



**FACULTAD DE POSTGRADO  
TESIS DE POSTGRADO**

**CREACIÓN DE UN MINI MERCADITO EN YAUYUPE, EL  
PARAÍSO**

**SUSTENTADO POR:**

**FRANKLIN JOSUÉ PALMA ÁVILA  
OSCAR EDUARDO ESPINAL LAÍNEZ**

**PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE  
MÁSTER EN FINANZAS**

**TEGUCIGALPA, F.M, HONDURAS, C.A.**

**JUNIO 2017**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA**

**UNITEC**

**FACULTAD DE POSTGRADO**

**AUTORIDADES UNIVERSITARIAS**

**RECTOR**

**MARLON ANTONIO BREVÉ REYES**

**SECRETARIO GENERAL**

**ROGER MARTÍNEZ MIRALDA**

**DECANO DE LA FACULTAD DE POSTGRADO**

**JOSÉ ARNOLDO SERMEÑO LIMA**



## **FACULTAD DE POSTGRADO**

### **CREACIÓN DE UN MINI MERCADITO EN YAUYUPE, EL PARAÍSO**

#### **NOMBRE DEL MAESTRANTE:**

**FRANKLIN JOSUÉ PALMA ÁVILA  
OSCAR EDUARDO ESPINAL LAÍNEZ**

#### **Resumen**

La presente investigación demuestra la factibilidad de la creación de un mercadito destinado a cubrir la demanda insatisfecha de productos de consumo que existe en la población de Yauyupe, El Paraíso, esto, como parte de los requerimientos previos para optar al título de postgrado en Finanzas de la Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC). La investigación tuvo como objetivo principal elaborar los diferentes estudios de mercado, técnico y financiero que sustentan la viabilidad y factibilidad de este proyecto, tomando en cuenta el análisis de datos obtenidos a través de la aplicación de encuestas realizadas al mercado meta. Para esta tesis de investigación se llevó a cabo un proceso metodológico que incluye técnicas y herramientas, que permiten obtener los resultados y conclusiones correspondientes al tema.

**Palabras claves:** Demanda, Factibilidad, Insatisfecha, Mercadito y Rentabilidad.



## **GRADUATE SCHOOL**

### **CREACIÓN DE UN MINI MERCADITO EN YAUYUPE, EL PARAÍSO**

#### **NOMBRE DEL MAESTRANTE:**

**FRANKLIN JOSUÉ PALMA ÁVILA  
OSCAR EDUARDO ESPINAL LAÍNEZ**

#### **Abstract**

The present research demonstrates the feasibility of creating a market to cover the unsatisfied demand for consumer products that exists in the population of Yauyupe, El Paraíso, as part of the previous requirements for a postgraduate degree in Finance the Central American Technological University (UNITEC). The main objective of the research was to elaborate the different market, technical and financial studies that support the feasibility and feasibility of this project, taking into account the analysis of data obtained through the application of surveys conducted to the target market. For this thesis of investigation was carried out a methodological process that includes techniques and tools, that allow obtaining the results and conclusions corresponding to the subject.

**Key words:** Demand, Feasibility, Unsatisfied, Mercadito and Profitability.

## **DEDICATORIA**

Este proyecto de tesis es dedicado en primer lugar a Dios por haber dado la oportunidad, energía y salud para poder lograr los objetivos académicos propuestos y por permitir llegar hasta este punto de mi carrera, en segundo lugar a mis padres Jorge Franklin Palma y Lilia Concepción Ávila por sus enseñanzas, consejos, apoyo, dedicación, valores inculcados y motivación en cada una de mis decisiones, pero más que nada, por su amor, y comprensión, lo cual ha permitido que sea una persona y un profesional de bien. A mi hermano mayor el cual siempre me brinda su apoyo y es un ejemplo a seguir, a mis dos hermanos menores los cuales de alguna manera u otra me han brindado su apoyo y comprensión. Gracias por formar parte de este proyecto de vida.

Franklin Josué Palma Ávila

Dedico este proyecto de tesis a Dios en primer lugar por haberme permitido llegar hasta este punto de mi carrera y haberme dado la oportunidad, energía y salud para poder lograr mis objetivos, en segundo lugar a mis padres Oscar Espinal Osorto y Carmen Idalia Laínez Portillo por sus consejos, apoyo, dedicación, valores inculcados y motivación en cada una de mis decisiones tomadas, lo cual me ha permitido convertirme en una persona y un profesional de bien, pero más que nada, por su amor, a mis hermanos los cuales de alguna manera u otra me han brindado su apoyo y han depositado toda su confianza en cada reto que he afrontado en la vida. Gracias por ser como son, porque con su presencia me han ayudado a construir y forjar la persona que soy.

Oscar Eduardo Espinal Laínez

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a mi familia, por su apoyo y comprensión durante este ciclo de estudio, representaron un pilar fundamental en los momentos difíciles y de cansancio, a mi compañero de tesis Oscar Eduardo Espinal, gracias por la confianza, esfuerzo, voluntad, comprensión y empeño que siempre mantuvo sin perder de vista el objetivo de culminar esta meta, a mi catedrático de tesis Dr. Sammy de Jesús Castro Mejía quien nos colaboró en todo momento de la investigación, a todos mis amigos y compañeros de estudio, especialmente a Tania Yadira Baca y Gabriela Alejandra Paz con quienes forjamos nuestros lazos de amistad y que de alguna manera u otra celebran junto a mi este éxito, y un agradecimiento especial a la universidad y cada uno de mis catedráticos, por compartir sus conocimientos, experiencias y brindar las herramientas necesarias para poder lograr la preparación académica adecuada que me permita desempeñarme satisfactoriamente en un ámbito laboral competitivo y emprendedor.

Franklin Josué Palma Ávila

Agradezco a mi esposa Soany Martínez, por su apoyo y comprensión durante este ciclo de estudio, ella represento un pilar fundamental en los momentos difíciles y de cansancio, siempre motivándome e impulsándome a seguir adelante en este largo caminar, a mi compañero de tesis Franklin Josué Palma Ávila, gracias por la confianza, esfuerzo, voluntad y empeño que siempre mantuvo con el afán de lograr culminar esta meta, a mi catedrático de tesis Dr. Sammy de Jesús Castro Mejía quien nos colaboró en todo momento de la investigación, a todos mis amigos y compañeros de estudio con quienes forjamos nuestros lazos de amistad y que de alguna manera u otra celebran junto a mi este éxito, y un agradecimiento especial a la universidad y mis catedráticos, por brindarme las herramientas necesarias para poder lograr la preparación académica adecuada que me permita desempeñarme satisfactoriamente en un ámbito laboral competitivo y emprendedor.

Oscar Eduardo Espinal Laínez

# ÍNDICE DE CONTENIDO

<b>CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>1</b>
1.1. INTRODUCCIÓN .....	1
1.2. ANTECEDENTES .....	2
1.3. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA.....	2
1.3.1. Preguntas de investigación.....	3
1.3.2. Viabilidad de la investigación.....	3
1.4. OBJETIVOS DEL PROBLEMA .....	4
1.4.1. Objetivo general.....	4
1.4.2. Objetivos específicos .....	4
1.5. JUSTIFICACIÓN .....	4
<b>CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>6</b>
2.1. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL .....	6
2.2. TEORÍAS.....	10
2.2.1. Análisis de las metodologías.....	10
2.2.2. Análisis crítico de las metodologías .....	11
2.3. CONCEPTUALIZACIÓN .....	11
2.3.1. Definiciones generales .....	11
2.3.2. Estudio de Mercado .....	12
2.3.3. Estudio Técnico .....	13
2.3.4. Estudio Financiero .....	13
2.4. INSTRUMENTOS UTILIZADOS .....	14
2.5. MARCO LEGAL .....	14
<b>CAPÍTULO III. METODOLOGÍA .....</b>	<b>17</b>
3.1. METODOLOGÍA .....	17
3.2. MATRIZ DE CONGRUENCIA METODOLÓGICA .....	18
3.3. ENFOQUE Y ALCANCE.....	19
3.4. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN .....	19
3.5. POBLACIÓN Y MUESTRA .....	19
3.6. INSTRUMENTOS UTILIZADOS .....	20

3.7. FUENTES DE INFORMACIÓN .....	20
3.7.1. Fuentes primarias .....	20
3.7.2. Fuentes Secundarias .....	20
3.8. LIMITACIONES DEL ESTUDIO .....	21
<b>CAPÍTULO IV. RESULTADO Y ANÁLISIS .....</b>	<b>22</b>
4.1. ESTUDIO DE MERCADO .....	22
4.1.1 Resultados y análisis del instrumento .....	22
4.1.2 Descripción del producto .....	28
4.1.3 Propuesta de logo .....	28
4.1.4 Análisis de la demanda .....	28
4.1.5 Análisis de la oferta .....	29
4.1.6 Análisis de la competencia.....	29
4.1.7 Análisis de precios .....	29
4.1.8 Análisis de las cinco fuerzas de Porter .....	29
4.1.9 Estrategia comercial.....	30
4.2. ESTUDIO TÉCNICO .....	30
4.2.1 Localización de la empresa.....	31
4.2.2 Macro localización.....	31
4.2.3 Micro localización .....	32
4.2.4 Distribución del mercadito.....	33
4.2.5 Requerimiento de bienes que componen el mercadito .....	35
4.2.5.1 Maquinaria y equipo .....	35
4.2.5.2 Equipo de cómputo .....	35
4.2.5.3 Muebles y enseres .....	36
4.2.5.4 Mobiliario y equipo de oficina.....	36
4.2.6 Estructura organizacional.....	36
4.2.7 Perfiles de puestos.....	38
4.2.8 Misión .....	40
4.2.9 Visión.....	40
4.2.10 Principios y valores institucionales.....	40
4.2.10.1 Principios institucionales .....	41



4.2.10.2	Valores corporativos .....	41
4.2.11	Políticas y reglamento interno .....	42
4.2.11.1	Políticas de Reclutamiento, selección y contratación de personal.....	43
4.2.11.2	Reglamento Interno.....	44
4.2.11.3	Obligaciones del mercadito.....	45
4.2.11.4	Reglas y obligaciones de los empleados.....	45
4.2.11.5	Prohibiciones Para el Empleado .....	46
4.3.	ESTUDIO LEGAL .....	46
4.3.1	Sociedad de Responsabilidad Limitada .....	47
4.3.2	Trámites legales y requisitos necesarios para constituir una Sociedad de Responsabilidad Limitada .....	47
4.3.2.1	Obtener la Escritura pública.....	47
4.3.2.2	Inscripción en el Registro Mercantil.....	49
4.3.2.3	Registro Tributario Nacional (RTN).....	50
4.3.2.4	Registro en la Cámara de Comercio .....	51
4.3.2.5	Permiso de operación.....	52
4.3.2.6	Autorización de libros contables.....	54
4.3.2.7	Licencia Sanitaria.....	54
4.4.	ESTUDIO FINANCIERO .....	55
4.4.1	Plan de inversión.....	56
4.4.2	Fuentes de financiamiento .....	56
4.4.3	Ingresos .....	57
4.4.4	Costos y gastos.....	58
4.4.4.1	Costos de ventas.....	58
4.4.4.2	Gastos operativos .....	58
4.4.5	Proyección de Estados Financieros.....	59
4.4.5.1	Estados de Situación Financiera proyectados .....	59
4.4.5.2	Estados de Resultados proyectados .....	61
4.4.5.3	Flujos de Efectivo proyectados .....	62
4.4.6	Evaluación financiera.....	63
4.4.6.1	Valor presente neto, tasa interna de retorno y valor presente neto ajustado.....	63

4.4.6.2	Periodo de recuperación de la inversión .....	65
4.4.6.3	Relación beneficio costo .....	66
4.4.6.4	Indicadores financieros .....	66
4.4.6.5	Análisis de sensibilidad optimista.....	67
4.4.6.6	Análisis de sensibilidad pesimista .....	71
4.4.6.7	Resultados comparativos .....	75
<b>CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>		<b>76</b>
5.1	CONCLUSIONES.....	76
5.2	RECOMENDACIONES .....	77
<b>REFERENCIAS .....</b>		<b>78</b>
<b>ANEXOS .....</b>		<b>80</b>
<b>ANEXO 1 .....</b>		<b>80</b>
<b>ANEXO 2.....</b>		<b>82</b>
<b>ANEXO 3.....</b>		<b>84</b>
<b>ANEXO 4.....</b>		<b>85</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Características de las MIPYMES.....	8
Tabla 2. Congruencia metodológica.....	18
Tabla 3. Descripción de maquinaria y equipo.....	35
Tabla 4. Descripción de equipo de cómputo.....	35
Tabla 5. Descripción de Muebles y Enseres.....	36
Tabla 6. Descripción de mobiliario y equipo de oficina .....	36
Tabla 7. Descripción de puesto del socio/administrador .....	38
Tabla 8. Descripción del puesto de encargado de bodega y limpieza.....	39
Tabla 9. Descripción de puesto de cajero.....	39
Tabla 10. Costo por registro en la Cámara de Comercio.....	52
Tabla 11. Costo obtención permiso de operación .....	52
Tabla 12. Plan de inversión .....	56
Tabla 13. Resumen préstamo bancario.....	57
Tabla 14. Proyección de ventas.....	57
Tabla 15. Proyección costos de ventas.....	58
Tabla 16. Proyección de gastos operativos .....	59
Tabla 17. Estados de Situación Financiera proyectados .....	60
Tabla 18. Estados de Resultados proyectados.....	61
Tabla 19. Flujos de Efectivo proyectados .....	62
Tabla 20. Costo Promedio Ponderado de Capital.....	64
Tabla 21. Calculo valor presente neto y tasa interna de retorno.....	64
Tabla 22. Calculo escudo fiscal generado por el gasto financiero .....	65
Tabla 23. Calculo periodo de recuperación de la inversión .....	65
Tabla 24. Indicadores financieros del proyecto .....	66
Tabla 25. Estados de Resultados proyectados, escenario optimista .....	67
Tabla 26. Estados de Situación Financiera proyectados, escenario optimista .....	68
Tabla 27. Flujos de Efectivos proyectados, escenario optimista.....	69
Tabla 28. Calculo valor presente neto y tasa interna de retorno, escenario optimista.....	70
Tabla 29. Calculo periodo de recuperación de la inversión, escenario optimista .....	70
Tabla 30. Estados de Resultados proyectados, escenario pesimista .....	71
Tabla 31. Estados de Situación Financiera proyectados, escenario pesimista .....	72
Tabla 32. Flujos de Efectivos proyectados, escenario pesimista.....	73
Tabla 33. Calculo valor presente neto y tasa interna de retorno, escenario pesimista.....	74
Tabla 34. Cuadro comparativo resultados de evaluación .....	75
Tabla 35. Cuadro de amortización del préstamo .....	82
Tabla 36. Cuadro resumen de depreciaciones anuales.....	85
Tabla 37. Cuadro resumen depreciación mobiliario y equipo de oficina .....	85
Tabla 38. Cuadro resumen depreciación muebles y enseres.....	85
Tabla 39. Cuadro resumen depreciación maquinaria y equipo .....	86
Tabla 40. Cuadro resumen depreciación equipo de cómputo.....	86

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1. Estructura del análisis del mercado .....</b>	<b>12</b>
<b>Figura 2. Trámites para constituir legalmente una empresa.....</b>	<b>15</b>
<b>Figura 3. Productos que normalmente compran en los hogares .....</b>	<b>23</b>
<b>Figura 4. Frecuencia con que se adquieren los productos de primera necesidad.....</b>	<b>23</b>
<b>Figura 5. Lugar donde la comunidad compra sus productos .....</b>	<b>24</b>
<b>Figura 6. Criterios que se toman en cuenta al momento de comprar los productos .....</b>	<b>25</b>
<b>Figura 7. Calificación del servicio que brindan los actuales competidores .....</b>	<b>25</b>
<b>Figura 8. Aceptación de un mercadito en el municipio de Yauyupe.....</b>	<b>26</b>
<b>Figura 9. Disposición a adquirir productos en un nuevo mercadito.....</b>	<b>27</b>
<b>Figura 10. Otros servicios que desearían que ofreciera el mercadito .....</b>	<b>27</b>
<b>Figura 11. Logotipo “Mercadito Palma” .....</b>	<b>28</b>
<b>Figura 12. Mapa de Honduras.....</b>	<b>32</b>
<b>Figura 13. Mapa de El Paraíso, Honduras .....</b>	<b>33</b>
<b>Figura 14. Distribución física mercadito .....</b>	<b>34</b>
<b>Figura 15. Organigrama del mercadito .....</b>	<b>37</b>

# **CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN**

## **1.1. Introducción**

El crecimiento poblacional en el municipio de Yauyupe, ha provocado que la demanda de productos básicos también se incremente, es por ello que surge la necesidad de implementar un mini mercadito que pueda suplir las necesidades de la población, ya que las pulperías son los únicos establecimientos con los que cuenta la población para adquirir productos de consumo diario, pero dichos establecimientos no tienen la capacidad de cubrir la creciente demanda, y los nuevos gustos y preferencias que la población va adquiriendo.

En el presente estudio se establecen los objetivos de esta investigación, proponiendo un objetivo central que consiste en determinar la factibilidad de la creación de un mercadito en el municipio de Yauyupe, El Paraíso, así mismo, los objetivos específicos de investigación que ayudan en el desarrollo del proyecto.

Con respecto al marco teórico en el que se sustenta la investigación; se comienza realizando un análisis de la situación actual del problema investigado, posteriormente se detallan las teorías necesarias para soportar el presente estudio, así como los conceptos básicos que ayudan a comprender el tema.

Con la metodología se establece las técnicas a utilizar para llevar a cabo la investigación, seleccionándose como instrumento las encuestas, el cual será el medio de obtención de información de las partes involucradas, para poder realizar un análisis apropiado y fundamentado en información relevante.

Es por ello que se ha decidido realizar un estudio de factibilidad para la implementación de un mini mercadito en el municipio de Yauyupe, con la capacidad de suplir la demanda local, así como la de los municipios vecinos.

## 1.2. Antecedentes

Honduras como país en vías de desarrollo requiere de la inversión, independientemente que esta sea con poco capital, lo importante es generar proyectos a corto plazo para que estos sean capaces de recuperar en un tiempo determinado la inversión.

A nivel mundial la creación de empresas es uno de los pilares básicos y determinantes para el desarrollo económico y social de los países. La actividad comercial de cada una de ellas, brinda un aporte que se vuelve significativo, siendo en conjunto o individualmente, esto dependiendo del tamaño de la empresa (BCIE, 2010).

Yauyupe es un municipio en pleno desarrollo que necesita brindar a la población establecimientos adecuados en los que se puedan adquirir diversos bienes de calidad y a precios competitivos.

Actualmente el municipio de Yauyupe se caracteriza por un constante crecimiento poblacional, por lo tanto, de allí nace la necesidad de crear establecimientos como los mercaditos, que suplan de productos que los establecimientos como las pulperías, no proporcionan y a la vez que colaboren a que el consumidor pueda decidir entre diferentes opciones de compra.

## 1.3. Definición del problema

Considerando que en Yauyupe, El Paraíso no existe un establecimiento que abastezca de productos para satisfacer algunas de las necesidades básicas de la población que reside en la zona, y las pulperías que operan no satisfacen la demanda, se ha identificado la necesidad de crear un mercadito que pueda ofrecer los productos que son necesarios para realizar las actividades diarias de la población, por lo tanto, la única competencia que tendría el mercadito serían las pulperías, y estas no sería una competencia muy fuerte, debido a que las mismas no ofrecen todos los productos que requiere la población.

En el mercado actual de Yauyupe existen deficiencias en el equilibrio de la oferta y demanda del producto, habiéndose observado que los productos y las cantidades ofertadas en el mercado no son las que la población requiere y desea, en consecuencia y debido a ello se pretende contribuir a satisfacer la demanda con la creación de un mercadito que ofrezca diversidad de productos de calidad y a precios competitivos.

#### 1.3.1. Preguntas de investigación

¿Cuáles son los productos de necesidad básica que demanda la población del municipio de Yauyupe, El Paraíso?

¿Cuál es el nivel de competencia directa e indirecta que se tendría al crear un mercadito en el municipio de Yauyupe, El Paraíso?

¿Cuáles son los procedimientos operativos y administrativos que se requieren para la creación de un mercadito en el municipio de Yauyupe, El Paraíso?

¿Cuál es la inversión inicial requerida para la creación de un mercadito en el municipio de Yauyupe, El Paraíso?

¿Cuál es la factibilidad y rentabilidad obtenida por la creación de un mercadito en el municipio de Yauyupe, El Paraíso?

#### 1.3.2. Viabilidad de la investigación

La investigación se considera viable, pues se dispone de los recursos necesarios para llevarla a cabo, como ser el tiempo, el personal para el levantamiento, recolección y análisis de los datos que se obtengan.

## 1.4. Objetivos del problema

### 1.4.1. Objetivo general

Determinar la factibilidad de la creación de un mercadito que contribuya a satisfacer las necesidades básicas de la población que reside en el municipio de Yauyupe, El Paraíso y aldeas aledañas, aportando diversos productos que apoyen en la reducción de la demanda insatisfecha de la zona.

### 1.4.2. Objetivos específicos

1. Determinar los productos de necesidad básica que demanda la población del municipio de Yauyupe, El Paraíso.
2. Identificar la competencia directa e indirecta que se tendría al crear un mercadito en el municipio de Yauyupe, El Paraíso.
3. Describir los procedimientos operativos y administrativos que se requieren para la creación de un mercadito en el municipio de Yauyupe, El Paraíso.
4. Cuantificar el valor de inversión inicial requerida para la creación de un mercadito en el municipio de Yauyupe, El Paraíso.
5. Elaborar un estudio financiero que demuestre la factibilidad y rentabilidad obtenida por la creación de un mercadito en el municipio de Yauyupe, El Paraíso.

## 1.5. Justificación

Aplicando los conocimientos obtenidos en postgrado y con la idea de desarrollar un negocio rentable, se decidió realizar un estudio de factibilidad para crear un mercadito que ofrezca diversos productos necesarios para suplir las necesidades básicas de la población de Yauyupe, El Paraíso y las aldeas aledañas.



El municipio de Yauyupe, se encuentra rodeado de diversas comunidades importantes dentro del Departamento de El Paraíso, por lo que la creación de un mercadito impulsará el desarrollo económico y comercial de la zona, ya que ofrecerá una oportunidad de elegir entre diversas opciones de productos que están orientados hacia el consumo de la población, tomando en cuenta los gustos y preferencias de cada persona, siempre ofreciendo un buen servicio al cliente, productos de calidad y precios competitivos.

Actualmente las empresas existentes en este rubro no cubren totalmente la demanda y en muchas ocasiones ofrecen pocos productos que no satisfacen ni las necesidades básicas de la población, de aquí surge la idea de emprender un nuevo negocio que solvete estas deficiencias, desarrollando estructuras de trabajo bien definidas para brindar así un mejor servicio y diversidad de productos.

De acuerdo a Hernández, Fernández & Baptista (2010, p. 40) “es conveniente, abordar la justificación de una investigación, mediante cinco criterios, a saber”:

**Conveniencia:** El presente estudio será de beneficio directo para la población del municipio de Yauyupe, El Paraíso, mediante la propuesta de satisfacer la demanda insatisfecha de productos básicos.

**Relevancia social:** El desarrollo del estudio hacia una fase de factibilidad, servirá para reducir la demanda insatisfecha de productos de necesidad básica que existe actualmente en el municipio de Yauyupe, El Paraíso.

**Implicaciones prácticas:** El propósito de esta investigación es determinar los productos de necesidad básica que demanda la población de Yauyupe, El Paraíso.

**Valor teórico:** Con la información obtenida, se conocerá si la creación de un mercadito contribuye a la disminución de la demanda insatisfecha de productos de necesidad básica que actualmente se posee en el municipio de Yauyupe, El Paraíso.

## CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

### 2.1. Análisis de la situación actual

El sector de las MIPYMES tiene una función decisiva en la generación de empleo, en la estabilidad social y en el dinamismo económico de un país; de ahí la importancia de crear un clima favorable a la inversión, que fomente la constitución, legalización y funcionamiento de nuevas empresas.

En los países de la Unión Europea y de América Latina y el Caribe las pymes representan aproximadamente el 99% del total de empresas, generan una gran parte del empleo (67%) y actúan en una amplia variedad de ámbitos de la producción y de los servicios (CEPAL, 2013).

En América Latina y el Caribe no existe una definición única sobre micro, pequeña y mediana empresa. Por el contrario, los criterios varían en función de los países, los sectores económicos y las instituciones de apoyo (BID, 2003).

En Honduras las PYMES han enfrentado una serie de inconvenientes y dificultades para poder crecer dentro del mercado, principalmente aspectos legales, sociales, económicos y fiscales, además de las presiones competitivas que presentan las empresas ya constituidas y que operan tanto a nivel nacional como internacional.

A pesar de que las PYMES constituyen un motor importante en la economía de los países, muchas de ellas no se encuentran constituidas formalmente, y por lo general entre más pequeña sea la empresa, existe una alta probabilidad de no realizar su constitución formal.

La mayor parte de estas empresas son constituidas por familiares, y en muchas ocasiones son financiadas con préstamos que se otorgan por instituciones bancarias que promueven la inversión en la pequeña y mediana empresa.

Según la Secretaria de Industria y Comercio (2015) del total de las PYMES constituidas en Honduras “el 25% no cuenta con ningún tipo de constitución formal, el 33% está parcialmente formalizado, y el 42% cuenta con permiso de operación”.

Esto se debe a que el proceso para constituir y legalizar una empresa en Honduras puede demorarse, es por ello que muchas PYMES deciden operar sin constituirse.

El 43% de dueños o socios principales de MIPYMES anteriormente trabajaron en un negocio similar al que actualmente poseen. El hecho de haber trabajado en un negocio similar se considera la fuente principal del emprendimiento exitoso. (BID; SIC, 2013).

Es por esta razón que muchas de las universidades o escuelas de negocios deciden implementar la metodología del aprender-haciendo, o impulsar el emprendimiento a temprana edad, para que los jóvenes vayan adquiriendo experiencia y conocimiento.

La edad promedio en que un empresario inicia su negocio es entre los 28 y 30 años. Se observa que existe un 1% de dueños o socios con una edad menor a los 20 años lo que indica muy poca actividad de emprendimiento en esa edad (BID; SIC, 2013).

La mayoría de las PYMES que se crean en Honduras no poseen una estructura organizacional definida, pero a mayor tamaño suelen poseer un organigrama más completo, manuales de procedimientos y descripciones de puestos, así como segregación de funciones en áreas claves del negocio.

Un aspecto fundamental que utilizan las PYMES hoy en día para generar oportunidades de negocio es el uso del internet y las redes sociales, herramientas que han sido de gran apoyo para promocionar y publicitar los diversos productos que ofrecen al mercado, siendo este tipo de herramientas más utilizadas en las empresas de mayor tamaño.

**Tabla 1: Características de las MIPYMES**

<b>Tamaño de la empresa</b>	<b>Rango de ventas anuales</b>	<b>Rango de empleados</b>
<b>Micro</b>	Menor a L700,000	1 a 10
<b>Pequeña</b>	De L700,000 a L2,000,000	11 a 25
<b>Mediana</b>	Más de L2,000,000	26 en adelante

Fuente: BID & SIC, 2013

Las microempresas representan 95% del total de establecimientos, mientras que las pequeñas el 4% del total y las medianas representan el 0.8% del total (CEPAL, 2011).

En cuanto a la importancia relativa en la generación de empleo y participación en el PIB, las microempresas representan 45.6% y 15.5% respectivamente; las pequeñas 23.8% y 14.5%, y las medianas 9.1% y 22.5% (CEPAL, 2011).

Considerando estos datos se puede mencionar que las PYMES son agentes económicos importantes en la sociedad, ya que una gran parte de la población depende de su actividad productiva y generadora de empleo.

La revista Summa Media Group (2015) afirma: Desde un pequeño lugar para vender abarrotes hasta el que está creando aplicaciones para las plataformas más modernas del mundo, empresas que llevan años en los mercados nacionales o las que están iniciando por la necesidad de tener trabajo, están las que se establecen en los grandes centros urbanos o las que apostaron por el área rural. Las MIPYMES centroamericanas tienen muchas características, pero comparten una en especial: empujan el crecimiento económico de la región.

Según, Marcela Suazo trade marketing manager Honduras de Unilever, explica la importancia de los mini mercaditos (2015) Representan una vía directa hacia nuestro consumidor final, por lo cual es de vital importancia para el negocio. Como toda empresa dedicada al consumo masivo, sabemos que los clientes cada día se vuelven más exigentes y esperan encontrar sus productos lo más cercano posible, a un precio competitivo.

En Honduras existen MIPYMES que iniciaron como emprendedores queriendo hacer un plan de negocios, teniendo un objetivo y meta, como también otras que nacieron por sobrevivencia, por la falta de empleos en el país, que buscan su propia forma de vivir. Como característica común podemos destacar el emprendedurismo, el entusiasmo y la confianza en el país.

Algunas de las ventajas que se pueden destacar sobre las PYMES son:

- a) Cuentan con mayor flexibilidad que las empresas convencionales en materia de producción.
- b) La interacción con el cliente es más cercana, lo que permite una oportunidad invaluable de recopilar información de primera mano con la finalidad de mejorar el producto y/o servicio.
- c) Su funcionamiento e infraestructura en líneas generales, por lo que, si desean cambiar de lugar de residencia por el motivo que sea; como mejoramiento estructural, hacia una zona comercialmente más movida o algo más profundo como público target, hasta su producto y/o servicio tienen más facilidades debido a sus proporciones.
- d) Las decisiones corporativas y comerciales se toman de forma más rápida y directa debido a que no existen una macro-estructura organizacional.
- e) La naturaleza de los cargos suele ser un poco más libre y amplia, por lo que, si se ameritan realizar cambios, los trabajadores son más abiertos ya están adaptados a este sistema.
- f) Están comprometidos más con las demandas del cliente que con su propia naturaleza, su única base es la adaptabilidad, ya sea tecnológico, inmueble o de formación de personal, lo que los hace más competitivas, dentro del mercado.

Se pueden considerar como principales desventajas de una PYME:

- a) No cuentan con un gran respaldo financiero, esto le impide idear a corto plazo negocios o inversiones de mayores proporciones.
- b) No cuentan con lineamientos propios de creación, ya que se va experimentando con los procesos y realizando transformaciones constantes.
- c) Requiere una constante revisión de esquema de estructura dado su naturaleza de flexibilidad, y esto puede provocar fuga de capital.
- d) Como es un ambiente un poco más cercano y familiar, los trabajadores no saben mantener a sus problemas íntimos, desligados a la empresa, esto puede traer problemas al clima organizacional y afectar los procesos.
- e) Como la materia prima se compra en menor cantidad, esto puede ocasionar un alza en el coste de producción que repercutirá directamente en el producto.

Uno de los desafíos a los que se está expuesto cualquier emprendedor al tener un negocio en Honduras, es el delito de la extorsión, pero en el municipio de Yauyupe, al ser un área rural este tipo de amenazas no se han desarrollado ni se llevan a cabo como en las grandes ciudades, en gran medida se debe a la poca presencia de grupos como maras y pandillas.

## 2.2 Teorías

### 2.2.1 Análisis de las metodologías

Como teorías de sustento para el desarrollo de la investigación se utilizan: Teoría financiera y Evaluación financiera de proyectos, en vista de que ambas asignaturas fueron cursadas en postgrado y aportaron el conocimiento necesario para el desarrollo del presente estudio.

La primera, Teoría financiera, sirve para realizar los cálculos necesarios en el análisis financiero del proyecto, como ser: inversión inicial, flujos de caja, valor actual neto y razones financieras, los cuales proporcionarían criterios de evaluación para la toma de decisiones.

La segunda, Evaluación financiera de proyectos, ayuda para poder generar, desarrollar y evaluar proyectos de inversión, desde el punto de vista del estudio de mercado, estudio técnico y estudio financiero.

### 2.2.2 Análisis crítico de las metodologías

Uno de los aspectos a considerar en cuanto a la metodología utilizada es el estudio de mercado, donde se obtendrá la información necesaria para continuar con el estudio técnico, y financiero, ya que es necesario conocer la opinión de los consumidores potenciales.

## 2.3 Conceptualización

### 2.3.1 Definiciones generales

**PYMES:** Las microempresas y las pequeñas y medianas empresas (pymes) son agentes económicos clave, ya que buena parte de la población y de la economía dependen de su actividad y desempeño (CEPAL, 2013).

**Factibilidad:** se refiere a “la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados. Generalmente la factibilidad se determina sobre un proyecto” (Rodríguez, 2012)

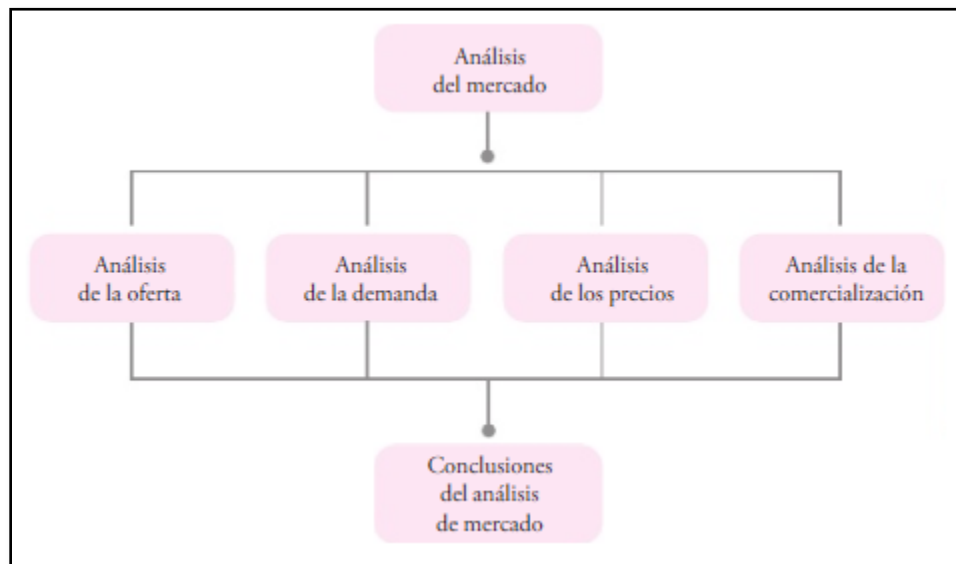
En la etapa de factibilidad se perfecciona y precisa la mejor alternativa identificada en la etapa de pre-factibilidad, sobre la base de información primaria recolectada especialmente para este fin (CEPAL).

### 2.3.2 Estudio de Mercado

La investigación de mercado es el “estudio que proporciona información que sirve de apoyo para la toma de decisiones, la cual está encaminada a determinar si las condiciones del mercado no son un obstáculo para llevar a cabo el proyecto” (Baca, 2013).

**Mercado:** es el área en que confluyen las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados (Baca, 2013).

A continuación se presenta las cuatro variables que conforman la estructura de análisis de mercado:



**Figura 1. Estructura del análisis del mercado**

Fuente: (Baca, 2013)

**Demanda:** es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado (Baca, 2013).

**Oferta:** es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado (Baca, 2013).



**Precio:** es la cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio (Baca, 2013).

**Comercialización:** es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar (Baca, 2013).

### 2.3.3 Estudio Técnico

El Estudio técnico es la “investigación que consta de determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal” (Baca, 2013).

### 2.3.4 Estudio Financiero

El estudio financiero es el “ordenamiento y sistematización de la información de carácter monetario y elaboración de los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica (Baca, 2013).

**Rendimiento:** es la ganancia o pérdida total que experimenta una inversión en un periodo específico (Gitman & Zutter, 2012).

**El Valor Presente Neto (VPN):** es la diferencia entre el valor de mercado de una inversión y su costo (Ross, Westerfield, & Jordan, 2010).

El valor presente neto es la “técnica más desarrollada de elaboración del presupuesto de capital; se calcula restando la inversión inicial de un proyecto del valor presente de sus flujos de entrada de efectivo descontados a una tasa equivalente al costo de capital de la empresa (Gitman & Zutter, 2012).

**Tasa interna de retorno (TIR):** es la tasa de descuento que hace que el valor presente neto de una inversión sea cero (Ross, Westerfield, & Jordan, 2010).

Según (Gitman & Zutter, 2012) la TIR es “la tasa de rendimiento que ganará la empresa si invierte en el proyecto y recibe las entradas de efectivo esperadas”.

**Periodo de recuperación:** es el tiempo que se requiere para que una inversión genere flujos de efectivo suficientes para recobrar su costo inicial (Ross, Westerfield, & Jordan, 2010).

**Capital de trabajo neto:** es la diferencia entre los activos y los pasivos corrientes de la empresa (Gitman & Zutter, 2012).

## 2.4 Instrumentos utilizados

El instrumento seleccionado para llevar a cabo la investigación es a través del Cuestionario, el cual “consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir” Sampieri y Cols. (2010).

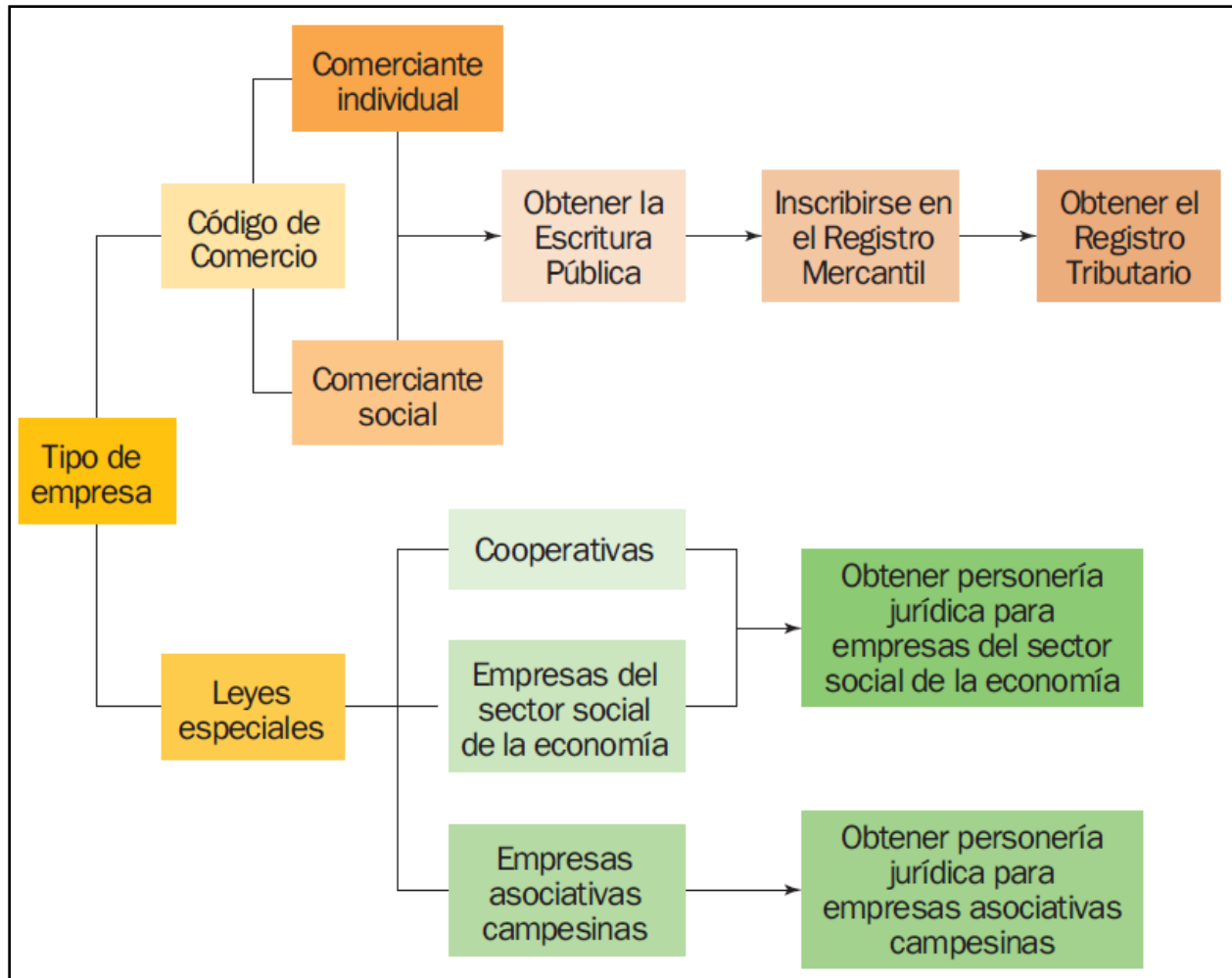
Otra definición de cuestionario es “lista de preguntas que permite conocer qué le gustaría al usuario consumir y cuáles son los problemas actuales en el abastecimiento de productos similares (Baca, 2013)

En su mayoría se aplicaran preguntas cerradas que “son aquellas que contienen opciones de respuesta previamente delimitadas. Son más fáciles de codificar y analizar” (Sampieri, Fernandez, & Baptista, 2010).

El cuestionario se aplicará a cierta parte de la población meta la cual será determinada mediante muestreo, que es la “selección de una pequeña parte estadísticamente determinada, para inferir el valor de una o varias características del conjunto” (Baca, 2013).

## 2.5 Marco legal

Existen dos formas jurídicas para constituir una empresa, una es constituirla conforme el Código de Comercio y, la segunda según lo estipulado en Leyes Especiales, esto dependerá del número y grado de responsabilidad de los socios, del capital y tamaño de la empresa.



**Figura 2. Trámites para constituir legalmente una empresa**

Fuente: (Secretaría de Industria y Comercio, 2015)

Cabe destacar que el mercadito será inscrito bajo la denominación de una Sociedad de Responsabilidad Limitada, según el Código de Comercio la describe como:

Sociedad de responsabilidad limitada es la que existe bajo una razón social o bajo una denominación y cuyos socios sólo están obligados al pago de sus aportaciones, sin que las partes sociales, que nunca estarán representadas por títulos valores, puedan cederse sino en los casos con los requisitos que establece el presente Código (Código de Comercio, pág. Artículo 66).

Según lo detalla el Código de Comercio los pasos a seguir para establecer una empresa se detallan a continuación:

- a) Obtener la escritura pública, que es un “instrumento 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” (Secretaría de Industria y Comercio, 2015).
  
- b) Inscripción en el Registro Mercantil, “toda empresa constituida con base en el Código de Comercio deberá registrar su escritura de constitución en el Registro Mercantil” (Secretaría de Industria y Comercio, 2015).
  
- c) Obtener el Registro Tributario Nacional, que es “el mecanismo para identificar, ubicar y clasificar a las personas naturales o jurídicas que tienen obligaciones” (Secretaría de Industria y Comercio, 2015).

## **CAPÍTULO III. METODOLOGÍA**

### **3.1. Metodología**

El desarrollo del presente capítulo posee el objetivo de describir los procedimientos, técnicas, mecanismos y métodos utilizados para el desarrollo de la investigación.

En primera instancia es importante mencionar la asignatura de Metodología de la investigación, la cual ayuda a identificar el tipo de enfoque, alcance y diseño que tendrá la investigación, también sirve como un pilar importante al momento de definir la forma de recolección de los datos e información, así como la población y la muestra sujeta al estudio.

En cuanto a la clase de Teoría financiera es de gran ayuda al momento de realiza el estudio económico-financiero, ya que establece las bases para cuantificar la inversión inicial que se debe efectuar para montar el proyecto, así como la determinación de los flujos de efectivo que genera el mercadito a lo largo del tiempo de evaluación, además, proporciona las bases lógicas para la toma de decisión con respecto al proyecto, como ser la evaluación financiera a través del valor actual neto, la tasa interna de retorno, cálculo del costo promedio ponderado de capital y análisis de razones financieras.

La asignatura de Evaluación financiera de proyectos contribuye para la elaboración de los diferentes estudios necesarios para el desarrollo y evaluación eficiente de un proyecto de inversión, entre los cuales se pueden mencionar el estudio de mercado, estudio técnico, estudio legal y el estudio económico-financiero. A través del estudio de mercado se evalúan aspectos de la demanda, el producto, el precio y la competencia, con el estudio técnico se establecen aspectos como ser las instalaciones, el recurso humano y procesos administrativos del mercadito, y con respecto al estudio legal, este apoya en los aspectos de constitución de la sociedad, registros mercantiles y permisos de operación.

### 3.2. Matriz de congruencia metodológica

**Tabla 2. Congruencia metodológica**

Titulo	Problema	Objetivo General	Objetivos Específicos	Preguntas de Investigación	Variables
<b>CREACIÓN DE UN MINI MERCADITO EN YAUYUPE, EL PARAÍSO</b>	En el mercado actual de Yauyupe existen deficiencias en el equilibrio de la oferta y demanda del producto, habiéndose observado que los productos y las cantidades ofertadas en el mercado no son las que la población requiere y desea, en consecuencia y debido a ello se pretende contribuir a satisfacer la demanda con la creación de un mercadito que ofrezca diversidad de productos de calidad y a precios competitivos.	Determinar la factibilidad de la creación de un mercadito que contribuya a satisfacer las necesidades básicas de la población que reside en el municipio de Yauyupe, El Paraíso, aportando diversos productos que apoyen en la reducción de la demanda insatisfecha de la zona.	Determinar los productos de necesidad básica que demanda la población del municipio de Yauyupe, El Paraíso.	¿Cuáles son los productos de necesidad básica que demanda la población del municipio de Yauyupe, El Paraíso?	Variable independiente: Productos de consumo básico Variable dependiente: Frecuencia de compra
			Identificar la competencia directa e indirecta que se tendría al crear un mercadito en el municipio de Yauyupe, El Paraíso.	¿Cuál es el nivel de competencia directa e indirecta que se tendría al crear un mercadito en el municipio de Yauyupe, El Paraíso?	Variable independiente: Establecimientos más visitados Variable dependiente: Competencia directa e indirecta
			Describir los procedimientos operativos y administrativos que se requieren para la creación de un mercadito en el municipio de Yauyupe, El Paraíso.	¿Cuáles son los procedimientos operativos y administrativos que se requieren para la creación de un mercadito en el municipio de Yauyupe, El Paraíso?	Variable independiente: Procedimientos operativos
			Cuantificar el valor de inversión inicial requerida para la creación de un mercadito en el municipio de Yauyupe, El Paraíso.	¿Cuál es la inversión inicial requerida para la creación de un mercadito en el municipio de Yauyupe, El Paraíso?	Variable independiente: aspectos de mercado, técnicos, legales y financieros. Variable dependiente: Inversión
			Elaborar un estudio financiero que demuestre la factibilidad y rentabilidad obtenida por la creación de un mercadito en el municipio de Yauyupe, El Paraíso.	¿Cuál es la factibilidad y rentabilidad obtenida por la creación de un mercadito en el municipio de Yauyupe, El Paraíso?	Variable independiente: Inversión y Flujos de efectivo Variable dependiente: Rentabilidad

Fuente: Elaboración propia

### 3.3. Enfoque y Alcance

El tipo de enfoque utilizado en la investigación será el mixto, el cual Sampieri y cols. (2010) afirman “Es un proceso que recolecta, analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio o una serie de investigaciones para responder a un planteamiento de problema”.

A través del enfoque cualitativo se recolecta la información y se analiza para dar respuestas al problema y las preguntas de investigación y mediante el enfoque cuantitativo se realizarán el análisis numérico por medio del estudio financiero.

Ambos enfoques son importantes y realizan notables aportaciones al proyecto, y de acuerdo a lo que describe Sampieri y cols. (2010) “Ninguno es intrínsecamente mejor que el otro, sólo constituyen diferentes aproximaciones al estudio de un fenómeno”.

El tipo de alcance que tendrá la investigación será Descriptivo, de acuerdo a Sampieri y cols (2010) describe “Los estudios descriptivos buscan especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población”.

### 3.4. Diseño de investigación

La presente investigación es de tipo descriptivo, transversal simple; debido a que no se manipulan las variables, solamente se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos, transversal ya que se recopilaban los datos en un momento único y descriptiva debido a que los hallazgos se usan como información para la toma de decisiones, y se busca dar respuesta a las preguntas de investigación planteadas.

### 3.5. Población y Muestra

El estudio toma como base 1.800 habitantes del municipio de Yauyupe, ya que según (Malhotra, 2009, pág. 335) define población: “La suma de todos los elementos que comparten un

conjunto común de características y que constituyen el universo para el propósito del problema de la investigación de mercados”.

La muestra a la cual se aplicará el instrumento será de 317 personas, considerando un intervalo de confianza de 95% y un margen de error de 5% y una desviación estándar de la población de 0,71 aplicando la siguiente formula:

$$\frac{0.71(1-0.71)(1.96^2)}{0.05^2} = 316.39 \approx 317$$

### 3.6. Instrumentos utilizados

Se realizará por medio del método de un cuestionario que será aplicado a 317 personas seleccionadas como muestra de la población del municipio de Yauyupe, El Paraíso. El cuestionario será estructurado de manera tal que las preguntas sean cerradas, abordando aspectos Demográficos y relacionados con el tema de estudio. A través de las preguntas cerradas el encuestado selecciona la alternativa que mejor responde a la pregunta planteada, permitiendo obtener resultados de importancia para la toma de decisiones sobre el tema, además facilitan el análisis de los datos recolectados.

### 3.7. Fuentes de información

#### 3.7.1. Fuentes primarias

Debido a que el tipo de investigación que se realizará tiene un alcance descriptivo, es así que se consideró como fuente primaria los datos obtenidos de primera mano a través de los cuestionarios aplicado a las personas, en este caso el mercado meta.

#### 3.7.2. Fuentes Secundarias

Las fuentes secundarias consideradas para el estudio serán diversas como ser: artículos de revista, publicaciones de periódico, libros de texto, normativas de ley, informes relacionados con



el tema, estadística nacional, así como diferentes insumos necesarios para el desarrollo del estudio.

### 3.8. Limitaciones del estudio

Entre las posibles limitaciones que presenta el estudio se encuentra la aplicación del cuestionario para la recolección de los datos, ya que este debe ser aplicado en el municipio de Yauyupe, El Paraíso, pero, a pesar de existir esta limitación no impide que se pueda cumplir el objetivo de la investigación, en vista de que se dispone del tiempo necesario para realizar los viajes necesarios para la aplicación del instrumento diseñado y así recolectar los datos requeridos para el estudio.

## **CAPÍTULO IV. RESULTADO Y ANÁLISIS**

### **4.1. Estudio de mercado**

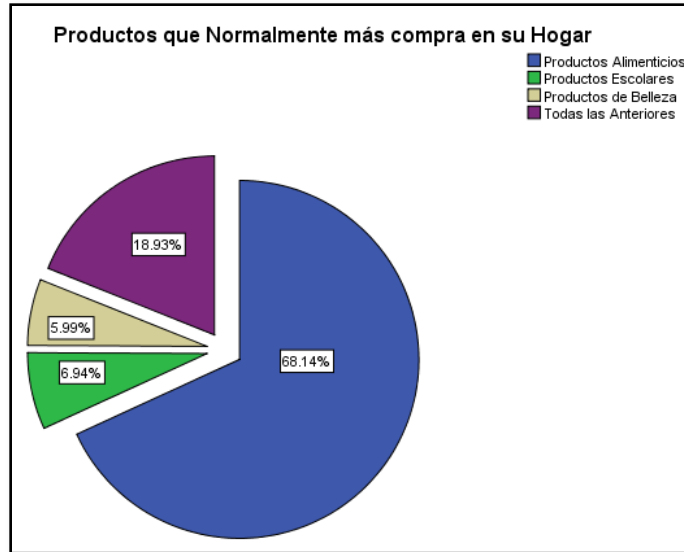
En la actualidad es necesario estar alerta a las exigencias y expectativas del mercado, para ello es de vital importancia hacer uso de técnicas y herramientas que aseguren el éxito de la empresa, como llevar a cabo un estudio de mercado que exprese de manera cualitativa y cuantitativa todo lo referente a aspectos de la competencia, los canales de distribución, lugares de venta del producto, publicidad existente en el mercado y precios, basándose en métodos estadísticos e investigación de campo.

El estudio de mercado consiste en investigar la factibilidad de la introducción en el mercado de un nuevo mercadito que comercialice productos de necesidad básica, realizando un estudio a fin de determinar y cuantificar la oferta y demanda, identificando el mercado meta, y así conocer las preferencias y necesidades de las personas.

#### **4.1.1 Resultados y análisis del instrumento**

A continuación se detallan los principales resultados obtenidos del proceso investigativo, el cual consistió en la aplicación del cuestionario a una muestra de 317 personas.

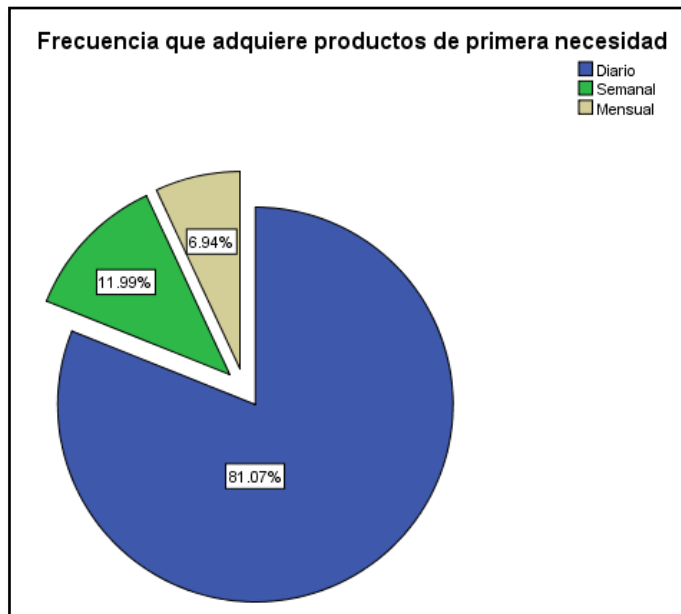
Se observó que el 68.14% de los 317 encuestados compran normalmente productos alimenticios, lo que permite tener una idea del tipo de productos que el mercadito puede ofrecer, tomando en cuenta los gustos y preferencias del mercado meta.



**Figura 3: Productos que normalmente compran en los hogares**

Fuente: Propia

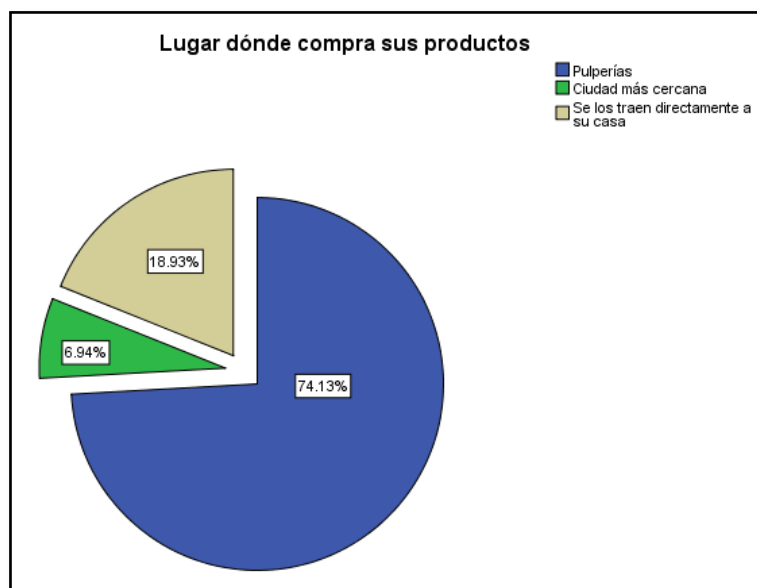
Un aspecto a considerar es la frecuencia de compra de los consumidores, donde el 81.07% del total de los encuestados manifestó que realiza sus compras diariamente y esto se debe a que los productos compran con mayor periodicidad son los de necesidad básica.



**Figura 4: Frecuencia con que se adquieren los productos de primera necesidad**

Fuente: Propia

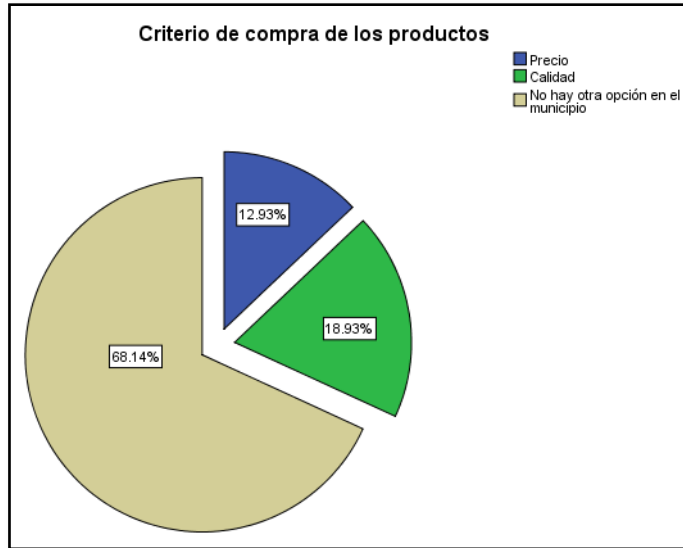
Con respecto al lugar de compra de las personas, el 74.13% mencionó que prefieren comprar en pulperías y esto se debe a que no existe otro lugar donde puedan adquirir los productos que requieren, adicionalmente el 18.93% es atribuible a los carros distribuidores que llegan al municipio.



**Figura 5: Lugar donde la comunidad compra sus productos**

Fuente: Propia

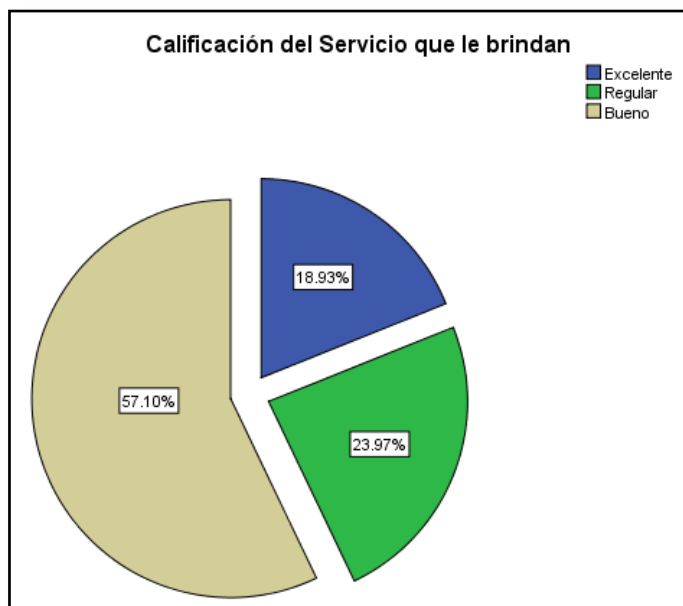
El criterio de compra se ve influenciado en primera instancia porque no hay otra opción para adquirir sus productos en el municipio, representando esta respuesta un 68.14% del total de la población encuestada, y como segundo criterio que toman en cuenta los compradores al momento de adquirir los productos es la calidad de los mismos.



**Figura 6: Criterios que se toman en cuenta al momento de comprar los productos**

Fuente: Propia

Al calificar el servicio prestado por las pulperías el 57.10% del total de encuestados lo considera como bueno, cabe destacar que no hay opiniones negativas, a pesar que las pulperías no suplen todas las necesidades básicas, la población se siente satisfecha con el servicio.



**Figura 7: Calificación del servicio que brindan los actuales competidores**

Fuente: Propia

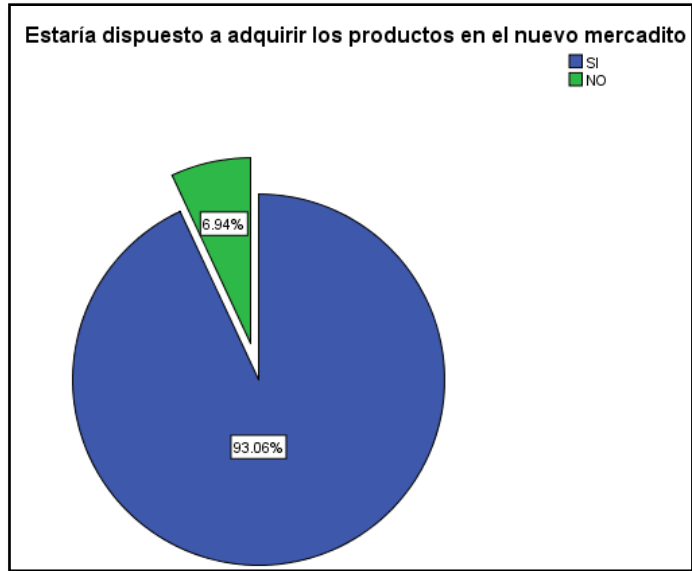
Es importante conocer si la población del municipio de Yauyupe, está de acuerdo con la creación de un mercadito obteniendo como resultado un 100% de aceptación ya que se genera una nueva oportunidad para poder satisfacer sus necesidades.



**Figura 8: Aceptación de un mercadito en el municipio de Yauyupe**

Fuente: Propia

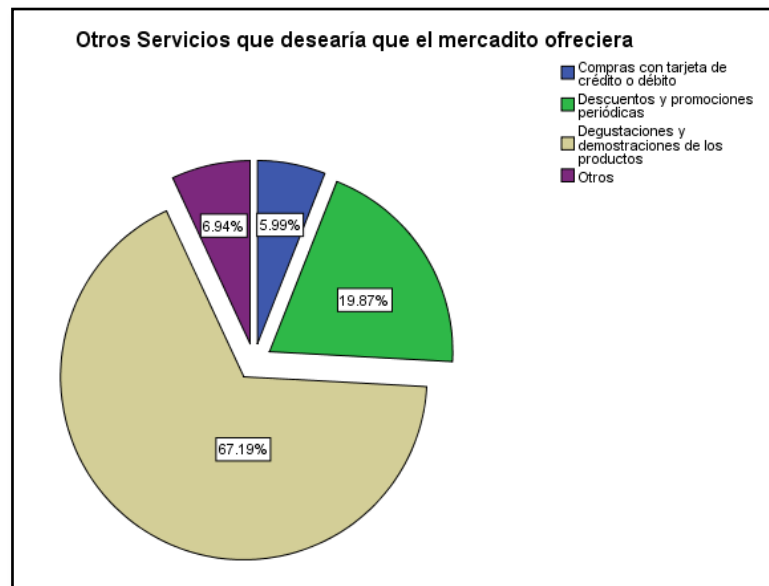
Aunque el 100% de los encuestados está de acuerdo con la creación, solo el 93.06% mencionó que compraría sus productos en el nuevo mercadito como lo muestra el siguiente gráfico.



**Figura 9: Disposición a adquirir productos en un nuevo mercadito**

Fuente: Propia

Las degustaciones y demostraciones de los productos es el tipo de servicio que más les gustaría que se ofreciera en el nuevo mercadito, obteniendo un 67.19%, seguido por los descuentos y promociones con un 19.97%.



**Figura 10: Otros servicios que desearían que ofreciera el mercadito**

Fuente: Propia

#### 4.1.2 Descripción del producto

Al no contar con un establecimiento que ofrezca productos de necesidad básica en el municipio de Yauyupe, surge la necesidad de crear un mercadito capaz de contrarrestar esta situación. Ofreciendo productos alimenticios, productos de aseo y cuidado personal, y en menor escala productos escolares.

#### 4.1.3 Propuesta de logo



**Figura 11: Logotipo “Mercadito Palma”**

Fuente: Propia

#### 4.1.4 Análisis de la demanda

Al ser un nuevo negocio en un mercado existente se puede concluir que la demanda está definida por la población que habita el municipio de Yauyupe, y las personas procedentes de los municipios vecinos que transitan por el lugar y que sienten la necesidad de comprar productos alimenticios, productos de aseo y cuidado personal y artículos escolares.



#### 4.1.5 Análisis de la oferta

El mercadito estará orientado mayormente al ofrecimiento de productos alimenticios ya que obtuvieron un 68.14% de las 317 encuestas aplicadas, seguido por los productos de aseo y cuidado personal, esto debido a que la población realiza las compras de los insumos de necesidad básica en su mayoría de manera diaria.

#### 4.1.6 Análisis de la competencia

Competencia Directa: las pulperías serían la principal competencia que tendría el mercadito ya que son los establecimientos que actualmente ofrecen algunos de los productos de necesidad básica. Los carros que venden verduras también pueden considerarse como competencia directa, pero a menor escala, en vista de que no están de manera permanente y todo el día en el municipio.

#### 4.1.7 Análisis de precios

Al ser un negocio nuevo, se considera la política de costo más margen para la determinación del precio de los productos que se ofrecerán en el mercadito, considerando el incremento inflacionario para cada año.

Adicionalmente se buscará la manera de realizar estrategias comerciales con los proveedores, con el fin de establecer promociones y ofertas en los productos, a manera de lograr el posicionamiento del mercadito.

#### 4.1.8 Análisis de las cinco fuerzas de Porter

Amenaza de posibles entrantes: se puede decir que el nivel de impacto de esta fuerza es medio considerando que el mercadito es nuevo, pero ya están las pulperías como principal competencia y agregando los productores agrícolas, que pueden afectar el volumen de ventas del mercadito.

Poder de negociación de los consumidores: es bastante flexible, hay una gran cantidad de compradores potenciales, y se encuentra una gran variedad de sustitutos con precios más elevados, y debido a que los compradores no se encuentran organizados, esto hace que sus exigencias de reducción de precios sean bajas.

Amenaza de posibles sustitutos: en este aspecto se da con mayor frecuencia, principalmente en los productos alimenticios, y de aseo y cuidado personal, pero en ocasiones estos productos presentan un precio elevado.

Poder de negociación de los proveedores: en el caso del mercadito se puede mencionar que es bastante flexible, ya que en productos alimenticios se tiene una gran variedad de productores y proveedores potenciales, de esta forma se reactivaría la economía en el municipio, al tener proveedores de hortalizas del mismo municipio a precios más accesibles.

Rivalidad entre competidores existentes: Como se puede observar en los resultados obtenidos mediante la aplicación del instrumento, los consumidores buscan los productos con la mejor relación entre la calidad y el precio. Y como dentro de los competidores potenciales se encuentran las pulperías y los distribuidores de verduras, se puede decir que el impacto de esta fuerza es medio-alto.

#### 4.1.9 Estrategia comercial

La diferenciación enfocada en la calidad permitirá ser competitivos en un mercado nuevo donde ya existen competidores, además es importante considerar la innovación, al incluir estrategias como degustaciones y demostraciones de los productos, el pago con tarjeta de crédito o débito, así como la publicidad y propaganda para dar a conocer no solo los productos que se ofrecen sino también las ofertas y promociones.

#### 4.2. Estudio técnico

El estudio técnico consiste en detallar la ubicación geográfica del lugar donde se desarrollará el proyecto, además de aspectos como el espacio físico y equipos necesarios para

llevar a cabo las operaciones del mercadito. A través del estudio técnico se tomará en cuenta la parte operativa, siendo ésta muy importante para el desarrollo del proyecto, obteniendo mejor manejo y control de la comercialización de los productos.

En este estudio se obtendrá información necesaria para cuantificar el monto de la inversión inicial, así como los diferentes costos de operación y necesidades de capital de trabajo (Todos estos valores son importantes para el desarrollo del estudio financiero y la evaluación económica). Además se definirán los procesos adecuados para la selección del personal; con las capacidades y valores que hagan posible el cumplimiento de los objetivos del mercadito.

#### 4.2.1 Localización de la empresa

Para elegir la ubicación del mercadito se llevó a cabo un proceso cuidadoso de selección del local, analizándose los factores que se mencionan a continuación:

**Accesibilidad:** una zona adecuada y de fácil acceso para los clientes potenciales.

**Condiciones físicas del local:** el local cuenta con el espacio suficiente para acondicionar el mercadito de acuerdo a las exigencias del mercado actual así como para una posible remodelación a futuro, en busca de oportunidades de negocio.

**Servicios públicos y privados:** en la zona se ofrecen los servicios básicos y sanitarios necesarios para la realización de las operaciones del mercadito.

El mercadito tiene la posibilidad de ser instalado en cualquier lugar de Yauyupe, El Paraíso; sin embargo la consideración más importante para montarlo es que esté en un lugar estratégico y accesible a la comunidad.

#### 4.2.2 Macro localización

La macro localización consiste en determinar la zona, región o área geográfica en donde se ubicará el mercadito.

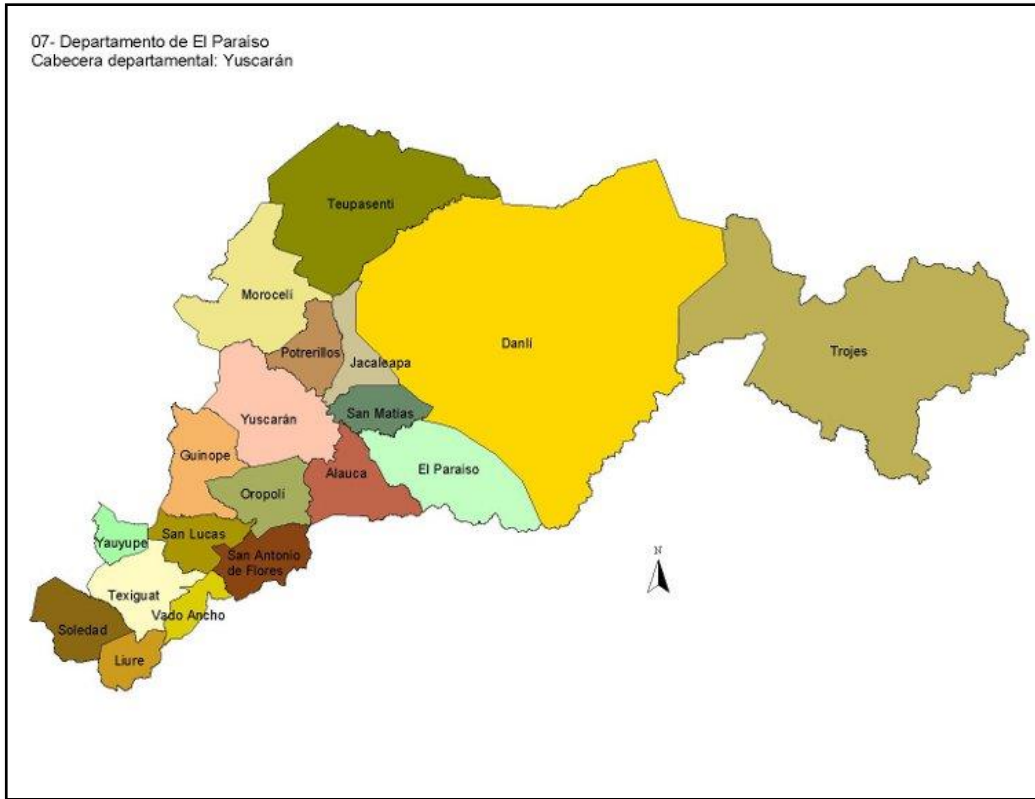
A continuación se presenta el mapa de Honduras, donde se llevará a cabo la ejecución del mercadito, el cual limita al norte con Guatemala y el océano Atlántico, al sur con Nicaragua, El Salvador y el océano Pacífico, al este con el océano Atlántico y al oeste con Guatemala y El Salvador.



**Figura 12. Mapa de Honduras**  
Fuente: [www.google.hn](http://www.google.hn)

#### 4.2.3 Micro localización

La micro localización indica el lugar específico donde se ubicará el mercadito, en este caso la empresa estará localizada y desarrollará sus operaciones en el municipio de Yauyupe, en el Departamento de El Paraíso, Honduras.



**Figura 13. Mapa de El Paraíso, Honduras**

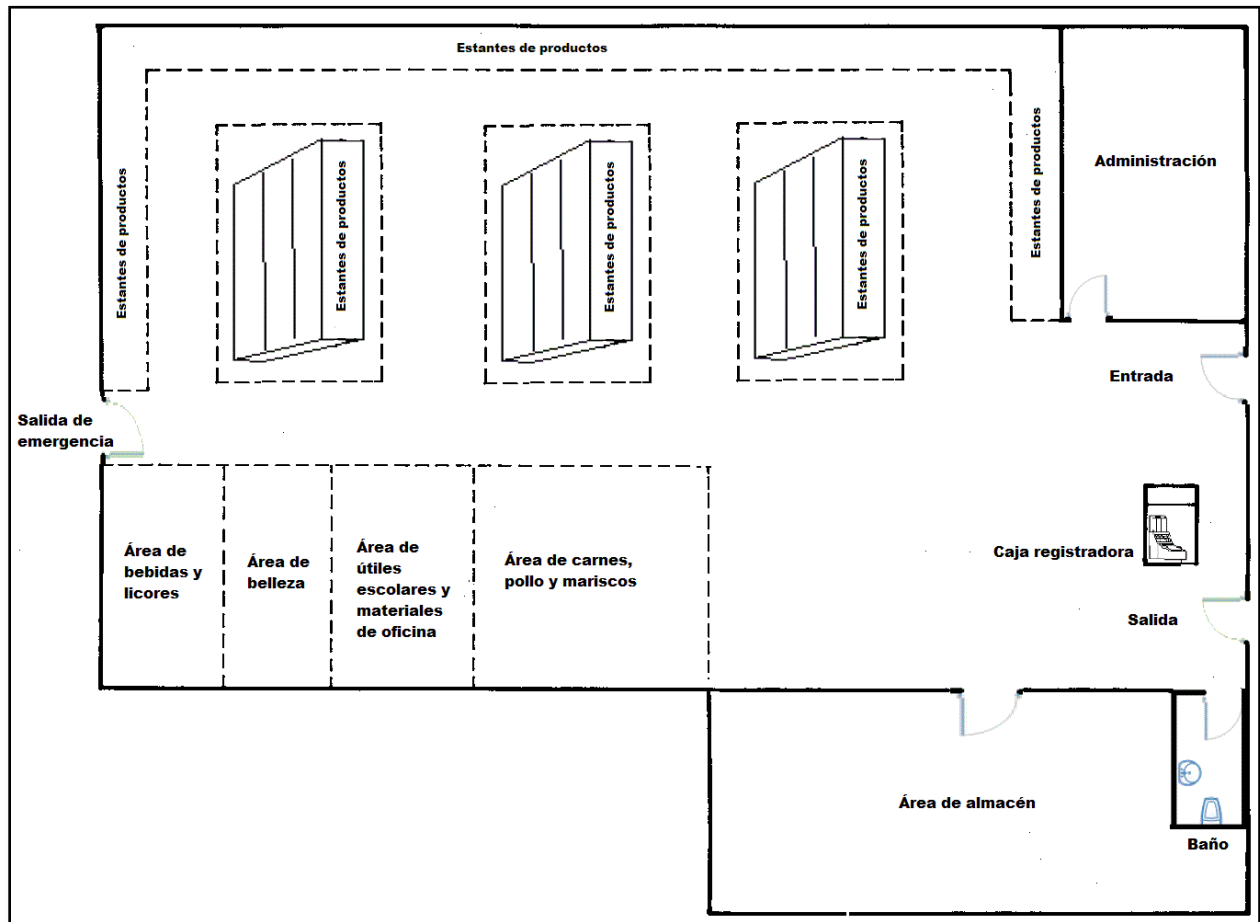
Fuente: [www.google.hn](http://www.google.hn)

#### 4.2.4 Distribución del mercadito

Para la creación del mercadito se posee de una casa, en una de las zonas más concurridas del municipio de Yauyupe, en cuanto a movimiento de personas se trata, solamente se hará la inversión de acondicionamiento del local, ya que el mismo será alquilado.

La distribución del local se refiere a la óptima utilización del espacio disponible, con la finalidad de ubicar cada uno de los componentes que van a estar incluidos en el mercadito ya sea los trabajadores, materiales y mobiliario, con el fin de hacer los procesos más eficientes, realizando el trabajo con el menor esfuerzo, y en el menor tiempo posible, siempre tratando de disminuir los costos de operación.

Para el diseño del mini mercadito se tomarán en cuenta los aspectos necesarios para el desarrollo normal de las actividades operativas, donde los clientes tengan un fácil acceso al momento de realizar sus compras.



**Figura 14. Distribución física mercadito**  
Fuente: Propia

#### 4.2.5 Requerimiento de bienes que componen el mercadito

##### 4.2.5.1 Maquinaria y equipo

**Tabla 3. Descripción de maquinaria y equipo**

Descripción	Cantidad	Precio Unitario (Lempiras)	Precio Total (Lempiras)
Freezers	2	10,900.00	L 21,800.00
Balanza especial para alimentos	1	3,000.00	3,000.00
Motor generador de energía	1	20,000.00	20,000.00
Parlantes ambientales	1	1,600.00	1,600.00
Sistema de alarma	1	26,160.03	26,160.03
Sistema de vigilancia (cámaras)	1	9,999.95	9,999.95
<b>Total</b>			<b>L 82,559.98</b>

Fuente: Propia

##### 4.2.5.2 Equipo de cómputo

**Tabla 4. Descripción de equipo de cómputo**

Descripción	Cantidad	Precio Unitario (Lempiras)	Precio Total (Lempiras)
Computadora de Escritorio HP (Pentium Dual Core CPU E5200 @ 2.5 GHZ 2.50 GHZ, 1.99 GB OF RAM) (Microsoft Windows XP Professional - XP Version 2002 Service Pack 2)	2	14,799.00	L 29,598.00
Caja registradora	1	7,650.00	7,650.00
Impresora láser (Epson Stylus CX5600)	1	10,000.00	10,000.00
<b>Total</b>			<b>L 47,248.00</b>

Fuente: Propia

#### 4.2.5.3 Muebles y enseres

**Tabla 5. Descripción de Muebles y Enseres**

Descripción	Cantidad	Precio Unitario (Lempiras)	Precio Total (Lempiras)
Estantes dobles	7	5,300.00	L 37,100.00
Estantes sencillos	12	3,500.00	42,000.00
Cestas para compras	10	360.00	3,600.00
Riplex	2	5,000.00	10,000.00
<b>Total</b>			<b>L 92,700.00</b>

Fuente: Propia

#### 4.2.5.4 Mobiliario y equipo de oficina

**Tabla 6. Descripción de mobiliario y equipo de oficina**

Descripción	Cantidad	Precio Unitario (Lempiras)	Precio Total (Lempiras)
Microondas	1	1,600.00	L 1,600.00
Aire Acondicionado	1	15,000.00	15,000.00
Lámparas Estilo Chandelier	1	800.00	800.00
Teléfono	1	999.00	999.00
Archivero de 3 gavetas	2	2,969	5,938.00
Ventiladores	6	700.00	4,200.00
Escritorio de Computadora	1	4,199.00	4,199.00
Sumadora	1	1,199.00	1,199.00
Silla	2	1,687.00	3,374.00
<b>Total</b>			<b>L 37,309.00</b>

Fuente: Propia

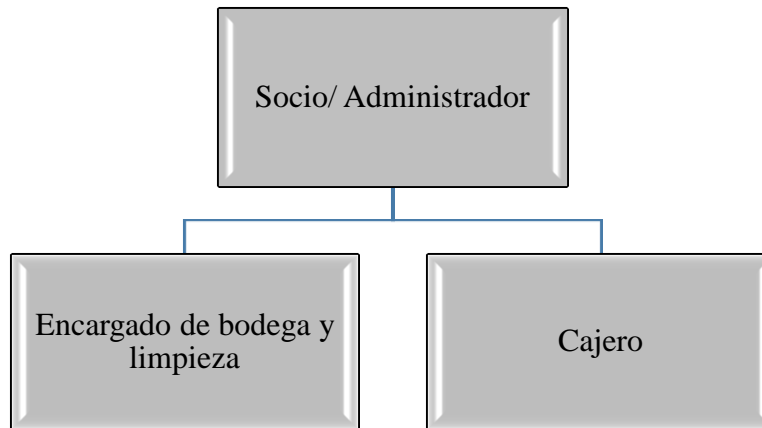
#### 4.2.6 Estructura organizacional

El mercadito contará con 3 colaboradores (socio/administrador, encargado de bodega y limpieza, cajero). La idea es incrementar el número de empleados en la medida que el mercadito crezca; por ende, de entrada se cuenta solamente con los colaboradores necesarios que logren cubrir con todas las operaciones de la empresa.



Para la atención y operación del mercadito, no se exige un alto nivel académico, lo indispensable es que sean bachilleres, con un alto nivel de destreza y ganas de trabajar, por lo que en el municipio de Yauyupe existen muchos candidatos idóneos para ocupar estos empleos.

A continuación se muestra el organigrama que predominaría en el mercadito al momento de su creación:



**Figura 15. Organigrama del mercadito**

Fuente: Propia

#### 4.2.7 Perfiles de puestos

**Tabla 7. Descripción de puesto del socio/administrador**

Puesto:	Socio/Administrador
Jefe inmediato:	-
Subordinados:	Encargado de bodega y limpieza, Cajero
Función básica	Realizar las compras y ventas siempre buscando los mejores beneficios para la empresa.
Responsabilidades	1. Solicitar presupuestos y cotizaciones a distintos proveedores y solicitar características de los productos.
	2. Tomar en cuenta las políticas, calidad y precio antes de determinar con quien hacer negocios.
	3. Establecer políticas de ventas, descuentos sobre ventas, promociones y compras.
	4. Encargarse de las relaciones públicas del mercadito.
	5. Verificar que los clientes estén satisfechos con el producto entregado.
	6. Llevar un registro de la información importante sobre los proveedores.
	7. Administrar de forma eficiente y transparente las finanzas y los recursos de que dispone el mercadito.
	8. Mantener constante comunicación con el personal a cargo.
	9. Se encargara de actualizar toda la contabilidad, hacer planillas de pago y los estados financieros del mercadito.
	10. Realizar arqueos sorpresivos de caja.
	11. Realizar inventarios cíclicos de productos.
	12. Llenar los formularios de pagos de impuestos.
	13. Supervisar el cumplimiento de las políticas, procedimientos y reglamentos del mercadito.
Características requeridas	Contar con la capacidad de poder negociar, ser carismático(a), pero prudente, analítico y contar con un buen manejo de relaciones interpersonales.
	Como requisito del puesto se debe contar mínimo con un grado de Licenciatura en Administración de Empresas, Economía, Finanzas o de Contador.

Fuente: Propia

**Tabla 8. Descripción del puesto de encargado de bodega y limpieza**

Puesto:	Encargado de bodega y limpieza
Jefe inmediato:	Administrador
Subordinados:	-
Función básica	Se encargaran de ordenar los productos en los estantes metálicos, así como la limpieza del mercadito.
Responsabilidades	1. Apoyará al socio administrador en la preparación de presupuestos y solicitudes de productos.
	2. Se encargará de la limpieza del establecimiento.
	3. Encargarse de poner las etiquetas de precios en los estantes, así como las respectivas ofertas.
	4. Ubicación de los productos de acuerdo a lo que dispone el socio administrador y las sugerencias de los clientes.
	5. Encargado de procesos manuales como el lavado de frutas y verduras.
	6. Debe informar al administrador los productos que estén faltando en el mercadito y los productos que no estén saliendo rápido de las bodegas.
	7. Documentar y archivar la documentación recibida.
	8. Mantener al tanto al Administrador sobre cualquier noticia o anomalía que observe con respecto al mercadito.
Características requeridas	Debe ser una persona con un buen manejo de las relaciones interpersonales, ya que debe manejar una buena relación con los clientes y empleados.
	Al menos debe poseer estudios de secundaria o tener experiencia en áreas de bodega.

Fuente: Propia

**Tabla 9. Descripción de puesto de cajero**

Puesto:	Cajero
Jefe inmediato:	Administrador
Subordinados:	-
Función básica	Se encargaran de ordenar los productos en los estantes metálicos, así como la limpieza del mercadito.
Responsabilidades	1. Apoyará al socio administrador en la preparación de presupuestos de efectivo.
	2. Se encargará de cobrar a los clientes.
	3. Brindar una adecuada atención al cliente.
	4. Apoyar al encargado de bodega y limpieza en la organización del mercadito.
Características requeridas	Debe ser una persona con un buen manejo de las relaciones interpersonales, ya que debe manejar una buena relación con los clientes y empleados.
	Como requisito del puesto, mínimo se debe contar con un grado de bachiller en ciencias y letras.

Fuente: Propia

El personal será contratado de manera permanente devengando un sueldo de acuerdo al mercado laboral, considerando las actividades que desarrollarán y tomando en cuenta el salario mínimo.

En cuanto a la seguridad del mercadito, no es necesario la contratación de una persona encargada de la vigilancia del establecimiento, en vista de que en el municipio de Yauyupe se encuentra en un área rural, por lo tanto, no se han desarrollado amenazas de inseguridad como se lleva a cabo en las grandes ciudades del país, a pesar de que los riesgos de seguridad son bajos, se ha considerado implementar medidas de seguridad industrial como ser sistema de alarma y salida de emergencia, así como equipo de vigilancia (cámaras), para reducir al mínimo el índice de emergencias por otro tipo de accidentes.

#### 4.2.8 Misión

Mercadito Palma, es una microempresa orientada a brindar productos de calidad que ayuden a satisfacer las necesidades de los compradores a través de la comercialización de diferentes tipos de bienes de necesidad básica, tomando como ejes estratégicos la calidad en la atención y el servicio al cliente.

#### 4.2.9 Visión

Ser al 2020 una microempresa líder en la comercialización de productos de necesidad básica, atención al cliente, precios accesibles y responsabilidad social para el municipio de Yauyupe, El Paraíso y las aldeas aledañas.

#### 4.2.10 Principios y valores institucionales

Los principios y valores son los pilares que le ayudan a las organizaciones a fortalecer la visión y su estructura institucional.

#### 4.2.10.1 Principios institucionales

Los principios son el conjunto de bases y normas que existen en toda empresa y que definen el comportamiento y desarrollo de la organización. La vida institucional del Mercadito Palma se consolida sobre los siguientes principios:

- a) Calidad:
- b) Productividad
- c) Igualdad
- d) Transparencia
- e) Trabajo en equipo

#### 4.2.10.2 Valores corporativos

Se entiende por valores corporativos a los elementos de la cultura empresarial que posee toda empresa como ser actuaciones, costumbres, actitudes y comportamientos de conducta que colaboran a lograr la evolución y desarrollo de la organización. Los empleados del Mercadito Palma se comprometen a desarrollar sus actividades laborales bajo los siguientes valores:

- a) Integridad
- b) Excelencia
- c) Responsabilidad
- d) Honestidad
- e) Ética y Moral

#### 4.2.11 Políticas y reglamento interno

Las políticas se enfocan en el sistema de calidad y medio ambiente, como una manera para organizar la vida empresarial, fundamentándolo en pilares básicos como lo son la naturaleza de los productos y mejora continua de los procesos, en busca de la excelencia y la satisfacción del cliente.

En el afán por lograr una mayor calidad en los productos y servicios así como una mayor proactividad hacia el cuidado del medio ambiente que nos rodea, se han establecido las siguientes políticas y directrices a cumplir dentro del mercadito:

- a) Cumplir con todos los requisitos impuestos por los clientes así como todos aquellos de tipo legal en el campo de la calidad y el medio ambiente que fueran requeridos.
- b) Compromiso a mejorar de forma continua la calidad del servicio y atención al cliente, así como la actitud frente a los impactos ambientales que genera la actividad operativa del mercadito.
- c) Lograr una competitividad elevada en el mercado basada en la confianza y fidelización de los clientes.
- d) Asegurar la satisfacción de los clientes basándose en un trato siempre correcto y en un esfuerzo extra en la atención.
- e) Prevenir la contaminación que pudiera generar la empresa en la zona para mantener una relación mutuamente beneficiosa con el medio que rodea el municipio.

#### 4.2.11.1 Políticas de Reclutamiento, selección y contratación de personal

##### Reclutamiento de personal

El reclutamiento del personal requiere de la investigación de todas las posibles fuentes de candidatos; debido a que el mercadito es nuevo, el reclutamiento consistirá en fuentes externas como ser instituciones educativas, solicitudes de empleo y anuncios de medios de comunicación.

Se establecerán condiciones de reclutamiento, tales como: experiencia, edad, sexo y conocimiento.

##### Selección del personal

La selección del personal es un proceso complejo que implica absorber las habilidades, intereses, aptitudes y personalidad de los solicitantes con las especificaciones del puesto, se seleccionaran a las personas que reúnan las condiciones específicas exigidas para el respectivo puesto.

La selección del personal será responsabilidad del socio/administrador, el cual deberá tomar como base los requisitos enunciados en los perfiles de cada puesto y este debe ser amparado por las leyes que existen en el país.

##### Pasos para el proceso de Selección:

- a) Recepción de solicitudes.
- b) Investigación de antecedentes.
- c) Lista de espera de las solicitudes aceptables.
- d) Selección preliminar.
- e) Entrevista con el administrador.

- f) Selección final.
- g) Examen médico.
- h) Contratación.

El programa de orientación e inducción del personal, debe proporcionar al nuevo empleado, la información sobre la estructura de la empresa, políticas, reglas y procedimientos en busca de la integración de la misma.

#### Contratación del Personal

El proceso de contratación de la mano de obra se hará obedeciendo las necesidades de mercadeo. El mercadito contratará el personal de la siguiente manera:

- a) Se comenzará a hacer el reclutamiento dos meses antes de que el mercadito entre en operación.
- b) Una vez que se haya contratado el personal éste será sometido en un período de prueba de dos meses como estipula la ley sin compromiso de continuidad para ambas partes en caso de que exista algún inconveniente por parte de alguna de ellas.

#### 4.2.11.2 Reglamento Interno

El Mercadito Palma se regirá por el siguiente reglamento interno:

- a) El mercadito para el debido cumplimiento de sus funciones establecerá una jornada de trabajo ordinario que será de martes a domingos de 8:00 a.m. a 5:00 p.m.
- b) El trabajador recibirá las remuneraciones correspondientes de acuerdo con las disposiciones legales.



- c) El trabajador recibirá las indemnizaciones económicas durante los periodos de incapacidad por enfermedad y demás riesgos en los términos establecidos por la ley del seguro social.
- d) Acatar y cumplir órdenes e instrucciones que se le indiquen al trabajador ya sea de forma verbal o escrita.
- e) Es obligatorio cumplir con los horarios de trabajo establecidos.
- f) Es obligatorio cuidar el equipo con el que se realice el trabajo.
- g) La presentación de los empleados debe ser con la vestimenta apropiada para cada cargo.

#### 4.2.11.3 Obligaciones del mercadito

- a) Proporcionar a los empleados todas las herramientas, equipo, maquinaria y materiales necesarios que el puesto requiere para realizar su trabajo.
- b) Brindar un trato justo y adecuado a los trabajadores.
- c) El mercadito no debe influir en los empleados en cuanto a decisiones políticas, religiosas o personales.
- d) El trabajador recibirá las remuneraciones correspondientes de acuerdo con lo estipulado entre ambas partes.

#### 4.2.11.4 Reglas y obligaciones de los empleados

- a) Cumplir con todas las indicaciones previas a la contratación.
- b) Portar la identificación que le asigna el mercadito.

- c) Mantener limpia el área de trabajo.
- d) Cumplir con el horario de trabajo establecido por la empresa.
- e) Respetar lo encomendado por el administrador.

#### 4.2.11.5 Prohibiciones Para el Empleado

- a) Faltar al trabajo o abandonarlo sin causa justificada.
- b) Se prohíbe la permanencia de niños, animales o personas sin autorización dentro de la empresa.
- c) Fumar en el área de trabajo o presentarse en estado de ebriedad.
- d) Portar armas.
- e) Se prohíbe sacar cualquier objeto de la empresa.

#### 4.3. Estudio legal

Según diversos estudios realizados relacionados con las distintas formas jurídicas mediante las cuales se puede constituir una empresa, se llega a la conclusión de que esta decisión dependerá del número y grado de responsabilidad de los socios, el capital y tamaño de la empresa que se está constituyendo.

Tomando en cuenta el desarrollo de la investigación, el mercadito que se constituirá bajo la forma jurídica de Sociedad de Responsabilidad Limitada, cuyo funcionamiento se registrará bajo las disposiciones del Código del Comercio y las leyes aplicables de la República de Honduras.

#### 4.3.1 Sociedad de Responsabilidad Limitada

La Sociedad de Responsabilidad Limitada es la que existe bajo una razón social o bajo una denominación, la misma posee un máximo de 25 socios quienes solamente están obligados al pago de sus aportaciones, el capital social no podrá ser inferior a cinco mil lempiras y estará representado por partes sociales, nunca por títulos valores.

#### 4.3.2 Trámites legales y requisitos necesarios para constituir una Sociedad de Responsabilidad Limitada

##### 4.3.2.1 Obtener la Escritura pública

Según lo establece el Código de Comercio en el artículo 14, para obtener este tipo de forma jurídica se debe hacer mediante una escritura pública ante un Notario Público.

La Escritura Pública es un instrumento o documento público y legal que debe contener la siguiente información:

- a) Lugar y fecha donde se celebra el acto.
- b) El nombre, nacionalidad y domicilio de las personas físicas y jurídicas que constituyan la sociedad.
- c) La clase de sociedad que se constituya.
- d) La finalidad de la sociedad.
- e) Su razón social o denominación.
- f) Su duración o la declaración expresa de constituirse por tiempo indeterminado.
- g) El importe del capital social, cuando el capital sea variable se indicará el mínimo.

- h) La expresión de lo que cada socio aporta en dinero o en otros bienes y el valor atribuido a éstos.
- i) El domicilio de la sociedad.
- j) La manera conforme a la cual haya de administrarse la sociedad y las facultades de los administradores.
- k) El nombramiento de los administradores y la designación de los que han de llevar la firma social.
- l) La manera de hacer distribución de utilidades o pérdidas entre los socios.
- m) El importe de las reservas.
- n) Los casos en que la sociedad haya de disolverse anticipadamente.
- o) Las bases para practicar la liquidación de la sociedad; y
- p) El modo de proceder a la elección de los liquidadores cuando no hayan sido designados anticipadamente.

Un notario público es el encargado de obtener la escritura pública, por lo que se le entregan los siguientes datos y documentos:

- a) El nombre o la razón social del comerciante o la sociedad.
- b) Descripción de la actividad a la que se dedicará la empresa.
- c) Domicilio o dirección de la empresa.
- d) Capital inicial, que dependerá de la personalidad jurídica a adoptar.

- e) Fotocopia de los documentos personales de los socios: Tarjeta de identidad, Registro Tributario Nacional (RTN) y Solvencia Municipal.

Con los datos y documentos mencionados anteriormente, el notario público elabora la escritura de constitución en un tiempo promedio de 20 días. Una vez otorgada y actualizada la escritura social por el notario se le agrega a la misma los siguientes timbres:

- a) Timbres de contratación de L 3.00 por cada mil de capital.
- b) Timbres registrables de L. 1.50 por cada mil o fracción de mil de capital.
- c) Timbres del colegio de abogados.

Después de otorgada la escritura pública de constitución como trámite previo a su inscripción, en el registro público deberá ser sometido a calificación social, el trámite deberá ser realizado por un profesional del derecho con un costo aproximado de L 1,500.00.

Posteriormente se realizará publicación de aviso de constitución en el diario oficial La Gaceta con un valor de L 1,270.00.

#### 4.3.2.2 Inscripción en el Registro Mercantil

Toda empresa que es constituida con base en el Código de Comercio de Honduras debe registrar su escritura de constitución en el Registro Mercantil, dicho trámite es realizado por el empresario y se lleva a cabo en un tiempo promedio de 1 día.

Para poder cumplir con el requisito de inscripción en el Registro Mercantil se debe presentar los siguientes documentos:

- a) Original y copia de la escritura de constitución.
- b) Recibo de pago de derechos registrales, original y copia.

- c) Copia de la publicación de la constitución en el diario oficial La Gaceta o en cualquier diario de circulación nacional.
- d) Las sociedades mercantiles deberán presentar copia del depósito bancario por concepto del capital de constitución de la empresa. Este valor debe coincidir con el que aparece en la escritura de constitución.

Para el caso del mercadito que se está creando este trámite se realiza en el Instituto de la Propiedad y el costo dependerá del capital con el que se constituya la empresa; por los primeros mil lempiras se deberán cancelar veinte lempiras, por cada mil adicional, un lempira con cincuenta centavos (L 1.50); y, por valor indeterminado, se pagan veinte lempiras.

#### 4.3.2.3 Registro Tributario Nacional (RTN)

El Registro Tributario Nacional es el mecanismo para identificar, ubicar y clasificar a las personas naturales o jurídicas que tienen obligaciones ante el Servicio de Administración de Rentas (SAR).

Este trámite es realizado por el empresario o el representante legal, se lleva a cabo en las oficinas del SAR y tiene una duración promedio de un día.

Para obtener el Registro Tributario Nacional de una empresa mercantil se presentan los siguientes documentos:

- a) Formulario de inscripción (Forma DEI 410), debidamente completado. Este formulario se obtiene gratuitamente en las ventanillas de atención al público del SAR.
- b) Fotocopia de escritura de constitución o carta de autorización extendida por notario.
- c) Fotocopia del RTN del notario que autorizó la escritura de constitución.
- d) Fotocopia de las tarjetas de identidad de los socios.

- e) Copia de identidad y RTN del gerente o presidente.

#### 4.3.2.4 Registro en la Cámara de Comercio

Según establece el Código de Comercio en el artículo 384, es obligatorio que todo comerciante y/o sociedad mercantil se registre en la Cámara de Comercio e Industrias correspondiente, ya que sin este registro, las alcaldías no autorizan el permiso de operación.

El registro en la Cámara de Comercio e Industrias se realiza por el empresario en el municipio o ciudad donde operará la empresa, y tiene un tiempo promedio de un día hábil. Para el registro en la Cámara de Comercio se presentarán los siguientes documentos:

- a) Constancia de inscripción en el Registro Público de Comercio, en el libro de comerciantes sociales.
- b) Presentar escritura original de la declaración de comerciante social con el objeto de anotar en ella el número de registro de la Cámara de Comercio e Industrias.
- c) Copia de la Escritura Pública anterior para archivo de la Cámara de Comercio e Industrias.
- d) Fotocopia del Registro Tributario Nacional.
- e) Recibo de pago por el registro, el cual dependerá del capital suscrito por la empresa, y este será renovado obligatoriamente todos los años terminados en cero (0) y cinco (5).

**Tabla 10: Costo por registro en la Cámara de Comercio**

Capital autorizado		Pagará
Desde	Hasta	
L 1.00	L 200,000.00	L 590.00
L 200,001.00	L 400,000.00	L 850.00
L 400,001.00	L 700,000.00	L 1,800.00
L 700,001.00	En adelante	L 3,000.00

Fuente: (Secretaria de Industria y Comercio, 2015)

#### 4.3.2.5 Permiso de operación

El permiso de operación lo extiende la alcaldía municipal, para garantizar que la empresa opera conforme a las leyes municipales.

El permiso de operación se obtiene en la municipalidad en donde funcionará la empresa, el tiempo que tarda dependerá en cual municipalidad se realice el trámite, y el costo de obtener este permiso dependerá del rango de ingresos, de acuerdo a la siguiente tabla:

**Tabla 11: Costo obtención permiso de operación**

Rango de ingresos	Tasa anual de permisos de operación
Hasta 100,000.00	1.00
De 100,000.01 a 300,000.00	250.00
De 300,000.01 a 600,000.00	375.00
De 600,000.01 a 1,000,000.00	500.00
De 1,000,000.01 a 2,000,000.00	600.00
De 2,000,000.01 a 5,000,000.00	850.00
De 5,000,000.01 a 10,000,000.00	1,100.00
De 10,000,000.01 a 15,000,000.00	1,300.00
De 15,000,000.01 a 20,000,000.00	1,500.00
De 20,000,000.01 a 30,000,000.00	1,700.00
De 30,000,000.01 a 40,000,000.00	2,000.00
De 40,000,000.01 a 60,000,000.00	2,200.00
De 60,000,000.01 en adelante	2,500.00

Fuente: (Secretaria de Industria y Comercio, 2015)



Los requisitos para obtener el permiso de operación en un negocio nuevo son:

- a) Llenar el formulario único, o la Forma 05 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).
- b) Constancia de dónde se ubica el negocio. Se adjunta el croquis del local y su respectiva clave catastral.
- c) Fotocopia de tarjeta de identidad del representante legal, en caso de ser hondureño.
- d) Fotocopia del pasaporte o carné de residencia, si es extranjero.
- e) Fotocopia de Solvencia Municipal vigente del dueño o del representante legal del negocio.
- f) Fotocopia de la escritura de constitución de comerciante individual o de sociedad con el sello de la Cámara de Comercio y el RTN.
- g) 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.

Después de iniciado el proceso de solicitud de permiso de operación, se dará al empresario(a), un tiempo máximo de ocho (8) días para que se realicen las inspecciones, las cuales dependerán del tipo de empresa a operar que pueden ser: inspección de zonificación, juzgado de policía, medio ambiente, vialidad, uso de suelo, talleres y metro plan. Si el resultado de las inspecciones es favorable, se procede a la emisión y entrega del permiso.

#### 4.3.2.6 Autorización de libros contables

La autorización de los libros contables la realiza la Secretaria Municipal, y tarda aproximadamente 10 días hábiles; los requisitos que se deben de presentar para la autorización de los libros contables son los siguientes:

- a) Permiso de operación de la Alcaldía.
- b) Recibo de pago en la Tesorería municipal por volumen de ventas.

#### 4.3.2.7 Licencia Sanitaria

La Licencia Sanitaria es la autorización para que un establecimiento pueda fabricar, importar, exportar, transportar, distribuir, manipular, almacenar, envasar, expender y dispensar productos de interés sanitario, así como brindar servicios en salud, una vez que cumpla con todos los requisitos técnicos y legales.

Los empresarios de los municipios distintos del Distrito Central del país deberán acudir a la Jefatura del Departamento de Regulación Sanitaria de las Regiones de Salud, y el trámite tarda aproximadamente 40 días y su costo varía dependiendo de la clasificación del establecimiento y la actividad a la que se dedique, en el caso del mercadito que se está creando tiene un costo de L 1,000.00.

Se debe presentar solicitud que indique “Se Solicita Licencia Sanitaria” con la siguiente información:

- a) Órgano al que se dirige: Jefatura de la Región Departamental de Salud.
- b) Nombre y generales del propietario o representante legal de la empresa.
- c) Razón o denominación de la sociedad.
- d) Nombre del establecimiento y actividad a la que se dedica.

- e) Dirección exacta del establecimiento, incluyendo teléfono, fax y correo electrónico.
- f) Lugar y fecha de la solicitud.
- g) Firma del solicitante.

Los documentos que se deben de presentar para poder obtener la licencia sanitaria se mencionan a continuación:

- a) Poder otorgado al profesional del Derecho.
- b) Fotocopia de la escritura de constitución de la empresa o comerciante individual, debidamente inscrita en el Registro de la Propiedad Inmueble y Mercantil.
- c) Fotocopia del documento que acredite al profesional que actuará como regente, director médico, cuando proceda.
- d) Recibo de pago por servicios de licencia sanitaria.
- e) Presentación de los planos de las instalaciones físicas, eléctricas, agua potable y aguas residuales del establecimiento, aprobados por la Alcaldía correspondiente, cuando proceda.

#### 4.4. Estudio financiero

Este estudio tiene como objetivo estimar la inversión del proyecto, la cual servirá como base para la toma de decisiones, tomando los resultados del estudio de mercado y el estudio técnico. El análisis del proyecto se realizará por medio de la proyección de estados financieros y en base a ellos determinar su rentabilidad, sus flujos de efectivo y las utilidades potenciales, por lo tanto a través del mismo se demuestra a los inversionistas la factibilidad y rentabilidad de la puesta en marcha del mercadito.

#### 4.4.1 Plan de inversión

La inversión inicial comprende todos los desembolsos de efectivo necesarios para la adquisición de los activos fijos (maquinarias, enseres, mobiliario, etc), diferidos (gastos de instalación y constitución) y capital de trabajo que se requieren para iniciar las operaciones del mercadito.

Para cuantificar la inversión inicial del proyecto se tomaron en cuenta aspectos técnicos relacionados con la creación del mercadito; el total de la inversión inicial tiene un valor estimado de L 361,169.83 y el detalle de lo que integra dicho valor puede verse en el siguiente cuadro:

**Tabla 12: Plan de inversión**

Detalle	Inversión Total	Financiamiento	Fondos Propios
Mobiliario y equipo de oficina	L 37,309.00	L 37,309.00	L 0.00
Maquinaria y equipo	82,559.98	82,559.98	0.00
Muebles y enseres	92,700.00	92,700.00	0.00
Equipo de computo	47,248.00	47,248.00	0.00
<b>Total Activos fijos</b>	<b>L 259,816.98</b>	<b>L 259,816.98</b>	<b>L.0.00</b>
Imprevistos 5% de la Inversión fija	L 12,990.85	L.0.00	L 12,990.85
Inventarios	46,903.50	0.00	46,903.50
Papelería e Insumos	6,000.00	0.00	6,000.00
Depósitos en garantía	1,500.00	0.00	1,500.00
Gastos pre operativos y de instalación	8,958.50	0.00	8,958.50
Efectivo	25,000.00	0.00	25,000.00
<b>Total Capital de Trabajo</b>	<b>L 101,352.85</b>	<b>L 0.00</b>	<b>L 101,352.85</b>
<b>Inversión Total</b>	<b>L 361,169.83</b>	<b>L 259,816.98</b>	<b>L 101,352.85</b>
<b>%</b>	<b>100.00%</b>	<b>71.94%</b>	<b>28.06%</b>

Fuente: Propia

Para la evaluación financiera del proyecto se han considerado imprevistos por un 5% del valor total de la inversión inicial en activos no corrientes.

#### 4.4.2 Fuentes de financiamiento

Para llevar a cabo un proyecto como lo es la creación de un mercadito en el municipio de Yauyupe, El Paraíso, es importante establecer de qué manera será financiado, ya sea de fuentes internas (fondos propios) o fuentes externas (financiamiento a través del mercado de capitales).

El proyecto será financiado en un 71.94% por una institución financiera, a una tasa del 13.5% anual y a un plazo de 5 años, generando una cuota mensual de L 5,978.35 (L 71, 740.18 al año). Véase tabla de amortización del préstamo bancario en el Anexo 2.

A continuación se muestra el resumen de los pagos en concepto de abonos al capital e intereses realizados de manera anual:

**Tabla 13: Resumen préstamo bancario**

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Intereses	32,719.39	27,113.09	20,701.32	13,368.34	4,981.80	98,883.94
Abono Capital	39,020.80	44,627.09	51,038.86	58,371.84	66,758.38	259,816.98
Total	L 71,740.18	L 71,740.18	L 71,740.18	L 71,740.18	L 71,740.18	L 358,700.92

Fuente: Propia

#### 4.4.3 Ingresos

Para la determinación de los ingresos del proyecto se tomaron en cuenta aspectos como ser la demanda insatisfecha del municipio de Yauyupe el Paraíso y aldeas aledañas, así como otros factores como ser, patrón y periodicidad de consumo de la población.

**Tabla 14: Proyección de ventas**

Rubro	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Productos alimenticios	L 1,014,120.00	L 1,027,303.56	L 1,040,658.51	L 1,054,187.07	L 1,067,891.50
Productos de aseo y cuidado personal	481,680.00	487,941.84	494,285.08	500,710.79	507,220.03
Productos escolares	363,960.00	368,691.48	373,484.47	378,339.77	383,258.18
Total ventas anuales	L 1,859,760.00	L 1,883,936.88	L 1,908,428.06	L 1,933,237.62	L 1,958,369.71

Fuente: Propia

#### 4.4.4 Costos y gastos

##### 4.4.4.1 Costos de ventas

Dentro de los costos de venta se incluyen se incluye el valor de adquisición que tiene cada uno de los productos que se proyectan serán vendidos a lo largo de la vida de evaluación del proyecto.

**Tabla 15: Proyección costos de ventas**

Rubro	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Productos alimenticios	L 596,124.00	L 603,873.61	L 611,723.97	L.619,676.38	L 627,732.17
Productos de aseo y cuidado personal	288,720.00	292,473.36	296,275.51	300,127.10	304,028.75
Productos escolares	240,840.00	243,970.92	247,142.54	250,355.40	253,610.02
Total costos anuales	L 1,125,684.00	L 1,140,317.89	L 1,155,142.02	L 1,170,158.87	L 1,185,370.94

Fuente: Propia

##### 4.4.4.2 Gastos operativos

Dentro de los gastos operativos se incluyen los sueldos del personal del mercadito así como las respectivas retenciones patronales, las depreciaciones de los activos fijos, los gastos de alquiler y los gastos por servicios públicos, los cuales son necesarios para la operación normal e ininterrumpida del proyecto.

Para la proyección de los gastos para los próximos cinco años se ha considerado una proyección estimada de la tasa de inflación, tomando como base datos históricos de los últimos años.

Los únicos gastos que no se ven afectados por la tasa de inflación son las depreciaciones de los activos fijos, ya que se depreciarán de acuerdo a lo que establecen las leyes de Honduras mediante el método de línea recta. Véase cuadro resumen de depreciación en el Anexo 3.

A continuación se detallan los gastos operativos del mercadito proyectados para los próximos cinco años:

**Tabla 16: Proyección de gastos operativos**

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Alquiler	L 18,000.00	L 18,785.16	L 19,604.57	L 20,459.72	L 21,352.17
Salarios	381,070.68	397,925.45	415,515.42	434,125.88	453,759.84
Décimo Tercer mes de Salario	33,000.00	34,439.46	35,941.71	37,509.49	39,145.65
Décimo Cuarto mes de Salario	16,500.00	34,439.46	35,941.71	37,509.49	39,145.65
Depreciaciones	30,399.43	30,399.43	30,399.43	30,399.43	30,399.43
Cuotas Patronales	29,937.12	30,838.48	31,779.16	32,320.50	32,516.84
Consumo de Energía	48,000.00	50,093.76	52,278.85	54,559.25	56,939.13
Gastos pre operativos y de instalación	1,791.70	1,791.70	1,791.70	1,791.70	1,791.70
Papelería e insumos	10,000.00	10,436.20	10,891.43	11,366.51	11,862.32
Otros gastos	5,000.00	5,218.10	5,445.71	5,683.26	5,931.16
Internet	18,000.00	18,785.16	19,604.57	20,459.72	21,352.17
Teléfono	9,600.00	10,018.75	10,455.77	10,911.85	11,387.83
Agua	1,152.00	1,202.25	1,254.69	1,309.42	1,366.54
<b>Totales Anuales</b>	<b>L 602,450.93</b>	<b>L 644,373.37</b>	<b>L 670,904.73</b>	<b>L 698,406.22</b>	<b>L 726,950.43</b>

Fuente: Propia

#### 4.4.5 Proyección de Estados Financieros

##### 4.4.5.1 Estados de Situación Financiera proyectados

**Tabla 17: Estados de Situación Financiera proyectados**

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Activos</b>					
<b>Corrientes</b>					
Caja y bancos	L 79,752.59	L 115,417.15	L 138,872.35	L 147,690.95	L 139,958.84
Inventario	93,807.00	95,026.49	96,261.84	97,513.24	98,780.91
Papelería e Insumos	1,500.00	1,563.80	1,672.37	1,305.86	1,443.54
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>175,059.59</b>	<b>212,007.44</b>	<b>236,806.56</b>	<b>246,510.05</b>	<b>240,183.29</b>
<b>No Corrientes</b>					
Costo activos fijos	92,700.00	92,700.00	92,700.00	92,700.00	92,700.00
Depreciación Acumulada de Muebles y enseres	-9,177.30	-18,354.60	-27,531.90	-36,709.20	-45,886.50
Mobiliario y Equipo de Oficina	37,309.00	37,309.00	37,309.00	37,309.00	37,309.00
Depreciación Acumulada de Mobiliario y Equipo	-3,693.59	-7,387.18	-11,080.77	-14,774.36	-18,467.96
Maquinaria y Equipo	82,559.98	82,559.98	82,559.98	82,559.98	82,559.98
Depreciación Acumulada de Maquinaria y Equipo	-8,173.44	-16,346.88	-24,520.31	-32,693.75	-40,867.19
Equipo de Computo	47,248.00	47,248.00	47,248.00	47,248.00	47,248.00
Depreciación Acumulada de Equipo de Computo	-9,355.10	-18,710.21	-28,065.31	-37,420.42	-46,775.52
Depósitos en Garantía	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00
Gastos pre operativos y de instalación	7,166.80	5,375.10	3,583.40	1,791.70	-
<b>Total Activo no Corrientes</b>	<b>238,084.35</b>	<b>205,893.21</b>	<b>173,702.08</b>	<b>141,510.95</b>	<b>109,319.81</b>
<b>Total Activos</b>	<b>L 413,143.94</b>	<b>L 417,900.65</b>	<b>L 410,508.64</b>	<b>L 388,021.00</b>	<b>L 349,503.11</b>
<b>Pasivos</b>					
<b>Corrientes</b>					
Impuestos Sobre Renta Por Pagar	L 22,748.73	L 18,033.13	L 15,420.00	L 12,826.05	L 10,266.64
Préstamos por pagar	44,627.09	51,038.86	58,371.84	66,758.38	-
<b>Total Pasivo Corriente</b>	<b>67,375.82</b>	<b>69,071.99</b>	<b>73,791.84</b>	<b>79,584.43</b>	<b>10,266.64</b>
<b>No Corriente</b>					
Préstamos por pagar	176,169.09	125,130.23	66,758.38	-	-
<b>Total Pasivo No Corriente</b>	<b>176,169.09</b>	<b>125,130.23</b>	<b>66,758.38</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Total Pasivos</b>	<b>243,544.91</b>	<b>194,202.22</b>	<b>140,550.22</b>	<b>79,584.43</b>	<b>10,266.64</b>
<b>Patrimonio</b>					
<b>Capital Contable</b>					
Capital Social	101,352.85	101,352.85	101,352.85	101,352.85	101,352.85
Reserva Legal Acumulada	-	3,412.31	6,117.28	8,430.28	10,354.19
Reserva del Periodo	3,412.31	2,704.97	2,313.00	1,923.91	1,540.00
<b>Total Capital Contable</b>	<b>104,765.16</b>	<b>107,470.13</b>	<b>109,783.13</b>	<b>111,707.03</b>	<b>113,247.03</b>
<b>Resultados Acumulados</b>					
Utilidad (Pérdida) acumulada	-	64,833.87	116,228.30	160,175.29	196,729.53
Utilidad/Pérdida del período	64,833.87	51,394.43	43,946.99	36,554.24	29,259.91
<b>Total Resultados Acumulados</b>	<b>64,833.87</b>	<b>116,228.30</b>	<b>160,175.29</b>	<b>196,729.53</b>	<b>225,989.44</b>
<b>Total Patrimonio</b>	<b>169,599.03</b>	<b>223,698.43</b>	<b>269,958.42</b>	<b>308,436.56</b>	<b>339,236.47</b>
<b>Total Pasivos más Patrimonio</b>	<b>L 413,143.94</b>	<b>L 417,900.65</b>	<b>L 410,508.64</b>	<b>L 388,021.00</b>	<b>L 349,503.11</b>

Fuente: Propia



#### 4.4.5.2 Estados de Resultados proyectados

**Tabla 18: Estados de Resultados proyectados**

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por venta	L 1,859,760.00	L 1,883,936.88	L 1,908,428.06	L 1,933,237.62	L 1,958,369.71
(-) Costo de ventas	1,125,684.00	1,140,317.89	1,155,142.02	1,170,158.87	1,185,370.94
<b>Utilidad bruta en ventas</b>	<b>734,076.00</b>	<b>743,618.99</b>	<b>753,286.03</b>	<b>763,078.75</b>	<b>772,998.78</b>
<b>Gastos operativas</b>					
Sueldos y Salarios	381,070.68	397,925.45	415,515.42	434,125.88	453,759.84
Décimo Tercer mes de Salarios	33,000.00	34,439.46	35,941.71	37,509.49	39,145.65
Décimo Cuarto mes de Salarios	16,500.00	34,439.46	35,941.71	37,509.49	39,145.65
Gastos Por Depreciación	30,399.43	30,399.43	30,399.43	30,399.43	30,399.43
Papelería e Insumos	10,000.00	10,436.20	10,891.43	11,366.51	11,862.32
Gastos pre operativos y de instalación	1,791.70	1,791.70	1,791.70	1,791.70	1,791.70
Alquiler	18,000.00	18,785.16	19,604.57	20,459.72	21,352.17
Otros gastos	5,000.00	5,218.10	5,445.71	5,683.26	5,931.16
Cuotas Patronales	29,937.12	30,838.48	31,779.16	32,320.50	32,516.84
Gastos financieros	32,719.39	27,113.09	20,701.32	13,368.34	4,981.80
Otros gastos financieros	7,910.77	-	-	-	-
Servicios públicos	<u>76,752.00</u>	<u>80,099.92</u>	<u>83,593.88</u>	<u>87,240.25</u>	<u>91,045.67</u>
<b>Total gastos operativos</b>	<b>643,081.09</b>	<b>671,486.46</b>	<b>691,606.05</b>	<b>711,774.56</b>	<b>731,932.23</b>
<b>Utilidad antes de impuesto</b>	<b>90,994.91</b>	<b>72,132.53</b>	<b>61,679.99</b>	<b>51,304.20</b>	<b>41,066.54</b>
Impuesto Sobre la Renta	<u>-22,748.73</u>	<u>-18,033.13</u>	<u>-15,420.00</u>	<u>-12,826.05</u>	<u>-10,266.64</u>
<b>Utilidad (Pérdida) neta</b>	<b>L 68,246.18</b>	<b>L 54,099.40</b>	<b>L 46,259.99</b>	<b>L 38,478.15</b>	<b>L 30,799.91</b>

Fuente: Propia

#### 4.4.5.3 Flujos de Efectivo proyectados

**Tabla 19: Flujos de Efectivo proyectados**

Detalle	Pre operativo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Saldo inicial de efectivo</b>	L.0.00	L 30,080.08	L 79,752.59	L 115,417.15	L 138,872.35	L 147,690.95
Ingresos por ventas	0.00	1,859,760.00	1,883,936.88	1,908,428.06	1,933,237.62	1,958,369.71
Financiamiento	259,816.98	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Fondos propios	101,352.85	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>Total ingresos</b>	<b>361,169.83</b>	<b>1,889,840.08</b>	<b>1,963,689.47</b>	<b>2,023,845.20</b>	<b>2,072,109.98</b>	<b>2,106,060.66</b>
<b>Menos:</b>						
Compra de activos fijos	L 259,816.98	L 0.00	L 0.00	L 0.00	L 0.00	L 0.00
Compra de inventarios	46,903.50	1,172,587.50	1,141,537.38	1,156,377.37	1,171,410.27	1,186,638.61
Compra de papelería e insumos	6,000.00	5,500.00	10,500.00	11,000.00	11,000.00	12,000.00
Gastos pre operativos y de instalación	8,958.50	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Depósitos en garantía	1,500.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Desembolso de préstamo	7,910.77					
Pago préstamo	0.00	39,020.80	44,627.09	51,038.86	58,371.84	66,758.38
Sueldos y salarios	0.00	381,070.68	397,925.45	415,515.42	434,125.88	453,759.84
Pago de impuesto sobre la renta	0.00	-	22,748.73	18,033.13	15,420.00	12,826.05
Alquileres	0.00	18,000.00	18,785.16	19,604.57	20,459.72	21,352.17
Otros gastos	0.00	5,000.00	5,218.10	5,445.71	5,683.26	5,931.16
Intereses	0.00	32,719.39	27,113.09	20,701.32	13,368.34	4,981.80
Décimo tercer mes de salarios	0.00	33,000.00	34,439.46	35,941.71	37,509.49	39,145.65
Décimo cuarto mes de salarios	0.00	16,500.00	34,439.46	35,941.71	37,509.49	39,145.65
Retenciones por pagar	0.00	29,937.12	30,838.48	31,779.16	32,320.50	32,516.84
Servicios públicos	0.00	76,752.00	80,099.92	83,593.88	87,240.25	91,045.67
<b>Total egresos</b>	<b>331,089.75</b>	<b>1,810,087.48</b>	<b>1,848,272.33</b>	<b>1,884,972.85</b>	<b>1,924,419.03</b>	<b>1,966,101.82</b>
<b>Saldo final</b>	<b>L 30,080.08</b>	<b>L 79,752.59</b>	<b>L 115,417.15</b>	<b>L 138,872.35</b>	<b>L 147,690.95</b>	<b>L 139,958.84</b>
<b>Flujo neto de ingresos y egresos</b>		<b>L 49,672.52</b>	<b>L 35,664.55</b>	<b>L 23,455.21</b>	<b>L .8,818.60</b>	<b>L -7,732.11</b>

Fuente: Propia

#### 4.4.6 Evaluación financiera

##### 4.4.6.1 Valor presente neto, tasa interna de retorno y valor presente neto ajustado

Para el cálculo del valor presente neto se consideran los flujos netos anuales del mercadito durante los primeros cinco años de operación.

En primera instancia se calcula la tasa de rendimiento esperada o tasa de los recursos propios, para calcular esta tasa se utiliza el Modelo de Precios de Bienes de Capital “CAPM”, siendo este modelo uno de los más famosos y utilizados.

La fórmula para calcular el modelo CAPM es la siguiente:

$$K^{\wedge} = krf + (km - krf) b$$

Donde:

$K^{\wedge}$  = Tasa esperada de rendimiento.

$krf$  = Tasa libre de riesgo (1.748% bonos de los Estados Unidos de América con un plazo a cinco años (Investing.com, 2017).

$km - krf$  = Premio por riesgo, el cual es de 7.17% y ha sido determinado entre distintos resultados de rendimientos promedio por arriba de la tasa libre de riesgo de los Bonos del Tesoro de los Estados Unidos, para el período que va desde 1928 hasta el año 2000, siendo este un período suficientemente largo para ser representativo del premio por riesgo que se puede esperar a futuro al suavizar las variaciones en los diferentes periodos.

$b$  (Beta) = beta de la inversión como medida del riesgo sistemático, el cual es de 1.05 para las empresas que se encuentran dentro del rubro de ventas al detalle (Damodaran, 2017).

Al aplicar la fórmula del CAPM da un resultado de 17.10%, lo cual será considerado como costo de los recursos propios al momento de determinar el Costo Promedio Ponderado de Capital (CPPC).

**Tabla 20: Costo Promedio Ponderado de Capital**

Fuentes de financiamiento	Proporción		Ponderación
Préstamo bancario	71.94%	10.13%	7.28%
Recursos propios	28.06%	17.10%	4.80%
Costo promedio ponderado de capital			12.08%

Fuente: Propia

A continuación se muestra el cálculo del valor presente neto y la tasa interna de retorno:

**Tabla 21: Calculo valor presente neto y tasa interna de retorno**

Detalle		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión Fija	(259,816.98)					
Capital de trabajo	(101,352.85)					
Utilidad Neta (sin intereses)		92,785.72	74,434.22	61,785.98	48,504.40	34,536.26
Depreciación		30,399.43	30,399.43	30,399.43	30,399.43	30,399.43
Gastos pre operativos y de instalación		1,791.70	1,791.70	1,791.70	1,791.70	1,791.70
Valor de rescate inversión fija						2,598.17
Capital de trabajo						92,394.35
<b>Flujo Neto de Caja</b>	<b>(361,169.83)</b>	<b>124,976.86</b>	<b>106,625.35</b>	<b>93,977.11</b>	<b>80,695.54</b>	<b>161,719.91</b>
<b>VPN</b>	<b>44,525.14</b>					
<b>TIR</b>	<b>16.89%</b>					

Fuente: Propia

Tomado en cuenta los valores determinados en la tabla anterior se observa que el valor presente neto asciende a L 44,525.14, lo cual indica que el proyecto puede realizarse en vista de que con este método el mercadito resulta rentable, ya que el mismo es mayor que cero.

Adicionalmente, en vista de que la tasa interna de retorno es mayor que el Costo Promedio Ponderado de Capital, el proyecto puede aceptarse, ya que con este método de evaluación también resulta rentable el mercadito.

A pesar de que el valor presente neto ajustado del proyecto disminuye, el mismo sigue siendo mayor a cero, por lo tanto la creación del mercadito sigue siendo factible, según se demuestra a continuación:

VPN básico	-1,765.29
Escudo Fiscal	17,495.72
<b>VPN ajustado</b>	<b>15,730.43</b>

**Tabla 22: Calculo escudo fiscal generado por el gasto financiero**

Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
8,180	6,778	5,175	3,342	1,245

Fuente: Propia

#### 4.4.6.2 Periodo de recuperación de la inversión

Al utilizar el criterio que no considera el valor del dinero en el tiempo como lo es el Periodo de recuperación de la inversión, se observa que la inversión se recupera en 3 años, 5 meses y 9 días.

**Tabla 23: Calculo periodo de recuperación de la inversión**

Inversión	361,169.83
(-) Flujo de efectivo año 1	<u>124,976.86</u>
	236,192.97
(-) Flujo de efectivo año 2	<u>106,625.35</u>
	129,567.62
(-) Flujo de efectivo año 3	<u>93,977.11</u>
	35,590.51
Flujo de efectivo año 4	80,695.54
Porción año 4	0.441046838 años
	5.292562053 meses
	8.776861605 días

Fuente: Propia

#### 4.4.6.3 Relación beneficio costo

Este método de evaluación de proyectos consiste en comparar los beneficios y los costos traídos a valor presente, por ende la creación del mercadito debe ser considerada por el inversionista, debido a que la relación beneficio costo es de 1.12.

<b><u>Beneficio</u></b>	<u>405,694.96</u>	
<b>Costo</b>	361,169.83	1.12

#### 4.4.6.4 Indicadores financieros

Dentro de los principales indicadores financieros que se han considerado para la evaluación del proyecto se detallan a continuación:

**Tabla 24: Indicadores financieros del proyecto**

Índice	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Índices de Rentabilidad</b>					
Rentabilidad neta	3.67%	2.87%	2.42%	1.99%	1.57%
Rentabilidad sobre patrimonio	40.24%	24.18%	17.14%	12.48%	9.08%
Rentabilidad sobre activos	16.52%	12.95%	11.27%	9.92%	8.81%
<b>Índices de Liquidez</b>					
Razón corriente	2.60	3.07	3.21	3.10	23.39
Razón rápida	1.21	1.69	1.90	1.87	13.77
<b>Índice de Apalancamiento</b>					
Razón de la deuda total	0.59	0.46	0.34	0.21	0.03
<b>Otras Razones Financieras</b>					
Capital de trabajo neto	107,683.78	142,935.44	163,014.72	166,925.62	229,916.66
Rotación de inventario	12.00	12.00	12.00	12.00	12.00

Fuente: Propia

#### 4.4.6.5 Análisis de sensibilidad optimista

Para el análisis de sensibilidad se ha tomado en cuenta un escenario optimista el cual considera un incremento en el precio de venta de los productos en un 5%, y dejando todos los demás factores constantes. A continuación se presentan las principales tablas y evaluación del proyecto aplicando el supuesto mencionado anteriormente.

**Tabla 25: Estados de Resultados proyectados, escenario optimista**

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por venta	L 1,952,748.00	L 1,978,133.72	L 2,003,849.46	L 2,029,899.51	L 2,056,288.20
(-) Costo de ventas	1,125,684.00	1,140,317.89	1,155,142.02	1,170,158.87	1,185,370.94
<b>Utilidad bruta en ventas</b>	<b>827,064.00</b>	<b>837,815.83</b>	<b>848,707.44</b>	<b>859,740.63</b>	<b>870,917.26</b>
<b>Gastos operativas</b>					
Sueldos y Salarios	381,070.68	397,925.45	415,515.42	434,125.88	453,759.84
Décimo Tercer mes de Salarios	33,000.00	34,439.46	35,941.71	37,509.49	39,145.65
Décimo Cuarto mes de Salarios	16,500.00	34,439.46	35,941.71	37,509.49	39,145.65
Gastos Por Depreciación	30,399.43	30,399.43	30,399.43	30,399.43	30,399.43
Papelería e Insumos	10,000.00	10,436.20	10,891.43	11,366.51	11,862.32
Gastos pre operativos y de instalación	1,791.70	1,791.70	1,791.70	1,791.70	1,791.70
Alquiler	18,000.00	18,785.16	19,604.57	20,459.72	21,352.17
Otros gastos	5,000.00	5,218.10	5,445.71	5,683.26	5,931.16
Cuotas Patronales	29,937.12	30,838.48	31,779.16	32,320.50	32,516.84
Gastos financieros	32,719.39	27,113.09	20,701.32	13,368.34	4,981.80
Otros gastos financieros	7,910.77	0.00	0.00	0.00	0.00
Servicios públicos	76,752.00	80,099.92	83,593.88	87,240.25	91,045.67
<b>Total gastos operativos</b>	<b>643,081.09</b>	<b>671,486.46</b>	<b>691,606.05</b>	<b>711,774.56</b>	<b>731,932.23</b>
<b>Utilidad antes de impuesto</b>	<b>183,982.91</b>	<b>166,329.37</b>	<b>157,101.39</b>	<b>147,966.08</b>	<b>138,985.03</b>
Impuesto Sobre la Renta	-45,995.73	-41,582.34	-39,275.35	-36,991.52	-34,746.26
<b>Utilidad (Pérdida) neta</b>	<b>L 137,987.18</b>	<b>L 124,747.03</b>	<b>L 117,826.04</b>	<b>L 110,974.56</b>	<b>L 104,238.77</b>

Fuente: Propia

**Tabla 26: Estados de Situación Financiera proyectados, escenario optimista**

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Activos</b>					
<b>Corrientes</b>					
Caja y bancos	L 172,740.59	L 279,354.99	L 374,682.39	L 456,307.51	L 522,328.42
Inventario	93,807.00	95,026.49	96,261.84	97,513.24	98,780.91
Papelería e Insumos	1,500.00	1,563.80	1,672.37	1,305.86	1,443.54
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>268,047.59</b>	<b>375,945.28</b>	<b>472,616.60</b>	<b>555,126.62</b>	<b>622,552.88</b>
<b>No Corrientes</b>					
Muebles y enseres	92,700.00	92,700.00	92,700.00	92,700.00	92,700.00
Depreciación Acumulada de Muebles y enseres	-9,177.30	-18,354.60	-27,531.90	-36,709.20	-45,886.50
Mobiliario y Equipo de Oficina	37,309.00	37,309.00	37,309.00	37,309.00	37,309.00
Depreciación Acumulada de Mobiliario y Equipo	-3,693.59	-7,387.18	-11,080.77	-14,774.36	-18,467.96
Maquinaria y Equipo	82,559.98	82,559.98	82,559.98	82,559.98	82,559.98
Depreciación Acumulada de Maquinaria y Equipo	-8,173.44	-16,346.88	-24,520.31	-32,693.75	-40,867.19
Equipo de Computo	47,248.00	47,248.00	47,248.00	47,248.00	47,248.00
Depreciación Acumulada de Equipo de Computo	-9,355.10	-18,710.21	-28,065.31	-37,420.42	-46,775.52
Depósitos en Garantía	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00
Gastos pre operativos y de instalación	7,166.80	5,375.10	3,583.40	1,791.70	0.00
<b>Total Activo no Corrientes</b>	<b>238,084.35</b>	<b>205,893.21</b>	<b>173,702.08</b>	<b>141,510.95</b>	<b>109,319.81</b>
<b>Total Activos</b>	<b>L 506,131.94</b>	<b>L 581,838.49</b>	<b>L 646,318.68</b>	<b>L 696,637.56</b>	<b>L 731,872.69</b>
<b>Pasivos</b>					
<b>Corrientes</b>					
Impuestos Sobre Renta Por Pagar	L 45,995.73	L 41,582.34	L 39,275.35	L 36,991.52	L 34,746.26
Préstamos por pagar	44,627.09	51,038.86	58,371.84	66,758.38	0.00
<b>Total Pasivo Corriente</b>	<b>90,622.82</b>	<b>92,621.21</b>	<b>97,647.19</b>	<b>103,749.90</b>	<b>34,746.26</b>
<b>No Corriente</b>					
Préstamos por pagar	176,169.09	125,130.23	66,758.38	0.00	0.00
<b>Total Pasivo No Corriente</b>	<b>176,169.09</b>	<b>125,130.23</b>	<b>66,758.38</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>
<b>Total Pasivos</b>	<b>266,791.91</b>	<b>217,751.43</b>	<b>164,405.57</b>	<b>103,749.90</b>	<b>34,746.26</b>
<b>Patrimonio</b>					
<b>Capital Contable</b>					
Capital Social	101,352.85	101,352.85	101,352.85	101,352.85	101,352.85
Reserva Legal Acumulada	0.00	6,899.36	13,136.71	19,028.01	20,270.57
Reserva del Periodo	6,899.36	6,237.35	5,891.30	1,242.56	0.00
<b>Total Capital Contable</b>	<b>108,252.21</b>	<b>114,489.56</b>	<b>120,380.86</b>	<b>121,623.42</b>	<b>121,623.42</b>
<b>Resultados Acumulados</b>					
Utilidad (Pérdida) acumulada	0.00	131,087.82	249,597.50	361,532.24	471,264.24
Utilidad/Pérdida del período	131,087.82	118,509.68	111,934.74	109,732.00	104,238.77
<b>Total Resultados Acumulados</b>	<b>131,087.82</b>	<b>249,597.50</b>	<b>361,532.24</b>	<b>471,264.24</b>	<b>575,503.01</b>
<b>Total Patrimonio</b>	<b>239,340.03</b>	<b>364,087.06</b>	<b>481,913.10</b>	<b>592,887.66</b>	<b>697,126.43</b>
<b>Total Pasivos más Patrimonio</b>	<b>L 506,131.94</b>	<b>L 581,838.49</b>	<b>L 646,318.68</b>	<b>L 696,637.56</b>	<b>L 731,872.69</b>

Fuente: Propia



**Tabla 27: Flujos de Efectivos proyectados, escenario optimista**

Detalle	Pre-Operativo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Saldo inicial de efectivo</b>	L 0.00	L 30,080.08	L 172,740.59	L 279,354.99	L 374,682.39	L 456,307.51
Ingresos por ventas	0.00	1,952,748.00	1,978,133.72	2,003,849.46	2,029,899.51	2,056,288.20
Financiamiento	259,816.98	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Fondos propios	101,352.85	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>Total ingresos</b>	<b>L361,169.83</b>	<b>L1,982,828.08</b>	<b>L2,150,874.32</b>	<b>L2,283,204.45</b>	<b>L2,404,581.89</b>	<b>L2,512,595.71</b>
<b>Menos:</b>						
Compra de activos fijos	L.259,816.98	L.0.00	L.0.00	L.0.00	L.0.00	L.0.00
Compra de inventarios	46,903.50	1,172,587.50	1,141,537.38	1,156,377.37	1,171,410.27	1,186,638.61
Compra de papelería e insumos	6,000.00	5,500.00	10,500.00	11,000.00	11,000.00	12,000.00
Gastos pre operativos y de instalación	8,958.50	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Depósitos en garantía	1,500.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Desembolso de préstamo	7,910.77					
Pago préstamo	0.00	39,020.80	44,627.09	51,038.86	58,371.84	66,758.38
Sueldos y salarios	0.00	381,070.68	397,925.45	415,515.42	434,125.88	453,759.84
Pago de impuesto sobre la renta	0.00	0.00	45,995.73	41,582.34	39,275.35	36,991.52
Alquileres	0.00	18,000.00	18,785.16	19,604.57	20,459.72	21,352.17
Otros gastos	0.00	5,000.00	5,218.10	5,445.71	5,683.26	5,931.16
Intereses	0.00	32,719.39	27,113.09	20,701.32	13,368.34	4,981.80
Décimo tercer mes de salarios	0.00	33,000.00	34,439.46	35,941.71	37,509.49	39,145.65
Décimo cuarto mes de salarios	0.00	16,500.00	34,439.46	35,941.71	37,509.49	39,145.65
Retenciones por pagar	0.00	29,937.12	30,838.48	31,779.16	32,320.50	32,516.84
Servicios públicos	0.00	76,752.00	80,099.92	83,593.88	87,240.25	91,045.67
<b>Total egresos</b>	<b>331,089.75</b>	<b>1,810,087.48</b>	<b>1,871,519.33</b>	<b>1,908,522.06</b>	<b>1,948,274.38</b>	<b>1,990,267.29</b>
<b>Saldo final</b>	<b>L 30,080.08</b>	<b>L 172,740.59</b>	<b>L 279,354.99</b>	<b>L 374,682.39</b>	<b>L 456,307.51</b>	<b>L 522,328.42</b>
<b>Flujo neto de ingresos y egresos</b>		<b>L 142,660.52</b>	<b>L 106,614.39</b>	<b>L 95,327.40</b>	<b>L 81,625.13</b>	<b>L 66,020.91</b>

Fuente: Propia

**Tabla 28: Calculo valor presente neto y tasa interna de retorno, escenario optimista**

Detalle		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión Fija	(259,816.98)					
Capital de trabajo	(101,352.85)					
Utilidad Neta (sin intereses)		162,526.72	145,081.85	133,352.03	121,000.81	107,975.12
Depreciación		30,399.43	30,399.43	30,399.43	30,399.43	30,399.43
Gastos pre operativos y de instalación		1,791.70	1,791.70	1,791.70	1,791.70	1,791.70
Valor de rescate inversión fija						2,598.17
Capital de trabajo						92,394.35
<b>Flujo Neto de Caja</b>	<b>(361,169.83)</b>	<b>194,717.86</b>	<b>177,272.98</b>	<b>165,543.17</b>	<b>153,191.95</b>	<b>235,158.77</b>
<b>VPN</b>	<b>301,274.51</b>					
<b>TIR</b>	<b>42.02%</b>					

Fuente: Propia

El Periodo de recuperación de la inversión en la sensibilización bajo un escenario optimista es de 1 año, 11 meses y 8 días.

**Tabla 29: Calculo periodo de recuperación de la inversión, escenario optimista**

Inversión	361,169.83
(-) Flujo de efectivo año 1	<u>194,717.86</u>
	166,451.97
(-) Flujo de efectivo año 2	177,272.98
Porción año 2	0.938958501 años
	11.26750201 meses
	8.025060304 días

Fuente: Propia

La relación beneficio costo bajo la sensibilización en un escenario pesimista es de 1.83, lo cual puede verse a continuación:

<b>Beneficio</b>	<u>662,444.34</u>	1.83
<b>Costo</b>	361,169.83	

#### 4.4.6.6 Análisis de sensibilidad pesimista

Para el análisis de sensibilidad también se ha tomado en cuenta un escenario pesimista el cual consiste en incrementar el costo de los productos vendidos en un 5%, y dejando todos los demás factores constantes. A continuación se presentan las principales tablas y evaluación del proyecto aplicando el supuesto mencionado anteriormente.

**Tabla 30: Estados de Resultados proyectados, escenario pesimista**

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por venta	L 1,859,760.00	L 1,883,936.88	L 1,908,428.06	L 1,933,237.62	L 1,958,369.71
(-) Costo de ventas	1,181,968.20	1,197,333.79	1,212,899.13	1,228,666.81	1,244,639.48
<b>Utilidad bruta en ventas</b>	<b>677,791.80</b>	<b>686,603.09</b>	<b>695,528.93</b>	<b>704,570.81</b>	<b>713,730.23</b>
<b>Gastos operativas</b>					
Sueldos y Salarios	381,070.68	397,925.45	415,515.42	434,125.88	453,759.84
Décimo Tercer mes de Salarios	33,000.00	34,439.46	35,941.71	37,509.49	39,145.65
Décimo Cuarto mes de Salarios	16,500.00	34,439.46	35,941.71	37,509.49	39,145.65
Gastos Por Depreciación	30,399.43	30,399.43	30,399.43	30,399.43	30,399.43
Papelería e Insumos	10,000.00	10,436.20	10,891.43	11,366.51	11,862.32
Gastos pre operativos y de instalación	1,791.70	1,791.70	1,791.70	1,791.70	1,791.70
Alquiler	18,000.00	18,785.16	19,604.57	20,459.72	21,352.17
Otros gastos	5,000.00	5,218.10	5,445.71	5,683.26	5,931.16
Cuotas Patronales	29,937.12	30,838.48	31,779.16	32,320.50	32,516.84
Gastos financieros	32,719.39	27,113.09	20,701.32	13,368.34	4,981.80
Otros gastos financieros	7,910.77	0.00	0.00	0.00	0.00
Servicios públicos	76,752.00	80,099.92	83,593.88	87,240.25	91,045.67
<b>Total gastos operativos</b>	<b>643,081.09</b>	<b>671,486.46</b>	<b>691,606.05</b>	<b>711,774.56</b>	<b>731,932.23</b>
<b>Utilidad antes de impuesto</b>	<b>34,710.71</b>	<b>15,116.63</b>	<b>3,922.88</b>	<b>-7,203.75</b>	<b>-18,202.00</b>
Impuesto Sobre la Renta	-8,677.68	-3,779.16	-980.72	0.00	0.00
<b>Utilidad (Pérdida) neta</b>	<b>L 26,033.03</b>	<b>L 11,337.47</b>	<b>L 2,942.16</b>	<b>L -7,203.75</b>	<b>L-18,202.00</b>

Fuente: Propia

**Tabla 31: Estados de Situación Financiera proyectados, escenario pesimista**

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Activos</b>					
<b>Corrientes</b>					
Caja y bancos	L 21,123.22	L 13,781.95	L -6,327.74	L -41,640.38	L -95,878.37
Inventario	98,497.35	99,777.82	101,074.93	102,388.90	103,719.96
Papelería e Insumos	1,500.00	1,563.80	1,672.37	1,305.86	1,443.54
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>121,120.57</b>	<b>115,123.57</b>	<b>96,419.56</b>	<b>62,054.38</b>	<b>9,285.13</b>
<b>No Corrientes</b>					
Muebles y enseres	92,700.00	92,700.00	92,700.00	92,700.00	92,700.00
Depreciación Acumulada de Muebles y enseres	-9,177.30	-18,354.60	-27,531.90	-36,709.20	-45,886.50
Mobiliario y Equipo de Oficina	37,309.00	37,309.00	37,309.00	37,309.00	37,309.00
Depreciación Acumulada de Mobiliario y Equipo	-3,693.59	-7,387.18	-11,080.77	-14,774.36	-18,467.96
Maquinaria y Equipo	82,559.98	82,559.98	82,559.98	82,559.98	82,559.98
Depreciación Acumulada de Maquinaria y Equipo	-8,173.44	-16,346.88	-24,520.31	-32,693.75	-40,867.19
Equipo de Computo	47,248.00	47,248.00	47,248.00	47,248.00	47,248.00
Depreciación Acumulada de Equipo de Computo	-9,355.10	-18,710.21	-28,065.31	-37,420.42	-46,775.52
Depósitos en Garantía	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00
Gastos pre operativos y de instalación	7,166.80	5,375.10	3,583.40	1,791.70	0.00
<b>Total Activo no Corrientes</b>	<b>238,084.35</b>	<b>205,893.21</b>	<b>173,702.08</b>	<b>141,510.95</b>	<b>109,319.81</b>
<b>Total Activos</b>	<b>L 359,204.92</b>	<b>L 321,016.78</b>	<b>L 270,121.64</b>	<b>L 203,565.33</b>	<b>L 118,604.95</b>
<b>Pasivos</b>					
<b>Corrientes</b>					
Impuestos Sobre Renta Por Pagar	L 8,677.68	L 3,779.16	L 980.72	L 0.00	L 0.00
Préstamos por pagar	44,627.09	51,038.86	58,371.84	66,758.38	0.00
<b>Total Pasivo Corriente</b>	<b>53,304.77</b>	<b>54,818.02</b>	<b>59,352.56</b>	<b>66,758.38</b>	<b>0.00</b>
<b>No Corriente</b>					
Préstamos por pagar	176,169.09	125,130.23	66,758.38	0.00	0.00
<b>Total Pasivo No Corriente</b>	<b>176,169.09</b>	<b>125,130.23</b>	<b>66,758.38</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>
<b>Total Pasivos</b>	<b>229,473.86</b>	<b>179,948.25</b>	<b>126,110.95</b>	<b>66,758.38</b>	<b>0.00</b>
<b>Patrimonio</b>					
<b>Capital Contable</b>					
Capital Social	103,698.02	103,698.02	103,698.02	103,698.02	103,698.02
Reserva Legal Acumulada	0.00	1,301.65	1,868.53	2,015.63	2,015.63
Reserva del Periodo	1,301.65	566.87	147.11	0.00	0.00
<b>Total Capital Contable</b>	<b>104,999.68</b>	<b>105,566.55</b>	<b>105,713.66</b>	<b>105,713.66</b>	<b>105,713.66</b>
<b>Resultados Acumulados</b>					
Utilidad (Pérdida) acumulada	0.00	24,731.38	35,501.98	38,297.04	31,093.29
Utilidad/Pérdida del período	24,731.38	10,770.60	2,795.06	-7,203.75	-18,202.00
<b>Total Resultados Acumulados</b>	<b>24,731.38</b>	<b>35,501.98</b>	<b>38,297.04</b>	<b>31,093.29</b>	<b>12,891.29</b>
<b>Total Patrimonio</b>	<b>129,731.06</b>	<b>141,068.53</b>	<b>144,010.70</b>	<b>136,806.95</b>	<b>118,604.95</b>
<b>Total Pasivos más Patrimonio</b>	<b>L 359,204.92</b>	<b>L 321,016.78</b>	<b>L 270,121.64</b>	<b>L 203,565.33</b>	<b>L 118,604.95</b>

Fuente: Propia

**Tabla 32: Flujos de Efectivos proyectados, escenario pesimista**

Detalle	Pre-Operativo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Saldo inicial de efectivo</b>	L 0.00	L 30,080.08	L 21,123.22	L 13,781.95	L -6,327.74	L -41,640.38
Ingresos por ventas	0.00	1,859,760.00	1,883,936.88	1,908,428.06	1,933,237.62	1,958,369.71
Financiamiento	259,816.98	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Fondos propios	103,698.02	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>Total ingresos</b>	<b>L363,515.00</b>	<b>L1,889,840.08</b>	<b>L1,905,060.10</b>	<b>L1,922,210.01</b>	<b>L1,926,909.89</b>	<b>L1,916,729.33</b>
<b>Menos:</b>						
Compra de activos fijos	L 259,816.98	L 0.00	L 0.00	L 0.00	L 0.00	L 0.00
Compra de inventarios	49,248.68	1,231,216.88	1,198,614.25	1,214,196.24	1,229,980.79	1,245,970.54
Compra de papelería e insumos	6,000.00	5,500.00	10,500.00	11,000.00	11,000.00	12,000.00
Gastos pre operativos y de instalación	8,958.50	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Depósitos en garantía	1,500.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Desembolso de préstamo	7,910.77					
Pago préstamo	0.00	39,020.80	44,627.09	51,038.86	58,371.84	66,758.38
Sueldos y salarios	0.00	381,070.68	397,925.45	415,515.42	434,125.88	453,759.84
Pago de impuesto sobre la renta	0.00	-	8,677.68	3,779.16	980.72	0.00
Alquileres	0.00	18,000.00	18,785.16	19,604.57	20,459.72	21,352.17
Otros gastos	0.00	5,000.00	5,218.10	5,445.71	5,683.26	5,931.16
Intereses	0.00	32,719.39	27,113.09	20,701.32	13,368.34	4,981.80
Décimo tercer mes de salarios	0.00	33,000.00	34,439.46	35,941.71	37,509.49	39,145.65
Décimo cuarto mes de salarios	0.00	16,500.00	34,439.46	35,941.71	37,509.49	39,145.65
Retenciones por pagar	0.00	29,937.12	30,838.48	31,779.16	32,320.50	32,516.84
Servicios públicos	0.00	76,752.00	80,099.92	83,593.88	87,240.25	91,045.67
<b>Total egresos</b>	<b>333,434.93</b>	<b>1,868,716.86</b>	<b>1,891,278.15</b>	<b>1,928,537.75</b>	<b>1,968,550.27</b>	<b>2,012,607.70</b>
<b>Saldo final</b>	<b>L 30,080.08</b>	<b>L 21,123.22</b>	<b>L 13,781.95</b>	<b>L -6,327.74</b>	<b>L -41,640.38</b>	<b>L -95,878.37</b>
<b>Flujo neto de ingresos y egresos</b>		<b>L -8,956.86</b>	<b>L -7,341.27</b>	<b>L -20,109.69</b>	<b>L -35,312.64</b>	<b>L -54,237.99</b>

Fuente: Propia

**Tabla 33: Calculo valor presente neto y tasa interna de retorno, escenario pesimista**

Detalle		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión Fija	(259,816.98)					
Capital de trabajo	(103,698.02)					
Utilidad Neta (sin intereses)		50,572.57	31,672.29	18,468.15	4,623.45	(13,220.20)
Depreciación		30,399.43	30,399.43	30,399.43	30,399.43	30,399.43
Gastos pre operativos y de instalación		1,791.70	1,791.70	1,791.70	1,791.70	1,791.70
Valor de rescate inversión fija						2,598.17
Capital de trabajo						94,739.52
<b>Flujo Neto de Caja</b>	<b>(363,515.00)</b>	<b>82,763.71</b>	<b>63,863.43</b>	<b>50,659.29</b>	<b>36,814.58</b>	<b>116,308.62</b>
<b>VPN</b>	<b>(113,972.69)</b>					
<b>TIR</b>	<b>-1.17%</b>					

Fuente: Propia

En lo que se refiere al periodo de recuperación de la inversión en el escenario pesimista no se recupera la misma.

La relación beneficio costo bajo la sensibilización en un escenario pesimista es de 0.69, lo cual puede verse a continuación:

<b>Beneficio</b>	<u>249,542.31</u>	0.69
<b>Costo</b>	363,515.00	

#### 4.4.6.7 Resultados comparativos

Con el fin de poder comparar los resultados obtenidos en la evaluación financiera del proyecto, y tener un panorama claro sobre la rentabilidad y factibilidad del proyecto, se presenta realiza el siguiente cuadro resumen que detalla los resultados obtenidos.

**Tabla 34: Cuadro comparativo resultados de evaluación**

Método de evaluación	Normal	Optimista	Pesimista
Valor presente neto	L 44,525.13	L 301,274.51	L -113,972.69
Tasa interna de retorno	16.89%	42.02%	-1.17%
Beneficio Costo	1.12	1.83	0.69
Periodo de recuperación de la inversión	3 años, 5 meses y 9 días	1 año, 11 meses y 8 días	No se recupera la inversión

Fuente: Propia

## CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 5.1 Conclusiones

- ✓ Según los resultados obtenidos en el proceso investigativo y la aplicación del cuestionario, se concluye que los productos alimenticios son los que más demanda la población del municipio de Yauyupe y las aldeas aledañas, y esto se debe a que son productos de necesidad básica, y de consumo diario.
- ✓ Las pulperías del municipio de Yauyupe se convierten en el principal competidor del mercadito, ya que son el único establecimiento que existe en la zona, y muchas de ellas ofrecen productos sustitutos para satisfacer la demanda de los clientes.
- ✓ Con relación a los procedimientos administrativos y operativos y basados en el marco regulatorio y procesos de la industria, se puede concluir que lo principal en la creación del mercadito es la obtención de la escritura de constitución, además se necesita realizar otro tipo de trámites como ser el permiso de operación del negocio, obtención del Registro Tributario Nacional, además se debe realizar la respectiva inscripción en la cámara de comercio, y en el registro mercantil.
- ✓ Basados en la información técnica y financiera obtenida, se puede concluir que para la creación de un mercadito en el municipio de Yauyupe, El Paraíso se necesita de una inversión inicial de L 361,169.83.
- ✓ Mediante la información financiera recopilada se determinó que la creación de un mercadito en el municipio de Yauyupe, El Paraíso es factible y rentable, esto tomando en cuenta los métodos de evaluación financiera de un proyecto de inversión, sin embargo, hay que ser cuidadosos al tomar la decisión ya que al sensibilizar algunas variables, se podrían modificar los resultados para la toma adecuada de decisiones.



## 5.2 Recomendaciones

- ✓ Los principales productos que se comercialicen en el mercadito sean los alimenticios, ya que son los que poseen un mayor porcentaje de participación dentro de los patrones de consumo y periodicidad de compra dentro de la población.
- ✓ Al inversionista siempre tener presente la atención al cliente con el fin de poder hacerle frente a las pulperías que comercializan los productos en el municipio de Yauyupe, y las zonas aledañas, además es importante, que se tomen en cuenta la calidad de los productos comercializados, ya que este es un factor que se puede ofrecer como valor agregado en las operaciones del mercadito.
- ✓ La realización de todos los procedimientos administrativos necesarios para la creación del mercadito en el municipio de Yauyupe, El Paraíso, ya que el no realizar de manera adecuada estos trámites, podría generar inconvenientes y conllevar sanciones que afectarían la operación normal del proyecto.
- ✓ Para obtener una estructura de capital adecuada se recomienda financiar el 71.94% de la inversión inicial, lo cual equivale a L 259,816.98, y la mejor opción identificada en el mercado es el Banco de América Central (BAC Honduras), ya que ofrece una tasa del 13.5%.
- ✓ Se recomienda llevar a cabo el proyecto de la creación de un mercadito en el municipio de Yauyupe, El Paraíso, debido a que con todos los métodos de evaluación de proyectos refleja factibilidad en su ejecución, pero si el inversionista no es tolerante al riesgo, se requiere que evalúe más a detalle su decisión, en vista que al plantear un escenario pesimista, el proyecto deja de ser rentable.

## REFERENCIAS

- Baca, G. (2013). *Evaluación de Proyectos*. McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- BCIE. (2010). *Diagnóstico sobre la situación del Emprendedurismo en Centroamerica*.  
Obtenido de <http://www.ciemprender.org/assets/diagnostico-bcie-2010.pdf>.
- BID. (2003). *El BID y la micro, pequeña y mediana empresa*. Obtenido de  
<http://www.iadb.org/es/noticias/hojas-informativas/2003-01-08/pymes-y-microempresa,2592.html>.
- BID; SIC. (2013). *Diagnóstico Sectorial de la MIPYME No Agrícola en Honduras*. Obtenido de  
<http://www.mipyme.hn/images/leyes/diagnostico-sectorial-de-la-MIPYME-no-agricola-en-honduras.pdf>.
- CEPAL. (2011). *Eliminando barreras: El financiamiento a las pymes en América Latina*.  
Obtenido de <http://www19.iadb.org/intal/intalcdi/PE/2011/09426.pdf>.
- CEPAL. (2013). *Como mejorar la competitividad de las PYMES en la Unión Europea y América Latina y el Caribe*. Obtenido de  
<http://www.unachi.ac.pa/assets/descargas/curriculum/ComoMejorarCompPYMES.pdf>.
- CEPAL. (s.f.). *Evaluación Social de Proyectos*. Obtenido de  
<http://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/2/33602/SegundoModulo.pdf>.
- Código de Comercio. (s.f.).
- Damodaran, A. (2017). *Damodaran online*. Obtenido de <http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/>
- Gitman, L., & Zutter, C. (2012). *Principios de administración financiera*. Pearson Educación de México, S.A. de C.V.
- Investing.com. (2017). Obtenido de <https://es.investing.com/rates-bonds/usa-government-bonds>
- Malhotra, N. K. (2009). *Investigación de Mercados*. México: Pearson Education.

- Metrix Matrix. (s.f.). *metrix matrix*. Obtenido de [www.metrixmatrix.com](http://www.metrixmatrix.com)
- Rodríguez, O. (2012). *Prefactibilidad, factibilidad y viabilidad diseño de proyectos*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/cetnita/prefactibilidad-factibilidad-y-viabilidad-13941198>.
- Ross, S., Westerfield, R., & Jordan, B. (2010). *Fundamentos de finanzas corporativas*.  
McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2010). *Metodología de la investigación*.  
McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Secretaría de Industria y Comercio. (2015). *Requisitos para constituir y operar una empresa en honduras*. Obtenido de <http://cderegion12.hn/wp-content/uploads/2015/09/guia-requisitos-para-operar-una-empresa-en-honduras1..pdf>.
- Suazo, M. (01 de 01 de 2015). *Desafíos al iniciar un mini mercadito*. (R. M&M, Entrevistador)  
Obtenido de <http://www.revistamym.com/2015/01/los-desafios-para-iniciar-un-mini-mercadito/>
- SUMMA MEDIA GROUP. (2015). *Diagnóstico de las PYMES en Centroamérica*. Obtenido de <http://www.revistasumma.com/diagnostico-de-las-pymes-en-centroamerica/>

## ANEXOS

### ANEXO 1



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

Buen Día, somos estudiantes de la Maestría en Finanzas de la Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC), estamos desarrollando la siguiente encuesta con el fin de realizar un estudio de factibilidad para la creación de un mercadito en el municipio de Yauyupe, El Paraíso, para lo cual, su ayuda al contestar esta encuesta será de mucho beneficio para el estudio.

1. ¿Realiza usted compra de productos de primera necesidad?
  - a) Si
  - b) No
  
2. ¿Con qué frecuencia adquiere los productos de primera necesidad? Seleccione solo 1 opción
  - a) Diario
  - b) Semanal
  - c) Quincenal
  - d) Mensual
  
3. ¿Qué productos son los que normalmente más compran en su hogar?
  - a) Productos alimenticios
  - b) Productos escolares
  - c) Productos de higiene personal
  - d) Productos de aseo y cuidado personal
  - e) Otro, especifique: \_\_\_\_\_
  
4. Actualmente, ¿Dónde compra esos productos?
  - a) Pulperías
  - b) Ciudad más cercana
  - c) Se los traen directamente a su casa
  
5. ¿Por qué compra los productos en el lugar antes mencionado?
  - a) Precio
  - b) Calidad
  - c) No hay otra opción en el municipio
  
6. ¿Cómo califica usted al servicio que le brindan?
  - a) Excelente
  - b) Regular
  - c) Bueno
  - d) Malo
  - e) Pésimo

7. ¿Está satisfecho con el tipo de producto que le ofrecen?
- Si
  - No
8. ¿Le gustaría que exista un mercadito en el municipio de Yauyupe, El Paraíso?
- Si
  - No
9. ¿Estaría dispuesto a adquirir los productos que necesita en un nuevo mercadito?
- Si
  - No
10. ¿Qué aspectos tomaría en cuenta al momento de comprar los productos para su hogar?
- Ordene según la importancia, siendo 1 el más importante y 6 el de menor importancia.**
- \_\_\_ Calidad
  - \_\_\_ Precio
  - \_\_\_ Servicio al cliente
  - \_\_\_ Higiene del local
  - \_\_\_ Seguridad
  - \_\_\_ Variedad de productos
11. ¿Qué otros servicios desearía que le ofrezca el nuevo mercadito?
- Compras con tarjeta de crédito o débito
  - Descuentos y promociones periódicas
  - Degustaciones y demostraciones de los productos
  - Otro: \_\_\_\_\_

Datos Demográficos:

Sexo: F \_\_\_ M \_\_\_

Estado Civil:

- \_\_\_ Soltero
- \_\_\_ Casado
- \_\_\_ Viudo
- \_\_\_ Divorciado
- \_\_\_ Unión Libre

## ANEXO 2

**Tabla 35: Cuadro de amortización del préstamo**

Periodos	Cuota	Intereses	Abono Capital	Saldo
0	-	-	-	L 259,816.98
1	L 5,978.35	L 2,922.94	L 3,055.41	256,761.57
2	5,978.35	2,888.57	3,089.78	253,671.79
3	5,978.35	2,853.81	3,124.54	250,547.25
4	5,978.35	2,818.66	3,159.69	247,387.56
5	5,978.35	2,783.11	3,195.24	244,192.32
6	5,978.35	2,747.16	3,231.19	240,961.13
7	5,978.35	2,710.81	3,267.54	237,693.60
8	5,978.35	2,674.05	3,304.30	234,389.30
9	5,978.35	2,636.88	3,341.47	231,047.83
10	5,978.35	2,599.29	3,379.06	227,668.77
11	5,978.35	2,561.27	3,417.08	224,251.70
12	5,978.35	2,522.83	3,455.52	220,796.18
13	5,978.35	2,483.96	3,494.39	217,301.79
14	5,978.35	2,444.65	3,533.70	213,768.09
15	5,978.35	2,404.89	3,573.46	210,194.63
16	5,978.35	2,364.69	3,613.66	206,580.97
17	5,978.35	2,324.04	3,654.31	202,926.66
18	5,978.35	2,282.92	3,695.42	199,231.23
19	5,978.35	2,241.35	3,737.00	195,494.23
20	5,978.35	2,199.31	3,779.04	191,715.20
21	5,978.35	2,156.80	3,821.55	187,893.64
22	5,978.35	2,113.80	3,864.55	184,029.10
23	5,978.35	2,070.33	3,908.02	180,121.08
24	5,978.35	2,026.36	3,951.99	176,169.09
25	5,978.35	1,981.90	3,996.45	172,172.64
26	5,978.35	1,936.94	4,041.41	168,131.24
27	5,978.35	1,891.48	4,086.87	164,044.37
28	5,978.35	1,845.50	4,132.85	159,911.52
29	5,978.35	1,799.00	4,179.34	155,732.17
30	5,978.35	1,751.99	4,226.36	151,505.81
31	5,978.35	1,704.44	4,273.91	147,231.90
32	5,978.35	1,656.36	4,321.99	142,909.91
33	5,978.35	1,607.74	4,370.61	138,539.30
34	5,978.35	1,558.57	4,419.78	134,119.52
35	5,978.35	1,508.84	4,469.50	129,650.01
36	5,978.35	1,458.56	4,519.79	125,130.23
37	5,978.35	1,407.72	4,570.63	120,559.59
38	5,978.35	1,356.30	4,622.05	115,937.54
39	5,978.35	1,304.30	4,674.05	111,263.49
40	5,978.35	1,251.71	4,726.63	106,536.85
41	5,978.35	1,198.54	4,779.81	101,757.05
42	5,978.35	1,144.77	4,833.58	96,923.46

43	5,978.35	1,090.39	4,887.96	92,035.50
44	5,978.35	1,035.40	4,942.95	87,092.55
45	5,978.35	979.79	4,998.56	82,094.00
46	5,978.35	923.56	5,054.79	77,039.21
47	5,978.35	866.69	5,111.66	71,927.55
48	5,978.35	809.18	5,169.16	66,758.38
49	5,978.35	751.03	5,227.32	61,531.07
50	5,978.35	692.22	5,286.12	56,244.94
51	5,978.35	632.76	5,345.59	50,899.35
52	5,978.35	572.62	5,405.73	45,493.62
53	5,978.35	511.80	5,466.55	40,027.07
54	5,978.35	450.30	5,528.04	34,499.03
55	5,978.35	388.11	5,590.23	28,908.80
56	5,978.35	325.22	5,653.12	23,255.67
57	5,978.35	261.63	5,716.72	17,538.95
58	5,978.35	197.31	5,781.04	11,757.91
59	5,978.35	132.28	5,846.07	5,911.84
60	5,978.35	66.51	5,911.84	-0.00

Fuente: Propia

## **ANEXO 3**

### **Requisitos para préstamo bancario:**

1. Llenar solicitud de crédito de Banca PYME
2. Copia de la Escritura de constitución de la Empresa o Comerciante
3. Copia del poder General
4. Copia del RTN de la empresa
5. Copia de identidades y RTN
6. Estado de cuenta otras instituciones (ahorro/tarjeta)
7. Referencias comerciales
8. Garantía Fiduciaria (Aval debe llenar formato de solicitud de préstamo, copia de RTN e identidad del Aval, Constancia de trabajo o Estados financieros del Aval)



## ANEXO 4

**Tabla 36: Cuadro resumen de depreciaciones anuales**

Años	Activos				Total Depreciación por Año
	Mobiliario y equipo de Oficina	Muebles y enseres	Maquinaria y equipo	Equipo de Computo	
Año1	L 3,693.59	L 9,177.30	L 8,173.44	L 9,355.10	L 30,399.43
Año 2	3,693.59	9,177.30	8,173.44	9,355.10	30,399.43
Año 3	3,693.59	9,177.30	8,173.44	9,355.10	30,399.43
Año 4	3,693.59	9,177.30	8,173.44	9,355.10	30,399.43
Año 5	3,693.59	9,177.30	8,173.44	9,355.10	30,399.43
Total	L 18,467.96	L 45,886.50	L 40,867.19	L 46,775.52	L 151,997.17

Fuente: Propia

**Tabla 37: Cuadro resumen depreciación mobiliario y equipo de oficina**

Detalle	Años de Vida Útil	Costo Total	Valor Residual	Depreciación Anual
Mobiliario y equipo de oficina	10	L 37,309.00	L 373.09	L 3,693.59
Total		L 37,309.00	L 373.09	L 3,693.59

Fuente: Propia

**Tabla 38: Cuadro resumen depreciación muebles y enseres**

Detalle	Años de Vida Útil	Costo Total	Valor Residual	Depreciación Anual
Muebles y enseres	10	L 92,700.00	L 927.00	L 9,177.30
		L 92,700.00	L 927.00	L 9,177.30

Fuente: Propia

**Tabla 39: Cuadro resumen depreciación maquinaria y equipo**

Detalle	Años de Vida Útil	Costo Total	Valor Residual	Depreciación Anual
Maquinaria y equipo	10	L 82,559.98	L 825.60	L 8,173.44
<b>Total</b>		<b>L 82,559.98</b>	<b>L 825.60</b>	<b>L 8,173.44</b>

Fuente: Propia

**Tabla 40: Cuadro resumen depreciación equipo de cómputo**

Detalle	Años de Vida Útil	Costo Total	Valor Residual	Depreciación Anual
Equipo de cómputo	5	L 47,248.00	L 472.48	L 9,355.10
<b>Total</b>		<b>L 47,248.00</b>	<b>L 472.48</b>	<b>L 9,355.10</b>

Fuente: Propia