



FACULTAD DE POSTGRADO

TESIS DE POSTGRADO

**COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS LÁCTEOS EN LA
CIUDAD DE DANLÍ, EL PARAÍSO**

SUSTENTADO POR:

CARLOS FERNANDO LARA RODRÍGUEZ

**PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE
MÁSTER EN ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS**

TEGUCIGALPA, F. M.,

HONDURAS, C.A.

NOVIEMBRE, 2014

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

UNITEC

FACULTAD DE POSTGRADO

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR

LUIS ORLANDO ZELAYA MEDRANO

SECRETARIO GENERAL

JOSÉ LÉSTER LÓPEZ

VICERRECTOR ACADÉMICO

MARLON ANTONIO BREVÉ REYES

DECANA DE LA FACULTAD DE POSTGRADO

DESIREE TEJADA

**COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS LÁCTEOS EN LA
CIUDAD DE DANLÍ, EL PARAÍSO**

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

**MÁSTER EN
ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS**

ASESOR METODOLÓGICO

CARLOS ZELAYA OVIEDO

ASESOR TEMÁTICO

MANUEL ESPINAL

MIEMBROS DE LA TERNA (O COMISIÓN EVALUADORA):

JORGE CENTENO

JULIO LÓPEZ ZERÓN



Comercialización de Productos Lácteos en la ciudad de Danlí, el Paraíso

Autor:

Carlos Fernando Lara Rodríguez

RESUMEN

El presente trabajo es un estudio de pre factibilidad para la creación de un centro de comercialización de productos lácteos en la ciudad de Danlí, el Paraíso. Los productos que se ofrecerán serán: Queso Fresco, Queso Seco, Mantequilla, Cuajada y Quesillo; La empresa se denominara” Lácteos el Buen Gusto” , el mercado Meta está ubicado en el área urbana de la ciudad de Danlí, la política de ventas es 100% contado, las ventas estimadas para el primer año son de L 4079,986.56. y se proyecta incremento del 10% año tras año, el personal se distribuye de la siguiente manera: dos personas para el área de ventas, una persona en el puesto administrativo , con un incremento del 5% en los sueldos año tras año. La inversión necesaria para llevar a cabo este proyecto es de L685, 726.13. El punto de equilibrio diario es de L10, 358.51 para el primer año, el valor actual neto es de L 243,018.33 y la tasa interna de retorno es de 41% la cual es muy superior a la tasa de descuento del 20% del inversionista.

Palabras claves: Comercialización, ventas, Inversión.



Dairy Marketing in the city of Danlí, El Paraiso.

Author:

Carlos Fernando Lara Rodríguez

ABSTRACT

This work is a feasibility study for the creation of a central marketing of dairy products in the city of Danlí, Paradise. The products offered are: Fresh cheese, dry cheese, butter, curd and Quesillo; The company renamed it "Dairy Good Taste" , Meta Market is located in the urban area of the city of Danlí, sales policy is 100% cash, sales were estimated for the first year are L 4079,986.56. and 10% increase year over year projects, staff is distributed as follows: two people to the sales area, a person in the administrative role , with an increase of 5% in wages every year. The investment needed to carry out this project is L 685, 726.13. the balance point per day is L 10,358.51 . for the first year, the net present value is L 243,018.33. and internal rate of return is 41 % which is much higher than the discount rate of 20% of the investor.

Keywords: Marketing, sales, investment.

DEDICATORIA

En primer lugar dedico este proyecto a mi señor Jesucristo, el creador de todo ya que sin el nada hubiera sido posible y a mi familia que siempre me ha apoyado.

AGRADECIMIENTO

Especial agradecimiento a la Universidad Tecnológica Centroamericana por haberme permitido ingresar al programa de maestrías y por el invaluable conocimiento que he adquirido a través de sus programas. Al Doctor Carlos Zelaya Oviedo que como asesor metodológico guió mis ideas para lograr un documento de alta calidad y especial agradecimiento a mis asesores Temáticos el Lic. Manuel Espinal y el Lic. Víctor Hugo Molina, por haberme guiado en lo referente al desarrollo del tema.

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.....	4
1.3.1 ENUNCIADO DEL PROBLEMA.....	4
1.3.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	5
1.3.3 PREGUNTAS DE INVESTIGACION.....	5
1.4 OBJETIVOS DEL PROYECTO	5
1.4.1 OBJETIVO GENERAL.....	5
1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.	5
1.5 VARIABLES DE INVESTIGACIÓN.....	6
1.5.1 VARIABLES DE INVESTIGACIÓN.....	6
1.6 JUSTIFICACIÓN.....	8
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	9
2.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL.....	9
2.1.1. ANÁLISIS DEL MACROENTORNO.....	9
2.1.2 ANÁLISIS DEL MICROENTORNO.....	10
2.1.3 ANÁLISIS INTERNO.....	11
2.2 TEORIAS.....	12
2.2.1 TEORIAS DE SUSTENTO.....	12
2.2.2 CONCEPTUALIZACIÓN	17
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN	20
3.1 CONGRUENCIA METODOLÓGICA.....	20
3.2 ENFOQUE Y MÉTODOS	21
3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	21
3.3.1 POBLACIÓN.....	22
3.3.2 MUESTRA	23

3.3.3 UNIDAD DE ANÁLISIS.....	25
3.3.4 UNIDAD DE RESPUESTA.....	26
3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS APLICADOS	26
3.4.1 INSTRUMENTOS.....	26
3.4.2 TÉCNICAS.....	26
3.4.3 PROCEDIMIENTOS	27
3.5 FUENTES DE INFORMACION	27
3.5.1 FUENTES PRIMARIAS	27
3.5.2 FUENTES SECUNDARIAS	27
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS.....	28
4.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO.....	28
4.2 DEFINICION DEL MODELO DE NEGOCIOS.....	28
4.3 FACTORES CRÍTICOS DE RIESGO	29
4.4. ANALISIS DE RIESGOS	30
4.5 ESTUDIO DE MERCADO	35
4.5.1 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA Y LA INDUSTRIA.....	35
4.5.2 ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR	39
4.5.3 ESTIMACION DE TENDENCIAS DE MERCADO	50
4.5.4 ESTRATEGIA DE MERCADOS Y VENTAS.....	53
4.6 ESTUDIO DE PRODUCCION Y OPERACIONES	54
4.6.1 PLANIFICACIÓN ORGANIZACIONAL	54
4.6.2 FACTORES AMBIENTALES.....	59
4.7 ESTUDIO FINANCIERO.....	59
4.7.1 FLUJO DE CAJA PROYECTADO	59
4.7.2 BALANCE GENERAL Y ESTADO DE RESULTADOS.....	60
4.7.3 ANALISIS DE PUNTO DE EQUILIBRIO.....	67
4.7.4 REQUERIMIENTOS DE CAPITAL Y FINANCIERA.....	68
4.7.5 ANALISIS DE SENSIBILIDAD.....	69
CAPITULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	72
5.1 CONCLUSIONES.....	72
5.2 RECOMENDACIONES.....	73

CAPITULO VI APLICABILIDAD	73
6.1 CENTRO DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS LÁCTEOS EN LA CIUDAD DE DANLÍ, EL PARAÍSO	74
6.2 INTRODUCCIÓN	74
6.3 DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN.....	75
6.3.1 ESCENARIO 1	75
6.3.2 ESCENARIO 2.....	76
6.3.3 ESCENARIO 3.....	76
6.4 EDT Y DICCIONARIO EDT.....	77
6.5 CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN.....	79
BIBLIOGRAFIA.....	81
ANEXOS.....	83
ANEXO 1	83
ANEXO 2	84

CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

En este capítulo se muestran los componentes del planteamiento de la investigación, todo esto con el propósito de lograr un completo análisis del problema a tratar, como ser: la introducción al problema, los antecedentes, el enunciado del problema, así como también se definen las preguntas de investigación y los objetivos a comprobar, dando una completa justificación acerca del problema en estudio. Se abordará la problemática de la cual se tratará de dar una solución, describiendo detalle a detalle los pasos para lograrla.

1.1 INTRODUCCIÓN

Honduras se caracteriza por ser un país de vocación agrícola, dada la extensión territorial, factores climáticos favorables, fuentes abundantes de agua, fertilidad de la tierra, altitud, muchas familias hondureñas se dedican a la agricultura, por esta razón se dispone de acceso a materias primas para poder desarrollar la agroindustria.

El concepto de empresa agroalimentaria y de transformación industrial, se describe a las firmas que procesan materias primas agropecuarias, incluyendo la madera. El grado de procesamiento puede ser diferente dependiendo de la escala de planta; pudiendo ir a gran escala desde la limpieza, la clasificación del producto, la preparación rápida o instantánea de comidas y hasta la alteración química del producto, iniciando la incursión en mercados internacionales. Cuando son de menor escala, utilizan las técnicas de pos cosecha, la selección, la clasificación, el almacenamiento, la conservación, la transformación, el empaque, el transporte y la comercialización, utilizando los mercados internos. (López Macías & Castrillón, 2007, p. 15)

En las últimas décadas, el Producto Interno Bruto Agropecuario (PIB) mostró un comportamiento volátil que evidenció su vulnerabilidad ante los choques internos y externos. Durante el periodo 2000-2010, el PIB creció a una tasa promedio anual de 3.7%. (Ganaderia, 2009)

En 2009, el PIB agropecuario representó el 12,7% del PIB total, y si se tomara en cuenta los productos agroindustriales y los servicios vinculados directa o indirectamente con la producción y comercialización de productos de origen agroalimentario, su aporte al PIB oscilaría entre el 40% y 45%. Durante el período 2006 -2010, el PIB agropecuario creció un 18.6% acumulado, a una tasa promedio anual de 4.7%, superior al aumento obtenido en el quinquenio de 2000 -2005 que fue de 10.8%, a una tasas de crecimiento anual del 2.7%. El comportamiento de la agricultura durante el periodo 2005-2009 fue errático.

Entre el 2006-2007 se registró un aumento pronunciado con respecto a los años 2004-2005, como resultado de las políticas de apoyo a la producción y a los pequeños y medianos agricultores combinado con el aumento en los precios de los productos agrícolas. Sin embargo, las tormentas tropicales que afectaron el país en octubre del 2008 provocaron una contracción que generó una caída en la producción y en la exportación de banano y a su vez, desincentivo al gremio cafetalero a exportar debido a los bajos precios y menor demanda externa. En el 2008 se registró un crecimiento del 2.4% y en el 2009 tan solo se registró un crecimiento del 0.3%. (Ganaderia, 2009)

En 2012, Honduras continuó por la senda del crecimiento económico al registrar una tasa de 3.3% en términos reales, resultado del dinamismo experimentado en las actividades agropecuarias y manufactureras, como respuesta a una mayor demanda interna y externa. (BCH, 2012)

Debido a que en el departamento de El Paraíso se cuenta con muchos pequeños y medianos productores agroindustriales, se identificó la necesidad de crear un

centro de comercialización de productos lácteos hechos en el departamento, el cual estará ubicado en la ciudad de Danlí.

La estimación de la población de la ciudad de Danlí para el año 2010 es de 59,316 habitantes, la proyección para el año 2012 con una tasa de crecimiento del 2.1 % es de 61,833 habitantes y es el centro de comercio del departamento del Paraíso. (INE, 2001)

Al crear un centro de comercialización de productos lácteos se logrará dar visibilidad a lo que el departamento produce y se estará apoyando a los microempresarios locales en la venta de sus productos, y por ende en el desarrollo de sus economías y de sus familias.

1.2 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

En el mundo moderno los requerimientos de alimentación vienen cambiando notablemente, se acrecienta la selección de productos naturales, orgánicos y nutritivos al momento de realizar una compra. Es el mercado de los lácteos quien especialmente guarda un tipo de clientes que valora las bondades de la leche y sus derivados pero se ha inclinado principalmente por estos últimos debido a la creencia de que por los procesos que pasan hay quizá un mayor grado de inocuidad del alimento.

En la actualidad, en la mayoría de las organizaciones de productores artesanales del departamento de el Paraíso que se dedican a la producción de lácteos, no cuentan con áreas adecuadas para la manipulación de la materia prima y productos terminados, debido a la escasez de espacio en el lugar de transformación o la falta de equipos e instalaciones necesarios para el óptimo procesamiento, así como tampoco es tan fácil contar con un registro sanitario ni código de barras por el sinnúmero de requisitos que conlleva, que en la mayoría de los casos está relacionado con inversiones monetarias o tiempos de espera

demasiado largos; lo anterior hace que la producción se realice a pequeña escala y que su comercialización sea local o estacionaria.

García Hernández, Martínez Borrego, & Salas Quintal(2006, p. 4) mencionan lo siguiente:

Agricultura y globalización. Por primera vez en la historia del capitalismo las industrias agroalimentarias, especialmente aquellas que procesan manufacturas masivas y alimentos para animales, proporcionan un campo significativo para la acumulación de la producción además del comercio y transporte. Se ha considerado que al igual que el automóvil, la producción de carne y leche ha sido la clave en la producción y consumo masivo de productos estandarizados en los que ha descansado el dinamismo central del capitalismo de posguerra en las economías capitalistas desarrolladas. Las corporaciones agroalimentarias se han convertido en las más grandes transnacionales del mundo, por lo que el análisis de la agricultura resulta crucial para entender la acumulación y división del trabajo a escala mundial.

1.3 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

1.3.1 ENUNCIADO DEL PROBLEMA

Danlí es la ciudad más grande y poblada del Departamento de El Paraíso. Debido a su localización e importancia, es la que cuenta con el mayor número de instituciones estatales, sistema financiero, empresas privadas, universidades y hospitales, por esta razón es el centro de actividades comerciales del departamento y por ende es un lugar muy visitado, tanto por los originarios de El Paraíso, como de otros departamentos del país.

En el municipio de Danlí es donde se encuentran la mayor cantidad de productores agroindustriales del departamento de El Paraíso.

Se ha contemplado la creación de un centro de comercialización de productos lácteos como una oportunidad de negocio en un mercado creciente.

1.3.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

La escasa competencia que existe en el mercado de productos lácteos en la ciudad de Danlí, El Paraíso, genera una oportunidad de negocio en el sector.

1.3.3 PREGUNTAS DE INVESTIGACION

1 ¿Cuál es el mercado meta para un centro de comercialización de productos lácteos y cuál es su demanda?

2 ¿Qué tan a menudo la población de Danlí compra productos lácteos y dónde realiza las compras?

3 ¿Determinar el precio estimado que invierte la población de Danlí en productos lácteos y cuáles son los productos de mayor demanda?

4 ¿Cuánto sería la inversión inicial y qué tipo de equipamiento será el necesario para operar?

1.4 OBJETIVOS DEL PROYECTO

1.4.1 OBJETIVO GENERAL

Generar información para competir comercialmente en el negocio de productos lácteos en Danlí, mediante un estudio de pre factibilidad para la creación de un centro de comercialización de lácteos para los próximos 5 años en esta ciudad, que permita mayor competitividad con productos de calidad.

1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

1 Conocer los factores que potencian o limitan la satisfacción de la demanda de productos lácteos en la ciudad de Danlí.

- 2 Analizar la información recolectada y experiencias afines a la comercialización de lácteos.
- 3 Definir otras alternativas de competencia en la comercialización de lácteos en Danlí.
- 4 Proponer y aplicar un estudio de pre factibilidad para la creación de un centro de comercialización de lácteos para los próximos cinco años en Danlí.

1.5 VARIABLES DE INVESTIGACIÓN

1.5.1 VARIABLES DE INVESTIGACIÓN

En el presente estudio se presentan dos variables dependientes: Rentabilidad y Centro de Comercialización de Lácteos en Danlí, asimismo se presentan las siguientes variables independientes: Mercado Meta, Demanda Insatisfecha, Equipamiento, Ubicación, Inversión Inicial, Flujo de Caja.

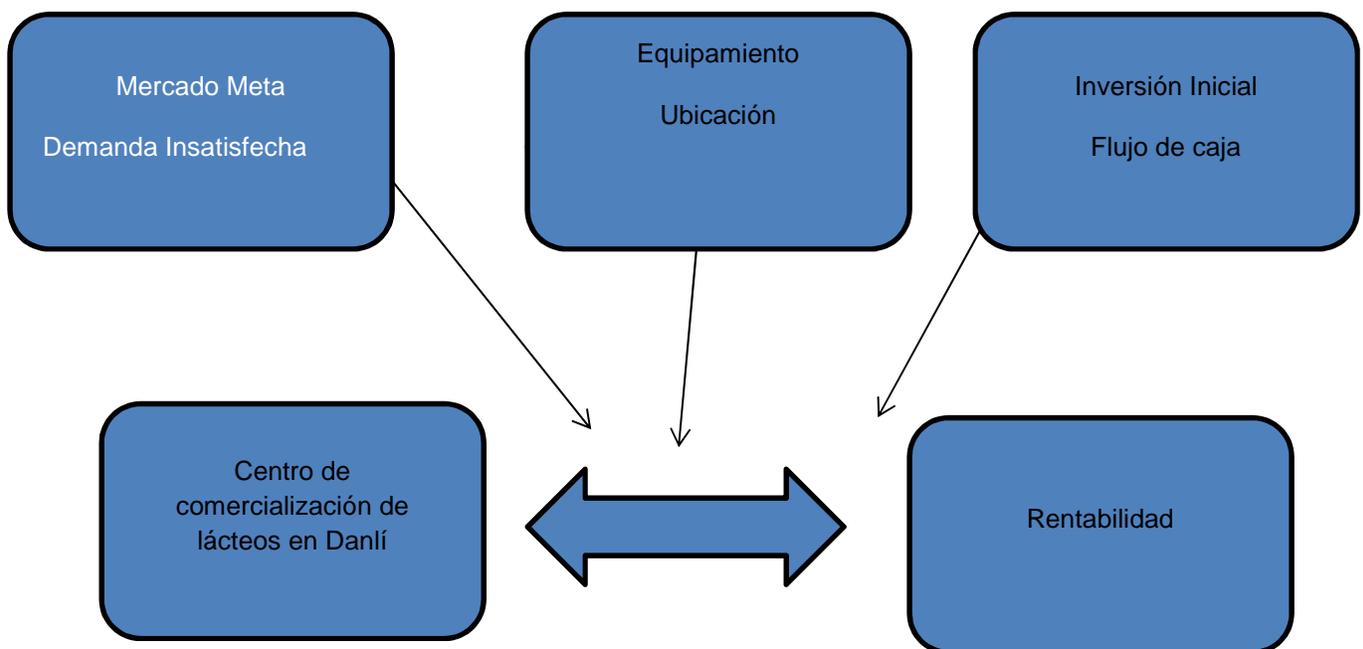


Figura 1. Variables de Investigación

Tabla I. Variables de investigación

Variable	Definición Conceptual	Unidad de Análisis y Medición	Indicador
Demanda insatisfecha	Es la que no está cubierta por la oferta de productos actualmente.	Encuestas	Tamaño del Mercado
Mercado Meta	Es a quien va dirigida la propuesta	Encuestas	Cantidad de clientes potenciales
Equipamiento	Lo necesario en cuanto a maquinarias, utensilios, equipo necesario para desarrollar el negocio.	Estudio técnico	Cotizaciones de los materiales, maquinarias y equipo necesario.
Ubicación	Localización física donde debe establecerse el centro de comercialización	Identificar el lugar idóneo para un centro de comercialización de productos lácteos.	Zona de comercio, acceso al establecimiento, estacionamiento
Inversión Inicial	Comprende la inversión inicial constituida por todos los activos fijos, tangibles e intangibles necesarios para operar y el capital de trabajo. (Cordova Padilla, 2011, pág. 191)	Presupuesto	Valor en efectivo o equivalentes.
Flujo de Caja	Flujo de caja: distintos movimientos de caja que se producen en un lapso determinado. Constituyen las distintas operaciones que se efectúan para dar cumplimiento a las obligaciones y gastos contraídos. U Conjunto de ingresos y egresos como consecuencia de una transacción financiera desde el inicio de la operación hasta su conclusión. U Cash flow.(Greco, 2009, pág. 187)	Estudio financiero	VAN positivo y TIR superior a lo requerido.

1.6 JUSTIFICACIÓN

Danlí es la ciudad más grande y poblada del departamento de El Paraíso y es el centro de actividades comerciales y de negocios de la zona.

Los productos lácteos forman parte de la dieta diaria de las familias Paraiseñas, y al encontrarse en la comunidad de Danlí la mayoría de productores de leche, se genera una oportunidad de negocio. Con el presente estudio de la creación de un centro de comercialización de productos lácteos además de evaluar su viabilidad técnica, mercado, y financiera se pretende:

- 1) Contribuir en la activación de la actividad económica y comercial de la ciudad.
- 2) Para los futuros accionistas que son la fuente de financiamiento principal y promotores de la inversión, generar una utilidad que satisfaga las expectativas y una alternativa de negocios.
- 3) Contribuir a la sociedad mediante la generación de empleos y la promoción y venta de productos lácteos locales.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

En este capítulo se describe el análisis de la situación actual del problema, realizando un análisis del macroentorno, microentorno y un análisis interno, así mismo se describen las principales teorías de sustento, así como el marco legal para poder operar una empresa comercializadora de lácteos.

2.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

2.1.1. ANÁLISIS DEL MACROENTORNO

A pesar de que la agricultura es un importante sector de la economía del país (35% de la población económicamente activa) este sector muestra los niveles más bajos de productividad a nivel centroamericano, debido principalmente a la falta de capital, de tecnología y de insumos especializados. La contribución de las exportaciones agrícolas en el porcentaje global del total de exportaciones del país ha estado decreciendo en los últimos diez años. El sector agrícola de Honduras continúa exportando producto no diferenciado, y prácticamente sin ningún valor añadido, con lo cual, se ven limitadas las oportunidades de acceso a nuevos mercados, debido principalmente a la falta de innovación, tecnología, mejores insumos, presentación, calidad, etc. (Amparo, 2009, pág. 5)

Ganadería (2009) afirma: En las últimas décadas, el Producto Interno Bruto Agropecuario (PIB) mostró un comportamiento volátil que evidenció su vulnerabilidad ante los choques internos y externos. Durante el periodo 2000-2010, el PIB creció a una tasa promedio anual de 3.7%, en 2009, el PIB agropecuario representó el 12,7% del PIB total, y si se tomara en cuenta los productos agroindustriales y los servicios vinculados directa o indirectamente con la producción y comercialización de productos de origen agroalimentario, su aporte al PIB oscilaría entre el 40% y 45%. Durante el período 2006 -2010, el PIB agropecuario creció un 18.6% acumulado, a una tasa promedio anual de 4.7%, superior al aumento obtenido en el quinquenio de 2000 -2005 que fue de 10.8%, a

una tasas de crecimiento anual del 2.7%. El comportamiento de la agricultura durante el periodo 2005-2009 fue errático.

Entre el 2006-2007 se registró un aumento pronunciado con respecto a los años 2004-2005, como resultado de las políticas de apoyo a la producción y a los pequeños y medianos agricultores combinado con el aumento en los precios de los productos agrícolas. Sin embargo, las tormentas tropicales que afectaron el país en octubre del 2008 provocaron una contracción que generó una caída en la producción y en la exportación de banano y a su vez, desincentivo al gremio cafetalero a exportar debido a los bajos precios y menor demanda externa. En el 2008 se registró un crecimiento del 2.4% y en el 2009 tan solo se registró un crecimiento del 0.3%. (Ganaderia, Agronegocios, 2009)

“En 2012, Honduras continuó por la senda del crecimiento económico al registrar una tasa de 3.3% en términos reales, resultado del dinamismo experimentado en las actividades agropecuarias y manufactureras, como respuesta a una mayor demanda interna y externa” (BCH, 2012, pág. 23).

2.1.2 ANÁLISIS DEL MICROENTORNO

Los problemas de baja calidad, productividad y altos costos de transporte que encarecen el producto a todos los niveles de la cadena, haciéndola menos competitiva en mercados internacionales, afecta gravemente al eslabón de transformación. Dados los altos precios de la producción local comparada a los productos importados de países vecinos.

El segundo problema que enfrenta la agroindustria es de acceso a crédito. Aunque el proceso de transformación varía ampliamente entre rubros, el costo de la maquinaria necesaria en cualquier cadena es alto. Adicionalmente, los altos costos de la energía afectan particularmente al sector transformador.

Las cadenas de ganado bovino y porcino carecen de un centro de investigación, lo cual afecta no sólo a los eslabones productores sino también a los procesadores. Estas cadenas son altamente tecnificadas y en el caso de Honduras, la tecnología al nivel de la agroindustria no es competitiva.

El problema de la productividad es el problema más importante que aqueja a la mayoría de los pequeños productores y se traduce en los índices de rendimiento que alcanzan en comparación a los productores grandes. Existen dos razones que explican por qué la diferencia en productividad es tan marcada entre pequeños y grandes. La primera se debe a la gran diferencia de conocimientos de mejores prácticas y tecnologías de producción. La segunda, se deriva del bajo nivel de aplicación de insumos. (Panamericana, 2006, pág. 10)

La agroindustria Hondureña, aunque poco desarrollada, se encuentra en proceso de crecimiento (18% en los últimos cinco años); cuenta con un excelente potencial de materias primas provenientes de la agricultura para incrementar su participación en los mercados globalizados. Las principales actividades agroindustriales en el país son las siguientes: (I) elaboración de productos lácteos; (II) sacrificio de ganado, preparación y conservación de carnes y embutidos; (III) elaboración de azúcar crudo; (IV) fabricación de aceites y grasas vegetales; (V) elaboración de harina de maíz y arroz procesado; (VI) elaboración de alimentos concentrados para animales; (VII) preparación de pescado; y, (VIII) procesamiento de frutas y hortalizas. (Amparo, 2009)

2.1.3 ANÁLISIS INTERNO

Los productores lácticos de la zona de El Paraíso podrían resultar beneficiados con 9 millones de lempiras que a través de la Dicta con fondos público, privado se pretenden invertir para mejorar las salas de ordeño, plantas de procesamiento, sistema pastoril y la inocuidad del producto. (Tribuna, 2014)

2.2 TEORIAS

2.2.1 TEORIAS DE SUSTENTO

2.2.1.1 COMPOSICIÓN DE LA LECHE

La leche es considerada un alimento básico en la dieta humana, por ello es de suma importancia conocer sus componentes para determinar su valor alimenticio que está determinado por la clase y cantidad de nutrimentos que posee.

Tabla 2. Composición de la leche

Componentes	Rango	Promedio
Agua	79.00-90.50	87
Lactosa	3.50-6.00	4.9
Grasa	2.20-8.00	3.8
Proteína	2.70-4.80	3.5
Sales Minerales	0.65-0.90	0.7

Fuente: Zamorano (Revilla, 2009)

Agua: Cerca del 96% del contenido de agua de la leche se encuentra en forma libre y sirve como medio de solución, dispersión y suspensión para los otros componentes; sin embargo, el 4% restante de agua se encuentra ligada o fuertemente retenida por algunos componentes insolubles de la leche, entre estos están la caseína 2%, las proteínas hidrosolubles 1.2% y los fosfolípidos de la membrana del glóbulo graso 0.6%. (Revilla, 2009, pág. 15)

Revilla (2009) Grasa: La grasa al ser un lípido desempeña funciones importantes en el cuerpo como se funciones energéticas y de transporte de nutrientes, al estar presente en la leche le brinda un buen sabor y participa en ciertas propiedades físicas de la misma.

La grasa de la leche se encuentra en forma de pequeños glóbulos grasos en emulsión temporal y solo pueden ser vistos con la ayuda de un microscopio, utilizando el lente objetivo de pequeño aumento.

Cada glóbulo graso posee un núcleo rodeado por una membrana muy compleja. El núcleo está formado principalmente por triglicéridos y la membrana por varias capas. La capa inmediata al núcleo está formada por triglicéridos de elevado punto de fusión que encajan en una capa formada por fosfolípidos, vitamina A y colestérina; esta capa a su vez está rodeada por una capa formada por proteínas cuya estructura es similar a la de las globulinas. A la capa proteica, que además contiene algunas enzimas, metales y sales, se le atribuye la capacidad de dispersión globular de la grasa de la leche; además, la superficie de la membrana del glóbulo graso posee carga eléctrica.

Desde el punto de vista nutricional, las proteínas de la leche constituyen la parte más importante porque cuentan con proteínas de alto valor biológico, lo que significa que tienen casi todos los aminoácidos y en cantidades similares a las requeridas por las personas.

Desde el punto de vista industrial, las proteínas representan cerca del 30% de la composición de los quesos y son parte importante de las leches en polvo.

La lactosa es el carbohidrato principal de la leche y está formado por una molécula de glucosa y otra de galactosa.

La lactosa representa cerca del 4.9% de la leche, lo que equivale al 98% de los carbohidratos. La lactosa en comparación a la sacarosa, es solo 30% soluble y 15% dulce. Cuando la leche es expuesta a 100-130°C, la lactosa sufre descomposición parcial que se manifiesta con la aparición del color café claro o caramelo que modifica el sabor de la leche y productos lácteos.

Los minerales que se encuentran en mayor cantidad o macro elementos son el potasio, calcio, fósforo, sodio, magnesio y azufre. Los micro elementos o

elementos que se encuentran en menor cantidad son el hierro, yodo, zinc, cobre y manganeso.

Las vitaminas de la leche están agrupadas en hidrosolubles y liposolubles. Las hidrosolubles son las del complejo B y la vitamina C, y las liposolubles son las vitaminas A, D, E y K.

Las vitaminas regulan la utilización de los carbohidratos, proteínas, grasas y minerales, el calentamiento drástico de la leche y la oxidación pueden inactivar o bajar el valor nutricional de algunas vitaminas, según el proceso tecnológico al que haya sido sometida la leche. (Revilla, 2009, pág. 16)

2.2.1.2 PROCESAMIENTO DE LA LECHE

Cuellar (2008) afirma: La depuración es hecha con el propósito de eliminar la mayor parte de las partículas extrañas que se encuentran en la leche. El grado de depuración de la leche depende del método utilizado; los principales métodos son el colado, la filtración y la centrifugación; este último comprende la clarificación y la bactofugación.

Colado: Las partículas de suciedad contienen gran cantidad de microorganismos y por ello, deben ser eliminadas inmediatamente después del ordeño o a la llegada de la leche a la planta recolectora o procesadora. Los tamices utilizados para este propósito retienen, principalmente, la paja, pelos, insectos y otras partículas de tamaño similar; pero los microorganismos y las células epiteliales pasan a través del colador, sin ningún problema.

La leche condensada azucarada es la leche de vaca que se le ha extraído un 35% de agua y agregado azúcar lo que resulta en un producto espeso y dulce que se conserva varios años y no requiere refrigeración.(pag.67)

2.2.1.3 MARCO LEGAL

Requisitos para constituir y operar una empresa en Honduras

Para crear una empresa hay que hacer trámites: gestionar licencias, permisos, registros y, en fin con los requisitos legales que permitirán al empresario comercializar libremente sus productos y servicios a escala nacional e internacional.

Estos son los pasos para la constitución de una nueva empresa:

A. Comerciante social: Sociedad de Capital Variable y por sus características será una:

“Sociedad de Responsabilidad Limitada: Existe bajo una razón social o una denominación seguida de las palabras “Sociedad de Responsabilidad Limitada” o su abreviatura “S.de R.L” de “C.V”, por sus características debe tener un capital inicial mínimo de cinco mil lempiras (L. 5,000.00) y con un máximo de 25 socios”(Republica de Honduras, 2012, pág. 91).

B. Obtener la Escritura Pública

La Escritura Pública es un instrumento o documento público y legal que contiene: los nombres de las personas que conforman la organización; el nombre o razón social de la organización y de qué tipo es; el capital inicial; su duración; su naturaleza y objeto, tiene un costo de cinco mil lempiras.

Requisitos:

Contratar un notario público para que reúna los siguientes datos y documentos:

- El nombre o la razón social de la sociedad.
- Descripción de la actividad a la que se dedicará la empresa.
- Domicilio o dirección de la empresa.

- Certificado de depósito en un banco local, de cinco mil lempiras (L. 5000.00)
- Fotocopia de los documentos personales de los socios

C. Registro Tributario Nacional (RTN)

- Formulario de inscripción (Forma DEI 410), debidamente completado. Ver Anexo #1.
- Fotocopia de escritura de constitución o carta de autorización extendida por notario.
- Fotocopia de las tarjetas de identidad de los socios, y RTN del gerente
- Solvencia Municipal de los socios” (Ingresos, 2011, pág. 1).

D. Registro en la Cámara de Comercio (registro mercantil)

“Artículo 384. Es obligatorio el registro de todo comerciante en la Cámara de Comercio e Industria correspondiente” (Republica de Honduras, 2012, pág. 177).

E. Permiso Municipal de operación

Requisitos para abrir un negocio:

- Llenar el formulario único, cuando se presente más de un negocio (Es una declaración Jurada de las ventas que espera realizar en el año de operación, de enero a diciembre).
- Constancia de dónde se ubica el negocio. Se adjunta el croquis del local y
- Su respectiva clave catastral.
- Fotocopia de tarjeta de identidad del representante legal, en caso de ser hondureño.
- Fotocopia del pasaporte o carné de residencia, si es extranjero.

- Recibo de pago del Impuesto de Bienes Inmuebles del local donde operará la empresa, si es propio. Si es alquilado, presentar el contrato de arrendamiento del local donde funcionará la empresa, con su número de clave catastral.
- Cumplir con la normativa urbanística, ambiental y de seguridad correspondiente.

Costo del Permisos de operación Municipal

Este permiso se calcula de acuerdo al I Plan de Arbitrios municipal del que dispone que los contribuyentes, naturales o jurídicos, pagarán anualmente, según sus ingresos declarados o verificados.(Alcaldia de Danli, 2013)

F. Registro sanitario solicitado a la secretaria de salud publica

2.2.2 CONCEPTUALIZACIÓN

Leche: Según el “Codex alimentarius”, “leche es la secreción mamaria normal de animales lecheros obtenida mediante uno o más ordeños sin ningún tipo de adición o extracción, destinada al consumo en forma de leche líquida o a elaboración ulterior” (Revilla, 2009, pág. 1).

Revilla (2009) afirma: “**Calostro** es la secreción láctea, ligeramente viscosa, color amarillo a pardo, sabor salino y que se coagula cuando es sometida a tratamiento térmico”(pag.1).

Jonathan Berk (2008) afirma: “**Balance general** enlista los activos y pasivos de una empresa, con lo que da un panorama rápido de la posición financiera de la empresa en un punto dado del tiempo”(pag.21).

“**Estado de resultado.** Enlista los ingresos y egresos de la compañía durante cierto periodo de tiempo.” (Jonathan Berk, 2008, pág. 27)

Revilla (2009) afirma: “**Producto lácteo** es un producto obtenido mediante cualquier elaboración de la leche, que puede contener aditivos alimentarios y otros ingredientes funcionalmente necesarios para la elaboración” (pag.4).

Jaume Tomas (2000) afirma:” **Liquidez** es la proximidad de un activo a su conversión en dinero” (pag.18).

“Rentabilidad: Es la relación entre los beneficios y una masa patrimonial del balance de situación” (Jaume Tomas, 2000, pág. 18).

Análisis financiero. Es un conjunto de técnicas orientadas al estudio de las inversiones de un modo científico, para evidenciar el interés que pueda ofrecer una determinada inversión se realizan análisis financieros que utilizan conjuntamente las técnicas que aporta el análisis de balances, la matemática financiera, los métodos estadísticos y los modelos econométricos (Bierman, 1980)

“**Inflación de precios:** Es el incremento general en el nivel de estos en un país en el plazo largo “(Portilla, 1984, pág. 3).

“**Flujo de caja:** distintos movimientos de caja que se producen en un lapso determinado. Constituyen las distintas operaciones que se efectúan para dar cumplimiento a las obligaciones y gastos contraídos. U Conjunto de ingresos y egresos como consecuencia de una transacción financiera desde el inicio de la operación hasta su conclusión. U Cash flow”(Greco, 2009, pág. 187).

“**Inversión Inicial:** Comprende la inversión inicial constituida por todos los activos fijos, tangibles e intangibles necesarios para operar y el capital de trabajo”(Cordova Padilla, 2011, pág. 191).

Mantequilla Cuellar (2008) En el pasado cuando la tecnología era del tipo tradicional para obtener la mantequilla se tenía que batir la leche, sin embargo ahora se realiza en máquinas modernas que extraen la mantequilla de la leche, este producto es el producto lácteo más grasoso.

Crema acida Revilla (2009) Es un producto obtenido por fermentación natural a temperatura ambiente de la crema cruda acidificada, debido a su alto contenido de grasa presenta un excelente sabor.

Queso Es una de las formas en que se conservan las propiedades nutritivas de la leche, está compuesto de proteína, grasas, agua, sales minerales y pequeñas cantidades de otros elementos” (Cuellar, 2008).

Cuajada “El cuajo tiene su origen en el cuajar de los terneros, la sustancia activa de la quimosina una enzima. El cuajo reacciona con la caseína formando paracaseína. La velocidad con que obra el cuajo depende altamente de la temperatura” (Cuellar, 2008).

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

En este capítulo se describe la congruencia metodológica, el enfoque, los métodos, diseño de la investigación, se determinó la población objetivo y la muestra que sirvió para realizar el análisis del consumidor, unidad de análisis, técnicas e instrumentos aplicados y las fuentes de información que sirvieron de base para realizar la investigación.

3.1 CONGRUENCIA METODOLÓGICA

Tabla 3. Congruencia Metodológica

Titulo	Problema	Pregunta de investigación	Objetivo		Variables	
			General	Específicos	Independientes	Dependientes
Centro de comercialización de productos lácteos	La escasez de competencia que existe en el mercado de productos lácteos en la ciudad de Danlí, El Paraíso, genera una oportunidad de negocio con la creación de un centro de comercialización de productos lácteos.	1 ¿Cuál es el mercado meta para un centro de comercialización de productos lácteos y cuáles es su demanda? 2 ¿Qué tan a menudo la población de Danlí compra productos lácteos y dónde realiza las compras? 3 ¿Determinar el precio estimado que invierte la	Generar información para competir comercialmente en el negocio de productos lácteos en Danlí, mediante un estudio de pre factibilidad para la creación de un centro de comercialización de lácteos para los próximos 5 años en esta ciudad, que permita mayor competitividad con productos	Conocer los factores que potencian o limitan la satisfacción de la demanda de productos lácteos en la ciudad de Danlí. Analizar la información recolectada y experiencias afines a la comercialización de lácteos. Definir otras alternativas de competencia en la comercialización de lácteos	Mercado Meta, Demanda Insatisfecha, Equipamiento, Ubicación, Inversión Inicial, Flujo de Caja.	Rentabilidad Centro de Comercialización de Lácteos en Danlí.

		<p>población de Danlí en productos lácteos y cuáles son los productos de mayor demanda?</p> <p>4 ¿Cuánto sería la inversión inicial y qué tipo de equipamiento será el necesario para operar?</p>	de calidad	<p>en Danlí.</p> <p>Proponer y aplicar un estudio de pre factibilidad para la creación de un centro de comercialización de lácteos para los próximos cinco años en Danlí.</p>		
--	--	---	------------	---	--	--

3.2 ENFOQUE Y MÉTODOS

Se realizó la investigación de mercados con enfoque mixto, de tipo concluyente-descriptiva, ya que se realizó una medición de la opinión de los encuestados para ayudar en la identificación de alternativas y cursos de acción en la toma de decisiones, usando el método deductivo.

3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

En primera instancia se identificó un problema, se formularon preguntas de investigación y objetivos luego se realizó el marco teórico consultando fuentes como ser libros, manuales, trabajos de investigación, biblioteca virtual de unitec, en la metodología de la investigación se realizó encuestas y se conoció las preferencias de la población en cuanto a los productos lácteos y a través de un

estudio de mercado y financiero se conoció la rentabilidad del proyecto propuesto y en última instancia se realizó el apartado de aplicabilidad.

El diseño de la investigación de acuerdo con Sampieri (2006) es de tipo no experimental debido a que se realiza sin manipular deliberadamente las variables y se observará el fenómeno tal y como sucede en el contexto natural.

El diseño será de tipo cuantitativo - descriptivo, debido a que los datos se recolectaron en un solo momento, en un tiempo único e indaga la incidencia de las modalidades o niveles de una o más variables en una población, estudios puramente descriptivos. (Hernández Sampieri 2006).

A continuación se da a conocer el uso del diseño descriptivo especificando claramente “Qué, Cuándo, Dónde, Por qué y Cómo” (las cinco preguntas de investigación).

3.3.1 POBLACIÓN

La población objetivo se define de la siguiente manera:

Elementos: Hombres y mujeres, igual o mayores de 18 años que acostumbran a comprar productos lácteos en la ciudad de Danlí, El Paraíso.

Unidades de Muestreo: Hogares de las personas pertenecientes a la clase media – media y media – alta de las colonias y barrios seleccionados para la investigación.

Extensión: 10 colonias del casco Urbano de la ciudad de Danlí, siendo estas Colonia El Zarzal, Bº El Carmelo, Residencial Granada, Colonia las Brisas, Bº Oriental, Bº Las Flores, Bº Pueblo Nuevo, Colonia Las Colinas, Bº Tierra Blanca y colonia Teodoro Rodas Valle.

Para determinar el tamaño de la muestra, se debe determinar primero el tamaño de la población. Para esto se recurrió a datos secundarios, arrojándonos esta

información necesaria para la realización de la investigación. La fuente de los datos fue la municipalidad de la ciudad de Danlí.

Población Total de La Ciudad de Danlí.

Área Urbana: 60,000 habitantes
 Área Rural: 110,420 habitantes
 Total de Área: 170,420 habitantes

Siendo el área urbana la zona de interés; de esta área se consideró el número de hogares por zona geográfica seleccionada anteriormente.

Tabla 4. Factores relevantes

Factores relevantes			
	Concepto	Nº / %	Términos
N	Población	2,678	Total hogares de las colonias y barrios seleccionados
Z	Probabilidad Asociada al nivel de confianza	1.96	Dato tomado de la tabla Z
E	Error Muestral	0.05	Posibilidad de Error en la muestra
P	Probabilidad de Éxito	50%	
Q	Probabilidad de Fracaso	50%	
NC	Nivel de Confianza de la investigación	95%	Dato utilizado para determinar (Z ,e)

3.3.2 MUESTRA

Para obtener una muestra representativa, se utilizaron fórmulas estadísticas, tomando como base los factores que influyen en la determinación de la muestra, se dividió la muestra entre las colonias. El número de encuestas por Barrio o Colonia son los siguientes.

Tabla 5. Determinación del tamaño de muestra

Nº	Colonia/ Barrio	Nº Viviendas	% Colonia/Barrio
1	El Granada	16	0.6
2	Las Flores	352	13
3	Tierra Blanca	362	14
4	Las Colinas	149	5
5	El Carmelo	470	18
6	Pueblo Nuevo	557	21
7	Las Brisas	64	2.4
8	Teodoro Rodas Valle	152	6
9	El Zarzal	144	5
10	Oriental	412	15
	TOTALES	2,678	100

Fórmulas Utilizadas:

$$N = Z^2(P.q) / E^2(N-1) + Z(P.q)$$

DESARROLLO

$$1- \frac{n = (0.5)(1 - 0.5)}{\frac{(0.05)^2}{(1.96)^2} + \frac{(0.5)(1-0.5)}{2,678}}$$

$$n = \frac{0.25}{\left[\frac{0.0025}{3.8416} \right] < \frac{0.25}{2,678}}$$

$$n = \frac{0.25}{0.0006507 < 0.0000933}$$

$$n = \frac{0.25}{\boxed{n = 336}}$$

$$2- n = \frac{(1.96)^2(2,678)(0.5 \times 0.5)}{(0.05)^2(2,678 - 1) + (1.96)^2(0.5 \times 0.5)}$$

$$n = \frac{2,571.95}{7.6529}$$

n= 336

R/ El número de encuestas que se deben aplicar, para que la investigación sea representativa es de 336 encuestas, distribuidas de la siguiente forma:

Tabla 6. Distribución de Encuestas

Nº	Colonia/ Barrio	Nº Viviendas	% Colonia/Barrio	Nº Encuestas
1	El Granada	16	0.6	2
2	Las Flores	352	13	46
3	Tierra Blanca	362	14	47
4	Las Colinas	149	5	17
5	El Carmelo	470	18	60
6	Pueblo Nuevo	557	21	71
7	Las Brisas	64	2.4	7
8	Teodoro Rodas Valle	152	6	20
9	El Zarzal	144	5	17
10	Oriental	412	15	50
TOTALES		2,678	100	336

3.3.3 UNIDAD DE ANÁLISIS

La unidad de análisis la constituyen los siguientes: Supermercados de Danlí como La Colonia, Alrashid número 1, 2 y la Despensa Familiar, habitantes de la ciudad de Danlí, El Paraíso, Bodegas y centros de distribución de productos lácteos como ser: Lácteos pinocho, Lácteos de Oriente, Bodega de lácteos, lácteos Providencia, lácteos Giselle, Lácteos Karen, Lácteos el Carmelo, Lácteos Alaska, Carnes Lácteos y mas, y lácteos Mirty.

3.3.4 UNIDAD DE RESPUESTA

La unidad de respuesta son valores monetarios en lempiras producidos por el nivel de ventas.

3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS APLICADOS

3.4.1 INSTRUMENTOS

Encuestas: la encuesta fue usado como método para recolectar información del cliente y de esta forma conocer la demanda de los productos, preferencias de compra y lugares favoritos. (Ver anexo 2)

Investigación documental: se obtuvieron datos de la agroindustria como ser: % de crecimiento, conceptos, tendencias del mercado, información referente a productores, producción, productos.

3.4.2 TÉCNICAS

La técnica de muestreo seleccionada es de forma probabilística, ya que se seleccionó un muestreo por agrupamiento de área, para describir más a detalle es importante mencionar algunos conceptos fundamentales:

"Muestreo por agrupamiento por área: Forma común de muestreo por agrupamientos en la que estos consisten en áreas geográficas como condados, zonas habitacionales, cuadras u otras descripciones de áreas."

(MALHOTRA, 2004, pág. 329)

Se seleccionó dicha técnica ya que la población objetivo fue estratificada de forma geográfica, (por barrios y colonias de la ciudad de Danlí) Para ello se tomó una muestra representativa de cada colonia donde todos los elementos de la

población tienen la misma oportunidad probabilística de ser seleccionados para dicha muestra.

También es importante mencionar que el muestreo por agrupamiento es una de las técnicas de muestreo de fácil aplicación y es eficaz en cuanto a costos.

3.4.3 PROCEDIMIENTOS

La encuesta se distribuyó en 10 colonias de la ciudad de Danlí, El Paraíso por lo que se procedió a realizar las encuestas con el apoyo de 2 personas.

3.5 FUENTES DE INFORMACION

3.5.1 FUENTES PRIMARIAS

Encuestas.

3.5.2 FUENTES SECUNDARIAS

Reportes de instituciones estatales: Secretaría de Agricultura y Ganadería, Banco Central de Honduras, Instituto Nacional de Estadística, Libros, Manual de Tesis de Postgrado de Unitec, Sitios de internet: biblioteca virtual E-libro.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS

A continuación se describe los resultados del estudio de mercado realizado así mismo se realizó el estudio financiero para conocer la factibilidad del negocio propuesto, se pudo determinar que existen 5 productos de mayor consumo y a partir de estos se realizaron estimaciones de ventas, se realizó el presupuesto inicial de materiales, maquinaria para poder operar el negocio así como el inventario inicial de producto.

4.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

Los productos que el cliente podrá encontrar serán:

1-Queso fresco

2-Quesillo

3. Mantequilla

4-Cuajada

5-Queso seco

Todos los productos el cliente los podrá observar en mostradores de vidrios, madera, acondicionados.

4.2 DEFINICION DEL MODELO DE NEGOCIOS

El centro de comercialización de productos lácteos en la ciudad de Danlí, se desempeñará como un lugar donde el cliente podrá encontrar:

1-Queso fresco

2-Quesillo

3. Mantequilla

4-Cuajada

5-Queso seco

Los clientes podrán encontrar productos totalmente orgánicos, o con muy poco perseverantes, lo cual es muy valorado por la sociedad actual.

4.3 FACTORES CRÍTICOS DE RIESGO

El riesgo es un evento o condición incierta que, si se produce, tiene un efecto positivo o negativo en los objetivos del proyecto, como tiempo, costo, alcance o calidad (PMI, 2013)

La planificación de la gestión de riesgos es el pilar de todos los procesos, ya que de la adecuada construcción de esta determina el éxito los siguiente procesos, esta parte consiste en la definición de cómo realizar las actividades de gestión de los riesgos para el proyecto, el tiempo que se invertirá y los recursos asignados.

La identificación de los riesgos del proyecto es un punto fundamental dentro de la planificación ya que es el punto de partida que determina cuáles serán las variable que pueden impactar en los objetivos del proyecto, al identificarlos de manera adecuada con sus características disminuimos la probabilidad de incertidumbre dentro del proyecto, aumentando las probabilidades de éxito y de trabajo bajo un esquema seguro. En el caso del proyecto del centro de comercialización de productos lácteos la identificación de riesgos es fundamental para brindar un panorama de las variables internas como externas que podrían afectar el desarrollo del proyecto, lo cual sirve para crear estrategias para el manejo de los riesgos.

4.4. ANALISIS DE RIESGOS

A continuación se describe las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que se presentan en el proyecto de comercialización de productos lácteos en la ciudad de Danlí, El Paraíso.

El conocer los puntos fuertes y débiles es imperativo para fortalecer en lo que se está débil y mantener o aprovechar los puntos fuertes, asimismo se realizó un análisis de los riesgos identificados en el proyecto.

Tabla 7. FODA

Fortalezas	Oportunidades	Debilidades	Amenazas
Mercado local, nacional identificado Productos orgánicos Buena calidad Precios competitivos	Demanda alta Posicionamiento de marca Nuevos mercados en departamentos vecinos	Procesos artesanales Tardanza en la entrega de registros	Productos originarios de otros departamentos de mejor calidad y aceptación. Nuevo competidor en la zona. Problemas de orden público. Los problemas tanto económicos como sociales que está enfrentando el país.

En el proyecto se pueden presentar riesgos negativos y positivos los cuales se presentan en la siguiente tabla.

Tabla 8. Riesgos

Riesgos negativos	Riesgos positivos u oportunidades
No contar con el personal profesional clave ni con los instrumentos para realizar el proyecto	Alta demanda de mercado en cuanto a lácteos
Dificultad de conseguir licencia ambiental y permisos de la municipalidad	Aceptación por parte de los clientes potenciales de los productos
Manejo de información no actualizada por parte del SAG en cuanto a ley de lácteos	Mayor satisfacción de los clientes en el consumo de los productos
No contar con la materia prima adecuada para la comercialización	Producto diferenciado ante la competencia por altos niveles nutricionales.
Ciclo de vida del producto	
Saturación de productos en el mercado	

En el ciclo del proyecto se presentan los riesgos detallados en la siguiente tabla.

Tabla 9. Riesgos identificados en ciclo del proyecto

Agrupación de Riesgos	Inicio	Planeación	Ejecución	Cierre
1. TECNICOS				
No obtención de permiso municipal	X			
No obtención de permiso ambiental	X			
Mala identificación de riesgos		X		
2. EXTERNOS				
Preferencias del consumidor		X		
Incumplimiento de contratos			x	
Competencia		X		
Disponibilidad de materia prima			x	
Cumplimiento / Ejecución del tiempo del proyecto			x	x
Clima		X	x	x
3. ORGANIZACIONAL				
Falta de financiamiento externo		X		
Desembolsos Tardíos			x	
Cambio en la tasa de interés			x	
Responsabilidad de empleados			x	
Supervisión deficiente	X	X	x	x
Mala estructura organizacional	X	X		
4. DIRECCION DE PROYECTOS				

Pérdida de personal clave		X	x	
Falta de experiencia en productos lácticos		X	x	
Reportes de control y monitoreo ineficientes	X	X	x	x

Tabla 10. Categorización de Riesgos

No	Categoría	Descripción del riesgo	Sub divisiones	Observaciones
1	Técnico	Se refiere a los riesgos técnicos propios de la instalación del centro de comercialización	Requisitos	No obtención de permiso municipal No obtención de permiso ambiental
			Tecnología	Elección de tecnología apropiada para comercialización
			Rendimiento	Capacidad Instalada
			Calidad	Buenas prácticas de calidad y aplicación de estándares
2	Externos	Son aquellos riesgos ajenos a la organización, producidos por agentes externos	Mercado	Abastecimiento de mercados
			Clientes	Satisfacción del cliente
			Clima	Fenómenos de la naturaleza
			Regulatorio	Marco legal vigente
3	De la organización	Son los riesgos correspondientes a los procesos internos de la organización	Financiero	Fuentes de financiamiento del proyecto
			Recursos	Económicos, equipo, fuerza laboral
4	Dirección de proyectos	Se refiere a los riesgos inherentes al manejo del proyecto	Inicio	Identificación de interesados
			Planificación	Planes y diseños
			Ejecución	Costos y tiempos
			Control y seguimiento	Reportes y ajustes

Tabla 11. Registro de Riesgo

ID	Riesgo	Impacto	Probabilidad	Total	Activador (Trigger)	Organismo Responsable	Nombre del Responsable
1. TECNICOS							
1	No obtención de permiso municipal	0.9	0.6	0.54	Demora aprobación	Municipalidad	Alcaldía
2	No obtención de permiso ambiental	0.9	0.5	0.45	Demora aprobación	SENASA	Oficina SAG
3	Mala identificación de riesgos	0.8	0.5	0.4	Capacidad Técnica		
2. EXTERNOS							
4	Preferencias del consumidor	0.9	0.5	0.45	Productos extranjeros	Competencia	Importadores
5	Incumplimiento de contratos	0.8	0.3	0.24	Falta de Materia prima	Contratista	Gerente de proyecto
6	Competencia	0.5	0.5	0.25	Importaciones	Competencia	Competencia
7	Disponibilidad de materia prima	0.8	0.9	0.72	Escases de agua	Productores de lácteos	Tiempo
8	Cumplimiento / Ejecución del tiempo del proyecto	0.7	0.6	0.42	Entrega en tiempo	Contratista	Gerente de proyecto
9	Clima	0.7	0.5	0.35	Falta o exceso de Lluvia	Cambio climático	
3. ORGANIZACIONAL							
10	Falta de financiamiento externo	0.9	0.7	0.63	Sin garantía	Ente Financiero	Gerente de crédito
11	Desembolsos Tardíos	0.4	0.2	0.08	Falta de capital	Ente Financiero	Superviso de avance dela obra
12	Cambio en la tasa de interés	0.4	0.2	0.08	Tasa Cambiaria	Ente Financiero	Gerente de crédito
13	Responsabilidad de empleados	0.2	0.1	0.02	Llegadas tardías	Recurso Humanos	
4. DIRECCION DE PROYECTOS							
14	Aumento en los costos de producción	0.4	0.3	0.12	Fluctuación cambiaria	Gobierno	Congreso
15	Pérdida de personal clave	0.5	0.2	0.1	Fuga de empleados	Recurso Humanos	Gerente
16	Reportes de control y monitoreo ineficientes	0.1	0.1	0.01	Inconsistencias	Supervisores	Control de avances

Tabla 12. Definiciones de Probabilidad de Riesgo

Definición	Probabilidad
Muy improbable	0.1
Relativamente probable	0.3
Probable	0.5
Muy probable	0.7
Casi certeza	0.9

A continuación se define cuantitativamente el impacto que puede ocasionar en el proyecto los riesgos.

Tabla 13. Definiciones de Impacto de Riesgo

Definición	Impacto
Muy alto	0.8
Alto	0.4
Medio	0.2
Bajo	0.1

Tabla 14. Matriz de Probabilidad e Impacto

PROBABILIDAD	Amenazas					Oportunidades				
0.9	0.05	0.09	0.18	0.36	0.72	0.72	0.36	0.18	0.09	0.05
0.7	0.04	0.07	0.14	0.28	0.56	0.56	0.28	0.14	0.07	0.04
0.5	0.03	0.05	0.10	0.20	0.40	0.40	0.20	0.10	0.05	0.03
0.3	0.02	0.03	0.06	0.12	0.24	0.24	0.12	0.06	0.03	0.02
0.1	0.01	0.01	0.02	0.04	0.08	0.08	0.04	0.02	0.01	0.01
	0.05	0.1	0.2	0.4	0.8	0.8	0.4	0.2	0.1	0.05

Tabla 15. Niveles de Riesgo

Id	Descripción
	Alto
	Medio
	Bajo

4.5 ESTUDIO DE MERCADO

4.5.1 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA Y LA INDUSTRIA

Análisis de la competencia

Se identificaron distribuidoras de productos lácteos dos en el barrio el Centro, siete en el barrio Pueblo Nuevo y dos en el barrio el Carmelo y tres supermercados que comercializan productos lácteos y además 2 procesadoras de productos lácteos una ubicada en el valle de Jamastran y la otra en el barrio el arenal.

Es de aclarar que la competencia indirecta es grande en lo relacionado a los derivados lácteos, puesto que la explotación tradicional de leche y la elaboración de sus derivados se han intensificado en el departamento. Por esta razón las estrategias de comercialización son factores claves para sacar adelante un producto, así mismo es importante resaltar los atributos de los productos que se vaya comercializar, sin compararlos directamente con los de los productos tradicionales.

Todas las anteriores se encuentran comercializadas por pequeñas empresas informales dedicadas a la fabricación de derivados lácteos o por grandes empresas reconocidas como Sula, Leyde, las cuales se caracterizan por un respaldo logístico, una gran marca, una excelente presentación y muy buenos canales distribución. En términos generales son empresas modelos a seguir por la idea de negocios; Pero la mayor fortaleza que tienen los productores de lácteos artesanales es que sus productos son de buena calidad, y el sabor, atributo que no se puede descuidar para llegar a competir bajo las mismas condiciones.

En la siguiente tabla se muestra un resumen de la competencia directa.

Tabla 16. Competencia directa

Nombre	Ubicación	Proveedor
Lácteos Giselle	Pueblo nuevo	Jamastran,anonimo de trojes
Carnes Lácteos y mas	Pueblo nuevo	Olancho
Pulpería Mirty	Pueblo nuevo	
Lácteos Karen	Pueblo nuevo	Castellanos
Lácteos Providencia	Pueblo nuevo	
Lácteos La Esquina	Pueblo nuevo	Carvajal y Rodríguez
Mercadito Alaska	Pueblo nuevo	Santa maría, Sartenejas
Lácteos mi Finca	El Carmelo	Patuca
Lácteos el Carmelo	El Carmelo	Patuca
Alrashid	El Carmelo	Sula, Procesadora alrashid
La Colonia	Circunvalación	Sula, productores varios
Alrashid	El Centro	Sula, Procesadora alrashid,Leyde
Despensa Familiar	El Centro	Sula,Leyde,La pradera
Lácteos Pinocho	El Centro	Jamastran
Lácteos de Oriente	El Centro	Jamastran

Tabla 17. Precio de venta competencia por libra de producto

Gissele		
producto	precio compra	precio venta
Queso Fresco		40
Queso Seco		36
Mantequilla		34
Cuajada		36
Quesillo		36
Total		

Mi Finca		
producto	precio compra	precio venta
Queso Fresco	29	41
Queso Seco	31	40
Mantequilla		40
Cuajada		36
Quesillo		36
Total		

lácteos la esquina		
producto	precio compra	precio venta
Queso Fresco	28	33
Queso Seco	33	40
Mantequilla	25	30
Cuajada	30	36

Quesillo	33	38
Total		
Alaska		
producto	precio compra	precio venta
Queso Fresco		35
Queso Seco		44
Mantequilla		40
Cuajada		36
Quesillo		40
Total		
Alrashid		
producto	precio compra	precio venta
Queso Fresco		40
Queso Seco		
Mantequilla		51
Cuajada		
Quesillo		
Total		
Despensa Familiar		
producto	precio compra	precio venta
Queso Fresco		
Mantequilla sula		25.2
Mantequilla pradera		24.2
Cuajada		
Quesillo		
Total		

Se logró identificar 3 proveedores de productos lácteos que realizan un producto de alta calidad e inocuidad los cuales son Castellanos, Carvajal y Rodríguez.

La empresa procesadora PROLADAN de la familia Carvajal cuenta con 30 años de operar, ubicada en el barrio el arenal de la ciudad de Danlí, tiene finca propia de abastecimiento de leche y además compra leche a pequeños productores de la zona, el 85% de su producción la vende a comerciantes del mercado zonal Belén de la ciudad de Comayagüela, la capacidad máxima de procesamiento es de 16,000 litros de leche , pero siempre está en el promedio de 10,500-12000 , presentan la siguiente producción diaria:

Tabla 18. Produccion diaria

Producto	Producción diaria lb	Precio venta
Mantequilla	500	25
Queso seco	450	33
Queso fresco	800	28
Quesillo	2500	28

La procesadora Castellanos propiedad de la familia Castellanos está ubicada en la cercanía de Trojes cuenta con una producción diaria detallada a continuación:

Tabla 19. Produccion diaria Castellanos

Producto	Producción diaria lb	Precio venta
Mantequilla	300	28
Queso seco	300	34
Queso fresco	500	29
Quesillo	1000	25
Cuajada	300	28

En la zona de Patuca se encuentran varios procesadores de lácteos entre ellos la familia Rodríguez esta es una pequeña empresa familiar su producción es en menor escala pero debido a que ellos realizan la entrega del producto cada 15 días se tomó en cuenta, la producción diaria se detalla a continuación:

Tabla 20. Produccion diaria Rodríguez

Producto	Producción diaria lb	Precio venta
Mantequilla	100	25
Queso seco	100	34
Queso fresco	200	28
Quesillo	300	28
Cuajada	100	28

De acuerdo al estudio realizado de la competencia e industria se logró determinar que para competir comercialmente se deben bajar los precios con respecto a la competencia, en la siguiente tabla se resumen los precios de venta y compra así como el margen de contribución.

Tabla 21. Precio de costo y venta

Producto	Precio de venta	Precio de costo	Ganancia	Margen de contribución
Queso fresco	34	28	6	0.176470588
Quesillo	38	28	10	0.263157895
Mantequilla	35	25	10	0.285714286
Cuajada	35	28	7	0.2
Queso Seco	39	33	6	0.153846154

4.5.2 ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR

El estudio efectuado es de tipo mixto y debido a esto se realizó un análisis de los datos recolectados por medio de la aplicación de la encuesta, para ello los datos se transfirieron a una matriz elaborada en el programa “Microsoft office Excel 2010”, el cual fue utilizado como tabulador electrónico.

El estudio se realizó en la ciudad de Danlí, El Paraíso y se aplicó de acuerdo al siguiente orden:

Tabla 22. Distribución de encuestas

N°	Colonia o Barrio	Numero de Encuestas
1	Granada	1
2	Las Flores	46
3	Tierra Blanca	47
4	Las Colinas	17
5	El Carmelo	60
6	Pueblo nuevo	71
7	Las Brisas	7
8	Teodoro Rodas Valle	20
9	El Zarzal	17
10	Oriental	50

Se aplicaron en total 336 encuestas las que arrojaron los siguientes resultados:

Tabla 23. Genero

Pregunta 1		
Clase	Frecuencia	Frecuencia relativa
Masculino	212	0.63
Femenino	124	0.37
	336	1



Figura 2. Distribución por Género

Más del 60% de la muestra corresponde al género masculino, lo que define una tendencia muy marcada del género masculino en la población Meta, por lo tanto podemos concluir que en este caso específico la participación del hombre es más evidente que el de la mujer.

Tabla 24. Edades

Pregunta 2		
Clase	Frecuencia	Frecuencia Relativa
De 15 a 20 años	77	0.229166667
De 21 a 30 años	181	0.538690476
De 31 a 40 años	34	0.101190476
De 41 en adelante	44	0.130952381
	336	1

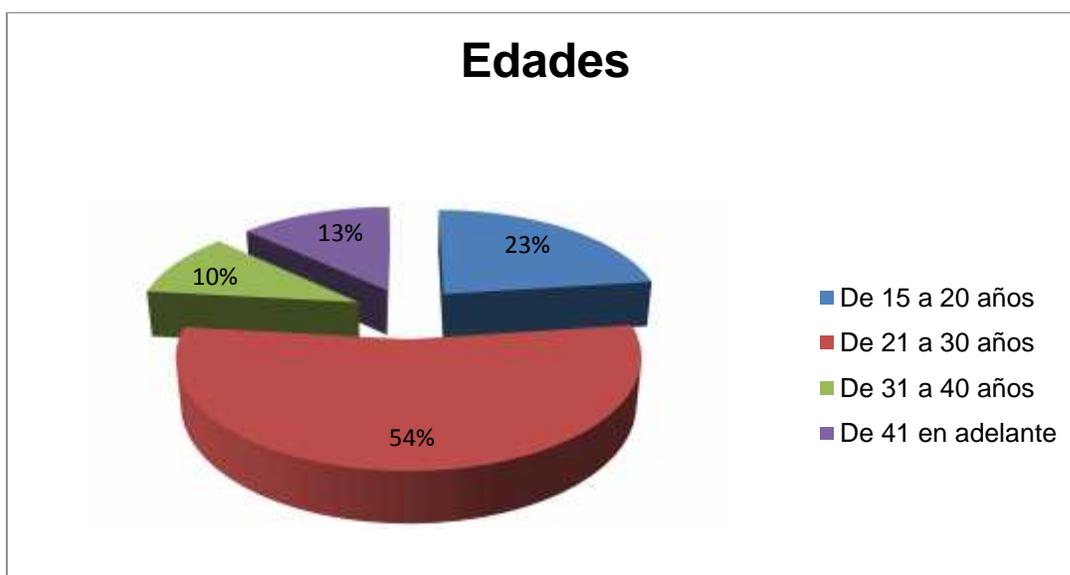


Figura 3. Distribución por edad

Más de la mitad de la muestra entrevistada se encuentra entre el rango de edad de 21- 30 años, lo que denota una población económicamente activa muy joven.

Tabla 25. Consumo de lácteos

Pregunta 3		
Clase	Frecuencia	Frecuencia Relativa
Si	336	1
No	0	0
	336	1

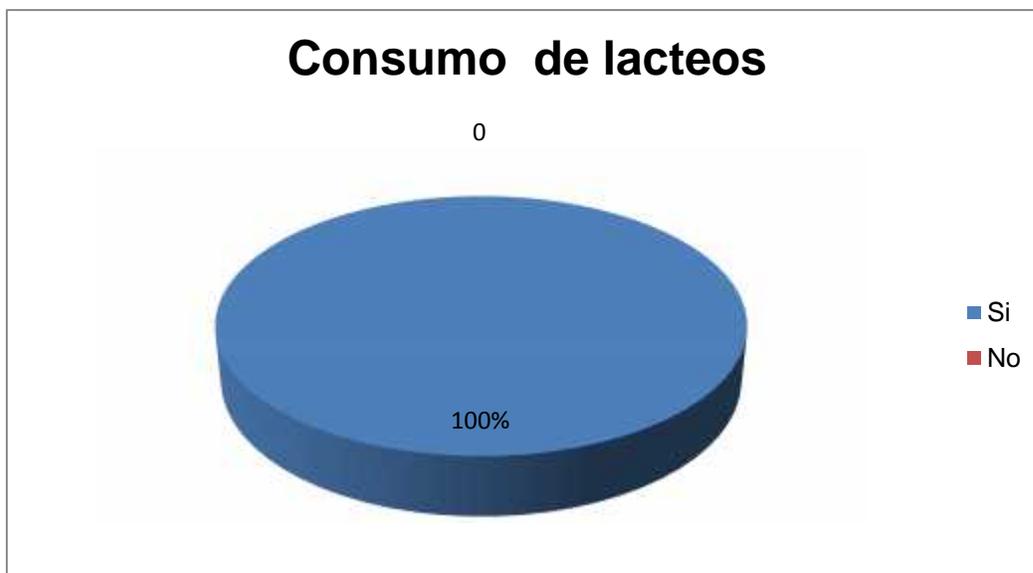


Figura 4. Consumo de lácteos

El 100% de la muestra consume productos lácteos, lo que define una tendencia muy marcada al consumo de productos lácteos, por lo tanto podemos concluir que en este caso específico el consumo de productos lácteos es al 100%.

Tabla 26. Frecuencia de compras

Pregunta 4		
Clase	Frecuencia	Frecuencia Relativa
Diariamente	135	0.401785714
semanalmente	171	0.508928571
Quincenalmente	27	0.080357143
Mensualmente	3	0.008928571
	336	1

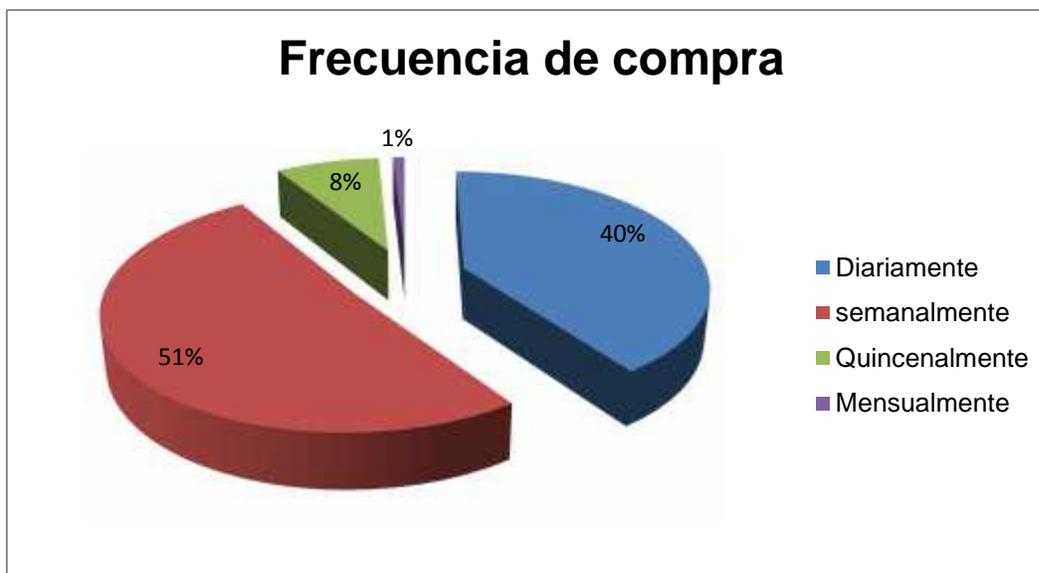


Figura 5. Frecuencia de compra

Más del 50% de la muestra realiza sus compras semanalmente, lo que define una tendencia muy marcada en la realización de compras, por lo tanto podemos concluir que en este caso específico la mayoría de las personas realiza sus compras semanalmente.

Tabla 27. Preferencia de consumo

Pregunta 5		
Clase	Frecuencia	Frecuencia relativa
Queso Fresco	69	0.205357143
Queso con chile	24	0.071428571
Quesillo	66	0.196428571
Mantequilla	77	0.229166667
Queso Seco	42	0.125
Cuajada	48	0.142857143
Requesón	10	0.029761905
	336	1

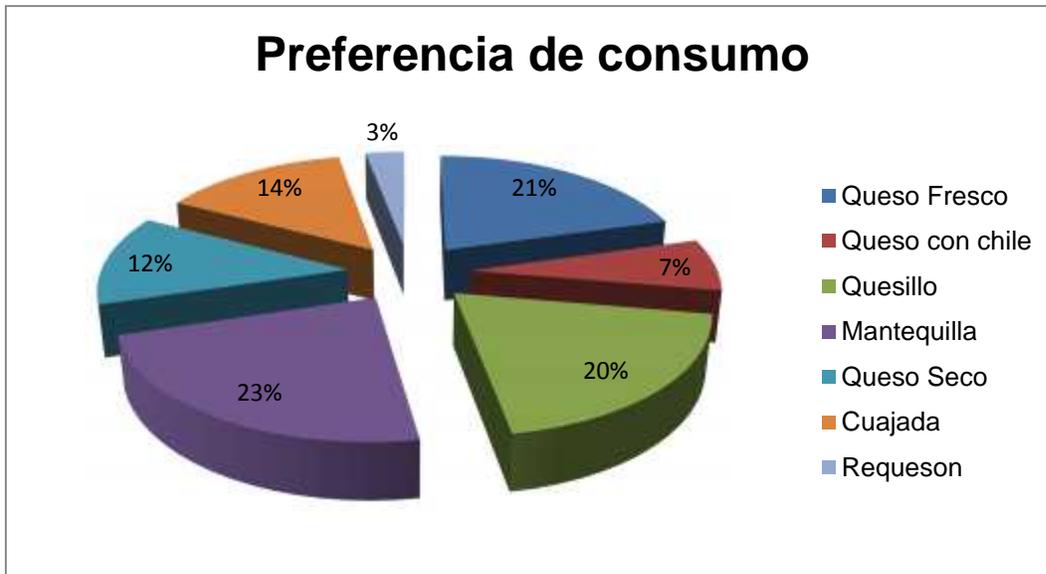


Figura 6. Preferencia de consumo

Se puede observar que los productos de mayor consumo son: en primer lugar la mantequilla con un 23%, el queso fresco con un 21% y en tercer lugar el quesillo con un 20%, por lo tanto podemos concluir que en este caso específico la preferencia es mayor con la mantequilla.

Tabla 28. Lugares de compra

Pregunta 6		
clase	Frecuencia	Frecuencia relativa
supermercados	69	0.205357143
Pulperías	35	0.104166667
Tiendas de lácteos	232	0.69047619
	336	1

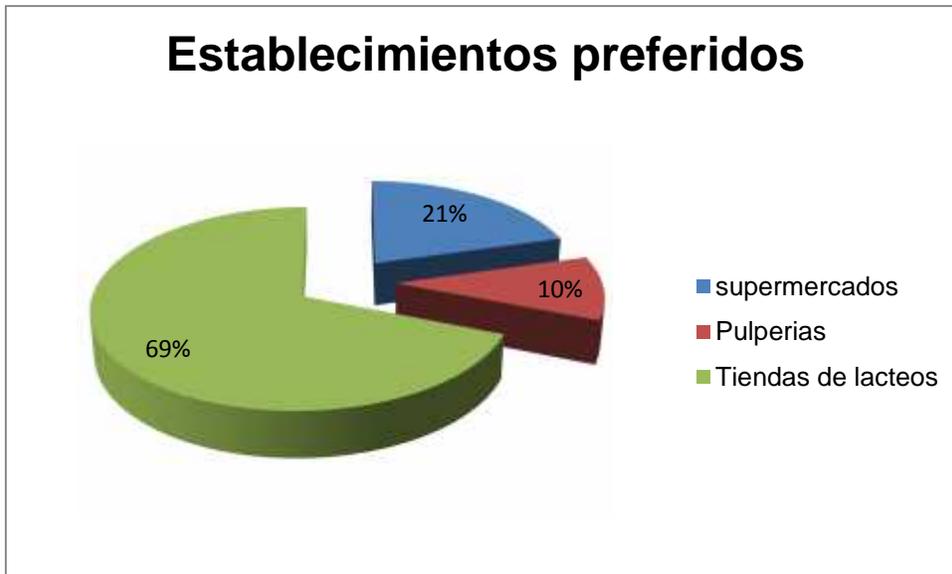


Figura 7. Establecimiento preferido

Más del 60% de la muestra prefiere realizar sus compras en tiendas de lácteos, lo cual nos indica que nuestra elección de creación de un centro de comercialización de lácteos es la mejor opción en cuanto a preferencia de compra por parte de los clientes.

Tabla 29. Satisfacción del cliente

Pregunta 7		
clase	Frecuencia	Frecuencia relativa
si	259	0.770833333
no	77	0.229166667
	336	1



Figura 8. Satisfacción del cliente

Más del 70% de la muestra se siente satisfecho con el producto lácteo que compra, lo cual nos deja un margen inferior al 30% de personas insatisfechas las cuales podrían convertirse en nuestros clientes.

Tabla 30. Preferencia de origen

Pregunta 8		
Clase	Frecuencia	Frecuencia relativa
Danlí	181	0.538690476
Olancho	155	0.461309524
	336	1

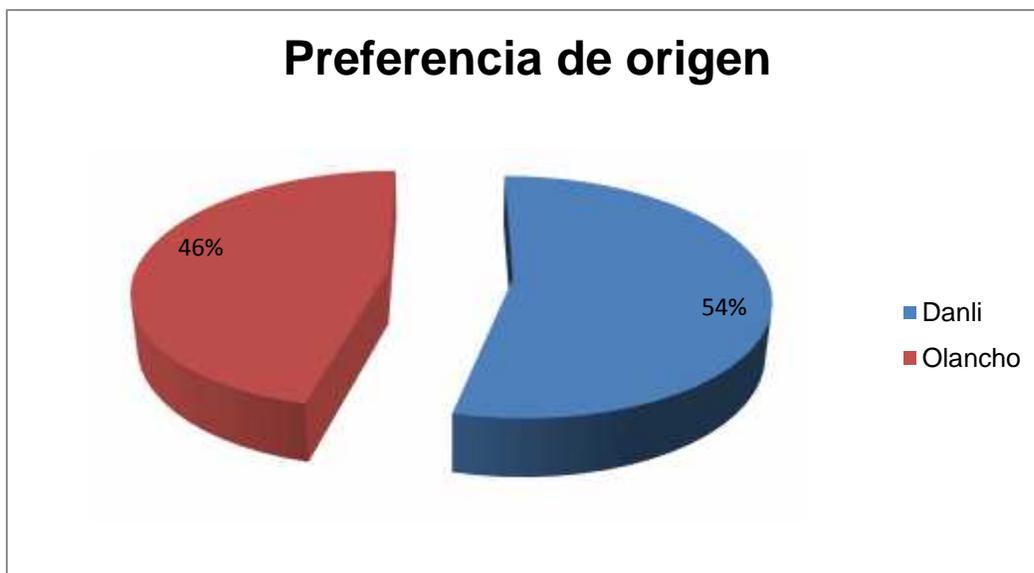


Figura 9. Preferencia de origen

Más del 50% de la muestra corresponde a preferencias de producto originario de Danlí, lo que define una tendencia muy marcada en la población Meta, por lo tanto podemos concluir que en este caso específico la preferencia es de productos originarios de Danlí.

Tabla 31. Monto semanal de compra

Pregunta 9		
Clase	Frecuencia	Frecuencia relativa
menos de 300	208	0.619047619
de 301 a 500	84	0.25
de 501 a 1000	27	0.080357143
de 1001 a 2000	0	0
más de 2000	17	0.050595238
	336	1



Figura 10. Monto de compra

Más del 60% de la muestra realiza compras semanales destinando montos menores de L. 300.00, lo que define una tendencia muy marcada en la población Meta, por lo tanto podemos concluir que en este caso específico que la mayoría de la población destina menos de L. 300.00 para la compra semanal de lácteos.

Tabla 32. Ingresos netos mensuales

Pregunta 10		
Clase	Frecuencia	Frecuencia relativa
de 1000a 5000L.	144	0.428571429
de 5001 a 8000L.	55	0.163690476
de 8001 a 15000L	50	0.148809524
de 15001 a 20000 L.	20	0.05952381
más de 20000L.	67	0.199404762
	336	1

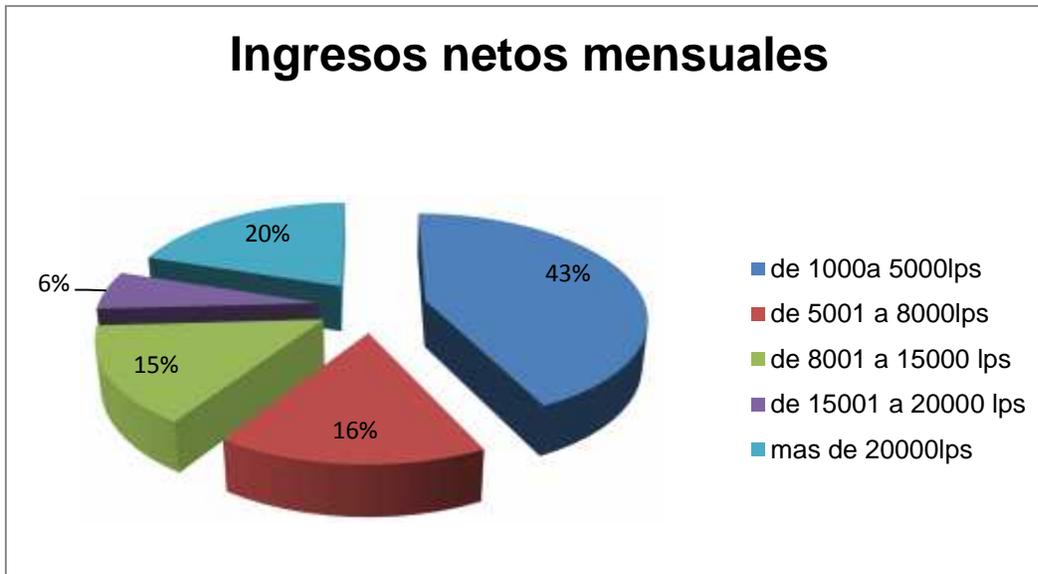


Figura 11. Ingresos netos mensuales

Más del 40% de la muestra tiene ingresos inferiores a los L. 5000.00 mensuales, lo que define una tendencia muy marcada en la población Meta, por lo tanto podemos concluir que en este caso específico la mayoría de la población tiene ingresos inferiores a los L. 5000.00 mensuales.

4.5.3 ESTIMACION DE TENDENCIAS DE MERCADO

A partir de los resultados obtenidos en el estudio de mercado se pueden proyectar las ventas que se detallan a continuación:

Según resultados obtenidos en las encuestas realizadas se puede concluir que el 100% de los hogares de la población Meta consume productos lácteos y el 23 % de la población no está satisfecho con su tienda de abastecimiento de productos lácteos, asimismo se puede concluir que en promedio por cada hogar se consumen por lo menos L. 200.00 semanalmente, y las personas realizan sus compras en tiendas de lácteos en un 69% , para obtener la demanda probable de

ventas semanales y anuales de productos lácteos se realiza el procedimiento detallado a continuación:

Para determinar el monto semanal de venta se multiplica el total de hogares por el 100% de los encuestados que dijo consumir productos lácteos, luego se realiza una depuración multiplicando el producto por el 23% que dijo no estar conforme con su proveedor de lácteos, seguidamente se multiplica el valor obtenido por el monto semanal promedio que las personas gastan en productos lácteos semanalmente y por último se multiplica por el 69% que confirmo comprar en tiendas de lácteos.

Tabla 33. Estimación de Ventas

Total hogares	Consume	No satisfecho	Monto semanal	Tienda lacteos	Monto semanal
2678	1	0.23	200	0.69	84999.72

A partir de los datos semanales de venta obtenidos anteriormente se pudo determinar que monto de cada producto se proyecta vender, de acuerdo con entrevista realizada las preferencias de los consumidores son: Queso fresco en un 23%,quesillo 22%,Mantequilla 25%,Cuajada 16%,queso seco 14% , para obtener el monto semanal de venta de cada producto se multiplica el monto semanal de ventas por el % de cada producto.

Producto	%	semanal	mensual	anual
Queso fresco	0.23	19,549.94	78,199.74	938,396.91
Quesillo	0.22	18,699.94	74,799.75	897,597.04
Mantequilla	0.25	21,249.93	84,999.72	1019,996.64
Cuajada	0.16	13,599.96	54,399.82	652,797.85
Queso Seco	0.14	11,899.96	47,599.84	571,198.12
Total	1	84,999.72		4079,986.56

Tabla 34. Distribucion de ventas

Producto	%	semanal	mensual	anual
Queso fresco	0.23	19,549.94	78,199.74	938,396.91
Quesillo	0.22	18,699.94	74,799.75	897,597.04
Mantequilla	0.25	21,249.93	84,999.72	1019,996.64
Cuajada	0.16	13,599.96	54,399.82	652,797.85
Queso Seco	0.14	11,899.96	47,599.84	571,198.12
Total	1	84,999.72		4079,986.56

Se determinó la cantidad de libras que se proyecta vender en el primer año los cuales se resumen en la siguiente tabla.

Tabla 35. Ventas libras

Producto	Libras anual	Libras mensual	Libras semanal	Libras diaria
Queso fresco	27599.90908	2299.992424	574.9981059	95.8330176
Quesillo	23620.97482	1968.414568	492.1036421	82.0172737
Mantequilla	29142.76114	2428.563429	607.1408571	101.190143
Cuajada	18651.36713	1554.280594	388.5701486	64.7616914
Queso Seco	14646.1056	1220.5088	305.1272	50.8545333
Total	113661.1178	9471.759815	2367.939954	394.656659

Con base en los resultados se procedió a elaborar una tabla donde se resume las ventas que se esperan cada año, suponiendo un incremento del 10% sobre las ventas cada año.

Tabla 36. Ventas

Concepto	Tasa de crec	Proyectado				
	Anual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Queso fresco	1.1	938,396.91	1032,236.60	1135,460.26	1249,006.29	1373,906.91
Queso seco	1.1	571,198.12	628,317.93	691,149.72	760,264.70	836,291.17
Mantequilla	1.1	1019,996.64	1121,996.30	1234,195.93	1357,615.53	1493,377.08

Quesillo	1.1	897,597.04	987,356.75	1086,092.42	1194,701.66	1314,171.83
Cuajada	1.1	652,797.85	718,077.63	789,885.40	868,873.94	955,761.33
Total ingresos		4079,986.56	4487,985.22	4936,783.74	5430,462.11	5973,508.32

Las ventas proyectadas para el primer año son de Lps 4,079,986.56 monto que incluye todos los productos , para los siguientes años se pronostica un aumento del 10% sobre las ventas cada año.

4.5.4 ESTRATEGIA DE MERCADOS Y VENTAS

La estrategia de mercados consiste en publicidad de los productos ofrecidos en televisoras y compañías de radio locales, donde se destacara la calidad e inocuidad de los productos lácteos ofrecidos por la empresa, asimismo se brindara incentivos a los vendedores en base al nivel de ventas proyectados, y se brindara capacitación en atención al cliente a los empleados de la empresa.

Con el fin de cumplir los objetivos trazados de un incremento del 10% en el nivel de ventas año tras año se formula la estrategia de publicidad y ventas que consiste en realizar publicidad del negocio en televisión y radio con un presupuesto de L 2000.00 mensuales y además incentivar al personal de ventas que realice ventas no solo en su puesto de trabajo, por lo cual se le ofrece un 1% de comisión sobre el nivel de ventas, para lo cual se dispone de L6, 000.00.mensuales.

El alquiler del local donde funcionara la empresa es en el barrio el centro en los locales de alquiler de la familia Gómez y el mismo tendrá un valor de Lps 8,000.00. el local se encuentra en un área estratégica dado que es la zona comercial de la ciudad de Danlí, el monto a pagar por alquiler se incrementara 5% cada año.

El mantenimiento y reparación del vehículo marca Toyota motor 22r será de L4, 000.00 mensuales con incrementos de 5% cada año.

Tabla 37. Mercados y promoción

Concepto	Tasa de crec	Proyectado					MES
	Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
	1.05	-	-	-	-	-	-
Fletes	1.1	12,000.00	13,200.00	14,520.00	15,972.00	17,569.20	1,000.00
Publicidad	1.05	24,000.00	25,200.00	26,460.00	27,783.00	29,172.15	2,000.00
Mantenimiento y Reparación de Vehículo	1.05	48,000.00	50,400.00	52,920.00	55,566.00	58,344.30	4,000.00
Incentivos de Personal y capacitación	1.05	72,000.00	75,600.00	79,380.00	83,349.00	87,516.45	6,000.00
Alquiler local	1.05	96,000.00	100,800.00	105,840.00	111,132.00	116,688.60	8,000.00
Total gastos		252,000.00	265,200.00	279,120.00	293,802.00	309,290.70	

4.6 ESTUDIO DE PRODUCCION Y OPERACIONES

Debido a que el Centro de Comercialización de productos lácteos solo funcionara como centro de acopio y de venta al consumidor, no tendrá operaciones de producción.

4.6.1 PLANIFICACIÓN ORGANIZACIONAL

A continuación se describe el perfil de todos los puestos que se ocuparan en la empresa, así como el costo en que se incurrirá por cada persona contratada y el total de los gastos administrativos en la empresa por concepto de sueldos.

4.6.1.1 PERFIL DEL PUESTO

Puesto: Administrador

Perfil del puesto

Se requiere una persona que tenga los siguientes valores:

Responsabilidad, Honradez, Sinceridad

Requerimientos

Poseer título de licenciatura en Administración de empresas o carrera afín.

Experiencia de 1 año en puestos similares

Residir en Danlí.

Funciones:

Manejo de inventarios, Manejo de personal, Compras, Ventas, Contabilidad

Implementación de Estrategias

Puesto: Vendedor

Perfil del puesto

Se requiere una persona que tenga los siguientes valores:

Responsabilidad, Honradez, Sinceridad,

Requerimientos

Poseer título de Educación Comercial, Bachiller en Administración de Empresas o carrera afín.

Experiencia de 1 año en puestos similares

Residir en Danlí.

Proactivo

Atento

Funciones:

Atención al cliente

Aseo de las instalaciones

Realizar ventas

4.6.1.2 ORGANIGRAMA

La empresa contara con tres empleados, la persona que tendrá el mayor rango será el Administrador, luego están los vendedores.

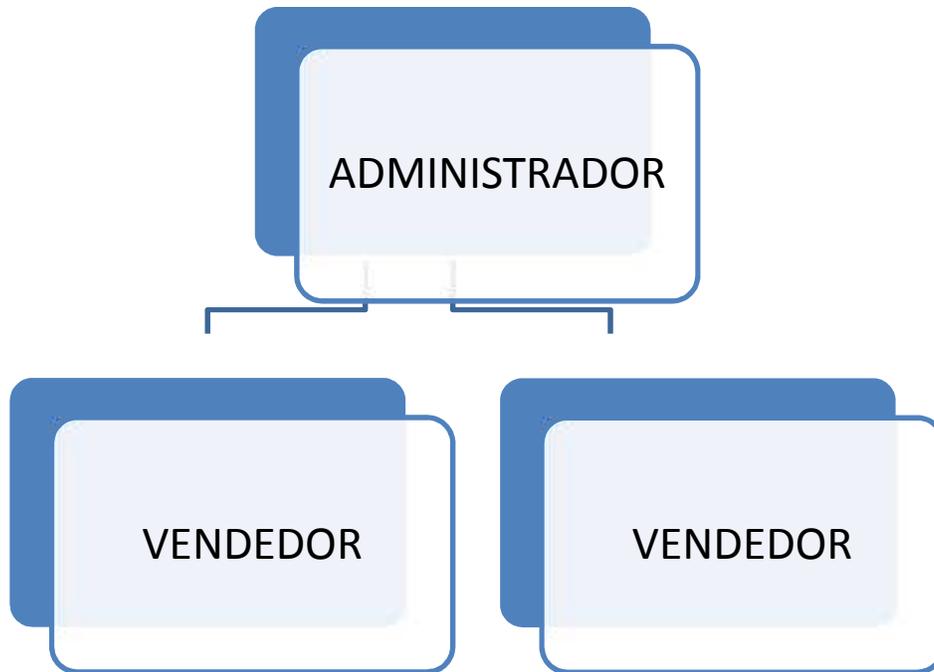


Figura.12 Organigrama

4.6.1.3 SUELDOS

En esta sección se desglosan los costos incurridos por sueldos y salarios de manera individual y de manera global.

La empresa cuenta con 3 empleados los que serán un administrador y dos vendedores.

Los 2 empleados del área de ventas devengan un salario mínimo vigente según acuerdo STSS-599-2013 de la secretaria del trabajo y seguridad social con incrementos del 5.5% año tras año.

Tabla 38. Desglose de costo de personal

Concepto	Empleados	Empleados Mensual	Proyectado					Crecimiento
			Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Planilla								

Vendedor 1	1	7,083.90	85,006.80	89,682.17	94,614.69	99,818.50	105,308.52	1.055
Vendedor 2	1	7,083.90	85,006.80	89,682.17	94,614.69	99,818.50	105,308.52	1.055
			-	-	-	-	-	1.05
	2	14,167.80	14,167.80	170,013.60	179,364.35	189,229.39	199,637.00	210,617.04
			4,768.15	64,661.84	67,544.99	70,586.71	73,795.72	77,181.23
IHSS		510.04	12,240.98	12,240.98	12,240.98	12,240.98	12,240.98	12,240.98
INFOP		55.00	283.36	298.94	315.38	332.73	351.03	
RAP		70.84	2,550.20	2,690.47	2,838.44	2,994.56	3,159.26	
PRESTACIONES		1,180.65	14,167.80	14,947.03	15,769.12	16,636.42	17,551.42	
AGUINALDO		1,180.65	14,167.80	14,947.03	15,769.12	16,636.42	17,551.42	
CATORCEAVO		1,180.65	14,167.80	14,947.03	15,769.12	16,636.42	17,551.42	
VACACIONES		590.33	7,083.90	7,473.51	7,884.56	8,318.21	8,775.71	
Total mano de obra directa		14,167.80	234,675.44	246,909.33	259,816.09	273,432.73	287,798.27	

El monto por concepto de sueldo al gerente general será de L 8,500.00 con un incremento de 5.5% año tras año debido a un incremento sobre la base del salario mínimo.

Tabla 39. Costos de personal administrativo

Concepto	Empleado	Empleado Mensual	Proyectado					tasa de crecimiento
			Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Planilla								
Gerente General	1	8,500.00	102,000.00	107,610.00	113,528.55	119,772.62	126,360.11	1.055
Total planilla directa	1	8,500.00	102,000.00	107,610.00	113,528.55	119,772.62	126,360.11	
Colaterales		3,303.67	39,644.00	41,420.50	43,294.71	45,272.00	47,358.04	

IHSS		612.00	7,344.00	7,344.00	7,344.00	7,344.00	7,344.00
INFOP		85.00	1,020.00	1,076.10	1,135.29	1,197.73	1,263.60
RAP		127.50	1,530.00	1,614.15	1,702.93	1,796.59	1,895.40
PRESTACIONES		708.33	8,500.00	8,967.50	9,460.71	9,981.05	10,530.01
AGUINALDO		708.33	8,500.00	8,967.50	9,460.71	9,981.05	10,530.01
CATORCEAVO		708.33	8,500.00	8,967.50	9,460.71	9,981.05	10,530.01
VACACIONES		354.17	4,250.00	4,483.75	4,730.36	4,990.53	5,265.00
Total mano de obra directa		11,803.67	141,644.00	149,030.50	156,823.26	165,044.62	173,718.15

4.6.2 FACTORES AMBIENTALES

Para poder operar una empresa comercializadora de productos lácteos se debe tener el permiso correspondiente de la secretaria de recursos naturales y ambiente (SERNA), el proyecto es de categoría 1, dado que es un proyecto pequeño con pocos empleados, un proyecto categoría 1 de pequeño impacto o con algunos impactos mayores, pero totalmente predecibles, que de conformidad a las características propias de un tipo de proyectos pueden ser previamente intervenidas o debidamente identificadas como apropiadas para este tipo de actividades.

4.7 ESTUDIO FINANCIERO

4.7.1 FLUJO DE CAJA PROYECTADO

A continuación se detallan los flujos de caja proyectados a cinco años para el proyecto de comercialización de productos lácteos.

Tabla 40. Flujo de caja Proyectado

Concepto	Proyectado				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Saldo inicial		-290467.18	-156391.80	21387.65	248270.99

	-	(385,726)				
Ingresos	300,000.00	4079,986.56	4487,985.22	4936,783.74	5430,462.11	5973,508.32
Ventas	-	4079,986.56	4487,985.22	4936,783.74	5430,462.11	5973,508.32
Ingresos de capital	300,000.00	-	-	-	-	-
Prestamos	300,000					
Total disponible	300,000.00	3694,260.43	4197,518.04	4780,391.93	5451,849.76	6221,779.31
Gasto corriente	264,026.13	3944,413.70	4305,533.15	4700,952.25	5133,916.34	5607,967.72
Compra de inventarios iniciales	264,026					
Compra de materia prima		3173,113.54	3490,424.90	3839,467.39	4223,414.12	4645,755.54
Mano de obra		234,675.44	246,909.33	259,816.09	273,432.73	287,798.27
Gastos de administración		50,880.00	53,424.00	56,095.20	58,899.96	61,844.96
Gastos en personal		141,644.00	149,030.50	156,823.26	165,044.62	173,718.15
Gastos de mercadeo y ventas		252,000.00	265,200.00	279,120.00	293,802.00	309,290.70
Impuesto sobre la renta		32,100.71	48,607.20	67,368.44	88,671.44	112,841.11
Otros gastos de operación		-	-	-	-	-
Gastos financieros		60,000.00	51,937.22	42,261.88	30,651.47	16,718.99
Gastos de capital	421,700.00	40,313.91	48,376.69	58,052.03	69,662.44	83,594.92
Deuda		40,313.91	48,376.69	58,052.03	69,662.44	83,594.92
Inversiones	421,700	-	-	-	-	-
Compra de activos fijos	412,700					
Gastos de instalación	9,000					
Total egresos	685,726.13	3984,727.61	4353,909.84	4759,004.28	5203,578.78	5691,562.64
Saldo en caja	(385,726.13)	(290,467.18)	(156,391.80)	21,387.65	248,270.99	530,216.67
Saldo neto disponible	(385,726.13)	(290,467.18)	(156,391.80)	21,387.65	248,270.99	530,216.67

Como se puede observar en los primeros dos años del proyecto se generan flujos de caja negativos y es hasta el tercer año que se dispone de flujos de caja positivos.

4.7.2 BALANCE GENERAL Y ESTADO DE RESULTADOS

A continuación se describe el balance general y el estado de resultados así como información relevante para poder realizarlos como ser: balance de materias

primas, costo de mercancías, tabla de depreciaciones, tabla de amortizaciones del préstamo y costos de administración.

El inventario inicial de mercancías es de L 264,026.13 para el mes de enero del año 1 con lo cual se da inicio a la comercialización, bajo condiciones apropiadas los productos tienen un periodo de caducidad detallado en la siguiente tabla:

Tabla 41. Caducidad

Producto	Caducidad días
Queso fresco	30
Queso seco	60
Mantequilla	60
Mantequilla congelada	180
Cuajada	30

El inventario inicial y final de cada año se detallan en la siguiente tabla.

Tabla 42. Materias primas

Concepto	Tasa de crec	Proyectado				
	Anual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inventario inicial	1.100	264,026.13	290,428.74	319,471.62	351,418.78	386,560.65
Compras	1.100	3173,113.54	3490,424.90	3839,467.39	4223,414.12	4645,755.54
Compras netas		3173,113.54	3490,424.90	3839,467.39	4223,414.12	4645,755.54
Disponibilidades		3437,139.67	3780,853.64	4158,939.00	4574,832.90	5032,316.19
Inventario final	1.100	290,428.74	319,471.62	351,418.78	386,560.65	425,216.72

Costo de materia prima utilizada	1.10	3146,710.93	3461,382.02	3807,520.22	4188,272.25	4607,099.47
Total gastos en materia prima		3146,710.93	3461,382.02	3807,520.22	4188,272.25	4607,099.47

El costo de mercancías aumenta en un 10% año tras año debido a un incremento del nivel de ventas en un 10%.

Tabla 43. Costo de Mercancía

	Tasa de crec	Proyectado				
Concepto	Anual	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia prima sobre ventas	1.1	3168313.542	3485144.9	3833659.39	4217025.32	4638727.86
Queso fresco		772797.4543	850077.2	935084.92	1028593.41	1131452.75
Quesillo		661387.295	727526.024	800278.627	880306.49	968337.139
Mantequilla		728569.0286	801425.931	881568.525	969725.377	1066697.91
Cuajada		522238.2797	574462.108	631908.318	695099.15	764609.065
Queso Seco		483321.4848	531653.633	584818.997	643300.896	707630.986
Empaque	1.1	2400	2640	2904	3194.4	3513.84
Etiquetas	1.1	2400	2640	2904	3194.4	3513.84
Total compras		3173113.542	3490424.9	3839467.39	4223414.12	4645755.54

El costo de las mercancías se detalla por producto siendo el costo de queso seco de Lps. 483321.50 para el primer año, asimismo se puede calcular el costo mensual es de Lps 40,276.80 y el costo semanal es de Lps.10,069.20.

Se calculó la depreciación mediante el método de línea recta y se detalla en la siguiente tabla

Tabla 44. Depreciaciones

NOMBRE DEL BIEN	VIDA UTIL	VALOR	DEPRECIACION ANUAL	V.en L. Año 1	V.en L. Año 2	V.en L. Año 3	V.en L. Año 4	V.en L. Año 5
INVERSION FIJA		-	63,873.33	348,826.67	284,953.3	221,080.0	157,206.6	93,333.33

					3	0	7	
Depreciación de Maquinaria								
Mostrador	15	40,000.00	2,666.67	37,333.33	34,666.67	32,000.00	29,333.33	26,666.67
Refrigeradora/mantenedor	10	35,000.00	3,500.00	31,500.00	28,000.00	24,500.00	21,000.00	17,500.00
Empacadora	5	10,000.00	2,000.00	8,000.00	6,000.00	4,000.00	2,000.00	-
Balanza grande	5	5,000.00	1,000.00	4,000.00	3,000.00	2,000.00	1,000.00	-
Balanza manuales	5	2,000.00	400.00	1,600.00	1,200.00	800.00	400.00	-
Peroles	5	3,600.00	720.00	2,880.00	2,160.00	1,440.00	720.00	-
Utensilios de cocina	5	7,000.00	1,400.00	5,600.00	4,200.00	2,800.00	1,400.00	-
Delantales,gabachas,red ecillas,guantes	5	5,600.00	1,120.00	4,480.00	3,360.00	2,240.00	1,120.00	-
Dispensadores	5	300.00	60.00	240.00	180.00	120.00	60.00	-
Pailas grandes/pequeñas	5	3,500.00	700.00	2,800.00	2,100.00	1,400.00	700.00	-
Automóvil	5	150,000.00	30,000.00	120,000.00	90,000.00	60,000.00	30,000.00	-
Mostrador	15	40,000.00	2,666.67	37,333.33	34,666.67	32,000.00	29,333.33	26,666.67
Mantenedor	10	45,000.00	4,500.00	40,500.00	36,000.00	31,500.00	27,000.00	22,500.00
Imprevistos	5	30,000.00	6,000.00	24,000.00	18,000.00	12,000.00	6,000.00	-
Depreciación de Equipo de Oficina			-	-	-	-	-	-
Sillas plásticas	5	2,400.00	480.00	1,920.00	1,440.00	960.00	480.00	-
Mesas plásticas	5	1,600.00	320.00	1,280.00	960.00	640.00	320.00	-
Estantería	5	12,000.00	2,400.00	9,600.00	7,200.00	4,800.00	2,400.00	-
Basureros	5	1,200.00	240.00	960.00	720.00	480.00	240.00	-
Computadora e impresora	5	12,000.00	2,400.00	9,600.00	7,200.00	4,800.00	2,400.00	-
Escritorio	5	3,000.00	600.00	2,400.00	1,800.00	1,200.00	600.00	-
Archivero	5	3,500.00	700.00	2,800.00	2,100.00	1,400.00	700.00	-
	10		-	-	-	-	-	-
TOTALES		412,700.00	63,873.33	348,826.67	284,953.33	221,080.00	157,206.67	93,333.33

A continuación se detallan los costos de administración proyectados durante los cinco años, mostrando un incremento del 5% año tras año justificado mediante el 5% de inflación interanual revelado por el Banco Central de Honduras en su informe revisión del programa monetario 2014-2015.

Tabla 45. Costos de administración

Concepto	Tasa de crec	Proyectado					MES
	Anual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
		-	-	-	-	-	
Energía Eléctrica	1.05	36,000.00	37,800.00	39,690.00	41,674.50	43,758.23	3,000.00
Teléfono	1.05	3,600.00	3,780.00	3,969.00	4,167.45	4,375.82	300.00
Agua	1.05	1,680.00	1,764.00	1,852.20	1,944.81	2,042.05	140.00
Material de Aseo	1.05	7,200.00	7,560.00	7,938.00	8,334.90	8,751.65	600.00
		-	-	-	-	-	-
Papelería y Útiles	1.05	2,400.00	2,520.00	2,646.00	2,778.30	2,917.22	200.00
		-	-	-	-	-	-
Total gastos		50,880.00	53,424.00	56,095.20	58,899.96	61,844.96	

El monto del préstamo asciende a los L300,000.00, el pago mensual es de L8,359.50, se calculó mediante el método de cuota nivelada que es el que se utiliza habitualmente en los bancos para este tipo de préstamo.

Tabla 46. Amortización del préstamo

0		cuota	interés	amortización
1	300,000.00	L. 100,313.91	60,000.00	L. 40,313.91
2	259,686.09	L. 100,313.91	51,937.22	L. 48,376.69
3	211,309.40	L. 100,313.91	42,261.88	L. 58,052.03
4	153,257.37	L. 100,313.91	30,651.47	L. 69,662.44
5	83,594.93	L. 100,313.91	16,718.99	L. 83,594.92

A continuación se presenta el estado de resultados del proyecto.

Tabla 47. Estado de Resultado

Concepto	Proyectado				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS	4079,986.56	4487,985.22	4936,783.74	5430,462.11	5973,508.32
Queso fresco	938,396.91	1032,236.60	1135,460.26	1249,006.29	1373,906.91
Quesillo	897,597.04	987,356.75	1086,092.42	1194,701.66	1314,171.83
Queso seco	571,198.12	628,317.93	691,149.72	760,264.70	836,291.17
Mantequilla	1019,996.64	1121,996.30	1234,195.93	1357,615.53	1493,377.08
Cuajada	652,797.85	718,077.63	789,885.40	868,873.94	955,761.33
(-) COSTOS DE VENTA	3381,386.37	3708,291.36	4067,336.32	4461,704.97	4894,897.74
Costo de materia prima utilizada	3146,710.93	3461,382.02	3807,520.22	4188,272.25	4607,099.47
Mano de obra directa	234,675.44	246,909.33	259,816.09	273,432.73	287,798.27
Gastos indirectos de fabricación	-	-	-	-	-
(=) UTILIDAD BRUTA DEL EJERCICIO	698,600.19	779,693.86	869,447.42	968,757.14	1078,610.58
(-) Gastos de operación	570,197.33	585,265.05	599,973.67	614,071.38	627,246.13
Gastos de administración	50,880.00	53,424.00	56,095.20	58,899.96	61,844.96
Gastos en personal	141,644.00	149,030.50	156,823.26	165,044.62	173,718.15
Gastos de venta	252,000.00	265,200.00	279,120.00	293,802.00	309,290.70
Gastos financieros	60,000.00	51,937.22	42,261.88	30,651.47	16,718.99
Amortización	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00
Depreciación	63,873.33	63,873.33	63,873.33	63,873.33	63,873.33
(=) Utilidad de operación	128,402.86	194,428.81	269,473.75	354,685.76	451,364.45
(=) UTILIDAD NETA ANTES DE IMPTOS.	128,402.86	194,428.81	269,473.75	354,685.76	451,364.45
(-) Impto./renta	32,100.71	48,607.20	67,368.44	88,671.44	112,841.11
(=) UTILIDAD NETA DESPUES DE IMPTOS.	96,302.14	145,821.61	202,105.31	266,014.32	338,523.34
Depreciación y amortización	65,673.33	65,673.33	65,673.33	65,673.33	65,673.33
Flujos financieros	161,975.48	211,494.94	267,778.64	331,687.65	404,196.67
Inversiones	-				

	685726.128 5					
Préstamo	300,000.00					
Amortización préstamo		L. - 40,313.91	L. - 48,376.69	L. - 58,052.03	L. - 69,662.44	L. - 83,594.92
Valor de desecho						93,333.33
Flujo neto	- 385726.128 5	121,661.57	163,118.25	209,726.61	262,025.21	413,935.08
VAN	L. 243,018.33	L. 628,744.46				
TIR	41%					

Como se puede observar el proyecto es rentable dado que la VAN nos indica que los flujos descontados con una tasa del 20% son tales que permiten la recuperación de la inversión inicial de L 695,446.13 y generan utilidades de L.243,018.33 , y la tasa interna de retorno de 41% es muy superior al 20% de la tasa de descuento.

A continuación se presenta el balance general proyectado para los 5 años.

Tabla 48. Balance general

Concepto	Proyectado				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
CIRCULANTE:	117,531.48	333,206.58	608,905.71	953,292.66	1376,242.68
* Disponibilidades	(290,467.18)	(156,391.80)	21,387.65	248,270.99	530,216.67
* Cuentas por cobrar					
* Documentos por cobrar					
* Existencia en almacén	407,998.66	489,598.39	587,518.06	705,021.68	846,026.01
FIJO:	348,826.67	284,953.33	221,080.00	157,206.67	93,333.33
Inversión fija	348,826.67	284,953.33	221,080.00	157,206.67	93,333.33
OTROS ACTIVOS:	7,200.00	5,400.00	3,600.00	1,800.00	-
* Gastos pagados por					

anticipado					
Gastos de instalación	7,200.00	5,400.00	3,600.00	1,800.00	-
* Garantía					
TOTAL ACTIVOS	473,558.15	623,559.92	833,585.71	1112,299.33	1469,576.01
CIRCULANTE:	132,414.63	148,921.11	167,682.35	188,985.35	213,155.02
* Cuentas por pagar	-	-	-	-	-
Impuesto sobre la renta	32,100.71	48,607.20	67,368.44	88,671.44	112,841.11
Préstamo	100,313.91	100,313.91	100,313.91	100,313.91	100,313.91
LARGO PLAZO:	-	-	-	-	-
Patrimonio	341,143.52	474,638.81	665,903.37	923,313.98	1256,421.00
Capital social	244,841.38	328,817.20	463,798.06	455,194.35	651,883.34
* Utilidades acumuladas	-			202,105.31	266,014.32
* Utilidad del ejercicio	96,302.14	145,821.61	202,105.31	266,014.32	338,523.34
TOTAL PASIVO + CAPITAL	473,558.15	623,559.92	833,585.72	1112,299.33	1469,576.02

4.7.3 ANALISIS DE PUNTO DE EQUILIBRIO

Se procedió a realizar el análisis de punto de equilibrio, así como los indicadores del proyecto como el margen de contribución bruta que es del 22%, el punto de equilibrio diario es de L.10,358.51.

Tabla 49. Indicadores del proyecto

Concepto	Proyectado				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Disponibilidades	(290,467.18)	(156,391.80)	21,387.65	248,270.99	530,216.67
Razón circulante	0.89	2.24	3.63	5.04	6.46
Rentabilidad / patrimonio	28%	31%	30%	29%	27%
Margen de contribución bruto	22%	22%	22%	22%	22%
Relación de publicidad a ventas	1%	1%	1%	1%	0%
Endeudamiento	0.28	0.24	0.20	0.17	0.15
Gastos fijos	804,872.77	832,174.39	859,789.76	887,504.11	915,044.40
Gastos fijos con salida de efectivo	739,199.44	766,501.05	794,116.43	821,830.78	849,371.07

Niveles de venta esperados	4079,986.56	4487,985.22	4936,783.74	5430,462.11	5973,508.32
Punto de equilibrio	3729,063.35	3782,610.84	3908,135.29	4034,109.58	4159,292.72
Punto de equilibrio mensual	310,755.28	315,217.57	325,677.94	336,175.80	346,607.73
Punto de equilibrio diario	10,358.51	10,507.25	10,855.93	11,205.86	11,553.59
Queso fresco	2382.457143	2416.668039	2496.86421	2577.34779	2657.32591
Quesillo	2278.872049	2311.595516	2388.3049	2465.28919	2541.79
Mantequilla	2589.627329	2626.813086	2713.98284	2801.46499	2888.39772
Cuajada	1657.361491	1681.160375	1736.94902	1792.93759	1848.57454
Queso Seco	1450.191304	1471.015328	1519.83039	1568.82039	1617.50273

El punto de equilibrio diario es de Lps 10,358.51, el punto de equilibrio diario para el queso fresco es de 2382.50, para el quesillo es de Lps 2278.90, para la mantequilla es de Lps 2589.70, para la cuajada es de Lps 1657.40 y para el queso seco es de Lps 1450.20.

4.7.4 REQUERIMIENTOS DE CAPITAL Y FINANCIERA

Para poder llevar a cabo se requiere de inversión fija, equipo de oficina, inventarios iniciales de mercancía, imprevistos y a continuación se describen de manera detallada en la siguiente tabla

Tabla 50. Inversión

INVERSION TOTAL	
INVERSION FIJA	
Maquinaria	
Mostrador	40,000.00
Refrigeradora/mantenedor	35,000.00
Empacadora	10,000.00
Balanza grande	5,000.00
Balanza manuales	2,000.00
Peroles	3,600.00
Utensilios de cocina	7,000.00
Delantales,gabachas,redcillas,guantes	5,600.00
Dispensadores	300.00

Pailas grandes/pequeñas	3,500.00
Automóvil	150,000.00
Mostrador	40,000.00
Mantenedor	45,000.00
SUBTOTALS	<u>347,000.00</u>
IMPREVISTOS	<u>30,000.00</u>
EQUIPO DE OFICINA	
Sillas plásticas	2,400.00
mesas plásticas	1,600.00
Estantería	12,000.00
Basureros	1,200.00
Computadora e impresora	12,000.00
Escritorio	3,000.00
Archivero	3,500.00
SUB TOTALES	35,700.00
GASTOS DE CONSTITUCION	<u>9,000.00</u>
INVENTARIO INICIAL DE MERCADERIA	<u>264,026.13</u>
TOTALES	<u>685,726.13</u>

4.7.5 ANALISIS DE SENSIBILIDAD

Se procedió a realizar el análisis de sensibilidad con una reducción del 5% del ingreso fijo manteniendo constante el gasto fijo, el cual se representa en la siguiente tabla.

Tabla 51. Análisis de sensibilidad

Concepto	Proyectado				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	3875,987.23	4263,585.96	4689,944.55	5158,939.01	5674,832.91
Queso fresco	891,477.06	980,624.77	1078,687.25	1186,555.97	1305,211.57
Queso seco	542,638.21	596,902.03	656,592.24	722,251.46	794,476.61
Mantequilla	968,996.81	1065,896.49	1172,486.14	1289,734.75	1418,708.23
Quesillo	852,717.19	937,988.91	1031,787.80	1134,966.58	1248,463.24
Cuajada	620,157.96	682,173.75	750,391.13	825,430.24	907,973.27
(-) Costos de producción					

		3224,050.82	3535,222.26	3876,960.31	4252,291.36	4664,542.77
Costo de materia prima utilizada		2989,375.38	3288,312.92	3617,144.21	3978,858.63	4376,744.50
Mano de obra directa		234,675.44	246,909.33	259,816.09	273,432.73	287,798.27
(=) Utilidad bruta del ejercicio		651,936.41	728,363.70	812,984.24	906,647.65	1010,290.14
(-) Gastos de operación		557,597.33	572,005.05	586,017.67	599,381.28	611,781.59
Gastos de administración		50,880.00	53,424.00	56,095.20	58,899.96	61,844.96
Gastos en personal		141,644.00	149,030.50	156,823.26	165,044.62	173,718.15
Gastos de mercadeo y ventas		239,400.00	251,940.00	265,164.00	279,111.90	293,826.17
Gastos financieros		60,000.00	51,937.22	42,261.88	30,651.47	16,718.99
Amortización		1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00
Depreciación		63,873.33	63,873.33	63,873.33	63,873.33	63,873.33
(=) Utilidad de operación		94,339.08	156,358.65	226,966.57	307,266.36	398,508.54
(=) Utilidad neta antes de impuesto.		94,339.08	156,358.65	226,966.57	307,266.36	398,508.54
(-) Impt./renta		23,584.77	39,089.66	56,741.64	76,816.59	99,627.14
(=) Utilidad neta después de impt.		70,754.31	117,268.99	170,224.93	230,449.77	298,881.41
Depreciación y amortización		65,673.33	65,673.33	65,673.33	65,673.33	65,673.33
Flujos financieros		136,427.64	182,942.32	235,898.26	296,123.11	364,554.74
Inversiones	685726.1285	-	-	-	-	-
Préstamo	300,000.00	-	-	-	-	-
Amortización del préstamo		L. -40,313.91	L. -48,376.69	L. -58,052.03	L. -69,662.44	L. -83,594.92
Valor de desecho						93,333.33
Flujo neto	385726.1285	96,113.73	L. 134,565.63	177,846.23	226,460.67	L. 374,293.15
VAN	L. 150,368.65	L. 536,094.78				
TIR	33%					

Como se puede observar el proyecto es rentable dado que la VAN nos indica que los flujos descontados con una tasa del 20% son tales que generan la recuperación de la inversión y además generan una ganancia de L 150,368.65 y la tasa interna de retorno de 33% es muy superior al 20% de la tasa de descuento.

Con un incremento del gasto no controlable en 5%, manteniendo el ingreso constante se obtuvieron los resultados expresados en la siguiente tabla.

Tabla 52. Análisis de sensibilidad 2

Concepto		Proyectado				
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas		4079,986.56	4487,985.22	4936,783.74	5430,462.11	5973,508.32
Queso fresco		938,396.91	1032,236.60	1135,460.26	1249,006.29	1373,906.91
Quesillo		897,597.04	987,356.75	1086,092.42	1194,701.66	1314,171.83
Queso Seco		571,198.12	628,317.93	691,149.72	760,264.70	836,291.17
Mantequilla		1019,996.64	1121,996.30	1234,195.93	1357,615.53	1493,377.08
Cuajada		652,797.85	718,077.63	789,885.40	868,873.94	955,761.33
(-) Costos de producción		3538,721.92	3881,360.46	4257,712.33	4671,118.58	5125,252.72
Costo de materia prima utilizada		3304,046.48	3634,451.12	3997,896.24	4397,685.86	4837,454.45
Mano de obra directa		234,675.44	246,909.33	259,816.09	273,432.73	287,798.27
(=) Utilidad bruta del ejercicio		541,264.64	606,624.76	679,071.41	759,343.53	848,255.61
(-) Gastos de operación		570,197.33	585,265.05	599,973.67	614,071.38	627,246.13
Gastos de administración		50,880.00	53,424.00	56,095.20	58,899.96	61,844.96
Gastos en personal		141,644.00	149,030.50	156,823.26	165,044.62	173,718.15
Gastos de mercadeo y ventas		252,000.00	265,200.00	279,120.00	293,802.00	309,290.70
Gastos financieros		60,000.00	51,937.22	42,261.88	30,651.47	16,718.99
Amortización		1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00
Depreciación		63,873.33	63,873.33	63,873.33	63,873.33	63,873.33
(=) Utilidad de operación		(28,932.69)	21,359.71	79,097.74	145,272.14	221,009.48
(=) Utilidad neta antes de impuestos.		(28,932.69)	21,359.71	79,097.74	145,272.14	221,009.48
(-) Impto./ renta			- 5,339.93	19,774.43	36,318.04	55,252.37
(=) Utilidad neta después de impuestos.		(28,932.69)	16,019.78	59,323.30	108,954.11	165,757.11
Depreciación y amortización		65,673.33	65,673.33	65,673.33	65,673.33	65,673.33
Flujos financieros		36,740.64	81,693.11	124,996.64	174,627.44	231,430.44
Inversiones	685726.12 85	-	-	-	-	-
Préstamo	300,000.00	-	-	-	-	-
Amortización del préstamo		L. -40,313.91	L. -48,376.69	L. -58,052.03	L. -69,662.44	L. -83,594.92
Valor de desecho						93,333.33
Flujo neto	385726.12 85	-	-	-	-	-
VAN	L. -111,154.21	L. 274,571.92				
TIR	3%					

Como se puede observar el proyecto no es rentable dado que la VAN nos indica que los flujos descontados con una tasa del 20% son tales que no permiten la recuperación de la inversión inicial de L 695446.13 y generan pérdidas de L 115,154.21 y la tasa interna de retorno de 3% es muy inferior al 20% de la tasa de descuento.

CAPITULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En este capítulo se dan a conocer las conclusiones derivadas del estudio así como las recomendaciones que se originan a partir del mismo.

5.1 CONCLUSIONES

1- La demanda insatisfecha en la comercialización de productos lácteos en la ciudad de Danlí, el Paraíso es de un 23%

2- El 100% del total de hogares encuestados consume productos lácteos y el sitio preferido de compras son las tiendas especializadas en lácteos en un 69%.

3- En promedio la población de Danlí invierte en lácteos el monto de L 200.00 semanales, y los productos de mayor consumo son los siguientes: Queso fresco, Queso seco, Mantequilla, Cuajada y Quesillo, la propuesta de comercialización es basada en incentivos al personal de ventas y publicidad.

4- El proyecto es rentable dado que los flujos de caja traídos a valor presente es L 243,018.33. y la tasa interna de retorno es de 41% muy superior a la tasa de descuento de 20% exigida por el inversionista; la inversión inicial para implementar el proyecto es de L 685,726.13.

5.2 RECOMENDACIONES

1-Se recomienda realizar el proyecto dado que es factible desde el punto de vista de mercados, técnico, legal, económico y financiero.

2-A raíz de los resultados del presente proyecto se recomienda estudiar la posibilidad de realizar un estudio de factibilidad para una empresa procesadora y comercializadora de productos lácteos

CAPITULO VI APLICABILIDAD

En este capítulo se describe la aplicabilidad del proyecto de pre factibilidad comercialización de productos lácteos en la ciudad de Danlí, El Paraíso, para lo cual se realizó una breve descripción del rubro en que se desempeñara, así como del plan de acción y el cronograma del proyecto.

A continuación se detalla la estructura del capítulo.

6.1 TITULO DE LA PROPUESTA

6.2 INTRODUCCION

6.3 PLAN DE ACCION

6.4 EDT Y DICCIONARIO EDT

6.5 CRONOGRAMA Y DIAGRAMA DE GANTT

6.1 CENTRO DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS LÁCTEOS EN LA CIUDAD DE DANLÍ, EL PARAÍSO

6.2 INTRODUCCIÓN

Honduras se caracteriza por ser un país de vocación agrícola, debido a esto se dispone de materias primas para la elaboración de productos procesados, en la

ciudad de Danlí existe una oportunidad de negocio en un mercado creciente de lácteos, debido a que los resultados del estudio de pre factibilidad resultaron en un alto grado positivos, se está analizando la propuesta para poder llevar acabo el proyecto a través de fondos provenientes de Inversiones Olimpo, para lo cual se realizó un análisis de sensibilidad y el cronograma del proyecto.

6.3 DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN

Se procedió a realizar un análisis para valorar la factibilidad del proyecto mediante la creación de 3 escenarios para lo cual se procedió a realizar 3 estimaciones de ventas con escenarios pesimista, probable y optimista.

6.3.1 ESCENARIO 1

Se procedió a realizar un análisis de sensibilidad con una disminución del nivel de ventas a L. 150 semanales por cada hogar encuestado.

Tabla 53. Escenario pesimista

Concepto	Proyectado				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	3059,989.92	3365,988.91	3702,587.80	4072,846.58	4480,131.24
(-) Costo de venta	2595,908.64	2844,265.85	3116,908.26	3416,234.11	3744,879.80
(=) Utilidad bruta del ejercicio	464,081.28	521,723.06	585,679.54	656,612.47	735,251.45
(=) Utilidad de operación	(106,116.05)	(63,541.99)	(14,294.13)	42,541.09	108,005.32
(=) Utilidad neta después de impuestos	(79,587.04)	(47,656.49)	(10,720.60)	31,905.82	81,003.99
VAN	L. - 311,463.18	L. 8,256.41			
TIR	-16%				

Como se puede observar el proyecto no es rentable dado que la VAN nos indica que los flujos descontados con una tasa del 20% son tales que no permiten la recuperación de la inversión inicial de L 695,446.13 y generan pérdidas de L.311, 463.18. , y la tasa interna de retorno de -16% es muy inferior al 20% de la tasa de descuento.

6.3.2 ESCENARIO 2

Se procedió a realizar un análisis de sensibilidad con un nivel de ventas de L. 200 semanales por cada hogar encuestado.

Tabla 54. Escenario probable

Concepto	Proyectado				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	4079,986.56	4487,985.22	4936,783.74	5430,462.11	5973,508.32
(-) Costos de venta	3381,386.37	3708,291.36	4067,336.32	4461,704.97	4894,897.74
(=) Utilidad bruta del ejercicio	698,600.19	779,693.86	869,447.42	968,757.14	1078,610.58
(=) Utilidad neta después de ímpto.	96,302.14	145,821.61	202,105.31	266,014.32	338,523.34
VAN	L. 243,018.33	L. 628,744.46			
TIR	41%				

Como se puede observar el proyecto es rentable dado que la VAN nos indica que los flujos descontados con una tasa del 20% son tales que permiten la recuperación de la inversión inicial de L 695,446.13 y generan utilidades de L.243,018.33 , y la tasa interna de retorno de 41% es muy superior al 20% de la tasa de descuento.

6.3.3 ESCENARIO 3

Se procedió a realizar un análisis de sensibilidad con un aumento en el nivel de ventas de L. 250 semanales por cada hogar encuestado.

Tabla 55. Escenario optimista

Concepto	Proyectado				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas					

		5099,983.20	5609,981.52	6170,979.67	6788,077.64	7466,885.40
(-) Costos de venta		4166,864.10	4572,316.86	5017,764.37	5507,175.83	6044,915.69
(=) Utilidad bruta		933,119.10	1037,664.66	1153,215.30	1280,901.80	1421,969.71
(=) utilidad neta después de impto.		272,191.32	339,299.70	414,931.22	500,122.82	596,042.69
VAN	L. 797,499.85	L. 1249,232.51				
TIR	76%					

Como se puede observar el proyecto es rentable dado que la VAN nos indica que los flujos descontados con una tasa del 20% son tales que permiten la recuperación de la inversión inicial de L 695,446.13 y generan utilidades de L 797,499.85. , y la tasa interna de retorno de 76% es muy superior al 20% de la tasa de descuento.

6.4 EDT Y DICCIONARIO EDT

Entregables finales

- Elaborar el estudio de pre factibilidad de la comercialización de productos lácteos.
- Planificar, diseñar y ejecutar las actividades de mercadeo y comercialización.
- Creación del informe final en el que se incluyan todas las actividades de comercialización desarrolladas en el proyecto.
- Informe de lecciones aprendidas.
- Creación de resúmenes ejecutivos.
- Establecer acuerdos de financiación.
- Obtener permisos legales.
- Instalación de maquinarias y equipo.
- Obtención del lugar de alquiler.

Tabla 56 EDT

Código	Nombre de la tarea
1.1.1	Inicio
1.1.2	Planificación
1.1.3	Ejecución
1.1.4	Control
1.1.5	Cierre
2.1.1	Acuerdos de financiación
2.1.2	Obtención del lugar de alquiler
2.1.3	Permisos
3.1.1	Instalación de maquinarias
3.1.2	Adecuación del lugar
4.1.1	Mercadeo
4.1.2	Comercialización
5.1.1	Informes

Tabla 57. inicio

PROYECTO: CENTRO DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS LÁCTEOS EN LA CIUDAD DE DANLÍ, EL PARAÍSO			
Paquete de Trabajo: 1.1.1	Nombre de Paquete:	Inicio	
Descripción: Recolectar información			
Asignado a :	Carlos Lara	Fecha Entrega:	28-01-2015
Tiempo Estimado:	20 días		
Entregable:	APP		

Tabla 58.Planeacion

PROYECTO: CENTRO DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS LÁCTEOS EN LA CIUDAD DE DANLÍ, EL PARAÍSO			
Paquete de Trabajo: 1.1.2	Nombre de Paquete:	Planificación	
Descripción: Identificar todas las actividades preliminares, hacer calendarios, revisar recursos y proveedores.			
Asignado a :	Carlos Lara	Fecha Entrega:	25-02-2015
Tiempo Estimado:	20 días		

Entregable:	APP
--------------------	-----

Tabla 59.Ejecucion

PROYECTO: CENTRO DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS LÁCTEOS EN LA CIUDAD DE DANLÍ, EL PARAÍSO			
Paquete de Trabajo: 1.1.3	Nombre de Paquete:	Ejecución	
Descripción: Elaboración del estudio de factibilidad.			
Asignado a :	Carlos Lara	Fecha Entrega:	08-04-2015
Tiempo Estimado:	30		
Entregable:	APP		

Tabla 60.control y cierre

PROYECTO: CENTRO DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS LÁCTEOS EN LA CIUDAD DE DANLÍ, EL PARAÍSO			
Paquete de Trabajo: 1.1.4	Nombre de Paquete:	Control y cierre	
Descripción: Realización de informes periódicos, finales y documentación de lecciones.			
Asignado a :	Carlos Lara	Fecha Entrega:	06-05-2015
Tiempo Estimado:			
Entregable:	APP		

6.5 CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN

Debido a que el proyecto se descompone en dos partes las cuales son: Realizar el estudio de factibilidad y la puesta en marcha del proyecto se realizó un cronograma con ambas actividades el cual se detalla en la siguiente tabla.

Tabla 61. Cronograma y secuencia de actividades

Código	Nombre de la tarea	Duración	Inicio	Fin	Predecesoras
--------	--------------------	----------	--------	-----	--------------

1.1.1	Inicio	20 días	jue 01/01/15	mié 28/01/15	
1.1.2	Planificación	20 días	jue 29/01/15	mié 25/02/15	1.1.1
1.1.3	Ejecución	30 días	jue 26/02/15	mié 08/04/15	1.1.2
1.1.4	Control	70 días	jue 29/01/15	mié 06/05/15	1.1.1
1.1.5	Cierre	20 días	jue 09/04/15	mié 06/05/15	1.1.3
2.1.1	Acuerdos de financiación	30 días	jue 07/05/15	mié 17/06/15	1.1.5
2.1.2	Obtención del lugar de alquiler	60 días	jue 07/05/15	mié 29/07/15	1.1.5
2.1.3	Permisos	30 días	jue 30/07/15	mié 09/09/15	2.1.2
3.1.1	Instalación de maquinarias	5 días	jue 30/07/15	mié 05/08/15	2.1.2
3.1.2	Adecuación del lugar	30 días	jue 30/07/15	mié 09/09/15	2.1.2
4.1.1	Mercadeo	1300 días	jue 10/09/15	mié 02/09/20	2.1.3
4.1.2	Comercialización	1306 días	jue 10/09/15	jue 10/09/20	3.1.2
5.1.1	Informes	10 días?	vie 11/09/20	jue 24/09/20	4.1.2

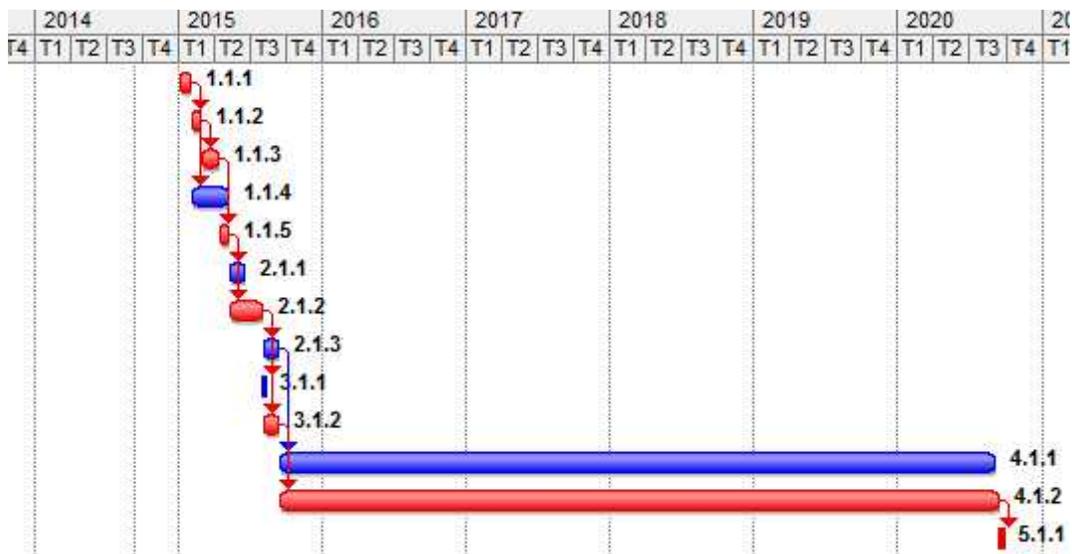


Figura 13 Diagrama de Gantt

BIBLIOGRAFIA

1. Alcaldía de Danli. (11 de Febrero de 2013). Plan de arbitrios. Danli, Honduras: Alcaldía Municipal de Danli, El Paraíso.
2. Amparo, C. (2009). *INFORMACION GENERAL SOBRE LA AGROINDUSTRIA RURAL EN HONDURAS*. TEGUCIGALPA: IICA-DIRECCION DE DESARROLLO RURAL SOSTENIBLE.
3. BCH. (2012). *MEMORIA ANUAL 2012*. TEGUCIGALPA: BCH.
4. Bierman, H. (1980). *Planeación Financiera Estratégica*. Monterrey, N.L.: Compañía Editorial Continental.
5. Cordova Padilla, M. (2011). *Universidad Virtual de Unitec*. Recuperado el lunes de Enero de 2014, de e.libro: <http://site.ebrary.com/lib/bvunitecvirtualsp/docDetail.action?docID=10536346&p00=proyectos>
6. Cuellar, n. a. (2008). *ciencia tecnologia e industria de alimentos*. Colombia: grupo latinos.

7. Ganaderia, S. d. (2009). *Agronegocios*. Tegucigalpa: SAG.
- Ganaderia, S. d. (2009). *Agronegocios*. Tegucigalpa: SAG.
8. Greco, O. (2009). *Biblioteca Virtual Unitec*. Recuperado el 16 de Abril de 2014, de <http://site.ebrary.com/lib/bvunitecvirtualsp/Doc?;id=10337066&ppg=187>
9. INE. (2001). *CENSO DE POBLACION Y VIVIENDA*. TEGUCIGALPA: INE.
10. Ingresos, D. E. (2011). *Direccion Ejecutiva De Ingresos*. Recuperado el Domingo de Mayo de 2014, de <http://www.dei.gob.hn/website/uploaded/content/category/834862427.pdf>
11. Jaime Tomas, O. A. (2000). *Como analizan las entidades financieras a sus clientes*. Barcelona: Gestion 2000.
12. Jonathan Berk, P. D. (2008). *Finanzas Corporativas*. Mexico: Pearson.
13. MALHOTRA, N. K. (2004). *INVESTIGACION DE MERCADOS*. MEXICO: PEARSON EDUCATION.
14. Panamericana, E. A. (2006). *CADENAS AGRICOLAS EN HONDURAS*. Valle del Zamorano: ZAMORANO.
15. PMI. (2013). *PMBOX*.
16. Portilla, H. d. (1984). *Inflacion y Descapitalizacion*. Mexico: Ediciones Contables y Administrativas .
17. Republica de Honduras. (2012). *Codigo de Comercio*. Tegucigalpa: Guaymuras.
18. Revilla, A. (2009). *Tecnologia de la Leche*. Honduras: Zamorano Academic Press.
19. Sampieri, H. (2006). *Metodologia de la Investigacion*. Mexico DF: Mc Graw Hill.
20. Tribuna, L. (14 de Febrero de 2014). *La Tribuna*. Recuperado el Domingo de Mayo de 2014, de <http://www.latribuna.hn/2014/02/14/buscan-mejorar-calidad-de-productos-lacteos/>

ANEXOS

Anexo 1

 República de Honduras Secretaría de Finanzas Dirección Ejecutiva de Ingresos		DECLARACIÓN JURADA DE INSCRIPCIÓN E INICIO DE ACTIVIDADES				DEI - 410 VER INSTRUCCIONES													
IDENTIFICACIÓN DEL CONTRIBUYENTE	5	PRIMER APELLIDO			DECLARACIÓN N°	1													
	6	SEGUNDO APELLIDO			CÓDIGO DE ADMÓN	2													
	7	PRIMER NOMBRE			R.T.N. ANTERIOR	3													
	8	SEGUNDO NOMBRE			R.T.N.	4													
	9	RAZÓN O DENOMINACIÓN SOCIAL																	
	10	MARRIO, COLONIA O ALDEA	11	CALLE / AVENIDA	BLOQUE	13	SECTOR ZONA	14	N° CASA O APARTAMENTO										
	15	TELÉFONO	16	TELÉFONO CELULAR	17	FAX N°	18	APARTADO POSTAL	19	DEPARTAMENTO	20	CÓDIGO P							
	21	CORREO ELECTRÓNICO			22	CLAVE SECUNDARIA DE ENES	23	MUNICIPIO	24	CÓDIGO P									
	A. TIPOS DE TRÁMITE																		
	INSCRIPCIONES				OTROS TRÁMITES				PRESTACIÓN DE SERVICIOS AUXILIARES AL COMERCIO EXTERIOR										
1 R.T.N. <input type="checkbox"/> 2 VENTAS <input type="checkbox"/> 3 IMPORTACIONES <input type="checkbox"/> 4 EXPORTACIONES <input type="checkbox"/> 5 PRODUCTORES Y IMPORTADORES DE GARAPULLOS <input type="checkbox"/> 6 EXERCERCIÓN Y REGÍMENES ESPECIALES <input type="checkbox"/>				7 REPOSICIÓN <input type="checkbox"/> 8 MODIFICACIÓN DE DATOS <input type="checkbox"/> 9 ALTA DE IMPUESTO <input type="checkbox"/> 10 BAJA DE CONTRIBUYENTE <input type="checkbox"/> 11 BAJA DE IMPUESTO <input type="checkbox"/> 12 FUSIÓN <input type="checkbox"/>				17 ABSORCIÓN <input type="checkbox"/> 18 ACTUACIÓN DE OFICIO <input type="checkbox"/> 19 CIERRE TEMPORAL (DÍA, MES, AÑO) <input type="checkbox"/> 20 CIERRE TEMPORAL (DÍA, MES, AÑO) <input type="checkbox"/>				27 1 AGENTE AJUARERO <input type="checkbox"/> 2 AGENCIA NAUTICA <input type="checkbox"/> 3 TRANSPORTISTA TERRESTRE INTERNACIONAL <input type="checkbox"/> 4 COURIER <input type="checkbox"/>							
B. PERSONA NATURAL																			
28 CÉDULA DE IDENTIDAD O PASAPORTE				29 SEXO <input type="checkbox"/> M <input type="checkbox"/> F <input type="checkbox"/>		30 FECHA DE NACIMIENTO (DÍA, MES, AÑO)		31 RESIDENTE <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO											
32 PROFESIÓN U OFICIO				33 CÓDIGO COMERCIANTE INDIVIDUAL <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO															
C. PERSONA JURÍDICA O COMERCIANTE INDIVIDUAL																			
34 N° DE REGISTRO MERCANTIL			35 TIPO DE EMPRESA			36 CÓDIGO CAPITAL SOCIAL			37 N° DECRETO / ACUERDO DE INCORPORACIÓN										
134 FECHA REGISTRO MERCANTIL			38 RESOLUCIÓN SOCIEDAD EXTRANJERA			39 NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL			R.T.N.										
40 NOMBRE DE LOS SOCIOS PRINCIPALES				R.T.N.				NOMBRE DE LOS SOCIOS PRINCIPALES				R.T.N.							
D. LUGAR DE NACIMIENTO, CONSTITUCIÓN DE SOCIEDAD, COMERCIANTE INDIVIDUAL Y FUSIÓN O ABSORCIÓN																			
41 PAÍS		42 CÓDIGO		DEPARTAMENTO		43 CÓDIGO		MUNICIPIO		CÓDIGO									
44 FECHA DE CONSTITUCIÓN (DÍA, MES, AÑO)		45 N° DE ESCRITURA		46 HOMBRE DEL NOTARIO		R.T.N. DEL NOTARIO													
47 DATOS DE LA EMPRESA FUSIONADA O ABSORBIDA				R.T.N. DE LA EMPRESA				NOMBRE DE LA EMPRESA FUSIONADA O ABSORBIDA				R.T.N. DE LA EMPRESA							
E. ACTIVIDAD ECONÓMICA																			
48 NOMBRE COMERCIAL				49 CATEGORÍA DE EMPRESA (DÍA, MES, AÑO)				50 ESTABLECIMIENTOS ANEXOS				51 CONSIGNATARIO <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO				52 COMISIONISTA <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO			
53 ACTIVIDAD PRINCIPAL				CÓDIGO				54 ACTIVIDAD SECUNDARIA				CÓDIGO							
55 FECHA INICIO ACTIVIDADES (DÍA, MES, AÑO)				56 FECHA DE CIERRE DEL EJERCICIO (DÍA, MES, AÑO)				57 FECHA DE CIERRE DE ACTIVIDADES (DÍA, MES, AÑO)				58 FECHA DE ALTA O BAJA DEL IMPUESTO (DÍA, MES, AÑO)							
F. OBLIGACIONES TRIBUTARIAS																			
58 1 RENTA <input type="checkbox"/> 5 CERVEZA <input type="checkbox"/> 9 ESPECÍFICO O INDUSTRIA FORESTAL <input type="checkbox"/> 13 APORTACIÓN SOLIDARIA TEMPORAL <input type="checkbox"/> 17 VENTA DE BOLETOS DE LOTERÍA ELECTRONICA, SORSA Y SORTIDOS <input type="checkbox"/>				2 AGUAS-GASEOSAS <input type="checkbox"/> 6 CASINOS, JUEGOS DE ENVITE O AZAR <input type="checkbox"/> 10 TASA POR SERVICIOS TURÍSTICOS <input type="checkbox"/> 14 APOORTE A LA CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO VIAL <input type="checkbox"/> 18 CONTRIBUCIÓN POR EXERCENTE DE OPERACIONES INSTITUCIONES EDUCATIVAS <input type="checkbox"/>				3 VENTAS <input type="checkbox"/> 7 CIGARRILLOS <input type="checkbox"/> 11 TASA ANUAL POR MATRICULA DE VEHICULOS <input type="checkbox"/> 15 SANANCIAS DE CAPITAL EXLITUR <input type="checkbox"/> 19 PREMIOS DE LOTERIA NACIONAL DE BENEFICENCIA <input type="checkbox"/>				4 SELECTIVO AL CONSUMO <input type="checkbox"/> 8 ALCOHOLER Y LICORES <input type="checkbox"/> 12 ACTIVO TOTAL NETO <input type="checkbox"/> 16 IMPUESTO ORDINARIO SOBRE LA RENTA POR ALQUILER HABITACIONAL <input type="checkbox"/> 20 OTROS, ESPECIFICAR: <input type="checkbox"/>							
AGENTES DE RETENCIÓN O PERCEPCIÓN																			
21 SUELDOS Y SALARIOS <input type="checkbox"/> 25 RETENCIÓN IMPTO. DOPBE <input type="checkbox"/> 29 RETENCIÓN IMPTO. POR TAJERAS (DE IMPUTO O EXENTO) <input type="checkbox"/>				22 ARTICULO 59 LEY DEL ISR <input type="checkbox"/> 26 INTERESES ART. 9 DECRETO 118-83 <input type="checkbox"/> 30 OTROS, ESPECIFICAR: <input type="checkbox"/>				23 DIVIDENDOS O UTILIDADES RETENCIÓN ANTESCPO <input type="checkbox"/> 27 (LEY ART. 32 SEC. 11, 1879) <input type="checkbox"/>				24 NO RESIDENTES RETENCIÓN IMPUESTO CIGARRILLOS SOBRE LA RENTA POR ALQUILER HABITACIONAL <input type="checkbox"/> 28 <input type="checkbox"/>							
G. EXENCIONES																			
59 REGIMENES ESPECIALES <input type="checkbox"/> 135 EXONERACIONES <input type="checkbox"/>																			
1 RENTA <input type="checkbox"/> 2 ACTIVO TOTAL NETO <input type="checkbox"/> 3 SELECTIVO <input type="checkbox"/> 4 TEMPORALIZACIÓN <input type="checkbox"/> 5 OTROS, ESPECIFICAR: <input type="checkbox"/>																			
60 1 N° DE RESOLUCIÓN O DECRETO						2 VIGENCIA DE LA RESOLUCIÓN (DÍA, MES, AÑO)						3 HASTA (DÍA, MES, AÑO)							
JURO QUE LA INFORMACIÓN PROPORCIONADA EN ESTE DOCUMENTO ES VERDADERA.																			
CONTRIBUYENTE				ADMINISTRACIÓN				SELLOS											
FIRMA DEL CONTRIBUYENTE O REPRESENTANTE LEGAL				CÓDIGO DE LA ADMÓN. DONDE SE RECEPCIONA				FECHA DE RECEPCIÓN (DÍA, MES, AÑO)											
LUGAR Y FECHA				CÓDIGO DEL EMPLEADO															

Original: D.E.I.

"EJEMPLAR GRATUITO"

Anexo 2

INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

ENCUESTA SOBRE LA FACTIBILIDAD DE UNA EMPRESA DE DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS LÁCTEOS

Buenos días / Buenas tardes:

La finalidad de la presente encuesta es conocer sus puntos de vista acerca de una nueva empresa en la ciudad de Danlí para la comercialización y distribución de productos lácteos, para ello le solicitamos sea tan amable de contestar unas preguntas. Sus respuestas serán confidenciales y anónimas.

Instrucciones: Marque con una X en la casilla que corresponda a su respuesta.

1. Género: Masculino _____ Femenino _____

2. Edad:

- De 15 a 20 años de Edad _____
- De 21 a 30 años de Edad _____
- De 31 a 40 años de Edad _____
- De 41 en adelante _____

3. ¿Consume usted productos lácteos?

Si _____, pasa a la pregunta 4 No _____ (Fin de la Encuesta)

4. ¿Cada cuánto compra productos lácteos?

- Diariamente _____
- Semanalmente _____
- Quincenalmente _____
- Mensualmente _____

5. ¿Qué productos lácteos compra con mayor frecuencia?

Queso fresco _____	Mantequilla _____	Requesón _____
Queso con chile _____	Queso Seco _____	Otros _____
Quesillo _____	Cuajada _____	

6. ¿Dónde prefiere comprar productos lácteos?
- Supermercados _____ Tiendas de lácteos _____
- Pulperías _____ Otros (Especifique) _____
7. ¿Está satisfecho con la variedad y el precio que le brinda su establecimiento preferido de productos lácteos?
- Si _____ No _____
- Porque _____
8. ¿Prefiere consumir los productos lácteos originarios de?
- Danlí _____
 - Olancho _____
 - Otros (Especifique) _____
9. ¿Cuánto es el monto semanal estimado que usted destina para compra de productos lácteos?
- Menos de L.300.00 _____
 - De L.301.00 a L. 500.00 _____
 - De L.501.00 a L.1,000.00 _____
 - De L.1,001.00 a L.2,000.00 _____
 - Mayor a L.2,000.00 _____
10. ¿Cuál es el rango de sus ingresos netos mensuales (ingresos-gastos)
- De L.1,000.00 a L.5,000.00 _____
- De L.5,001.00 a L8,000.00 _____
- De L.8,001.00 a L.15,000.00 _____
- De L.15,001.00 a L.20,000.00 _____
- Más de L.20,001.00 _____

¡Muchas Gracias por su Colaboración!