

**UNIVERSIDAD TECNLOGICA CENTROAMERICANA**

**FACULTAD DE POSGRADO**

**Administración Financiera**

**Tarea: Encuesta Grupal de Costo de Capital**

**CATEDRATICO: Lic Orlando Valladares**

**ELABORADO POR:**

**Fernando Quiroz-12143055**

**Axcell Herrera-12143053**

**Aaron Godoy-12143054**

**Carlo Menjivar-21053124**

**José Suarez-12143112**

**LUGAR: TEGUCIGALPA**

**17/02/22**

Introducción

La presente encuesta se refiere al tema “Costo de capital” en donde se entrevistaron comerciantes individuales. A continuación, se presentan los gráficos que corresponden a la información recolectada en la encuesta realizada, cada pregunta que se realizo va con su respectivo análisis y grafico para observar la tendencia de las respuestas obtenidas y así llegar a una conclusión acertada de los mismos.

D**atos Demográficos**

De las 23 personas que fueron encuestadas, 16 de ellas son hombres y 7 mujeres, lo que viene a representar un 69.57% y 30.43% respectivamente.

Las edades fueron distribuidas de cuatro formas, en el primer rango de 0-18 años no tuvimos ningún encuestado, en el segundo rango de 19-25 años encuestamos a 3 personas, lo que viene a representar un 13.04%, el rango de 26-35 años es el que tiene la frecuencia mas alta con 11 encuestados, viniendo a representar un 47.83% de los encuestados y finalmente el rango de 35 años en adelante posee una frecuencia de 9 personas, que viene a representar un 39.13%.

Con respecto al nivel educativo de los encuestados, 10 de ellos poseen sus estudios universitarios incompletos, lo que viene a representar un 43.48%. Por otra parte, 6 personas encuestadas tienen sus estudios universitarios finalizados, seguido se encuentran 5 personas que poseen un posgrado o doctorado y para finalizar, 2 personas encuestadas poseen su secundaria completa.

Datos Recabados

Para iniciar, se les hicieron dos preguntas básicas a los encuestados, la primera es para conocer su modelo de negocio y la segunda para saber si comprenden el termino de costo de capital.

De las 23 personas encuestadas, 10 de ellos se dedican a la prestación de servicios y los otros 13 se dedican a la compraventa de artículos.

Con respecto a si conocen el termino de “Costo de Capital”. 19 de ellos respondieron que si y los 4 restantes desconocían al termino.

Se les consultó a los encuestados que consideraban que era mas costoso para su negocio, si uso de capital propio o la adquisición de deuda. 17 personas consideran que la adquisición de deuda les resulta mas costoso para su negocio y 6 consideran que el uso del capital propio les resulta mas costoso.

A los 6 encuestados que consideran el uso del capital propio mas costoso, se les consultó por las razones que ellos consideraban. 3 de ellos consideran que hay un mayor riesgo de perdida al utilizar el capital propio y otros 3 piensan que el dinero puede ser utilizado para otros fines.

A las 17 personas que consideran la adquisición de deuda mas costosa se les consultó por las razones y el 100% de ellos consideran que se debe a las altas tasas de interés.

Conclusiones

El costo de capital es una tasa de rendimiento esperado que se determina para evaluar una inversión la cual depende íntimamente de la naturaleza de los flujos de caja del negocio principalmente de la volatilidad de los mismos.

Se le realizó la encuesta a 23 personas emprendedoras de las cuales 10 de ellos se dedican a la prestación de servicio y los otros 13 se dedican a la compra venta de artículos, se les preguntó inicialmente si entendían el término costo de capital y 19 de ellos respondieron que si y los cuatro restantes desconocían el término

La mayoría de los encuestados consideraron que la adquisición de deuda es más costoso para su negocio y a la vez se les pregunto por qué era más costoso para su negocio y respondieron que no era conveniente por la alta tasa de interés.

Debido a esto pudimos cocluir que las personas prefieren utilizar el dinero proipio aunque tengan el riesgo de no recuperar la inversion.

Metodología Utilizada y Listado de Personas

Para llevar a cabo esta encuesta se llevó a cabo una encuesta digital a través de Google Forms y posteriormente se les envió a conocidos de los integrantes del grupo que sean comerciantes individuales para conocer sus respuestas.