

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



Universidad de El Salvador
Hacia la libertad por la cultura

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA INSTALACIÓN DE CAFETERÍAS EXTERNAS, QUE CONTRIBUYA AL INCREMENTO DE LOS INGRESOS DE LA ASOCIACIÓN COOPERATIVA DE AHORRO, CRÉDITO, CONSUMO Y SERVICIOS DE EMPLEADOS DE DISTRIBUIDORA MORAZÁN ACEDISMO DE R.L., UBICADA EN LA CIUDAD DE APOPA, DEPARTAMENTO DE SAN SALVADOR

TRABAJO DE GRADUACIÓN

PRESENTADO POR:

JOSÉ MAURICIO REINA MELÉNDEZ
KARLA ANDREINA MÉNDEZ SORIANO
RONALD ALEXANDER BENÍTEZ RECINOS

PARA OPTAR AL GRADO DE:

LICENCIADA/O EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

NOVIEMBRE DE 2020

SAN SALVADOR

EL SALVADOR

CENTROAMÉRICA

AUTORIDADES DE EL SALVADOR

Rector: MSc. Roger Armando Arias Alvarado.

Secretario General: Ing. Francisco Antonio Alarcón Sandoval.

AUTORIDADES DE FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS.

Decano: MSc. Nixon Rogelio Hernández Vásquez.

Vicedecano: MSc. Mario Alfredo Crespín Elías.

Secretaría: Lic. Vilma Marisol Mejía Trujillo.

DIRECTOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN.

Lic. Mauricio Ernesto Magaña Menéndez.

TRIBUNAL CALIFICADOR

Lic. Ricardo Antonio Rebollo Martínez.

Lic. David Mauricio Lima Jaco.

Lic. Alfonso López Ortiz (Docente Asesor).

AGRADECIMIENTOS.

Doy gracias a Dios en primer lugar por brindarme salud para poder lograr cada uno de mis objetivos ya que sin él nada de esto hubiese sido posible; agradezco a mi madre Karla Isaena Soriano Mejía por haber sido el pilar fundamental a lo largo de mi carrera; por el apoyo que me brindo y por haberme instruido desde el inicio de mi carrera educativa aconsejándome a lo largo de la misma y hacerme ver que la educación es la mejor herencia que un padre puede dejarle a los hijos, así también agradezco a mi asesor de trabajo de graduación Lic. Alfonso López Ortiz por su orientación y valiosa guía a lo largo de todo este proceso.

Karla Andreina Méndez Soriano.

Agradezco en primer lugar a Dios por la vida que se me ha otorgado, agradezco a mi madre Catia Evelyn Recinos Vaquerano y a mi abuela Silvia Elizabeth Vaquerano Mejía, por ser los pilares principales de toda mi vida, instruyéndome desde corta edad para luchar por lo que deseaba y sacar adelante a nuestra familia, así como aconsejarme a lo largo de mi vida para siempre obrar en beneficio de los demás. Agradezco a nuestro asesor Lic. Alfonso López Ortiz por la paciencia y orientación sin la cual todo este trabajo de graduación no hubiese sido posible. Por último, agradezco a mis amigos de toda la carrera por siempre apoyarme en todo momento.

Ronald Alexander Benitez Recinos.

Agradezco primeramente a Dios que siempre ha estado a mi lado, aun en los momentos considerados difíciles de la vida y que me ha sacado adelante; también agradezco desde el fondo de mi corazón a mi madre Ana Vilma Meléndez, que sin los consejos de ella, no hubiera sido posible que yo culmine esta etapa de mi vida, y ha sido quien me ha acompañado en todo mi camino. Agradezco a nuestro asesor Licenciado Alfonso López Ortiz, que ha sido como nuestro padre por todos sus consejos y el apoyo que nos brindó en el proceso del trabajo de graduación.

José Mauricio Reina Meléndez

ÍNDICE

RESUMEN	i
INTRODUCCIÓN	iii
CAPÍTULO I: “GENERALIDADES DEL COOPERATIVISMO, LA ASOCIACIÓN COOPERATIVA ACEDISMO DE R. L., CAFETERÍAS Y ESTUDIO DE FACTIBILIDAD”	1
1.1. IMPORTANCIA	1
1.2. OBJETIVO.....	1
1.2.1. OBJETIVO GENERAL.....	1
1.2.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS	1
1.3. MARCO CONCEPTUAL	2
1.3.1. Definición de cooperativismo.	2
1.3.2. Cooperativismo en sus inicios.	2
1.3.3. Exponentes del cooperativismo.	4
1.3.4. Cooperativismo en El Salvador.	10
1.3.5. Tipos de cooperativas.	11
1.3.6. De la constitución, inscripción y autorización oficial para operar.	12
1.3.7. De la integración cooperativa de Federaciones y Confederaciones.	12
1.3.8. Disolución, liquidación y cancelación de una cooperativa.	13
1.4. MARCO REFERENCIAL DE LA ASOCIACIÓN COOPERATIVA DE AHORRO, CRÉDITO, CONSUMO Y SERVICIOS DE EMPLEADOS DE DISTRIBUIDORA MORAZÁN “ACEDISMO” de R.L.	13
1.4.1. Economía.....	14
1.4.2. Número de asociados y empleados.....	15
1.4.3. Aspecto Social.	15
1.4.4. Misión	15
1.4.5. Visión.	15
1.4.6. Estructura organizativa.	16
1.4.7. Funciones Principales.	16
1.4.8. Marco legal.....	19
1.4.9. Marco Institucional.	28
1.5. MARCO REFERENCIAL DE LAS CAFETERÍAS.	29

1.5.1. Antecedentes históricos de las cafeterías.	29
1.5.2. Definición de cafetería.	31
1.5.3. Consumidores.	31
1.5.4. Servicios de cafetería.	32
1.6. MARCO REFERENCIAL SOBRE ESTUDIO DE FACTIBILIDAD EN PROYECTOS DE INVERSIÓN.....	33
1.6.1. Estudio de Factibilidad	33
1.6.2. Ventajas y desventajas del estudio de factibilidad.	33
1.6.3. Definición de proyecto de inversión.	34
1.6.4. Tipos de proyectos de inversión.	35
1.6.5. Etapas de desarrollo de un proyecto.	36
1.6.6. El proyecto y su visión.	38
1.6.7. Etapas del estudio de factibilidad	39
1.6.8. Estudio de mercado.....	39
1.6.8.1. Definición de mercado.	39
1.6.8.2. Clasificación de los mercados.....	40
1.6.8.3. Análisis de la demanda.	41
1.6.8.4. Análisis de la oferta.	41
1.6.8.5. Mezcla de Comercialización.	42
1.6.9. Estudio de factibilidad técnico-operativo.	42
1.6.9.1. Tamaño óptimo de la planta.	43
1.6.9.2. Tamaño óptimo del proyecto.	44
1.6.9.3. Ingeniería del proyecto.....	45
1.6.9.4. Distribución de la planta.....	45
1.6.10. Estudio económico.....	45
1.6.10.1. Inversión inicial.	46
1.6.10.2. Capital de trabajo.	46
1.6.10.3. Flujos de efectivo.....	47
1.6.10.4. Punto de equilibrio.....	47
1.6.11. Evaluación económica.	48

1.6.11.1. Costo de capital.....	48
1.6.11.2. Valor presente neto (VPN).....	49
1.6.11.3. Tasa interna de rendimiento (TIR).	50
1.6.12. Resultados esperados del estudio de factibilidad.	50
1.6.13. El estudio de sensibilidad del proyecto.....	50
1.6.14. La toma de decisiones asociadas con un proyecto.	51
CAPÍTULO II: “DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL PARA DETERMINAR LA FACTIBILIDAD DE LA INSTALACION DE CAFETERÍAS EXTERNAS DE LA ASOCIACIÓN COOPERATIVA ACEDISMO DE R. L., CAFETERÍAS Y ESTUDIO DE FACTIBILIDAD”.....	52
2.1. IMPORTANCIA.	52
2.2. OBJETIVOS	52
2.2.1. Objetivo general:	52
2.2.2. Objetivos específicos:	53
2.3. MÉTODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN.....	53
2.3.1. MÉTODO.....	53
2.3.1.1. MÉTODO DE ANÁLISIS.....	53
2.3.1.2. MÉTODO DE SÍNTESIS.....	54
2.3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	54
2.3.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	54
2.3.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN.....	55
2.3.4.1. TÉCNICAS	55
2.3.4.1.1. ENTREVISTA.....	55
2.3.4.1.2. ENCUESTA.....	55
2.3.4.2. INSTRUMENTOS.	55
2.3.5. FUENTES DE INFORMACIÓN	56
2.3.5.1. Primarias.....	56
2.3.5.2. Secundarias.	56
2.3.6. ÁMBITO DE LA INVESTIGACIÓN.	56
2.3.7. UNIDADES DE ANÁLISIS	56

2.3.7.1. Objeto de estudio.....	56
2.3.7.2. Unidades de análisis.	57
2.3.8. DETERMINACIÓN DEL UNIVERSO Y LA MUESTRA.	57
2.3.8.1. UNIVERSO	57
2.3.8.2. MUESTRA.	57
2.3.8.3. CÁLCULO DE LA MUESTRA.	58
2.4. TABULACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA INFORMACIÓN	59
2.5. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE CAFETERÍAS DE LA ASOCIACIÓN COOPERATIVA ACEDISMO DE R.L.	60
2.5.1. Aspectos generales de los asociados de ACEDISMO de R.L.....	60
2.5.2. Aspectos generales de la población económicamente activa de la ciudad de Apopa.	61
2.5.3. Aspectos de mercado.	61
2.5.3.1. Análisis de la demanda.	61
2.5.3.2. Análisis de la oferta.	62
2.5.3.3. Mezcla de mercadeo.	63
2.5.4. Aspectos técnicos.	66
2.5.5. Aspectos económicos-financieros.	67
2.6. ALCANCES Y LIMITACIONES.....	68
2.6.1. ALCANCES	68
2.6.2. LIMITACIONES	68
2.7. CONCLUSIONES.....	69
2.8. RECOMENDACIONES.....	71
CAPÍTULO III: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA INSTALACIÓN DE CAFETERÍAS EXTERNAS QUE CONTRIBUYA AL INCREMENTO DE INGRESOS DE LA ASOCIACIÓN COOPERATIVA DE AHORRO, CRÉDITO, CONSUMO Y SERVICIOS DE EMPLEADOS DE DISTRIBUIDORA MORAZAN ACEDISMO DE R. L.....	73
3.1. IMPORTANCIA	73
3.2. OBJETIVOS.	73
3.2.1. General.	73
3.2.2. Específicos	73

3.3. CONTENIDO DE LA PROPUESTA	74
3.3.1. Estudio de mercado.....	75
3.3.1.1. Análisis de la demanda.....	75
3.3.1.2. Análisis de la oferta.	79
3.3.1.3. Análisis del producto.....	80
3.3.1.4. Análisis de los precios.....	83
3.3.1.5. Análisis de plaza.	83
3.3.1.6. Análisis de promoción.....	84
3.3.2. ESTUDIO TÉCNICO.....	85
3.3.2.1. Tamaño.....	85
3.3.2.1.2. Capacidad de diseño.....	86
3.3.2.1.3. Capacidad efectiva.....	86
3.3.2.1.4. Capacidad real.....	87
3.3.2.1.5. Localización.....	87
3.3.2.1.5.3. Distribución de planta en la cafetería.....	90
3.3.2.1.6. Ingeniería del proyecto.....	91
3.3.3. ESTUDIO ADMINISTRATIVO.....	106
3.3.3.1. Filosofía Organizacional.....	106
3.3.4. ESTUDIO ECONÓMICO	110
3.3.4.1. Inversión inicial	110
3.3.4.2. Capital de trabajo	111
3.3.4.3. Gastos de operación.....	112
3.3.4.4. Determinación de los costos de venta.....	113
3.3.4.5. Determinación de la depreciación anual.....	114
3.3.4.6. Fuentes de financiamiento.....	115
3.3.4.7. Ingresos proyectados por ventas.....	116
3.3.4.8. Flujos de efectivo proyectados.....	116
3.3.5. EVALUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA.....	117
3.3.5.1. Estado de resultado proyectado.....	117
3.3.5.2. Tasa mínima aceptable de rendimiento.....	118

3.4. Evaluación del impacto ambiental y social.....	123
3.4.1. Impacto ambiental.....	123
3.4.2. Impacto social.....	123
3.5. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN	123
3.5.1. Objetivo.....	123
3.5.2. Etapas de aplicación del plan.	124
3.5.2.1. Presentación	124
3.5.2.2. Análisis, difusión y aprobación.....	124
3.5.3.3. Ejecución	124
3.5.3.4. Evaluación.....	125
3.5.3.5. Cronograma de actividades del plan de implementación.	126
3.5.3.6. Cuadro de gastos y costos generales de la propuesta.	127
BIBLIOGRAFÍA.....	128
ANEXOS	

Índice de cuadros, gráficos y esquemas.

Gráfico N°1 Ubicación de ACEDISMO DE R.L.....	14
Cuadro N° 34 Población total y económicamente activa del municipio de Apopa.....	75
Gráfico N° 34 Población económicamente activa del municipio de Apopa.....	76
Cuadro N° 35 Proyección de población económicamente activa y demanda esperada.....	78
Gráfico N° 35 Proyección de población económicamente activa y demanda esperada.....	79
Cuadro N° 36 Método de ponderación de factores.....	89
Esquema N° 1 Nivel macro del local para instalar la cafetería.....	90

Esquema N° 2 Distribución de planta en la cafetería.....	91
Figura N° 1 Diagrama de bloques para el proceso de servicios en la cafetería...	92
Figura N° 1 Diagrama de flujo para el proceso de servicios de cafetería.....	93
Cuadro N° 37 Cursograma analítico del proceso de servicio de cafetería.....	94
Cuadro N° 38 Requerimiento y costo de mobiliario y equipo.....	95
Cuadro N° 39 Compra de inventario inicial.....	99
Cuadro N° 40 Cálculo del salario del personal.....	103
Cuadro N° 41 Cálculo de las prestaciones al personal.....	103
Cuadro N° 42 Inversión inicial.....	110
Cuadro N° 43 Presupuesto de gasto de venta.....	112
Cuadro N° 44 Presupuesto de gasto de administración.....	113
Cuadro N° 45 Presupuesto de gastos operativos.....	113
Cuadro N° 46 Presupuesto de costo de venta.....	114
Cuadro N° 47 Depreciación de mobiliario y equipo.....	114
Cuadro N° 48 Tabla de pago de la deuda.....	116
Cuadro N° 49 Proyección de ingresos por venta.....	116
Cuadro N° 50 Flujo de efectivo proyectado con financiamiento.....	117
Cuadro N° 51 Estado de resultados proyectado.....	117
Cuadro N° 52 Cálculo del valor actual neto.....	119
Cuadro N° 53 Cálculo del valor actual neto.....	120

Cuadro N° 54 Proyección de relación beneficio costo.....	120
Cuadro N° 55 Cronograma de actividades del plan de implementación.....	126
Cuadro N° 56 Estimación de gastos mensuales para la implementación de la propuesta.....	127

Índice de Anexos

Anexo 1: Interpretación de cuestionario de asociados de ACEDISMO.

Anexo 2: Interpretación de cuestionario de clientes potenciales, trabajadores de Apopa.

Anexo 3: Entrevista al presidente de ACEDISMO.

Anexo 4: Cotización de mobiliario y equipo.

Anexo 5: Formularios legales para la instalación de cafeterías.

Anexo 6: Presupuesto de compras mensuales de insumos.

Anexo 7: Estados financieros de ACEDISMO de R.L.

RESUMEN

El estudio de factibilidad surge de la necesidad de parte de la Asociación Cooperativa de crédito, ahorro y consumo de los empleados de Distribuidora Morazán de incrementar los excedentes obtenidos al final de cada ejercicio fiscal; según lo planteado por el presidente de ACEDISMO; debido a que actualmente la cooperativa cuenta con una cafetería interna la cual genera un buen nivel de excedente, se busca la oportunidad de expandirse al público en general.

El objetivo general de la investigación consiste en desarrollar un estudio de factibilidad técnico económico; para la determinación de las condiciones necesarias para la instalación de cafeterías externas en la periferia de la ciudad de Apopa.

La metodología utilizada fue la aplicación del método científico, auxiliado por el método de análisis que se utilizaron para examinar las variables que comprende el estudio seguido por el método de síntesis, para relacionar cada una de las variables identificando así las oportunidades y limitantes del estudio; en cuanto al tipo de investigación, se utilizó el descriptivo así como el diseño no experimental ya que no se alteraron las variables ni los datos recopilados, simplemente se observaron tal y como influían en el desarrollo de la investigación. De este modo se analizó y diagnosticó la situación ya existente.

De acuerdo con el estudio, se concluyó lo siguiente:

1. La instalación de cafeterías externas de ACEDISMO es factible ya que existe la demanda necesaria, clientes potenciales y condiciones favorables en el mercado actual la ciudad de Apopa.
2. La mezcla de mercado determina que como proyecto la implementación de cafeterías externas posee ventajas como precios competitivos, productos que el mercado meta necesita, un lugar accesible y estratégico para los trabajadores y la promoción no supone mayor costo.

3. La ciudad de Apopa es un área geográfica estratégica y favorable para la implementación y desarrollo del proyecto debido a su cantidad de trabajadores laborando, y su interés en ser clientes potenciales de las cafeterías de ACEDISMO.

Por lo tanto, se recomienda:

1. Que ACEDISMO considere la oportunidad de la puesta en marcha del proyecto debido a sus precios accesibles, ubicación geográfica adecuada y niveles adecuados de niveles potenciales.
2. Hacer uso pleno de la ventaja competitiva que mantiene la cafetería actual de ACEDISMO, reforzando puntos claves como precios e introducción de variedad de platillos que puedan satisfacer las necesidades de los nuevos consumidores.
3. Instalar las nuevas cafeterías en locales cercanos a centros comerciales en el centro de la ciudad de Apopa; lugares como Periplaza Apopa, Pericentro Apopa y plazas cercanas; son puntos estratégicos en los cuales se concentra la mayor proporción de clientes potenciales.

\

INTRODUCCIÓN

La creciente demanda que existe en la ciudad de Apopa, en cuanto a la necesidad de buscar un lugar cerca de sus áreas de trabajo, alimentos que cumplan con las expectativas en cuanto a calidad, higiene, precios accesibles y una excelente atención, para que la población se sienta completamente satisfecha. Por ello se realizó el Estudio de factibilidad para la instalación de cafeterías externas que contribuya al incremento de ingresos de la Asociación Cooperativa de Ahorro, crédito, consumo y servicios de empleados de Distribuidora Morazán ACEDISMO DE R.L. ubicada en la ciudad de Apopa, departamento de San Salvador.

En el capítulo I, se presentan las generalidades teóricas abordando los antecedentes de la asociación cooperativa ACEDISMO de R. L. como de cafeterías y asociaciones cooperativas de la ciudad de Apopa y los temas que se encuentran relacionados a un estudio de factibilidad que permitió adquirir los conocimientos necesarios para una visión clara del tema.

El capítulo II, describe los parámetros de la investigación, a fin de determinar la situación actual, detallando los objetivos, importancia, alcances y limitaciones; así como los métodos y técnicas, mediante los cuales se recolectaron datos suficientes para el procesamiento, análisis e interpretación de resultados, lo cual permitió hacer un diagnóstico obtenido de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos que finalmente sirvió para la formulación de las conclusiones y recomendaciones.

Por último, en el capítulo III, se presenta una propuesta de estudio de factibilidad para la implementación de cafeterías externas en la ciudad de Apopa. Dicho estudio de factibilidad cuenta con sus propios objetivos e importancia; presentando en primer lugar un estudio de mercado con los principales análisis del mercado de cafeterías externas. Así como un estudio técnico el cual determinará los requerimientos necesarios para el inicio de operaciones y aspectos legales necesarios para la puesta en marcha del proyecto. Se presenta, de igual forma, un estudio económico, así como su propia evaluación económica

orientados a brindar la información suficiente para la toma de decisiones en términos monetarios del proyecto.

Se concluye con un plan de implementación que considera todos los aspectos relevantes para llevar a cabo la apertura de la cafetería mediante la descripción de los resultados obtenidos del estudio y el tiempo según el cronograma elaborado con la finalidad que se puedan tomar decisiones que consideren pertinentes.

CAPÍTULO I: “GENERALIDADES DEL COOPERATIVISMO, LA ASOCIACIÓN COOPERATIVA ACEDISMO DE R. L., CAFETERÍAS Y ESTUDIO DE FACTIBILIDAD”

1.1. IMPORTANCIA

La importancia del capítulo I, radica en la recopilación de información bibliográfica con el fin de estructurar un marco teórico conceptual el cual sirva como base para el correcto entendimiento del estudio de factibilidad y su correcta implementación.

1.2. OBJETIVO

1.2.1. OBJETIVO GENERAL

Recopilar información bibliográfica de fuentes confiables y verificables, la cual sustente de manera lógica y coherente la realización y desarrollo del estudio de factibilidad para la implementación de cafeterías externas de la Asociación cooperativa de ahorro, crédito, consumo y servicios de empleados de distribuidora Morazán “ACEDISMO de R. L.”

1.2.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

1. Distinguir cuales son los tipos de cooperativas que existen en El Salvador, su constitución, inscripción y los procesos de disolución.
2. Mencionar cual es el marco legal y constitucional, con que él cuenta ACEDISMO DE R. L.
3. Definir el concepto de cafetería, y los servicios que generalmente se ofrece.
4. Explicar que es un estudio de factibilidad, sus ventajas y desventajas, y las etapas con que cuenta.

1.3. MARCO CONCEPTUAL

1.3.1. Definición de cooperativismo.

- a. “El término cooperativismo permite designar a aquel movimiento social, doctrina, que propone, promueve, la cooperación de sus seguidores o integrantes a nivel social y económico para de esta manera conducir a quienes producen a que logren un beneficio considerado a la hora de la satisfacción de sus necesidades.”¹
- b. “Cooperativismo es el movimiento y la doctrina que impulsan la promoción y la organización de cooperativas: sociedades autónomas cuyos integrantes buscan satisfacer una necesidad en común.”²
- c. “El cooperativismo es un movimiento que surgió a fines del siglo XIX en Europa y que se define como la asociación de personas que se unen en forma voluntaria para satisfacer en común sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales, mediante una empresa que es de propiedad colectiva y de gestión democrática.”³
- d. El cooperativismo se refiere a un movimiento social o doctrina que intenta que las personas se puedan organizar y ponerse de acuerdo mediante sociedades y asociaciones llamadas "cooperativas" para poder, en conjunto, lograr objetivos comunes.

1.3.2. Cooperativismo en sus inicios.

“La idea y la práctica de la Cooperación aplicadas a la solución de problemas económicos aparecen en las primeras etapas de la civilización. Muy pronto los hombres se dan cuenta de la necesidad de unirse con el fin de obtener los bienes y servicios indispensables. Los historiadores del cooperativismo están de acuerdo en señalar como antecedentes del sistema cooperativo, entre otros los siguientes:

¹ <https://www.definicionabc.com/economia/cooperativismo.php>

² <https://definicion.de/cooperativismo/>

³ <http://www.coopera.cl/cooperativismo/>

- a. Las organizaciones para la explotación de la tierra en común de los babilonios (Hans Muller)
- b. La colonia comunal mantenida por los Esenios en Ein Guedi, a las orillas del Mar Muerto
- c. Sociedades Funerarias y de seguros entre los griegos y los romanos.
- d. Los “ágapes” de los primeros cristianos como forma primitiva de las cooperativas (Lujo Brentano)
- e. Vida agraria entre los germanos (Otto Gierke)
- f. Organizaciones agrarias y de trabajo entre los pueblos eslavos: el Mir y el Artel entre los rusos, la Zadruga de los serbios.
- g. Organización del trabajo y de la producción en el Manoir medieval (De Brouckere)
- h. Agrupaciones de los campesinos para la transformación de la leche: “queserías” de los armenios y de los campesinos europeos de los Alpes, del Jura y del Saboya.
- i. Organizaciones para el cultivo de la tierra y el trabajo en las organizaciones precolombinas, principalmente entre los Incas y los Aztecas. También la Minga y el Convite.
- j. Las Reducciones de los jesuitas en el Paraguay
- k. Las Cajas de Comunidad en la época de la colonización española en América.
- l. Las colonias con el carácter religioso de los inmigrantes en Norte América.

Es necesario, reconocer también la influencia que tuvieron algunas publicaciones utopistas en el desarrollo del cooperativismo, entre las cuales se pueden mencionar: La República de Platón (428-347 a. de C), Utopía de Tomás Moro (1480-1535), La Nueva Atlántida de Francis Bacon (1561-1626), El Viaje a Icaria de Etienne Cabet (1788-1856).

En todas estas obras se puede observar un profundo deseo de organizar la sociedad en una forma más justa y fraternal, eliminando las diferencias de orden económico por medio de procedimientos de propiedad comunitaria y de trabajo colectivo.”⁴

⁴ Instituto Salvadoreño de Fomento Cooperativo INSAFOCOOP <http://www.insafocoop.gob.sv/historia-del-cooperativismo/>

1.3.3. Exponentes del cooperativismo.

“Como punto de partida de una visión histórica de la cooperación, es preciso reconocer a los precursores de esta ideología, es decir, aquellas personas que a partir del siglo XVII, tanto en las ideas como en las obras, empiezan a precisar las características del sistema cooperativo. Entre los más notables de estos precursores se mencionan los siguientes: Peter Cornelius Plockboy quien publicó en 1659 el ensayo que comprendía su doctrina y John Bellers (1654-1725) quien en 1695 hizo una exposición de sus doctrinas en el trabajo titulado: “Proposiciones para la Creación de una Asociación de Trabajo de Todas las Industrias Útiles y de la Agricultura”; el médico William King (1786-1865), y el comerciante Michel Derrion (1802-1850), precursores del cooperativismo de consumo; Felipe Bauchez (1796-1865) y Luis Blanc (1812-1882), precursores del cooperativismo de producción.

En esta fase precursora del cooperativismo es necesario destacar de manera especial a dos destacados ideólogos: Roberto Owen (1771-1858) y Carlos Fourier (1772-1837). Owen el autodidacta, industrial afortunado desde muy joven, innovador en técnicas y sistemas sociales, en el furor de la revolución industrial, intentó llevar a la práctica sus ideas organizando las colonias de New Lanark, en su propio país Inglaterra y la de Nueva Armonía en Estados Unidos (Indiana); la bolsa de trabajo y las instituciones sindicales de alcance nacional. Fourier, francés, el de las concepciones geniales y ambiciosas, rayanas en el desequilibrio, escritor prolijo y confuso a veces, llevo una vida cómoda y no consiguió llevar a cabo su obra el “Falasterio” en donde deberían llevarse a cabo aquellos frutos de su pensamiento inquieto y profético.

Es necesario mencionar la época de la revolución industrial ocurrida en Europa, especialmente en Gran Bretaña, en el siglo que va desde 1750 a 1850 como una referencia histórica imprescindible. La revolución industrial no fue solamente una revolución política, fue principalmente una revolución tecnológica influida por la utilización de algunos descubrimientos en la industria, entre ellos el del vapor aplicado a toda clase de maquinarias y el de la lanzadera y la hiladora mecánica que transformaron la industria

textil. La influencia de la revolución industrial con sus características de desorden, sobre la clase trabajadora, produjo algunas reacciones cuyas consecuencias todavía se pueden apreciar: la de los destructores de máquinas, que fue duramente reprimida por el Estado, la del sindicalismo, la de los cartistas, o sea, aquella que se propuso lograr leyes favorables para el trabajador, y la que podemos denominar cooperativa.

Esta última tuvo por causa inmediata el hecho de que en Inglaterra muchos trabajadores de la época no siempre recibían su salario en dinero, sino en especie, con las consiguientes desventajas de mala calidad, pesa equivocada y precios muy altos.

Aún en el caso de que recibieran el salario en dinero, por ser este demasiado bajo, obligaba a los trabajadores a someterse a los tenderos que por concederles crédito exigían un valor mayor por la mercancía, junto con las demás circunstancias desfavorables que acompañan a esta clase de ventas a crédito.

De esta manera, los trabajadores pensaron que uniendo sus esfuerzos podrían convertirse en sus propios proveedores, originándose así la idea de las cooperativas de consumo. Por otra parte el desempleo y las gravosas condiciones del trabajo cuando se conseguía, movieron a otros grupos de trabajadores a organizarse en cooperativas de producción y trabajo, que hoy se denominan trabajo asociado.”⁵

En la ciudad de Rochdale (Inglaterra), dedicada por mucho tiempo a la industria textil, se presentaron algunas de las consecuencias de la revolución industrial, inconvenientes para los trabajadores, por lo cual algunos de ellos pensaron que debían agruparse y se constituyeron en una organización para el suministro de artículos de primera necesidad.

Desde luego, para llegar a ese objetivo debieron antes, con gran esfuerzo de su parte, ahorrar cada uno en la medida de sus capacidades, logrando así reunir un pequeño capital de 28 libras esterlinas, una por cada uno de los socios. Con ese exiguo patrimonio, fundaron una sociedad denominada “De los Probos Pioneros de Rochdale”

⁵ Ídem cita 4 página 3

“La mayoría de estos hombres eran tejedores y en el grupo figuraban algunos más ilustrados que habían tenido participación en otras organizaciones de beneficio común.

Para el 21 de diciembre de 1844, en contra de las opiniones de los comerciantes establecidos y de otros ciudadanos, abrieron un pequeño almacén, en la llamada Callejuela del Sapo, pero, para sorpresa de los comerciantes que les auguraron un rotundo fracaso, la incipiente institución fue creciendo e incluyendo en su organización a muchas personas de localidades aledañas.

Fue este el origen del cooperativismo de consumo en Gran Bretaña, cuyo desarrollo abarcó después no solo a la Europa Continental sino al resto del mundo. El importante crecimiento debe atribuirse no a la importancia del poder económico, sino al valor de las ideas y a la fidelidad que estos iniciadores tuvieron para con esas ideas.

Mientras el cooperativismo de consumo se extendía por la Gran Bretaña y pasaba a otros países del continente europeo como Francia, Alemania, Italia, los países escandinavos y otros territorios, aparecían casi simultáneamente nuevas formas de cooperación en el campo económico y social. Bajo la inspiración de Friedrich Wilhelm Raiffeisen, aparecían en Alemania las cooperativas de Crédito orientado hacia los campesinos y más tarde, las cooperativas para el aprovisionamiento de insumos y para la comercialización de los productos agrícolas. Igualmente, con la dirección de Hernan Schulze-Delitzsch, en el mismo país, se iniciaba el movimiento de los llamados Bancos Populares o sea, las cooperativas de Ahorro y Crédito, orientadas principalmente para servir a los artesanos y pequeños industriales de las ciudades.

En Francia prosperaban las cooperativas de producción y trabajo con ejemplos tan conocidos como el “familisterio”, fundado en Guisa por Juan Bautista Godin. En los países escandinavos no solo se desarrollaba el cooperativismo de consumo, en forma tan apreciable como el que dio lugar a la Federación Sueca de Cooperativas, la K.F. (cooperativa Forbundet), sino también en otros terrenos como los del cooperativismo de vivienda y el de seguros cooperativos.

En los demás países de Europa Central y Oriental las ideas y prácticas cooperativas se extendieron rápidamente; por ejemplo, la primera cooperativa de Checoslovaquia se fundó en 1845, solamente un año después de la de Rochdale. Han sido famosas entre otras las cooperativas sanitarias de Yugoslavia, las agrícolas y artesanas de Hungría, las de consumo de Polonia, agrupadas en las organizaciones “Spolem” y las cooperativas rusas tanto agrícolas como las de consumidores.

En Bélgica y en Holanda el desarrollo del cooperativismo de consumo y otros servicios en las ciudades corren parejas con el avance del cooperativismo rural.

En España, y algunas de sus características son igualmente aplicables en Portugal, el cooperativismo de consumo, que aparece a fines del siglo pasado, tiene dos orientaciones: en el norte, principalmente en Cataluña, se desarrollan las cooperativas de consumo; en el centro y otras provincias el auge mayor corresponde a las cooperativas del campo.

En otros continentes (Asia, África y Oceanía), el cooperativismo ha logrado notable grado de expansión. En países que desde el punto de vista económico han logrado altos niveles de desarrollo como el Japón, Australia y Nueva Zelanda, los índices del desenvolvimiento de la cooperación son perfectamente comparables con los mejores del continente europeo.

El cooperativismo llegó a América del Norte durante los últimos años del siglo XIX y los primeros del pasado. El periodista canadiense Alphonse Desjardins (1860-1937) trajo a su país la idea de las cooperativas de ahorro y crédito, organizaciones que de pronto se extendieron también a los Estados Unidos, principalmente debido a la acción de Eduardo A. Filene (1860-1937) y de Roy F. Bergengren y alcanzan un desarrollo verdaderamente sorprendente. Otros inmigrantes europeos trajeron a América del Norte las demás formas de cooperación. Tanto en Canadá como en los Estados Unidos tomaron gran incremento las cooperativas agrícolas y entre ellas, las de mercado que se iniciaron en California por los esfuerzos principalmente de Aarón Sapiro, así como las de electrificación rural.

El llamado Movimiento Cooperativo de Antigonish, orientado por la universidad de San Francisco Javier, Nueva Escocia, tuvo una gran influencia en la transformación de las provincias marítimas de Canadá.

Es importante poner de presente que las cooperativas, en su proceso de desarrollo, casi desde el inicio del movimiento cooperativo, establecieron diversas formas de integración y fue así como en 1895 se organizó en Europa la Alianza Cooperativa Internacional ACI.

Al analizar los orígenes remotos del cooperativismo en América es imposible dejar de mencionar a las instituciones precolombinas que guardan alguna relación con el sistema cooperativo. En primer lugar, las formas de cultivo entre los Incas. Los jefes de familia, que por diversas razones podían trabajar la parcela de tierra que les había correspondido en el reparto anual, podían solicitar la ayuda de otros miembros de la comunidad; este sistema llamado Minka obliga al usufructuario de la parcela, que era trabajada por otras personas con la ayuda de otras, a sustentar con el producto de sus cosechas y con sus economías auxiliares en el trabajo. Era en el fondo un embrión de cooperativa de producción agrícola.

Por otra parte, en el México precolombino existió la institución llamada Calpulli en la cual se pueden identificar los caracteres cooperativos del régimen de propiedad los cuales están representados en los siguientes hechos: las tierras de un barrio determinado estaban lotificadas y cada lote pertenecía a una familia, la cual la explotaba por su propia cuenta. Quiere esto decir que el barrio no era un conjunto de tierras explotadas en común, sin que nadie fuera dueño de nada, sino que, sin poseerla en propiedad privada individual y sin una disposición enteramente libre para enajenarla, la propiedad era familiar, hereditaria y condicionada al bien social, cuando la condición de propietario se le daba la calidad de que, por cuanto al usufructo se refiere, después del pago de tributos, era íntegramente para el beneficio de las familias.

El carácter cooperativo de los calpullis lo encontramos en su funcionamiento mismo: conociendo el sistema de irrigación, las familias se unían para la construcción de acequias apantli para conducir el agua y la conservaban en albercas tlaquilacáxiti, que los españoles

llamaron jagüeyes, cada barrio tenía su pequeño dios representado generalmente por un animal cuyo nombre llevaban los habitantes del barrio mismo y aún éste; se unían periódicamente para celebrar su fiesta religiosa y en general, las familias unían sus esfuerzos para el embellecimiento, defensa, etc., del barrio que les correspondía”.

Por su parte el sociólogo colombiano Aldo Cardona, quien ha estudiado con empeño particular las relaciones entre las comunidades indígenas primitivas y el cooperativismo, dice que a pesar de las múltiples diferencias culturales y sociales que caracterizaron a las grandes familias pobladoras de América desde tiempos inmemorables, la característica esencial, el núcleo determinante de la organización económica y social, el factor principal de cohesión, el motor de la organización social, en una palabra el alma de estas economías, fue la cooperación.

Cuando se habla de los orígenes próximos de la cooperación en Iberoamérica, se hace referencia a organizaciones económico-sociales establecidas de conformidad a los principios y métodos que aparecieron a mediados del siglo pasado en Europa y que han configurado el denominado sistema cooperativo.

Las corrientes inmigratorias, las actividades culturales y aún circunstancias políticas influyeron en el desarrollo del cooperativismo en esta parte del continente americano.

Así, por ejemplo, los inmigrantes alemanes, suizos e italianos dan origen en el sur del Brasil a las cooperativas agrícolas y de crédito que habían hecho célebres en sus países Federico Guillermo Raiffeisen y Luis Luzzatti; son colonos franceses quienes, en 1898, fundan en Argentina, la primera cooperativa llamada el “Progreso Agrícola de Pigüé” e inmigrantes judíos los realizadores en 1900, de una cooperativa de agricultores en la provincia de Entreríos, del mismo país.

En el año de 1873, se organiza en la ciudad de México una cooperativa de profesionales de la sastrería, conforme con el modelo francés de las asociaciones obreras de producción de París, originadas en las ideas de Luis Blanc y la gran cooperativa urbana de Buenos

aires llamada “El Hogar Obrero”, fue fundada en 1905, con decisiva participación del estadista argentino Juan B. Justo.

La organización sindical, por su parte tuvo gran influencia en el desarrollo cooperativo. La agrupación de los trabajadores pertenecientes a empresas públicas y privadas, en sindicatos, sirvió de base a las cooperativas de propósitos múltiples (con secciones de crédito, consumo, vivienda, previsión, etc.), que han sido muy comunes en algunas de las más grandes ciudades de Iberoamérica.”⁶

1.3.4. Cooperativismo en El Salvador.

“En El Salvador se escucha, por primera vez, del cooperativismo en forma teórica, en una cátedra de enseñanza, en la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional.

Fue en 1914, que se organiza la primera cooperativa, por un grupo de zapateros, en San Salvador en la cuesta del Palo Verde y en 1938, se funda La Cooperativa Algodonera.

Luego, el cooperativismo llegó al gremio de los empleados públicos, como un medio de defensa contra el agiotismo.

Las cooperativas contaban con el apoyo del gobierno en turno, que aportaba capital inicial, pero los empleados identificaban el capital cedido por el gobierno, como propiedad de ellos y no creyeron que estaban obligados, por esa razón, a resarcir las cantidades que se les concedían en calidad de préstamo.

Así bajo el surgimiento de secciones y departamentos en instituciones gubernamentales el sector inició su crecimiento hasta que el Estado decide centralizar este rol en una sola Institución que dirija y coordine la actividad cooperativa en el país.

Fue el 25 de noviembre de 1969 que la Asamblea Legislativa, promulgó el decreto No 560 que dio pie a la creación del INSAFOCOOP como una corporación de derecho

⁶ Ídem cita 5 página 4

público con autonomía en los aspectos económico y administrativo, ese mismo día se promulga la primera Ley General de Asociaciones Cooperativas.

A falta de presupuesto que permitiera su funcionamiento el INSAFOCOOP comenzó a operar hasta el 1 de julio de 1971. Hoy con más de 40 años al servicio del sector cooperativo, la institución ha crecido descentralizando su trabajo en oficinas ubicadas en las distintas zonas del país dando un servicio a través de sus regionales en todo lo ancho y largo de El Salvador”⁷.

1.3.5. Tipos de cooperativas.

“En El Salvador existes diferentes tipos de cooperativas que literalmente se encuentran reguladas en la Ley de Asociaciones Cooperativas, las cuales tenemos:

- a) Cooperativas de producción: Son Cooperativas de Producción, las integradas con productores que se asocian para producir, transformar o vender en común sus productos. Las Cooperativas de Producción, podrán ser entre otras de los siguientes tipos: Producción agrícola; pecuaria; pesquera; agropecuaria; artesanal; Industrial o agro-Industrial.
- b) Cooperativas de vivienda: Son las que tienen por objeto procurar a sus asociados viviendas mediante la ayuda mutua y el esfuerzo propio.
- c) Cooperativas de servicios: Son las que tienen por objeto proporcionar servicios de toda índole, preferentemente a sus asociados, con el propósito de mejorar condiciones ambientales y económicas de satisfacer sus necesidades familiares, sociales, ocupacionales y culturales.

Las asociaciones cooperativas de servicios podrán ser entre otras de los siguientes tipos: De ahorro y crédito; de transporte; de consumo; de profesionales; de seguros; de educación; de aprovisionamiento; de comercialización; de escolares y juveniles.

⁷ Ídem cita 6 página 9

1.3.6. De la constitución, inscripción y autorización oficial para operar.

“Las Cooperativas se constituirán por medio de Asamblea General celebrada por todos los interesados, con un número mínimo de asociados determinado según la naturaleza de la Cooperativa, el cual en ningún caso, podrá ser **menor de quince**.

En dicha Asamblea se aprobarán los Estatutos y se suscribirá el capital social, pagándose por lo menos el 20% del capital suscrito. El acta de Constitución será firmada por todos los asociados. En caso de que hubiere asociados que no pudieren firmar, se hará constar esa circunstancia y dejarán impresa la huella digital del dedo pulgar derecho y en defecto de éste, la huella de cualquiera de sus otros dedos, y firmará a su nombre y ruego otra persona. Los interesados que desearan constituir una Cooperativa podrán solicitar al organismo estatal correspondiente, el asesoramiento y asistencia del caso.”⁸

1.3.7. De la integración cooperativa de Federaciones y Confederaciones.

“Son Federaciones de Asociaciones Cooperativas las organizaciones integradas por Cooperativas, de un mismo tipo.

Las Federaciones de Asociaciones Cooperativas se constituirán por medio de Asamblea General celebrada para tal fin por los delegados de las Cooperativas interesadas. A tal Asamblea de Constitución deberán concurrir hasta tres delegados por cada Cooperativa, nombrados por el Consejo de Administración, con derecho a un voto por Cooperativa.

Las Federaciones de Asociaciones Cooperativas se constituirán con diez o más Cooperativas y pueden afiliarse directamente a las Confederaciones, bastando para ello con que tenga la correspondiente personería jurídica otorgada por el INSAFOCOOP.

Son Confederaciones de Asociaciones Cooperativas, las organizaciones integradas por lo menos con tres Federaciones de una misma clase o por cinco Federaciones de diferente clase.

⁸ Ídem cita 7 página 10

Las Confederaciones se constituirán por medio de Asamblea General celebrada para tal fin a la cual concurrirán seis miembros electos por la Asamblea General de Federaciones interesadas, debidamente autorizados.

1.3.8. Disolución, liquidación y cancelación de una cooperativa.

Las Asociaciones Cooperativas, podrán ser disueltas por acuerdo de la Asamblea General de Asociados, convocada exclusivamente para este fin, con la asistencia de por lo menos dos terceras partes de sus miembros. El acuerdo deberá tomarse con el voto de los dos tercios de los asociados presentes.

Acordada la disolución conforme al artículo anterior, la Asamblea General antes mencionada nombrará una comisión liquidadora integrada por tres miembros de la cual formará parte un representante del INSAFOCOOP, la que entrará en funciones dentro de los quince días siguientes a su nombramiento.

Cuando el INSAFOCOOP cancele la inscripción de la Asociación Cooperativa, ejecutoriada que sea la correspondiente resolución, ésta quedará automáticamente disuelta.

En los casos de disolución por cancelación de inscripción por parte del INSAFOCOOP o cuando la comisión liquidadora no fuere nombrada o ésta no entrare en funciones en el plazo señalado en el artículo anterior, el INSAFOCOOP procederá a designarla de oficio.”⁹

1.4. MARCO REFERENCIAL DE LA ASOCIACIÓN COOPERATIVA DE AHORRO, CRÉDITO, CONSUMO Y SERVICIOS DE EMPLEADOS DE DISTRIBUIDORA MORAZÁN “ACEDISMO” de R.L.

La Asociación cooperativa de ahorro, crédito, consumo y servicios de empleados de distribuidora Morazán ACEDISMO de R.L, tiene su origen en el salón de usos múltiples de Cigarrería Morazán a partir del dos de octubre de mil novecientos noventa y ocho;

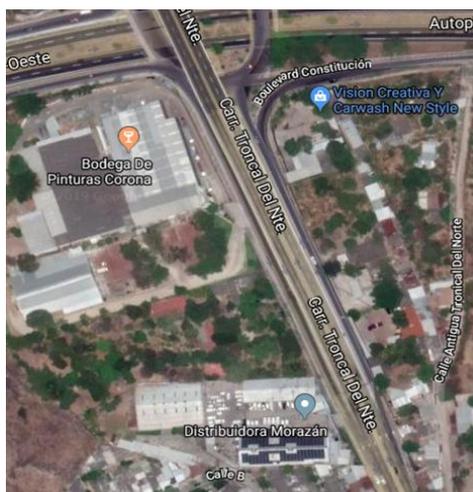
⁹ Idem cita 8 página 11

posteriormente, en las instalaciones de la empresa Distribuidora Morazán S.A de C.V el veintiséis de Enero del año Dos Mil Catorce se reforman parcialmente los estatutos ya que pasa de llamarse Asociación cooperativa de ahorro crédito, consumo y servicios de los empleados de British American Tobacco de responsabilidad limitada “ACEBAT de R.L” a llamarse Asociación cooperativa de ahorro, crédito, consumo y servicios de empleados de distribuidora Morazán “ACEDISMO de R.L”

La asociación cooperativa se encuentra ubicada en carretera troncal del norte km 11 ½, barrio San Sebastián, ex edificio de la indiana, Apopa, San Salvador, exactamente dentro de las instalaciones de la empresa DISTRIBUIDORA MORAZAN.

GRÁFICO N° 1

UBICACIÓN DE ACEDISMO DE R. L.



FUENTE: Google Maps disponible en: <https://www.google.com/maps>

1.4.1. Economía.

“La asociación Cooperativa inició con un capital social de \$3,428.57 en el año 2014 y al año 2019 asciende a \$58,325.41. La cooperativa cuenta con los recursos económico-financieros siguientes: a) Las aportaciones y los intereses que la asamblea general resuelva capitalizar; b) Los ahorros y depósitos de los asociados y aspirantes; c) Los bienes muebles

e inmuebles, d) Las reservas y fondos especiales; e) Los bienes obtenidos de la recuperación de sus créditos.

En cuanto a las aportaciones que recibe por parte de los asociados el valor mensual que se aporta es de \$11.43 que viene a incrementar el capital social de la cooperativa.

1.4.2. Número de asociados y empleados.

El número de asociados activos con que cuenta “ACEDISMO DE R.L.” es de 180 asociados; en cuanto a personal laborando, actualmente la asociación cooperativa cuenta con un total de nueve empleados a tiempo completo.

1.4.3. Aspecto Social.

La cooperativa, además de una función económica, cuenta con una función social que implica la realización de prácticas empresariales responsables y una gestión sostenible.

El cooperativismo es una apuesta decidida por el bienestar común de las personas, la protección del medio ambiente, el estímulo de los principios democráticos y la promoción de valores; en cuanto a los principios cooperativos favorecen el desarrollo de una sociedad más igualitaria y de un sistema social más justo.

1.4.4. Misión

Somos una cooperativa multiactiva que les brinda servicios personalizados e integrales a nuestros asociados para satisfacer sus necesidades; en el cual buscamos mejorar su calidad de vida, con honestidad, transparencia y eficiencia. Colocando todo nuestro interés voluntario para un mejor desarrollo.

1.4.5. Visión.

Ser una asociación autónoma de mayor incidencia en el desarrollo social, económico y cultural de nuestra comunidad, manteniendo una amplia oferta de productos y servicios que generen satisfacción a nuestros asociados y a clientes externos.

1.4.6. Estructura organizativa.

La asociación cooperativa de ahorro, crédito, consumo y servicios de empleados de Distribuidora Morazán no cuenta con un organigrama formalmente diseñado, sin embargo, las funciones que a continuación se detallan se han elaborado con base a los estatutos de ella.”¹⁰

1.4.7. Funciones Principales.

1.4.7.1. Asamblea General de asociados.

“Es la autoridad máxima de la cooperativa, celebrará sus sesiones en su domicilio, sus acuerdos obligan a todos los asociados, presentes y ausentes, conformes o no, siempre que se hubiere tomado conforme a la ley, su reglamento y sus estatutos. Las funciones de este órgano son las siguientes:

- i. Emitir el Reglamento Interno de la cooperativa.
- ii. Conocer de la agenda propuesta para su aprobación o modificación.
- iii. Aprobar los objetivos y políticas del plan general de trabajo de la cooperativa.
- iv. Aprobar las normas generales de la administración de la cooperativa.
- v. Elegir y remover con motivo suficiente a los miembros del consejo de administración y junta de vigilancia.
- vi. Aprobar o improbar el balance y los informes relacionados con la administración de la cooperativa.
- vii. Autorizar la capitalización o distribución de los intereses y excedentes correspondientes a los asociados.
- viii. Autorizar la revalorización de los activos previa autorización del Instituto Salvadoreño de Fomento Cooperativo “INSAFOCOOP”.

¹⁰ Datos proporcionados por el presidente de ACEDISMO DE R. L.

1.4.7.2. Junta de Vigilancia

Ejerce la supervisión de todas las actividades de la cooperativa y fiscalizará los actos de los demás órganos directivos, comités, empleados y miembros de la asociación. Las funciones de este órgano son las siguientes:

- i. Vigilar que los órganos directivos, comités, empleados y miembros de la cooperativa, cumplan con sus deberes y obligaciones conforme a la ley, su reglamento, estatutos, acuerdos de la asamblea general, del consejo de administración y de los comités.
- ii. Conocer de todas las operaciones de la cooperativa y vigilar que se realicen con eficiencia.
- iii. Vigilar el empleo de los fondos.
- iv. Emitir dictamen sobre la memoria y estado financieros de la cooperativa, los cuales el consejo de administración deberá presentarle, por lo menos con 30 días de anticipación a la fecha en que deba celebrarse la asamblea general.
- v. Llenar con los suplentes las vacantes que se produzcan en su seno.

1.4.7.3. Comité de Crédito y Suministros.

Es el encargado de planificar y resolver de común acuerdo con el consejo de administración o el gerente si los hubiere, todo lo relacionado con sus propias actividades, con el objeto de prestar a los asociados un servicio eficiente en beneficio de los intereses de la cooperativa y además es el encargado de estudiar y resolver las solicitudes de créditos presentadas por los asociados, dentro del menor tiempo posible. Las funciones de este órgano son las siguientes:

- i. Conocer y resolver las solicitudes de crédito presentadas por los asociados.
- ii. Velar porque las operaciones crediticias se realicen de conformidad con las normas prestatarias.
- iii. Llevar un control de asociados morosos.

- iv. Informar por escrito de sus actividades, mensualmente al consejo de administración anualmente y a la asamblea general incluyendo las observaciones y recomendaciones que se estimen convenientes para el mejoramiento de sus funciones.

1.4.7.4. Comité de Educación.

Ejerce sus funciones en coordinación con las normas y presupuestos que le señale el consejo de administración haciendo uso del fondo de educación. Las funciones de este órgano son las siguientes:

- i. Someter al consejo de administración el plan de trabajo anual y el presupuesto correspondiente.
- ii. Planificar y realizar cursos, seminarios, círculos de estudio, reuniones, grupos de discusión y otras actividades, a fin de educar a los asociados y a los interesados en asociarse a la cooperativa
- iii. Dar a conocer a los asociados la estructura social de la cooperativa y sus aspectos administrativos, así como sus derechos y deberes.
- iv. Organizar actos culturales de diversa naturaleza
- v. Publicar un boletín informativo

1.4.7.5. Auditoría Externa.

Tiene por objeto averiguar la razonabilidad, integridad y autenticidad de los estados, expedientes y documentos y toda aquella información producida por los sistemas de la organización. Dentro de las principales funciones tenemos:

- i. Detectar los gastos innecesarios.
- ii. Verificar los registros y los estados financieros.
- iii. Evaluar el cumplimiento de las normas y reglamentaciones.
- iv. Investigar el fraude.
- v. Promover la ética.

- vi. Informar a la alta dirección y al consejo de administración.
- vii. Identificar los riesgos y proporcionar aseguramiento sobre los controles.”¹¹

1.4.8. Marco legal

1.4.8.1 Constitución de la República de El Salvador.

“Art. 7.- Los habitantes de El Salvador tienen derecho a asociarse libremente y a reunirse pacíficamente y sin armas para cualquier objeto lícito. Nadie podrá ser obligado a pertenecer a una asociación. No podrá limitarse ni impedirse a una persona el ejercicio de cualquier actividad lícita, por el hecho de no pertenecer a una asociación. Se prohíbe la existencia de grupos armados de carácter político, religioso o gremial.

Art. 38.- El trabajo estará regulado por un Código que tendrá por objeto principal armonizar las relaciones entre patronos y trabajadores, estableciendo sus derechos y obligaciones. Estará fundamentado en principios generales que tiendan al mejoramiento de las condiciones de vida de los trabajadores, e incluirá especialmente los derechos siguientes:

- a. En una misma empresa o establecimiento y en idénticas circunstancias, a trabajo igual debe corresponder igual remuneración al trabajador, cualquiera que sea su sexo, raza, credo o nacionalidad;
- b. Todo trabajador tiene derecho a devengar un salario mínimo, que se fijará periódicamente. Para fijar este salario se atenderá sobre todo al costo de la vida, a la índole de la labor, a los diferentes sistemas de remuneración, a las distintas zonas de producción y a otros criterios similares. Este salario deberá ser suficiente para satisfacer las necesidades normales del hogar del trabajador en el orden material, moral y cultural.

Art. 113.- Serán fomentadas y protegidas las asociaciones de tipo económico que tiendan a incrementar la riqueza nacional mediante un mejor aprovechamiento de los recursos

¹¹ Ídem cita 10 página 15

naturales y humanos, y a promover una justa distribución de los beneficios provenientes de sus actividades. En esta clase de asociaciones, además de los particulares, podrán participar el Estado, los municipios y las entidades de utilidad pública

Art. 114. El estado protegerá y fomentará las asociaciones cooperativas, facilitando su organización, expansión y financiamiento”¹².

1.4.8.2. Código de Trabajo.

“Art. 1.- El presente Código tiene por objeto principal armonizar las relaciones entre patronos y trabajadores, estableciendo sus derechos, obligaciones y se funda en principios que tiendan al mejoramiento de las condiciones de vida de los trabajadores, especialmente en los establecidos en la Sección Segunda Capítulo II del Título II de la Constitución.

Art. 2.- Las disposiciones de este Código regulan:

- a) Las relaciones de trabajo entre los patronos y trabajadores privados; y
- b) Las relaciones de trabajo entre el Estado, los Municipios, las Instituciones Oficiales Autónomas y Semiautónomas y sus trabajadores”¹³.

1.4.8.3. Código Tributario de El Salvador.

“Artículo 120-A. los bancos, las asociaciones cooperativas de ahorro y crédito, los intermediarios financieros no bancarios, y cualquier otra entidad financiera, pública o privada, deberá exigir a sus clientes o usuarios obligados a llevar contabilidad, para sustentar la concesión u otorgamiento de préstamos, créditos o financiamientos, por montos solicitados iguales o superiores a cuarenta mil dólares, el balance general y estado de resultados, los cuales deberán ser auditados cuando lo requiera la ley, correspondientes al ejercicio o período impositivo anterior a la solicitud de concesión de cualquiera de los

¹² Constitución de la República de El Salvador. Decreto Constituyente N° 38 del 15 de diciembre de 1983. Publicado en el Diario Oficial N° 234, Tomo N° 281, de 16 de diciembre de 1983.

¹³ Código de Trabajo, Decreto Legislativo N° 15 de 23 de junio de 1972 Diario Oficial N° 142 Tomo: 236. Publicación Diario Oficial 31 de julio de 1972.

financiamientos antes enunciados. Cuando los solicitantes de los préstamos, créditos o financiamientos a que alude este artículo no se encuentren obligados a llevar contabilidad, las instituciones y entidades financieras y crediticias referidas deberán exigir la presentación del estado de ingresos y gastos, correspondiente al ejercicio o período impositivo anterior a la solicitud de concesión de cualquiera de los financiamientos antes enunciados

Art. 120-B. Los bancos, las asociaciones cooperativas de ahorro y crédito, los intermediarios financieros no bancarios, y cualquier otra entidad financiera, pública o privada, deberán presentar informe a la administración tributaria por medios electrónicos con los requisitos y especificaciones técnicas que disponga por medio de formulario que ésta establezca, en el mes de febrero de cada año, sobre los valores de ingresos, costos y gastos, que se consignen en el estado de resultados o el estado de ingresos y gastos, según el caso, que hayan sido proporcionados por sus clientes o usuarios para sustentar la concesión o el otorgamiento de préstamos, créditos o financiamientos a que se refiere el artículo anterior”¹⁴.

1.4.8.4. Ley General de Asociaciones Cooperativas.

“Art. 1.- Se autoriza la formación de cooperativas como asociaciones de derecho privado de interés social, las cuales gozarán de libertad en su organización y funcionamiento de acuerdo con lo establecido en esta ley, la ley de creación del Instituto Salvadoreño de Fomento Cooperativo (INSAFOCOOP), sus Reglamentos y sus Estatutos. Las Asociaciones Cooperativas de producción agropecuaria, pesquera y demás similares que desarrollen actividades técnicamente consideradas como agropecuarias, también se registrarán de acuerdo con lo establecido en esta ley, en lo que no estuviere previsto en su Ley Especial.

¹⁴ Código Tributario. Decreto Legislativo Nº 230 del 14 de diciembre del año 2000. Diario Oficial Nº 241. Tomo: 349. Publicación en el Diario Oficial 22 de diciembre del año 2000.

Art. 2.- Toda cooperativa, debe ceñirse a los siguientes principios:

- a) Libre adhesión y retiro voluntario;
- b) Organización y control democrático;
- c) Interés limitado al capital;
- Ch) Distribución de los excedentes entre los asociados, en proporción a las operaciones que éstos realicen con las asociaciones cooperativas o a su participación en el trabajo común;
- d) Fomento de la educación cooperativa;
- e) Fomento de la integración cooperativa.

Art. 3.- Toda cooperativa debe sujetarse a las siguientes normas:

- a) Mantener institucionalmente estricta neutralidad religiosa, racial y política-partidista;
- b) Reconocer la igualdad de derechos y obligaciones de todos los asociados, sin discriminación alguna;
- c) Reconocer a todos los asociados el derecho a un voto por persona, sin tomar en cuenta la cuantía de sus aportaciones en la cooperativa. Este derecho se ejercerá personalmente y sólo podrá ejercerse por medio de delegado en los casos y con las limitaciones establecidas en esta ley.

Art. 4.- Son fines de las asociaciones cooperativas, los siguientes:

- a) Procurar mediante el esfuerzo propio y la ayuda mutua, el desarrollo y mejoramiento social, económico y cultural de sus asociados y de la comunidad, a través de la gestión democrática en la producción y distribución de los bienes y servicios;
- b) Representar y defender los intereses de sus Asociados;
- c) Prestar, facilitar y gestionar servicios de asistencia técnica a sus asociados;
- ch) Fomentar el desarrollo y fortalecimiento del movimiento cooperativo a través de la integración económica y social de éste;

- d) Contribuir con el INSAFOCOOP y demás organismos del estado relacionados con el movimiento cooperativo, en la formulación de planes y políticas vinculadas en el cooperativismo;
- e) Los demás que procuren el beneficio de las mismas y sus miembros”¹⁵.

1.4.8.5. Ley del Instituto Salvadoreño del Seguro Social.

“Art. 1- De acuerdo al Art. 186 de la Constitución se establece el Seguro Social obligatorio como una institución de Derecho Público, que realizará los fines de Seguridad Social que esta Ley determina.

Art. 2- El Seguro Social cubrirá en forma gradual los riesgos a que están expuestos los trabajadores por causa de:

- a) Enfermedad, accidente común;
- b) Accidente de trabajo, enfermedad profesional,
- c) Maternidad;
- ch) Invalidez;
- d) Vejez;
- e) Muerte; y
- f) Cesantía involuntaria. Asimismo, tendrá derecho a prestaciones por las causales a) y c) los beneficiarios de una pensión, y los familiares de los asegurados y de los pensionados que dependan económicamente de éstos, en la oportunidad, forma y condiciones que establezcan los reglamentos”¹⁶.

¹⁵ Ley de Asociaciones Cooperativas de El Salvador. Decreto Legislativo N° 339 del 17 de abril de 1986. Diario Oficial N° 86. Tomo: 291. Publicación en el Diario Oficial 14 de mayo de 1986.

¹⁶ Ley de Seguro Social, decreto Legislativo N° 1263, de 3 de diciembre de 1953 y publicado en el Diario Oficial 226, Tomo 161 del 11 de diciembre de 1953.

1.4.8.6. Ley del Sistema de Ahorro para Pensiones (SAP)

“Art. 1.- Créase el Sistema de Ahorro para Pensiones para los trabajadores del sector privado, público y municipal, que en adelante se denominará el sistema, el cual estará sujeto a la regulación, coordinación y control del estado, de conformidad a las disposiciones de esta ley. El Sistema comprende el conjunto de instituciones, normas y procedimientos, mediante los cuales se administrarán los recursos destinados a pagar las prestaciones que deban reconocerse a sus afiliados para cubrir los riesgos de invalidez común, vejez y muerte de acuerdo con esta ley.

Art. 6.- Para los efectos de esta ley, se entenderá por empleador tanto al patrono del sector privado como de las instituciones del gobierno central, instituciones descentralizadas no empresariales, municipalidades e instituciones del sector público con regímenes presupuestarios especiales. Se considerarán trabajadores dependientes, los que tengan una relación de subordinación laboral tanto en el sector privado como en el sector público y municipal. Cada vez que en esta ley se haga referencia a los trabajadores independientes, se comprenderá a los salvadoreños domiciliados que no se encuentren en relación de subordinación laboral y a todos los salvadoreños no residentes.

Art. 7.- La afiliación al sistema será obligatoria cuando una persona ingrese a un trabajo en relación de subordinación laboral. La persona deberá elegir una institución administradora y firmar el contrato de afiliación respectivo. Todo empleador estará obligado a respetar la elección de la institución administradora hecha por el trabajador. En caso contrario, dicho empleador quedará sometido a las responsabilidades de carácter civil y administrativas derivadas de ello. Si transcurridos treinta días a partir del inicio de la relación laboral el trabajador no hubiese elegido la institución administradora, su empleador estará obligado a afiliarlo en la que se encuentre adscrito el mayor número de sus trabajadores”¹⁷

¹⁷ Ley del Sistema de Ahorro para Pensiones. Decreto Legislativo N° 927 de 20 de diciembre de 1996. Diario Oficial 243 Tomo: 333 Diario Oficial 23 de diciembre de 1996.

1.4.8.7. Ley contra el lavado de dinero y de activos de El Salvador.

“Art. 1.- La presente Ley tiene como objetivo prevenir, detectar, sancionar y erradicar el delito de lavado de dinero y de activos, así como su encubrimiento.

Art. 2.- la presente ley será aplicable a cualquier persona natural o jurídica aun cuando esta última no se encuentre constituida legalmente; quienes deberán presentar la información que les requiera la autoridad competente, que permita demostrar el origen lícito de cualquier transacción que realicen.

Art. 4.- el que depositare, retirare, convirtiere o transfiriere fondos, bienes o derechos relacionados que procedan directa o indirectamente de actividades delictivas, para ocultar o encubrir su origen ilícito, o ayudar a eludir las consecuencias jurídicas de sus actos a quien haya participado en la comisión de dichas actividades delictivas, dentro o fuera del país, será sancionado con prisión de cinco a quince años y multa de cincuenta a dos mil quinientos salarios mínimos mensuales vigentes para el comercio, industria y servicios al momento que se dicta la sentencia correspondiente”¹⁸.

1.4.8.8. Ley de Asociaciones y fundaciones sin fines de lucro y su reglamento.

“Art. 1.- La presente ley tiene por objeto establecer un régimen jurídico especial, que se aplicará a las asociaciones y fundaciones sin fines de lucro.

Art. 2.- En el texto de la presente ley, las asociaciones y fundaciones sin fines de lucro, podrán ser denominadas como "asociaciones" y "fundaciones". El Registro de las Asociaciones y Fundaciones sin fines de lucro como "el Registro".

Art. 3.- La capacidad de las asociaciones y fundaciones deberá atenerse a lo que disponga la presente ley y las normas específicas que rijan sus actuaciones. Lo anterior se entiende sin perjuicio de la facultad que tienen para la realización de todos los actos necesarios para

¹⁸ Ley de lavado de dinero y de activos. Diario oficial N° 240 Tomo: 341. Publicado el 02 de diciembre de 1998.

el cumplimiento de sus fines, establecidos en su norma interna, siempre que no contraríen el orden público, la moral, la ley y las buenas costumbres.

Art. 7.- Las asociaciones y fundaciones podrán ser declaradas de utilidad pública, previa calificación de la Dirección General de Impuestos Internos del Ministerio de Hacienda. La declaración de utilidad pública podrá ser revocada en cualquier momento, si los motivos por los cuales fue concedida llegaren a desaparecer.”¹⁹

1.4.8.9. Ley de creación del instituto salvadoreño de fomento cooperativo.

“Art. 1.- Créase el Instituto Salvadoreño de Fomento Cooperativo como corporación de derecho público, con autonomía en los aspectos económicos y administrativo. En el contexto de esta Ley y en los Reglamentos respectivos podrá denominarse simplemente "Instituto" o "INSAFOCOOP". Su domicilio principal lo tendrá en la ciudad de San Salvador.

Art. 3.-El Instituto no inscribirá a las Asociaciones Cooperativas, Federaciones de Cooperativas y a la Confederación Nacional de Cooperativas, en cualquiera de los siguientes casos: a) Cuando no ofrezca suficientes perspectivas de viabilidad; y, b) Si para su constitución no se han llenado los requisitos señalados por la Ley respectiva y su Reglamento.”²⁰

1.4.8.10. Estatutos de la Asociación cooperativa de ahorro, crédito, consumo y servicios de empleados de distribuidora Morazán “ACEDISMO de R.L”

“Art. 1. Esta asociación cooperativa, está constituida bajo el régimen de Responsabilidad Limitada, capital variable y de un número ilimitado de asociados que se denomina Asociación cooperativa de ahorro, crédito, consumo y servicios de empleados de

¹⁹ Ley de asociaciones y fundaciones sin fines de lucro. Diario oficial N° 238 Tomo: 333. Publicado el 17 de diciembre de 1996.

²⁰ Ley de creación del instituto salvadoreño de fomento cooperativo. Diario oficial N° 229 Tomo 225. Publicado el 9 diciembre de 1969.

distribuidora Morazán “ACEDISMO de R.L”, y que, en lo sucesivo, en los estatutos se llamará “La cooperativa”.

Art. 3. La actividad principal de la cooperativa será ahorro y crédito.

Art. 4. Cuando en el texto de estos estatutos se mencione los términos ley, se entenderá que se refiere a la Ley de asociaciones cooperativas; Reglamento, al reglamento de la misma e INSAFOCOOP, al Instituto Salvadoreño de Fomento Cooperativo.

Art. 5. La duración de la cooperativa será por tiempo indefinido, sin embargo, podrá disolverse y liquidarse en cualquiera de los casos previsto por la ley, su Reglamento y estos estatutos.

Art. 6. Toda Cooperativa, debe ceñirse a los siguientes principios:

- a) Libre adhesión y retiro voluntario;
- b) Organización y control democrático;
- c) Interés limitado al capital;
- ch) Distribución de los excedentes entre los Asociados, en proporción a las operaciones que éstos realicen con las Asociaciones Cooperativas o a su participación en el trabajo común;
- d) Fomento de la educación cooperativa;
- e) Fomento de la integración cooperativa”²¹

²¹ Estatutos de ACEDIMOS DE R. L.

1.4.9. Marco Institucional.

Leyes	Instituciones.
Constitución de la República de El Salvador	Corte Suprema de Justicia, a través de la sala de lo constitucional.
Código de Trabajo.	Ministerio de Trabajo y Previsión Social.
Código Tributario.	Ministerio de Hacienda.
Ley General de Asociaciones Cooperativas.	Instituto Salvadoreño de Fomento Cooperativo.
Ley de Instituto Salvadoreño del Seguro Social.	Instituto Salvadoreño del Seguro Social.
Ley del Sistema de Ahorro para Pensiones. .	Superintendencia del sistema financiero.
Ley de lavado de dinero y de activos de El Salvador.	Fiscalía General de la Republica a través de la Unidad de Información Financiera.
Ley de Asociaciones y fundaciones sin fines de lucro y su reglamento	Ministerio de Gobernación.
Ley de creación del instituto salvadoreño de fomento cooperativo.	Ministerio de Gobernación.
Estatutos de ACEDISMO DE R. L.	Instituto Salvadoreño de Fomento Cooperativo.

1.5. MARCO REFERENCIAL DE LAS CAFETERÍAS.

1.5.1. Antecedentes históricos de las cafeterías.

“Las primeras cafeterías comenzaron a abrirse en Estambul en el año 1550, crecieron en gran medida. Dichos establecimientos eran puntos de encuentro para los turcos quienes se reunían a discutir temas de hombres y de esta manera poder escapar de la vida cotidiana. Si bien los sultanes intentaron en muchas ocasiones prohibir las cafeterías, no lograron obtener resultados positivos, puesto que eso hubiese perjudicado el alto impuesto que obtenía del comercio del café en Europa y los territorios del Imperio otomano. Pronto la costumbre de las cafeterías exclusivamente para turcos se extendió por los territorios de los Balcanes ocupados por ellos, y se presume que el concepto entró a la Europa cristiana a través del Reino de Hungría, puesto que éste fungía constantemente de mediador entre el Sacro Imperio Romano Germánico y el Imperio otomano.

Entre una de las primeras cafeterías europeas establecidas en base a las turcas fue en 1624, en Venecia, conocida como La Bottega del Café. Posteriormente el concepto se extendió ampliamente por Europa y en 1652 fue instalada en París la primera de las posteriormente famosas cafeterías parisinas con el nombre de Café Procope, frecuentada por hombres ilustres como Voltaire, Diderot, Rousseau y Benjamín Franklin entre otros. En 1692 se abre la primera cafetería en la ciudad de Londres. Luego ocurriría lo mismo en Berlín, en Viena y Budapest.

Las cafeterías se convirtieron en lugares de reunión de filósofos e intelectuales, donde se discutía y se intercambiaban ideas. El carácter de las cafeterías como lugar de contacto humano y de conversación se mantiene hasta nuestros días.²²

“Empresas internacionales como Starbucks han popularizado el concepto y cultura del café instalando unas 5.000 cafeterías en todo el mundo, inspirados en las cafeterías más bellas del mundo donde se encuentran en la ciudad de la luz "París" las más antiguas y

²² Café 360:<http://cafetres60.wixsite.com/cafe/single-post/2015/09/03/Historia-de-las-Cafeterias>

famosas. La costumbre de tomar café en el mundo occidental es relativamente nueva (se remonta tan solo a uno 300 años). Sin embargo, el café y sus adeptos han existido desde hace mucho tiempo.

Las salidas a comer tienen una larga historia. Las tabernas existían ya en el año 1700 un comedor público en Egipto en el año 512 a.C. (el autor se refiere a: antes de Cristo) que tenía un menú limitado, sólo servía un plato preparado con cereales, aves salvajes y cebolla. No obstante, los egipcios utilizaban una amplia selección de alimentos: guisantes, lentejas, sandía, alcachofas, lechuga, enibias, rábanos, cebollas, carne, miel, dátiles, quesos, mantequilla, etc.

En aquel entonces, las mujeres no podían acudir a estos comedores. Sin embargo, hacia el año 402 a.C. (el autor se refiere a: antes de Cristo) las mujeres comenzaron a formar parte del ambiente de las tabernas. Los niños pequeños también podían asistir si iban acompañados de sus padres, pero las niñas no podían hacerlo hasta que no estuvieran casadas.

Los antiguos romanos salían mucho a comer fuera de sus casas; aún hoy pueden encontrarse pruebas en Herculano, una ciudad de veraneo cerca de Nápoles que durante el año 79 d.C. (el autor se refiere a: después de Cristo) fue cubierta de lava y barro por la erupción del volcán Vesubio.”²³

“Después de la caída del Imperio Romano, las comidas fuera de casa se realizaban generalmente en las tabernas o posadas, pero alrededor del año 1200 ya existían casas de comida en Londres, París y algunos otros lugares en las que podían comprarse platos ya preparados. Las cafeterías son también un antepasado de nuestros restaurantes. Estas aparecieron en Oxford en 1650 y siete años más tarde en Londres.”

²³ Ídem cita 22 página 29

“En aquel entonces el café era considerado un "curalotodo". En 1657 podía verse un anuncio que decía: "...el café sana los orificios del estómago, calienta el cuerpo, ayuda a la digestión...es bueno para los resfriados y el catarro..."

Estas cafeterías eran también muy populares en la América Colonial. Había muchas en Boston, Virginia y Nueva York. La palabra cafetería proviene el francés *café*.

El primer restaurante propiamente dicho tenía la siguiente inscripción en la puerta: "Venite ad me omnes qui stomacho laboratis et ego restaurabo vos". No eran muchos los parisinos que en el año 1765 sabían leer francés y menos aún latín, pero los que podían sabían que Monsieur Boulanger, el propietario, decía: "Venid a mi todos aquellos cuyos estómagos clamen angustiados, que yo los restauraré".²⁴

1.5.2. Definición de cafetería.

“Una cafetería es un establecimiento de hostelería donde se sirven aperitivos y comidas, generalmente platos combinados, pero no menús o cartas. Principalmente se caracteriza por realizar el servicio en barra, y las posibilidades de consumir alimento son básicas. El servicio es rápido.

En términos simples como el lugar donde uno puede disfrutar de un café y el servicio a la mesa, la cafetería es sin embargo uno de los espacios de más populares y abundantes en las grandes ciudades de todo el mundo. Permite la conexión de personas así como también el encuentro y el trabajo reflexivo o solitario, además de la posibilidad de elegir el lugar sólo para consumir un buen café.”²⁵

1.5.3. Consumidores.

Los consumidores de las cafeterías generalmente son personas económicamente activas que buscan satisfacer sus necesidades alimenticias de la manera más saludable y

²⁴ Ídem cita 23 página 30

²⁵ Wikipedia: <https://es.wikipedia.org/wiki/Cafetería>

económica posible, con los servicios y productos que van a ofrecer en las cafeterías externas se estará ayudando a la población de la ciudad de Apopa; a tener una buena alimentación y a precios accesibles.

1.5.4. Servicios de cafetería.

“La asociación cooperativa de ahorro, crédito, consumo y servicios de empleados de Distribuidora Morazán dispone de cafetería en la empresa. Su oferta es amplia y se compone de servicio de cafetería, comida rápida, menú diario, autoservicio, con opciones de menú dietético, intolerancias y vegetariano; así como desayunos en horarios especiales.

La cafetería brinda diferentes servicios y tiene cuatro vigentes:

- a. Servicio de telefonía: este consiste en brindar aparatos celulares para cada uno de los empleados además de brindarles un plan que incluye internet y llamadas ilimitadas a todas las compañías, esto beneficia tanto a los empleados como a la empresa.
- b. Servicio de cafetería dentro de las instalaciones de Distribuidora Morazán S.A de C.V. el cual proporciona alimentación para cada uno de los empleados a un precio accesible.
- c. Servicio de carwash: es utilizado por los trabajadores y personas que vienen de visita, es un servicio completo a un precio accesible.
- d. Servicio de tienda: consiste en un mini súper dentro de la empresa ya que los precios que se manejan son similares a los de un súper mercado, dentro de los productos que se tienen disponibles se encuentran productos alimenticios, de uso personal, para limpieza de vehículos, medicamentos entre otros.”²⁶

²⁶ Información brindada por el presidente de ACEDISMO DE R.L.

1.6. MARCO REFERENCIAL SOBRE ESTUDIO DE FACTIBILIDAD EN PROYECTOS DE INVERSIÓN.

1.6.1. Estudio de Factibilidad

“El estudio de factibilidad es un instrumento que sirve para orientar la toma de decisiones en la evaluación de un proyecto y corresponde a la última fase de la etapa pre- operativa o de formulación dentro del ciclo del proyecto. Se formula con base en información que tiene la menor incertidumbre posible para medir las posibilidades de éxito o fracaso de un proyecto de inversión, apoyándose en él se tomará la decisión de proceder o no con su implementación”²⁷.

Según Baca Urbina (2010) en su libro Evaluación de Proyectos menciona que el estudio de factibilidad “detalla la tecnología que se empleará, determina los costos totales y la rentabilidad del proyecto y es la base en que se apoyan los inversionistas para tomar una decisión”²⁸. A su vez, Sapag Chain (2008) afirma que “se elabora sobre la base de antecedentes precisos obtenidos mayoritariamente a través de fuentes de información primarias”²⁹.

Como conclusión final, el estudio de factibilidad es un instrumento orientado a funcionar como base para la toma de decisiones asociadas a un proyecto; que, a su vez, toma en cuenta diferentes variables para determinar los costos y la rentabilidad del proyecto a través de la información recopilada por una serie de estudios consecuentes y lógicos.

1.6.2. Ventajas y desventajas del estudio de factibilidad.

“Un Estudio de Factibilidad tiene muchas ventajas tales como:

- a) Enfoques estructurados para nuevos proyectos.

²⁷ Gestipolis, Estudio de factibilidad de proyecto <https://www.gestipolis.com/que-es-el-estudio-de-factibilidad-en-un-proyecto/>

²⁸ Gabriel Baca Urbina. (2010). Evaluación de proyectos. México: Mc Graw Hill (6ta edición).

²⁹ Sapag Chain, Nassir; Sapag Chain, Reinaldo (2008). Preparación y Evaluación de Proyectos, Colombia, Editorial Mc Graw Hill (5ª Edición).

- b) Encontrar soluciones alternativas.
- c) Reducción del número de proyectos posibles.
- d) Identificación de las razones que hablan en contra de un proyecto.
- e) Desarrollo de las bases para la posterior implementación del proyecto.
- f) Base para la decisión de los posibles inversores para una inversión en el proyecto.

A menudo, en el momento de completar un estudio de factibilidad, se introducen en el estudio objeciones tales como falta de tiempo, altos costes o análisis previos. Sin embargo, un estudio de viabilidad debería concentrarse en el proyecto actual. Es posible que los análisis obsoletos ya no sean fiables.”³⁰

1.6.3. Definición de proyecto de inversión.

Para Elbar Ramírez y Margot Cajigas R. (2004) un proyecto de inversión es definido como “toda iniciativa emprendedora, en una empresa nueva integralmente vista, o en un frente específico de una organización en operación, la cual exige aplicar factores de producción, para obtener beneficios tangibles o intangibles, traducidos en bienes materiales, aportantes de riqueza o bienes sociales, que mejoran el capital humano o el sistema de vida en general.”³¹

Por su parte, Héctor Bolívar Villagómez (2001) menciona que “Un proyecto implica, desde el punto de vista económico, proponer la producción de un bien o la prestación de un servicio mediante el empleo de cierta técnica para obtener un determinado resultado o beneficia económico o social. Un proyecto es toda unidad de actividad que permite materializar un plan de desarrollo.”³²

³⁰ Rytewiki:https://es.ryte.com/wiki/Estudio_de_Factibilidad

³¹ Elbar Ramírez & Margot Cajigas R. (2004). *Proyectos de Inversión Competitivos*. Colombia: Universidad Nacional de Colombia (1ª Edición)

³² Héctor Bolívar Villagómez (2001). *Elementos para la evaluación de proyectos de inversión*. México: Universidad autónoma de México (1ª Edición).

“Un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema a resolver, entre tantas, una necesidad humana.”³³

Por otro lado, un proyecto de inversión se puede definir como toda iniciativa de una empresa o persona, que requiere de factores de producción tangibles y monetarios y que busca obtener algún beneficio al llevarlo a cabo; además, requiere de una rigurosa planificación la cual se materializa en un plan estratégico detallado, y rigurosamente estudiado para lograr una mayor optimización de los recursos y beneficios obtenidos.

1.6.4. Tipos de proyectos de inversión.

Al hablar de proyectos, estos se pueden distinguir por su carácter, naturaleza, categoría y tipo, según el Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social (ILPES). En palabras de Héctor Bolívar Villagómez (2001): “La categoría de un proyecto es su pertenencia a un determinado sector de la actividad económica y social; así se habla de proyectos para la producción de bienes (agrícolas, agropecuarios, forestales, mineros, pesqueros e industriales); de infraestructura económica (energía, transportes y comunicaciones); de infraestructura social (salud, educación, vivienda y saneamiento ambiental) y de proyectos para la prestación de servicios (personales, materiales, técnicos, institucionales).

El tipo de proyecto es lo que define, dentro de cada categoría, proyectos específicos como: carreteras, ferrocarriles, puertos y aeropuertos en la categoría de infraestructura de transportes; o la fabricación de aparatos electrodomésticos o de calzado en la categoría de producción industrial.

La naturaleza de un proyecto se refiere a que los proyectos pueden ser de instalación o implantación de un conjunto integrado de bienes de producción (como en el caso de una

³³ Ídem cita 28 página 33

carretera), de operación (racionalización del uso de factores de producción), o una combinación de las dos formas anteriores (instalación y operación de una industria).”³⁴

Por su parte, Sapag Chain (2003) ofrece una diferente clasificación de los proyectos de inversión:

“Según la finalidad del estudio, los proyectos se hacen para evaluar:

- i. La rentabilidad del proyecto
- ii. La rentabilidad del inversionista
- iii. La capacidad de pago del proyecto

Según el objeto de la inversión, los proyectos se hacen para evaluar:

- i. La creación de un nuevo negocio
- ii. Un proyecto de modernización; el cual puede incluir:
 - a. Externalización
 - b. Internalización
 - c. Reemplazo
 - d. Ampliación
 - e. Abandono”³⁵

1.6.5. Etapas de desarrollo de un proyecto.

Los proyectos evolucionan en fases o etapas. Estas son el conjunto o serie de acciones a través de las cuales se materializa el proyecto. Según Hector Bolívar Villagómez, “En términos generales, todo proyecto incluye cinco etapas:

- a) **Estudios previos:** El objetivo de esta etapa es evaluar la conveniencia de realizar el proyecto, y en su desarrollo tiene particular importancia el análisis de los costos y beneficios asociadas al proyecto. Del correcto análisis de estos factores, dependerá el éxito futuro de cualquier inversión.

³⁴ Ídem cita 31 página 34

³⁵ Ídem cita 32 página 35

- b) **Diseño:** Una vez probada su factibilidad, el proyecto se lleva a la fase ejecutiva, que comienza con el diseño definitivo o ejecutivo. Esta etapa a veces se le considera como una fase independiente, ubicada entre la planeación y la construcción, y en algunas ocasiones se le suma como la parte inicial de la construcción.
- c) **Construcción:** Se llevan a cabo una gran cantidad de actividades: programación y organización de la obra; construcción de instalaciones provisionales; elaboración de planes para suministro de insumos y manejo de almacenes; programación del flujo de egresos e ingresos; labores de coordinación, supervisión, aseguramiento y control de la calidad; la ejecución misma de las obras e instalaciones y la procuración de bienes y servicios que requiere el proyecto, así como otras acciones que son necesarias para materializar el proyecto.
- d) **Operación y mantenimiento:** Durante esta etapa se ejecutan todos los trabajos de mantenimiento preventivo y correctivo para que los equipos e instalaciones del proyecto siempre estén disponibles para operar dentro de las condiciones previstas en el diseño.
- e) **Fin de vida útil:** Cuando las condiciones de operación ya no son satisfactorias, llega el fin de la vida útil del proyecto, momento en el que se toma la decisión de abandonarlo y es entonces necesario definir el destino final de las instalaciones y equipos que ya no son útiles.”³⁶

Por su parte, Sapag Chain (2003) menciona que el proceso de un proyecto reconoce cuatro grandes etapas³⁷:

- a) **Idea:** La etapa de idea puede enfrentarse sistemáticamente bajo una modalidad de gerencia de beneficios; es decir, donde la organización está estructurada operacionalmente bajo un esquema de búsqueda permanente de nuevas ideas de proyecto.

³⁶ Ídem cita 32 página 35

³⁷ Ídem cita 35 página 36

- b) Pre inversión:** En la etapa de pre inversión se realizan los tres estudios de viabilidad: perfil, pre factibilidad y factibilidad. El estudio inicial es el denominado “perfil”, el cual se elabora a partir tanto de la información existente, como del juicio común y de la opinión que da la experiencia. Otro estudio de viabilidad es el llamado de “pre factibilidad”; éste profundiza en la investigación, y se basa principalmente en información de fuentes secundarias para definir, con cierta aproximación, las variables principales referidas al mercado, a las alternativas técnicas de producción y a la capacidad financiera de los inversionistas, entre otras. El estudio más acabado, denominado de “factibilidad”, se elabora sobre la base de antecedentes precisos obtenidos mayoritariamente a través de fuentes de información primarias. Las variables cualitativas son mínimas, comparadas con las de los estudios anteriores.
- c) Inversión:** Etapa en la cual se ejecutan todos los desembolsos necesarios para adquirir el capital de trabajo y activos con el fin de llevar a cabo la idea de negocio formulada en un principio.
- d) Operación:** Etapa la cual tiene como punto principal llevar a cabo paso a paso el plan estratégico para la implementación y operacionalización del proyecto en sí.

1.6.6. El proyecto y su visión.

“Es importante reconocer que los proyectos han de estar siempre relacionados con la economía puesto que cuando se desea invertir capitales se adoptan determinados supuestos acerca del desarrollo económico del país o zona en la cual se desea llevar a cabo el proyecto.”³⁸

³⁸ Ídem cita 35 página 36

1.6.7. Etapas del estudio de factibilidad

El análisis del estudio de factibilidad forma parte inherente del ciclo que es necesario, para seguir evaluando un proyecto. Un proyecto factible, es decir que se puede ejecutar, es el que ha aprobado cuatro estudios básicos que se detallarán a continuación:

- a. “Estudio de mercado.
- b. Estudio de factibilidad técnico-operativo.
- c. Estudio económico- financiero.
- d. Evaluación Económica.”³⁹

1.6.8. Estudio de mercado.

1.6.8.1. Definición de mercado.

“El mercado es el contexto en donde tienen lugar los intercambios de productos y servicios. Es decir que en ese contexto es en dónde se llevan a cabo las ofertas, las demandas, las compras y las ventas.

El mercado tiene su origen en la antigüedad, incluso antes de la aparición del dinero. En aquellos momentos las transacciones se hacían en base a intercambios. Luego, al aparecer el dinero, el mercado evolucionó hasta lo que conocemos hoy en día.”⁴⁰

En un mercado perfecto, los precios de los bienes y servicios son fijados por la oferta y la demanda. Como concepto de mercado, en conclusión, se puede referir a un lugar teórico más que físico; en el cual actúan diferentes factores externos que influyen en la demanda y oferta de determinado producto o servicio, y en el cual tiene lugar la fijación de precios.

³⁹ Rytewiki:<https://es.ryte.com/wiki/EstudiodeFactibilidad>

⁴⁰ Economía.WS: <http://www.economia.ws/mercado.php>

1.6.8.2. Clasificación de los mercados

“Los mercados pueden clasificarse según diferentes criterios y por lo tanto tenemos diferentes segmentos y nombres de mercados:

- a) Según su volumen
 - i. Mercados mayoristas: Alto volumen de ventas.
 - ii. Mercados minoristas: Bajo volumen de ventas.

- b) Según el número de participantes que ofertan
 - i. Competencia perfecta: Hay muchos vendedores y muchos compradores, por lo tanto, ninguno puede influir en el funcionamiento (especialmente en los precios) del mercado.
 - ii. Oligopolio: Hay pocos ofertantes para un determinado producto o servicio y por lo tanto se ponen de acuerdo en fijar precios y condiciones de venta. De esta manera se elimina la competencia entre ellos.
 - iii. Monopolios: Un solo ofertante de un producto o servicio muy demandado, por lo tanto, puede fijar el precio y las condiciones.

- c) Según la regulación
 - i. Mercados regulados: El estado ejerce controles sobre los precios y las condiciones.
 - ii. Mercados desregulados: El estado no ejerce controles y por lo tanto es el mercado quien fija los precios en base a la oferta y la demanda.

- d) Según las transacciones, sean sobre bienes o servicios
 - i. Mercado de bienes: Se compran y venden productos y mercancías.
 - ii. Mercado de servicios: Contrataciones.”⁴¹

⁴¹ Economía.WS: <http://www.economia.ws/mercado.php>

El estudio de mercado es el primer componente que conforma al estudio de factibilidad; consiste en la realización de un análisis científico sobre la demanda, oferta, producto o servicio, precios de competencia y propios, promociones y canales de distribución, con la finalidad de conocer y determinar las situaciones favorables y desfavorables del mercado actual para el proyecto.

En palabras de Baca Urbina (2010), “es la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización”⁴²; por lo cual se infiere la importancia del estudio de mercado, ya que propicia el punto de partida de todo el proyecto y en el cual estará basado la mayoría de las decisiones y resultados obtenidos por éste.

1.6.8.3. Análisis de la demanda.

Baca Urbina define a la demanda como “la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”.⁴³

En este punto del estudio de mercado; se define la demanda que el producto o servicio ofrecido en el proyecto pueda llegar a tener en el mercado actual, con todas las variables tanto internas y externas que pueden llegar a afectarla positiva o negativamente.

En conclusión, se entiende que la demanda representa la cantidad de bienes o servicios que el mercado objetivo quiere y puede adquirir para satisfacer sus deseos y necesidades.

1.6.8.4. Análisis de la oferta.

Oferta puede definirse como: “una fuerza del mercado que representa la cantidad de bienes o servicios que individuos, empresas u organizaciones quieren y pueden vender en el

⁴² Ídem cita 28 página 33

⁴³ Ídem cita 42 página 41

mercado a un precio determinado.”⁴⁴ Igualmente se puede decir que oferta son bienes y servicios que se ponen a disposición en el mercado a un determinado precio y momento.

Este elemento ayuda a establecer la cantidad ideal de bienes que se deben colocar a disposición de la población durante la vida útil de la inversión a realizar. La oferta busca explicar el comportamiento de los agentes económicos productores, especialmente las empresas.

1.6.8.5. Mezcla de Comercialización.

Es el conjunto de factores que se utilizan para llevar un bien hasta el comprador final. Pueden considerarse como las variables tradicionales con las que cuenta una organización para conseguir sus objetivos de ventas. Generalmente comprende cuatro variables:

- i. Producto:** Es cualquier bien que se ofrezca para su adquisición, uso o consumo, y que satisface un deseo o una necesidad.
- ii. Precio:** Definido como el pago o recompensa en cualquiera de las formas conocidas por el intercambio equivalente al beneficio que se recibe por el artículo adquirido.
- iii. Plaza:** Así también llamados canales de distribución; según Baca Urbina (2010), “Un canal de distribución es la ruta que toma un producto para pasar del productor a los consumidores finales, aunque se detiene en varios puntos de esa trayectoria.”⁴⁵
- iv. Promoción:** son acciones que le atribuyen un agregado a la adquisición de los productos que se han elaborado y que se planifica distribuir en el mercado.

1.6.9. Estudio de factibilidad técnico-operativo.

La aprobación de cada evaluación se llamará viabilidad. Las viabilidades se deben llevar a cabo o alcanzar al mismo tiempo que la factibilidad del proyecto, ya que su nivel de

⁴⁴ Promonegocios.Net: <https://www.promonegocios.net/oferta/definicion-oferta.html>

⁴⁵ Ídem cita 43 página 41

importancia es igual, Entonces al evaluar y comprobar que el proyecto no es viable, así mismo se comprueba que el proyecto no es factible; al momento de tomar decisiones, mientras se desarrolla el proyecto, debemos llevar un orden y concordancia, ya que cada una de las etapas se deben seguir en orden complementándose entre sí, pudiendo así determinar si el proyecto es factible o no.

Sapag Chain (2008) hace mención que el estudio técnico “tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes a esta área.”⁴⁶ Por otro lado, Baca Urbina (2010) hace mención de algunos objetivos principales del análisis del estudio técnico los cuales son “Verificar la posibilidad técnica de la fabricación del producto que se pretende, analizar y determinar el tamaño, la localización, los equipos, las instalaciones y la organización óptimos requeridos para realizar la producción”⁴⁷.

Como finalidad, el estudio técnico persigue el determinar los aspectos técnicos operativos necesarios para la viabilidad del proyecto; pudiendo de esta forma determinar los implementos físicos y técnicos necesarios para, en el caso de ser aprobado el proyecto, llevarlo a cabo de la manera más eficiente posible. Los elementos que componen el estudio técnico son:

1.6.9.1. Tamaño óptimo de la planta.

Consiste en el “análisis de los factores que intervienen en la determinación del lugar donde la inversión logra su máxima utilidad o la minimización de los costos”⁴⁸; consiste principalmente en determinar geográfica y estratégicamente el lugar exacto en el cual estará situado el proyecto, analizando diferentes factores que permitan la optimización de los recursos y tiempos utilizados en el desarrollo del proyecto.

⁴⁶ Ídem cita 29 página 33sapag

⁴⁷ Ídem cita 28 página 33baca

⁴⁸ Erossa Martin, Victoria Eugenia (2004), “Proyectos de inversión en ingeniería (metodología)”. México DF: Editorial Limusa SA de CV Grupo Noriega Editores (1ª Edición)

Existe una variedad de métodos utilizados para la selección del sitio ideal, entre los más recomendados están:

- i. Cualitativo por puntos: que consiste en asignar elementos cuantitativos a un grupo de criterios relevantes para la localización, lo que lleva a comparar varios sitios y escoger el que más puntuación tenga.
- ii. Cuantitativo de Vogel, que requiere de un análisis de costos de transporte de la materia prima y los productos terminados de tal manera que los montos de las erogaciones monetarias determinarán la mejor localización.
- iii. Método de Brown y Gibson en el que se combinan aspectos posibles de cuantificar con factores subjetivos a los que asignan valores ponderados de peso relativo.

1.6.9.2. Tamaño óptimo del proyecto.

Definida como “la capacidad instalada expresada en unidades de producción de bienes o servicios en un periodo determinado”⁴⁹, lo que depende de la identificación de diversos factores como⁵⁰:

La demanda: tiene el propósito de mostrar las necesidades del consumidor, la que, basándose en la investigación de mercado, puede ser mayor al proyecto, igual o bien quedar por debajo.

Los insumos y suministros del proyecto: Se debe determinar la disponibilidad de la materia prima que se requiere para el desarrollo de la producción a planificar.

La maquinaria, equipo y tecnología: el proyecto requiere tomar en cuenta todos los activos fijos que estarán involucrados en las operaciones del negocio a fundar.

El tamaño y financiamiento: Se pretende que la empresa haga un balance entre el monto necesario para el desarrollo del proyecto y lo que pudiera arriesgar para sufragarlo.

⁴⁹ Ídem cita 47 página 43

⁵⁰ Ídem cita 49 página 44

1.6.9.3. Ingeniería del proyecto.

Comprende todos los aspectos técnicos y de infraestructura que permitan el proceso de la fabricación del producto o de la prestación del servicio, determinando todos los procesos, equipos, recursos humanos, mobiliario y equipo de oficina, etc.

1.6.9.4. Distribución de la planta.

“Es la que proporciona condiciones de trabajo aceptables y permite la operación más eficiente, a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores. Comprende el análisis de los siguientes aspectos:

- a) **Integración total:** sirve para obtener una visión de todo el conjunto y la importancia relativa de cada factor.
- b) **Mínima distancia de recorrido:** busca la reducción de la distancia recorrida durante el manejo de los productos disponibles para la venta, trazando el menor flujo posible.
- c) **Flexibilidad:** se debe obtener una distribución fácilmente reajutable a los cambios que exija el medio.”⁵¹

Por tanto, la distribución de planta requiere un amplio estudio sobre todos los factores que puedan incidir en las condiciones de trabajo; permitiendo, en el transcurso de la realización del proyecto, una operatividad más óptima, con menor grado de inseguridad y desgaste de recursos.

1.6.10. Estudio económico.

Baca Urbina (2010) teoriza que: “El estudio económico o análisis económico dentro de la metodología de evaluación de proyectos, consiste en expresar en términos monetarios todas las determinaciones hechas en el estudio técnico”⁵².

⁵¹ Ídem cita 50 página 44

⁵² Ídem cita 51 página 45

Este estudio es el encargado de ordenar y sistematizar toda la información relevante, en términos monetarios, recopilada en las etapas anteriores; analizando mediante cuadros y formulas con el fin de determinar rentabilidad, utilidades, entre otras, del proyecto evaluado.

Esta etapa es la primordial para determinar la toma de decisiones en la ejecución o no del proyecto; estableciendo para dicho fin indicadores que den la visibilidad necesaria de la inversión, períodos de recuperación, gastos y costos, asociados a la ejecución del proyecto.

1.6.10.1. Inversión inicial.

“Se refiere al costo de adquisición de terrenos, edificios, maquinaria, equipos, activos intangibles, entre otros”⁵³; así mismo, “es el flujo de efectivo negativo relevante para un proyecto propuesto en el tiempo cero.”⁵⁴ García Parra, Mercedes; Jordá Lloret (2004) definen la inversión inicial como “el desembolso presente y cierto en el que hay que incurrir para llevar adelante el proceso de inversión”⁵⁵.

Concluyendo, se le denomina inversión inicial a la suma de todos aquellos desembolsos monetarios en los que cualquier empresa o persona incurren al iniciar un nuevo proyecto, sin contar ningún egreso futuro relacionado a dicha inversión.

1.6.10.2. Capital de trabajo.

El capital de trabajo también se define “como la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante.”⁵⁶.

⁵³ Fernández Espinoza Saúl (2007), “Los proyectos de inversión”. Costa Rica: Editorial Tecnológica de Costa Rica (1ª Edición)

⁵⁴ Lawrence J. Gitman (2003) “Principios de administración financiera”. México: Editorial Pearson (10ª Edición)

⁵⁵ García Parra, Mercedes; Jordá Lloret; (2004). Dirección Financiera, Ediciones UPC (1ª Edición).

⁵⁶ Ídem cita 52 página 46

Por otra parte, capital de trabajo se resume como todos los recursos que la empresa o persona necesitan para operar con total normalidad y llevar a cabo todas sus actividades a corto plazo y a la capacidad presente que posee.

1.6.10.3. Flujos de efectivo.

Es el resultado del diferencial entre los costos y beneficios que generalmente se presenta de manera anual y en términos monetarios para cada periodo del horizonte de evaluación. “La proyección del flujo de caja constituye uno de los elementos más importantes del estudio de un proyecto, ya que la evaluación del mismo se efectuará sobre los resultados que se determinen en ella. Al proyectar el flujo de caja es necesario incorporar información adicional relacionada, principalmente, con los efectos tributarios de la depreciación, de la amortización del activo nominal, del valor residual, de las utilidades y pérdidas.”⁵⁷

Los flujos de caja se consideran una herramienta administrativa y financiera con la cual poder determinar todos aquellos ingresos y egresos que el proyecto tendrá en períodos determinados de tiempo, esto para determinar los ciclos de retribución monetaria que podrían llegar a aparecer durante la ejecución del proyecto.

1.6.10.4. Punto de equilibrio.

“El análisis del punto de equilibrio es una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, los costos variables y los ingresos. Si los costos de una empresa sólo fueran variables, no existiría problema para calcular el punto de equilibrio. El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables.”⁵⁸ Punto de equilibrio, entonces, se puede definir como el punto exacto en el cual todos los ingresos percibidos por ventas pueden cubrir de manera total e igualitaria, todos los costos fijos y variables asociados a la producción y comercialización del producto o servicio.

⁵⁷ Ídem cita 46 página 43

⁵⁸ Ídem cita 56 página 47

1.6.11. Evaluación económica.

La evaluación económica se considera la parte final del proceso de factibilidad de un proyecto, considerado la parte medular del estudio de factibilidad, ya que es a partir de esta evaluación de la cual puede la empresa o el inversor, el tomar o no la decisión de ejecutar el proyecto. La evaluación económica de proyectos de cooperación tiene por objetivo identificar las ventajas y desventajas asociadas a la inversión en un proyecto antes de la implementación del mismo.

Como parte fundamental del estudio de factibilidad, la evaluación económica consta de diferentes métodos que se toman en cuenta para poder tomar decisiones con claridad y seguridad; estos métodos toman en cuenta el valor del dinero en el tiempo. A continuación, se presentan los más utilizados en la evaluación de proyectos en la actualidad:

1. Costo de capital.
2. Valor Presente Neto (VPN).
3. Tasa Interna de Rendimiento (TIR).

1.6.11.1. Costo de capital.

Es “la tasa de rendimiento que debe obtener la empresa sobre sus inversiones”⁵⁹. Es lo menos que puede ofrecer una inversión que se pueda realizar, refleja la rentabilidad que se espera obtener del proyecto. Para calcular el costo de capital se hace por medio del costo de capital promedio ponderado o mejor conocido como WACC que es el rendimiento mínimo que necesita ganar una empresa para satisfacer a la totalidad de sus inversionistas.

La fórmula para su cálculo es la siguiente:

$$WACC = K_e \frac{E}{(E+D)} + K_d (1-T) \frac{D}{(E+D)}$$

⁵⁹ Gestipolis: <https://www.gestipolis.com/costo-capital-efectos-inversion/>

Dónde:

Ke: Coste de los Fondos Propios

Kd: Coste de la Deuda Financiera

E: Fondos Propios

D: Deuda Financiera

T: Tasa impositiva

1.6.11.2. Valor presente neto (VPN)

“El valor presente neto resulta de sumar los flujos descontados en el presente y restar la inversión inicial, equivale a comparar todas las ganancias esperadas contra todos los desembolsos necesarios para producir esas ganancias, en términos de su valor equivalente en este momento o tiempo cero”⁶⁰. En términos simples, el valor presente neto es el resultado de deducir los flujos de egresos a la inversión inicial; debiendo ser un valor mayor a cero para obtener ganancias del proyecto evaluado.

La fórmula para su cálculo es:

$$VPN = -P + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5 + VS}{(1+i)^5}$$

Dónde:

P: Inversión inicial previa.

FNE: Flujos netos de efectivo.

i: Tasa de descuento.

⁶⁰ Ídem cita 56 página 47

1.6.11.3. Tasa interna de rendimiento (TIR).

“Es la tasa de descuento por la cual el VPN es igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial. Se le llama tasa interna de rendimiento porque supone que el dinero que se gana año con año se reinvierte en su totalidad. Es decir, se trata de la tasa de rendimiento generada en su totalidad en el interior de la empresa por medio de la reinversión.”⁶¹ La fórmula para su cálculo es la siguiente:

$$P = - \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5 + VS}{(1+i)^5}$$

Dónde:

P: Inversión inicial previa.

FNE: Flujos netos de efectivo.

i: Tasa de descuento.

1.6.12. Resultados esperados del estudio de factibilidad.

En el estudio de factibilidad, se analizarán y valorarán los diferentes proyectos o soluciones en función de su implementabilidad. Para el proyecto se investigarán tanto las posibilidades de éxito como los riesgos. Es así como determinaremos si el proyecto es factible o no, y se podrá dar una recomendación más certera del proyecto.

1.6.13. El estudio de sensibilidad del proyecto.

El estudio de sensibilidad del proyecto dependerá en gran medida de la calidad de información y los procesos de cálculo que se realicen, ya que todos los proyectos de inversión están sujetos a incertidumbre y riesgos por ellos debemos ser muy cuidadosos con la información que se está preparando para el estudio de factibilidad del proyecto.

⁶¹ Ídem cita 60 página 49

1.6.14. La toma de decisiones asociadas con un proyecto.

Existen diversos mecanismos operacionales por los cuales un empresario decide invertir recursos económicos en un determinado proyecto. Los niveles decisorios son múltiples y variados, puesto que en el mundo moderno cada vez es menor la posibilidad de tomar decisiones de manera unipersonal. Regularmente, los proyectos están asociados interdisciplinariamente y requieren diversas instancias de apoyo técnico antes de ser sometidos a la aprobación de cada nivel. No existe una concepción rígida definida en términos de establecer mecanismos precisos en la toma de decisiones asociadas con un proyecto. No obstante, resulta obvio señalar que la adopción de decisiones exige disponer de un sinnúmero de antecedentes que permitan que ésta se efectúe inteligentemente. Para ello se requiere la aplicación de técnicas asociadas con la idea que origina un proyecto. Toda toma de decisión implica un riesgo. Obviamente, algunas decisiones tienen un menor grado de incertidumbre y otras son muy riesgosas. Resulta lógico pensar que, frente a decisiones de mayor riesgo, exista como consecuencia una opción de mayor rentabilidad. Sin embargo, lo fundamental en la toma de decisiones es que éstas se encuentren cimentadas en antecedentes básicos concretos que hagan que se adopten concienzudamente y con el más pleno conocimiento de las distintas variables que entran en juego. Éstas, una vez valoradas, permitirán en última instancia adoptar conscientemente las mejores decisiones posibles.

CAPÍTULO II: “DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL PARA DETERMINAR LA FACTIBILIDAD DE LA INSTALACION DE CAFETERÍAS EXTERNAS DE LA ASOCIACIÓN COOPERATIVA ACEDISMO DE R. L., CAFETERÍAS Y ESTUDIO DE FACTIBILIDAD”.

2.1. IMPORTANCIA.

La importancia de la investigación de campo radica en determinar con base a la recopilación de información veraz y verificable, la situación actual del servicio de cafeterías de ACEDISMO; así como la opinión del público en general de los servicios de cafeterías actuales en el municipio de Apopa.

Durante la realización de la investigación, esta cumplió un papel primordial para un adecuado diagnóstico de las diferentes variables del mercado actual de cafeterías, que inciden en mayor o menor medida en el desarrollo del proyecto.

El estudio analítico de estos diferentes factores permitió obtener una visión más clara del camino a seguir para la realización del proyecto; así como concluir de forma objetiva sobre diferentes escenarios que puedan modificar cualquier acción para la apertura de las cafeterías externas de ACEDISMO.

2.2. OBJETIVOS

2.2.1. Objetivo general:

Realizar una investigación de campo que genere información verificable y objetiva para determinar la factibilidad de la implementación de servicios de cafeterías externas de la Asociación Cooperativa de Ahorro, Crédito, Consumo y Servicios de empleados de Distribuidora Morazán.

2.2.2. Objetivos específicos:

1. Analizar mediante la utilización de instrumentos de recolección de datos, la opinión de las personas económicamente activas de la ciudad de Apopa, en cuanto a la implementación de servicios de cafeterías externas.
2. Conocer el comportamiento de la oferta y demanda del mercado de cafeterías en la ciudad de Apopa.
3. Determinar la factibilidad en la implementación de cafeterías externas de ACEDISMO.

2.3. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN.

Durante el desarrollo de la investigación, se tomó en consideración diferentes métodos y técnicas de investigación con el fin de establecer un curso de desarrollo lógico para el estudio; tales como:

2.3.1. MÉTODO.

Para la elaboración de la investigación se utilizó el método científico, y dicho método se auxilió del método de análisis y síntesis paulatinamente; en donde el análisis de cada una de las partes relacionadas al estudio se analizan por medio de cuestionarios y entrevistas permitiendo sintetizar las opiniones recopiladas; para su posterior interpretación y deducción de posibles causas que provocaron el estado de la situación en la actualidad.

2.3.1.1. MÉTODO DE ANÁLISIS.

Se utilizó el método de análisis en el desarrollo de la investigación para diferenciar cada uno de los elementos y variables tales como: la fijación de precios, localización geográfica, valor agregado del producto, calidad en servicio al cliente; los cuales intervienen en la demanda y oferta de servicios de cafeterías.

2.3.1.2. MÉTODO DE SÍNTESIS

El método de síntesis se utilizó para recopilar toda la información, donde se obtuvieron resultados mediante el método de análisis simplificando de esta manera la información obtenida con la finalidad de concluir y recomendar de manera pertinente.

2.3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación que se utilizó fue de tipo descriptivo, ya que se analizaron de manera independiente cada una de las variables que intervinieron, la relación interna y externa que existe entre ellas, los cambios que cada una de ellas pueden crear en la demanda, precios, oferta y finanzas relacionadas a la implementación del servicio de cafeterías externas en la ciudad de Apopa.

2.3.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El tipo de diseño de la investigación que se utilizó para la realización del estudio fue el no experimental, ya que en ningún momento se tuvo control de ninguna variable, ni tampoco las situaciones estudiadas se vieron influenciadas por el juicio de los investigadores, todas estas situaciones y las implicaciones de cada variable ya están ocurriendo; el equipo de investigación solamente estudió cada una de estas implicaciones y situaciones, con el fin de obtener conclusiones con el cual se pudo determinar la factibilidad o no de parte de la cooperativa para la implementación del servicio de cafeterías externas, haciendo recomendaciones para poder ejecutar dicho servicio y el fortalecimiento de los resultados obtenidos.

2.3.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN.

El desarrollo de la investigación en gran medida se ve afectada en la calidad de la información adquirida, con el fin de poder determinar tanto la veracidad, utilidad y calidad de dicha información, y su facilidad en el proceso de tabulación, análisis y síntesis de la misma, se utilizaron las siguientes técnicas e instrumentos:

2.3.4.1. TÉCNICAS

Las técnicas utilizadas para la recopilación de datos fueron:

2.3.4.1.1. ENTREVISTA.

Se entrevistó al presidente de la cooperativa; mediante un diálogo en el cual se conoció de manera directa el funcionamiento actual que se lleva, también diferentes puntos tanto mercadológicos como financieros; se realizó por medio de una entrevista estructurada, apoyándose de una guía de entrevista.

2.3.4.1.2. ENCUESTA.

Se realizó con el fin de adquirir la información de las unidades de análisis que fueron objeto de estudio; es decir, a los empleados de la cooperativa y también a la población económicamente activa que residen en la ciudad de Apopa. Se utilizó el instrumento del cuestionario.

2.3.4.2. INSTRUMENTOS.

- a.** Guía de entrevista: Se realizó para la entrevista estructurada. Estuvo compuesta por un listado de preguntas específicas, que contienen un conjunto de posibles respuestas, que los entrevistados pudieron seleccionar la más adecuada según su opinión, para explicar y dialogar el porqué de sus puntos de vista.

- b.** Cuestionario: Se utilizó en la encuesta para la recolección de información. El cuestionario contiene diferentes ítems de preguntas cerradas, abiertas y de opción múltiple, se llevó a cabo en combinación con la técnica de entrevista.

2.3.5. FUENTES DE INFORMACIÓN

Para la investigación se utilizaron las fuentes de información siguientes:

2.3.5.1. Primarias.

La información obtenida del presidente de la Cooperativa, asociados y personas económicamente activas de la ciudad de Apopa.

2.3.5.2. Secundarias.

Compuesta por información hecha por autores haciendo uso de libros de administración de proyectos, sitios virtuales, documentos y trabajos de graduación.

2.3.6. ÁMBITO DE LA INVESTIGACIÓN.

El área geográfica en el cual se llevó a cabo la investigación se sitúa en las instalaciones de la Distribuidora Morazán, en la ciudad de Apopa, departamento de San Salvador.

2.3.7. UNIDADES DE ANÁLISIS.

El objeto de estudio que se relacionan directamente a la investigación son:

2.3.7.1. Objeto de estudio.

- ASOCIACIÓN COOPERATIVA DE AHORRO, CRÉDITO, CONSUMO Y SERVICIOS DE EMPLEADOS DE DISTRIBUIDORA MORAZÁN “ACEDISMO” DE R.L.

2.3.7.2. Unidades de análisis.

- Gerente de ACEDISMO, de R.L.
- Asociados de ACEDISMO, de R.L.
- Habitantes pertenecientes a la población económicamente activa del municipio de Apopa.

2.3.8. DETERMINACIÓN DEL UNIVERSO Y LA MUESTRA.

2.3.8.1. UNIVERSO

Para el caso de la Asociación Cooperativa de ahorro, crédito, consumo y servicios de empleados de Distribuidora Morazán, se tomaron en cuenta dos universos:

Universo 1: Estuvo compuesto por los diferentes asociados de ACEDISMO, de R.L., así como sus empleados, haciendo un total de 180 asociados.

Universo 2: Este universo estuvo compuesto por la población económicamente activa que labora en la ciudad de Apopa, tomando en cuenta a esta población como público objetivo, el cual estuvo dirigido los servicios de las cafeterías externas; representado por 189,610 habitantes (Dato extraído de “El Salvador: Estimaciones y Proyecciones de Población 2005 – 2025”, estudio realizado por la Dirección General de Estadísticas Y Censos); y considerando según la encuesta de Hogares y Propósitos Múltiples realizada en 2016 en la cual se mencionó que un 44% de la población general pertenece a la población económicamente activa, este universo lo conformó un total de 83,428 habitantes.

2.3.8.2. MUESTRA.

La muestra que se utilizó para la realización de la investigación se centró en dos partes; la primera fue conformada a partir de los 180 asociados de ACEDISMO, de R.L., mientras

que la segunda, estuvo conformada a partir de la población económicamente activa por los 83, 428 habitantes.

2.3.8.3. CÁLCULO DE LA MUESTRA.

Para la realización de la investigación, se tomó la muestra a partir de dos poblaciones finitas conformadas por 180 asociados pertenecientes ACEDISMO, de R.L., y 83,428 habitantes pertenecientes a la población económicamente activa de la ciudad de Apopa. Esta población se determinó mediante el tipo de muestreo aleatorio probabilístico simple ya que todos tuvieron la misma oportunidad de ser elegidos y de esta forma se obtuvo la representatividad de la muestra; cada uno de los encuestados formaban parte de empresas, mercado y parque central de Apopa.

La muestra se calculó según la siguiente fórmula:

$$n = \frac{(Z)^2 * P * Q * N}{(N - 1) * (E)^2 + (Z)^2 * P * Q}$$

Dónde:

n1 = Tamaño de la Muestra del universo 1.

n2 = Tamaño de la Muestra del universo 2.

Z = Nivel de Confianza (95% = 1.96)

P = Probabilidad a favor (0.5)

Q = Probabilidad en contra (0.5)

N = Tamaño de la Población

E = Nivel de precisión (9% = 0.09)

$$n1 = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)(180)}{(180 - 1)(0.09)^2 + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n1 = \frac{172.872}{2.4103}$$

$$n1 = 71.7221$$

n1 = 72 personas.

$$n2 = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)(83428)}{(83428 - 1)(0.09)^2 + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n1 = \frac{80124.2512}{676.7191}$$

$$n1 = 118.4010$$

n2 = 118 personas.

2.4. TABULACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Al momento de la tabulación de las respuestas obtenidas de los encuestados se utilizaron cuadros de frecuencias y gráficos circulares para representar los resultados obtenidos en la investigación además de los histogramas que se utilizaron cuando el total de respuestas pasaba del total de la muestra y así proceder a la interpretación de los datos obtenidos.

Al realizar los análisis de los datos mediante las técnicas e instrumentos utilizados se pudo determinar la tendencia respecto a las opiniones, conocimientos y preferencias tanto de

los asociados, presidente de la cooperativa y trabajadores económicamente activos de la ciudad de Apopa; el programa utilizado para toda esta labor es Microsoft Excel.

2.5. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE CAFETERÍAS DE LA ASOCIACIÓN COOPERATIVA ACEDISMO DE R.L.

Con el fin de describir la situación actual de cafeterías en ACEDISMO; se tomaron en cuenta aquellos aspectos que conforman en su totalidad el estudio de factibilidad tales como aspectos del mercado de cafeterías en la ciudad de Apopa, capacidad técnica de ACEDISMO, aspectos económicos y financieros dentro de ACEDISMO, y por último aspectos administrativos dentro de la cooperativa. De igual forma se especificaron los aspectos principales que corresponden tanto a los asociados de ACEDISMO como a la población económicamente activa de la ciudad de Apopa.

2.5.1. Aspectos generales de los asociados de ACEDISMO de R.L.

El rango de edades con mayor frecuencia dentro de los asociados de ACEDISMO está entre los 26 a los 40 años, dentro de los cuales se encuentran también los empleados directos de ACEDISMO, conformados principalmente por personas con un mayor grado de madurez; en menor grado se encuentran aquellos asociados entre los 18 a los 25 años. (Pregunta Edad, Anexo No. 1).

Del total de asociados encuestados, el género predominante es el masculino; representados en un 88%, lo cual indica que la población predominante dentro de los asociados de ACEDISMO son los hombres. (Pregunta Género, Anexo No. 1).

Así mismo, según los datos recopilados, la mayor parte de los asociados de ACEDISMO tienen solamente de uno a tres años de estar con la calidad de asociados dentro de la cooperativa, lo cual influye directamente dentro de los niveles de satisfacción de los asociados con respecto a los servicios ofrecidos en la cafetería. (Pregunta Tiempo, Anexo No. 1)

2.5.2. Aspectos generales de la población económicamente activa de la ciudad de Apopa.

Dentro de los encuestados pertenecientes a la población económicamente activa de la ciudad de Apopa; la mayor proporción se encuentra ubicada entre los 26 a los 32 años, contrastando al igual que en el caso de los asociados de ACEDISMO, el hecho que la mayoría pertenecen a un sector de la población el cual posee cierto grado mayor de madurez representados por un 35% del total general de la población de encuestados. (Pregunta Edad, Anexo No. 2).

Al contrario que en los asociados, la población económicamente activa de la ciudad de Apopa está dividida entre hombre y mujeres casi equitativamente; siendo predominante solamente por un pequeño porcentaje las mujeres con un 53% versus un 47% de los hombres, concordando esto en cierta medida con el nivel demográfico de El Salvador. (Pregunta género, Anexo No. 2).

2.5.3. Aspectos de mercado.

2.5.3.1. Análisis de la demanda.

Mediante la información recopilada y en base a los habitantes del municipio de Apopa, se puede denotar una mínima tendencia de parte del público en general a consumir alimentos en cafeterías cercanas a sus lugares de trabajo; la mayoría de los encuestados respondió que el lugar preferido por ellos para consumir sus alimentos es su lugar de trabajo representados en un 42% del total de encuestados; sin embargo, debido a la naturaleza del estudio, áreas cercanas a sus lugares de trabajo pueden ser puntos estratégicos en los cuales se instalen las cafeterías externas. (Pregunta 2, Anexo No. 2).

Bajo la opinión del presidente de ACEDISMO, existen empresas dentro de la ciudad de Apopa que no cuentan con cafeterías dentro de sus instalaciones por lo cual se considera factible la instalación de las mismas. De igual manera los trabajadores de la ciudad de Apopa consideran, en su mayoría, el ser en algún momento clientes de las cafeterías

implementadas por ACEDISMO respondiendo en un 58% afirmativamente y un 41% posiblemente lo sería. (Pregunta 1, Anexo No. 3 y pregunta 14, Anexo No. 2)

Por otro lado, de parte de los asociados encuestados; la mayor parte opina que ya existe una demanda satisfecha en el área de la ciudad de Apopa, contestando afirmativamente un 65% del total de encuestados y contrastando con las respuestas obtenidas de la población económicamente activa de Apopa. (Pregunta 6, Anexo No. 1).

Se logró, de igual manera, determinar una frecuencia de uso de parte de los trabajadores de la ciudad de Apopa de las cafeterías cercanas a la zona central del municipio, contestando un 40% el utilizarlas una vez al día y un 47% ocasionalmente; tomando en cuenta que la mayoría de los trabajadores prefieren utilizar las cafeterías durante su almuerzo representados por un 66% del total de encuestados suponiendo esto una posibilidad de apertura en el mercado para las cafeterías externas de ACEDISMO. (Pregunta 4, Anexo No. 2 y Pregunta 5, Anexo No. 2).

En la opinión general de los asociados, existe una demanda potencial de parte de personas ajenas a la cooperativa dentro de la ciudad de Apopa, existiendo un total de 49% del total de los asociados que opinan afirmativamente, así como un total de 22% que opinan que tal vez exista esa demanda y por lo cual opinan el proporcionar un servicio a domicilio para esta labor; el presidente de ACEDISMO de igual manera afirma que sería favorable la implementación del servicio a domicilio. (Pregunta 9, Anexo No. 1 y pregunta 19, Anexo No.3).

2.5.3.2. Análisis de la oferta.

Determinando la preferencia de los trabajadores en cuanto a los establecimientos en los cuales consumen sus alimentos, como lugar principal eligieron sus áreas de trabajo en un 42%, seguido de sus hogares y lugares de comida rápida con 29% y 16% respectivamente, dejando en último lugar a las cafeterías en una 13%. Esto demuestra una menor presencia de cafeterías en el mercado; sin embargo, al mismo tiempo demuestra la poca preferencia de los consumidores ante estos lugares. (Pregunta 2, Anexo No. 1).

En la opinión de los asociados, existe una gran oferta en el mercado de cafeterías, teniendo una competencia grande y con la cual se necesitan planes estratégicos para abrirse paso en el mercado con las cafeterías externas de ACEDISMO. Un total de 47 asociados representando un 65% del total encuestado opinan que si existe esta competencia mencionada por lo cual podría llegar a ser una gran tarea el ingresar por primera vez al mercado de cafeterías dentro de la ciudad de Apopa en cuanto al presidente de ACEDISMO opina que es conveniente para la cooperativa iniciar con la apertura de tres a cuatro cafeterías para igualar la oferta en el mercado actual. (Pregunta 6, Anexo No. 1 y pregunta 3, Anexo No. 3).

Existen varias razones por las cuales los trabajadores en general eligen lugares diferentes a cafeterías para poder consumir sus alimentos, la principal es el hecho de que consumen alimentos preparados en su hogar con un 57% de la población encuestada, mientras que un 17% opinó que las cafeterías en general no cuentan con estándares altos de higiene en la preparación de sus productos. (Pregunta 3, Anexo No. 2).

2.5.3.3. Mezcla de mercadeo.

2.5.3.3.1. Análisis del producto.

Al analizar el producto ya existente en la cafetería actual de ACEDISMO, se determinó en base a la opinión de los encuestados califican como muy bueno el servicio actual, representando un 54% del total de encuestados lo cual es un punto a favor del servicio, la opinión de estos asociados podría ser un punto fuerte en determinar la estrategia necesaria para introducir al mercado los servicios de cafeterías externas hacia los trabajadores de la ciudad de Apopa; el presidente de ACEDISMO considera de igual manera que la cafetería actual sería un buen prototipo para el diseño de instalación de las cafeterías externas. (Pregunta 4, Anexo No. 1 y pregunta 7, Anexo No.3).

Muchas son las circunstancias por las cuales los asociados no califican los servicios actuales como excelentes, lo principal son los precios elevados en los cuales el 13% de los asociados opinaron que es la razón principal de no utilizarlos, siendo la segunda razón

principal la baja calidad en productos con un 8% de representación. (Pregunta 2, Anexo No. 1).

Según la opinión de los trabajadores de la ciudad de Apopa, el 46% consideran que la comida casera sería la ideal para una cafetería externa; opinando también el 21% de los encuestados que, de ser posible, exista comida variada dentro de las mismas. (Pregunta 8, Anexo No. 2).

2.5.3.3.2. Análisis del precio.

Al analizar la situación actual en cuanto a precios, se debe considerar mayormente la opinión de los asociados los cuales hacen uso de los servicios actualmente; en base a esto, la mayoría opinan que uno de los puntos a mejorar en la cafetería son sus precios. La mayoría de los asociados consideran que los precios de la cafetería actual no son lo suficientemente accesibles representando el 13% de la opinión total de los asociados mientras que el presidente de ACEDISMO recomienda el mantener los mismos precios actuales al momento de la implementación. Así también, los asociados consideran que el mejorar los precios sería un punto fuerte para la introducción de las cafeterías externas al mercado. (Pregunta 2, Anexo No. 1; Pregunta 3, Anexo No. 1 pregunta 15, Anexo No.2).

Otro de los factores a tomar en cuenta al momento de analizar el precio del producto actual, no solo de la cooperativa sino del mercado en general, es el rango en salarios que poseen los trabajadores de Apopa; estando comprendido en mayor medida en el rango de \$304.00 a \$350.00 con un 47% de representación del total de encuestados, el nivel de ingresos de los trabajadores comprende mayormente el salario mínimo por lo cual los precios deberían comprender un rango el cual este orientado a este nivel de ingresos. (Pregunta 1, Anexo No. 2).

De igual manera, en la opinión de los encuestados, los precios ideales de los platillos ofrecidos deberían rondar entre \$1.50 a \$2.50; un total del 59% de los encuestados opinan que estos deberían ser los precios; el presidente de ACEDISMO considera que dentro de los tiempos de comida, el precio del desayuno deberá comprenderse entre \$1.00 a \$1.50,

el almuerzo entre \$1.75 a \$2.50; por otra parte, menciona que la comida típica puede ofrecerse entre \$0.15 y \$1.00. (Pregunta 7, Anexo No. 2 y Pregunta 13, Anexo 3).

2.5.3.3.3. Análisis de la plaza.

De acuerdo con la opinión de los asociados de la cooperativa; el lugar ideal en el cual debería estar ubicada la cafetería externa es dentro de los centros comerciales en la ciudad de Apopa específicamente en Periplaza o dentro del nuevo proyecto de Plaza Mundo Apopa para el año 2020. Un total del 28% de los asociados opinó con respecto a estos dos lugares en específico. Mientras tanto, según los trabajadores de la ciudad de Apopa el lugar ideal debería ser dentro de las empresas con un total de 53% de los encuestados; por parte del presidente considera de igual manera que los lugares recomendados para la instalación pueden ser dentro de las empresas o a sus alrededores, brindando opciones como: Grupo Solid, Súper Repuestos e Impresa Repuestos. (Pregunta 11, Anexo No. 2; Pregunta 2, Anexo 3 y pregunta 18, Anexo No.3).

En cuanto a los empleados de la ciudad de Apopa el modelo ideal para la instalación debería de ser un puesto ante las opciones de kiosco, barra express y cafetería móvil; optando un 53% de la población por esta opción; bajo la opinión del presidente considera el mantener el modelo actual. (Pregunta 12, Anexo No. 2, Pregunta 7, Anexo No.3)

2.5.3.3.4. Análisis de la promoción.

Las promociones y ventas que se puedan otorgar al público pueden llegar a ser un punto fuerte en la introducción de estas al mercado en la ciudad de Apopa; en base a los resultados de la encuesta a los trabajadores de la ciudad de Apopa, el 75% del total de encuestados contestó afirmativamente de que en algún momento les gustaría gozar de ofertas o promociones dentro de la cafetería; el presidente de ACEDISMO comento que ya se cuenta con diferentes promociones. (Pregunta 9, Anexo No. 2 y Pregunta 14, Anexo No.3).

De acuerdo a la encuesta realizada a los trabajadores de la ciudad de Apopa, algunas de las promociones que pueden llegar a considerarse, no solo en los primeros días de

funcionamiento de la cafetería, sino también de forma fija, son: (Pregunta 10, Anexo No. 2).

- Bebida y postre gratis por la compra del plato de comida.
- Cupones canjeables por almuerzos.
- Combos completos a precios bajos.

La mayoría consideraron que la bebida y el postre gratis debería ser una de las promociones fijas en general de la cafetería; teniendo un nivel de representatividad del 42% sobre el total de la población encuestada.

Actualmente las cafeterías no cuentan con un nivel de promoción alto para la difusión de sus servicios; al estar limitados a la población objetivo de los trabajadores de Distribuidora Morazán, no se han utilizado durante el tiempo que lleva en funcionamiento, los diferentes medios para promocionar tanto productos como servicios dentro de la cafetería. Algunas de las promociones actuales que se manejan dentro de la cafetería, tienen mucho que ver con el porcentaje de descuentos que Distribuidora Morazán le proporciona a ACEDISMO siendo este del 5% en todos los productos; además contando con otros proveedores tales como: COMERSAL, DISULA, Industrias la Constancia, Productos Cárnicos S.A. de C.V. y Pan Sinaí. (Pregunta 12, Anexo No. 3 y Pregunta 11, Anexo No.3).

2.5.4. Aspectos técnicos.

De acuerdo a los resultados obtenidos de parte de la entrevista realizada al presidente de ACEDISMO; se considera que la cooperativa cuenta con la capacidad técnica necesaria para poder realizar la implementación del proyecto. (Pregunta 5, Anexo No. 3). Recursos tales como: financieros (adquisición de mobiliario por recursos propios), alianzas con proveedores y buen record crediticio; en cuanto al recurso de mano de obra se tendría que gestionar dependiendo de la cantidad de cafeterías que se aperturen.

De igual forma, bajo la opinión del presidente de ACEDISMO; no existirán deficiencias de parte del área técnica del proyecto, sin embargo, pueden existir limitantes tales como

el encontrar externamente una instalación adecuada. De igual manera; bajo la opinión de los asociados, un 58% opina que no existirán deficiencias en la implementación de este proyecto. (Pregunta 6, Anexo No. 3 y Pregunta 14, Anexo No. 1).

Según las opiniones de los asociados de ACEDISMO, si se cuenta con la capacidad técnica para la instalación; llegando el 57% a contestar afirmativamente a esta situación. Aunque el 43% restante opinen que no se cuenta con la capacidad necesaria, factores determinantes que puedan mejorarse durante el proceso tales como los precios de los productos, la infraestructura mejorada y la atención personalizada, pueden jugar un papel fundamental para cambiar la opinión de ese porcentaje de los asociados que opinan que no se cuenta con la capacidad necesaria para la instalación. (Pregunta 5, Anexo No. 1).

2.5.5. Aspectos económicos-financieros.

En cuanto al aspecto económico financiero actual, según el presidente de ACEDISMO, se cuenta actualmente con un presupuesto promedio de \$4,000.00 mensuales para el funcionamiento óptimo de la cafetería actual de ACEDISMO, por lo cual para la implementación de las nuevas cafeterías dentro de la ciudad de Apopa, se cuenta, en un inicio, con estos fondos para cada sucursal que se requiera aperturar. (Pregunta 8, Anexo No. 3)

Por su parte, se cuenta con el apoyo de los asociados, al proporcionar una suma de aporte que pueda ayudar a recaudar los fondos necesarios para el funcionamiento de estas; ya que el 32% de la población total considera que pueden dar dicho aporte, mientras el 38% considera que posiblemente, bajo ciertas circunstancias, puedan dar dicho aporte para el funcionamiento. (Pregunta 12, Anexo No. 1).

Según la opinión de los asociados, el proyecto de las cafeterías externas en Apopa, puede mejorar la capacidad financiera y económica actual de la cooperativa; opinando en un 82% afirmativamente ante dicho proyecto, dejando solamente un 18% del total de encuestados opinando negativamente. En base al presidente de ACEDISMO está de

acuerdo a que la implementación del proyecto realmente contribuirá al incremento de ingresos. (Pregunta 11, Anexo No. 1 y Pregunta 20, Anexo No. 3).

2.5.6. Aspectos administrativos.

La mayoría de los asociados encuestados opinan que la administración actual de la cooperativa hace un trabajo adecuado para el funcionamiento; en total un 63% de los encuestados opinan afirmativamente ante esto, dejando solamente un 38% con una opinión negativa ante la administración actual. (Pregunta 13, Anexo No. 1).

En términos generales, todos los procesos administrativos de la cooperativa están funcionando tal como deberían hacerlo, de forma eficiente y eficaz ante las necesidades de los asociados; por lo cual el preocuparse ante si estos procesos serán un obstáculo en la implementación de las cafeterías en la ciudad de Apopa, no es necesario bajo la opinión del presidente de ACEDISMO el cual expresa que cada uno de los comités de la cooperativa, se están desempeñando según sus debidas actividades; el presidente y el consejo estarían de acuerdo a apoyar el proyecto de cafeterías externas. (Pregunta 16, Anexo No. 3 y Pregunta 4, Anexo No. 3).

2.6. ALCANCES Y LIMITACIONES

2.6.1. ALCANCES

Se contó con el apoyo del presidente de la cooperativa, como los asociados de la misma, para poder recolectar la información necesaria, y determinar la situación actual para la instalación de cafeterías externas; esto con la finalidad de, principalmente, aumentar los excedentes y mejorar el bienestar social de los asociados dentro de la cooperativa.

2.6.2. LIMITACIONES

En el transcurso de la investigación se tuvo como limitante el tiempo que el presidente de la cooperativa brindó en la entrevista realizada: por motivo de sus actividades.

La recopilación de datos de los trabajadores de la ciudad de Apopa, se vio obstaculizado debido a la inseguridad de algunos puntos geográficos a los que no se puede acceder; disminuyendo de esta manera la población encuestada a algunos sectores tales como el centro (empresas ubicadas en esta zona), mercado y parque central.

Recopilar datos con los asociados de la cooperativa; tomó más tiempo de lo estimado debido a sus horarios de trabajo y el poco tiempo del cual muchos disponían para realizar la encuesta.

2.7. CONCLUSIONES

- 1.** Según la información recopilada y análisis realizados bajo la investigación de campo, se determinó que el proyecto de instalación de cafeterías externas de ACEDISMO es factible; en mayor parte ya que existe la demanda necesaria, clientes potenciales y condiciones favorables en el mercado actual de la ciudad de Apopa.
- 2.** ACEDISMO cuenta con las capacidades técnicas para la implementación de las cafeterías, así como el respaldo económico y financiamiento sustentable de parte de los asociados.
- 3.** Otras cafeterías o establecimientos similares no deberán suponer un contratiempo; debido a que no se pretende desplazarlos del mercado; ya que lo que se busca es ofrecer una alternativa más viable para los trabajadores de la ciudad de Apopa.
- 4.** Se puede constatar que las opiniones por parte del presidente, asociados y trabajadores son positivas en cuanto a la instalación de cafeterías externas dentro de las empresas de la ciudad de Apopa, lo cual supone un apoyo y confianza plenas en el proyecto a nivel tanto administrativo de la cooperativa, como de sus asociados.
- 5.** La mezcla de mercado determina que como proyecto la implementación de cafeterías externas posee ventajas como precios competitivos, productos que el mercado meta

necesita, un lugar accesible y estratégico para los trabajadores y la promoción no supone mayor costo si se consideran las opciones propuestas por los resultados de las encuestas.

6. El nivel de precios que ACEDISMO ha establecido actualmente en su cafetería, genera una ventaja competitiva a comparación de los demás establecimientos dentro de la ciudad de Apopa, esto se ha establecido estratégicamente para generar dentro del consumidor actual cierto grado de fidelidad por la cafetería y lograr así asegurar un efectivo retorno de compra de parte del cliente.

7. La ciudad de Apopa, es un área geográfica estratégica y favorable para la implementación y desarrollo del proyecto; contando con una gran cantidad de trabajadores los cuales demuestran un claro interés en formar parte de los clientes potenciales de las cafeterías de ACEDISMO. Áreas centrales como los centros comerciales cerca de la cooperativa son ideales para la instalación de las nuevas cafeterías, así como empresas cercanas tales como Grupo Solid. De igual forma, el modelo actual de la cafetería logra servir como un buen punto de partida para la implementación del resto dentro de la ciudad de Apopa.

8. Actualmente, ACEDISMO cuenta con promociones para los asociados que quieran hacer uso de los servicios de la cafetería; sin embargo, no son lo suficientemente difundidas dentro de los mismos asociados, esto en vista que muchos de ellos opinan que les gustaría gozar de promociones a futuro, cuando en realidad, ya existen ciertas promociones de las cuales pueden hacer uso.

9. Administrativamente se cuenta con una dirección idónea que busca ofrecer un mejor servicio y mejorar la imagen de los productos dentro de la ciudad de Apopa; se deberá considerar la contratación de personal que labore en la apertura de cafeterías lo cual incurrirá en un costo extra que deberá ser contemplado dentro de los flujos de efectivo y proyecciones de costos relacionados directamente al proyecto.

2.8. RECOMENDACIONES.

- 1.** Se le recomienda a ACEDISMO que consideren la oportunidad de la puesta en marcha del proyecto por los precios accesibles con los que cuenta actualmente, ubicación geográfica adecuada y niveles adecuados de clientes potenciales; lo cual ofrecería a los clientes una opción más viable para el consumo de sus alimentos.
- 2.** Implementar un aporte extra por parte de los asociados; en caso fuese necesario un financiamiento externo, se deberá buscar entidades financieras que ofrezcan una tasa de interés reducida.
- 3.** Estructurar una estrategia mercadológica enfocada en la captación de nuevos clientes garantizando su preferencia y fidelidad a largo plazo; ya que no se pretende competir con las cafeterías posicionadas actualmente; sino más bien, ofrecer al público una nueva opción que les genera mayor satisfacción y ahorro en sus finanzas personales.
- 4.** Enfocar los esfuerzos del proyecto en reforzar la confianza de parte de la directiva y los asociados, utilizando eficientemente los recursos proporcionados por estos para el crecimiento estratégico del proyecto; así como buscar alianzas comerciales que puedan ayudar para una mejor implementación de la cafetería externa.
- 5.** Hacer uso pleno de la ventaja competitiva que mantiene la cafetería actual de ACEDISMO; reforzando puntos clave como los precios y la introducción de variedad de platillos y productos que puedan satisfacer plenamente las necesidades de los nuevos consumidores a los cuales está enfocado el proyecto de la ciudad de Apopa.
- 6.** Se recomienda a ACEDISMO, realizar la gestión necesaria con el fin de mantener el nivel de precios actuales, utilizando estratégicamente alianzas que posee actualmente con proveedores a nivel de Distribuidora Morazán; contemplando la reducción de los costos de esta forma sin poner en riesgo la calidad actual de los platillos proporcionados por la cafetería. Esto en vista que, según la opinión de los asociados, los precios accesibles

actualmente podrían generar, a largo plazo, mayor demanda por parte de los clientes potenciales.

7. Instalar las nuevas cafeterías en locales cercanos a centros comerciales en el centro de la ciudad de Apopa; lugares ideales tales como Periplaza o el nuevo proyecto de Plaza Mundo Apopa son estratégicamente puntos en los cuales se concentra en mayor proporción los clientes potenciales a los cuales deben orientarse las estrategias mercadológicas. De igual forma, se recomienda buscar alianzas con empresas cercanas a ACEDISMO tales como Grupos Solid y Súper Repuestos en específico para lograr la instalación dentro de las mismas.

8. Los aspectos de mercado arrojan que actualmente ya se goza de promociones y se recomienda realizar un estudio con proveedores para determinar si se pueden mantener o mejorar dichas promociones en la instalación de cafeterías externas.

9. Considerar los aspectos administrativos que involucra la apertura de establecimientos desde la contratación de nuevo personal, logística, aspectos legales y contingencias que sean abarcables por la administración. De ser posible asignar a un encargado el proyecto para que dé seguimiento en cada una de sus fases o etapas.

CAPÍTULO III: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA INSTALACIÓN DE CAFETERÍAS EXTERNAS QUE CONTRIBUYA AL INCREMENTO DE INGRESOS DE LA ASOCIACIÓN COOPERATIVA DE AHORRO, CRÉDITO, CONSUMO Y SERVICIOS DE EMPLEADOS DE DISTRIBUIDORA MORAZAN ACEDISMO DE R. L.

3.1. IMPORTANCIA

Según los datos obtenidos y los resultados planteados en la investigación de campo, se podrá determinar la factibilidad de las instalaciones de cafeterías en la ciudad de Apopa por lo cual es necesario sustentarlo mediante la realización de estudio de mercado para determinar los factores de mercado que podrían ser beneficiosos o perjudiciales para el proyecto; identificar las capacidades técnicas, equipo físico e intelectual necesario, costos y localización del proyecto para su óptimo funcionamiento mediante el estudio técnico.

La determinación de una base legal sobre la cual pueda operar el proyecto, así como las diferentes bases organizativas que ayudarán a su correcto funcionamiento se determinarán a través del estudio administrativo legal.

3.2. OBJETIVOS.

3.2.1. General.

Ofrecer el estudio de factibilidad a la asociación cooperativa de ahorro, crédito, consumo y servicios de empleados de distribuidora Morazán referido a la instalación de cafeterías externas en la ciudad de Apopa para el incremento de sus ingresos.

3.2.2. Específicos

1. Determinar a través del estudio de mercado los factores que establezcan la viabilidad comercial de la instalación de cafeterías externas.
2. Establecer los recursos técnicos, financieros, económicos y administrativos aplicables a la instalación de cafeterías.

3. Sustentar en base a cálculos y proyecciones el estudio económico y financiero que permita la instalación de cafeterías en la ciudad de Apopa.

3.3. CONTENIDO DE LA PROPUESTA

En este capítulo se explica, en forma resumida, los contenidos esenciales de cada uno de los análisis que forman parte del estudio de factibilidad, a continuación, se trata de los siguientes temas:

- A. Estudio de mercado:** Que es para determinar el tamaño de la demanda de los servicios, que pueda esperarse sea atendida por el proyecto al entrar en operación.
- B. Aspectos técnicos:** Se trata primordialmente de cosas relativas a la localización, el tamaño y el proceso técnico para llevar a cabo la prestación de los servicios considerados. Otros puntos por estudiar se refieren al impacto ambiental o ecológico y el impacto social del proyecto, tanto durante la etapa de su construcción como durante su operación.
- C. Aspectos administrativos:** Describe cual es la misión y visión que tendrá la cafetería, así mismo sus objetivos y valores con que contará al momento del inicio de operaciones.
- D. Aspectos económicos:** Consiste en determinar la rentabilidad económica del proyecto. Para esto se explica todas las relaciones del proyecto con el sistema económico en su conjunto como es la inversión inicial que es la base para la construcción y ejecución de las operaciones, los gastos operativos, los costos de ventas, los ingresos proyectados. También se explica cómo será la fuente de financiamiento del proyecto.
- E. Aspectos financieros:** Se explican las cuestiones relativas a los costos del proyecto, tanto la inversión requerida para la ejecución del proyecto como los gastos de operación y como serán cubiertos; todo esto representado por medio de lo que se conoce como estado de flujos de efectivo y apoyado por un estado de situación financiero proforma.

F. Plan de implementación: En este punto se explica cuáles son las etapas para la aplicación o ejecución del plan, tales como la presentación, análisis, ejecución y evaluación del proyecto, apoyándose de un cronograma que sirve de guía para ejecutar las etapas en los tiempos promedios estipulados.

3.3.1. Estudio de mercado.

3.3.1.1. Análisis de la demanda

A continuación, se detallan las cifras correspondientes a la población general de la ciudad de Apopa comprendida entre los años 2014 - 2018: estos datos servirán ACEDISMO para conocer su población objetivo.

Fuente: Elaborado por el grupo de investigación, con base a plataforma virtual de la Dirección General de Estadísticas y Censos de El Salvador; basado en datos de la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples.

Cuadro No. 34.

Población total y económicamente activa del municipio de Apopa.

Años	Población total del municipio de Apopa	Población económicamente activa del municipio de apopa
2014	147257	66266
2015	148196	66688
2016	147056	66175
2017	157818	71018
2018	151424	68141
Total	751751	338288

NOTA ACLARATORIA: Los datos utilizados dentro de la encuesta de hogares de usos múltiples son estimaciones y proyecciones realizadas por la Dirección General de Estadística y Censos de El Salvador; esto debido a que el último censo poblacional de El Salvador fue realizado en el año 2017.

Gráfico No. 34.



Fuente: Elaborado por el grupo de investigación, con base a plataforma virtual de la Dirección General de Estadísticas y Censos de El Salvador; basado en datos de la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples.

Para la determinación de la población general de los años 2019 – 2024; se utilizó el método de mínimos cuadrados, haciendo uso a su vez de la fórmula:

$$Y = a + bx$$

Dónde:

a: Punto de intercepción de la línea con el eje “y”.

b: Pendiente de la recta.

x: Unidades dadas a la variable “x” en el tiempo.

y: Variable dependiente para la cual se hace la predicción.

De igual forma se utilizaron las fórmulas:

$$b = \frac{\Sigma y \cdot \Sigma x^2 - \Sigma x \cdot \Sigma(x \cdot y)}{n \cdot \Sigma x^2 - |\Sigma x|^2} \quad a = \frac{\Sigma y - b \Sigma x}{N}$$

Años	Población económicamente activa del municipio de apopa (Y)	X	XY	χ^2	Y ²
2014	66266	1	66265.65	1	4391136369.92
2015	66688	2	133376.4	4	4447316019.24
2016	66175	3	198525.6	9	4379157095.04
2017	71018	4	284072.4	16	5043570527.61
2018	68141	5	340704	25	4643168624.64
Total	338288	15	1022944.1	55	22904348636.45

Fuente: Elaborado por el grupo de investigación, con base a plataforma virtual de la Dirección General de Estadísticas y Censos de El Salvador; basado en datos de la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples.

Sustituyendo los valores en las fórmulas para encontrar los parámetros “a” y “b”:

$$b = \frac{5(1022944.1) - (15)(338288)}{5(55) - (15)^2} = 808.02$$

$$a = \frac{(338288) - (808.02)(15)}{5} = 65233.53$$

Aplicando la ecuación general de mínimos cuadrados, $y = a + bx$; se encuentran los valores de la población general del municipio de Apopa para los años 2019 – 2024:

Pronóstico para el año 2019:

$$y = 65233.53 + 808.02 (6) = 70,082 \text{ habitantes.}$$

Pronóstico para el año 2020:

$$y = 65233.53 + 808.02 (7) = 70,890 \text{ habitantes.}$$

Pronóstico para el año 2021:

$$y = 65233.53 + 808.02 (8) = 71,698 \text{ habitantes.}$$

Pronóstico para el año 2022:

$$y = 65233.53 + 808.02 (9) = 72,506 \text{ habitantes.}$$

Pronóstico para el año 2023:

$$y = 65233.53 + 808.02 (10) = 73,314 \text{ habitantes.}$$

Pronóstico para el año 2024:

$$y = 65233.53 + 808.02 (11) = 74,122 \text{ habitantes.}$$

Cuadro No. 35

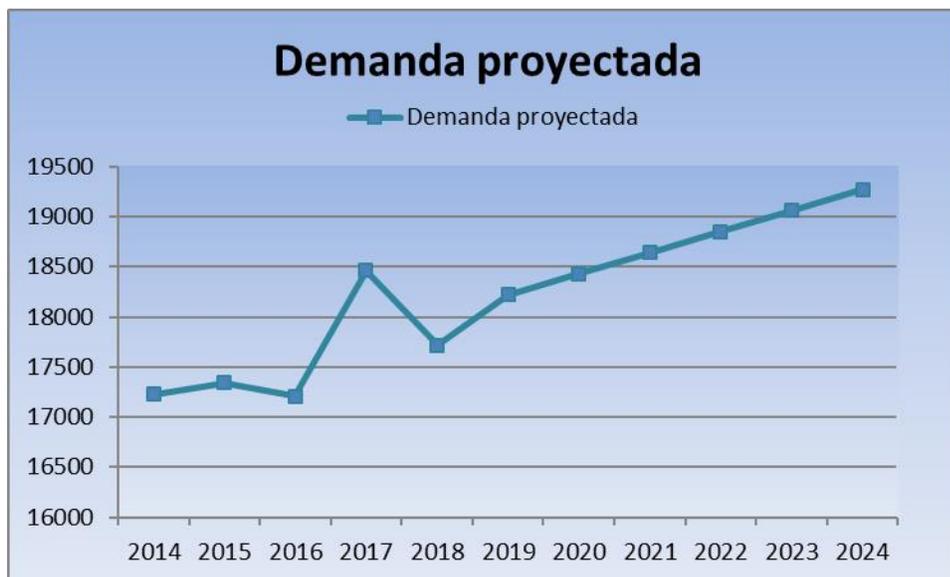
Proyección de población económicamente activa y demanda esperada

Años	Proyección población económicamente activa municipio de apopa	Demanda proyecta
2014	66266	17229
2015	66688	17339
2016	66175	17206
2017	71018	18465
2018	68141	17717
2019	70082	18221
2020	70890	18431
2021	71698	18641
2022	72506	18851
2023	73314	19062
2024	74122	19272

Fuente: Elaborado por el grupo de investigación, con base a plataforma virtual de la Dirección General de Estadísticas y Censos de El Salvador; basado en datos proporcionados por investigación de campo donde solamente un 26% de la muestra total utiliza actualmente servicios de cafeterías.

Gráfico No. 35

Proyección de población económicamente activa y demanda esperada



Fuente: Elaborado por el grupo de investigación, con base a plataforma virtual de la Dirección General de Estadísticas y Censos de El Salvador; basado en datos proporcionados por investigación de campo donde solamente un 26% de la muestra total utiliza actualmente servicios de cafeterías.

3.3.1.2. Análisis de la oferta.

Para ejecutar el proyecto de instalación de la ciudad de Apopa; se realizó una investigación de campo en donde se recopilaron las distintas opiniones de los encuestados sobre los ofertantes que existen en el mercado de cafeterías de Apopa en lugares como:

- Pizza Hut.
- Pollo Campero.
- Burguer King.
- Mister Donut.
- Papa Jhons.
- Cafeterías locales.

Cabe mencionar que las cafeterías locales no se encuentran en lugares céntricos los cuales son preferidos por los consumidores ya que se tienen que desplazar varias cuadras para

poder disfrutar de sus alimentos; y esta es una de las causantes del porqué la población económicamente activa de la ciudad de Apopa se ve con la necesidad de llevar sus propios alimentos, por esta razón se estarían implementando las cafeterías en lugares más estratégicos y céntricos para la población del municipio de Apopa.

3.3.1.3. Análisis del producto.

De acuerdo a las necesidades físicas y técnicas de la población económicamente activa de la ciudad de Apopa, se determinó que debido a la demanda de comida casera por parte de los consumidores; se propone el siguiente menú el cual puede ser servido dentro de la cafetería:

Desayunos	Bebidas
Huevo revuelto, frijoles, crema, pan francés o tortilla.	Jugo de naranja, café, chocolate, té de manzanilla.
Huevo estrellado, frijoles, queso, pan francés o tortilla.	café, chocolate, té de manzanilla.
Plátanos fritos, frijoles, crema, pan francés.	café, chocolate.
Omelette jamón/queso, frijoles refritos, queso duro, pan francés	Jugo de naranja, café, chocolate, té de manzanilla.
Tamal de elote frito, casamiento, crema y pan francés.	Jugo de naranja, café.
Pan cake con frutas, yogurt con granola	Jugo de naranja, café, chocolate, té de manzanilla.
Tostadas con requesón, aguacate, huevos revueltos/jamón y pan francés.	Jugo de naranja, café, chocolate, té de manzanilla.
Huevos revueltos/vegetales, aguacate y pan francés.	Café, chocolate, té de manzanilla.
Huevos rancheros, frijoles guisados, plátanos fritos, pan francés.	Jugo de naranja, café.

Almuerzos	Bebidas
Pechuga a la plancha, arroz, vegetales al vapor, tortillas.	Fresco de melón, té helado, bebida gaseosa.
Pasta Alfredo, ensalada fresca, Pan con ajo.	Fresco de sandía, té helado, bebida gaseosa.
Pollo guisado, ensalada de papa, tortillas	Limonada, té, bebida gaseosa.
Lomo de cerdo/asado, vegetales al vapor, arroz, tortillas	Fresco de chan, té helado, bebida gaseosa.

Filete de res en salsa jalapeña, papa horneada, vegetales con mantequilla, tortillas.	Fresco de tamarindo, té helado, bebida gaseosa.
Panes con pollo	Fresco de cebada, té helado, bebida gaseosa.
Hot dog, papas fritas.	Té helado, bebida gaseosa.
Rellenos de papa, ensalada fresca, arroz, tortillas.	Fresco de piña, té helado, bebida gaseosa.
Sopa de pollo, tortillas.	Limonada, té, helado bebida, bebida gaseosa.
Sopa de res, tortillas.	Fresco de tamarindo, té helado, bebida gaseosa.
Sopa de tortilla, tortillas.	Té helado, bebida gaseosa.
Sopa de pata, tortillas.	Té helado, bebida gaseosa.
Sopa de mora, tortillas.	Limonada, té, helado bebida, bebida gaseosa.
Sopa de frijoles, tortillas.	Té helado, bebida gaseosa.
Sopa de gallina, tortillas.	Té helado, bebida gaseosa.
Tacos de pollo, tortillas.	Té helado, bebida gaseosa.
Tacos al pastor, tortillas.	Té helado, bebida gaseosa.
Camarones empanizados, ensalada fresca, arroz, tortillas.	Fresco de tamarindo, té helado, bebida gaseosa.
Lonja empanizada, ensalada fresca, arroz, tortillas.	Fresco de sandía, té helado, bebida gaseosa.
Pescado frito, ensalada fresca, arroz, tortillas.	Naranjada, té helado, bebida gaseosa.
Lomo de cerdo en salsa de piña, ensalada fresca, arroz, tortillas.	Fresco de tamarindo, té helado, bebida gaseosa.
Bistec encebollado, ensalada fresca, arroz, tortillas.	Fresco de piña, té helado, bebida gaseosa.
Espagueti con salsa Boloñesa, ensalada fresca, arroz, tortillas.	Limonada, té helado, bebida gaseosa.
Espagueti con pollo, ensalada fresca, arroz, tortillas.	Limonada, té, helado bebida, bebida gaseosa.
Shop suy de cerdo, ensalada de coditos, ensalada fresca, arroz, tortillas.	Fresco de tamarindo, té helado, bebida gaseosa.
Croquetas de res, ensalada fresca, arroz, tortillas.	Fresco de cebada, té helado, bebida gaseosa.
Pollo frito, ensalada fresca, arroz, tortillas.	Fresco de chan, té helado, bebida gaseosa
Chilaquitas, ensalada fresca, arroz, tortillas.	Té helado, bebida gaseosa.
Club Sándwich de jamón, papas frita.	Fresco de piña, té helado, bebida gaseosa.

Carne guisada, ensalada fresca, arroz, tortillas.	Fresco de cebada, té helado, bebida gaseosa.
Albóndigas de pollo, ensalada fresca, arroz, tortillas.	Fresco de tamarindo, té helado, bebida gaseosa.
Chao mein mixto, ensalada fresca, arroz, tortillas.	Limonada, té helado, bebida gaseosa.
Picado de verduras con carne, ensalada fresca, arroz, tortillas.	Naranjada, té helado, bebida gaseosa.
Lasaña de pollo, ensalada fresca, arroz, tortillas.	Fresco de tamarindo, té helado, bebida gaseosa.
Lasaña de carne, ensalada fresca, arroz, tortillas.	Té helado, bebida gaseosa.
Espagueti con salsa de hongos, ensalada, tortillas.	Fresco de fresa, té helado, bebida gaseosa
Quesadillas mexicanas.	Té helado, bebida gaseosa.
Tortas Mexicanas, papas.	Té helado, bebida gaseosa.
Rellenos de güisquil, ensalada fresca, arroz, tortillas.	Fresco de melón, té helado, bebida gaseosa.
Rellenos de chile, ensalada fresca, arroz, tortillas.	Fresco de chan, té helado, bebida gaseosa
Cordón Blue, ensalada fresca, arroz, tortillas.	Limonada, té helado, bebida gaseosa.
Hamburguesas de pollo, papas.	Té helado, bebida gaseosa.
Pasta con crema y hongos, ensalada fresca, arroz, tortillas.	Té helado, bebida gaseosa.
Pasta en salsa pomodoro, ensalada fresca, arroz, tortillas.	Fresco de tamarindo, té helado, bebida gaseosa.
Pastel azteca, ensalada fresca, arroz, tortillas.	Fresco de fresa, té helado, bebida gaseosa.
Espagueti con carne, ensalada fresca, arroz, tortillas.	Fresco de chan, té helado, bebida gaseosa
Carne a la plancha, chirimol, arroz, tortillas.	Naranjada, té helado, bebida gaseosa.
Lomito con vegetales, ensalada fresca, arroz, tortillas.	Té helado, bebida gaseosa.
Lomito agridulce, ensalada fresca, arroz, tortillas.	Té helado, bebida gaseosa.
Pollo en salsa jalapeño, ensalada fresca, arroz, tortillas.	Limonada, té helado, bebida gaseosa.
Pollo empanizado, ensalada fresca, arroz, tortillas.	Fresco de chan, té helado, bebida gaseosa
Capeado de papa, ensalada fresca, arroz, tortillas.	Fresco de melón, té helado, bebida gaseosa.
Canelones de pollo, ensalada fresca, arroz, tortillas.	Fresco de tamarindo, té helado, bebida gaseosa.

Canelones de carne, ensalada fresca, arroz, tortillas.	Fresco de fresa, té helado, bebida gaseosa.
Costilla de cerdo, ensalada fresca, arroz, tortillas.	Té helado, bebida gaseosa.
Costilla de cerdo a la barbacoa, ensalada fresca, arroz, tortillas.	Fresco de tamarindo, té helado, bebida gaseosa.
Fajitas de res con vegetales, ensalada fresca, arroz, tortillas.	Fresco de melón, té helado, bebida gaseosa.
Alitas de pollo barbacoa, papas fritas.	Limonada, té helado, bebida gaseosa.

Fuente: menú actual de la cafetería de ACEDISMO DE R.L.

3.3.1.4. Análisis de los precios.

El factor precio dentro del proyecto es uno de los factores de mayor importancia dentro del funcionamiento de éste; la estrategia de la fijación de precios propuesta para el funcionamiento óptimo de la cafetería será en términos generales, una evaluación de los precios de la competencia dentro del municipio de Apopa los cuales rondan entre los \$2.50 a \$5.00; al mismo tiempo se evaluarán los costos de venta y distribución estimados en los cuales incurrirá la cafetería, tomando en cuenta a su vez, un margen de utilidad del 25% sobre dichos costos, quedando la formula siguiente:

$$\text{Precio} = \frac{\text{Costo de venta}}{\text{Margen de utilidad}}$$

Además, bajo la opinión de la gerencia actual de ACEDISMO; se desea mantener un rango de precios similar al actual quedando de la siguiente manera:

Desayuno: \$1.50

Almuerzo: \$2.50

3.3.1.5. Análisis de plaza.

Las instalaciones se encontrarán ubicadas en los alrededores de las empresas y cooperativas dentro de la ciudad de Apopa, montando la primera cafetería en los locales que se encuentran sobre la Avenida Quirino Chávez Sur N° 57 plaza San José, a un costado

de universal cable y al frente de Hilos Centroamericanos, S. A. de C.V. contando con una ubicación estratégica.

Para ello no será necesario construir una infraestructura, o instalar suministros de agua, luz o teléfono, porque los locales ya cuentan con los recursos equipados. Además, se cuenta en la zona con seguridad, la cual garantizará a los trabajadores confianza para ofrecer los servicios de cafetería.

3.3.1.6. Análisis de promoción.

Para la promoción de la cafetería, considerando los resultados de la encuesta aplicada los trabajadores de la ciudad de Apopa, se plantean las siguientes estrategias promocionales:

- i. Concursos: Los concursos son una estrategia promocional usada con frecuencia. Muchos de ellos ni siquiera requieren una compra. La idea será promocionar la cafetería marca nombre frente al público en lugar de hacer dinero a través de una campaña de ventas fuerte. A las personas le gusta ganar premios. Patrocinar concursos puede llamar la atención hacia la cafetería sin una manifestación abierta de la cooperativa.
- ii. Rótulos: Que deberán ser colocados en las principales calles de la ciudad de Apopa, donde sean visibles para la mayoría de la población.
- iii. Redes sociales: A través de la fanpage de Facebook se podrá hacer un excelente medio para hacer presencia en línea.
- iv. Regalos promocionales de marca: Dar regalos funcionales puede ser una acción promocional más efectiva que entregar simples tarjetas del negocio. Poner una tarjeta en un imán, una pluma o un llavero. Estos son regalos que se podrán entregar y que los clientes pueden usar, y que mantendrán el negocio de cafetería a la vista en lugar de un bote de basura o en un cajón con el resto de las tarjetas de negocios que los clientes podrían ni mirar.

3.3.2. ESTUDIO TÉCNICO.

3.3.2.1. Tamaño.

Para determinar el tamaño del proyecto se consideran entre otros factores la demanda potencial insatisfecha o que no está de acuerdo en si con la idea del proyecto, la capacidad física o real de prestación de servicios duran un periodo normal expresado en cantidad producida por unidad de tiempo, de modo que a continuación se determina el tamaño de la planta en función de la capacidad de atención que prestará.

3.3.2.1.1. Determinación de la capacidad de atención.

Para la determinación de la capacidad real, de diseño y efectiva será necesario plantear los horarios de atención que la cafetería brindará, para lo cual se toma de referencia los resultados de las encuestas que se obtuvieron por parte de los trabajadores de la ciudad de Apopa y el diagnóstico de la investigación.

Durante el año la cafetería permanecerá en actividad alrededor de 52 semanas, tomando que cuenta todas las semanas que conforman el año, esto debido a que las empresas que se encuentran alrededor de la cafetería son empresas privadas que operan los 365 días del año, por ser industrias y comercios abiertos al público.

Días laborales	Horario	Total horas	Días de semana	Total horas semanales.
Lunes a sábado	6:00 am a 4:00 pm	10 horas	6	60 horas

Para la atención de los clientes se contratará a 6 personas que trabajarán por tiempo completo, a quien en promedio se calcula completará como máximo en 6 minutos el proceso del servicio. Además, se calcula que durante 30 minutos distribuidos durante el

horario laboral dedicará en revisar y ordenar el inventario, registros y otras actividades no relacionadas con brindar el servicio.

3.3.2.1.2. Capacidad de diseño.

$$CD = \frac{(3,600 \text{ minutos a la semana}) (52 \text{ semanas al año})}{6 \text{ minutos/usuario}}$$

$$6 \text{ minutos/usuario.}$$

$$CD = \frac{187,200 \text{ minutos al año}}{6 \text{ minutos/usuario}}$$

$$6 \text{ minutos/usuario.}$$

$$CD = 31,200 \text{ usuarios al año}$$

3.3.2.1.3. Capacidad efectiva.

Para el cálculo de la capacidad se restarán 80 minutos que el encargado de la cafetería dedicará diariamente a otras actividades y que anualmente totalizarían 24,960 minutos.

$$CE = \frac{(3,600 \text{ minutos a la semana}) (52 \text{ semanas al año}) - \text{otras actividades}}{6 \text{ minutos/ usuario}}$$

$$CE = \frac{(3,600 \text{ minutos x semana}) (52 \text{ semanas al año}) - 24,960}{6 \text{ minutos/ usuario}}$$

$$CE = \frac{162,240 \text{ minutos al año}}{6 \text{ minutos/ usuario}}$$

$$CE = 27,040 \text{ usuarios al año.}$$

3.3.2.1.4. Capacidad real.

Para determinar la capacidad real se considerarán además de factores externos que estén fuera del control del encargado o la administración como imprevistos en un pronóstico de 2 semanas en que no se podría atender a los clientes.

$$\text{CR} = \frac{(3,600 \text{ minutos a la semana}) (52 \text{ semanas al año}) - \text{otras actividades} - \text{imprevistos}}{6 \text{ minutos / usuarios}}$$

$$\text{CR} = \frac{(3,600 \text{ minutos a la semana}) (52 \text{ semanas al año}) - 24,960 - 7,200}{6 \text{ minutos / usuarios}}$$

$$\text{CR} = \frac{155,040 \text{ minutos al año}}{6 \text{ minutos / usuario}}$$

$$\text{CR} = 25,840 \text{ usuarios al año.}$$

3.3.2.1.5. Localización.

Se consideran los siguientes aspectos para ubicar la cafetería.

- i. Localización del mercado de consumo: El mercado objetivo está en la ciudad de Apopa, y la instalación de la primera cafetería estará en la Avenida Quirino Chávez sur N° 57, Plaza San José.
- ii. Vías de acceso: que estarán señalizadas con la ayuda de banner dando referencia a la avenida principal conocida como Quirino Chávez que es muy popular dentro de la ciudad de Apopa.
- iii. Disponibilidad de energía eléctrica: en el lugar se cuenta con las instalaciones eléctricas adecuadas para el suministro a equipos e iluminación.

- iv. Disponibilidad de agua potable: se cuenta con los suministros adecuados para proporcionar el agua necesaria en el lugar.
- v. Emplazamiento: El espacio que será destinado a la cafetería permitirá que se coloque todo lo necesario para el inicio de las operaciones.

3.3.2.1.5.1. Macro localización.

El proyecto se desarrollará en los alrededores de las empresas y establecimiento dentro de la ciudad de Apopa, ya que se enfoca en los trabajadores y personas que transitan en la zona, ubicada en la Avenida Quirino Chávez sur N° 57, plaza San José, Apopa, departamento de San Salvador.

3.3.2.1.5.2. Micro localización.

La cafetería se ubicará en las instalaciones de una zona donde existen otros locales donde prestan los servicios de sala de belleza, veterinaria, productos de bazar y venta de ropa. Para ello tomaremos en cuenta algunos factores que se ponderan a continuación por medio del Método de ponderación de factores:

Los factores que inciden en la ubicación son los siguientes:

- Proximidad de la demanda
- Local visible
- Actividades complementarias.
- Facilidad de acceso

Los factores anteriores se ponderan homogéneamente debido a la disponibilidad de recursos con que se cuentan para llevar a cabo el proyecto.

Se consideran como posibles lugares para la instalación de la cafetería los siguientes:

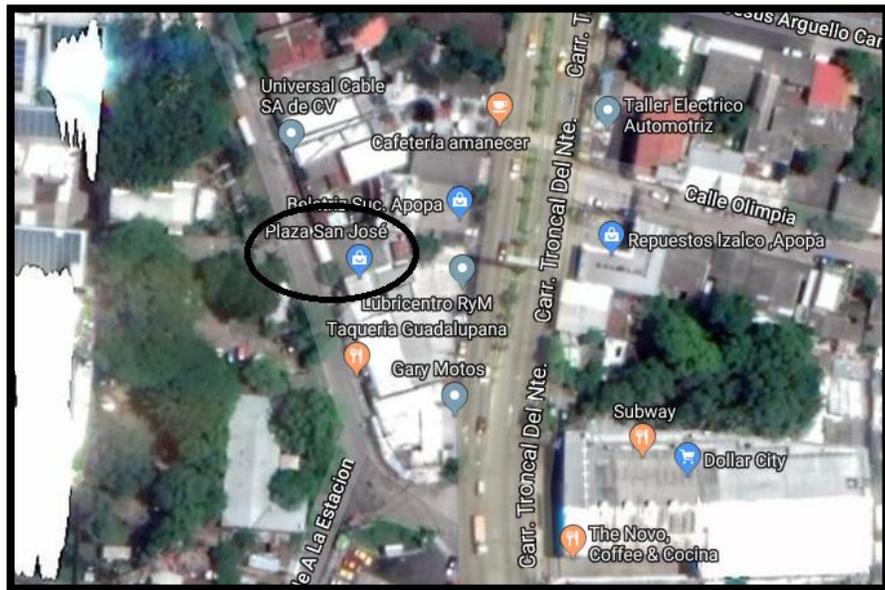
- Local Avenida Quirino Chávez sur N° 57 Plaza San José
- Centro comercial Apopa (Pericentro)
- Centro comercial Peri plaza Apopa.
- Casa Avenida Quirino Chávez 248 v2

Los parámetros de calificación son los siguientes:

- Excelente 3/3
- Bueno 2/3
- Regular 1/3

Cuadro N° 36 Método de ponderación de factores								
Alternativas	Proximidad de la demanda		Visibilidad del local		Facilidad de acceso		Actividades complementarias	
Local Avenida Quirino Chávez sur N° 57 plaza San José	2	17%	3	25%	3	25%	3	25%
Centro comercial Apopa (Pericentro)	1	8%	3	25%	2	17%	1	8%
Centro comercial Peri plaza Apopa.	2	17%	2	17%	1	8%	2	17%
Casa Avenida Quirino Chávez 248 v2	1	8%	1	8%	2	17%	1	8%

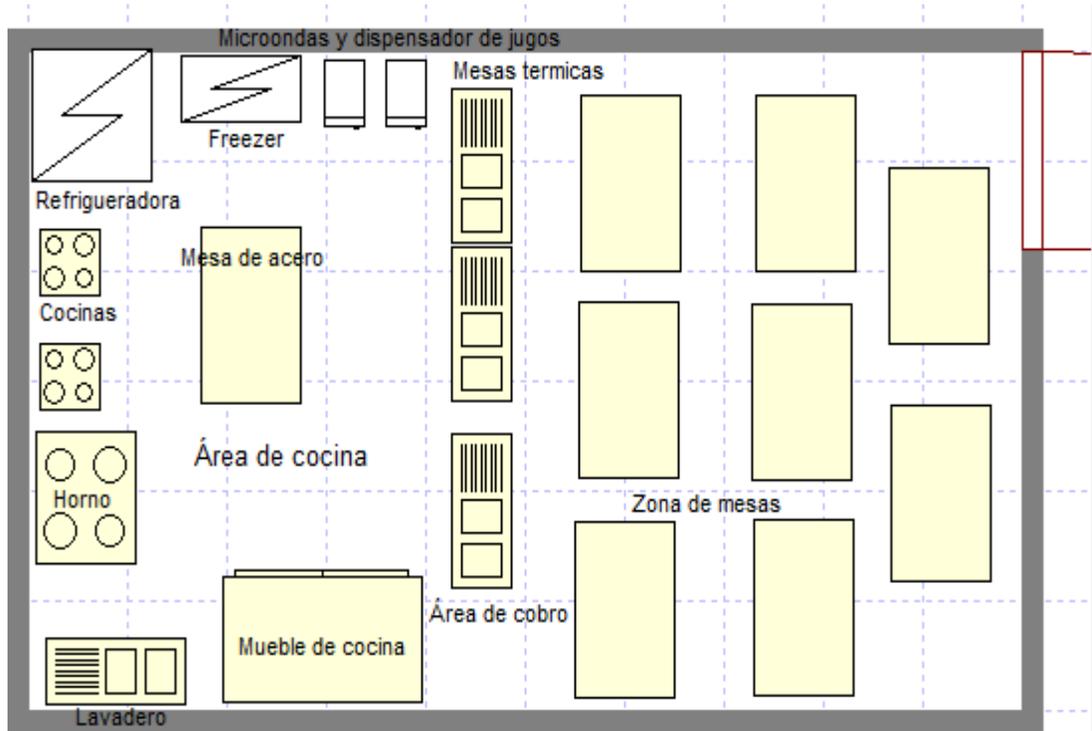
Por medio de este método se determinó que la alternativa que ofrece más ventaja para la ubicación de la cafetería es el local ubicado sobre la Avenida Quirino Chávez Sur N° 57, considerando que ya hay infraestructura que podrá ser destinada para su funcionamiento y acondicionamiento, además de la disponibilidad de los recursos como energía eléctrica, agua potable, servicio de teléfono e internet, disminuyendo de esta forma costos y gastos de construcciones o remodelaciones.



Esquema N° 1 nivel macro del local para instalar la cafetería.

3.3.2.1.5.3. Distribución de planta en la cafetería.

Esquema N°2



3.3.2.1.6. Ingeniería del proyecto.

3.3.2.1.6.1. Proceso para la prestación del servicio.

Se trata de una actividad continúa compuesta por una serie de operaciones en cada una de las etapas principales que son: recepción de alimentos, preparación de alimentos, verificación de existencias, a continuación, se define cada una de las etapas del proceso:

Descripción textual del proceso de servicio.

1. Recibir al cliente: Saludar amablemente.
2. Tomar la orden que solicita: Ofrecer los productos con los que actualmente se cuentan, precios, ingresar al sistema el pedido, cantidad de platos o productos que desea llevar el cliente.
3. Emisión de ticket: Entregar el ticket al cliente y verificar que quede una copia en la caja registradora.
4. Cancelación de ticket: Recibir y contar el dinero por parte del cliente, dar cambio si es necesario.
5. Selección de los alimentos solicitados: Tomar de la cocina térmica, bandejas, dispensadores, los alimentos que han solicitado y cancelado.
6. Inspección en proceso de platillos solicitados: Verificar que lo que se ha tomado, sea exactamente lo que el cliente desea: tipo de alimentos, cantidad, precios.
7. Verificar mesa limpia y en orden: Mantener limpio y seco las mesas donde harán uso los clientes.
8. Entregar al cliente sus alimentos: Entregarles los alimentos.
9. Registro de la operación: mantener actualizado las existencias de los productos, para evitar confusiones y/o errores.

Figura N° 1: Diagrama de bloques para el proceso de servicios en la cafetería.

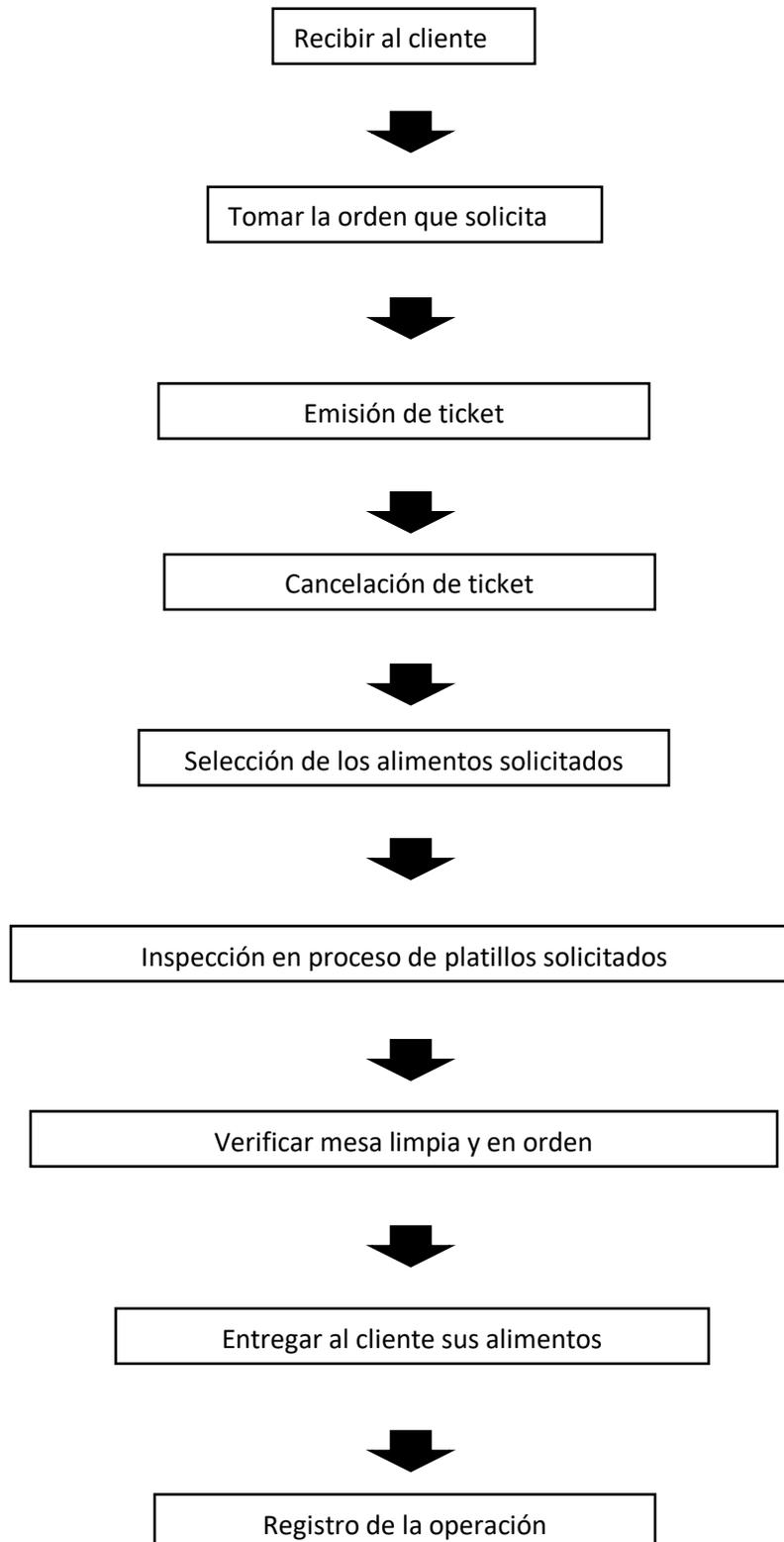
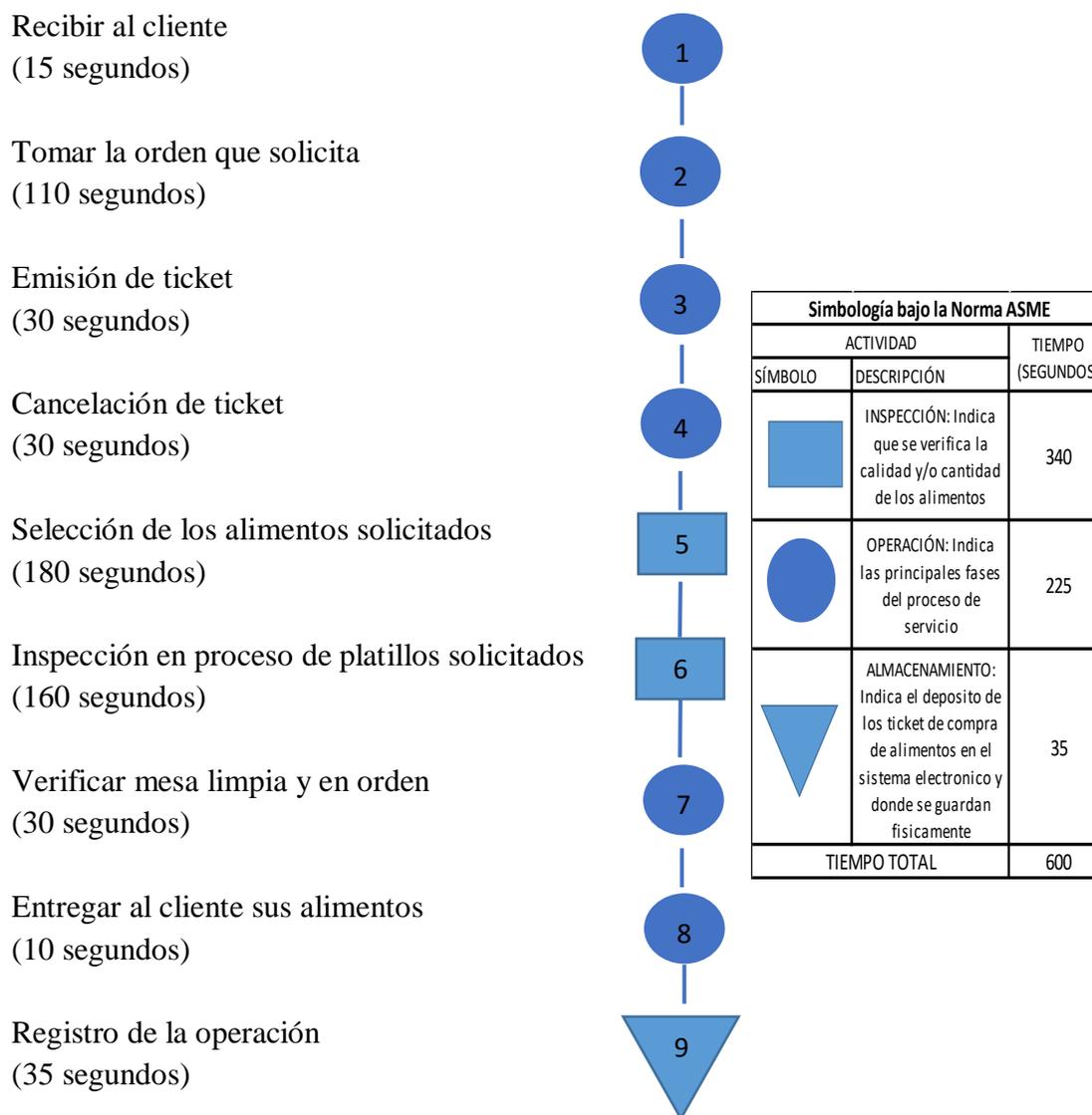


Figura N° 2: Diagrama de flujo para el proceso de servicio de cafetería.



Elaboración: Equipo de investigación.

**Cuadro N° 37: CURSOGRAMA ANALÍTICO DEL PROCESO DE SERVICIO
DE CAFETERÍA.**

Elaboración: Equipo de investigación.

Cuadro N° XX: CURSOGRAMA ANALÍTICO DEL PROCESO DE SERVICIO DE LA CAFETERÍA

Diagrama N° 1		HOJA N° 01 de 01		Resumen							
ACTIVIDAD: Proceso de servicio al usuario de la cafetería				Actividad		Actual	Propuesta	Economía			
Método		Actual	Preparado:	Operación			225				
Lugar: Av. Quirino Chavez Sur N° 57				Transporte							
Operario (a)		Ficha N°		Espera							
Elaborado por: equipo de investigación				Inpección			340				
Aprobado por:				Almacenaje			35				
Fecha: Diciembre de 2019				Distancia							
Tiempo (seg)											
N°	DESCRIPCIÓN			CANTIDAD	DISTANCIA	TIEMPO (SEG)	OPERACIÓN	TRANSPORTE	INSPECCIÓN	ALMACENAJE	OBSERVACIÓN
1	Saludo al cliente que solicita los servicios					15					
2	Tomar la orden que solicita el cliente					110					
3	Emisión de ticket					30					
4	Cancelación de ticket del cliente					30					
5	Selección de alimentos solicitados					180					
6	Inspección en proceso de platillos solicitados					160					
7	Verificar mesa limpia y en orden					30					
8	Entregar al cliente sus alimentos a la mesa					10					
9	Registro de la operación					35					

3.3.2.1.6.2. Requerimientos de mobiliario y equipo.

Para el proyecto es necesario que se considere la adquisición de mobiliario y equipo para el desarrollo de las operaciones tal y como se detallan a continuación:

Cuadro N° 38: Requerimiento de mobiliario y equipo.

DETALLE DE INSUMOS DE COCINA			
Requerimiento	Cantidad	Costo	Costo total
Sillas de plástico	53	\$ 17.69	\$ 937.57
Mesas de plástico	8	\$ 35.39	\$ 283.12
Mesas Térmicas	1	\$ 800.00	\$ 800.00
Refrigeradora	1	\$ 269.00	\$ 269.00
Tambos de Gas de 25 Lbr	3	\$ 25.00	\$ 75.00
Freezer	2	\$ 269.00	\$ 538.00
Mesa de Acero Inoxidable	1	\$ 45.00	\$ 45.00
Dispensador de bebidas eléctrico	1	\$ 787.61	\$ 787.61
Cubetas Medianas	6	\$ 3.25	\$ 19.50
Azafates	27	\$ 2.80	\$ 75.60
Mueble de cocina	1	\$ 339.00	\$ 339.00
Espumadero	2	\$ 3.82	\$ 7.64
Locker de Metal, con 4 casilleros	1	\$ 150.00	\$ 150.00
Bandejas Americanas	3	\$ 15.00	\$ 45.00
Jabas de Plastico	5	\$ 1.50	\$ 7.50
Sandwichera	1	\$ 450.00	\$ 450.00
Depositos Medianos	4	\$ 8.50	\$ 34.00
Bolsas Medianas	3	\$ 0.45	\$ 1.35
Depositos Grandes	3	\$ 10.00	\$ 30.00
Basurero de plástico	1	\$ 3.00	\$ 3.00
Plancha de Cocina	1	\$ 1,141.58	\$ 1,141.58
Cocina Grande	1	\$ 1,725.66	\$ 1,725.66
Cocina de Mesa	1	\$ 47.00	\$ 47.00
Ollas Medianas	3	\$ 32.00	\$ 96.00
Tablas Para Cortar Vegetales	4	\$ 9.56	\$ 38.24
Tapaderas Grande	5	\$ 9.19	\$ 45.95
Platos de melamina	56	\$ 0.60	\$ 33.60
Platos Soperos de melamina	32	\$ 0.80	\$ 25.60
Huacales Grandes de plástico	4	\$ 0.20	\$ 0.80
Huacales de Aluminio	5	\$ 1.00	\$ 5.00
Espatula Grande de teflón	7	\$ 1.90	\$ 13.30
Tenasas Medianas	8	\$ 2.70	\$ 21.60
Tenasas Grandes	3	\$ 5.25	\$ 15.75
Cuchara de Madera	5	\$ 2.00	\$ 10.00
Cuchara de Metal	3	\$ 2.25	\$ 6.75
Cucharones Grandes	3	\$ 3.10	\$ 9.30
Computadoras	1	\$ 299.00	\$ 299.00
Caja registradora	1	\$ 300.00	\$ 300.00
Juego de vasos variados 12 piezas	4	\$ 25.00	\$ 100.00
Vasos Medianos	30	\$ 0.60	\$ 18.00
Tasas Pequeñas	56	\$ 0.60	\$ 33.60
Chafing Medianos	5	\$ 50.00	\$ 250.00
Chafing Grande	12	\$ 125.00	\$ 1,500.00
Bols Grande Metal	1	\$ 5.00	\$ 5.00
Paquete de servilletas	50	\$ 0.55	\$ 27.50
Servilleteros de madera	8	\$ 4.50	\$ 36.00
Cubiertos de metal	75	\$ 1.25	\$ 93.75
Ralladores de acero inoxidable	2	\$ 3.60	\$ 7.20
Total			\$10,804.07

Elaboración: Equipo de investigación.

Los costos estimados son el resultado de las cotizaciones realizadas a varios proveedores (Ver anexo 4) y reflejan valores estimados para la inversión inicial del proyecto:

Descripción del mobiliario y equipo requerido:

1. Sillas: Silla de plástico marca Tramontina modelo No. 92021/10, en el cual se ubicarán los usuarios de la cafetería para consumir sus alimentos dentro de las instalaciones.
2. Mesas: De material plástico, un metro de alto con capacidad de hasta cuatro usuarios.
3. Mesa térmica: Mesa caliente de baño maría a gas, estructura o gabinete en A/Esmaltado, cubierta, vitrina y tina en A/nox.430-P4, vitrina con vidrio curvo R400, iluminación LED en anaquel, pasa bandejas de tubo aluminio de 1", taco nivelador de altura, en la cual se mantendrán calientes los alimentos procesados durante el día.
4. Refrigeradora: Refrigeradora de 10 pies, parrillas de cristal, Luz LED en el interior, cajón para legumbres y verduras.
5. Tambos de gas de 25 libras: Cilindros de gas con contenido hasta 25 lbs, con el cual funcionarán las cocinas en las cuales se prepararán los alimentos.
6. Freezer: de 205 L y 7 pies. Incluye puerta deslizante mantiene la temperatura y ahorro de energía; éste mantendrá los alimentos que necesiten congelación.
7. Mesa de acero inoxidable: de un metro de altura, en la cual se prepararán la mayoría de los alimentos.
8. Dispensador de bebidas eléctrico: dispensador de bebidas frías, doble, eléctrico, 5 galones policarbonato transparente, de acero inoxidable no gotea, espacio para el vaso, incluye rociador/spray, plástico paneles laterales y bandeja para goteo; el cual se utilizará para preparar y servir las bebidas.
9. Cubetas medianas: cubetas de plástico de capacidad de 2 litros, las cuales se utilizarán para diversos usos dentro de las instalaciones de la cafetería.
10. Azafates: bandejas de aluminio de 15x25 pulgadas para el transporte de alimentos.

11. Mueble de cocina: Mueble de cocina amplio de madera para el resguardo de equipo necesario en la preparación de alimentos.
12. Espumadero: Espumadero, 22.86cm (de) diámetro., redondo(s), 33.02cm manija/mango, alambre niquelado.
13. Locker de metal: Locker vertical de metal de tres metros de alto. para el resguardo de pertenencias de los empleados de la cafetería.
14. Jabas de plástico: jabas de plástico de 90cms de largo y 60cms de ancho para el transporte de frutas, verduras y otros alimentos.
15. Sandwichera: parrilla para emparedados, eléctrico(a)(s), (para) encimera, simple, 35.56cm x 22.86cm plano hierro fundido superficie de parrilla, parte superior con bisagras plato/placa; la cual se utilizará para la preparación de snacks tipo sándwich.
16. Depósitos medianos: depósitos de plástico medianos para usos varios.
17. Bolsas medianas: bolsas medianas de plástico para el transporte de desechos.
18. Depósitos grandes: depósitos de plástico grandes para usos varios.
19. Basurero: Basurero de plástico de 32 galones para la manipulación de desechos de la cafetería.
20. Plancha de cocina: Plancha de cocina de 36'' para la preparación de alimentos.
21. Cocina grande: Cocina 6 quemadores a gas, horno 36" vulcan para la preparación de alimentos.
22. Cocina de mesa: cocina pequeña de cuatro quemadores para la preparación de alimentos.
23. Ollas medianas: olla de 12 cuartos de galón., 25.4cm de diámetro. x 22.86cm de alto, redondo, sin tapa, borde reforzado y parte de abajo, .4763cm de grosor (4.0mm).
24. Tabla para cortar vegetales: Tabla para picar 12 x 18 color blanco.
25. Tapaderas grandes: tapa/cubierta, 27.7813cm de diámetro., para sartenes.
26. Platos normales y soperos: platos de melamina para el transporte y consumo de alimentos y sopas.

27. Huacales grandes y aluminio: guacales de tres galones de plástico y aluminio para el transporte de líquidos y otros materiales.
28. Espátulas grandes: espátulas de material teflón para la preparación de alimentos.
29. Tenazas medianas y grandes: tenazas de material de aluminio para la manipulación y preparación de alimentos.
30. Cucharas y cucharones de madera y metal: cucharas y cucharones de material de madera y metal para el consumo y manipulación de los alimentos.
31. Computadora: una computadora Asus modelo X540MA-GQ008T; con un disco duro de 500 GB y una memoria RAM de 4 GB.
32. Caja registradora: para el control de todo el dinero que ingresa y sale de la cafetería.
33. Chafing medianos y grandes: bandejas de material de aluminio utilizadas para mantener el calor de los alimentos preparados.
34. Servilleteros: de madera para colocar uno en cada mesa.
35. Cubiertos: de metal para el consumo de los alimentos.
36. Rayadores: de acero inoxidable para las preparaciones diversos platillos.

3.3.2.1.6.3. Requerimientos de inventario.

Para el funcionamiento básico de la cafetería durante el primer mes; basados en proyecciones hechas de oferta y demanda de ambos tiempos de comida (desayuno y almuerzos); el requerimiento mínimo de inventario para iniciar labores de la cafetería es:

Cuadro N° 39: Compra de inventario inicial.				
Cantidad	Unidad de medida	Producto	Precio Unitario	Precio total
100	Libra	de arroz blanco	\$ 0.54	\$ 54.00
100	Libra	de azucar	\$ 0.46	\$ 46.00
100	Libra	de platano maduro	\$ 0.49	\$ 49.00
100	Libra	de frijol de seda	\$ 0.60	\$ 60.00
100	Libra	de pollo pechuga	\$ 1.35	\$ 135.00
25	Libra	pollo entre pierna	\$ 1.00	\$ 25.00
10	Libra	sal yodada refinada	\$ 0.10	\$ 1.00
50	Libra	carne lomo de aguja res	\$ 4.50	\$ 225.00
50	Libra	chuleta de res brazuelo	\$ 2.80	\$ 140.00
20	Libra	Costilla de Res Riblet	\$ 2.20	\$ 44.00
25	Libra	chorizo dany especial	\$ 2.99	\$ 74.75
12	Cartones	huevo grande Catalana	\$ 5.39	\$ 64.68
20	Libra	jamon pavo dany	\$ 2.50	\$ 50.00
20	Paquete	margarina 5 barritas Mazola	\$ 0.99	\$ 19.80
12	Botella de 3000ml	aceite ideal 3000ml	\$ 6.50	\$ 78.00
100	Libra	maiz grano sin procesar	\$ 0.18	\$ 18.00
10	Paquete de 24 Unidades	Soda en lata coca	\$ 10.00	\$ 100.00
10	Paquete de 24 Unidades	Jugo de lata	\$ 8.65	\$ 86.50
8	Paquete de 6 unidades	soda 2.5 litros	\$ 8.50	\$ 68.00
10	Botella de 450 ml	Miel de Maple de La Familia	\$ 1.75	\$ 17.50
25	Libra	Café Coscafé	\$ 3.70	\$ 92.50
5	Galones	leche entera salud	\$ 5.09	\$ 25.45
50	Paquete de 1000 Gramos	Spaguetti Fama	\$ 0.33	\$ 16.50
20	Paquete de 2 libras	Pancake Aunt Jemima 2 Lb	\$ 2.05	\$ 41.00
20	Tiras de 12 Unidades	condimentos varios MC Cormic	\$ 1.35	\$ 27.00
		verduras y frutas varias		\$ 150.00
Total				\$ 1,708.68

3.3.2.1.6.4. Requerimientos del personal.

Perfiles del personal

Administrador de la cafetería

Funciones principales del administrador:

Manejo de paquetes de Microsoft Office.

Encargado de cortes de caja.

Venta y cobro de productos.

Controlar las funciones administrativas y financieras de la cafetería.

Asegurar y promover un servicio de calidad al cliente.

Realizar pedidos para la preparación de platillos luego que el auxiliar de cocina pase el listado correspondiente.

Hacer reportes de las ventas diarias.

Manejo de promociones/inventarios según método PEPS.

Supervisar la caducidad y calidad de los productos a utilizar en cada uno de los platillos.

Características indispensables

Bachillerato contador.

Mínimo dos años de experiencia en el puesto.

Sexo indiferente.

Condiciones laborales.

Salario \$600.00.

Disponibilidad inmediata.

Horario rotativo.

Prestaciones según ley.

Cocinero

Funciones principales del cocinero

Elaborará y terminará los platos específicos de la partida de la que es responsable poniendo esmero en la presentación y montaje.

Colaborará en la planificación de menús y cartas.

Controla y cuida de la conservación y aprovechamiento de los productos puestos a su disposición.

Realizará la preparación de platos utilizando técnicas idóneas.

Servir la comida en el plato de los clientes cuando el auxiliar de cocina se encuentre realizando otra de sus funciones.

Características indispensables

Técnico en gastronomía.

Mínimo un año de experiencia en el puesto.

Sexo indiferente.

Condiciones laborales.

Salario \$400.00.

Disponibilidad inmediata.

Horario rotativo.

Prestaciones según ley

Auxiliar de cocina.**Funciones principales del auxiliar de cocina.**

Apoyar al cocinero en la preparación de los diferentes platillos.

Mantener el área de trabajo limpia y ordenada.

Servir la comida en el plato de cada uno de los clientes.

Realizar listado de productos para que el administrador de la cafetería pueda realizar el pedido correspondiente.

Comprar los productos con los cuales no se cuenten con proveedores como carnes, pollo, verduras entre otros.

Suplir al administrador de la cafetería cuando él no pueda cobrar y atender a los clientes.

Características indispensables

Bachillerato contador.

Mínimo seis meses en puestos similares.

Sexo indiferente.

Condiciones laborales.

Salario \$400.00

Disponibilidad inmediata.

Horario rotativo.

Prestaciones según ley.

3.3.2.1.6.5. Determinación de los gastos de personal.

Para la determinación de los gastos generados tanto por los salarios al personal involucrado en la preparación de alimentos (cocineros) y al encargado y cajero como gasto administrativo.

Cuadro No. 40: Cálculo del salario del personal.

Puesto	Personal requerido	Salario	Renta	AFP Empleado	AFP Patrono	ISSS Empleado	ISSS Patrono	Salario a recibir	Costo mensual	Costo anual
Administrador de cafetería	1	\$ 600.00	\$ 24.32	\$ 43.50	\$ 46.50	\$ 18.00	\$ 45.00	\$ 514.18	\$ 691.50	\$ 8,298.00
Cocinero	1	\$ 400.00	\$ -	\$ 29.00	\$ 31.00	\$ 12.00	\$ 30.00	\$ 359.00	\$ 461.00	\$ 5,532.00
Auxiliar de cocina	1	\$ 400.00	\$ -	\$ 29.00	\$ 31.00	\$ 12.00	\$ 30.00	\$ 359.00	\$ 461.00	\$ 5,532.00
Total	3	\$ 1,400.00	\$ 24.32	\$ 101.50	\$ 108.50	\$ 42.00	\$ 105.00	\$ 1,232.18	\$ 1,613.50	\$ 19,362.00

Elaboración: Equipo de investigación.

Cuadro No. 41: Cálculo de las prestaciones al personal.

Puesto	Salario	Vacaciones	Aguinaldo	Total de prestaciones
Administrador de cafetería	\$ 600.00	\$ 390.00	\$ 300.00	\$ 690.00
Cocinero	\$ 400.00	\$ 260.00	\$ 200.00	\$ 460.00
Auxiliar de cocina	\$ 400.00	\$ 260.00	\$ 200.00	\$ 460.00
Total	\$ 1,400.00	\$ 910.00	\$ 700.00	\$ 1,610.00

Elaboración: Equipo de investigación.

3.3.2.1.6.6. Aspectos legales para el funcionamiento de una cafetería

Las cafeterías son establecimientos comerciales donde se sirven aperitivos y comidas, generalmente platos combinados, pero no menús o cartas. Principalmente se caracteriza por realizar el servicio en barra, y las posibilidades de consumir alimento son básicas. El servicio es rápido.

Para las cafeterías, no hay una Ley especializada o Autoridad Reguladora que las rijan en nuestro país como si lo hay con los Bancos (Ley de Bancos-Superintendencia del Sistema Financiero) y los establecimientos farmacéuticos (Ley de Medicamentos-Dirección Nacional de Medicamentos).

Con lo anterior, no queremos generar la idea de que las cafeterías son establecimientos para los cuales no hay Leyes, obligaciones o entidades con las que se deba cumplir para

garantizar seguridad e higiene para los clientes y el talento humano que en ella laboren. Pues es todo lo contrario, aún y cuando no exista una entidad administrativa y ley especializada que regule solo cafeterías, hay muchas leyes, reglamentos y normativas dispersas, con las cuales se deben cumplir, sino podría generar consecuencias económicas como multas, cierres temporales o definitivos del establecimiento y hasta consecuencias de carácter penal.

Base Legal

Los empleados y funcionarios públicos no tienen más facultades que los que la Ley establece, y para poder obligar a cumplimiento de ciertas exigencias es necesario que la Ley prevea qué es lo que se puede exigir, por lo que a continuación detallamos una lista de las normas jurídicas con las que una cafetería debe cumplir para su correcto y legal funcionamiento:

- i. Constitución de la Republica de El Salvador (Art. 65 el apartado que indica que el Estado determinará la política nacional de salud y controlará y supervisará su aplicación.)
- ii. Código de Salud de El Salvador (Normas técnicas de alimentos: trámites y requisitos a cumplir)
- iii. Código de Trabajo de El Salvador (Garantías y obligaciones para patrono y trabajadores)
- iv. Código de Comercio (Obligaciones de sujetos mercantiles)
- v. Código Municipal (Formularios y requisitos para la apertura de cafeterías)
- vi. Ley de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Área Metropolitana de San Salvador.

Medios de Información

De todas las Instituciones de gobierno, central, municipal o especializada, todas cuentan con ventanilla de atención, para los procesos de autorización de las cafeterías este año dos mil veinte los procesos que se realizan con el Centro Nacional de Registro y el Ministerio de Hacienda, se pueden realizar de forma meramente digital.

Trámite para la apertura de cafeterías:

Para el permiso de instalación y funcionamiento Sanitario para establecimientos Alimentarios, extendido por Unidades de Salud se necesita presentar los siguientes documentos ante El Ministerio de Salud:

- 1) Fotocopia de Documento Único de Identidad del representante legal o persona natural. En caso de extranjero, carné de residente.
- 2) Fotocopia de la Tarjeta de Identificación Tributaria de la empresa o persona natural.
- 3) Fotocopia de Escritura de Constitución de Sociedad o de modificación de ésta (aplica únicamente a personas jurídicas).
- 4) Certificados de salud de los manipuladores de alimentos, que incluya el examen general de heces, y otros análisis a criterio del médico que evalúa al manipulador.
- 5) Cuadruplicado del Mandamiento de pago cancelado.
- 6) Copia de autorización o calificación del lugar para ubicación del establecimiento otorgada por la autoridad competente para autorización de primera vez. Este requisito no aplica para comedores, pupuserías, taquerías, chalets y molinos de nixtamal.

Solicitud para renovar la autorización del establecimiento:

- 1) Fotocopia de Documento Único de Identidad (DUI) del representante legal o persona natural. En caso de extranjero, carné de residente.

- 2) Fotocopia de la Tarjeta de Identificación Tributaria de la empresa o persona natural.
- 3) Certificados de salud de los manipuladores de alimentos, que incluya el examen general de heces, y otros análisis a criterio del médico que evalúa al manipulador.
- 4) Cuadruplicado del Mandamiento de pago cancelado.

Procedimiento para la instalación de cafetería: El titular tiene que presentar carta de solicitud de Permiso Sanitario dirigida al Médico Director del Nivel Local del Área Geográfica de influencia a la cual pertenece el establecimiento de alimentos juntamente con todos los requisitos administrativos considerados en el Art. 105 de la “Norma Técnica de Alimentos”; incorporar a la solicitud el “capital social” del establecimiento; es decir, lo que se ha invertido en echar a andar el negocio de alimentos; obtener una calificación arriba del 90% en la Ficha de Calificación correspondiente; y cumplir con las recomendaciones higiénico sanitarias en el plazo otorgado por el delegado de Salud dentro del establecimiento en el acta de inspección respectiva.

3.3.3. ESTUDIO ADMINISTRATIVO.

ACEDISMO DE R. L. Ya cuenta con una filosofía organizacional bien definida, y a continuación se presenta la propuesta para la cafetería considerando los aspectos que son relevantes para el proyecto.

3.3.3.1. Filosofía Organizacional.

3.3.3.1.1. Misión

Ser una cafetería multiactiva que les brinda productos de la mejor calidad a todos nuestros clientes para satisfacer sus necesidades; en el cual buscamos ayudar a su salud y economía de nuestros clientes.

3.3.3.1.2. Visión.

Ser una cafetería con platillos y precios competitivos dentro de la ciudad de Apopa manteniendo una amplia oferta de platillos y un excelente servicio que generen satisfacción a nuestros clientes.

3.3.3.1.3. Objetivos.

Ampliar los servicios que actualmente brinda ACEDISMO DE R. L. por medio de la instalación de cafeterías en los alrededores de la ciudad de Apopa.

Diseñar estrategias promocionales para los servicios de cafetería, que atraigan a los trabajadores considerados como económicamente activos y así también a la población en general y crear una base de clientes fieles.

Asegurar la calidad del servicio a los clientes al momento que ellos utilicen los servicios de cafetería.

Ser un proyecto auto sostenible para la cooperativa y generar valor para toda la población en general que utilice los servicios de cafetería.

3.3.3.1.4. Valores

Honestidad: virtud que caracteriza a las personas por el respeto a las buenas costumbres, a los principios morales y a los bienes ajenos. Es la acción constante de evitar apropiarse de lo que no nos pertenece.

Transparencia: capacidad que tiene un ser humano para que los otros entiendan claramente sus motivaciones, intenciones y objetivos. Igualmente, la Transparencia se enfoca en llevar a cabo prácticas y métodos a la disposición pública, sin tener nada que ocultar.

Igualdad: es el trato idéntico o igual que se les brinda a las personas sin que medie ningún tipo de reparo por la raza, sexo, clase social u otra circunstancia.

Equidad: un valor que implica justicia e igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres respetando la pluralidad de la sociedad.

Respeto: es uno de los valores morales más importantes del ser humano, pues es fundamental para lograr una armoniosa interacción social. Una de las premisas más importantes sobre el respeto es que para ser respetado es necesario saber o aprender a respetar, a comprender al otro, a valorar sus intereses y necesidades.

3.3.3.1.5. Políticas

Las siguientes políticas están diseñadas para garantizar un funcionamiento adecuado de cafeterías:

Todos los integrantes de la empresa deben mantener un comportamiento ético.

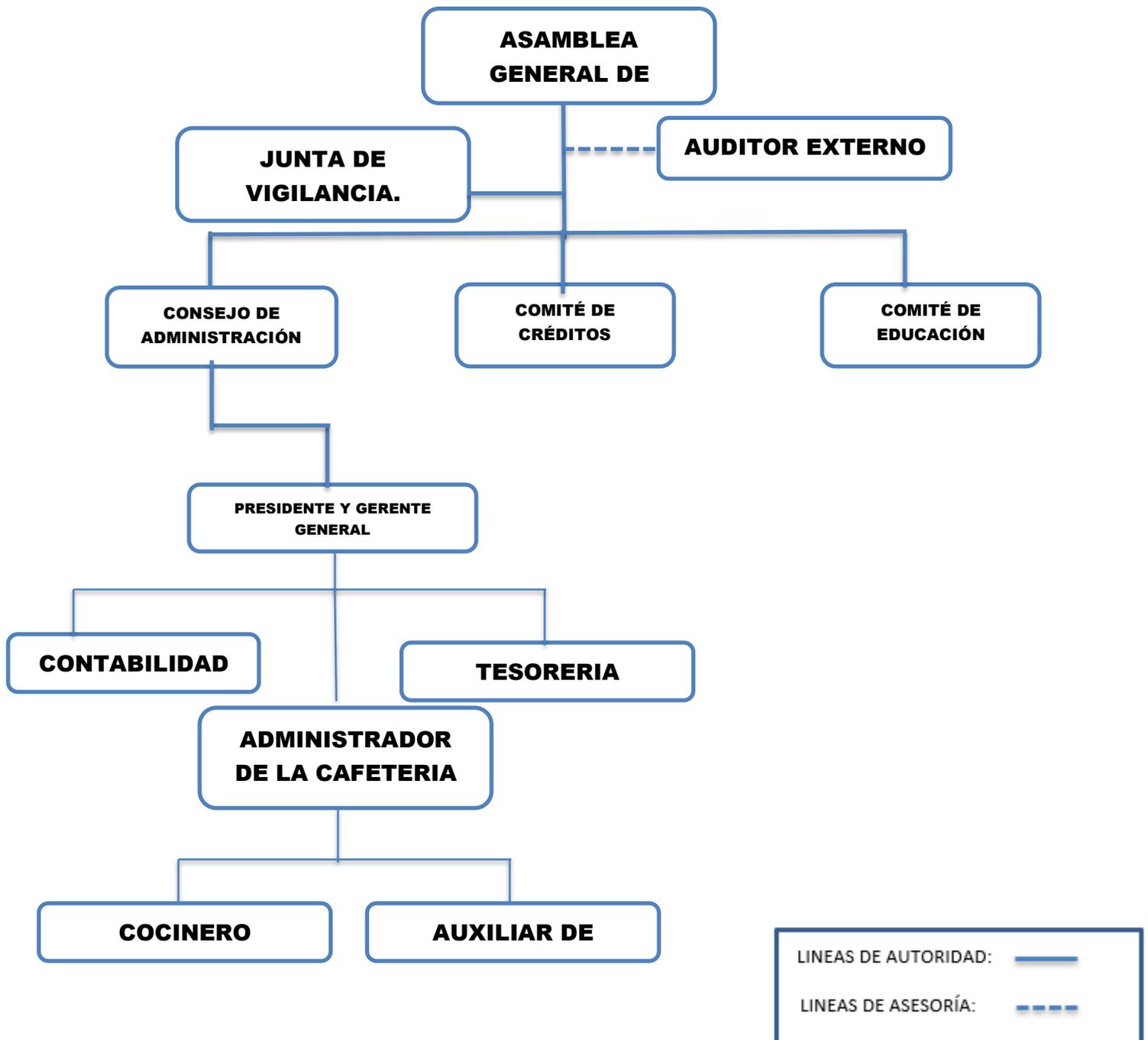
Los puestos de trabajo en la empresa son de carácter funcional; ningún trabajador podrá negarse a cumplir una actividad para la que esté debidamente capacitado impulsando el desarrollo.

Llevar a cabo un cuidadoso proceso de higiene en todas las áreas del local, muebles, equipo de trabajo y alimentos.

Alcanzar un servicio rápido y eficiente, siempre cuidando cada paso del proceso, los modales y comportamiento para con el cliente.

Brindar trato justo y esmerado a todos los clientes, en sus solicitudes y reclamos, acatando los procedimientos establecidos.

3.3.3.1.6. Organigrama de ACEDISMO DE R.L.



3.3.4. ESTUDIO ECONÓMICO

3.3.4.1. Inversión inicial

Para iniciar operaciones es necesario realizar una inversión inicial para la adquisición de activos y consignación de gastos que serán necesarios para la apertura de cafeterías externas.

Cuadro N° 42: Inversion inicial.		
Activo corriente		\$ 1,708.68
Compra de insumos de alimentos(1)	\$ 1,708.68	
Activo no corriente		\$ 10,804.07
Mobiliario y equipo	\$ 10,804.07	
Otros activos		\$ 700.00
Gastos de instalacion(2)	\$ 150.00	
Papeleria y utiles(3)	\$ 50.00	
dep.Arrendamiento de local	\$ 400.00	
Publicidad(4)	\$ 100.00	
Gastos Administrativos		\$ 1,813.50
Gastos legales	\$ 50.00	
Provision sueldos(5)	\$ 1,613.50	
Otros gastos administrativos(6)	\$ 150.00	
	Sub total	\$ 15,026.25
	Imprevistos(15%)	\$ 2,253.94
	Total de la inversion inicial	\$ 17,280.19

1) Para el primer año del proyecto la compra de insumos para la inversión inicial representa un inventario inicial capaz de soportar las primeras tres semanas de operaciones de la cafetería.

2) Los gastos de instalación se derivan de la puesta en marcha de todo el equipo de trabajo necesario, incluyendo cocinas, refrigeradora, freezer, etc; de igual forma, representan el acondicionamiento de la cafetería para recibir a los clientes potenciales.

3) La papelería y útiles será la compra de agendas, lapiceros, folders y demás herramientas necesarias para el buen funcionamiento de las operaciones dentro de las instalaciones.

4) Se estima que la publicidad y promoción será prioridad durante los primeros meses para lograr posicionar a la cafetería en la mente de las personas, por lo que se asignan \$100.00 mensuales destinados a la elaboración de carteles publicitarios colocados en zonas estratégicas para atraer el público objetivo de la cafetería; así como folletos publicitarios.

5) El cálculo de la provisión de salario comprende un periodo inicial.

3.3.4.2. Capital de trabajo

Para determinar el capital de trabajo se utilizó el método del periodo de desfase que permite calcular la inversión en capital de trabajo como la cantidad de recursos necesarios para financiar los costos de operación desde que se inician los desembolsos hasta que se recuperan.

El ciclo comercial tiene el siguiente comportamiento: se solicitan los productos a los proveedores y tendrán 5 días hábiles para realizar las entregas desde el día que se realiza el pedido, previendo que la comercialización tomara 30 días en ventas al contado.

A continuación, se detalla cómo es obtenido el capital de trabajo, a través del método de desfase.

$$CT = \frac{Ca}{365} * nd$$

Dónde:

CT= capital de trabajo.

Ca= Costo Anual

Nd= Número de días de desfase.

Aplicando la formula se obtiene:

$$CT = \frac{\$25,374.58}{365} * 30$$

$$CT = 69.5193863 * 30$$

$$CT = \$ 2,085.58$$

3.3.4.3. Gastos de operación.

A continuación, se detallan los gastos en que debe incurrirse para la puesta en marcha del proyecto:

3.3.4.3.1. Gastos de ventas.

De acuerdo a los requerimientos del establecimiento el personal se requerirá cubrir: el salario de un auxiliar de cocina; además de sus prestaciones laborales, así como una cantidad mensual destinada para la publicidad y promoción según lo detallado en el estudio de mercado.

Cuadro No° 43: Presupuesto de gasto de venta					
Concepto	2020	2021	2022	2023	2024
Sueldos	\$ 5,532.00	\$ 5,532.00	\$ 5,532.00	\$ 5,532.00	\$ 5,532.00
Prestaciones laborales	\$ 460.00	\$ 460.00	\$ 460.00	\$ 460.00	\$ 460.00
Publicidad y promoción	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00
Total	\$ 6,292.00				

Elaboración: Equipo de investigación.

3.3.4.3.2. Gastos de administración.

Los gastos de administración abarcan el pago del administrador de la cafetería y el auxiliar de cocina, de acuerdo a los requerimientos del personal, así como gastos de sus prestaciones laborales, energía eléctrica, agua potable, arrendamiento del local, y papelería y útiles para las operaciones. El valor proyectado de energía eléctrica es el aporte

que realizará la cafetería por consumo de los aparatos eléctricos como computadora; el aumento de este monto dependerá en gran medida del cuidado del personal a cargo.

Cuadro No° 44: Presupuesto de gastos de administración					
Concepto	2020	2021	2022	2023	2024
Encargado de cafetería	\$ 8,298.00	\$ 8,298.00	\$ 8,298.00	\$ 8,298.00	\$ 8,298.00
Prestaciones laborales	\$ 690.00	\$ 690.00	\$ 690.00	\$ 690.00	\$ 690.00
Energía Electrica	\$ 120.00	\$ 121.20	\$ 122.41	\$ 123.64	\$ 124.87
Agua potable	\$ 60.00	\$ 60.60	\$ 61.21	\$ 61.82	\$ 62.44
Arrendamiento	\$ 4,800.00	\$ 4,800.00	\$ 4,800.00	\$ 4,800.00	\$ 4,800.00
Papelería y utiles	\$ 300.00	\$ 303.00	\$ 306.03	\$ 309.09	\$ 312.18
Total	\$ 14,268.00	\$ 14,272.80	\$ 14,277.65	\$ 14,282.54	\$ 14,287.49

Elaboración: Equipo de investigación.

Como consecuencia de estos cálculos, los gastos operativos totales del proyecto se fijaron de la siguiente manera:

Cuadro No° 45: Presupuesto de gastos operativos					
	2020	2021	2022	2023	2024
Gastos de Venta	\$ 6,292.00				
Gastos de administración	\$ 14,268.00	\$ 14,272.80	\$ 14,277.65	\$ 14,282.54	\$ 14,287.49
Total	\$ 20,560.00	\$ 20,564.80	\$ 20,569.65	\$ 20,574.54	\$ 20,579.49

Elaboración: Equipo de investigación.

3.3.4.4. Determinación de los costos de venta.

La determinación de los costos de venta totales del proyecto se calculó en base a las compras mensuales totales asociadas por materiales directos utilizados como materia prima para la elaboración de los platillos a servir (Ver anexo 6), el sueldo del cocinero involucrado en la preparación y los costos indirectos de fabricación del proyecto tales como energía eléctrica consumida, agua potable utilizada y mantenimiento de los equipos utilizados para la preparación de los platillos.

Cuadro N° 46: Presupuesto de Costo de venta					
Concepto	2020	2021	2022	2023	2024
MATERIAL DIRECTO	\$ 25,374.58	\$ 26,135.81	\$ 26,919.89	\$ 27,727.48	\$ 28,559.31
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 5,992.00	\$ 5,992.00	\$ 5,992.00	\$ 5,992.00	\$ 5,992.00
<i>Sueldos</i>	\$ 5,532.00	\$ 5,532.00	\$ 5,532.00	\$ 5,532.00	\$ 5,532.00
<i>Prestaciones</i>	\$ 460.00	\$ 460.00	\$ 460.00	\$ 460.00	\$ 460.00
CIF	\$ 1,710.00	\$ 1,756.80	\$ 1,805.00	\$ 1,854.65	\$ 1,905.79
<i>Agua potable</i>	\$ 360.00	\$ 370.80	\$ 381.92	\$ 393.38	\$ 405.18
<i>Mantenimiento de maquinaria</i>	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00
<i>Energía eléctrica</i>	\$ 1,200.00	\$ 1,236.00	\$ 1,273.08	\$ 1,311.27	\$ 1,350.61
Total	\$ 33,076.58	\$ 33,884.61	\$ 34,716.89	\$ 35,574.14	\$ 36,457.10

Elaboración: Equipo de investigación.

3.3.4.5. Determinación de la depreciación anual.

A continuación, se presenta la depreciación del mobiliario y equipo adquirido para el funcionamiento del proyecto en el cual, según la ley, se considera una vida útil de dos años para cada uno:

Cuadro N° 47: Depreciación de mobiliario y equipo					
Requerimiento	Cantidad	Costo unitario	Costo Total	Vida Util (Años)	Depreciación
Sillas de plástico	53	\$ 17.69	\$ 937.57	2	\$ 468.79
Mesas de plástico	8	\$ 35.39	\$ 283.12	2	\$ 141.56
Mesas Térmicas	1	\$ 800.00	\$ 800.00	2	\$ 400.00
Refrigeradora	1	\$ 269.00	\$ 269.00	2	\$ 134.50
Freezer	2	\$ 269.00	\$ 538.00	2	\$ 269.00
Mesa de Acero Inoxidable	1	\$ 45.00	\$ 45.00	2	\$ 22.50
Dispensador de bebidas eléctrico	1	\$ 787.61	\$ 787.61	2	\$ 393.81
Mueble de cocina	1	\$ 339.00	\$ 339.00	2	\$ 169.50
Espumadero	2	\$ 3.82	\$ 7.64	2	\$ 3.82
Locker de Metal, con 4 casilleros	1	\$ 150.00	\$ 150.00	2	\$ 75.00
Sandwichera	1	\$ 450.00	\$ 450.00	2	\$ 225.00
Depositos Grandes	3	\$ 10.00	\$ 30.00	2	\$ 15.00
Plancha de Cocina	1	\$ 1,141.58	\$ 1,141.58	2	\$ 570.79
Cocina Grande	1	\$ 1,725.66	\$ 1,725.66	2	\$ 862.83
Cocina de Mesa	1	\$ 47.00	\$ 47.00	2	\$ 23.50
Caja registradora	1	\$ 300.00	\$ 300.00	2	\$ 150.00
Computadoras	1	\$ 299.00	\$ 299.00	2	\$ 149.50
Monto Total		\$ 6,689.75	\$ 8,150.18		\$ 4,075.09

Elaboración: Equipo de investigación.

3.3.4.6. Fuentes de financiamiento.

Con la finalidad de la puesta en marcha del proyecto, se ha considerado la opción de un financiamiento de parte de los asociados mediante una aportación especial en la cual se desea obtener un 10% de retorno al final de los primeros cinco años del proyecto; de acuerdo a esto, se calcularon los intereses, así como la cuota anual con la cual se amortizaría la deuda:

CÁLCULO DE INTERES POR FINANCIAMIENTO		$A = p \left[\frac{i(1+i)^n}{(1+i)^n - 1} \right]$	
TASA DE INTERES EFECTIVA			10.00%
NÚMERO DE AÑOS			5
PRÉSTAMO		\$	17,280.19
ASOCIADOS	\$	17,280.19	$\left[\frac{10\%(1+10\%)^5}{(1+10\%)^5 - 1} \right]$
ASOCIADOS	\$	17,280.19	$\left[\frac{0.161051}{0.61051} \right]$
ASOCIADOS	\$	17,280.19	$\left[0.263797481 \right]$
ASOCIADOS	=	\$	4,558.47

Cuadro N° 48: Tabla de pago de la deuda				
Año	Interés	Anualidad	Pago a capital	Deuda después de pago
				\$ 17,280.19
2020	\$ 1,728.02	\$ 4,558.47	\$ 2,830.45	\$ 14,449.74
2021	\$ 1,444.97	\$ 4,558.47	\$ 3,113.50	\$ 11,336.24
2022	\$ 1,133.62	\$ 4,558.47	\$ 3,424.85	\$ 7,911.39
2023	\$ 791.14	\$ 4,558.47	\$ 3,767.33	\$ 4,144.06
2024	\$ 414.41	\$ 4,558.47	\$ 4,144.06	\$ 0.00

Elaboración: Equipo de investigación.

3.3.4.7. Ingresos proyectados por ventas.

La proyección de ingresos de la cafetería se calculó basado en la demanda proyectada (Ver cuadro N° 35); sobre el cual se aplicó el porcentaje total tanto para los desayunos y almuerzos los cuales se servirán diariamente. El precio que se utilizó sobre esta demanda para el cálculo de los ingresos, fue el monto promedio fijado para los desayunos de \$1.50 y \$2.50 para los almuerzos.

Cuadro N° 49: Proyección de ingresos por venta			
Año	Almuerzos	Desayunos	Total
2020	\$ 46,077.50	\$ 27,646.50	\$73,724.00
2021	\$ 46,602.50	\$ 27,961.50	\$74,564.00
2022	\$ 47,127.50	\$ 28,276.50	\$75,404.00
2023	\$ 47,655.00	\$ 28,593.00	\$76,248.00
2024	\$ 48,180.00	\$ 28,908.00	\$77,088.00

Elaboración: Equipo de investigación.

3.3.4.8. Flujos de efectivo proyectados.

A continuación, se presentan los flujos de efectivo proyectados desde el año 2020 al 2024; en el cual se han utilizado los datos de los anteriores apartados para el cálculo de los flujos netos de efectivos de los años en los cuales estará comprendido el proyecto.

Cuadro N° 50: Flujo de efectivo proyectado con financiamiento.						
Cuenta	Periodo					
	0	2020	2021	2022	2023	2024
Ingresos por ventas		\$73,724.00	\$74,564.00	\$75,404.00	\$76,248.00	\$77,088.00
(-) Compras		\$25,374.58	\$26,135.81	\$26,919.89	\$27,727.48	\$28,559.31
(-) Mano de obra directa		\$ 5,992.00	\$ 5,992.00	\$ 5,992.00	\$ 5,992.00	\$ 5,992.00
(-) Costos indirectos de fabricación		\$ 1,710.00	\$ 1,756.80	\$ 1,805.00	\$ 1,854.65	\$ 1,905.79
Utilidad Bruta		\$40,647.42	\$40,679.39	\$40,687.11	\$40,673.86	\$40,630.90
(-) Gastos Operativos		\$20,560.00	\$20,564.80	\$20,569.65	\$20,574.54	\$20,579.49
(-) Gastos Financieros		\$ 1,728.02	\$ 1,444.97	\$ 1,133.62	\$ 791.14	\$ 414.41
(-) Depreciación		\$ 4,075.09	\$ 4,075.09	\$ -	\$ -	\$ -
Excedentes Netos		\$14,284.32	\$14,594.52	\$18,983.84	\$19,308.18	\$19,637.00
(+) Partidas no monetarias		\$ 4,075.09	\$ 4,075.09	\$ -	\$ -	\$ -
Flujo de Efectivo Libre		\$18,359.41	\$18,669.61	\$18,983.84	\$19,308.18	\$19,637.00
(-) Variación del Capital de trabajo	-\$ 2,085.58					
Inversión Inicial	-\$17,280.19					
Flujo de Efectivo neto (FEN)	-\$19,365.77					

Elaboración: Equipo de investigación.

3.3.5. EVALUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA.

Una vez determinado todos los flujos de efectivo de la cafetería dentro de los cinco años del proyecto; la rentabilidad del proyecto puede ser establecida a través de diversos métodos con los cuales se puede determinar la información necesaria para tomar decisiones claras y efectivas respecto a la apertura de la cafetería de ACEDISMO de R.L.

3.3.5.1. Estado de resultado proyectado.

Con el fin de determinar el nivel de excedentes que el proyecto puede generar, se estructuró un estado de resultado proyectado para los cinco años bajo estudio.

Cuadro N° 51: Estado de resultados proyectado.					
Cuenta	Año				
	2020	2021	2022	2023	2024
Ingresos	\$ 73,724.00	\$ 74,564.00	\$ 75,404.00	\$ 76,248.00	\$ 77,088.00
(-) Costo de venta	\$ 33,076.58	\$ 33,884.61	\$ 34,716.89	\$ 35,574.14	\$ 36,457.10
Excedentes brutos	\$ 40,647.42	\$ 40,679.39	\$ 40,687.11	\$ 40,673.86	\$ 40,630.90
(-) Gastos operativos	\$ 20,560.00	\$ 20,564.80	\$ 20,569.65	\$ 20,574.54	\$ 20,579.49
(-) Gastos financieros	\$ 1,728.02	\$ 1,444.97	\$ 1,133.62	\$ 791.14	\$ 414.41
(-) Depreciación	\$ 4,075.09	\$ 4,075.09			
Excedentes antes de reserva legal	\$ 16,012.33	\$ 16,039.50	\$ 20,117.46	\$ 20,099.32	\$ 20,051.41
(-) Reserva Legal (7%)	\$ 1,120.86	\$ 1,122.76	\$ 1,408.22	\$ 1,406.95	\$ 1,403.60
Excedente disponible del ejercicio	\$ 14,891.47	\$ 14,916.73	\$ 18,709.24	\$ 18,692.36	\$ 18,647.81

Elaboración: Equipo de investigación.

3.3.5.1.1. Margen bruto de excedentes.

El margen bruto de excedentes permitió relacionar los ingresos totales contra los costos totales del proyecto. Los cálculos para el primer año de funcionamiento son:

$$\text{Excedente bruto} = \text{Ingresos totales} - \text{Costos}$$

$$\text{Excedente bruto} = \$73,724.00 - \$43,680.58$$

$$\text{Excedente bruto} = \$30,043.42.$$

El margen de excedentes entonces representa aproximadamente un 60% en promedio en los cinco años proyectados; lo cual es un punto a favor que representa una entrada de fondos en efectivo los cuales se utilizarán a conveniencia por parte de los directivos de la cooperativa y sus asociados.

3.3.5.1.2. Margen neto de excedentes

$$MNU = \frac{\text{Excedente bruto} - \text{Gastos} - \text{Reserva} - \text{Impuestos}}{\text{Ingresos totales}} * 100$$

Bajo los cálculos efectuados durante los cinco años en estudio; el margen neto representa un 22% en promedio; lo que indica que por cada \$100 invertidos, \$22.00 representan un excedente después de pagar todos los costos relacionados al proyecto.

3.3.5.2. Tasa mínima aceptable de rendimiento.

La tasa mínima aceptable de rendimiento se define como la tasa mínima que el proyecto debería recuperar de rendimiento para que el proyecto sea aceptado; de lo contrario, cualquier proyecto que no cumpla con esta condición deberá ser rechazado.

Se calcula mediante la siguiente formula:

$$TMAR = \text{Tasa de inflación } (i) + \text{Premio al riesgo } (f) + if$$

Para el cálculo del proyecto, la tasa de inflación que se tomó fue de 2% en base a los datos tomados del portal virtual del Banco Central de Reserva en los años 2018 y 2019. De igual

forma, el premio al riesgo se tomó basándose en dos criterios; la competencia ya establecida dentro de la ciudad de Apopa y la demanda de parte del sector laboral. Por tanto, se determina un premio al riesgo del 15% dejando el cálculo de la tasa mínima aceptable de rendimiento de la siguiente manera:

$$TAMR = 2\% + 15\% + (0\%*15\%)$$

$$TAMR = 17\%$$

3.3.5.3. Valor actual neto

El valor actual neto se aplicó para determinar los flujos netos de efectivo descontados para poder evaluar el valor del proyecto en el tiempo según la siguiente formula:

$$VPN = -P + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5 + VS}{(1+i)^5}$$

Quedando de la siguiente manera:

Cuadro N° 52: Calculo del Valor actual neto.		
AÑO	FLUJO NETO	VAN
0	-\$ 19,365.77	0
1	\$ 18,359.41	\$15,732.14
2	\$ 18,669.61	\$13,708.62
3	\$ 18,983.84	\$11,944.59
4	\$ 19,308.18	\$10,410.17
5	\$ 19,637.00	\$9,072.37
Valor actual neto del proyecto		\$ 41,502.12

Elaboración: Equipo de investigación.

Se tomó la tasa mínima aceptable de rendimiento para el cálculo; dando un resultado de \$41,502.12, lo cual es aceptable para el proyecto ya que este genera un rendimiento positivo tomando en cuenta el valor del dinero en el tiempo; por lo cual el proyecto es rentable tomando en cuenta su valor actual neto.

3.3.5.4. Tasa interna de rendimiento (TIR).

Para el cálculo de la tasa interna de retorno se tomaron dos tasas distintas de descuento las cuales den como resultado un valor actual neto positivo cercano a cero y un valor actual neto negativo igual cercano a cero; siendo estas dos tasas 91% y 93%.

Cuadro N° 53: Calculo del valor actual neto			
AÑO	FLUJO NETO	VAN +	VAN -
0	-\$ 19,365.77	0	0
1	\$ 18,359.41	\$9,612.25	\$9,512.65
2	\$ 18,669.61	\$5,117.63	\$5,012.11
3	\$ 18,983.84	\$2,724.48	\$2,640.66
4	\$ 19,308.18	\$1,450.80	\$1,391.59
5	\$ 19,637.00	\$772.52	\$733.31
Valor actual neto		\$311.91	-\$75.45

Elaboración: Equipo de investigación.

El cálculo de la tasa interna de retorno sería:

$$TIR = 91 + \frac{311.91(93 - 91)}{311.91 - (-75.45)}$$

$$TIR = 92.61\%$$

El cálculo de la tasa interna de retorno puede ser comprobado mediante el método de interpolación:

Interpolación

$$\begin{array}{l} 93\% = \$311.91 \\ TIR = 0 \\ 93\% = (\$75.45) \end{array}$$

$$\frac{91 - TIR}{91 - 93} = \frac{(311.91 - 0)}{(311.91 - (-75.45))}$$

$$TIR = - \left(\frac{311.91}{(311.91 + 75.45)} \right) (91 - 93) + 91$$

$$TIR = 92.61\%$$

El proyecto, de esta manera, es rentable y puede ser aceptado; ya que la tasa interna de retorno superó la tasa mínima aceptable de rendimiento, lo cual implica que, según este análisis, el proyecto generará los ingresos esperados para el inversor.

3.3.5.5. Relación beneficio costo.

La relación beneficio costo aporta un punto importante en la evaluación del proyecto de cafetería; siendo un punto importante para determinar la relación que tienen los beneficios totales del proyecto sobre los costos totales de éste; y de esta manera determinar la proporción de los costos sobre los beneficios y viceversa.

El primer paso fue determinar los valores presentes totales tanto de los beneficios como de los costos:

Cuadro N° 54: Proyección de relación beneficio costo.							
	0	1	2	3	4	5	Total
Beneficios	\$ -	\$ 73,724.00	\$ 74,564.00	\$ 75,404.00	\$ 76,248.00	\$ 77,088.00	\$377,028.00
Costos	\$19,365.77	\$ 55,364.59	\$ 55,894.39	\$ 56,420.16	\$ 56,939.82	\$ 57,451.00	\$301,435.74

Elaboración: Equipo de investigación.

Utilizando la fórmula:

$$\text{Beneficio costo} = \frac{\frac{Bi}{(1+i)^n}}{\frac{Ci}{(1+i)^n}}$$

Dónde:

B_i = Valor de los beneficios

C_i = Egresos

i = Tasa de descuento (17%)

n = períodos en estudio.

Como criterios principales, se considera que una relación costo beneficio debe ser mayor a cero; esto indicaría que por cada dólar de costos se genera más de un dólar de beneficios. Al aplicar dicha formula el cálculo de la relación costo beneficio quedaría de la siguiente forma:

$$\frac{B}{C} = \frac{\frac{\$377,028.00}{(1 + 0.17)^5}}{\frac{\$301,435.74}{(1 + 0.17)^5}}$$

$$\frac{B}{C} = \frac{171966.6755}{137488.2007}$$

$$\frac{B}{C} = 1.25$$

Indicando esto que, por cada dólar invertido, el proyecto generará \$0.25 de beneficios netos para el inversor, pudiendo de esta manera ser ejecutado el proyecto en base a los diferentes métodos expuestos anteriormente para su evaluación.

3.4. Evaluación del impacto ambiental y social.

3.4.1. Impacto ambiental.

Se avaluó que la localización de las cafeterías externas no altere ni perjudique el entorno ecológico; el manejo de los productos no generará desechos tóxicos ya que por su caducidad se mantendrá un cuidado especial por los alimentos y estos no son considerados dañinos para la sociedad; estarán ubicados en la zona urbana donde ya se hace uso de agua y luz eléctrica por esta razón no implica un mayor impacto en el entorno.

Por lo anterior la instalación de cafeterías no representa un impacto ambiental ya que no se generan desechos considerados como tóxicos por el cuidado del personal al llevar un control de caducidad de los alimentos por considerarse productos perecederos.

3.4.2. Impacto social.

Se considera beneficiar a toda la población económicamente activa de la ciudad de Apopa con lugares donde podrán disfrutar de un ambiente seguro, limpio y donde encontrarán alimentos a un bajo costo y preparados con la higiene de la cual carecen los pocos establecimientos que se encuentran en la zona.

Además, se busca generar fondos propios que permitirán ampliar el proyecto mediante la apertura de más cafeterías; los estudios se hicieron basados en un prototipo tomando en cuenta los costos, gastos y seguridad de la ciudad de Apopa.

3.5. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN

3.5.1. Objetivo.

Establecer las actividades que permitirán la ejecución del proyecto de apertura de la cafetería en la plaza San José de la ciudad de Apopa.

3.5.2. Etapas de aplicación del plan.

3.5.2.1. Presentación

El estudio será presentado al consejo de administración para su evaluación y observaciones, para que posteriormente se coordine la presentación de los resultados ante las autoridades para su consideración, así como a la asamblea general de asociados quienes darán el aval final de la puesta en marcha del proyecto.

3.5.2.2. Análisis, difusión y aprobación.

Realizada la revisión, observación y análisis del estudio, se procedería a presentar los resultados y propuestas ante los miembros de la asamblea general para proceder su dictamen a la implementación o corrección.

3.5.3.3. Ejecución

Para implementar la apertura de las cafeterías en la plaza San José es necesario contar con los siguientes recursos:

3.5.3.3.1. Recursos humanos.

Se contratará a un administrador para supervisar la cafetería que también se encargará del trato directo con el cliente; además del auxiliar de cocina que se encargará de servir la comida a los clientes y de ayudar al cocinero en la preparación de los alimentos; y el cocinero se encargará de la elaboración de los platillos para los clientes. Haciendo esto un total de \$19,362.00 anuales (Ver cuadro N° 40).

3.5.3.3.2. Recursos materiales.

Se necesita la adquisición de los productos de acuerdo con un cuadro interno para la elaboración de platillos.

Es importante para la compra de productos perecederos que se realice un sondeo para identificar cuales tendrán una mayor rotación y tener un plan estratégico para la compra de los mismos.

Se debe realizar el acondicionamiento del local para que cuente con el adecuado suministro de energía eléctrica y agua potable además de los suministros para la limpieza de los utensilios y del mismo lugar. Los recursos materiales que estarán en constante rotación durante el tiempo de funcionamiento de la cafetería serán comprados mensualmente según presupuesto de compras (Ver anexo 6).

3.5.3.3. Recursos técnicos.

La infraestructura del local, mobiliario y equipo de oficina para el desarrollo de las actividades del encargado y cajero, estantería para los productos, equipo de refrigeración y área de almacenamiento para el resguardo de los productos. El total de todos los recursos técnicos necesarios para el funcionamiento de la cafetería asciende a \$10,804.07 (Ver cuadro No. 38).

3.5.3.4. Recursos financieros.

Los fondos serán obtenidos por medio de una de las propuestas expuestas en el estudio por lo que el financiamiento interno estará constituido por capital propio de la asociación, así como una aportación extra por parte de los asociados; el total de fondos necesarios para la ejecución del proyecto asciende a \$17, 280.19. (Ver cuadro No. 42).

3.5.3.4. Evaluación

Se deberá verificar que los resultados cumplan con las especificaciones establecidas y corregir cuando sea pertinente para superar las deficiencias encontradas.

3.5.3.5. Cronograma de actividades del plan de implementación.

Cuadro N° 55

No.	Actividad	Año 2021																				Responsable
		Mes 1				Mes 2				Mes 3				Mes 4				Mes 5				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1	Presentación	■	■																			Equipo de investigación
1.1	Presentación de propuesta al consejo de administración	■																				Equipo de investigación
1.2	Presentación de propuesta a la asamblea general de asociados		■																			Equipo de investigación
2	Análisis y difusión del proyecto			■	■																	Presidente, tesorero y Junta de vigilancia de ACEDISMO
2.1	Análisis de costos del proyecto			■	■																	Presidente y tesorero de ACEDISMO
2.2	Análisis de capacidad financiera de la cooperativa			■	■																	Presidente, tesorero y Junta de vigilancia de ACEDISMO
2.3	Difusión del proyecto a los asociados				■																	Comité de educación
3	Aprobación del proyecto					■	■															Asamblea general de asociados
3.1	Aprobación de fondos internos del proyecto					■	■															Asamblea general de asociados
3.2	Aprobación de aporte extra de parte de los asociados						■															Asamblea general de asociados
4	Ejecución						■	■	■	■	■	■	■	■	■							Presidente, comité de créditos y suministros, junta de vigilancia
4.1	Arrendamiento e instalación del local						■	■														Comité de créditos y suministros
4.2	Contratación del recurso humano						■	■														Presidente de ACEDISMO
4.3	Compra de insumos de la cafetería						■	■														Comité de créditos y suministros
4.4	Puesta en marcha de la publicidad							■	■													Comité de educación
4.5	Apertura de la cafetería y atención al cliente							■	■	■	■	■	■	■	■							Encargado de cafetería, cocinero y auxiliar de cocina
5	Evaluación de la cafetería															■	■	■				Presidente, tesorero y Junta de vigilancia de ACEDISMO
6	Seguimiento y control																■	■				Presidente de ACEDISMO y encargado de cafetería

Elaboración: Equipo de investigación.

3.5.3.6. Cuadro de gastos y costos generales de la propuesta.

Cuadro N° 56: Estimación de gastos mensuales para la implementación de la propuesta.

Concepto	Monto total
Requerimiento de mobiliario y equipo	\$ 10,804.07
Compra de insumos iniciales	\$ 1,708.68
Salario del personal	\$ 1,613.50
Gastos de instalación del equipo	\$ 150.00
Papelería y útiles	\$ 50.00
Arrendamiento del local	\$ 400.00
Publicidad	\$ 100.00
Gastos legales	\$ 50.00
Imprevistos 10%	\$ 1,487.63
TOTAL	\$ 16,363.88

BIBLIOGRAFÍA

A. Libros:

- ✓ Baca Urbina, Gabriel. (2010). Evaluación de proyectos. México: Mc Graw Hill (6ta edición).
- ✓ Bolívar Villagómez, Héctor (2001). Elementos para la evaluación de proyectos de inversión. México: Universidad autónoma de México (1ª Edición).
- ✓ Cajigas R., Margot & Ramírez, Elbar (2004). Proyectos de Inversión Competitivos. Colombia: Universidad Nacional de Colombia (1ª Edición)
- ✓ Erossa Martin, Victoria Eugenia (2004), “Proyectos de inversión en ingeniería (metodología)”. México DF: Editorial Limusa SA de CV Grupo Noriega Editores (1ª Edición)
- ✓ Fernández Espinoza, Saúl (2007), “Los proyectos de inversión”. Costa Rica: Editorial Tecnológica de Costa Rica (1ª Edición)
- ✓ García Parra, Mercedes; Jordá Lloret; (2004). Dirección Financiera, Ediciones UPC (1ª Edición).
- ✓ Gitman, Lawrence J. (2003) “Principios de administración financiera”. México: Editorial Pearson (10ª Edición)
- ✓ Sapag Chain,R. (2003) Preparación y evaluación de proyectos. Bogotá Colombia. Quinta Edición.

B. Leyes:

- ✓ Constitución de la República de El Salvador. Decreto Constituyente N° 38 del 15 de diciembre de 1983. Publicado en el Diario Oficial N° 234, Tomo N° 281, de 16 de diciembre de 1983.
- ✓ Código de Trabajo, Decreto Legislativo N° 15 de 23 de junio de 1972 Diario Oficial N° 142 Tomo: 236. Publicación Diario Oficial 31 de julio de 1972.
- ✓ Código Tributario. Decreto Legislativo N° 230 del 14 de diciembre del año 2000.
- ✓ Código de salud. Decreto N° 272. Acuerdo N° 216, norma técnica de alimentos Art. 5 al Art. 46.

- ✓ Diario Oficial N° 241. Tomo: 349. Publicación en el Diario Oficial 22 de diciembre del año 2000.
- ✓ Ley de Asociaciones Cooperativas de El Salvador. Decreto Legislativo N° 339 del 17 de abril de 1986. Diario Oficial N° 86. Tomo: 291. Publicación en el Diario Oficial 14 de mayo de 1986.
- ✓ Ley de Seguro Social, decreto Legislativo N° 1263, de 3 de diciembre de 1953 y publicado en el Diario Oficial 226, Tomo 161 del 11 de diciembre de 1953.
- ✓ Ley del Sistema de Ahorro para Pensiones. Decreto Legislativo N° 927 de 20 de diciembre de 1996. Diario Oficial 243 Tomo: 333. Publicado en el Diario Oficial 23 de diciembre de 1996.
- ✓ Ley de lavado de dinero y de activos. Diario oficial N° 240 Tomo: 341. Publicado el 02 de diciembre de 1998.
- ✓ Ley de asociaciones y fundaciones sin fines de lucro. Diario oficial N° 238. Tomo: 333. Publicado el 17 de diciembre de 1996.
- ✓ Ley de creación del Instituto Salvadoreño de Fomento Cooperativo. Diario oficial N° 229. Tomo: 225. Publicado el 09 de diciembre de 1969.

C. Otros:

- ✓ <http://www.insafocoop.gob.sv/historia-del-cooperativismo/>
- ✓ Café360:<http://cafetres60.wixsite.com/cafe/single-post/2015/09/03/Historia-de-las-Cafeterias>
- ✓ Economía.WS: <http://www.economia.ws/mercado.php>
- ✓ Gestipolis,Estudiodefactibilidaddeproyecto <https://www.gestipolis.com/que-es-el-estudio-de-factibilidad-en-un-proyecto/>
- ✓ Gestipolis: <https://www.gestipolis.com/costo-capital-efectos-inversion/>
- ✓ <http://www.coopera.cl/cooperativismo/>
- ✓ <https://definicion.de/cooperativismo/>
- ✓ https://es.wikipedia.org/wiki/Pen%C3%ADnsula_balc%C3%A1nica
- ✓ <https://www.definicionabc.com/economia/cooperativismo.php>

- ✓ Promonegocios.Net:<https://www.promonegocios.net/oferta/definicion-oferta.html>
- ✓ Rytewiki:https://es.ryte.com/wiki/Estudio_de_Factibilidad
- ✓ Wikipedia: <https://es.wikipedia.org/wiki/Cafetería>

ANEXOS

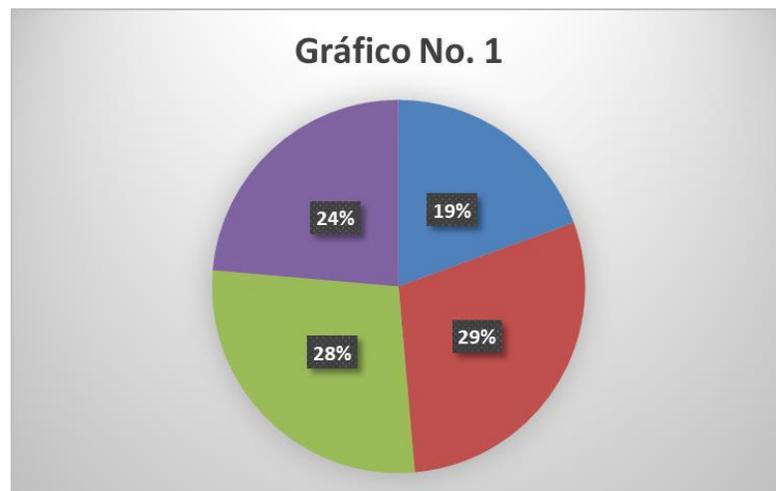
**ANEXO 1. INTERPRETACIÓN DE
CUESTIONARIO DE ASOCIADOS DE
ACEDISMO**

A. DATOS GENERALES.

Edad.

Objetivo: conocer el rango de edades en que se encuentran los asociados de la cooperativa.

Cuadro No. 1		
Opción	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a) 18-25	14	19%
b) 26-32	21	29%
c) 33-40	20	28%
d) 41 o más	17	24%
Total	72	100%

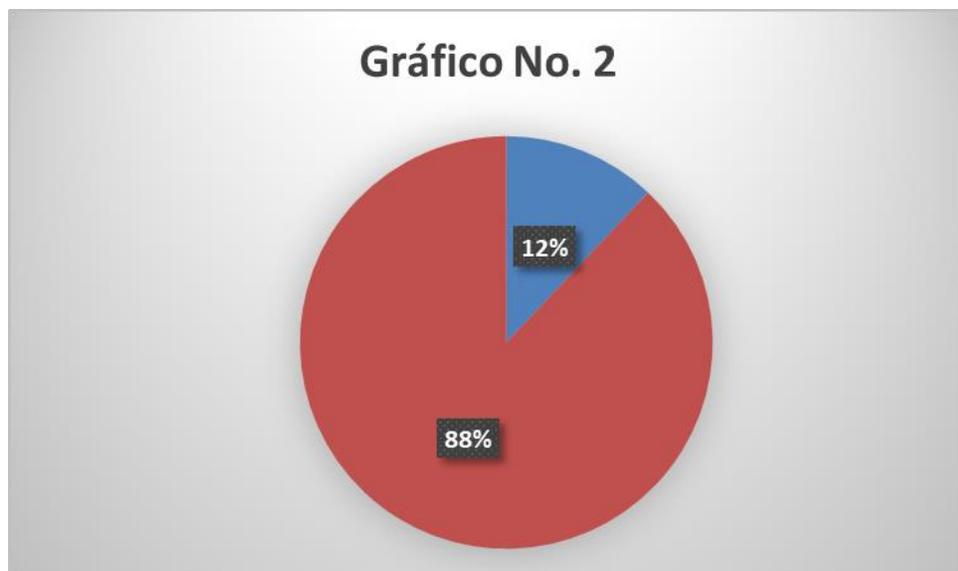


Interpretación: Las edades de los asociados están determinada por personas que tienen cierto grado de madurez lo que indica que son personas estables; trabajadores jóvenes por ello son prometedores de un futuro estable y duradero como asociados de ACEDISMO.

Género

Objetivo: Identificar el género de mayor participación dentro de los asociados.

Cuadro No. 2		
Opción	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a) Femenino	9	12%
b) Masculino	63	88%
Total	72	100%

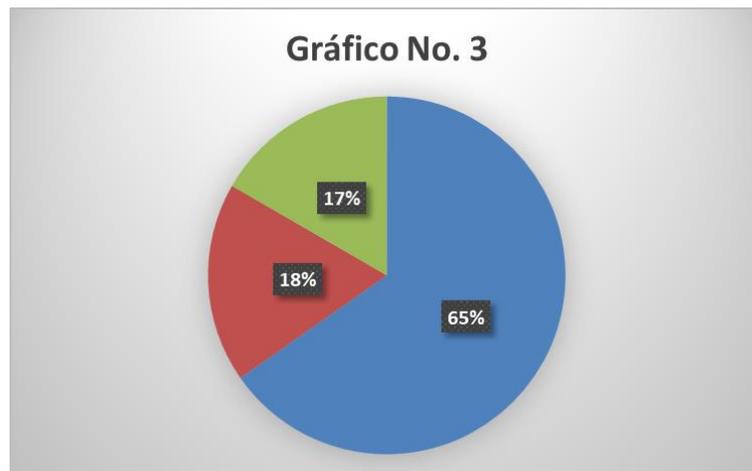


Interpretación: Se puede observar una tendencia mayoritaria en el género masculino dentro de los asociados de ACEDISMO un factor importante a tomar en cuenta para la toma de decisiones sobre las ofertas y productos a lo que irá enfocado el estudio de factibilidad.

Tiempo de ser asociado.

Objetivo: interpretar según el tiempo de ser asociados la variabilidad que tiene la cooperativa.

Cuadro No. 3		
Opción	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a) 1-3 años	47	65%
b) 4-7 años	13	18%
c) Más de 7 años	12	17%
Total	72	100%



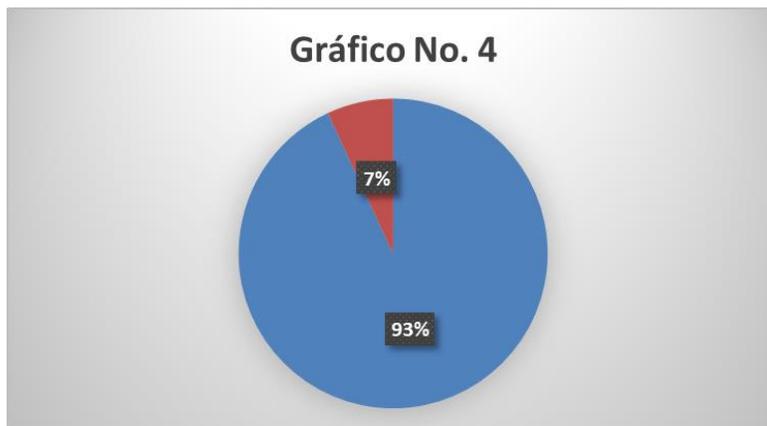
Interpretación: según datos obtenidos la mayor parte de los asociados tienen de 1 a 3 años de aportar a la cooperativa por esta razón genera cierto grado de desconfianza en cuanto al futuro estable de ACEDISMO ya que no tienen muchos asociados de largo plazo; sin embargo uno de los factores que influye en el resultado de esta interrogante es que la mayor parte de los asociados son ejecutivos de ventas; y esta es la plaza que más sufre rotación de personal.

B. DATOS DE CONTENIDO.

1. ¿Ha utilizado alguna vez los servicios de cafetería brindados por ACEDISMO de R.L.? Sí su respuesta es “Sí” pase a la pregunta 3. Si su respuesta es “No” favor pase a la pregunta 2.

Objetivo: determinar si los asociados de la cooperativa utilizan realmente los servicios de cafetería.

Cuadro No. 4		
Opción	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a) Si	67	93%
b) No	5	7%
Total	72	100%

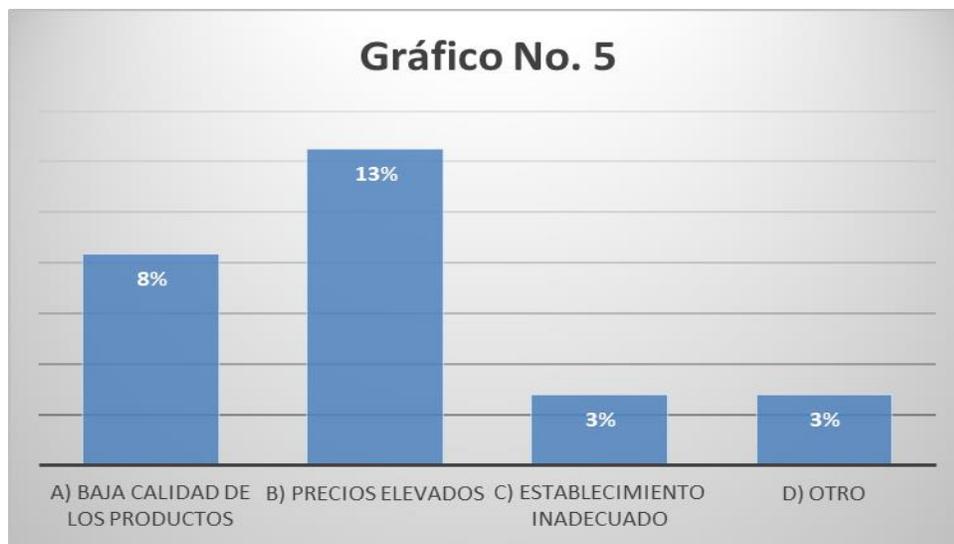


Interpretación: Es notable que los asociados de ACEDISMO como tal han utilizado el servicio de cafetería ya que es necesidad primaria el utilizarlo, además que es beneficioso por que obtienen sus alimentos de la mejor calidad y a un bajo costo; en cuanto a las personas que no han utilizado el servicio se puede observar que el porcentaje es muy bajo y esto puede deberse a la diversificación de opinión.

2. ¿Por qué motivo no ha utilizado los servicios de cafetería?

Objetivo: identificar la razón por la cual cierto porcentaje no está utilizando los servicios de la cafetería.

Cuadro No. 5		
Opción	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a) Baja calidad de los productos	6	8%
b) Precios elevados	9	13%
c) Establecimiento inadecuado	2	3%
d) Otro	2	3%
N=5	19	26%



Interpretación: A pesar que en las indicaciones se mencionó que no todos los encuestados deberían contestar este ítem, muchos hicieron caso omiso de esto e igualmente lo respondieron. En su mayoría los asociados consideran que los precios de los alimentos de la cafetería son elevados y esto puede deberse a que consideran que por ser una cooperativa que tiene alianzas con distribuidoras de alimentos sus precios deberían ser más bajos.

3. ¿Qué razones lo motivan a utilizar los servicios de cafetería?

Objetivo: conocer las razones que motivan a las personas a utilizar frecuentemente los servicios de cafetería.

Cuadro No. 6		
Opción	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a) Producto de mejor calidad	18	25%
b) Variedad de platillos	19	26%
c) Precios accesibles	30	42%
d) Mejorar instalaciones de la cafetería	18	25%
N=67	85	118%



Interpretación: Los precios establecidos por ACEDISMO están por debajo del rango de precios del mercado actual en el municipio de Apopa; lo cual juega un papel importante en las preferencias de la población del público objetivo actual de las cafeterías.

4. ¿Cómo evalúa el servicio de cafetería brindado por ACEDISMO?

Objetivo: evaluar la opinión de los asociados en cuanto a los servicios de cafetería que brinda la cooperativa.

Cuadro No. 7		
Opción	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a) Excelente (9-10)	5	7%
b) Muy bueno (7-8)	39	54%
c) Bueno (6-5)	28	39%
Total	72	100%

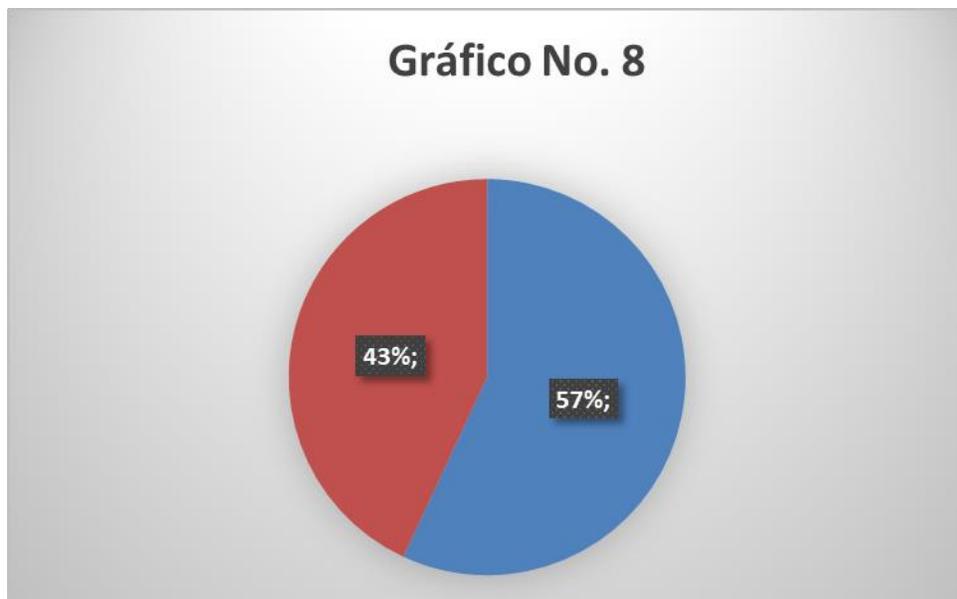


Interpretación: los servicios de cafetería brindados se encuentran dentro de parámetro normal de evaluación bajo la opinión de los asociados y esto se debe a las capacitaciones periódicas de atención al cliente y manipulación de alimentos que la cooperativa les financia.

5. ¿Considera que la cooperativa cuenta con las capacidades necesarias para poder iniciar la instalación de servicios de cafeterías externas dentro del municipio de Apopa?

Objetivo: establecer según la opinión de los asociados si la cooperativa cuenta o no con la capacidad de iniciar la instalación de cafeterías externas.

Cuadro No. 8		
Opción	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a) Sí	41	57%
b) No	31	43%
Total	72	100%

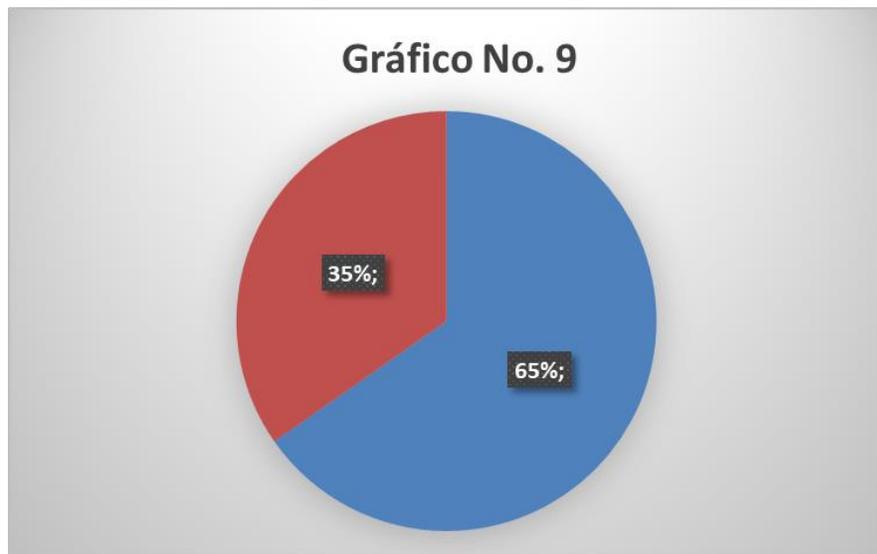


Interpretación: existe una diferencia muy estrecha entre las opiniones de los asociados, sin embargo la mayoría opinan que la cooperativa sí cuentan con la capacidad para instalar cafeterías externas existiendo factores tales como: precios accesibles, recursos necesarios para abastecer a un buen grupo de personas y productos de buena calidad.

6. ¿Cree que existen suficientes lugares de ventas de comida que satisfagan las necesidades de las personas que trabajan en empresas, cooperativas, negocios; dentro del municipio de Apopa?

Objetivo: evaluar la competencia que existe según los asociados de la cooperativa.

Cuadro No. 9		
Opción	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a) Sí	47	65%
b) No	25	35%
Total	72	100%



Interpretación: la competencia está bien posicionada así y la demanda distribuida sin embargo ACEDISMO cuenta con las capacidades necesarias para poder colocarse dentro del mercado de consumo de alimentos.

7. ¿Cuál considera que es la mejor ubicación para la instalación de cafeterías externas?

Objetivo: identificar la mejor ubicación para la instalación de las cafeterías externas.

Cuadro No. 10		
Opción	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a) Dentro de las instalaciones de la empresa	34	47%
b) En los alrededores de la empresa	39	54%
N=72	73	101%

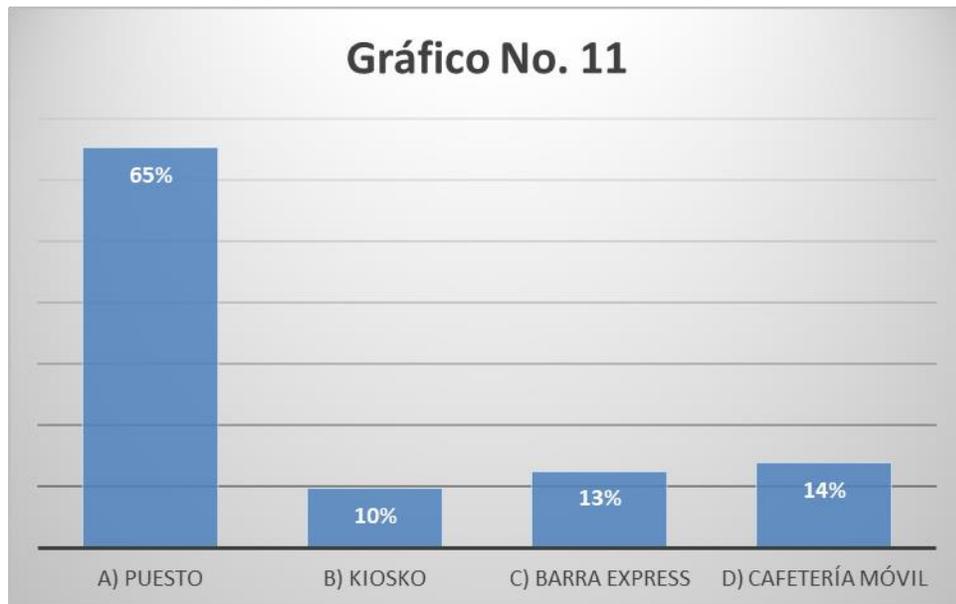


Interpretación: la mayoría de los asociados considera que es más factible la instalación de cafeterías externas en los alrededores de las empresas porque de esta manera pueden adquirir productos sin necesidad de ser empleado de una empresa en específico; sin embargo un asociado respondió ambas opciones siendo por esta razón que las respuestas son setenta y tres.

8. ¿Qué modelo de cafetería considera el más apropiado?

Objetivo: conocer cuál sería el modelo de cafetería según los asociados de la cooperativa.

Cuadro No. 11		
Opción	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a) Puesto	47	65%
b) Kiosko	7	10%
c) Barra express	9	13%
d) Cafetería móvil	10	14%
N=72	73	101%

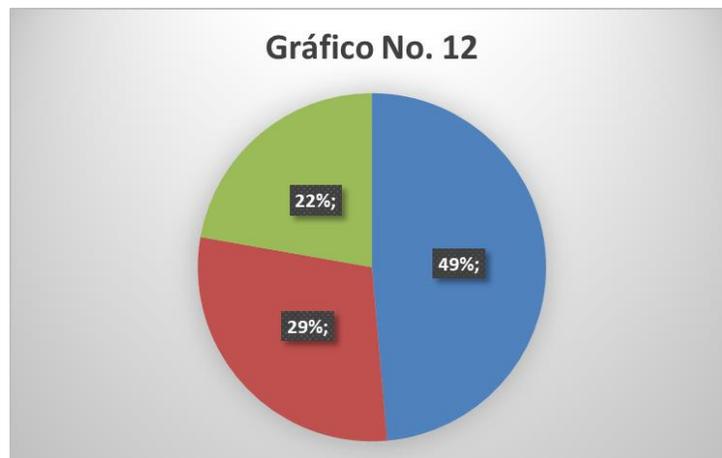


Interpretación: según los asociados un puesto resulta más eficiente y conveniente para la fuerza laboral del municipio de Apopa lo cual incurrirá en menor costo de inversión, además es mucho más seguro y se tendrá un mayor control.

9. ¿Estaría de acuerdo que la cafetería cuente con un servicio a domicilio también para atender la demanda de personas ajenas a las empresas o cooperativas dentro del municipio de Apopa?

Objetivo: analizar desde el punto de vista de los asociados sí es necesario un servicio a domicilio de cafetería.

Cuadro No. 12		
Opción	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a) Sí	35	49%
b) No	21	29%
c) Talvez	16	22%
Total	72	100%



Interpretación: Para los asociados de ACEDISMO, contar con un servicio a domicilio les resulta una idea práctica y una inversión necesaria ya que la mayoría de empleadores generalmente les otorgan entre cuarenta minutos y una hora para tomar sus alimentos; ya que puede enviárseles a donde lo soliciten.

10. ¿En qué lugares o empresas recomendaría instalar cafeterías en la periferia del municipio de Apopa?

Objetivo: indagar sobre si realmente los asociados están interesados en la instalación de cafeterías externas en los alrededores de la periferia de Apopa.

Cuadro No. 13		
Opción	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Afuera de escuelas	1	1%
Mercado de Apopa	2	3%
Preicentro	3	4%
Plaza mundo Apopa	7	10%
Periplaza	13	18%
HILCASA	5	7%
Dismo	4	6%
Impressa	1	1%
Lugares accesibles y seguros	5	7%
Grupo solid	4	6%
Calle principal	3	4%
Sincatex	1	1%
No contestaron	23	32%
Total	72	100%



Interpretación: los asociados de ACEDISMO coinciden que la instalación de cafeterías estarían bien localizadas en los centros comerciales como lo son periplaza y la nueva plaza mundo; más cercanos a la cooperativa ya que ellos observan la dificultad que los demás trabajadores tienen para obtener alimentos a buen precio y de buena calidad.

11. Según su criterio ¿Cree que con esta idea de instalar cafeterías externas mejore la capacidad económica y financiera de la cooperativa?

Objetivo: conocer según el criterio de los asociados si considera que con la instalación de cafeterías externas la capacidad económica y financiera aumentaría.

Cuadro No. 14		
Opción	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a) Sí	59	82%
b) No	13	18%
Total	72	100%

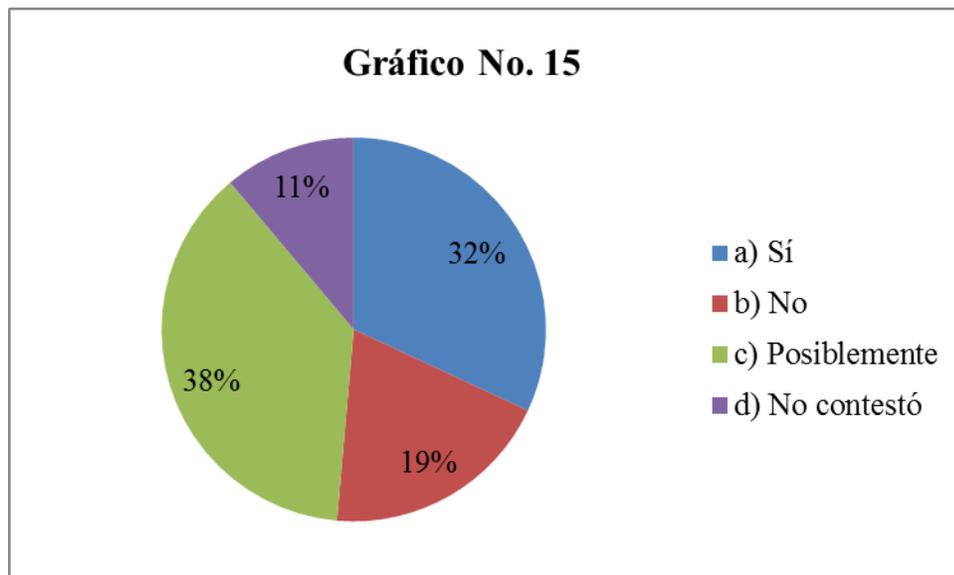


Interpretación: los asociados de la cooperativa consideran en su mayoría que la instalación de cafeterías resultaría factible; este factor se debe a que como cafetería tienen la capacidad para expandirse y aumentar ganancias todo esto por los precios accesibles que manejan, productos de calidad y la buena manipulación que realizan con los alimentos.

12. ¿Estaría de acuerdo en hacer un aporte económico adicional si fuese necesario, en su calidad de asociado para ejecutar el proyecto?

Objetivo: Indagar sobre si realmente los asociados estarían de acuerdo en realizar un aporte adicional para la implementación del proyecto de cafeterías externas en el municipio de Apopa.

Cuadro No. 15		
Opción	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a) Sí	23	32%
b) No	14	19%
c) Posiblemente	27	38%
d) No contestó	8	11%
Total	72	100%

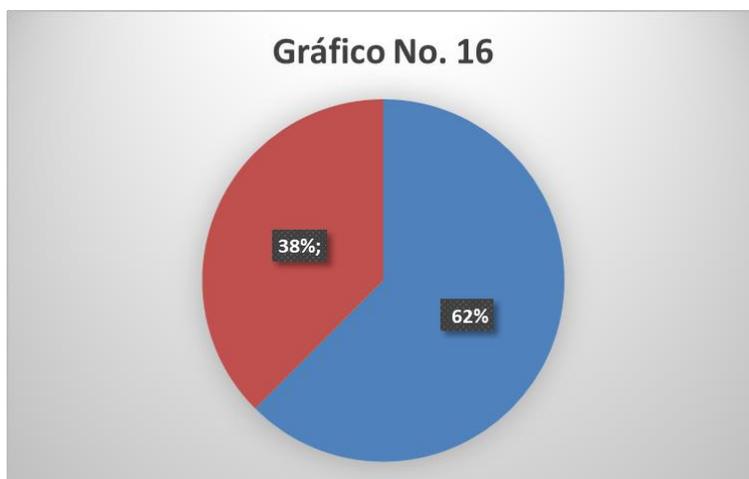


Interpretación: los asociados de la cooperativa tienen opiniones divididas entre si posiblemente aportarían o si en realmente lo harían; y esto se debe posiblemente en que no están totalmente convencidos del beneficio a largo plazo que puede traer el invertir en dicho proyecto.

13. Dentro de la administración actual de la cooperativa (Consejo de Administración, Junta de vigilancia y sus respectivos comités) ¿Considera que están trabajando adecuadamente en la cooperativa para su funcionamiento?

Objetivo: indagar sobre si realmente los comités, consejo de administración y junta de vigilancia están trabajando adecuadamente para el buen funcionamiento de la cooperativa.

Cuadro No. 16		
Opción	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a) Sí	45	63%
b) No	27	38%
Total	72	100%

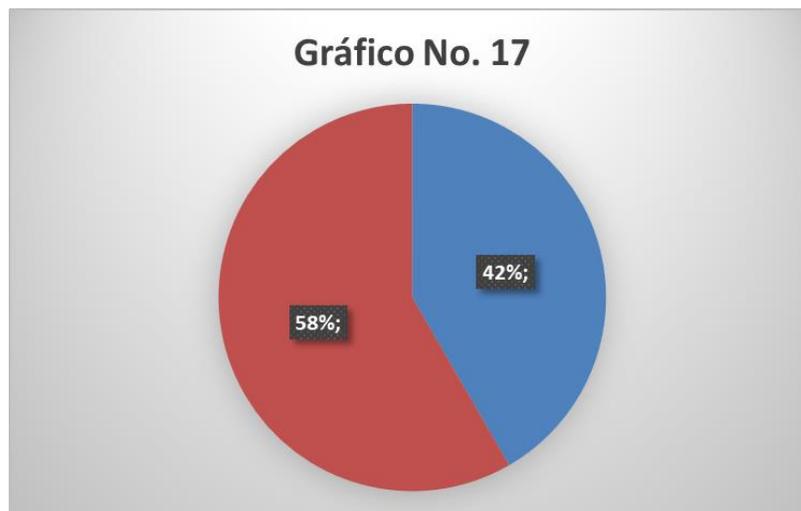


Interpretación: los comités, consejo de administración y junta de vigilancia están realizando un correcto funcionamiento de sus actividades según los asociados de la cooperativa; al realizar correctamente sus funciones, contribuyen a la dirección y control necesarios para el proceso de instalación de las cafeterías externas, ahorrando significativamente costos innecesarios para la corrección de problemas administrativos.

14. ¿Cree que existirán deficiencias que puedan afectar esta idea de proyecto si se llegase a ejecutar?

Objetivo: conocer según la opinión de los asociados si consideran que existirían deficiencias que podrían afectar el proyecto si se ejecutase.

Cuadro No. 17		
Opción	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a) Sí	30	42%
b) No	42	58%
Total	72	100%



Interpretación: esta idea de proyecto cuenta con un alto nivel de aprobación por parte de los asociados puesto que la mayoría considera que no existirían deficiencias si el proyecto se ejecutará; aunque la diferencia no es tan notable los asociados consideran que no existirían deficiencias si el proyecto se llevara a cabo.

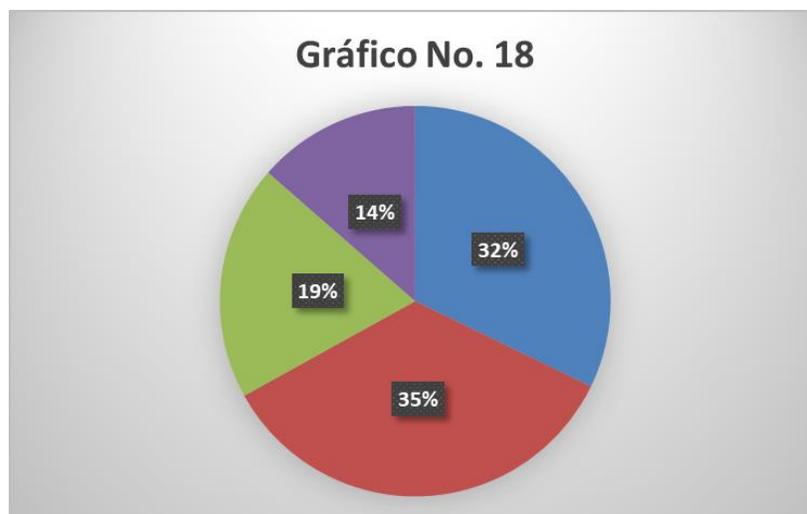
**ANEXO 2. INTERPRETACIÓN DE
CUESTIONARIO DE CLIENTES
POTENCIALES, TRABAJADORES DE
APOPA.**

A. DATOS GENERALES

Edad.

Objetivo: Conocer el rango de edades que comprende la población económicamente activa del municipio de Apopa.

Cuadro No. 18		
Opción	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a) 18-25	38	32%
b) 26-32	41	35%
c) 33-40	23	19%
d) 40 o más	16	14%
Total	118	100%

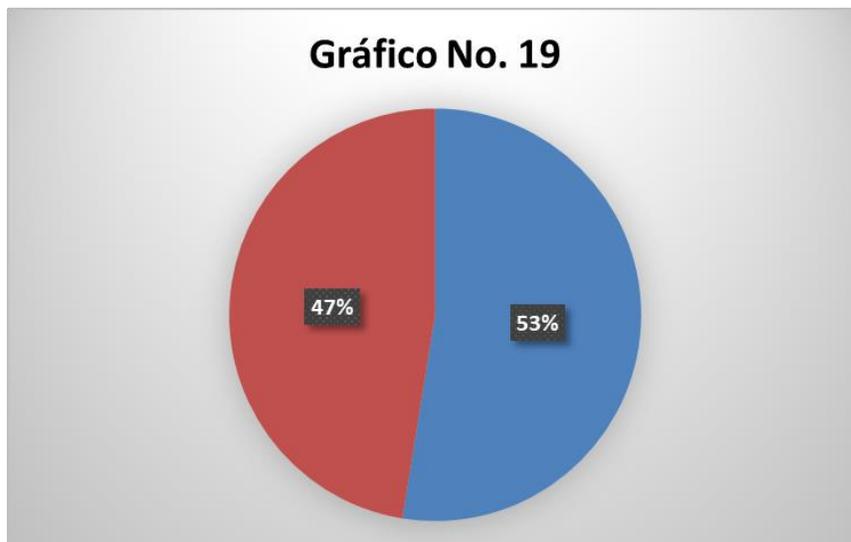


Interpretación: Se muestra que la mayor parte de la fuerza laboral del municipio de Apopa se encuentra entre el rango de edades de 18 a 32 años; siendo trabajadores con poca experiencia, pero con toda la disposición y voluntad para salir adelante dando lo mejor de cada uno; los proyectos de cafeterías externas irán enfocadas hacia un público objetivo joven en términos generales.

Género

Objetivo: Determinar el género predominante en el público objetivo al cual está enfocado el estudio de factibilidad.

Cuadro No. 19		
Opción	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a) Femenino	62	53%
b) Masculino	56	47%
Total	118	100%



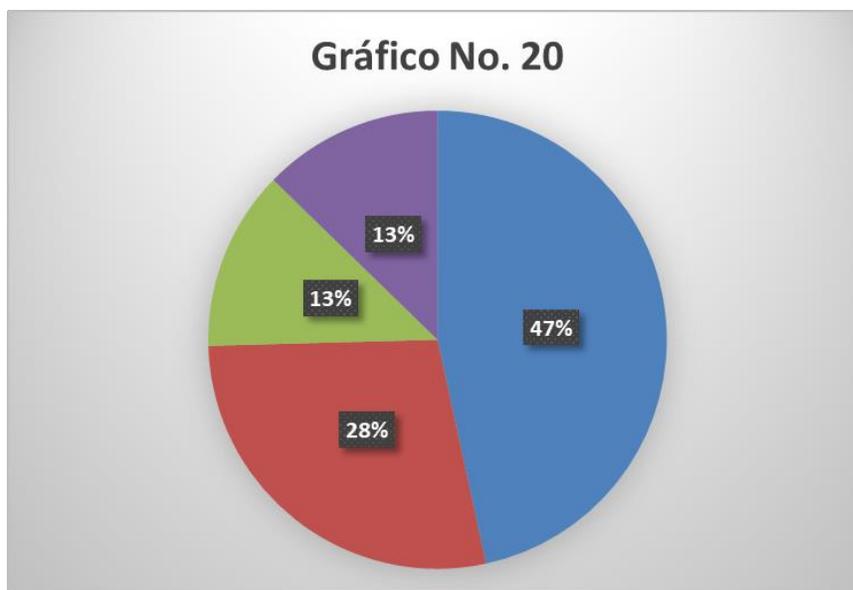
Interpretación: Se observa que los trabajadores del municipio de Apopa está conformado en su mayoría por mujeres; lo cual ayuda a determinar según sus gustos y preferencias el desarrollo del estudio de factibilidad.

B. DATOS DE CONTENIDO.

1. ¿Cuál es su nivel de ingresos mensuales aproximadamente?

Objetivo: Establecer un rango de salarios general con el fin de determinar el poder adquisitivo del público objetivo en general.

Cuadro No. 20		
Opción	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a) De \$304.00 a \$350.00	55	47%
b) De \$350.00 a \$450.00	33	28%
c) De \$450.00 a \$650.00	15	13%
d) Más de \$650.00	15	13%
Total	118	100%

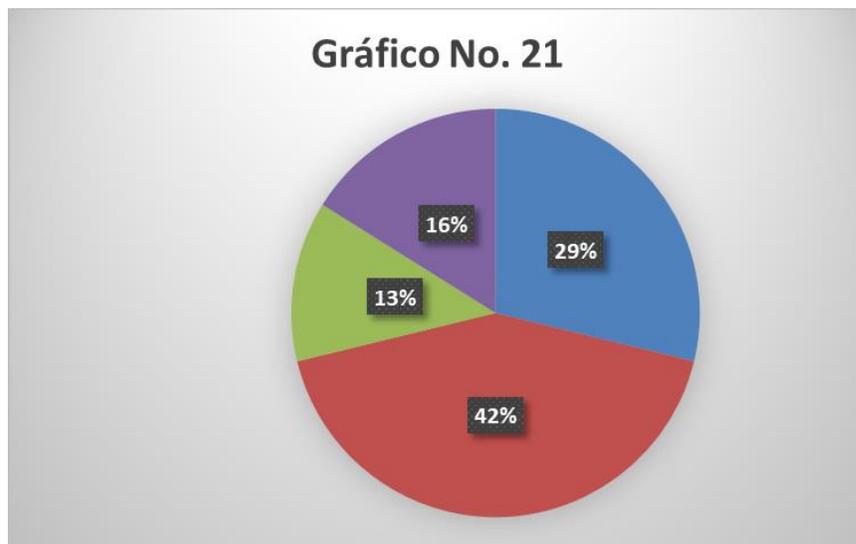


Interpretación: En su mayoría; el rango de salarios general entre la población que labora en el municipio de Apopa, comprende el salario mínimo legal en el país por lo cual el poder adquisitivo de los trabajadores se ve reducido en gran parte, teniendo que minimizar lo más posible gastos incluyendo la alimentación. Los precios sugeridos para los productos de cafetería deberán apegarse ante las necesidades de los trabajadores.

2. ¿En qué lugar consume usualmente sus alimentos en el diario vivir?

Objetivo: Determinar una demanda potencial en el uso de cafeterías externas en los alrededores del área central del municipio de Apopa.

Cuadro No. 21		
Opción	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a) Su hogar	34	29%
b) Su trabajo	50	42%
c) Cafeterías	15	13%
d) Lugares de comida rápida	19	16%
Total	118	100%

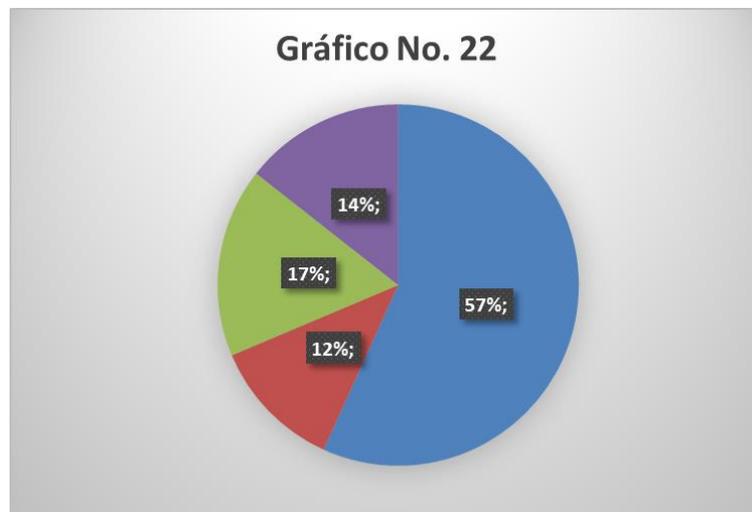


Interpretación: Para los trabajadores del municipio de Apopa, es más conveniente el consumir sus alimentos en su lugar de trabajo; factores principales que influyen ante esta decisión llegan a ser, como primera instancia, el ahorro al no tener que salir a comprar en lugares de comida rápida o restaurantes con alto costo; así como el poco tiempo de comida que muchos de los empleadores dan siendo este entre cuarenta a una hora de almuerzo.

3. ¿Cuál es el motivo principal por el cual no consume alimentos proporcionados por cafeterías?

Objetivo: Fijar factores determinantes en la decisión del público en general del no utilizar servicios de cafeterías.

Cuadro No. 22		
Opción	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a) Consumo alimentos preparados en su hogar	67	57%
b) Considera baja calidad en los alimentos de estos establecimientos	14	12%
c) Los establecimientos no cumplen con sus estándares de higiene	20	17%
d) Otro	17	14%
Total	118	100%

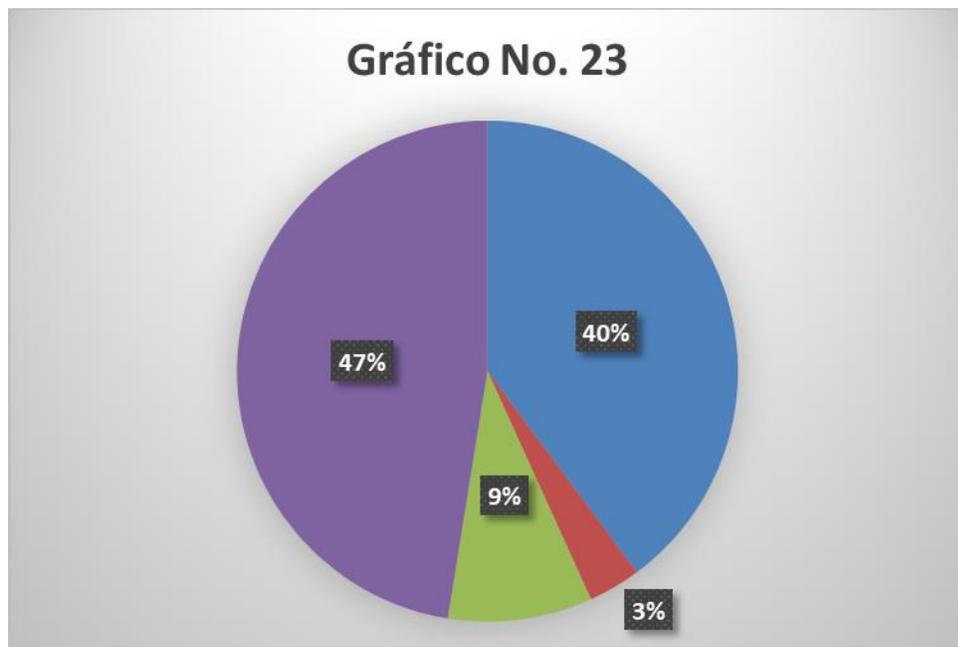


Interpretación: El consumir alimentos preparados en el hogar; es para los trabajadores del municipio de Apopa, la causa principal para no consumir alimentos en cafeterías; factores importantes tales como el bajo costo de esta opción y el poco tiempo para poder realizar compra de alimentos en lugares fuera de sus lugares de trabajo, influyen en esta decisión. El poder adquisitivo es otra de las causas principales ya que, como se analizó anteriormente, el rango de salario mensual entre los trabajadores ronda el salario mínimo vigente en el país.

4. ¿Con qué frecuencia consume sus alimentos en cafeterías?

Objetivo: Determinar una frecuencia específica del uso de cafeterías durante el día; para delimitar una demanda potencial del público en general.

Cuadro No. 23		
Opción	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a) Solamente una vez por día	47	40%
b) Los tres tiempos de comida	4	3%
c) Dos veces al día	11	9%
d) Ocasionalmente	56	47%
Total	118	100%



Interpretación: La mayoría de los encuestados opinan que no hay una demanda grande para el uso de cafeterías los tres tiempos de comida; usualmente los trabajadores solamente hacen uso de estas una vez al día consumiendo generalmente su almuerzo, por lo cual los costos relacionados al servicio deben ser orientados solamente de uno a dos tiempos de comida como máximo.

5. ¿Qué tiempo de comida es el que usualmente consume en cafeterías?

Objetivo: Delimitar horarios específicos en los cuales exista mayor probabilidad de satisfacer una demanda de servicios de cafeterías del público en general.

Cuadro No. 24		
Opción	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a) Desayuno	34	29%
b) Almuerzo	78	66%
c) Cena	8	7%
d) Los tres	5	4%
N=118	125	106%

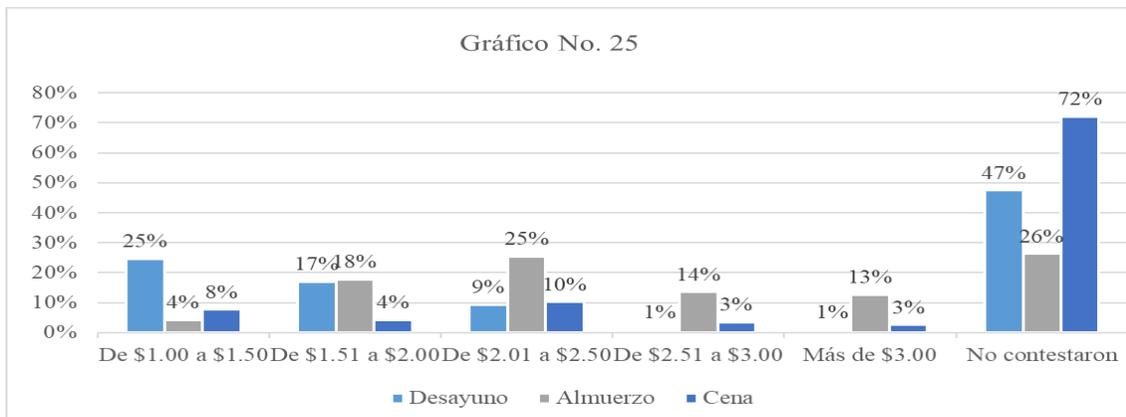


Interpretación: La demanda de almuerzos dentro del área central del municipio de Apopa es alta; la mayoría de trabajadores pertenecientes al municipio utilizan cafeterías en mayor medida para el consumo de almuerzos. Los costos sugeridos deberán ser enfocados en la preparación de alimentos para almuerzos; pudiendo enfocar esfuerzos de igual forma para los desayunos que sería la segunda opción con más demanda.

6. Actualmente, ¿cuánto dinero paga en cafeterías por sus alimentos?

Objetivo: Conocer cuánto es el dinero que están invirtiendo en alimentación los trabajadores del municipio de Apopa; así como la frecuencia de compra por tiempos de comida.

Cuadro No. 25						
Opción	Desayuno		Almuerzo		Cena	
	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
De \$1.00 a \$1.50	29	25%	5	4%	9	8%
De \$1.51 a \$2.00	20	17%	21	18%	5	4%
De \$2.01 a \$2.50	11	9%	30	25%	12	10%
De \$2.51 a \$3.00	1	1%	16	14%	4	3%
Más de \$3.00	1	1%	15	13%	3	3%
No contestaron	56	47%	31	26%	85	72%
Total	118	100%	118	100%	118	100%

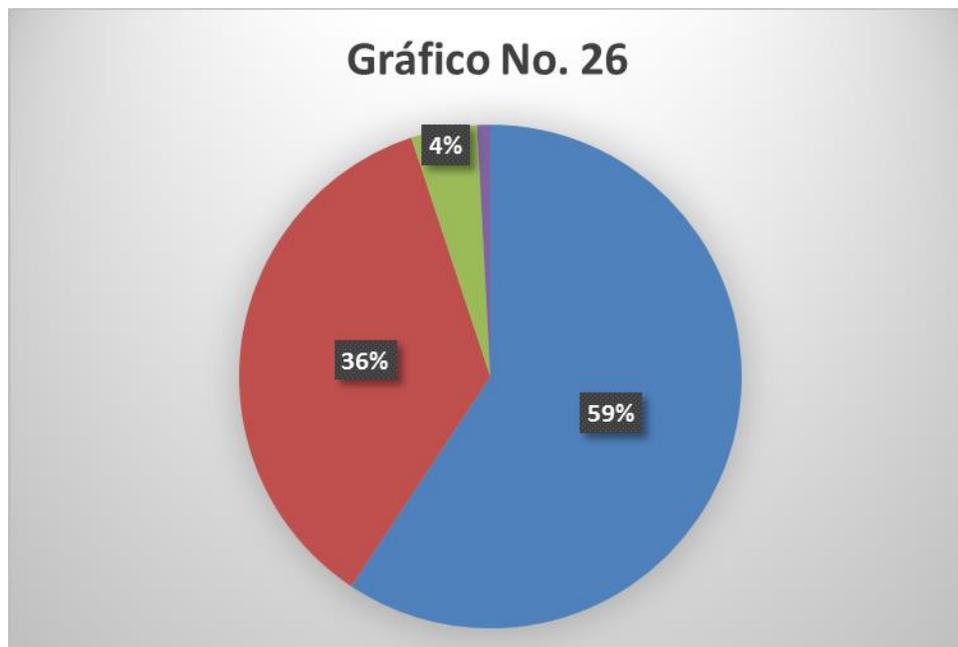


Interpretación: Los precios ya establecidos por la competencia en el área de Apopa están mayoritariamente en el rango de \$1.00 a \$1.50 en los desayunos, en el caso de los almuerzos se comprende entre los \$2.01 a \$2.50, mientras que en el caso de la cena de igual manera está entre los \$2.01 a \$2.50; los precios sugeridos para la cafetería de ACEDISMO deberían estar enfocados en este rango. Por otra parte, la mayoría de los encuestados no contestó dicho apartado, lo cual denota una tendencia a no consumir alimentos en cafeterías de parte de los trabajadores de Apopa.

7. ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a gastar por un tiempo de comida?

Objetivo: Delimitar un parámetro de precios entre los cuales puedan fijarse los precios específicos de los productos y platillos de la cafetería externa.

Cuadro No. 26		
Opción	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a) De \$1.50 a \$2.50	70	59%
b) \$2.50 a \$3.50	42	36%
c) de \$3.50 a \$5.00	5	4%
d) Más de \$5.00	1	1%
Total	118	100%

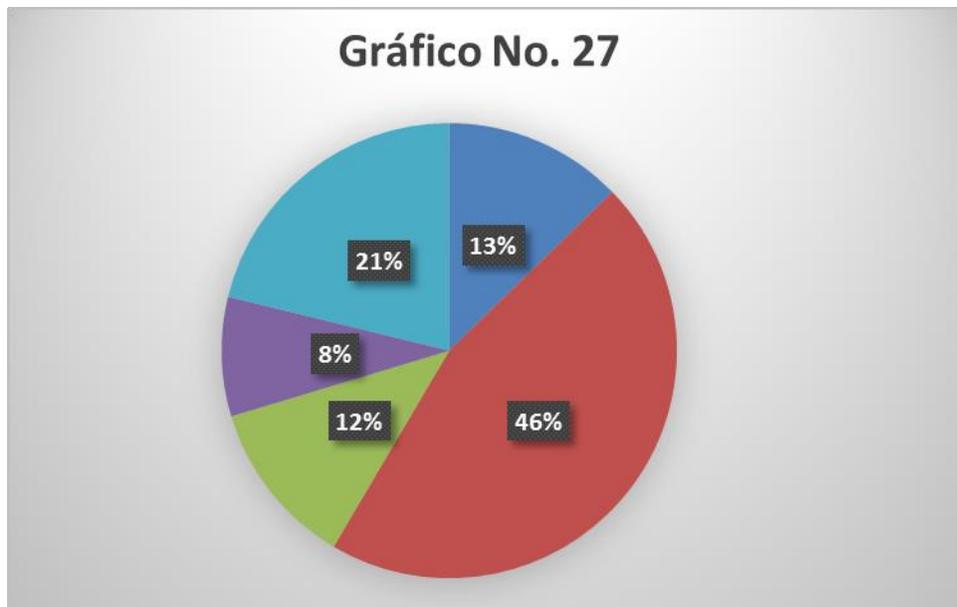


Interpretación: El parámetro de precios por el cual los trabajadores del municipio de Apopa están dispuestos a cancelar por un tiempo de comida comprende entre los \$1.50 y los \$2.50; parámetros que servirán para estimar precios sugeridos para los platillos brindados por la cafetería externa, así como para estimar los costos necesarios para la elaboración de estos.

8. ¿Qué tipo de comida le gustaría que se sirviera dentro de una cafetería?

Objetivo: Conocer cuáles son los tipos de comida favorita de las personas que trabajan en el municipio de Apopa.

Cuadro No. 27		
Opción	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a) Comida rápida	15	13%
b) Comida casera	54	46%
c) Comida típica	14	12%
d) No le interesa el tipo de comida	10	8%
e) Variada	25	21%
Total	118	100%

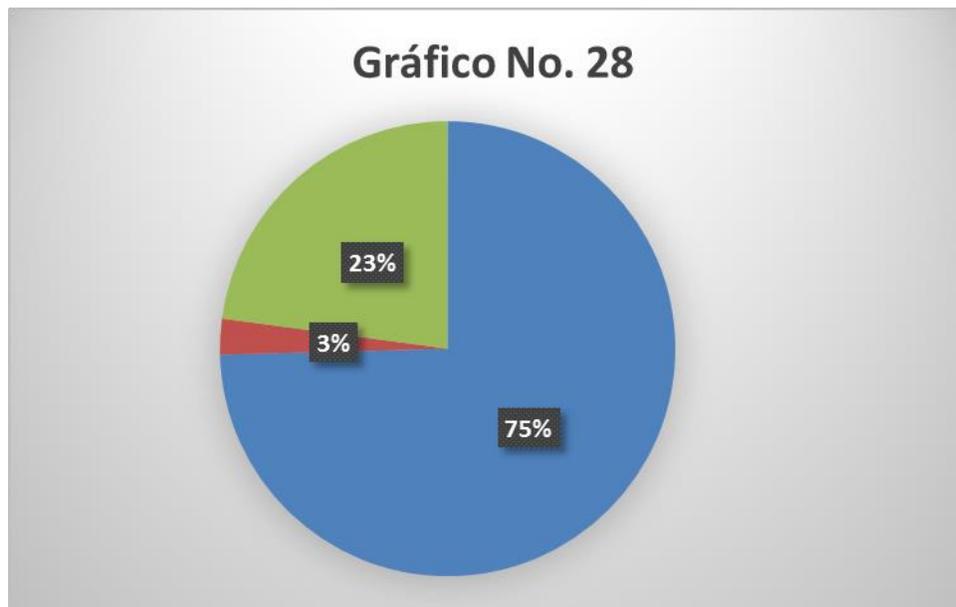


Interpretación: La mayoría de la población manifiesta que tienen una preferencia con el tipo de comida casera, ya que en los alrededores de las empresas el tipo de alimentos que se comercializa es comida rápida, y esto influye mucho en que los precios son mayores que al comprar un plato de comida casera.

9. ¿Le gustaría gozar de ofertas y promociones por ser cliente frecuente de una cafetería?

Objetivo: Conocer si los trabajadores del municipio de Apopa les gustaría gozar de ofertas y promociones al momento de hacer un uso frecuente de los servicios de cafetería.

Cuadro No. 28		
Opción	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a) Sí	88	75%
b) No	3	3%
c) Probablemente	27	23%
Total	118	100%

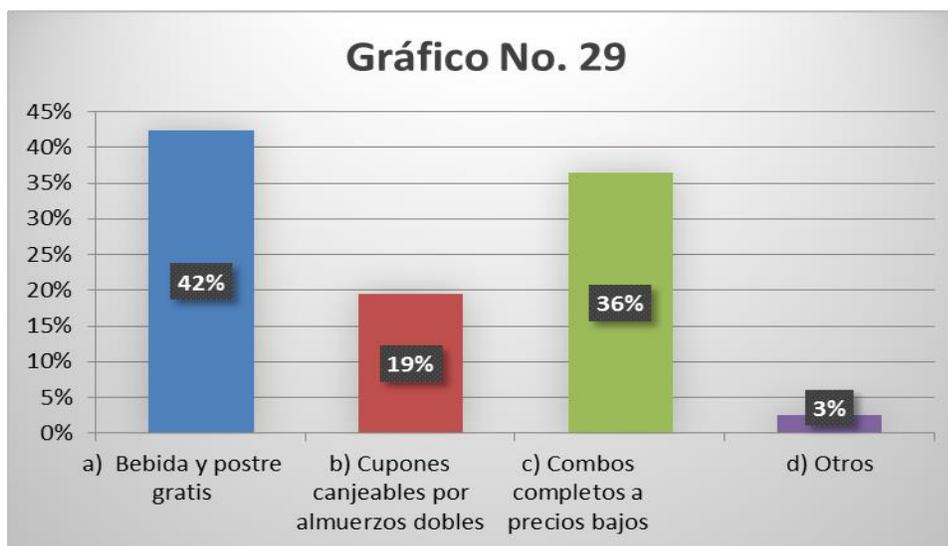


Interpretación: Indiscutiblemente se refleja según la opinión de los trabajadores del municipio de Apopa, que les gustaría poder gozar de ofertas y promociones, de esta manera se puede percibir un ahorro en los bolsillos de las personas, y de una manera directa ayuda al incremento de la demanda en los servicios de la cafetería de ACEDISMO.

10. ¿Qué tipo de promociones le gustaría al momento de comprar sus alimentos en una cafetería?

Objetivo: Conocer los gustos y preferencias que tienen los trabajadores del municipio de Apopa, en cuanto a las promociones que más agrado les gustaría recibir al comprar sus alimentos.

Cuadro No. 29		
Opción	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a) Bebida y postre gratis	50	42%
b) Cupones canjeables por almuerzos dobles	23	19%
c) Combos completos a precios bajos	43	36%
d) Otros	3	3%
Total	119	101%

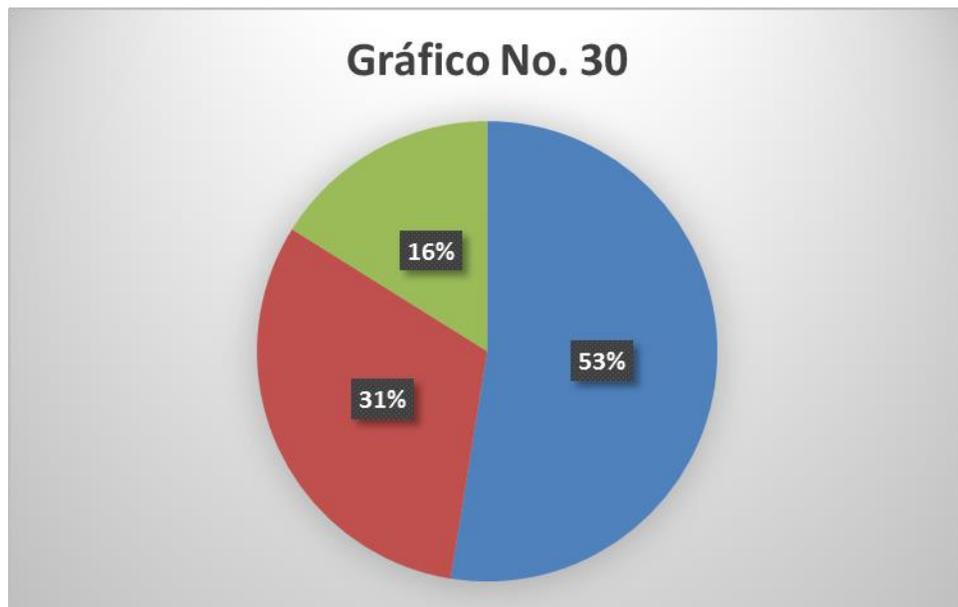


Interpretación: Un agregado extra que los trabajadores les gustaría recibir al comprar sus alimentos es que puedan gozar de bebidas y postres gratis, siendo de esta manera un agrado total y un servicio de cafetería satisfactorio; Otro tipo de promoción que les llama la atención es que puedan obtener precios bajos al momento de comprar combos de sus alimentos, aunque promociones así no podrían ser permanentes por cuestión de costos.

11. ¿Cuál considera que es la mejor ubicación para la instalación de una cafetería?

Objetivo: Conocer la mejor ubicación para la instalación de las cafeterías externas de ACEDISMO a la percepción de los trabajadores del municipio de Apopa.

Cuadro No. 30		
Opción	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a) Dentro de las instalaciones de las empresas	62	53%
b) En los alrededores de las empresas.	37	31%
c) En un centro comercial	19	16%
Total	118	100%

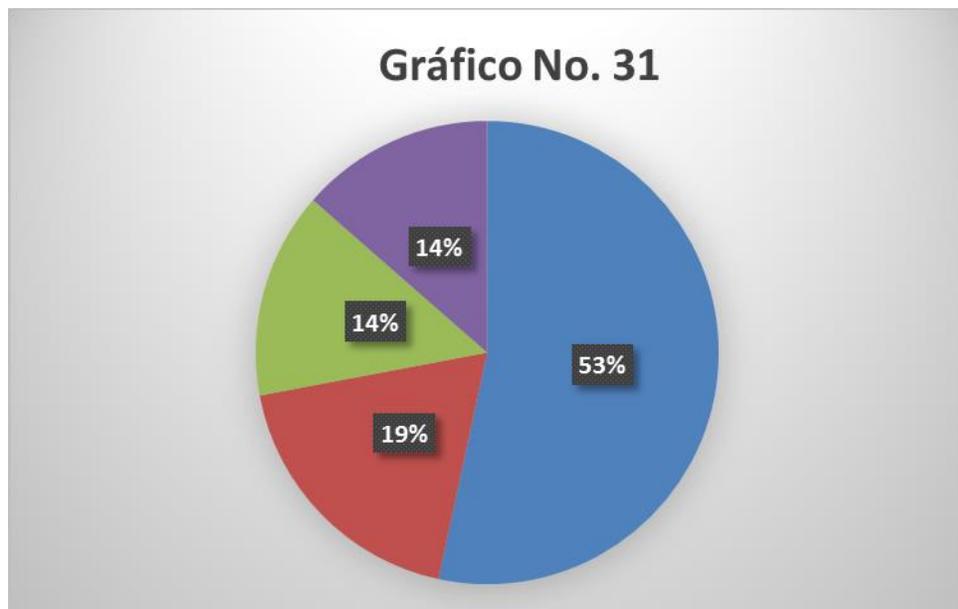


Interpretación: Para la opinión de los trabajadores, prefieren que las cafeterías se encuentren dentro de las instalaciones de la empresa, esto es un factor importante a tomar en cuenta, porque se requiere también un espacio geográfico considerable para que se puedan instalar. Pero para mayor comodidad la mayoría opina que sea dentro de sus instalaciones donde laboran.

12. ¿Qué modelo de cafetería considera el más apropiado?

Objetivo: Identificar qué modelo de cafetería prefieren los trabajadores del municipio de Apopa que se instalen.

Cuadro No. 31		
Opción	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a) Puesto	63	53%
b) Kiosko	22	19%
c) Barra express	17	14%
d) Cafetería móvil	16	14%
Total	118	100%

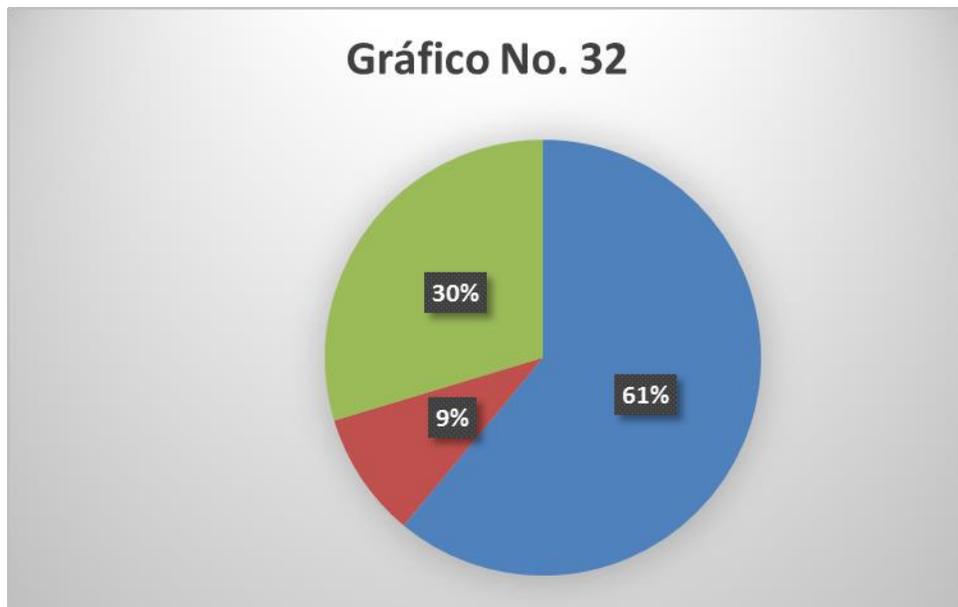


Interpretación: En la opinión de la población, consideran que es preferible un puesto, esto de alguna manera genera estabilidad en la instalación de las cafeterías, y no una venta pasajera. Y en un puesto se puede tener un servicio completo comparado con un kiosko, una barra express o una cafetería móvil, que tendrían ciertas limitantes.

13. ¿Consideraría hacer uso de un servicio a domicilio de cafetería para su comodidad?

Objetivo: Conocer si las personas harían uso de un servicio a domicilio de cafetería para una mejor comodidad en la atención.

Cuadro No. 32		
Opción	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a) Sí	72	61%
b) No	11	9%
c) Probablemente	35	30%
Total	118	100%

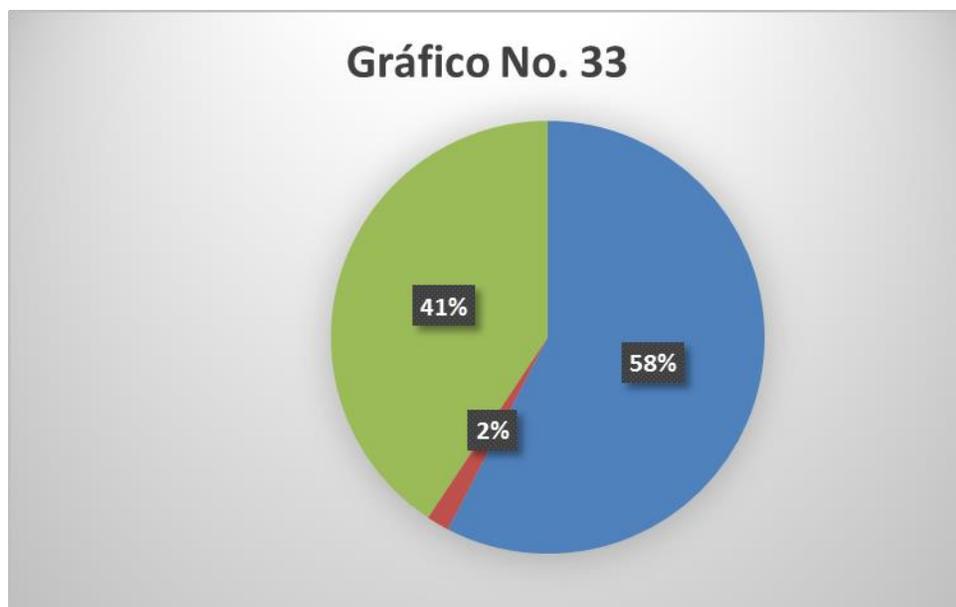


Interpretación: Para cualquier persona es muy práctico que ordenen sus alimentos y se los lleven hasta el lugar donde se encuentren. Tomando en cuenta este punto. Se puede considerar que se tiene una ventaja al momento de ingresar al mercado. Ya que no todas las ventas de comida que hay actualmente en el municipio de Apopa. Cuentan con este servicio extra.

14. Si hubiere una cafetería externa de la Asociación Cooperativa ACEDISMO, ¿sería usted cliente?

Objetivo: Conocer la demanda que tendría la cafetería al instalarse y si las personas harían uso de ella.

Cuadro No. 33		
Opción	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a) Sí	68	58%
b) No	2	2%
c) Posiblemente	48	41%
Total	118	100%



Interpretación: La mayoría de la población ha dado una opinión aceptable en cuanto a si serían clientes de los servicios de cafetería que ACEDISMO planea ejecutar. Sin embargo tenemos las personas que no dieron con certeza de su respuesta que sí serían clientes. Pero es muy probable que al ejecutar el proyecto, cambien de opinión y se vuelvan clientes.

**ANEXO 3. ENTREVISTA AL
PRESIDENTE DE ACEDISMO.**



GUÍA DE ENTREVISTA.

Universidad De El Salvador

Facultad de Ciencias Económicas



Entrevista dirigida al presidente de la Asociación cooperativa de ahorro, crédito, consumo y servicios de empleados de distribuidora Morazán ACEDISMO de R. L.

PRESENTACION: Reciba un cordial saludo, como estudiantes de la facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador estamos desarrollando para el trabajo de grado un “**Estudio de factibilidad para la instalación de cafeterías externas que contribuya al incremento de ingresos de la asociación cooperativa de ahorro, crédito, consumo y servicios de empleados de Distribuidora Morazán ACEDISMO de R.L., ubicada en la ciudad de Apopa, departamento de San Salvador.**” Reconociendo su esfuerzo y dedicación para que ACEDISMO fluya de la mejor manera.

Objetivo: Conocer la factibilidad de la instalación de cafeterías externas en el municipio de Apopa.

1. ¿En su opinión cree factible instalar cafeterías externas en otras empresas?

Sí, porque hay empresas que no tienen cafeterías dentro de sus instalaciones.

2. ¿En qué lugares o empresas recomendaría instalar cafeterías en la periferia de Apopa?

Grupo Solid, súper repuestos, imprenta repuestos.

3. ¿Cuántas cafeterías externas consideraría conveniente aperturar?

Tres o cuatro cafeterías para iniciar.

4. ¿Usted y su consejo estarían dispuestos a apoyar el proyecto de instalación de cafeterías externas?

Sí, porque incrementarían los ingresos de ACEDISMO.

5. ¿Según antecedentes históricos considera que ACEDISMO cuenta con la capacidad para implementación de cafeterías externas?

Sí, cuenta con la capacidad.

6. ¿Cree que existirían deficiencias que puedan afectar esta idea de proyecto si se llegase a ejecutar y cuáles serían las limitantes?

Deficiencias no, limitantes si se pueden considerar tales como el encontrar instalaciones adecuadas externas para la instalación de cafeterías.

7. ¿Considera que la cafetería actual de ACEDISMO es un buen prototipo para el diseño y ejecución del proyecto?

Sí.

8. ¿Cuánto es el presupuesto para que la cafetería realice un buen funcionamiento?

Mensual promedio \$4,000.00

9. ¿Cuál es la población objetivo de la cafetería de ACEDISMO?

Empleados de Distribuidora Morazán.

10. ¿En qué valor se estiman los activos de la cafetería?

\$2,000.00

11. ¿Qué proveedores tienen actualmente?

DISMO, COMERSAL, DISULA, industrias la constancia, productos cárnicos S.A de C.V, pan Sinaí,

12. ¿Existen alianzas con los proveedores para obtener descuentos y así poder obtener excedentes más favorables para ACEDISMO?

Sí, con DISMO ya que brinda el 5% de descuento.

13. ¿Rango de precios que tienen y en que se basan para poder asignar precios?

Desayuno: \$1.00- \$1.50

Almuerzo: \$1.75- \$2.50

Típicos: \$0.15- \$1.00

Los precios se basan en los costos de los productos.

14. ¿Han pensado en ofrecer promociones?

Sí, ya se ofrecen diferentes promociones.

15. ¿Usted recomendaría que al implementar las cafeterías externas se utilizaran los mismos precios?

Sí, porque son precios accesibles.

16. ¿Según su criterio considera que los comités se están desempeñando de acuerdo a sus actividades?

Sí, porque los comités fueron elegidos minuciosamente.

17. ¿Considera que los servicios brindados por ACEDISMO se están llevando a cabo mediante a lo proyectado?

Sí.

18. ¿Considera que las infraestructuras de las cafeterías externas estarían bien ubicadas dentro de las instalaciones de las diferentes empresas a estudiar o a sus alrededores?

Sí, ambos son puntos estratégicos.

19. ¿Desde su punto de vista sería favorable que las nuevas cafeterías realicen servicio a domicilio?

Sí.

20. ¿En términos financieros considera que la instalación de cafeterías externas contribuirá realmente al incremento de ingresos de ACEDISMO?

Sí.

Fecha: 13/09/2019

Nombre del encuestador: Karla Andreina Méndez Soriano.

Muchas gracias por su colaboración

ANEXO 4. Cotización de mobiliario y equipo.

Cotización de mobiliario y equipo				
Requerimiento	Proveedor	Cantidad	Precio	Costo total
Sillas	UNDISA	53	\$ 17.69	\$ 937.57
	VIDRI	53	\$ 17.99	\$ 953.47
Mesas	UNDISA	8	\$ 35.39	\$ 283.12
	VIDRI	8	\$ 35.99	\$ 287.92
Mesas Termicas	TECNI INOX	2	\$ 800.00	\$ 1,600.00
	PROVEEDOR VARIO	2	\$ 1,800.00	\$ 3,600.00
Refrigeradora	OMNISPORT	1	\$ 269.00	\$ 269.00
	PRADO	1	\$ 359.00	\$ 359.00
Tambos de Gas de 25 Lbr	Z GAS	3	\$ 25.00	\$ 75.00
Freezer	OMNISPORT	2	\$ 269.00	\$ 538.00
	PRADO	2	\$ 299.00	\$ 598.00
Mesa de Acero Inoxidable	UNDISA	1	\$ 45.00	\$ 45.00
Dispensador de bebidas eléctrico	UNDISA	1	\$ 787.61	\$ 787.61
Cubetas Medianas	SUPER TIENDA MORENA	6	\$ 3.25	\$ 19.50
Azafates	SUPER TIENDA MORENA	27	\$ 2.80	\$ 75.60
Mueble de cocina	OMNISPORT	1	\$ 339.00	\$ 339.00
	PRADO	1	\$ 400.00	\$ 400.00
Espumadero	SUPER TIENDA MORENA	2	\$ 3.82	\$ 7.64
Locker de Metal, con 4 casilleros	DISTRIBUIDORA TAMIRA S.A.	1	\$ 150.00	\$ 150.00
Bandejas Americanas	SUPER TIENDA MORENA	3	\$ 15.00	\$ 45.00
Basculas	UNDISA	1	\$ 24.50	\$ 24.50
Jabas de Plastico	SUPER TIENDA MORENA	5	\$ 1.50	\$ 7.50
Sandwichera	UNDISA	1	\$ 450.00	\$ 450.00
Depositos Medianos	SUPER TIENDA MORENA	4	\$ 8.50	\$ 34.00
Bolsas Medianas	VIDRI	3	\$ 0.88	\$ 2.64
Depositos Grandes	SUPER TIENDA MORENA	3	\$ 10.00	\$ 30.00
Basurero	SUPER TIENDA MORENA	1	\$ 6.00	\$ 6.00
Plancha de Cocina	UNDISA	1	\$ 1,141.58	\$ 1,141.58
Cocina Grande	UNDISA	1	\$ 1,725.66	\$ 1,725.66
Cocina de Mesa	UNDISA	1	\$ 47.00	\$ 47.00
Ollas Medianas	UNDISA	3	\$ 32.00	\$ 96.00
Tablas Para Cortar Vegetales	UNDISA	4	\$ 9.56	\$ 38.24
Tapaderas Grande	UNDISA	5	\$ 9.19	\$ 45.95
Platos	SUPER TIENDA MORENA	56	\$ 1.00	\$ 56.00
Platos Soperos	SUPER TIENDA MORENA	32	\$ 1.00	\$ 32.00
Huacales Grandes	SUPER TIENDA MORENA	4	\$ 0.20	\$ 0.80
Huacales de Aluminio	SUPER TIENDA MORENA	5	\$ 1.00	\$ 5.00
Espatula Grande	SUPER TIENDA MORENA	7	\$ 1.90	\$ 13.30
Tenasas Medianas	SUPER TIENDA MORENA	8	\$ 2.70	\$ 21.60
Tenasas Grandes	SUPER TIENDA MORENA	3	\$ 5.25	\$ 15.75
Cuchara de Madera	SUPER TIENDA MORENA	5	\$ 2.00	\$ 10.00
Cuchara de Metal	SUPER TIENDA MORENA	3	\$ 2.25	\$ 6.75
Cucharones Grandes	SUPER TIENDA MORENA	3	\$ 3.10	\$ 9.30
Computadoras	OMNISPORT	2	\$ 299.00	\$ 598.00
	PRADO	2	\$ 350.00	\$ 700.00
Juego de vasos variados 12 piezas	GOOD PRICE EL SALVADOR	4	\$ 25.00	\$ 100.00
Vasos Medianos	GOOD PRICE EL SALVADOR	20	\$ 0.60	\$ 12.00
Tasas Pequeñas	GOOD PRICE EL SALVADOR	15	\$ 1.50	\$ 22.50
Chafing Medianos	SUPER TIENDA MORENA	5	\$ 50.00	\$ 250.00
Chafing Grande	SUPER TIENDA MORENA	12	\$ 125.00	\$ 1,500.00
Bols Grande Metal	SUPER TIENDA MORENA	1	\$ 5.00	\$ 5.00
Ralladores	SUPER TIENDA MORENA	2	\$ 3.60	\$ 7.20

ANEXO 5. Formularios legales para la instalación de la cafetería.



ALCALDIA MUNICIPAL DE APOPA
DECLARACIÓN DEL IMPUESTO MUNICIPAL



Resolución No. _____

INDUSTRIAL

CONTRIBUYENTES A DECLARAR CON ESTE FORMULARIO
COMERCIAL SERVICIOS FINANCIERA

F-1

Cuenta Municipal del inmueble donde funciona el Negocio o Empresa

Datos de la Empresa

Estado:	1	Del	2	Al	3	IBT	4	Método de Registro de Comercio			
Día		Mes		Año		Cuenta Municipal					
Nombre de la Empresa o Razón Social											
Dirección donde funciona el negocio o la Empresa											
Departamento/Municipio											
SAN SALVADOR/APOPA			Teléfono		Fax		Correo electrónico				
Actividad económica: Gira del Negocio o Empresa, Actividad económica principal											
Datos del Representante Legal Apoderado o Propietario											
Primer Apellido			Segundo Apellido			Nombres					
Dirección Particular											
D.U.I.			N.I.Y.			Teléfono		Fax			

IDENTIFICACION

Trámites a Realizar:	Inscripciones de Empresa	(Inicio: Día Mes Año)	Facilidades de Empresa
ACTIVO SEGUN BALANCE GENERAL/INVENTARIO			
Total Activo Inventario			19
DEDUCCIONES DEL EJERCICIO QUE DECLARA, SEGUN ART. 11 DE LA LEY DE IMPUESTOS MUNICIPALES DE APOPA			
Activos Invertidos en otras jurisdicciones, detallados en reverso.			20
Títulos Valores Garantizados por el Estado			+ 21
Total de las Dedicaciones			+ 22

TRASPASOS			
Nombre del Propietario Actual	23		
Nombre del Propietario Anterior	24		
CAMBIO DE RAZÓN SOCIAL			
Razón Social Actual	25		
Razón Social Anterior	26		
CAMBIO DE DIRECCIÓN			
Dirección Actual	27		
Dirección Anterior	28		
CIERRE			
Motivo de Cierre de la Empresa	29		
Fecha de Cierre de Operaciones	30		

OTROS TRÁMITES	REFRENDA DE CHALET	REFRENDA DE VENTA DE CERVEZAS
	ADICIONES DE CUENTA	CIERRES POR ROTULOS Y VALLAS
	CONSTANCIAS	ADICIONES POR ROTULOS Y VALLAS
Explicación del Trámite:		

PAGOS	Último Mes Pagado	31	Según Recibo de Ingreso No.	32
	Fecha que cancelo el Impuesto Municipal	33	Observación:	

DECLARO SOLEMNEMENTE BAJO JURAMENTO QUE LOS DATOS REFERIDOS EN LA PRESENTE DECLARACIÓN CONSTITUYE VERAZMENTE LA INFORMACIÓN REQUERIDA Y ME ENCARGA DE ACORDO CON LOS ESTADOS FINANCIEROS Y REGISTROS CONTABLES DE LA EMPRESA POR LO QUE ASUMO LA RESPONSABILIDAD CORRESPONDIENTE Y AUTORIZO A LA ORGANIZACIÓN A REALIZAR LA INVESTIGACIÓN CORRESPONDIENTE A LA INFORMACIÓN ANTES PROPORCIONADA.

Firma y Sello del Contribuyente o Representante Legal

USO EXCLUSIVO DE LA ALCALDIA MUNICIPAL
(AREA DESIGNADA PARA LA RESOLUCION DEL TRAMITE)

IMPUESTO	ACTIVO INVENTARIO SUJETO AL IMPUESTO (Casilla 19 Meses 22)	+ 34
	IMPUESTO MUNICIPAL MENSUAL	35
	Fondo Específico Fiscal	+ 36
	5% de Fiestas Patronales	+ 37
	Total Mensual del Impuesto	= 38
	Total Anual del Impuesto	= 39
	Multa por presentar declaración en forma extemporánea (Cobro por mes o fracción de mes según Art. 33 de la Ley de Impuestos)	40

Total del impuesto a pagar mensualmente (Casilla 38) 41 Entra en Vigencia a partir del 42 Día Mes Año

Con base en la información recibida y en el cumplimiento de la normativa municipal se resuelve:

Inscribir empresa	Cambio de Dirección	Permiso de comercialización de cerveza
Recalcificar empresa	Licencia por funcionamiento de chalets	Adicionar a la cuenta
Adiciones por rotulos y vallas	Cierre por rotulos y vallas	Cierre de Empresa
Traspaso de Cuenta	Cambio de Razón Social	Otros

Auxiliar de Empresas

Jefe de Catastro Tributario

No.	DETALLE DE ACTIVOS INVERTIDOS EN OTRAS JURISDICCIONES			VALOR
	DIRECCIÓN, UBICACIÓN, BUCURSAL O AGENCIA	DEPARTAMENTO	MUNICIPIO	
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
11				
12				
TOTAL DE ACTIVOS INVERTIDOS EN OTRAS JURISDICCIONES				44
TRASLADE EL VALOR DE LA CASILLA 44 A LA CASILLA 20.				

TRAMITES	REQUISITOS PARA DIFERENTES TRAMITES	
	PERSONA NATURAL	PERSONA JURIDICA
1 Inscripción de empresas	1. Copia de DUI del propietario 2. Copia de NIT del propietario 3. Inventario de mercadería y mobiliario (digitado) 4. Copia de recibo de luz 5. Formulario único de trámites completo (original y 2 copias) 6. Cancelación del trámite SEGUN ACTIVO DE INVENTARIO e Inspección \$ 2.50	1. Copia de escritura de constitución de la empresa 2. Copia de Credencial, DUI y NIT del representante legal 3. Copia del número de (NRC) y copia del NIT de la Sociedad 4. Copia de recibo de luz - Copia del Contrato de Arrendamiento del Inmueble 5. Balance inicial de la empresa en el municipio 6. Formulario único de trámites completo (original y 2 copias) 7. Cancelación del trámite SEGUN ACTIVO DE BALANCE e Inspección \$ 2.50
2 Recalificación de empresas	1. Balance General, 2. Solvencia Municipal 3. Formulario único de trámites completo (original y 2 copias)	CC
3 Cambio de dirección	1. Copia de recibo de luz de la nueva dirección 2. Formulario único de trámites completo (original y 2 copias) 3. Cancelación del trámite US\$1.80 e Inspección \$ 2.50	1. Copia de recibo de luz de la nueva dirección 2. Formulario único de trámites completo (original y 2 copias) 3. Cancelación del trámite US\$1.80 e Inspección \$ 2.50
4 Adiciones por rótulos y vallas	1. Cancelación del trámite US\$1.80 e Inspección \$ 2.50 2. Formulario único de trámites completo (original y 2 copias)	1. Cancelación del trámite US\$1.80 e Inspección \$ 2.50 2. Formulario único de trámites completo (original y 2 copias)
5 Emisión de constancias para empresas	1. Cancelación del trámite US\$5.00 2. Formulario único de trámites completo (original)	1. Cancelación del trámite US\$5.00 2. Formulario único de trámites completo (original)
6 Cierres por rótulos y vallas	1. Cancelación del trámite US\$1.80 e Inspección \$ 2.50 2. Formulario único de trámites completo (original y 2 copias)	1. Cancelación del trámite US\$1.80 e Inspección \$ 2.50 2. Formulario único de trámites completo (original y 2 copias)
7 Adiciones de cuenta	1. Cancelación del trámite US\$1.80 e Inspección \$ 2.50 2. Formulario único de trámites completo (original y 2 copias)	1. Cancelación del trámite US\$1.80 e Inspección \$ 2.50 2. Formulario único de trámites completo (original y 2 copias)
8 Cierres de empresas	1. Cancelación del trámite US\$1.80 e Inspección \$ 2.50 2. Formulario único de trámites completo (original y 2 copias)	1. Cancelación del trámite US\$1.80 e Inspección \$ 2.50 2. Formulario único de trámites completo (original y 2 copias) 3. Balance de cierre
10 Traspaso de negocio / cambio de razón social	1. Copia de DUI de nuevo propietario 2. Copia de NIT del nuevo propietario 3. Cancelación del trámite US\$1.80 e Inspección \$ 2.50 4. Formulario único de trámites completo (original y 2 copias) Declaración Jurada del Antiguo Propietario en la cual traspasa la cuenta comercial al nuevo propietario del negocio.	1. Copia de DUI del nuevo representante legal, 2. Copia de NIT del nuevo representante legal 3. Copia de nueva escritura de constitución 4. Cancelación del trámite US\$1.80 e Inspección \$ 2.50 5. Copia del número de (NRC) y NIT de la Sociedad 6. Formulario único de trámites completo (original y 2 copias)
11 Refrenda por permiso de comercialización de cerveza	1. Cancelación del trámite US\$1.80 y refrenda 2. Formulario único de trámites completo (original)	1. Cancelación del trámite US\$1.80 y refrenda 2. Formulario único de trámites completo (original)

NOTAS IMPORTANTES:

Para cualquier modificación la Ley de Impuestos Municipales, en el artículo siguiente dice:

ART. 17 * Toda persona natural o jurídica sujeta al pago de Tributos Municipales, deberá dar aviso a la Alcaldía Municipal, del Cierre, Traspaso, Cambio de Dirección y de cualquier otro hecho que tenga como consecuencia la cesación o variación de dicho Tributo, dentro de los treinta días, al hecho de que se trata. El incumplimiento de esta obligación hará responsable al sujeto del impuesto al pago de los mismos, salvo que hayan sido cubiertos por el adquirente, en caso de traspaso.

Para el caso de cierre de negocio, la Ley General Tributaria dice:

ART. 90 numeral 7* * El contribuyente que ponga fin a su negocio o actividad, por cualquier causa, lo informará por escrito, a la autoridad tributaria Municipal, dentro de los treinta días siguientes a la fecha de finalización de su negocio o actividad; presentará, al mismo tiempo las declaraciones pertinentes el balance o inventario final y efectuará el pago de los tributos adeudados sin perjuicio de que la autoridad tributaria pueda comprobar de oficio, en formatohaciente, el cierre definitivo de cualquier establecimiento.*

Deberes y Obligaciones

Art. 18-Los Contribuyentes sujetos a imposición en base al activo imponible, presentaran a la Administración Tributaria, la Información debida y totalmente completa en el formulario de declaración jurada, último balance, estados de resultados y los anexos correspondiente a cada ejercicio fiscal, según lo establece el Código de Comercio a mas tardar tres meses despues de terminado dicho ejercicio de acuerdo al Art. 8 de la presente ley y toda la documentación idonea que sustenten las deducciones permitidas de conformidad a la presente Ley.



FORMULARIO PARA SOLICITAR PERMISO DE INSTALACIÓN Y FUNCIONAMIENTO DE ESTABLECIMIENTOS (PERMISO SANITARIO)

REPUBLICA DE EL SALVADOR
MINISTERIO DE SALUD

NUEVA SOLICITUD RENOVACIÓN
 NÚMERO DE SOLICITUD: _____ FECHA DE RECEPCIÓN: _____ CATEGORÍA A UICF: _____

Datos del Propietario o Representante Legal PROPIETARIO REPRESENTANTE LEGAL APODERADO
 NOMBRE LEGAL SEGUN DOCUMENTO DE IDENTIDAD: _____ NACIONALIDAD: _____

NO. DE DUI / NO. DE CARNET DE RESIDENTE O PASAPORTE (Solo para extranjero): _____ CORREO ELECTRONICO: _____ TELEFONO FIJO: _____ HORARIO DE OPERACIONES: _____
 DIRECCION: _____ MUNICIPIO: _____ DEPARTAMENTO: _____

Datos del establecimiento
 NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO: _____ TIPO DE ESTABLECIMIENTO: _____
 RAZON SOCIAL DEL ESTABLECIMIENTO: _____

DIRECCION: _____ MUNICIPIO: _____ DEPARTAMENTO: _____

ASISTENTE AL R.C. _____ CAPITAL _____ NETO DE LA EMPRESA O PRESTACION SOCIAL _____ TELEFONO FIJO _____ FAX _____ CORREO ELECTRONICO _____
 TOTAL DE EMPLEADOS DE LA PLANTA (EXCLUYENDO ADMINISTRATIVO) Masculino _____ Femenino _____

3 Datos complementarios para las fabricas de alimentos u otros establecimientos alimentarios
 DIRECCION EXACTA DE LAS OFICINAS CENTRALES: _____
 TELEFONO OFICINA CENTRAL _____ FAX OFICINA CENTRAL _____ CORREO ELECT. OFICINA _____
 TIPO DE PRODUCTO QUE ELABORA _____ LISTA DE PRODUCTOS QUE ELABORA _____ REQUERIDO SANITARIO _____

4 Datos complementarios para las fabricas (excepto alimentarias), Industria, Comercio y Similares.
 DIRECCION EXACTA DE LAS OFICINAS CENTRALES: _____
 TELEFONO OFICINA _____ FAX OFICINA CENTRAL _____ CORREO ELECT. OFIC. CENT _____
 TIPO DE PRODUCTO QUE ELABORA _____ LISTA DE PRODUCTOS QUE ELABORA _____

Firma del solicitante _____ SELLO _____
 FIRMA DEL SOLICITANTE (PROPIETARIO, REPRESENTANTE LEGAL O APODERADO)
 FAVOR DE ELABORAR EL CRONOGRAMA DE DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA AL REVERSO DEL FORMULARIO (APLICA UNICAMENTE FABRICAS), NO TIENE QUE ESTAR A ESCALA

ESPACIO DE USO EXCLUSIVO DE LA UNIDAD COMUNITARIA DE SALUD FAMILIAR

Fecha de recepción: _____
 Nombre y firma del Director de la Unidad Comunitaria de Salud Familiar _____ SELLO _____

ANEXO 6. Presupuesto de compras mensuales de insumos.

Presupuesto de compras mensuales

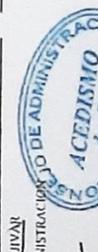
Cantidad	Unidad de medida	Producto	Precio Unitario	Precio total
110	Libra	de arroz blanco	\$ 0.54	\$ 59.40
110	Libra	de azucar	\$ 0.46	\$ 50.60
110	Libra	de platano maduro	\$ 0.49	\$ 53.90
110	Libra	de frijol de seda	\$ 0.60	\$ 66.00
110	Libra	de pollo pechuga	\$ 1.35	\$ 148.50
27.5	Libra	pollo entre pierna	\$ 1.00	\$ 27.50
11	Libra	sal yodada refinada	\$ 0.10	\$ 1.10
55	Libra	carne lomo de aguja res	\$ 4.50	\$ 247.50
55	Libra	chuleta de res brazuelo	\$ 2.80	\$ 154.00
22	Libra	Costilla de Res Riblet	\$ 2.20	\$ 48.40
27.5	Libra	chorizo dany especial	\$ 2.99	\$ 82.23
13.2	Cartones	huevo grande Catalana	\$ 5.39	\$ 71.15
22	Libra	jamon pavo dany	\$ 2.50	\$ 55.00
22	Paquete	margarina 5 barritas Mazola	\$ 0.99	\$ 21.78
13.2	Botella de 3000ml	aceite ideal 3000ml	\$ 6.50	\$ 85.80
110	Libra	maiz grano sin procesar	\$ 0.18	\$ 19.80
11	Paquete de 24 Unidades	Soda en lata coca	\$ 10.00	\$ 110.00
11	Paquete de 24 Unidades	Jugo de lata	\$ 8.65	\$ 95.15
8.8	Paquete de 6 unidades	soda 2.5 litros	\$ 8.50	\$ 74.80
11	Botella de 450 ml	Miel de Maple de La Familia	\$ 1.75	\$ 19.25
27.5	Libra	Café Coscafé	\$ 3.70	\$ 101.75
5.5	Galones	leche entera salud	\$ 5.09	\$ 28.00
55	Paquete de 1000 Gramos	Spaguetti Fama	\$ 0.33	\$ 18.15
22	Paquete de 2 libras	Pancake Aunt Jemima 2 Lb	\$ 2.05	\$ 45.10
22	Tiras de 12 Unidades	condimentos varios MC Cormic	\$ 1.35	\$ 29.70
3	Tambos de gas 25lb	Tambos de gas 25lb	\$ 25.00	\$ 75.00
		verduras y frutas varias		\$ 325.00
Total				\$ 2,114.55

**ANEXO 7. Estados Financieros de
ACEDISMO DE R.L.**

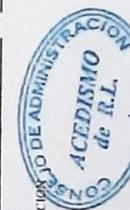
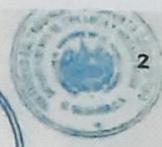
MORAZAN DE RESPONSABILIDAD LIMITADA
BALANCE GENERAL
Al 31 de Diciembre de 2017
 (En dólares de los Estados Unidos de América)

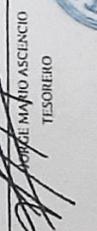
Activo	
Corriente	Pasivo
Efectivo y Equivalentes de Efectivo	Cuentas por Pagar
Inventarios	<u>40,729</u>
Préstamos por Cobrar	Total Pasivo Corriente
Cuentas por Cobrar	<u>40,729</u>
Total Activo Corriente	No Corriente
<u>127,951</u>	Cuentas por pagar a Largo
No Corriente	<u>3,199</u>
Propiedad Planta y Equipo al Costo	Total Pasivo No Corriente
Depreciación Acumulada	<u>3,199</u>
Total Activo No Corriente	Patrimonio de los Asociados
<u>27,865</u>	Capital Inicial
Total Activo	Aportaciones
<u>149,153</u>	Reserva Legal
	Reserva de Educación
	Excedente (deficit) del Ejercicio
	<u>105,225</u>
	Total Pasivo y Patrimonio de los Asociados
	<u>149,153</u>

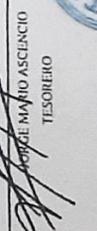

 ROSALVA PATRICIA MENIVAR
 PRESIDENTE/CONSEJO DE ADMINISTRACION

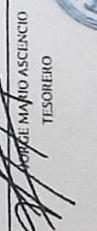

 ANA LUCIA MENDEZ
 CONTADOR


 FEDERICO ANTONIO ESCOBAR REYES
 PRESIDENTE DE JUNTA DE VIGILANCIA




 ROSALVA PATRICIA MENIVAR
 PRESIDENTE/CONSEJO DE ADMINISTRACION


 ANA LUCIA MENDEZ
 CONTADOR


 FEDERICO ANTONIO ESCOBAR REYES
 PRESIDENTE DE JUNTA DE VIGILANCIA



Asociación Cooperativa de Ahorro, Crédito, Consumo y Servicios de Empleados de Distribuidora Morazán de Responsabilidad Limitada

ESTADO DE RESULTADO
Del 01 de enero al 31 de diciembre de 2017
(Cifras en dólares de los Estados Unidos de America)

DEPARTAMENTO DE VENTAS			
	PRODUCTOS		189,654
	Venta de productos y servicios	189,654	
GASTOS Y COSTOS			
	GASTOS Y COSTOS		171,435
	Costo de Ventas	171,435	
UTILIDAD BRUTA			18,219
+)	DEPTO DE AHORRO Y CREDITO		3,413
	PRODUCTOS		3,413
	Productos Financieros	2,953	
	Otros Productos	460	
+)	OTROS INGRESOS		4,470
	Otros Ingresos	4,470	
-)	GASTOS DE OPERACION		24,761
	Gastos de Administración	7,667	
	Gastos Financieros	168	
	Gastos de Venta	16,926	
Excedente (deficit) disponible del Ejercicio antes de Reservas			1,341
Reserva de Educación			67.03
Excedente (deficit) disponible del Ejercicio			1,273.58

RONY RYAN GARCIA MENIVAR
PRESIDENTE CONSEJO DE ADMINISTRACION

FEDERICO ANTONIO ESCOBAR REYES
PDTE. JTA. DE VIGILANCIA

JORGE MARIO ASCENCIO
TESORERO

ANA LUCIA MENDEZ
CONTADOR

