede observar la relación que se intenta demostrar o refutar entre las variables dependientes e independientes. De igual forma, muestra las dimensiones y los indicadores con los que se pretende medir dicha relación y se presenta la operacionalización de las variables y en esta se muestra cómo se van a operar las mismas, así como la técnica utilizada en la investigación.

En el presente capítulo se plantea la hipótesis que se intentará validar o refutar y también se expone el enfoque mediante el cual se investigará. Se muestra la delimitación de población a ser investigada, así como la determinación de la muestra.

3.1. CONGRUENCIA METODOLÓGICA

En esta sección se establece la relación que existe entre el problema planteado y la metodología utilizada. Adicionalmente, se exponen las variables que establecen la finalidad del presente estudio y el o los instrumentos utilizados para que se garantice una investigación adecuada y que relacionen las variables con la hipótesis.

3.1.1 MATRIZ DE CONGRUENCIA METODOLÓGICA

Con respecto a la matriz de congruencia metodológica se puede destacar que es un instrumento que sirve para sintetizar los aspectos más importantes de la investigación. Asimismo, en la misma se organiza de forma secuencial y en orden todas las etapas del proceso investigativo de tal forma que se pueda apreciar la congruencia que existe entre todas las partes involucradas en dicho proceso. Se puede observar la matriz de congruencia metodológica y sus elementos en la siguiente página:

Tabla 4 Matriz de congruencia metodológica

PREFACTIBILIDAD DE COMISARIATO EN COOPERATIVA DE AQUAFINCA, SAN FRANCISCO DE YOJOA, HONDURAS					
PROBLEMA	OBJETIVO GENERAL	PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLE INDEPENDIENTE	VARIABLE DEPENDIENTE
¿Es factible desde el punto de vista técnico, de mercado y financiero la apertura de un comisariato para afiliados de la Cooperativa de Aquafinca en San Francisco de Yojoa, Honduras?	Determinar si es factible desde el punto de vista técnico, de mercado y financiero la apertura de un comisariato para afiliados de la Cooperativa de Aquafinca en San Francisco de Yojoa, Honduras.	¿Cuál será la cantidad de demanda que tendrá un comisariato para empleados de la Cooperativa de Aquafinca desde el punto de vista de mercado?	Determinar la cantidad de demanda que tendrá un comisariato para empleados de la Cooperativa de Aquafinca desde el punto de vista de mercado.	Mercado	Factibilidad
		¿Cuál es la viabilidad de la apertura de un comisariato para empleados de la Cooperativa de Aquafinca desde el punto de vista técnico?	Comprobar la viabilidad de la apertura de un comisariato para empleados de la Cooperativa de Aquafinca desde el punto de vista técnico.	Técnico	
		¿Cuál es la viabilidad de la apertura de un comisariato para empleados de la Cooperativa de Aquafinca desde el punto de vista financiero?	Evaluar la viabilidad de la apertura de un comisariato para empleados de la Cooperativa de Aquafinca desde el punto de vista financiero.	Financiero	

En la tabla 3 se pueden observar las variables independientes y dependiente a considerar dentro del problema de investigación, así como la relación que tienen con el problema a solventar. La variable dependiente en esta investigación es la factibilidad del proyecto, la cual depende de las variables independientes que son los estudios de mercado, técnico y financiero.

3.1.2 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

De acuerdo a Betancur (2018) la operacionalización de las variables consiste en “convertir un concepto abstracto en uno empírico, susceptible de ser medido a través de la aplicación de un instrumento.” Este proceso consiste en descomponer las variables en diferentes aspectos desde la definición conceptual hasta llegar a la técnica e instrumento de medición de dichas variables. Adicionalmente contiene la definición operativa, indicadores, ítems y tipo de escala (López, 2018).

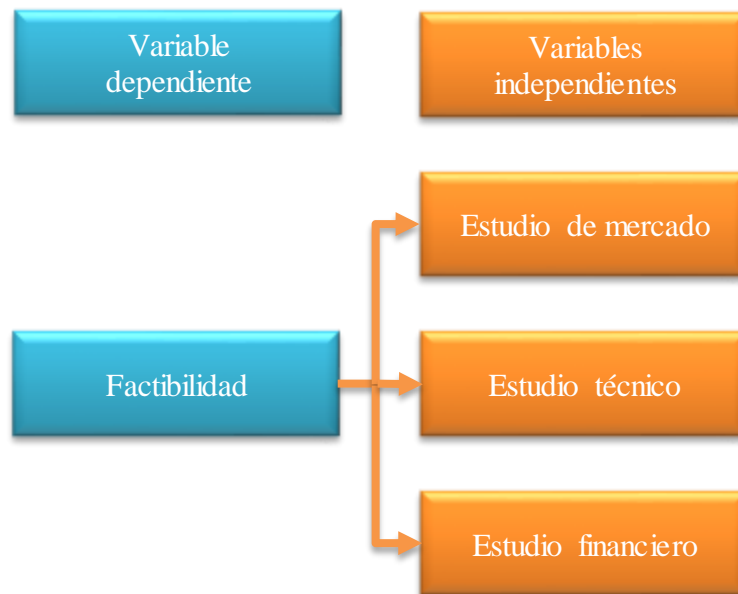


Figura 11 Diagrama de variables que afectan la factibilidad

La figura 7 muestra las variables independientes que afectan la variable dependiente. Este estudio, al ser de factibilidad, la variable dependiente es la factibilidad misma y las variables que

definirán si es factible o no el proyecto son los estudios de mercado, estudio técnico y estudio financiero.

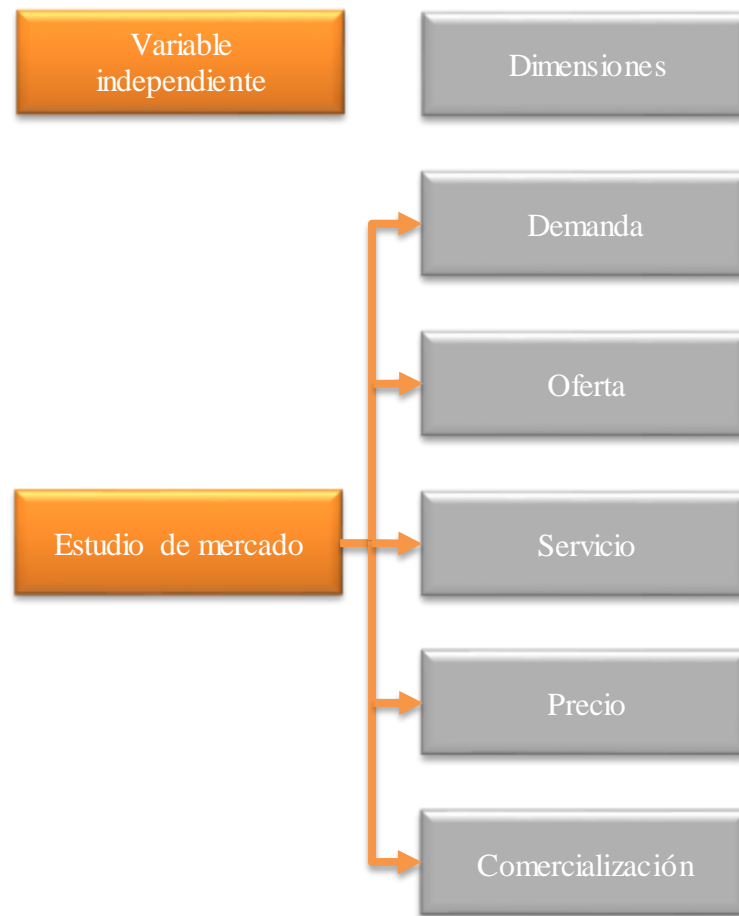


Figura 12 Dimensiones de variable independiente Estudio de mercado

Para la medición de la variable independiente Estudio de mercado se realizan diversos tipos de análisis, por lo que se dimensiona en los siguientes conceptos: demanda, oferta, servicio que se debe incluir dentro del comisariato, así como el precio y la comercialización del producto.

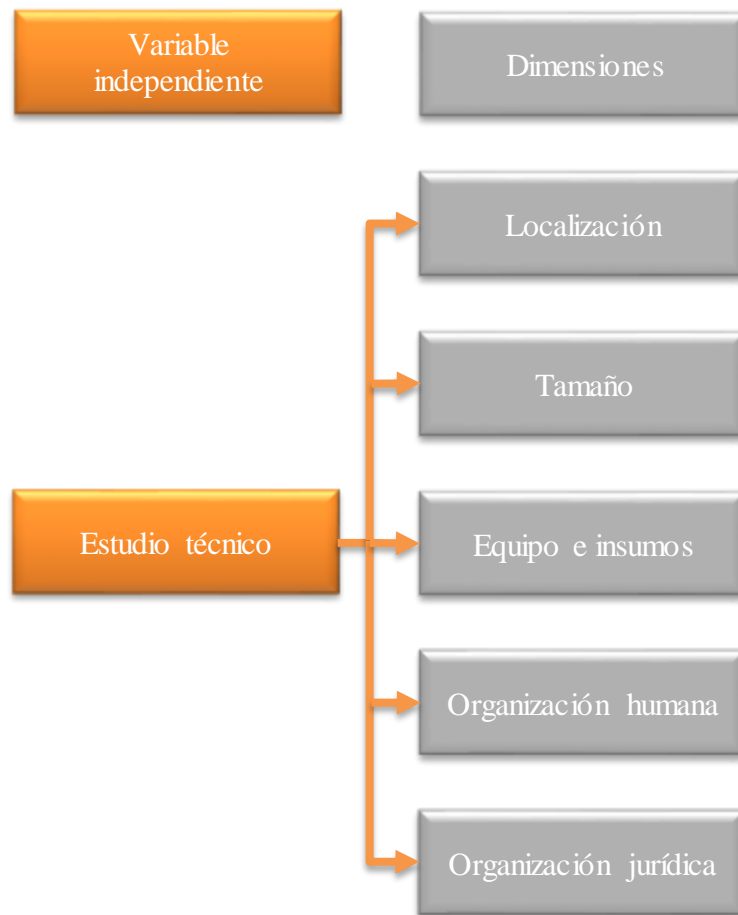


Figura 13 Dimensiones de variable independiente Estudio técnico

El estudio técnico se dimensiona en diversos conceptos. Esto con el fin de evaluar si es factible la apertura de un comisariato desde el punto de vista técnico. Las dimensiones consideradas son la localización del proyecto, el tamaño del local, el equipo necesario y los insumos con los que se contará, así como la organización humana y jurídica necesaria para poner en marcha el proyecto.

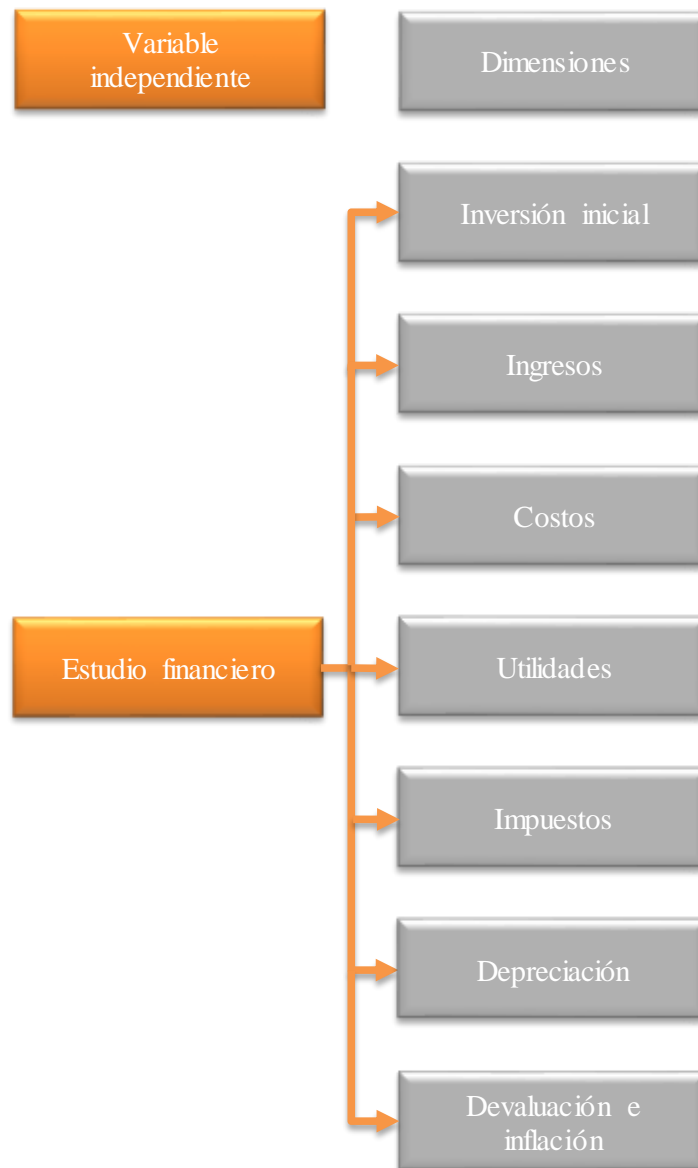


Figura 14 Dimensiones de variable independiente Estudio financiero

La variable referente al estudio financiero es la más extensa y para su realización se debe apoyar tanto en el estudio técnico como en el estudio de mercado, en los cuales se determinan, la demanda, la oferta y los aspectos relevantes de la inversión que se debe realizar para poner en

marcha el proyecto. Las dimensiones del estudio financiero incluyen la inversión inicial, los ingresos y costos, las utilidades que se derivarán del mismo, el marco fiscal regulatorio aplicable, es decir, los impuestos, la depreciación de los activos y factores macroeconómicos que afectan directamente en la venta de los productos de la canasta básica como la inflación y la devaluación.

En la siguiente tabla se observa la operacionalización de las variables independientes. Se detallan las definiciones conceptuales y operacionales, luego son dimensionadas y para cada dimensión se generan indicadores y preguntas, así como la técnica utilizada para responder las mismas. Véase tabla en la siguiente página:

Tabla 5 Operacionalización de las variables

Operacionalización de las variables							
Variable	Definición		Dimensiones	Indicadores	Items	Escala	Técnica e instrumento
	Conceptual	Operacional					
Estudio de mercado	<p>“Proceso sistemático de recopilación y análisis y presentación de datos e información acerca de clientes, competidores y el mercado. Sirve para ayudar a crear un plan de negocios, lanzar nuevos productos o servicios, mejorar productos o servicios existentes y se puede tomar como base para el análisis de expansión a nuevos mercados” (Thompson, 2018).</p>	<p>“El estudio de mercado puede ser utilizado para determinar que porción de la población comprará un producto o servicio, basándose en variables como el género, la edad, ubicación y nivel de ingresos, así como la demanda que la misma tendrá sobre el o los productos y servicios a ofertar” (Thompson, 2018).</p>	Demanda	Nombre	Nombre	Nominal	Encuesta
				Género	Género	Nominal	Encuesta
				Estado civil	Estado civil	Nominal	Encuesta
				Trabajadores en núcleo familiar	Personas que trabajan en su familia	Ordinal	Encuesta
				Hijos	Hijos	Ordinal	Encuesta
				Ingreso mensual familiar	Ingreso mensual estimado	Intervalos	Encuesta
				Trabajo de familiares	¿Dónde trabajan los integrantes de su familia?	Nominal	Encuesta
				Disposición a comprar en comisariato	¿Estaría dispuesto a comprar en un Comisariato de la Cooperativa de Aquafinca?	Nominal	Encuesta
			Frecuencia de compra	¿Con qué frecuencia compraría en el comisariato?	Ordinal	Encuesta	
			Servicio	Lugares preferidos para compra	¿Dónde realiza sus compras de productos de primera necesidad?	Nominal	Encuesta
			Comercialización	Método de pago	¿Qué método de pago le gustaría utilizar?	Nominal	Encuesta
			Oferta y precio	Productos a consumir	Promedio de las compras en cada producto de acuerdo a su frecuencia de consumo.	Intervalos	Encuesta

Continuación Tabla 5

Operacionalización de las variables							
Variable	Definición		Dimensiones	Indicadores	Items	Escala	Técnica e instrumento
	Conceptual	Operacional					
Estudio Técnico	“Presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal” (Urbina, 2010).	“De la selección de la función óptima se derivarán las necesidades de equipo y maquinarias que, junto con la información relacionada con el proceso de producción, permitirán cuantificar el costo de producción” (Nassir Sapag Chain, 2008).	Localización	Localización óptima del proyecto	¿Cuál es la localización óptima del proyecto?	Razón	Recolección de datos
			Tamaño	Tamaño óptimo del local y capacidad instalada	¿Cuál será el tamaño óptimo del comisariato?	Razón	Recolección de datos
			Equipo e insumos	Productos y equipo necesarios para la apertura y funcionamiento	¿Qué tipo de productos y equipo se utilizarán para la apertura del comisariato?	Nominal	Recolección de datos / entrevistas
			Organización humana	Cantidad de personal	¿Cuál es la cantidad de personal operativo y administrativo necesaria?	Nominal	Recolección de datos
			Organización jurídica	Permisos necesarios para poder operar	¿Qué permisos se necesitan para la apertura del comisariato?	Nominal	Recolección de datos

Continuación Tabla 5

Operacionalización de las variables							
Variable	Definición		Dimensiones	Indicadores	Items	Escala	Técnica e instrumento
	Conceptual	Operacional					
Estudio financiero	“Consiste en identificar, ordenar y sistematizar la información de carácter monetario, para elaborar los análisis de los datos con el fin de evaluar el proyecto y determinar su rentabilidad” (Repositorio, 2018).	“Analizar la capacidad para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo” (Repositorio, 2018).	Inversión inicial	Activos fijos y capital de trabajo	¿Cuáles es el monto de la inversión inicial?	Razón	Análisis de estados financieros
			Ingresos	Ventas	¿Cuál será el nivel de ventas de acuerdo a la demanda?	Razón	Análisis de estados financieros
			Costos	Costos fijos y variables	¿Cuáles son los costos fijos y variables del proyecto?	Razón	Análisis de estados financieros
			Impuestos	Impuesto sobre la renta e impuesto sobre venta	¿Cuál es el monto de los impuestos aplicables de acuerdo a la legislación fiscal hondureña?	Razón	Análisis de estados financieros
			Depreciación	Tipo de activo	¿Cuál es el monto total de las depreciaciones?	Razón	Análisis de estados financieros
			Devaluación e inflación	Aumento en precio de canasta básica	¿Cuál es la tasa de inflación aplicable al proyecto?	Razón	Análisis de estados financieros
			Utilidades	Utilidad neta	¿Cuál es la utilidad neta de cada periodo?	Razón	Análisis de estados financieros
TIR	¿Cuál es la TIR del proyecto?	Razón		Análisis de estados financieros			
VPN	¿Cuál es el VPN del proyecto?	Razón		Análisis de estados financieros			

La tabla anterior muestra las variables independientes del proyecto así como su técnica de medición, tomando en cuenta las preguntas necesarias para medir cada variable involucrada.

3.1.3 HIPÓTESIS

Según Hernández (2007) las hipótesis son "explicaciones tentativas del fenómeno investigado que se formulan como proposiciones" Véase a continuación la formulación de la hipótesis con respecto a la tasa interna de retorno para la investigación de factibilidad del comisariato para la Cooperativa Aquafinca:

Hi: La tasa interna de Retorno en el proyecto de prefactibilidad de comisariato en Cooperativa de Aquafinca, San Francisco de Yojoa, Honduras, es mayor a la tasa de Costo de Capital.

Ho: La tasa interna de Retorno en el proyecto de prefactibilidad de comisariato en Cooperativa de Aquafinca, San Francisco de Yojoa, Honduras,, es menor o igual a la tasa de Costo de Capital.

3.2. ENFOQUE Y MÉTODOS

En este proyecto, el enfoque es mixto, ya que se obtendrán resultados de carácter cuantitativo, así como cualitativo referente a la factibilidad del proyecto de un comisariato. Mediante la parte cuantitativa se pretende establecer la factibilidad del proyecto con la ayuda de análisis financiero realizado al mismo. En vista de que se utiliza la entrevista para recopilar información sobre la cooperativa, esto nos arroja resultados cualitativos.

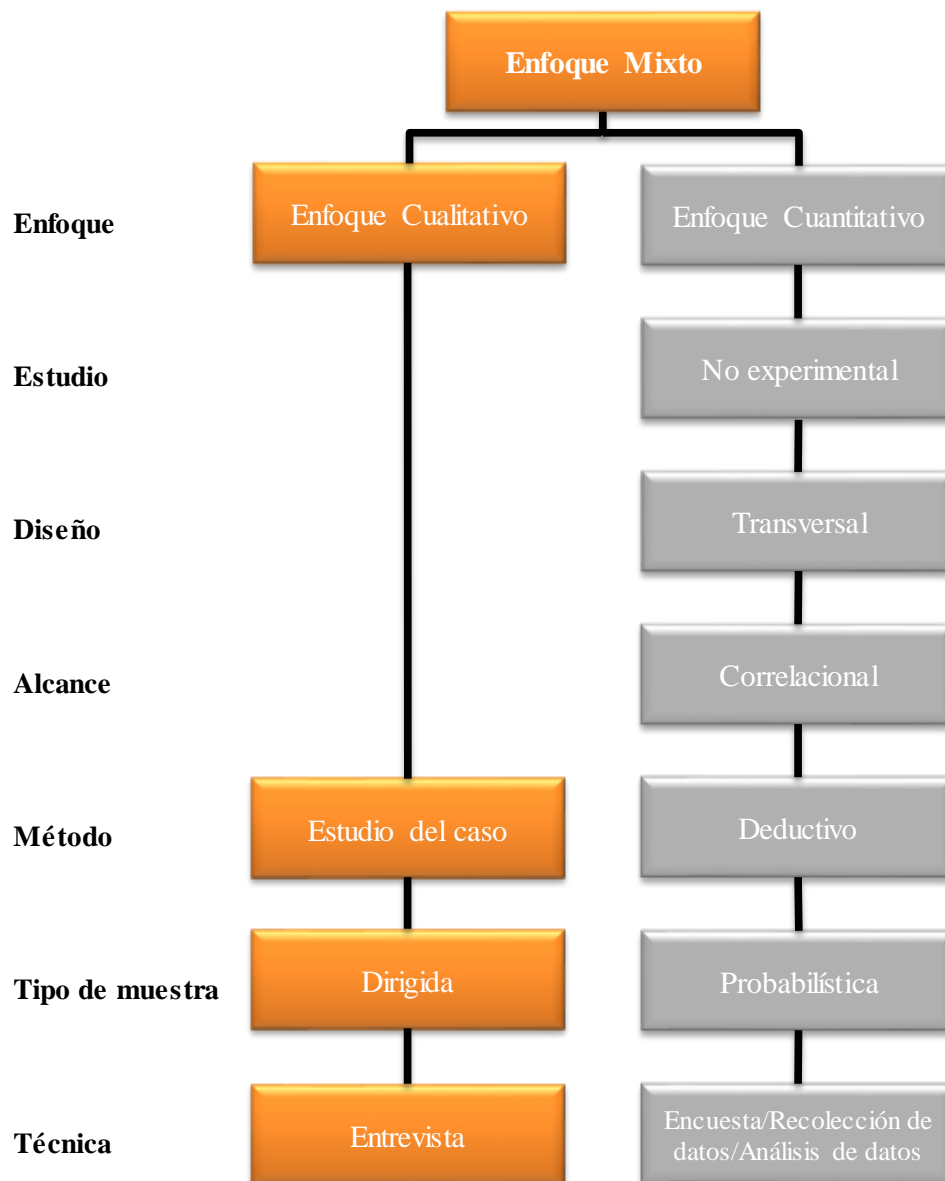


Figura 15 Diseño del esquema metodológico

El enfoque de la presente investigación es mixto en vista de que los resultados se representaran en términos numéricos o cuantitativos y se utiliza la técnica de la entrevista para conocer factores cualitativos que afecten la investigación. Es un estudio no experimental en vista

de que no se manipulan variables, únicamente se miden. El diseño es transversal ya que se evaluará la factibilidad del comisariato al periodo 2018. La investigación consta de un alcance correlacional, ya que se pretende medir la relación entre las variables dependiente e independientes.

El tipo de muestra utilizado en ésta investigación es probabilístico, ya que se pretende extrapolar los datos al total de la población. Finalmente, se utiliza la encuesta, análisis de datos, recopilación de datos y entrevista como métodos para evaluar el comportamiento de las variables y comprobar o desestimar la hipótesis planteada

3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA

La Cooperativa cuenta con 1,350 afiliados y se espera que todos puedan disfrutar de los beneficios de un comisariato. Sin embargo, debido a la localización de algunos trabajadores, se les imposibilita ir a la localidad donde el comisariato estaría localizado, por lo que la población se reduce a 993 afiliados. Se utilizó el método de muestra probabilística para luego poder extrapolar los resultados a la población total. La fórmula utilizada es la siguiente:

$$n = \frac{Zc^2 Npq}{e^2 N + Zc^2 pq}$$

En la fórmula se expresan las variables “n”, que significa tamaño de la muestra, “Zc”, que significa nivel de confianza, el cual se estimó en un 95%, “N” es el tamaño de la población que en este caso es 993 afiliados, “p” es la probabilidad de éxito y “q” es la probabilidad de rechazo y por

último la variable “e” que es el error en la proporción de la muestra. El resultado fue de 272 muestras de la población para aplicar encuestas.

3.4. TÉCNICAS UTILIZADAS

El desarrollo de esta investigación cuenta con diversos tipos de técnicas utilizadas para recopilar información necesaria como análisis de datos financieros, de mercado y técnicos para evaluar la factibilidad del proyecto, recopilación de datos y entrevistas internas y externas, así como encuestas aplicables a los empleados afiliados a la cooperativa, que en este caso son la población total. Véase a continuación:

3.4.1 ENTREVISTA

En una entrevista se intercambian ideas y opiniones a través de una conversación entre dos o más personas. En este caso el entrevistador es el encargado de realizar las preguntas necesarias sobre el tema del cual quiere indagar y el entrevistado aclara dudas y responde a las interrogantes (Concepto.de, 2018).

En una entrevista se conversa sobre un tema determinado planteado por uno de los participantes. Los participantes son el entrevistador y el o los entrevistados o receptores. El entrevistador es el designado para dirigir la sesión de preguntas y una vez estén completas se encarga de cerrar la entrevista (Concepto.de, 2018).

Existen dos tipos de entrevistas: las entrevistas estructuradas y las entrevistas no estructuradas o libres. Las entrevistas estructuradas comprenden una serie de preguntas que fueron previamente pensadas por el entrevistador y el entrevistado debe responder de forma concreta a las mismas. Las entrevistas no estructuradas son abiertas y flexibles en cuanto al tipo de preguntas que se pueden realizar no están pensadas con anterioridad y únicamente se conoce el tema sobre el cual se va a conversar (Concepto.de, 2018).

3.4.2 ENCUESTA

Las encuestas son una técnica de investigación utilizada para recopilar información a diversas personas que pertenecen a una población sobre diversos temas o un tema determinado. Para poder realizar la misma se debe contar con una población y una muestra representativa de la misma para poder aplicar y extrapolar los resultados a toda la población. Las encuestas se pueden aplicar de diversas formas: presencial, por correo, por medio de una página web o por teléfono (QuestionPro, 2018).

El instrumento utilizado en la presente investigación corresponde a uno utilizado en un proyecto de tesis: “Estudio de factibilidad para la creación de supermercado en el Cantón Muisne de la provincia Esmeraldas” (Chasing, 2013).

3.4.3 RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN Y ANÁLISIS DE DATOS

Además de las técnicas mencionadas anteriormente, también se recopiló información mediante la investigación para su posterior análisis. Lo que se recopila es la información necesaria

para un trabajo investigativo y para dar soporte al propósito de la investigación (Bloque metodológico de la Investigación UDO2010, 2018).

3.5. FUENTES DE INFORMACIÓN

Las fuentes de la información utilizadas para desarrollar la investigación se dividen en fuentes primarias y fuentes secundarias. Las mismas sirven de sustento para probar o refutar la tesis y se mencionan a continuación:

3.5.1. FUENTES PRIMARIAS

Para el desarrollo de la investigación las fuentes primarias son el personal clave de la Cooperativa Aquafinca, a quienes se les realizó entrevistas y quienes proporcionaron información vital para la investigación como: los estados financieros de la Cooperativa, la cantidad de afiliados y los planes de expansión. Adicionalmente, mediante dichas entrevistas se pudieron identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la Cooperativa. Asimismo, una fuente primaria de información fue el personal afiliado a quien se le aplicó la encuesta.

3.5.2 FUENTES SECUNDARIAS

Las fuentes secundarias de esta investigación corresponden a sitios web, libros sobre metodología de investigación, libros sobre evaluación de proyectos, tesis y artículos de revistas especializadas.

3.6. LIMITANTES

Las limitaciones para este proyecto consisten principalmente en el tiempo para el desarrollo de la investigación el cual limita el alcance que se le pudo haber dado.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS

Los capítulos anteriores mostraron las situaciones que anteceden el problema, así como el planteamiento del mismo. Se enunciaron los objetivos de la investigación, así como las preguntas que se busca responder y su justificación. Se incluyó un marco teórico que sustenta este tipo de investigación. Posteriormente se incluyó la metodología a utilizar para tratar de resolver las preguntas planteadas y cumplir los objetivos determinados. Los resultados de los estudios necesarios para dar respuesta a las preguntas de investigación se muestran a continuación:

4.1. ESTUDIO DE MERCADO

Como se mencionó anteriormente, un estudio de mercado se puede definir como un conjunto de acciones que se realizan para dar respuesta al mercado y conocer de esta forma a quien direccionar un producto o servicio, el público objetivo, conocer a los competidores que integran ese mercado, todo esto como antesala a la implementación de un proyecto. Se analizan temas como el precio y el canal de comunicación y distribución del mismo (Emprende PYME, 2018).

4.1.1 DEMANDA

Para determinar la demanda se utilizó el instrumento de la encuesta. La población total del estudio fue 993 afiliados, excluyendo los que no podrían tener acceso a la localidad. La muestra total fue de 272, para lo que se muestra los resultados continuación:

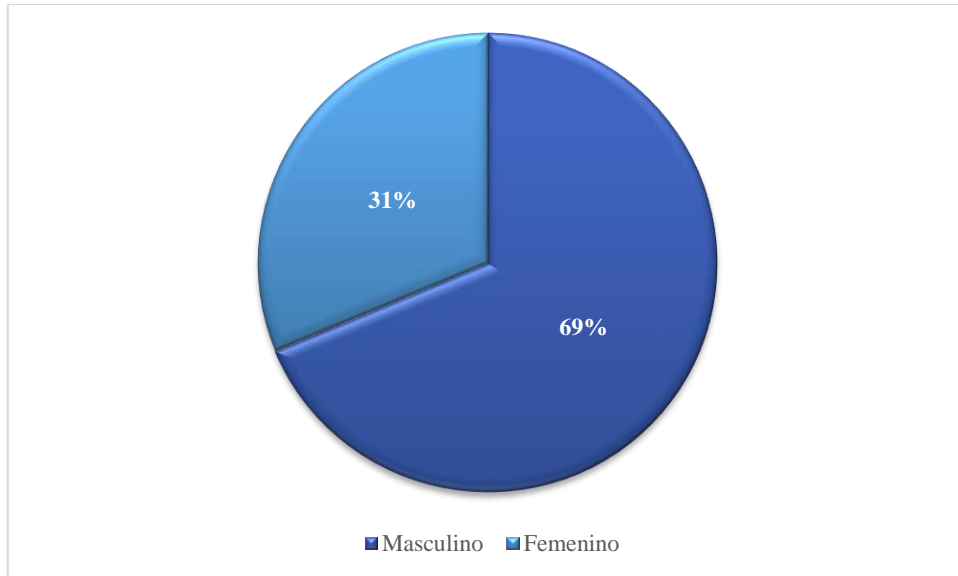


Figura 16 Género de los encuestados

En la figura 16 se puede observar que de los 272 encuestados, el 69% fueron hombres y el 31% fueron mujeres. Debido al tipo de labores que se realizan en Aquafinca, la mayor parte del personal operativo es conformado por hombres, por lo que hace sentido que la mayoría de los encuestados sean de sexo masculino. La mayoría, al ser del sexo masculino, son, por lo general, los proveedores de alimentos en el hogar.

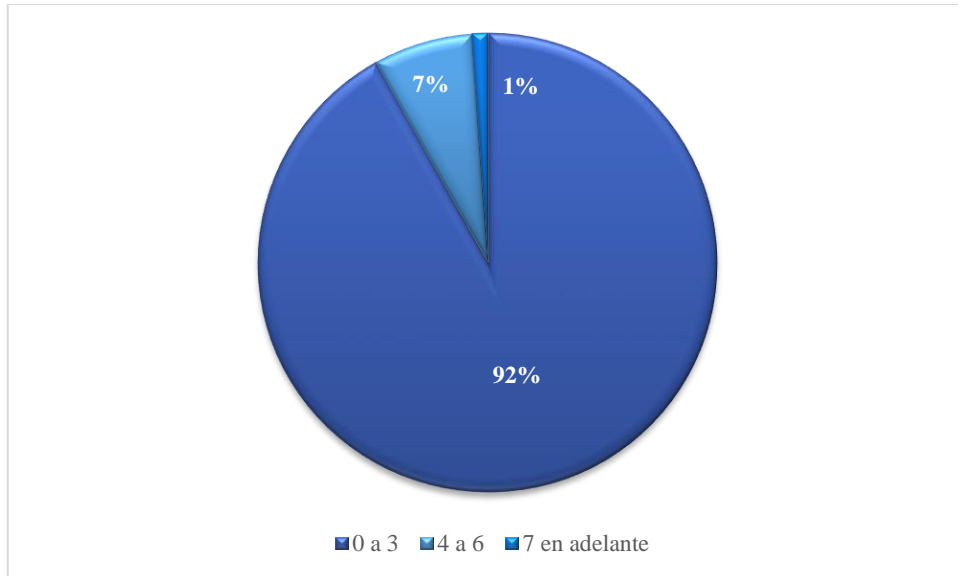


Figura 17 Cantidad de hijos por hogar

La gráfica 17 muestra que mayoría de los operarios no cuentan con hijos o tienen núcleos familiares relativamente pequeños al contar de cero a tres hijos el 92% de la población encuestada, de cuatro a seis hijos cuenta el 7% de la población y apenas el 1% cuenta con 7 o más hijos. Esto denota que las compras que se realizarán serán para núcleos familiares no tan grandes.

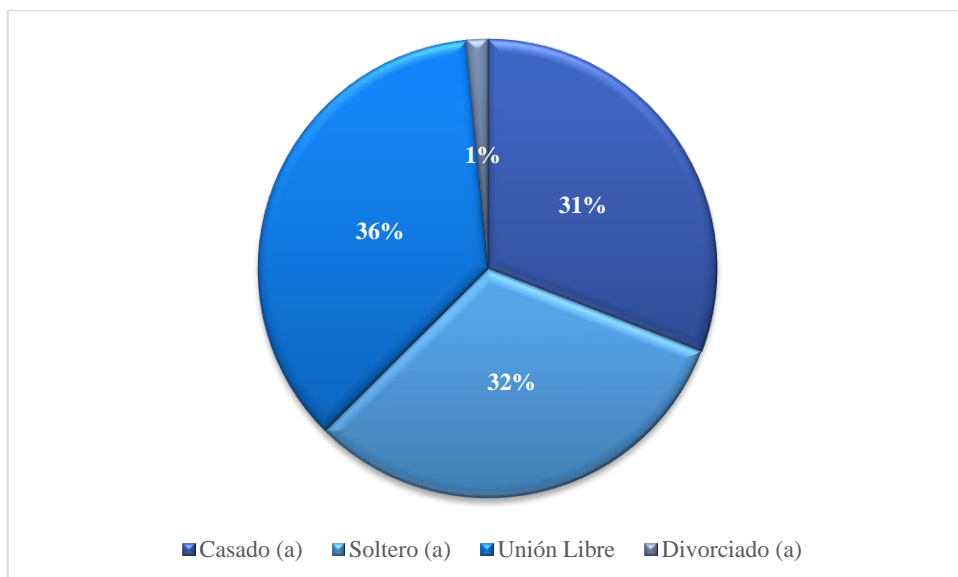


Figura 18 Estado civil de personas encuestadas

La figura 18 muestra que el 36% de las personas encuestadas están casadas, el 32% son solteros, el 31% vive en unión libre y el 1% es divorciado. Esto denota que más del 60% de la población encuestada tiene pareja y/o familia. Esto se pudiera traducir en buenos resultados, o mayor nivel de compra, de instalarse un comisariato.

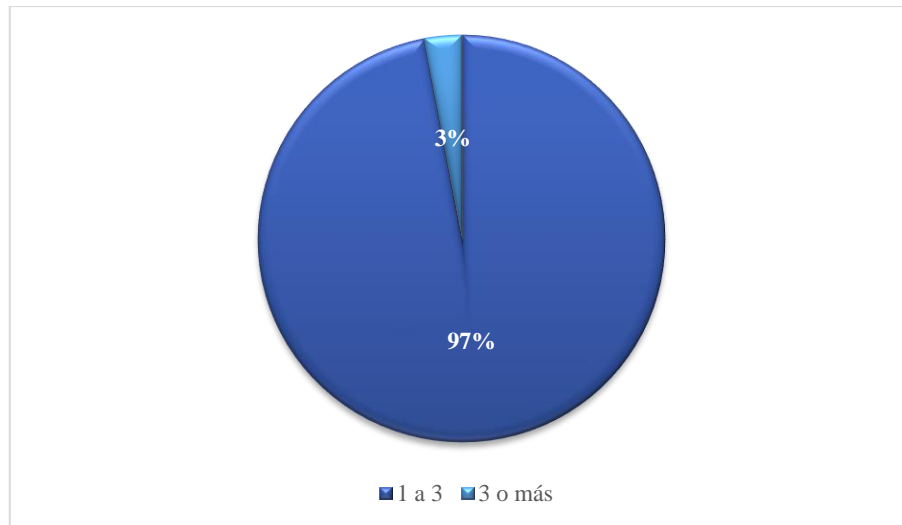


Figura 19 Trabajadores en núcleo familiar

La figura 19 muestra que del total de familiares que hay en el núcleo familiar, son pocos los que trabajan. El 97% de los encuestados afirma que en su núcleo familiar trabajan de una a tres personas, mientras que apenas el 3% de los encuestados afirma que en su familia trabajan tres o más personas. Esto podría limitar las compras al comisariato.

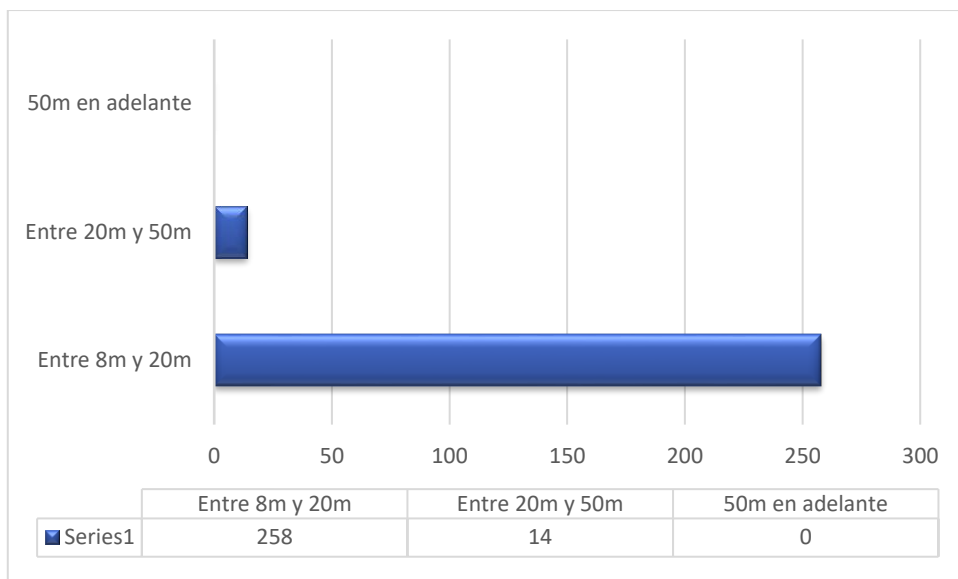


Figura 20 Ingreso mensual familiar estimado

La figura 20 muestra que de las 272 personas encuestadas, más de 250 perciben ingresos mensuales familiares de L20 mil o menos, significando que muy probablemente se les dificulte el acceso a la canasta básica, por lo que un comisariato sería de mucha utilidad para los afiliados a la Cooperativa. Apenas 14 personas perciben ingresos familiares arriba de L20 mil.

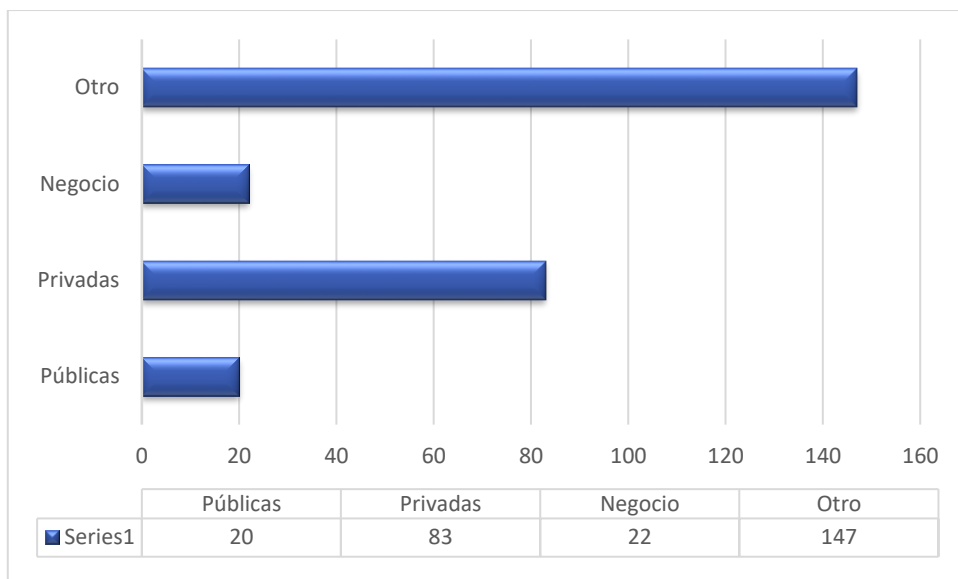


Figura 21 Trabajo de familiares

Como se puede observar en la gràfica, la mayoría de las personas entrevistadas cuentan con familiares viviendo con ellos que, principalmente, no trabajan. Al llenar la casilla “otro” hacían referencia a que sus familiares no trabajaban y en total fueron 147 personas. 83 personas tienen familiares trabajando en empresas privadas, 20 en instituciones pùblicas o del estado y 22 tienen negocios familiares. Esto significa que muchos de los que poseen familiares que trabajan podrían percibir ingresos adicionales para la compra dentro del comisariato.

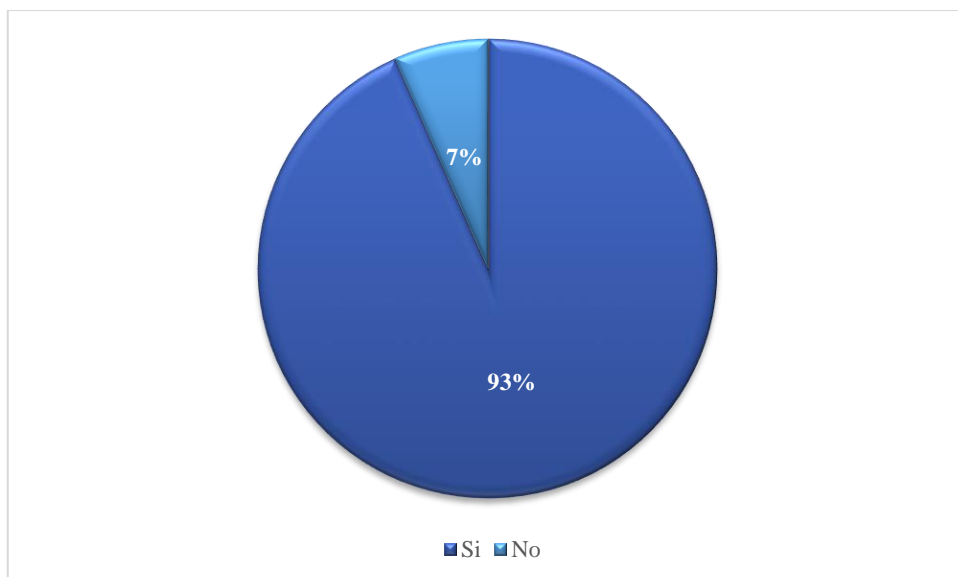


Figura 22 Disposición a comprar en Comisariato de Cooperativa

De las 272 personas encuestadas un 93% indicaron que si realizarían compras en el comisariato de realizarse el proyecto. Esto asciende a 254 personas, el resto indicó que no estaba interesada en realizar sus compras en un comisariato de la cooperativa. Este dato es de suma importancia ya que es la base para extrapolar al total de la población y determinar cuántas personas realizarán en realidad compras en el comisariato.

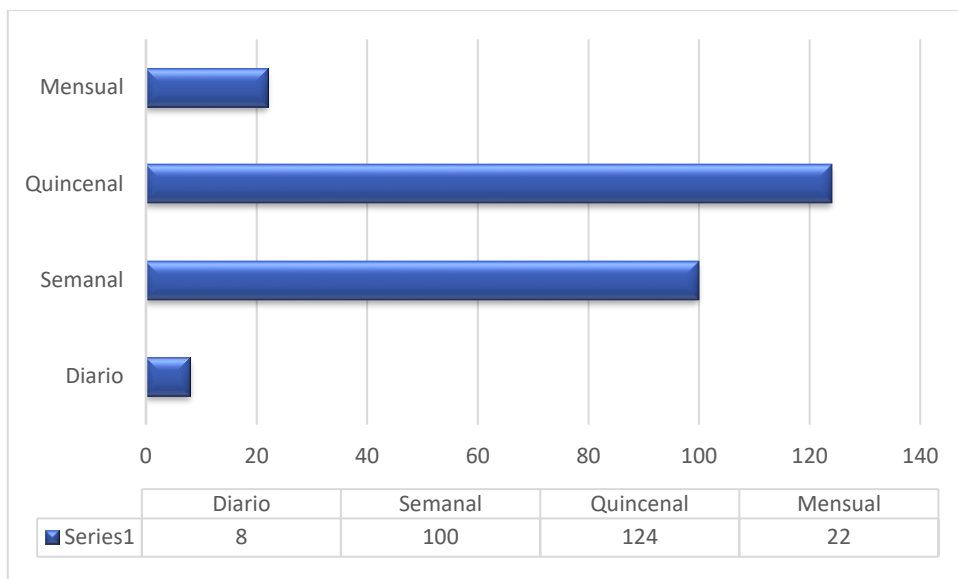


Figura 23 Frecuencia de compra

De los 254 encuestados que accederían a comprar en un Comisariato de la Cooperativa, la frecuencia de compra se detalla en la gráfica anterior. 22 personas realizarían compras una vez al mes, 124 realizarían compras de forma quincenal, 100 personas comprarían de forma semanal y 8 personas realizarían compras 5 días de la semana. Este es otro aspecto importante para determinar la demanda. Sumado a esto se debe considerar el tipo de producto que comprarían para determinar la demanda del proyecto.

La siguiente tabla muestra la demanda calculada con base en las encuestas aplicadas. Una vez extrapolado el resultado al total de la población y considerando únicamente las personas que accedieron a realizar compras en el comisariato. Véase en la siguiente página:

Tabla 6 Demanda del proyecto

Tipo de producto	Demanda mensual
Secos	8,364
Carnes	4,395
Grasas y aceites	2,569
Embutidos y enlatados	2,668
Hortalizas	3,875
Frutas	4,224
Bebidas alcohólicas	1,526
Bebidas no alcohólicas	2,391
Limpieza	3,462
Aseo personal	3,306
Total	36,780 unidades

Como se puede observar en la tabla anterior, se refleja la cantidad de unidades a ser demandadas por tipo de producto. Los productos con mayor demanda son los productos secos como el arroz, los frijoles y las harinas, así como los productos cárnicos, ya que son parte fundamental de la dieta del ser humano. El producto con menor demanda es la bebida alcohólica, ya que no es un producto considerado de primera necesidad en este país. En condiciones bastante similares se demandarán productos como las frutas y las hortalizas, seguido de los productos de limpieza y aseo personal.

4.1.2 SERVICIO

Con respecto al servicio se espera conocer las preferencias en cuanto a lugares de compra de los afiliados a la Cooperativa. De esta forma lograr tener una idea de qué tipo de servicio esperarían de escoger el comisariato como opción de compra. Véase a continuación:

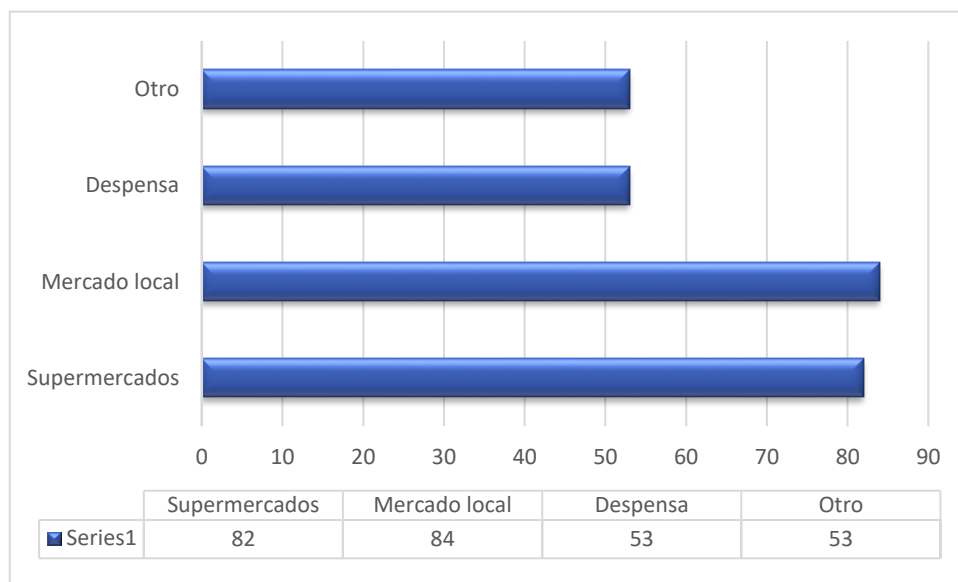


Figura 24 Lugares preferidos de compra de productos de canasta básica

De acuerdo a lo que muestra la gráfica anterior, las personas encuestadas, en su mayoría realizan sus compras en lugares como mercados y supermercados, por lo que denota que esperarían un servicio similar a la hora de comprar los productos de primera necesidad dentro del comisariato.

4.1.3 COMERCIALIZACIÓN

Con respecto a la comercialización del producto, se esperaba que los afiliados asistan directamente al comisariato para poder realizar sus compras, por lo que lo de vital importancia en este caso es la forma de pago de los productos de primera necesidad. Se plantearon dos opciones posibles, a lo que los encuestados respondieron:

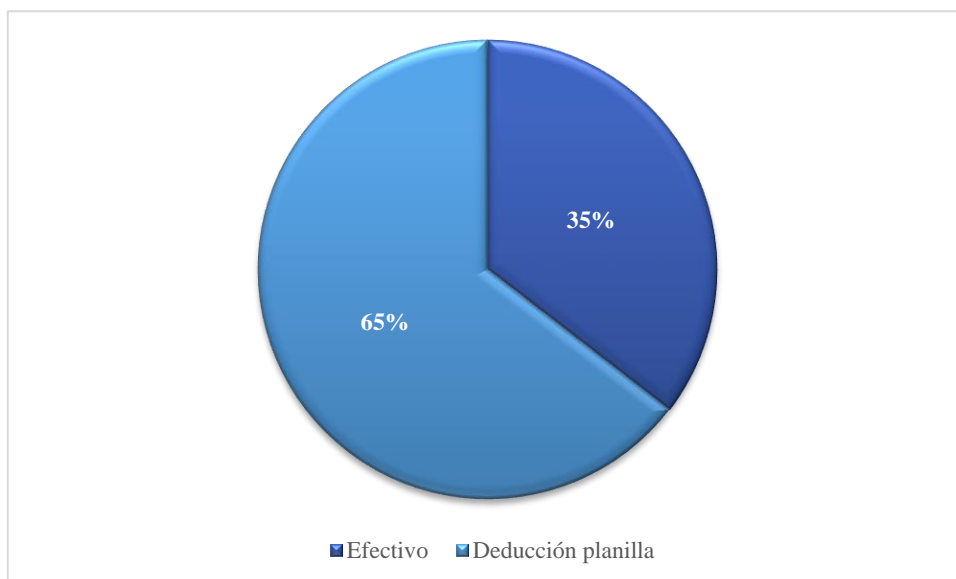


Figura 25 Método de pago preferido

De acuerdo a lo que muestra la figura anterior, el 65% de las personas realizarían sus compras por deducción de planilla, esto implica un crédito aproximado de 30 días, ya que se cobraría hasta el siguiente mes. El 35% indica que prefiere realizar sus compras en efectivo.

4.1.4 OFERTA Y PRECIO

En la tabla 5 se reflejaba la cantidad de producto a ser demandado de forma mensual. De esta demanda se espera hacer frente a un 69% de la misma, ya que las instalaciones, dimensiones y personal que trabajan dentro de la Cooperativa no posibilita que se pueda hacer frente a toda esa demanda. Con respecto al precio, la cooperativa ya cuenta con una red de proveedores que ofrecen los productos a precios bajos. Para efectos del proyecto y para dar un beneficio real a los consumidores se pretende únicamente percibir un porcentaje mínimo sobre el costo de los productos, en vista de que son de canasta básica, son de consumo masivo y al final lo que se espera obtener no es más que el beneficio para los afiliados.

Tabla 7 Demanda mensual expresada en lempiras

Tipo de producto	Demanda mensual	Oferta (69%)	Demanda insatisfecha
Secos	555,878	383,039	172,839
Carnes	296,886	204,575	92,311
Grasas y aceites	411,739	283,717	128,022
Embutidos y enlatados	185,561	127,865	57,697
Hortalizas	243,767	167,972	75,794
Frutas	122,792	84,612	38,180
Bebidas alcoholicas	157,975	108,856	49,119
Bebidas no alcoholicas	47,163	32,499	14,665
Limpieza	616,773	425,000	191,773
Aseo personal	339,985	234,274	105,712
Total	L. 2,978,518.91	L. 2,052,408.46	L. 926,110.45

La tabla siete muestra la demanda mensual expresada en valores monetarios bajo la moneda funcional en el país, la cual es el Lempira, y a precio de venta. Como se mencionó anteriormente,

se le hará frente a un 69% de la demanda, es decir que se atenderán las necesidades de, aproximadamente, 639 personas. Eso significa que mensualmente se percibirán ingresos de L2,052,408.

La estrategia planteada para poder beneficiar a los empleados y para otorgar precios competitivos y bajos, no se centra en obtener los productos a un precio bajo. La misma se enfoca en la ganancia de márgenes módicos que sirvan únicamente para que el comisariato pueda seguir su negocio en marcha y seguir beneficiando a sus empleados. Véase cuadro comparativo a precios similares al mercado y precios ofertados para identificar los posibles ahorros a obtener por los afiliados:

Tabla 8 Ahorro de afiliados

Tipo de producto	Margen propuesto	Ingresos mensuales	Margen de mercado	Ingresos a precios de mercado	Ahorro
Secos	3%	383,039	15%	428,036.49	44,998
Carnes	3%	204,575	8%	214,506.06	9,931
Grasas y aceites	6%	283,717	15%	307,806.06	24,089
Embutidos y latas	3%	127,865	10%	136,554.66	8,690
Hortalizas	4%	167,972	10%	177,663.02	9,691
Frutas	2%	84,612	15%	95,395.97	10,784
Bebidas alc.	7%	108,856	35%	137,341.79	28,486
Bebidas no alc.	6%	32,499	30%	39,857.20	7,358
Limpieza	7%	425,000	30%	516,354.65	91,355
Aseo personal	7%	234,274	25%	273,684.31	39,411
Total		L. 2,052,408		L. 2,327,200	L. 274,792
Personas a atender		639		639	639
Total por persona		L. 3,212		L. 3,642	L. 430
					12%

El ahorro a obtener de forma mensual es de, aproximadamente, L430 por persona considerando la capacidad instalada y las personas a las que se pretende atender, que son 639. Adicional a este ahorro, la mayoría de las personas percibirán beneficios ya que se les hará la deducción de forma quincenal, es decir, que recibirán 15 días de crédito.

4.2. ESTUDIO TÉCNICO

El análisis del estudio técnico responde preguntas como el tamaño óptimo del proyecto, su localización óptima del proyecto, su tamaño óptimo, los insumos y equipo necesarios para poder desarrollar el proyecto, así como la organización humana y jurídica del proyecto. Véase a continuación:

4.2.1 LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO

La localización óptima es en la Aldea Borbotón dentro de las instalaciones de Aquafinca. Esto debido a que está al alcance la mayoría de los trabajadores y ya que la empresa Aquafinca se comprometió a prestar el local sin costo alguno. Únicamente se deberán asumir costos de remodelación del lugar.

4.2.2 TAMAÑO ÓPTIMO DEL PROYECTO

El local en donde operará el comisariato es un edificio que está en completo desuso, ya que anteriormente operaba del taller mecánico, este tipo de servicios ahora en la empresa son

tercerizados debido a alto costo en que se incurría hacerlos internamente, además de implementar una política vehicular y no de asignación vehicular a sus empleados.

En el convenio la cooperativa se hará cargo de las remodelaciones necesarias para que el comisariato pueda instalarse, ya existe en el lugar instalaciones eléctricas, servicio de agua potable, sanitarios operables estas eran utilizadas por el taller mecánico que existió.

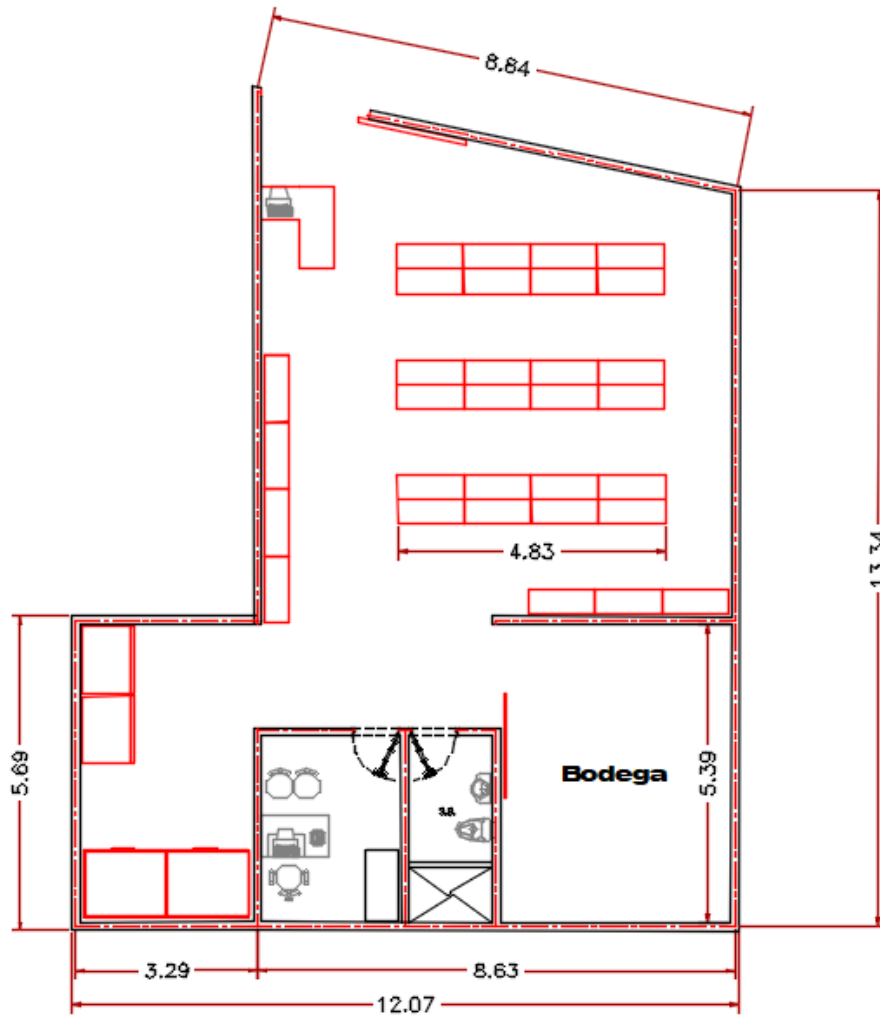


Figura 26 Planos de estructura

La figura 26 muestra las dimensiones que tendrá el comisariato dentro de las instalaciones de Aquafinca. En la misma se puede observar que se contará con una bodega, espacio para las cámaras frías, un baño, una caja registradora y espacio para colocar los estantes y los productos

dentro del comisariato. Adicionalmente, se contará con una pequeña oficina para el personal de contabilidad.

4.2.3 EQUIPO E INSUMOS

El equipo necesario para poder iniciar operaciones son góndolas para productos, congeladores para carnes, exhibidores, caja registradora, balanzas de pesaje, aire acondicionado, generador para energía eléctrica por si el suministro de energía para por parte de la Empresa Nacional de Energía Eléctrica.

La cooperativa cuenta, en la actualidad, con una gama de proveedores de productos similares a los de canasta básica que ofrecerá el comisariato. Administra, además, uno de los comedores que le brinda servicio a los empleados de la empresa del complejo Borbotón. Estos proveedores llevan el producto con una frecuencia de tres días entre una visita y otra los productos que previamente la administración ha solicitado.

El comisariato realizará los pedidos de la misma manera para evitar costo de logística. Entre los proveedores con los que se cuentan para la apertura del comisariato destacan: Cervecería Hondureña (Deposito Pineda) Corporación Dinant (distribuidores), abarrotería Claudia, Distribuidor de Pollo Rey, Carnicería Erick, lácteos Wilber.

Debido a que el comisariato funcionará dentro de las instalaciones de la empresa la cual cuenta con servicio de seguridad interna no será necesario incurrir en esos costos ya que el comisariato es próximo a una de las casetas con permanente permanencia de oficiales de seguridad.

4.2.4 ORGANIZACIÓN HUMANA

En vista de que el local va a ser pequeño y estará bajo el mando de la administración de la cooperativa, se considera contar únicamente con cinco personas, quedando el organigrama de la siguiente forma:

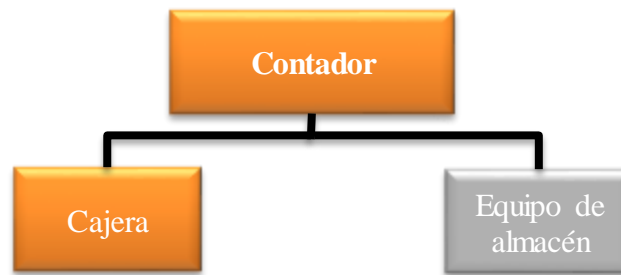


Figura 27 Organigrama Comisariato

Al ser el Comisariato una dependencia de la Cooperativa, se estima que se empleará recurso humano por lo que se cuenta únicamente con el contador con línea directa a la gerencia de la Cooperativa. Él será el encargado de administrar a la cajera y a la persona encargada de colocación y de almacén.

4.2.5 ORGANIZACIÓN JURÍDICA

De acuerdo a la legislación fiscal hondureña y a las disposiciones municipales se debe contar con ciertos permisos para poder operar sin problemas. Estos permisos se enuncian a continuación:

1. Permiso de operación municipal
2. Permisos sanitarios y ambientales
3. Inicio de operaciones del SAR (Servicio de Administración de Rentas) y documentación oficial

4.2.6 IMPACTO AMBIENTAL

Impacto ambiental del proyecto

Los temas relacionados con la protección ambiental han cobrado mayor importancia en las actividades de la humanidad, con el paso del tiempo la protección del ambiente es prioridad en todas las actividades que se realicen, el uso irracional de los recursos ha provocado que se exploten bosques, minas, lagos sin planes de acción para que los mismos sean sostenidos en el largo plazo y dejar herencia a las futuras generaciones. Los proyectos de inversión llevan consigo un impacto ambiental que debe tenerse en cuenta cuando se ejecuta, a continuación, se detalla el impacto que la apertura del comisariato tendrá en el sitio de operación.

1. Concepción de la inversión:

En esta etapa no hay ningún impacto.

2. Impacto en suelo:

No habrá ningún impacto de corte de árboles, cambio o impacto sobre la fauna y flora ya que se hará en un edificio que ya existe, no se hará ninguna excavación del suelo.

3. Ejecución de la obra:

Impacto indirecto leve: se construirá una pared y mejoras internas en el edificio ya existente, el impacto estará relacionado con los recursos utilizados como ser: agua, energía eléctrica, madera para completar la obra. Muy importante de hacer hincapié en el uso racional de los recursos durante la ejecución de la obra.

4. Abandono de la obra:

En esta etapa el impacto ambiental toma importancia al momento de la finalización de la obra el lugar debe quedar libre de residuos utilizados en la ejecución de la obra gris.

5. Operación y explotación del proyecto:

Durante la operación del proyecto el impacto ambiental estará centrado en el consumo de recursos agua, energía eléctrica, emisión de algunos gases a la atmosfera por el equipo que se emplee para la operación del proyecto. No habrá ningún impacto en el paisaje, vegetación, fauna.

4.3. ESTUDIO FINANCIERO

Finalmente, el estudio financiero nos dará, con base en los estudios anteriores y a la información numérica, el resultado sobre si se acepta o se rechaza el proyecto mediante la evaluación de los indicadores financieros, la Tasa Interna de Retorno y el Valor Presente Neto.

4.3.1 INVERSIÓN INICIAL

La inversión inicial para este proyecto suma la cantidad de L335,125.00 en vista de que ya se cuenta con un local y únicamente se tendría que realizar una mejora a la estructura para adaptarlo al Comisariato. Asimismo, se considera conseguir el equipo necesario para el correcto funcionamiento del mismo.

Tabla 9 Inversión en Mobiliario y Equipo

Mobiliario y equipo				
No	Nombre	Cantidad	Precio unit	Costo total
1	Góndolas	5	6,976.00	34,880.00
2	Caja registradora	1	8,500.00	8,500.00
3	balanza de pesar	1	1,100.00	1,100.00
4	Exhibidor de verdura	2	2,000.00	4,000.00
5	aire acondicionado	1	9,900.00	9,900.00
6	planta eléctrica	1	18,400.00	18,400.00
7	Cámaras refrigerantes	2	14,500.00	29,000.00
8	Freezer	2	5,490.00	10,980.00
Total Equipo				116,760.00

Como se puede observar en la tabla anterior, la inversión en equipo consiste en Góndolas para colocar el producto, la caja registradora, una balanza para pesar el alimento, un exhibidor de

verduras, el aire acondicionado para aclimatar el lugar, una planta eléctrica por si existe cortes de energía, dos cámaras refrigerantes para colocar producto frío y un congelador para productos cárnicos. De acuerdo a entrevistas con el gerente de granja, Miguel Madrid, indicó que el local se asignaría al comisariato de forma indefinida. Adicionalmente, no se tendrían que pagar costos de energía eléctrica ni agua potable, por estar dentro de las instalaciones de Aquafinca (Madrid, 2018).

Tabla 10 Inversión en obra gris

Obra gris				
No	Nombre	Cantidad	Precio unit	Costo total
9	Bloque de 4"	250	12.00	3,000.00
9	Cemento	18	189.00	3,402.00
9	Pulido	8	115.00	920.00
9	Ventana	1	4,000.00	4,000.00
9	Puerta	1	3,500.00	3,500.00
9	Varilla de 3/8 legitima	12	114.00	1,368.00
9	Varilla de ¼	6	40.00	240.00
9	Madera pies	60	14.00	840.00
9	Clavos de 3" (lbs)	2	20.00	40.00
9	Clavos de 2" (lbs)	2	20.00	40.00
9	Alambra de amarra Lbs	5	17.00	85.00
9	Cerámica mts2	118	185.00	21,830.00
9	Pegamix	60	90.00	5,400.00
9	Separadores	3		0.00
9	Sacos de junteador	2	130.00	260.00
9	Pintura en cubeta	1	2,000.00	2,000.00
9	Subtotal materiales			46,925.00
9	Mano de obra			
9	Cerámica			12,000.00
9	Pared			3,000.00
9	Columna, solera, encofrado			1,000.00
9	Repello y pulido			3,840.00
9	Tallado			600.00
9	Pintura			1,000.00
9	Subtotal mano de obra			21,440.00
Total Obra Gris				68,365.00

Actualmente el local a utilizar, no cuenta con las cuatro paredes, por lo que se realizó cotización con un experto en el área sobre la construcción de dicha pared. Como saldo total y sumando la mano de obra, el precio ascendería a L68,365. Esta inversión será para acondicionar el

local a lo que se espera y ofrecer los productos de forma higiénica y segura. Adicionalmente, se estima un monto de capital de trabajo para hacer frente a las compras de inventario durante las primeras tres semanas de operación de L1,470,000. Considerando todos estos factores se llega a una inversión inicial total de L1,655,120.00, el cual será financiado mediante dinero aportado por la Cooperativa como propietarios.

4.3.2 INGRESOS

Para realizar el cálculo de los ingresos se tomó como base la demanda calculada en el estudio de mercado y se utilizó el método de proporción para extrapolar los datos al total de la población.

Población: Afiliados a la Cooperativa con acceso al comisariato	993 afiliados
Muestra: se utilizó muestreo estadístico	272 afiliados
Porcentaje de aceptación de compra en le comisariato	93.38% de la muestra
Resultado al multiplicar el 93% por la población	927 afiliados comprarán en el comisariato
De las personas que dijeron que si, un 35.43% comprará mediante efectivo y un 64.57% utilizará el crédito mediante deducción de planilla. Estos porcentajes se deben multiplicar por la cantidad de personas que aceptan comprar en el comisariato.	35.43%=329 afiliados 64.57%=599 afiliados
La frecuencia de consumo en porcentaje de la muestra es de 3.15% diario, 39.37% semanal, 48.82% quincenal y 8.66% mensual.	3.15%=29 39.37%=365 48.82% =453 8.66%=80
Demanda mensual de productos secos Diario= 20 veces al mes Semanal= 4 veces al mes Quincenal= 2 veces al mes Mensual= 1 vez al mes	Demanda según frecuencia por la frecuencia de consumo Diario: 35 ítems x 20 veces=700 Semanal: 778 ítems x 4 veces= 3,112 Quincena: 2,017 ítems x 2 veces= 4,214 Mensual: 338 ítems x 1 vez= 338

<p>Demanda mensual de carnes Diario= 20 veces al mes Semanal= 4 veces al mes Quincenal= 2 veces al mes Mensual= 1 vez al mes</p>	<p>Demanda según frecuencia por la frecuencia de consumo Diario: 29 ítems x 20 veces=580 Semanal: 452 ítems x 4 veces= 1,808 Quincena: 927 ítems x 2 veces= 1,854 Mensual: 153 ítems x 1 vez= 153</p>
<p>Demanda mensual de grasas y aceites Diario= 20 veces al mes Semanal= 4 veces al mes Quincenal= 2 veces al mes Mensual= 1 vez al mes</p>	<p>Demanda según frecuencia por la frecuencia de consumo Diario: 20 ítems x 20 veces=400 Semanal: 285 ítems x 4 veces= 1,140 Quincena: 478 ítems x 2 veces= 956 Mensual: 73 ítems x 1 vez= 73</p>
<p>Demanda mensual de embutidos y enlatados Diario= 20 veces al mes Semanal= 4 veces al mes Quincenal= 2 veces al mes Mensual= 1 vez al mes</p>	<p>Demanda según frecuencia por la frecuencia de consumo Diario: 24 ítems x 20 veces=480 Semanal: 268 ítems x 4 veces= 1,072 Quincena: 508 ítems x 2 veces= 1,016 Mensual: 100 ítems x 1 vez= 100</p>
<p>Demanda mensual de hortalizas Diario= 20 veces al mes Semanal= 4 veces al mes Quincenal= 2 veces al mes Mensual= 1 vez al mes</p>	<p>Demanda según frecuencia por la frecuencia de consumo Diario: 32 ítems x 20 veces=640 Semanal: 421 ítems x 4 veces= 1,684 Quincena: 686 ítems x 2 veces= 1,372 Mensual: 179 ítems x 1 vez= 179</p>
<p>Demanda mensual de frutas Diario= 20 veces al mes Semanal= 4 veces al mes Quincenal= 2 veces al mes Mensual= 1 vez al mes</p>	<p>Demanda según frecuencia por la frecuencia de consumo Diario: 43 ítems x 20 veces=640 Semanal: 488 ítems x 4 veces= 1,952 Quincena: 631 ítems x 2 veces= 1,216 Mensual: 150 ítems x 1 vez= 150</p>
<p>Demanda mensual de bebidas alcohólicas Diario= 20 veces al mes Semanal= 4 veces al mes Quincenal= 2 veces al mes Mensual= 1 vez al mes</p>	<p>Demanda según frecuencia por la frecuencia de consumo Diario: 25 ítems x 20 veces=500 Semanal: 148 ítems x 4 veces= 592 Quincena: 179 ítems x 2 veces= 358 Mensual: 76 ítems x 1 vez= 76</p>

Demanda mensual de bebidas no alcohólicas Diario= 20 veces al mes Semanal= 4 veces al mes Quincenal= 2 veces al mes Mensual= 1 vez al mes	Demanda según frecuencia por la frecuencia de consumo Diario: 10 ítems x 20 veces=200 Semanal: 307 ítems x 4 veces= 1,228 Quincena: 447 ítems x 2 veces= 894 Mensual: 69 ítems x 1 vez= 69
Demanda mensual de productos de limpieza Diario= 20 veces al mes Semanal= 4 veces al mes Quincenal= 2 veces al mes Mensual= 1 vez al mes	Demanda según frecuencia por la frecuencia de consumo Diario: 30 ítems x 20 veces=600 Semanal: 397 ítems x 4 veces= 1,588 Quincena: 580 ítems x 2 veces= 1,160 Mensual: 114 ítems x 1 vez= 114
Demanda mensual de productos de aseo personal Diario= 20 veces al mes Semanal= 4 veces al mes Quincenal= 2 veces al mes Mensual= 1 vez al mes	Demanda según frecuencia por la frecuencia de consumo Diario: 19 ítems x 20 veces=380 Semanal: 428 ítems x 4 veces= 1,712 Quincena: 553 ítems x 2 veces= 1,106 Mensual: 108 ítems x 1 vez= 108

Se realizó el cálculo de tiempo efectivo estimando que se podrán vender 2.4 unidades o productos por minuto, considerando que no se contará con un sistema automatizado para lectura de productos. Con esta información se podrá calcular la demanda a ser atendida. Véase a continuación:

Tabla 11 Demanda insatisfecha mensual y oferta mensual según tiempo efectivo

Tipo de producto	Demanda mensual	Unidad de medida	Porcentaje	Según tiempo efectivo	Demanda insatisfecha
Secos	8,364	Libra y unidad	23%	5,763	2,601
Carnes	4,395	Libra	12%	3,028	1,367
Grasas y aceites	2,569	Unidad	7%	1,770	799
Embutidos y enlatados	2,668	Unidad	7%	1,838	830
Hortalizas	3,875	Unidad	11%	2,670	1,205
Frutas	4,224	Unidad	11%	2,911	1,313
Bebidas alcohólicas	1,526	Unidad	4%	1,052	474
Bebidas no alcohólicas	2,391	Unidad	7%	1,648	743
Limpieza	3,462	Unidad	9%	2,386	1,076
Aseo personal	3,306	Unidad	9%	2,278	1,028
Total	36,780		100%	25,344	11,436

La tabla ocho muestra la demanda mensual, la cual se observa también en la tabla cinco. En este caso, no se podrá satisfacer al 100% dicha demanda en vista de que se dispone únicamente con una caja registradora. Una vez calculado el tiempo efectivo que es de 2.4 items por minuto se extrapola y se lleva hasta una medida mensual, multiplicándose esos 2.4 items por 60 minutos que tiene una hora, por ocho horas al día por 22 días al mes trabajados, dando como resultado 25,344 items a facturar al mes. Se calculó el porcentaje de demanda que representa cada categoría de producto y ese porcentaje se multiplicó por los 25,344 de la demanda posible a atender dando el resultado de la columna “según tiempo efectivo”. La diferencia entre ese cálculo y la demanda total del proyecto es la demanda potencial insatisfecha.

Para poder llevar esta demanda en unidades a montos monetarios se tomó como base los precios que recibe la cafetería que administra la Cooperativa de esos mismos productos. Asimismo, se realizaron proyecciones del IPC (Índice de Precios al Consumidor), tomando como base la

información del Banco Central de Honduras. La proyección se realizó mediante el método de líneas de tendencia, utilizando la regresión lineal como base.

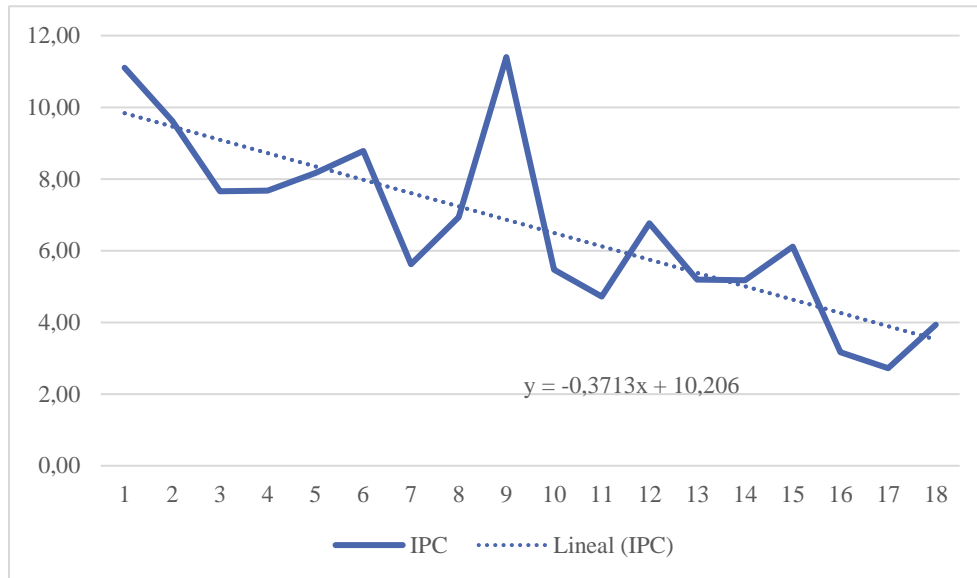


Figura 28 Índice de Precios al Consumidor del 2000 al 2017

Fuente: (Banco Central de Honduras, 2018)

En la gráfica anterior se muestra el cambio del cual ha sido sujeto el Índice de Precios al Consumidor en Honduras desde que tiene vigencia con su base en el año 2000. Se puede ver mediante la línea de tendencias que el índice ha ido a la baja, teniendo su pico en el año 2008 y bajando drásticamente en el 2009 por motivos de la situación política en el país. Finalmente se muestra la ecuación de tendencias efectuada con una regresión lineal. Esta ecuación sirve para calcular o proyectar los siguientes años. El eje Y corresponde al porcentaje de incremento en el IPC, mientras que el X corresponde al tiempo en años.

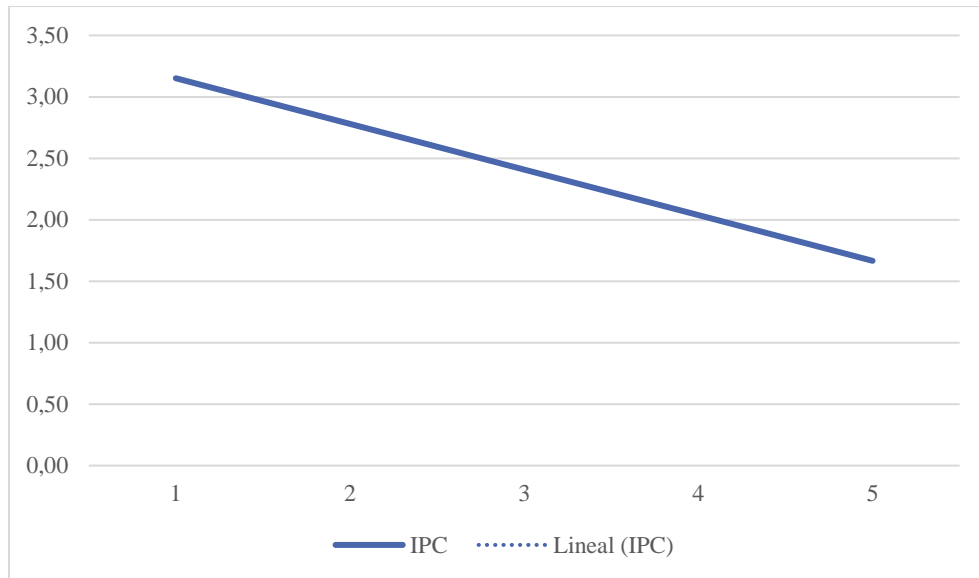


Figura 29 Proyecciones Índice de Precios al Consumidor Honduras

Según la ecuación de proyección los datos de la tendencia serían para 2018 un 3.15% mayor que el año anterior, para 2019 un 2.78%, para el 2020 un 2.41%, para 2021 un 2.04% y para 2022 un 1.67%. Estas proyecciones son la base para el incremento en el costo de los productos que venderá o que ofrecerá el comisariato. El eje Y corresponde al porcentaje de incremento en el IPC, mientras que el X corresponde al tiempo en años.

A continuación se mostraran los precios para cada una de las categorías de productos ofrecidos dentro del comisariato:

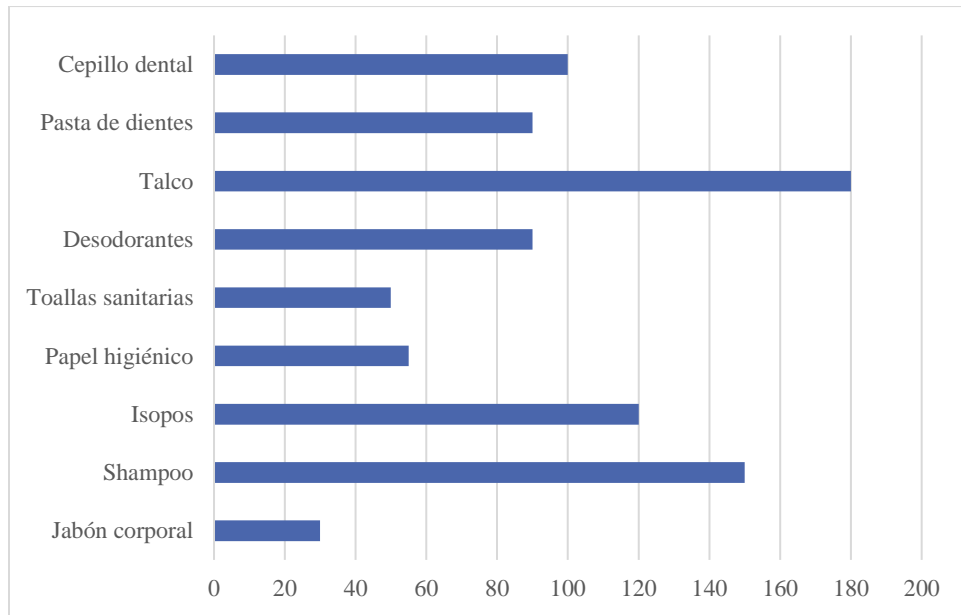


Figura 30 Costo de productos de aseo personal

El costo de los productos de aseo personal oscilan entre L30 para el jabón y L180 para el talco. La mayor parte de dichos productos están entre L50 y L100. A esta categoría se le pretende ganar un margen del 7% sobre el costo de dichos productos. Los productos de aseo en general se consumen en menor cantidad en las zonas rurales, por lo que se espera ganar un margen alto, siempre tomando en consideración a los asociados.

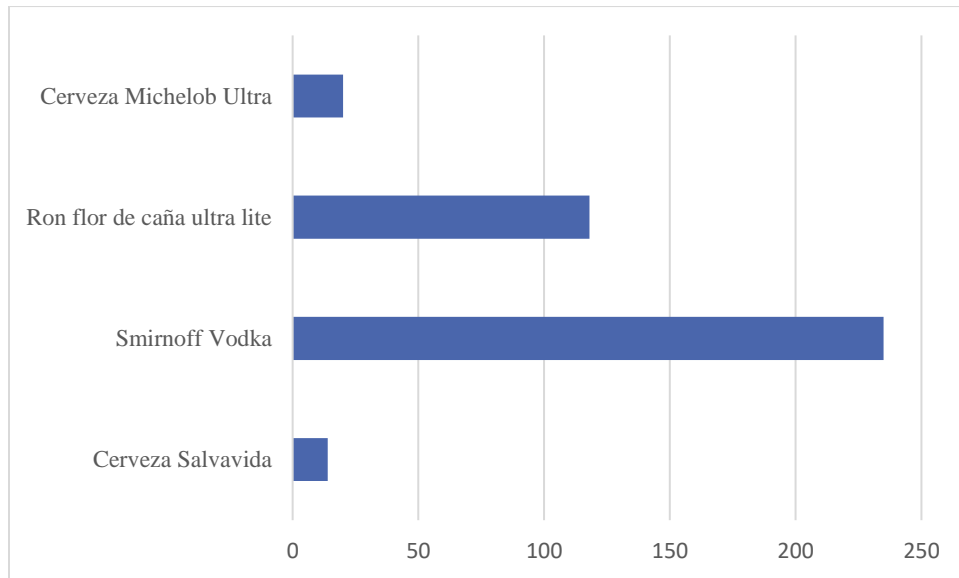


Figura 31 Costo de bebidas alcohólicas

Las bebidas alcohólicas, son altamente consumidas por las personas en las zonas rurales del país, sin embargo, al estar el comisariato dentro de las instalaciones de Aquafinca, las mismas no se podrán consumir adentro. La cerveza, por una estrategia de Cervecería Hondureña, tienen un costo bastante bajo, el ron y el vodka tienen precios arriba de L100. Adicionalmente, en el país, estas bebidas no son de primera necesidad o esenciales para la vida. A esta categoría se estima incrementarles un 7%.

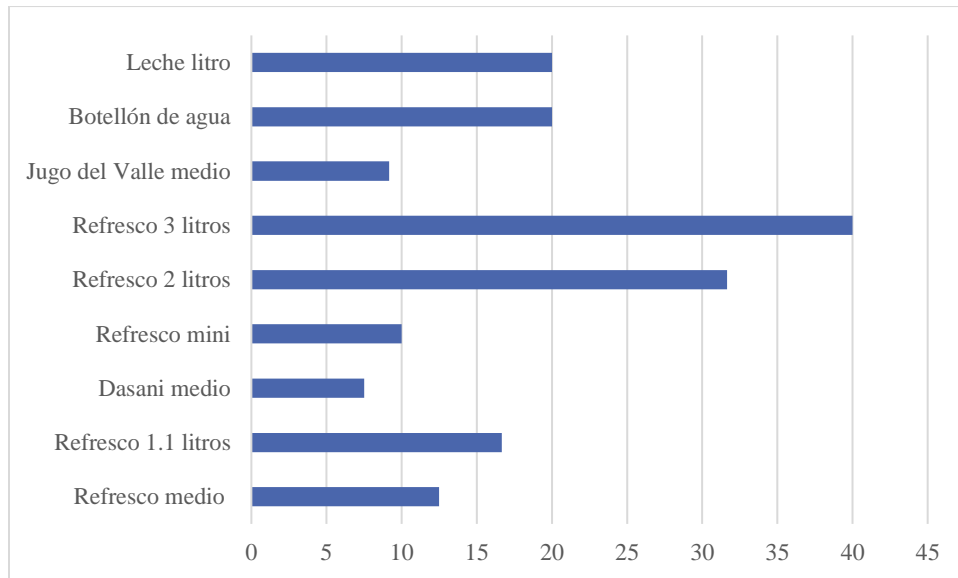


Figura 32 Costo de bebidas no alcohólicas

Las bebidas no alcohólicas tienen un costo relativamente bajo, y el mismo oscila entre los L5 y L20. Para los refrescos que se destinan para grupos de personas, los costos van desde L30 a L40. De igual forma, todos estos costos son asequibles para los asociados y a esta categoría se le ganará un margen de 6%.

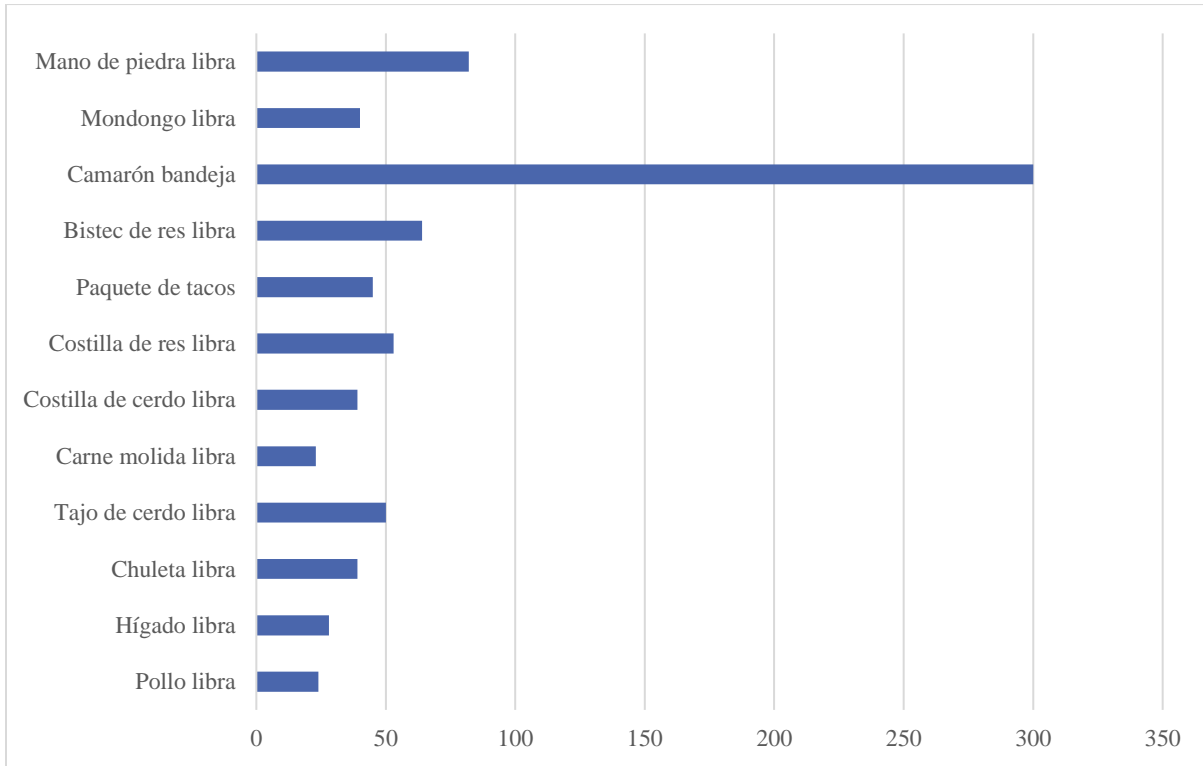


Figura 33 Costo de carnes

Las carnes son consumidas por todas o la mayoría de las familias de los afiliados que laboran en Aquafinca. Es por esto, que su costo debe ser bastante bajo, ya que la ganancia está en el volumen de ventas más que en el margen. La mayor parte de los productos que se venderán en el Comisariato tendrán un costo menor a los L50 la libra, exceptuando la bandeja de camarones, que se venderá de esta forma. Para estos productos se espera ganar un 3% sobre el costo.

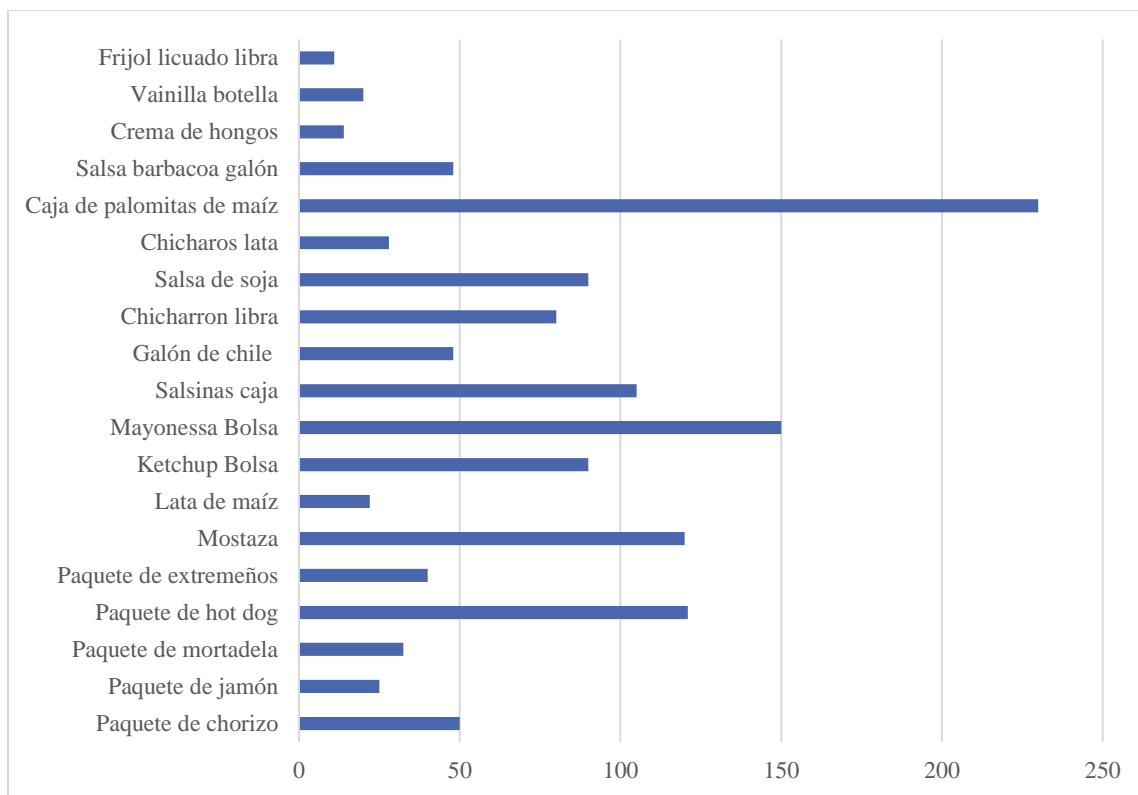


Figura 34 Costo de embutidos y enlatados

Los embutidos y enlatados, son productos ya procesados y listos para su cocción o ser servidos directamente. La mayoría de estos productos son altamente consumidos por el público en general. A estos productos se le asigna un margen de un 3% en vista de que la ganancia está más enfocada en el volumen de ventas que en el margen.

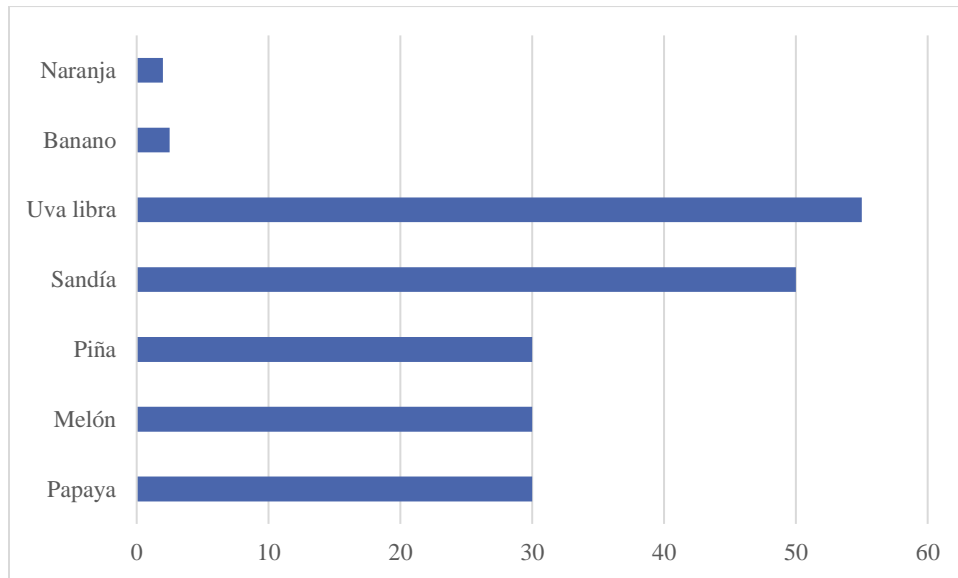


Figura 35 Costo de frutas

Con respecto a las frutas que se manejarán en el comisariato, se limitará a uvas, sandías, naranjas, banano, piñas, melón y papaya. Estos productos son altamente consumidos y son bastante perecederos por lo que para que el mismo rote se le asignará un margen del 2% sobre el costo.

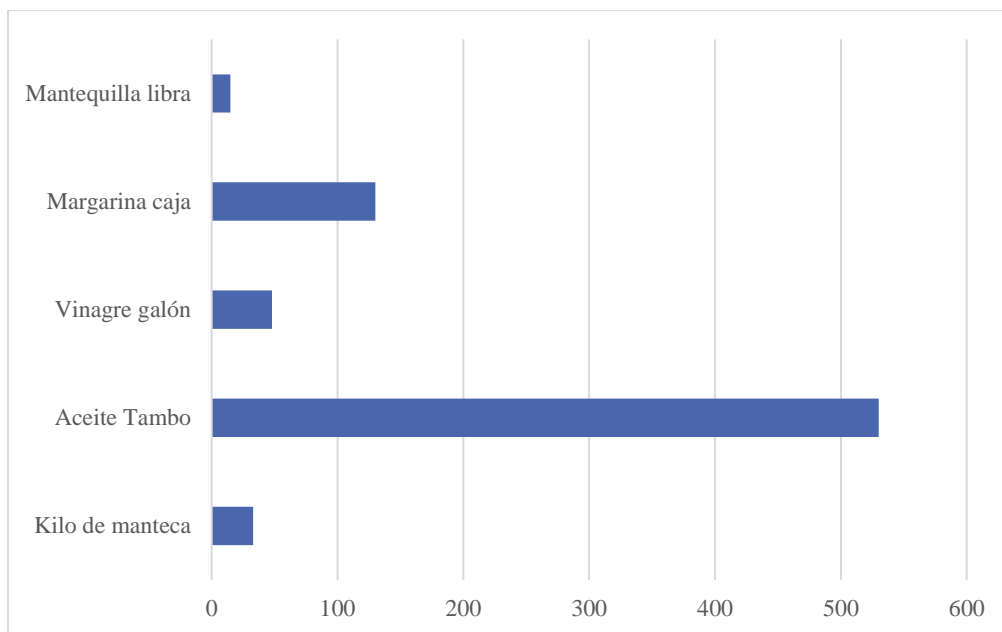


Figura 36 Costo de grasas y aceites

Este tipo de productos se utilizan para la cocción de alimentos, sin embargo son reutilizables y su demanda es menor a la demanda de los productos como la carne o los embutidos. Para esta categoría se asigna un margen de 6%, esperando, de esta forma, se obtenga buena utilidad aunque la demanda de estos productos no sea tan alta como otros.

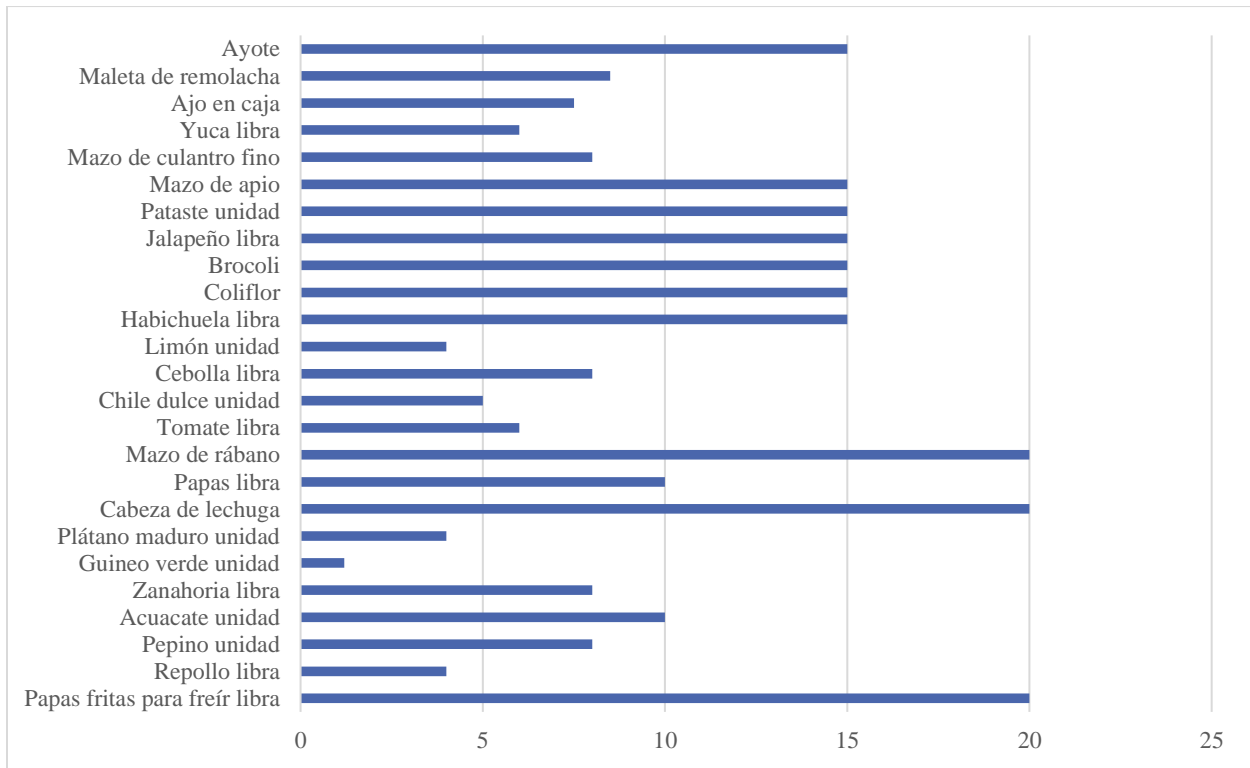


Figura 37 Costo de hortalizas

Las hortalizas y verduras a vender en el Comisariato están listadas en la figura anterior. Se venderá, adicionalmente, papas fritas listas para freír a un precio de L20 la libra. Este tipo de productos es bastante consumido, principalmente el plátano que es acompañante de los desayunos y cenas de los hondureños. A esta categoría de productos se le asigna un 4% de margen de utilidad.

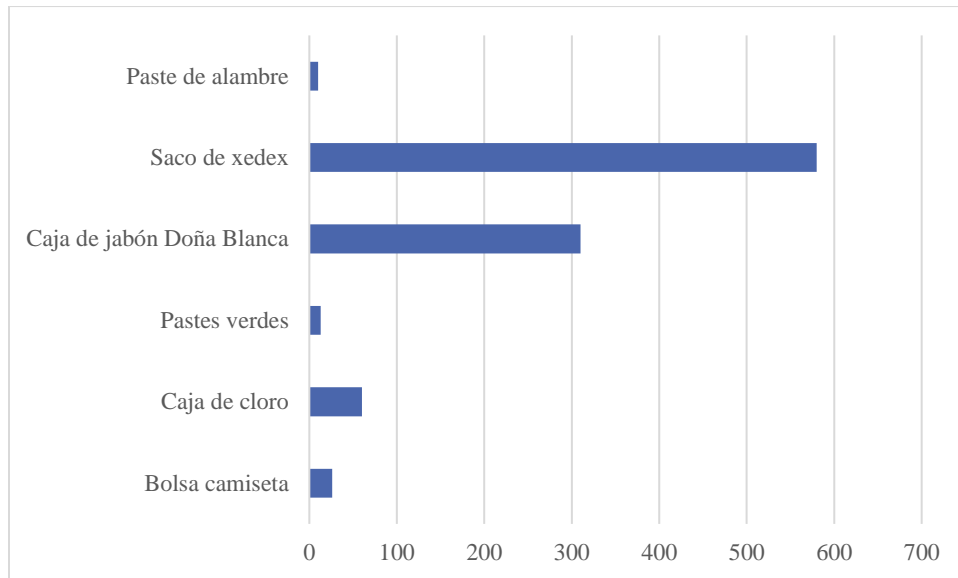


Figura 38 Costo productos de limpieza

Los productos de limpieza son utilizados en todas las casas y son útiles para realizar tareas de aseo del hogar. Este tipo de productos, al no ser consumible, tiende a tener una rotación más lenta por lo que se le asigna un margen del 7% sobre su costo para poder recibir las utilidades necesarias. En muchos casos, a este tipo de productos se les asignan márgenes de utilidad bastante altos.

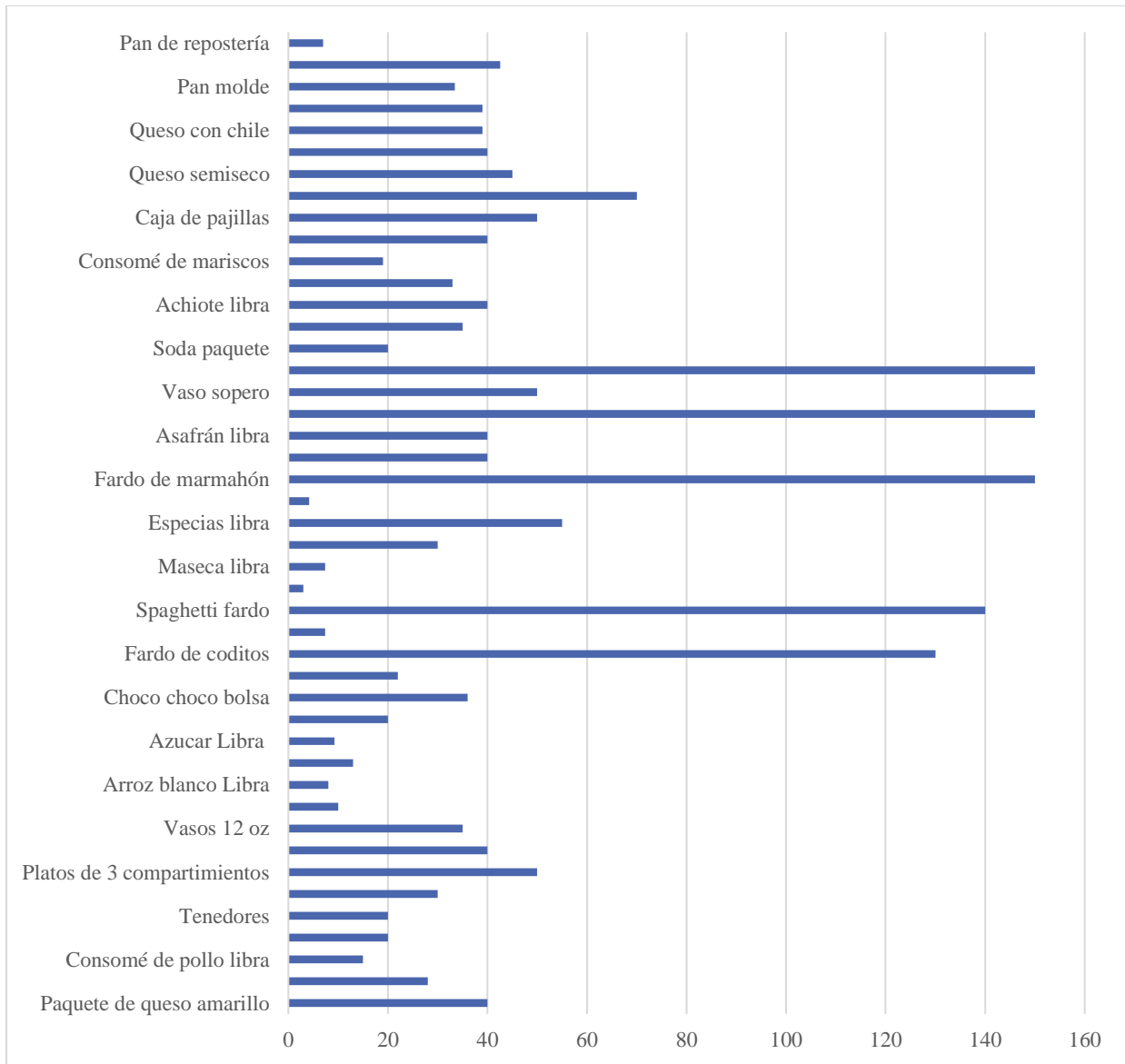


Figura 39 Costo de productos secos

Los productos secos son altamente consumibles y se utilizan en su mayoría para acompañar a las carnes. Otra parte de los productos secos son los plásticos que se utilizan para servir la comida y las golosinas que se podrán encontrar en el Comisariato. A estos productos se les calcula un margen de ganancia del 3%.

Una vez determinados los costos de cada una de las categorías de productos a vender se multiplica el costo promedio de compra unitario por la demanda para esa categoría de producto para conocer el costo. Posteriormente, al costo promedio unitario se le incrementa el margen de utilidad que se desea ganar para conocer el precio de venta y este mismo se multiplica por la demanda mensual a satisfacer:

Tabla 12 Ingreso mensual 2018

2018							
Tipo de producto	Unidad de medida	Demanda mensual a satisfacer	Costo promedio	Costo mensual	Porcentaje de margen	Precio promedio de venta	Ingresos mensuales
Secos	Libra y unidad	5,763	65	371,882	3%	66	383,039
Carnes	Libra	3,028	66	198,617	3%	68	204,575
Grasas y aceites	Unidad	1,770	151	267,657	6%	160	283,717
Embutidos y enlatados	Unidad	1,838	68	124,141	3%	70	127,865
Hortalizas	Unidad	2,670	60	161,512	4%	63	167,972
Frutas	Unidad	2,911	29	82,953	2%	29	84,612
Bebidas alcohólicas	Unidad	1,052	97	101,735	7%	104	108,856
Bebidas no alcohólicas	Unidad	1,648	19	30,659	6%	20	32,499
Limpieza	Unidad	2,386	167	397,196	7%	178	425,000
Aseo personal	Unidad	2,278	96	218,947	7%	103	234,274
Total		25,344		L1,955,299			L2,052,408

Una vez determinados estos factores y aumentado el margen de utilidad al costo de los productos se procede a calcular los ingresos para cada año. Se incluye además el efecto de la inflación dentro del costo el cual se utiliza para calcular el margen de utilidad para los productos. Véase los ingresos a continuación:

Tabla 13 Ingresos anuales

Ingresos	
2018	L18,471,676
2019	L25,405,032
2020	L26,111,292
2021	L26,740,235
2022	L27,285,040

En la tabla anterior se muestran los ingresos anuales calculados para el proyecto, tomando en cuenta que inicia en abril de 2018 y finaliza en diciembre de 2022, haciendo el corte para efectos de analizar la rentabilidad del proyecto. El cálculo fue realizado tomando como base los ingresos mensuales calculados en la tabla anterior, por la cantidad de meses para cada año y a esto se le incrementa la inflación calculada.

4.3.3 COSTOS

Los costos se dividen en costos fijos y costos variables. Los costos fijos son los costos que se deben pagar aunque no se realice la venta, mientras que los costos variables están directamente relacionados con la venta del producto, es decir, corresponden al costo de adquisición del inventario. Se utilizará el método de primeras entradas y primeras salidas para el cálculo del inventario y del costo de ventas.

Tabla 14 Costos variables

Costos variables	
2018	L17,597,693
2019	L24,172,191
2020	L24,827,947
2021	L25,429,810
2022	L25,951,652

La tabla anterior muestra los costos variables, que resultan ser el mismo costo de ventas de acuerdo a los precios de compra de los productos, la inflación determinada por la proyección en el Índice de Precios al Consumidor y la demanda determinada mediante el estudio de mercado. Del primer al segundo año se observa un incremento significativo en vista de que no se incluyen los meses de enero, febrero y marzo para el 2018.

Tabla 15 Salarios

Salarios	
2018	L263,808
2019	L362,829
2020	L372,916
2021	L381,898
2022	L389,679

La tabla 11 muestra los salarios de los tres empleados más las cargas patronales a efectuarse durante cada mes. Los mismos se incrementaron bajo la inflación proyectada. Estos cargos se mantendrán por el transcurso del proyecto. El salario de cada uno ascenderá a L9,400 y el contador será asumido por la Cooperativa.

Al venderse en un comisariato producto perecedero, es muy probable que exista merma en el mismo, por lo que se establece una política de que toda la merma se lleve al gasto. Para efectos de la evaluación financiera se calcula como merma el 1% de todo el producto vendido durante cada mes, es decir, del costo de ventas. El método de valuación de inventario es el PEPS, primeras entradas-primeras salidas y el saldo inicial se determina mediante la demanda del primer mes expresada en unidades monetarias y dividido entre dos. Esto porque durante la primera quincena se recibirá muy poca porción de efectivo y la mayor parte se facturará con deducción por planilla, es decir, un crédito de 15 días. Los saldos de los inventarios y las mermas se muestran a continuación:

Tabla 16 Manejo de inventarios

Descripción	2018	2019	2020	2021	2022
Inventario inicial	-	977,650	988,597	1,016,243	1,040,682
+Compras	18,751,320	24,424,860	25,103,871	25,708,548	26,232,334
-Mermas	175,977	241,722	248,279	254,298	259,517
Inventario final	977,650	988,597	1,016,243	1,040,682	1,061,848
Costo de ventas	L17,597,693	L24,172,191	L24,827,947	L25,429,810	L25,951,652

En la tabla anterior se muestra el inventario inicial, las compras, las mermas, el inventario final y el costo de venta durante todos los años del proyecto. El primer año es menor significativamente porque no se incluyen los primeros tres meses.

4.3.4 IMPUESTO SOBRE LA RENTA

El impuesto sobre la renta aplicable está determinado por la legislación fiscal hondureña que para las empresas estipula será del 25% sobre el total de renta neta gravable. Estas disposiciones

se pueden encontrar en el artículo 22 de la Ley del Impuesto sobre la Renta de Honduras, en su capítulo VI. Véase tabla de los cálculos a continuación:

Tabla 17 Impuesto sobre la renta

Impuesto Sobre la Renta		
Año	Base imponible	Impuesto
2018	L411,556	L102,889
2019	L598,102	L149,526
2020	L631,962	L157,990
2021	L644,040	L161,010
2022	L654,004	L163,501

La tabla anterior muestra el comportamiento del impuesto, el cual está directamente relacionado con las utilidades de la empresa. El cálculo del impuesto se determina multiplicando las utilidades antes de impuestos por la tasa aplicable que es del 25%.

4.3.5 DEPRECIACIONES

Las depreciaciones aplican para los activos fijos de la empresa y están sujetas de acuerdo a la legislación fiscal del país. Asimismo, estas depreciaciones son deducibles del impuesto sobre la renta. Sin embargo, son un gasto no monetario, por lo que al momento de realizar el flujo de efectivo operativo, las mismas se deben sumar. Las mismas corresponden al deterioro normal de los activos y su estimación puede llegar a cambiar con base en avalúos o reconocimientos posteriores efectuados por la administración o por expertos. A continuación se muestra las estructuras de activos fijos a depreciar:

Tabla 18 Depreciaciones

Descripción	Monto	Años a depreciar	Depreciación anual
Góndolas y balanza	L35,980	5	L7,196
Caja registradora	8,500	5	1,700
Exhibidor de verdura	4,000	5	800
Aire acondicionado	9,900	5	1,980
Planta eléctrica	18,400	5	3,680
Cámaras refrigerantes	29,000	5	5,800
Freezer	10,980	5	2,196
Mejoras a estructura	68,365	10	6,837
Total	L185,125		L30,189

4.3.6 UTILIDADES

El cálculo de las utilidades depende directamente de todos los factores mencionados anteriormente. Adicionalmente, las utilidades son la base para el cálculo del flujo de efectivo operativo y determinar si el proyecto se considera rentable. Las utilidades se muestran en el estado de resultados de la entidad.

Tabla 19 Estado de resultados

Descripción	2018	2019	2020	2021	2022
Ingresos	L18,471,676	L25,405,032	L26,111,292	L26,740,235	L27,285,040
Costo de ventas	17,597,693	24,172,191	24,827,947	25,429,810	25,951,652
Margen bruto	873,983	1,232,841	1,283,345	1,310,424	1,333,388
Mermas	175,977	241,722	248,279	254,298	259,517
Depreciación	22,641	30,189	30,189	30,189	30,189
Utilidad operativa	675,364	960,931	1,004,877	1,025,938	1,043,683
Salarios	248,949	342,392	351,911	360,387	367,730
IHSS	14,859	20,437	21,005	21,511	21,949
Gastos administrativos	263,808	362,829	372,916	381,898	389,679
UAII	411,556	598,102	631,962	644,040	654,004
ISR	102,889	149,526	157,990	161,010	163,501
Utilidad neta	L308,667	L448,577	L473,971	L483,030	L490,503

El estado de resultados muestra las utilidades generadas durante todo el proyecto y considerando todos los factores antes mencionados. Se considera el costo de ventas, las mermas y depreciaciones, explicadas anteriormente. Así como los efectos de la inflación en el proyecto a lo largo de los años.

Tabla 20 Balance general

Descripción	2018	2019	2020	2021	2022
Activos					
Efectivo	L293,271	L820,107	L1,287,826	L1,764,253	L2,252,955
Cuentas por cobrar	662,589	651,131	669,232	685,352	699,315
Inventario	977,650	988,597	1,016,243	1,040,682	1,061,848
Total activos corrientes	1,933,510	2,459,835	2,973,300	3,490,287	4,014,118
Activos fijos	162,484	132,295	102,107	71,918	41,730
Total activos no corrientes	162,484	132,295	102,107	71,918	41,730
Total activos	2,095,993	2,592,130	3,075,407	3,562,205	4,055,848
Pasivos					
Pasivos corrientes	132,201	179,761	189,067	192,835	195,974
Pasivos no corrientes	-	-	-	-	-
Total pasivos	132,201	179,761	189,067	192,835	195,974
Patrimonio					
Capital	1,655,125	1,963,792	2,412,369	2,886,340	3,369,370
Utilidad del periodo	308,667	448,577	473,971	483,030	490,503
Total patrimonio	1,963,792	2,412,369	2,886,340	3,369,370	3,859,873
Total pasivo y capital	L2,095,993	L2,592,130	L3,075,407	L3,562,205	L4,055,848

La tabla anterior muestra el balance general del proyecto para todos los años. Se puede resaltar que en el pasivo únicamente se reflejan los salarios pendientes de pago, así como el impuesto sobre la renta generado al final del año, esto en vista de que el proyecto será financiado

con fondos de la Cooperativa, sin intereses y sin deuda. Las cuentas por cobrar corresponden a las ventas de la segunda quincena de diciembre de cada año que no se cobró en efectivo y que se realizó mediante deducción de planilla.

Tabla 21 Flujo de efectivo

Flujo de efectivo	2018	2019	2020	2021	2022
Actividades de operación					
Utilidad neta	L308,667	L448,577	L473,971	L483,030	L490,503
Depreciación	22,641	30,189	30,189	30,189	30,189
Cuentas por cobrar	-662,589	11,458	-18,101	-16,120	-13,963
Inventario	-977,650	-10,948	-27,645	-24,440	-21,166
Cuentas por pagar	132,201	47,560	9,306	3,768	3,139
Flujo de efectivo para actividades de operación	-1,176,729	526,836	467,719	476,427	488,702
Actividades de inversión					
Cambio en activo fijo	-185,125	-	-	-	-
Flujo de efectivo para actividades de inversión	-185,125	-	-	-	-
Actividades de financiamiento					
Cambio en préstamos	-	-	-	-	-
Inversión inicial	1,655,125	-	-	-	-
Flujo de efectivo para actividades de financiamiento	1,655,125	-	-	-	-
Efectivo al inicio del periodo	-	293,271	820,107	1,287,826	1,764,253
Efectivo al final del periodo	293,271	820,107	1,287,826	1,764,253	2,252,955
Efectivo según Balance General	293,271	820,107	1,287,826	1,764,253	2,252,955
Diferencia	-	-	-	-	-

El flujo de efectivo muestra los desembolsos del proyecto realizados a lo largo del proyecto y para las actividades de operación, financiamiento e inversión. En el primer periodo hay actividades de operación, inversión y financiamiento en vista de que se compran los activos fijos y se recibe el dinero con el que se financia el proyecto.

Tabla 22 Flujo de efectivo operativo y evaluación financiera

Concepto	Inversión inicial	2018	2019	2020	2021	2022
Ingresos		L18,471,676	L25,405,032	L26,111,292	L26,740,235	L27,285,040
Costo de ventas		17,597,693	24,172,191	24,827,947	25,429,810	25,951,652
Margen bruto		873,983	1,232,841	1,283,345	1,310,424	1,333,388
Mermas		175,977	241,722	248,279	254,298	259,517
Depreciación		22,641	30,189	30,189	30,189	30,189
Utilidad operativa		675,364	960,931	1,004,877	1,025,938	1,043,683
Salarios		248,949	342,392	351,911	360,387	367,730
IHSS		14,859	20,437	21,005	21,511	21,949
Gastos admon.		263,808	362,829	372,916	381,898	389,679
UAI		411,556	598,102	631,962	644,040	654,004
ISR		102,889	149,526	157,990	161,010	163,501
Utilidad neta		308,667	448,577	473,971	483,030	490,503
Depreciación		102,889	149,526	157,990	161,010	163,501
Liq. de proyecto	-185,125	-	-	-	-	41,730
Capital de trabajo	-1,470,000	-	-	-	-	1,470,000
FEO	-1,655,125	411,556	598,102	631,962	644,040	2,165,734
Valor presente		L354,790	L444,487	L404,871	L355,697	L1,031,134

Tasa de descuento	16%
TIR	33%
VPN	L935,854.96

La tabla anterior muestra el flujo de efectivo operativo del proyecto. A la utilidad neta se le suma la depreciación de cada periodo por ser un gasto no monetario y al momento de hacer el corte se hace la recuperación de la inversión en capital de trabajo, así como la liquidación de los activos fijos, es decir, como si se realizara una venta de los activos al valor en libros al corte efectuado en la evaluación. La tasa de descuento utilizada fue del 16% que corresponde a la tasa más alta utilizada por la Cooperativa para préstamos personales, significando esto que dicha tasa corresponde al costo de oportunidad. Esto significa que en vez de invertir el 16% en préstamos

personales se invierte en el comisariato y por tal razón el rendimiento mínimo aceptado es de un 16%.

Luego de efectuar las evaluaciones financieras, el resultado fue una Tasa Interna de Retorno del 33% y un valor presente neto de L935,854.96. Al utilizar la Tasa Interna de Retorno para la evaluación se debe comparar con la tasa de descuento o el costo de capital utilizado para este proyecto. Se evidencia que la TIR es mayor que la tasa de descuento del proyecto por lo que se considera aceptado el proyecto. El valor presente neto se calcula al restarse la suma los flujos descontados y traídos a valor presente a la inversión inicial del proyecto. Al obtener un resultado mayor que cero el proyecto se considera rentable. Finalmente de acuerdo a este análisis y con los flujos descontados se obtiene un periodo de recuperación descontado de cinco años, un mes y tres días.

4.3.7 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Luego de efectuar los análisis correspondientes al proyecto, se procede a realizar análisis de sensibilidad del mismo y verificar si, de existir cambios en las condiciones actuales, el proyecto aún sería factible. El primer escenario que se plantea es un flujo de efectivo operativo en el que exista un incremento del 2% en el costo de ventas y el mismo no sea transferido al precio de ventas. En el segundo escenario se plantea el pago de cargos como alquiler, electricidad y agua dentro del local durante todo el tiempo del proyecto y el último escenario plantea utilizar la inversión inicial financiada por la Cooperativa a un 100% a la tasa del 16%. Estos análisis se realizan para determinar los factores a los que el proyecto puede ser sensible y establecer medidas necesarias

para que dichos cambios se minimicen o, de no poderse, se mantengan presentes como un riesgo inherente.

Tabla 23 FEO con incremento en costo de ventas

FEO Incremento en costo de ventas						
Concepto		2018	2019	2020	2021	2022
Ingresos		L18,471,676	L25,405,032	L26,111,292	L26,740,235	L27,285,040
Costo de ventas		17,949,647	24,655,635	25,324,506	25,938,407	26,470,685
Margen bruto		522,029	749,398	786,787	801,828	814,355
Mermas		175,977	241,722	248,279	254,298	259,517
Depreciación		22,641	30,189	30,189	30,189	30,189
Utilidad operativa		323,411	477,487	508,319	517,342	524,650
Salarios		248,949	342,392	351,911	360,387	367,730
IHSS		14,859	20,437	21,005	21,511	21,949
Gastos admon.		263,808	362,829	372,916	381,898	389,679
UAII		59,602	114,658	135,403	135,444	134,971
ISR		-	-	-	-	33,743
Utilidad neta		59,602	114,658	135,403	135,444	101,228
Depreciación		-	-	-	-	33,743
Liq. Proyecto	-185,125	-	-	-	-	41,730
Capital de trabajo	-1,470,000					1,470,000
FEO	L-1,655,125	59,602	114,658	135,403	135,444	1,646,701
Valor presente		L51,381	L85,210	L86,747	L74,804	L784,016

Tasa de descuento	16%
TIR	5%
VPN	L-572,966.89

La tabla anterior muestra el resultado del flujo de efectivo operativo al aplicarse un incremento en los costos de un 2%. Al ser productos de canasta básica y al obtenerse un margen bastante módico un incremento en los costos afectaría significativamente el resultado del proyecto, esto si no existe un incremento proporcional en el precio de venta de acuerdo al margen establecido.

El resultado es una TIR menor a la tasa de descuento y un valor presente neto negativo, lo que significa que en estas condiciones el proyecto se rechaza.

Tabla 24 FEO con pago de alquiler y gastos fijos

FEO Pago de alquiler y gastos fijos						
Concepto		2018	2019	2020	2021	2022
Ingresos		L18,471,676	L25,405,032	L26,111,292	L26,740,235	L27,285,040
Costo de ventas		17,597,693	24,172,191	24,827,947	25,429,810	25,951,652
Margen bruto		873,983	1,232,841	1,283,345	1,310,424	1,333,388
Mermas		175,977	241,722	248,279	254,298	259,517
Depreciación		22,641	30,189	30,189	30,189	30,189
Utilidad operativa		675,364	960,931	1,004,877	1,025,938	1,043,683
Salarios		248,949	342,392	351,911	360,387	367,730
Agua		1,350	1,800	1,800	1,800	1,800
Electricidad		63,000	84,000	84,000	84,000	84,000
Alquiler		135,000	180,000	180,000	180,000	180,000
IHSS		14,859	20,437	21,005	21,511	21,949
Gastos administrativos		463,158	628,629	638,716	647,698	655,479
UAII		212,206	332,302	366,162	378,240	388,204
ISR		53,052	83,076	91,540	94,560	97,051
Utilidad neta		L159,155	L249,227	L274,621	L283,680	L291,153
Depreciación		53,052	83,076	91,540	94,560	97,051
Liq. Proyecto	-185,125	-	-	-	-	41,730
Capital de trabajo	-1,470,000					1,470,000
FEO	L-1,655,125	212,206	332,302	366,162	378,240	1,899,934
Valor presente		L182,936	L246,955	L234,584	L208,899	L904,583

Tasa de descuento	16%
TIR	18%
VPN	L122,832.19

La tabla anterior muestra el flujo considerando el pago de alquiler, agua y energía de forma anualizada. El resultado es positivo con una TIR de 18% y un VPN de L122,832 lo que significa que de esta forma siempre se aceptaría el proyecto. La recuperación sería en cinco años, 10 meses.

Tabla 25 FEO con préstamo

FEO con préstamo						
Concepto		2018	2019	2020	2021	2022
Ingresos		L18,471,676	L25,405,032	L26,111,292	L26,740,235	L27,285,040
Costo de ventas		17,597,693	24,172,191	24,827,947	25,429,810	25,951,652
Margen bruto		873,983	1,232,841	1,283,345	1,310,424	1,333,388
Mermas		175,977	241,722	248,279	254,298	259,517
Depreciación		22,641	30,189	30,189	30,189	30,189
Utilidad operativa		675,364	960,931	1,004,877	1,025,938	1,043,683
Salarios		248,949	342,392	351,911	360,387	367,730
IHSS		14,859	20,437	21,005	21,511	21,949
Gastos admon.		263,808	362,829	372,916	381,898	389,679
UAI		411,556	598,102	631,962	644,040	654,004
Intereses		186,314	201,332	139,047	66,033	3,671
UAI		225,242	396,771	492,915	578,007	650,334
ISR		56,311	99,193	123,229	144,502	162,583
Utilidad neta		168,932	297,578	369,686	433,505	487,750
Depreciación		22,641	30,189	30,189	30,189	30,189
Liq. Proyecto	-185,125	-	-	-	-	41,730
Préstamo		-235,846	-361,549	-423,833	-496,847	-137,049
Capital de trabajo	-1,470,000					1,470,000
FEO	L-1,655,125	-44,273	-33,783	-23,959	-33,154	1,892,619
Valor presente		L-9,468	L28,078	L49,171	L51,578	L1,149,047

Tasa de descuento	12%
TIR	1%
VPN	L-685,786

Este caso muestra el proyecto de ser financiado mediante préstamo quedando como tasa de descuento la tasa del préstamo que es del 16% al reducir el porcentaje de escudo fiscal recibido por el interés pagado por el préstamo, es decir, a ese 16% se le debe quitar un 25%, dando como resultado una tasa de descuento del 12%. Esto da como resultado una TIR del 1% y un valor presente neto negativo de L685,786.34, por lo que de esta forma no se acepta el proyecto.

Tabla 26 Tabla de amortización de préstamo

Año	Capital	Intereses
2018	L235,846	L186,314
2019	L361,549	L201,332
2020	L423,833	L139,047
2021	L496,847	L66,033
2022	L137,049	L3,671

La tabla anterior muestra la amortización del préstamo que se obtendría a cuatro años comenzando desde abril, 2018 y finalizando en marzo de 2022. La tasa de interés aplicable sería del 16% anual. La cuota mensual equivale a L46,907.

Bajo las condiciones actuales sobre las que se plantea establecer el proyecto se determina que el mismo es rentable, mientras que al evaluar los análisis de sensibilidad se debe tener cuidado y tomar en cuenta los efectos que podrían tener si las condiciones actuales cambiasen, ya que el margen que se espera obtener no es significativo y si los gastos incrementasen el proyecto podría no ser sostenible.

CAPÍTULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El capítulo cinco expone las conclusiones y las recomendaciones a las que se llegan luego de exponerse los resultados de la investigación. Véase los mismos a continuación:

5.1. CONCLUSIONES

Las conclusiones sintetizan los resultados obtenidos en el desarrollo de la investigación y los exponen de tal forma que con la misma se le da cierre a la investigación. Véase a continuación:

- 1) Con base en los resultados expuestos en el Capítulo IV y bajo las condiciones sobre las que se pretende aperturar el comisariato, se concluye que se rechaza la hipótesis nula, dado que la TIR es mayor que el Costo de Capital Promedio Ponderado ($33% > 16%$).
- 2) Del estudio de mercado se determina que la demanda total mensual será de 36,780 artículos del comisariato, mientras que la demanda total atendida será de 25,344 artículos, por lo que se acepta el proyecto desde el punto de vista de mercado. Se atenderá un 69% de la demanda total, dejando un 31% para posibles expansiones.
- 3) El estudio técnico muestra que las condiciones son óptimas para el desarrollo de las operaciones y las mejoras que se plantean son factibles por lo que se acepta el proyecto desde el punto de vista técnico. Asimismo, el apoyo proporcionado por Aquafinca al no realizar venta del local ni alquilarlo es fundamental para el desarrollo del proyecto.
- 4) En el estudio financiero, bajo las condiciones actuales, la TIR resulta ser de un 33%, lo que es mayor que la tasa de descuento del 16% y el Valor Presente Neto mayor que cero, por lo que

es financieramente factible. De igual forma, el periodo de recuperación descontado, que indica que la inversión se recupera en el primer mes del quinto año y los flujos de efectivo positivos indican una posición sólida y liquidez necesaria para que se continúe con el negocio en marcha.

5.2. RECOMENDACIONES

Con base en el estudio anterior, a continuación se exponen las recomendaciones a las que es sujeta el estudio en vista de los resultados obtenidos:

- 1) Los resultados y el análisis de sensibilidad efectuado demuestran que el proyecto es bastante sensible a un aumento en el costo de ventas, ya que al aumentarse en un 2%, el mismo resultó ser no rentable. Se recomienda transferir este aumento en el costo al precio de venta y seguir obteniendo el mismo margen, de ocurrir este caso. Adicionalmente, se recomienda establecer una política en la que se determine el margen a ganar para cada categoría de producto y que la misma sea revisada por la junta directiva periódicamente y aprobada en asamblea.
- 2) Se recomienda establecer un plan de contingencia en caso de que las condiciones actuales cambien con respecto al uso de las instalaciones de Aquafinca, así como dejarlo plasmado en un contrato, ya sea por un tiempo definido, mientras se estabiliza el negocio, o por tiempo indefinido del local, así como del suministro de energía y agua.
- 3) Se recomienda agregar otra persona que trabaje en caja para mejorar el tiempo efectivo y así tener mayor capacidad de venta.
- 4) De recibirse la inversión en calidad de préstamo, se recomienda extender el plazo de cuatro años a ocho años, que es el máximo permitido por la cooperativa, para que no afecte la liquidez y rendimiento del proyecto durante sus primeros años.

BIBLIOGRAFÍA

Banco Central de Honduras. (11 de Febrero de 2018). *BCH*. Obtenido de BCH:
http://www.bch.hn/indice_precios_pub.php

Bernal, F. J. (18 de Agosto de 2016). <https://contexto.udlap.mx/>. Obtenido de
<https://contexto.udlap.mx/>: <https://contexto.udlap.mx/los-comisariatos/>

Bloque metodológico de la Investigación UDO2010. (22 de Febrero de 2018).
<https://bloquemetodologicodelainvestigacionudo2010.wordpress.com/>. Obtenido de
<https://bloquemetodologicodelainvestigacionudo2010.wordpress.com/>:
<https://bloquemetodologicodelainvestigacionudo2010.wordpress.com/tecnicas-e-instrumentos-de-recoleccion-de-datos/>

Chasing, K. L. (2013). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE SUPERMERCADO EN EL CANTÓN MUISNE DE LA PROVINCIA DE ESMERALDAS*. Esmeraldas.

Concepto.de. (22 de Febrero de 2018). <http://concepto.de>. Obtenido de <http://concepto.de>:
<http://concepto.de/que-es-entrevista/>

CONSUCOOP. (17 de Febrero de 2018). <http://consucoop.hn/cooperativas/>. Obtenido de
<http://consucoop.hn/cooperativas/>: <http://consucoop.hn/cooperativas/invocacion>

Cooperativa Aquafinca. (2017). *Estados financieros al 31 de diciembre de 2017*. San Francisco de Yojoa.

Dirección General de Trabajo. (11 de Febrero de 2018). *www.trabajo.gob.hn*. Obtenido de www.trabajo.gob.hn: <http://www.trabajo.gob.hn/tabla-de-salario-minimo-2018/>

Emprende PYME. (19 de Febrero de 2018). <https://www.emprendepyme.net/>. Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/>: <https://www.emprendepyme.net/que-es-un-estudio-de-mercado.html>

FAO. (18 de Octubre de 2006). <http://www.oda-alc.org/>. Obtenido de <http://www.oda-alc.org/documentos/1340501566.pdf>

Franco, S. C. (17 de Febrero de 2018). Cooperativa Portuaria. (S. C. Ulloa, Entrevistador)

Justo, M. (26 de Febrero de 2016). *BBC Mundo*. Obtenido de BBC Mundo: http://www.bbc.com/mundo/noticias/2016/02/160224_america_latina_canasta_basica_car_a_ppb

La Prensa. (12 de Junio de 2017). <http://www.laprensa.hn/>. Obtenido de <http://www.laprensa.hn/>: <http://www.laprensa.hn/economia/1079785-410/cooperativasde-honduras->

López, S. I. (18 de Febrero de 2018). <http://fcaenlinea1.unam.mx/>. Obtenido de http://fcaenlinea1.unam.mx/: http://fcaenlinea1.unam.mx/anexos/1445/1445_u1_act2.pdf

Madrid, M. (23 de Febrero de 2018). Consideraciones Aquafinca - Comisariato. (S. C. Ulloa, Entrevistador)

Maldonado, R. (17 de Febrero de 2018). Cooperativa COMEGA. (S. C. Ulloa, Entrevistador)

Maslow, A. (1943). *A Theory of Human Motivation*. Psychological Review.

Nassir Sapag Chain, R. S. (2008). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. Bogotá: McGraw Hill.

Pardo, P. (20 de Mayo de 2016). *El Mundo*. Obtenido de El Mundo: <http://www.elmundo.es/economia/2016/05/20/5735b874e2704e347c8b46a1.html>

QuestionPro. (22 de Febrero de 2018). <https://www.questionpro.com/>. Obtenido de <https://www.questionpro.com/: https://www.questionpro.com/es/una-encuesta.html>

Quiroga, J. (16 de Febrero de 2017). Para compartir esta nota utiliza los íconos que aparecen en el sitio. (P. c. sitio., Entrevistador)

Repositorio. (19 de Febrero de 2018). <https://repositorio.espe.edu.ec/>. Obtenido de [https://repositorio.espe.edu.ec/: https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/1153/4/T-ESPE-021594-4.pdf](https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/1153/4/T-ESPE-021594-4.pdf)

Roberto Hernández Sampieri, C. F. (2010). *Metodología de la Investigación*. Mexico: McGraw Hill.

Sabino, C. (1992). *EL PROCESO DE INVESTIGACIÓN*. Caracas: Panapo.

Thompson, I. (19 de Febrero de 2018). <https://www.promonegocios.net/>. Obtenido de [https://www.promonegocios.net/: https://www.promonegocios.net/mercado/estudios-mercados.html](https://www.promonegocios.net/mercado/estudios-mercados.html)

Urbina, G. B. (2010). *Evaluación de Proyectos*. México: McGraw Hill.

Vallejo, J. L. (2004). <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/ingenieria/tesis63.pdf>. Bogotá.

Yanik, A. (11 de Enero de 2016). *MoveHub*. Obtenido de MoveHub: <https://www.movehub.com/blog/cost-of-feeding-family-of-four>

ANEXOS

ANEXO 1 – Encuesta

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA FACULTAD DE POSGRADO

La siguiente encuesta tiene como objetivo realizar un estudio de prefactibilidad llamado “Prefactibilidad de Comisariato en Cooperativa de Aquafinca, San Francisco de Yojoa, Honduras”, por tal razón, solicitamos y agradecemos su gentil apoyo, contestando con sinceridad las siguientes preguntas, y a la vez asegurándole que la información será manejada con absoluta confidencialidad.

Llene los datos informativos y marque con una X en la casilla que usted crea conveniente.

Nombre							
Género	Masculino	<input type="checkbox"/>	Estado civil	Casado (a)	Personas que trabajan en su familia	1 a 3	
	Femenino	<input type="checkbox"/>		Soltero (a)		<input type="checkbox"/>	
Hijos	0 a 3	<input type="checkbox"/>	Ingreso mensual estimado	Unión Libre		3 o más	
	4 a 6	<input type="checkbox"/>		Divorciado (a)			<input type="checkbox"/>
	7 en adelante	<input type="checkbox"/>					
Entre L10,000 y L20,000		<input type="checkbox"/>	Entre L20,000 y L50,000	<input type="checkbox"/>	L50,000 en adelante	<input type="checkbox"/>	

1. ¿Dónde trabajan los integrantes de su familia?

- Instituciones públicas
- Instituciones privadas
- Negocio propio
- Otro

2. ¿Dónde realiza sus compras de productos de primera necesidad?

- Supermercados
- Mercado local
- Despensas
- Otro

3. ¿Estaría dispuesto a comprar en un Comisariato de la Cooperativa de Aquafinca?

- Si
- No

Nota: Si su respuesta es "No", agradecemos su participación en esta encuesta.

4. ¿Qué método de pago le gustaría utilizar?

- Efectivo
- Deducción por planilla

5. ¿Con qué frecuencia compraría en el comisariato?

- Diario Semanal
- Quincenal Mensual

6. En el siguiente cuadro, marque con una X el monto promedio de las compras en cada producto de acuerdo a su frecuencia de consumo.

Productos	de L50 a L250	de L251 a L500	de L501 a L1000	L1,001 en adelante (especifique)	Cantidad	UM
Secos, granos						Libra
Cárnicos						Libra
Grasas y aceites						Unidad
Embutidos y enlatados						Unidad
Hortalizas y legumbres						Unidad
Frutas						Unidad
Bebidas alcoholicas						Unidad
Bebidas no alcoholicas						Unidad
Productos de limpieza						Unidad
Aseo personal						Unidad

Muchas gracias por su participación en esta encuesta.

ANEXO 2 – Cotizaciones



Registadora

Casio PCR-T500

Una cinta térmica, 99 departamentos, 2500 PLU, corte por hora, diario y mensual.

L. 8,500.00



Gondolas perforadas doble completa 72" 10 repisas, capac.100kg/x ...

Precio: Lps 6,976.42



AIRE MINISPLIT HAIER
18000 BTU INVERTER

~~L. 14,990.00~~ **L. 11,990.00**



FREEZER AVANTI
HORIZONTAL 7,0FT 1

~~L. 6,990.00~~ **L. 5,990.01**



EF-2600D

☆☆☆☆ 0 opiniones | Escribe opinión

INFO

- Marca: YAMAHA
- Referencia: EF-2600D

L.18,400.00



Me gusta 0 | Twitter | Compartir | G+

PRECIO increíble

Mastertech
Mastertech Vitrina Refrigerante / MTS30951AW / 4 Panillas

HNL44,500.00
HNL12,997.00

Comentarios: ☆☆☆☆☆ (0)
Se el primero en comentar este producto

UPC: 411970600006

Garantía
Sin garantía adicional ▼

Cant.:
1

AGREGAR A MI BOLSA

AÑADIR A MI LISTA | COMPARAR

Métodos de Envío | Servicio Técnico

VISA | PayPal

Detalles	Descripción	Comentarios	Garantía Adicional
Precio			HNL14,500.00
Marca			Mastertech
Modelo			MTS30951AW
Garantía			12 meses
Tipo de vitrina			Vertical
Puertas			1
Capacidad (pies cúbicos)			12
Capacidad (latas)			170 latas
Display de temperatura			No
Iluminación			Si
Numero de parillas			4
Ancho			60 cm
Profundidad			60 cm
Altura total			201 cm

ANEXO 3 – Carta de compromiso

CARTA DE COMPROMISO PARA ASESORÍA TEMÁTICA

Señores Facultad de Postgrado UNITEC.

Por este medio yo Carlos Roberto Enamorado López

Identidad No. 0501-1979-02933

Licenciado en Gerencia de negocios

Maestría en Administración de empresas

Doctorado en _____

Hago constar que asumo la responsabilidad de asesorar técnicamente el trabajo de Tesis de Maestría denominado:

PREFACTIBILIDAD DE COMISARIATO EN COOPERATIVA DE AQUAFINCA, SAN FRANCISCO DE YOJOA, HONDURAS

A ser desarrollado por el (los) estudiante(s):

Iván Eduardo Macedo Ramírez y Salvador Cantarero Ulloa


Para lo cual me comprometo a realizar de manera oportuna las revisiones y facilitar las observaciones que considere pertinentes a fin de que se logre finalizar el trabajo de tesis en el plazo establecido por la Facultad de Postgrado.

En la ciudad de Tegucigalpa

Departamento Francisco Morazán

Nombre Carlos Roberto Enamorado López

13/02/2018
Fecha


Firma: