

**CENTRO UNIVERSITARIO TECNOLÓGICO CEUTEC**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**PROYECTO DE GRADUACIÓN**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA INVERSIÓN EN UN  
RESTAURANTE DE POLLOS CON HORNOS REFRACTARIOS**

**FUNCIONANDO A BASE DE LENA**

**EN LA CIUDAD DE LA CEIBA**

**SUSTENTADO POR:**

**ROBERT GLENN RIVAS MUNGUA**

**41651036**

**PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE  
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA**

**LA CEIBA, ATLÁNTIDA, HONDURAS, C.A.**

**MAYO, 2020.**

**CENTRO UNIVERSITARIO TECNOLÓGICO CEUTEC**  
**LICENCIATURA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**AUTORIDADES UNIVERSITARIAS**

**RECTOR**

**MARLON ANTONIO BREVÉ REYES**

**SECRETARIO GENERAL**

**ROGER MARTÍNEZ MIRALDA**

**VICERRECTORA ACADÉMICA CEUTEC**

**DINA ELIZABETH VENTURA DÍAZ**

**DIRECTORA ACADÉMICA CEUTEC**

**IRIS GABRIELA GONZALES ORTEGA**

**MAYO, 2020**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA INVERSIÓN EN UN  
RESTAURANTE DE POLLOS CON HORNOS REFRACTARIOS  
FUNCIONANDO A BASE DE LENA  
EN LA CIUDAD DE LA CEIBA**

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

**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA**

ASESOR METODOLÓGICO:

Ing. Karla Patricia Ventura Guillen

MIEMBROS DE LA TERNA:

Lic. Aldrin Stielike Acosta Matute

Lic. María Sara Izaguirre Fúnez

Lic. Ruth María Cruz Puerto

LA CEIBA, ATLÁNTIDA, HONDURAS, C.A.

MAYO, 2020.

## **Dedicatoria**

En primer lugar, quiero dedicarle este logro a Dios por haberme permitido culminar mis estudios de pregrado ya que sin el nada de esto hubiese sido posible, brindándome la salud, la sabiduría y la paciencia para sacar adelante cada una de las etapas de mi carrera.

Dedicalos también este logro a mis padres, a mis abuelos, a mis hermanos y a todos los miembros de mi familia por apoyarme a lo largo de este camino y por supuesto a los maestros que con sus conocimientos hicieron de mi un buen profesional.

## **Agradecimiento**

Primeramente y sobre todas las cosas, darle las gracias y la honra a Dios por haberme brindado todo lo necesario tanto mental, económica y emocionalmente para poder llegar a este punto ya que son los planes de el que se cumplen en mi vida. Al mismo tiempo agradecer a mi madre por ser siempre ese apoyo incondicional que me motivo a seguir adelante en mi vida estudiantil y a toda mi familia ya que siempre me han brindado su apoyo para poder culminar mi carrera universitaria. Así mismo, agradecer a mis amigos dentro y fuera de la universidad que hicieron de esta etapa mucho mas agradable apoyándonos unos a otros hasta lograr llegar al final.

Por último, pero no menos importante, agradecer a CEUTEC y a sus catedráticos por haberme brindado todos los conocimientos adquiridos a lo largo de cada una de las clases, ya que estoy seguro serán de mucho provecho para mi vida profesional.

## **Resumen Ejecutivo**

El presente proyecto es un estudio de factibilidad para la inversión en una pollería con hornos refractarios a base de leña en la ciudad de La Ceiba. El propósito de nuestro proyecto es brindar un sabor único y de calidad a los clientes. El factor que nos va a distinguir de los otros negocios del mismo rubro son las herramientas con las que haremos el pollo, en este caso será el horno refractario que funciona con leña en lugar de gas o carbón. Tendremos la ventaja que seremos el único negocio que contara con este tipo de horno en la ciudad. Además del proceso de asado del pollo, será también importante la receta con la que se preparará el producto, siendo una receta secreta familiar.

Para que este proyecto fuera posible se realizaron varias investigaciones con el propósito de poder determinar si la inversión para este negocio es rentable. Con el fin de probar la factibilidad del proyecto se realizaron lo siguientes estudios: Investigación de mercado, Estudio Técnico, Impacto Ambiental, Estudio Organizacional, Estudio Legal, Estudio Económico y Estudio Financiero.

## CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO	IX
GLOSARIO	XVI
INTRODUCCION	XVIII
<b>CAPITULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b>	<b>1</b>
<b>1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.</b>	<b>1</b>
<i>1.1.1 Situación Problemática</i>	<i>1</i>
<i>1.1.2 Objetivos</i>	<i>2</i>
<i>1.1.3 Justificación de la investigación</i>	<i>2</i>
<i>1.1.4 Análisis situacional FODA</i>	<i>4</i>
<b>1.2 MARCO DE REFERENCIA</b>	<b>6</b>
<i>1.2.1 Antecedentes del proyecto.</i>	<i>6</i>
<b>1.3 FASE DIAGNOSTICA</b>	<b>7</b>
<i>1.3.1 Historia de la empresa.</i>	<i>7</i>
<i>1.3.2 Misión</i>	<i>7</i>
<i>1.3.3 Visión</i>	<i>7</i>
<b>CAPITULO LL. ESTUDIO DE MERCADO</b>	<b>8</b>
<b>2.1 TIPO DE ESTUDIO.</b>	<b>10</b>
<b>2.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO.</b>	<b>10</b>
<b>2.3 IDENTIFICACIÓN DE LAS VARIABLES</b>	<b>11</b>

<b>2.4 CONSIDERACIONES ACERCA DE LA POBLACIÓN Y TAMAÑO DE LA MUESTRA.</b>	12
<b>2.5 INSTRUMENTO PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS.</b>	12
<b>2.6 RECOLECCIÓN DE DATOS.</b>	12
<b>2.7 ENCUESTA Y RESULTADOS.</b>	14
<b>2.7 ANÁLISIS DE ENTORNO.</b>	22
<b>2.8 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA</b>	25
<b>2.9 SEGMENTACIÓN DE MERCADO</b>	28
<b>2.10 ESTRATEGIA COMERCIAL</b>	29
<b>CAPITULO III. ESTUDIO TECNICO.</b>	<b>34</b>
<b>3.1 PROCESO DE PRODUCCIÓN</b>	34
<b><i>3.1.1 Descripción del proceso</i></b>	34
<b><i>3.1.2 Alternativas Tecnológicas</i></b>	36
<b><i>3.1.3 Capacidad de Producción</i></b>	37
<b><i>3.1.4 Turnos diarios de trabajo</i></b>	37
<b><i>3.1.5. Tamaño del proyecto</i></b>	37
<b>3.2 LOCALIZACIÓN.</b>	37
<b><i>3.2.1 Macro Localización</i></b>	37
<b><i>3.2.2 Micro localización</i></b>	41
<b>3.3 MAQUINARIA Y EQUIPO</b>	43
<b><i>3.3.1 Descripción de la maquinaria y equipo requerido</i></b>	43
<b><i>3.3.2 Proveedores nacionales y extranjeros.</i></b>	46
<b>3.4 EDIFICIOS E INSTALACIONES.</b>	48

<i>3.4.1 Calculo de necesidades de infraestructura.</i>	48
<i>3.4.2 Distribución de áreas</i>	49
<i>3.4.3 Diseño en planta.</i>	49
<i>3.4.4. Esquema y diseño de las obras.</i>	50
<i>3.4.5 Analizar las opciones de Construir vs. Arrendar.</i>	50
<i>3.4.6 Operación y mantenimiento: Vida útil esperada.</i>	50
<i>3.4.7 Costos</i>	51
<b>CAPITULO IV. ESTUDIO AMBIENTAL.</b>	<b>52</b>
<b>4.1 PREVISIBLES Y CON RIESGO AMBIENTAL MÍNIMO.</b>	52
<b>CAPITULO V. ESTUDIO ORGANIZACIONAL</b>	<b>55</b>
<b>5.1 FUNCIÓN DE PRODUCCIÓN.</b>	56
<b>5.2 FUNCIÓN FINANCIERA</b>	58
<b>5.3 FUNCIÓN ADMINISTRATIVA</b>	58
<b>5.4 FUNCIÓN RECURSOS HUMANOS.</b>	58
<b>5.5 FUNCIÓN DE MERCADEO.</b>	59
<b>5.6 REQUERIMIENTO DEL PERSONAL ESPECIALIZADO Y NO ESPECIALIZADO.</b>	59
<b>CAPITULO VI. ESTUDIO LEGAL</b>	<b>61</b>
<b>6.1 PROCESO PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA.</b>	61
<b>6.2 TIPO DE SOCIEDAD.</b>	62
<b>6.3 PROCESO DE INSCRIPCION REGISTRAL</b>	65
<b>6.4 PERMISO DE OPERACIÓN ALCALDIA MUNICIPAL.</b>	66
<b>6.5 REQUISITOS DE REGISTRO ANTE LA DIRECCION EJECUTIVA DE INGRESOS.</b>	66

<b>6.6 AFILIACION A ( IHSS; INFOP, RAP )</b>	<b>67</b>
6.7 TRÁMITES Y DOCUMENTOS REQUERIDOS:	69
<b>6.8 ELABORACIÓN DE REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO Y DE HIGIENE Y SEGURIDAD</b>	<b>70</b>
<b>CAPITULO VII. EVALUACION FINANCIERA</b>	<b>70</b>
<b>7.1.1 PRESUPUESTO DE VENTAS</b>	<b>70</b>
<i>7.1.2 Presupuesto de Producción</i>	75
<i>7.1.3 Presupuesto de Inventarios Finales</i>	78
<i>7.1.4 Presupuesto de Costos de Artículos Vendidos</i>	82
<b>7.2 ANÁLISIS FINANCIERO</b>	<b>83</b>
<i>7.2.1 Capital de Trabajo</i>	83
<i>7.2.2 Punto de equilibrio</i>	85
<i>7.2.3 Flujo de Caja</i>	86
<i>7.2.4 Balance General</i>	87
<i>7.2.5 Estado de Resultados</i>	88
<i>7.2.6 Análisis Financiero</i>	89
<i>7.2.7 Estimación del Flujo de Efectivo</i>	90
<i>7.2.8 Determinación Tasa Mínima de Rendimiento</i>	91
<i>7.2.9 Aportes Propios</i>	92
<i>7.2.10 Costos de Financiamiento</i>	92
<i>7.2.11 Costo Ponderado</i>	92
<i>7.2.12 Indicadores de Rentabilidad</i>	93
<i>7.2.13 Valor presente Neto</i>	93
<i>7.2.15 Tasa Verdadera de Retorno</i>	94

<i>7.2.17 Análisis de Riesgos</i>	96
<i>Análisis de Sensibilidad 7.2.18</i>	100
<b>ESCENARIO OPTIMISTA</b>	<b>100</b>
	<b>100</b>
<b>CAPITULO VIII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>	<b>101</b>
<b>8.1 CONCLUSIONES</b>	101
<b>8.2 RECOMENDACIONES</b>	102
<b>BIBLIOGRAFIA</b>	<b>103</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>106</b>

## INDICE DE TABLAS

<b>TABLA 1 METODOLOGÍA</b>	9
<b>TABLA 2 IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES.</b>	11
<b>TABLA 3 FICHA DE METODOLOGIA.</b>	19
<b>TABLA 4 FORMATO TÉCNICA DE OBSERVACION.</b>	20
<b>TABLA 5 FORMATO DE REGISTRO DE INFORMACIÓN DE OBSERVACION.</b>	21
<b>TABLA 6 VALORACIÓN PERCEPCIÓN DEL CLIENTE.</b>	26
<b>TABLA 7 CARACTERÍSTICAS DE EMPRESAS LIDERES EN EL MERCADO.</b>	27
<b>TABLA 8 ALTERNATIVAS TECNOLOGICAS.</b>	36
<b>TABLA 9 COSTOS DE INVERSION.</b>	52
<b>TABLA 10 PRESUPUESTO DE VENTAS.</b>	71
<b>TABLA 11 PRESUPUESTO DE VENTAS 1 TRIMESTRE.</b>	72
<b>TABLA 12 PRESUPUESTO DE VENTAS 2 TRIMESTRE.</b>	73
<b>TABLA 13 PRESUPUESTO DE VENTA 3 TRIMESTRE.</b>	74
<b>TABLA 14 PRESUPUESTO DE VENTAS GENERAL.</b>	75
<b>TABLA 15 PRESUPUESTO DE PRODUCCION.</b>	78
<b>TABLA 16 PRESUPUESTO DE INVENTARIOS FINALES.</b>	81
<b>TABLA 17 PRESUPUESTO DE INVENTARIOS FINALES 2.</b>	82
<b>TABLA 18 PRESUPUESTO DE COSTOS DE ARTÍCULOS VENDIDOS.</b>	83
<b>TABLA 19 CAPITAL DE TRABAJO.</b>	85
<b>TABLA 20 PUNTO DE EQUILIBRIO.</b>	86
<b>TABLA 21 FLUJO DE CAJA.</b>	87
<b>TABLA 22 BALANCE GENERAL.</b>	88
<b>TABLA 23 ESTADO DE RESULTADOS.</b>	89

<b>TABLA 24 ANÁLISIS FINANCIERO.</b>	90
<b>TABLA 25 TASA MÍNIMA DE RENDIMIENTO (TMR).</b>	92
<b>TABLA 26 INDICADORES DE RENTABILIDAD.</b>	93
<b>TABLA 27 VALOR PRESENTE NETO (VPN).</b>	94
<b>TABLA 28 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).</b>	94
<b>TABLA 29 TASA VERDADERA DE RETORNO (TVR).</b>	95
<b>TABLA 30 ANALISIS DE RENTABILIDAD.</b>	96
<b>TABLA 31 DESCRIPCIÓN DE RIESGOS.</b>	97
<b>TABLA 32 VALORES DE FRECUENCIA DE RIESGOS.</b>	97
<b>TABLA 33 FRECUENCIA DE EVENTO.</b>	98
<b>TABLA 34 VALORES DE IMPACTO DE RIESGO.</b>	98
<b>TABLA 35 IMPACTO DEL EVENTO.</b>	99
<b>TABLA 36 IMPACTO DE OCURRENCIA DE RIESGOS.</b>	99
<b>TABLA 37 ANALISIS DE RIESGOS.</b>	100
<b>TABLA 38 ESCENARIO NORMAL</b>	100
<b>TABLA 39 ESCENARIO PESIMISTA</b>	100
<b>TABLA 40 ESCENARIO OPTIMISTA</b>	100

## **INDICE DE ILUSTRACIONES**

<b>ILUSTRACIÓN 1 MATRIZ FODA.</b>	<b>5</b>
<b>ILUSTRACIÓN 2 ESQUEMA DE DISEÑO DE LA INVESTIGACION.</b>	<b>9</b>
<b>ILUSTRACIÓN 3 HORNO REFRACTARIO</b>	<b>31</b>
<b>ILUSTRACIÓN 4 HORNO REFRACTARIO.</b>	<b>32</b>
<b>ILUSTRACIÓN 5 FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN.</b>	<b>34</b>
<b>ILUSTRACIÓN 6 INSTALACIONES.</b>	<b>47</b>
<b>ILUSTRACIÓN 7 DISEÑO DE PLANTA.</b>	<b>48</b>
<b>ILUSTRACIÓN 8 ORGANIGRAMA.</b>	<b>59</b>
<b>ILUSTRACION 9 PERIODO PROMEDIO DE RECUPERACION</b>	<b>96</b>

## **INDICE DE GRAFICOS**

<b>GRAFICO 1 PREGUNTA #1</b>	13
<b>GRAFICO 2 PREGUNTA #2</b>	13
<b>GRAFICO 3 PREGUNTA #3</b>	14
<b>GRAFICO 4 PREGUNTA #4</b>	14
<b>GRAFICO 5 PREGUNTA #5</b>	15
<b>GRAFICO 6 PREGUNTA #6</b>	15
<b>GRAFICO 7 PREGUNTA #7</b>	16
<b>GRAFICO 8 PREGUNTA #8</b>	16
<b>GRAFICO 9 PREGUNTA #9</b>	17
<b>GRAFICO 10 PREGUNTA #10</b>	17
<b>GRAFICO 11 VALORACIÓN PERCEPCIÓN DEL CLIENTE.</b>	26
<b>GRAFICO 12 ANALISIS DE CAPITAL DE TRABAJO.</b>	86

## **INDICE DE ANEXOS**

<b>ANEXOS 1 LOGOTIPO</b>	108
<b>ANEXOS 2 MODELO HORNO REFRACTARIO</b>	108
<b>ANEXOS 3 HORNO ECOLÓGICO</b>	108
<b>ANEXOS 4 AHORRO DE ENERGÍA</b>	109
<b>ANEXOS 5 ENCUESTA</b>	110
<b>ANEXOS 6 TAMAÑO DE LA MUESTRA</b>	110

## GLOSARIO

**Análisis situacional FODA:** Análisis que permite evaluar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de una situación específica.

**Fuentes Primarias:** La información primaria es la que no existe antes de desarrollar una investigación y se crea específicamente para ella, a través de observaciones, encuestas, entrevistas o experimentos.

**Fuentes Secundarias:** La información secundaria es la que está disponible antes de que surja la necesidad de contar con ella para llevar a cabo la investigación que la necesita.

**Estudio Técnico:** El estudio técnico de un proyecto, estudia la posibilidad tecnológica o existencia de los equipos para llevar a cabo los procesos, de infraestructura (existencia de instalaciones para los equipos), legal, ambiental y geográfica (existencia de espacios y vías de acceso suficientes) que el proyecto pueda ser llevado a cabo satisfactoriamente con el menor riesgo posible.

**Estudio financiero:** El estudio financiero es el estudio que proyecta cuánto se necesita de capital inicial, el rendimiento de la inversión, las fuentes de ese capital y otros miramientos financieros.

**Estudio de Mercados:** El estudio de mercado es más que el análisis de la oferta y demanda o de los precios del proyecto.

**Margen de Utilidad Neta:** Indicador que, al compararlo con el margen de utilidad operacional, se refiere si la entidad obtiene sus resultados por la operación o por la relación de otros gastos o ingresos que no tengan que ver directamente con esta.

**Valor Presente Neto:** El valor equivalente hoy en día de los flujos de caja de los años futuros, que, al ser exigidos a una tasa de descuento o rendimiento mínimo requerido, se pueden comparar con el valor de una inversión inicial realizada en el presente.

**TIR:** Tasa Interna de Retorno, tasa de interés o rentabilidad que ofrece una inversión.

**Flujo de caja:** Representa las salidas y entradas netas de dinero que tiene una empresa en un periodo determinado.

**Balance General:** Estado financiero que refleja en un periodo determinado la información económica y financiera de la empresa. Se conforma por 3 partes: activo, pasivo y patrimonio neto.

**Estado de Resultados:** Estado financiero que presenta las operaciones de una entidad durante un periodo contable

## INTRODUCCION

Hoy en día la mayoría de las personas tienen menos tiempo para preparar o seleccionar sus alimentos ya sea por su trabajo, estudio o situaciones del día a día que les quitan la mayor parte del tiempo en sus días y los restaurantes de pollo son una opción rápida y además ofrecen precios accesibles. El consumidor se orienta a buscar productos listos que les ahorre tiempo. El mercado de los restaurantes de pollo ha tenido un crecimiento alto en Honduras y es uno de los sectores más competitivos a nivel nacional.

Invertir en un restaurante de pollos es una opción atractiva ya que la gente consume mucho este producto y tiene una demanda alta en nuestro país debido al precio.

Nuestro proyecto consiste en la inversión en un restaurante de pollos a la brasa, asados en leña, lo que además lo hace un producto saludable para las personas.

Pollos Rio, como se llamará nuestra empresa, es una apuesta para llegar a ser una competencia en el mercado de los pollos ante los líderes en este rubro.

## **CAPITULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **1.1 Planteamiento del Problema de Investigación.**

#### **1.1.1 Situación Problemática.**

La alimentación es una necesidad básica del ser humano, por lo cual, la venta de alimentos de la mano de una buena administración e investigación de mercado siempre tendrá altas posibilidades de ser rentable. En este caso nos enfocaremos en que tan viable podría ser otro puesto de venta de pollos asados en nuestra ciudad con un método distinto de cocina que a los que estamos acostumbrados.

La ciudad de La Ceiba se caracteriza por tener muchos restaurantes y establecimientos de ventas de pollo. Sin lugar a duda, muchos de ellos han sido rentables ya que el pollo es de lo mas barato con respecto al consumo o compra de carnes. La oportunidad que vemos es que todos estos lugares de venta de pollos venden productos similares en cuanto a la forma de cocinarlo y el sabor, por lo cual nuestra idea es traer a nuestros clientes un producto con un sabor diferente y para lograr esto utilizaremos métodos distintos para cocinar el producto. Nos vamos a enfocar en dos factores que serian los mas importantes para hacer de nuestro producto algo distinto, los cuales son: construir un horno refractario que funcione con leña lo cual le dará al producto un sabor distinto junto con la receta de polvo de limón y pimienta para condimentarlo. De esta forma brindaremos a nuestros clientes un sabor de calidad y diferente que se podrá vender a un precio siempre muy accesible para todos.

## **1.1.2 Objetivos**

### ***1.1.2.1 Generales***

- Ofrecer un producto de calidad a nuestros clientes.
- Ofrecer precios accesibles a todo público.
- Ser una opción de alimentos para las personas que por su trabajo u otras circunstancias deben comprar comida fuera de sus casas.

### ***1.1.2.2 Específicos***

- Crear un producto con un sabor exquisito y único en nuestro rubro.
- Promover el ahorro de energía y de combustibles a través de la cocina con leña.
- Ser los únicos en brindar pollos cocinados con nuestros hornos refractarios.

## **1.1.3 Justificación de la investigación**

Hoy en día hay muchos factores que hace que cada vez sean menos las personas que comen en sus casas, ya sea por sus horarios de trabajo, porque viven solo y no pueden cocinar o simplemente no les queda tiempo de pasar tiempo en la cocina preparando sus alimentos especialmente en la hora de almuerzo. Es por esto por lo que se buscan opciones de comida fuera de casa y los precios, calidad y sabor que les ofrecen en los lugares que venden alimentos son factores que influyen mucho a la hora que los clientes eligen cierto lugar para comprar su comida. Estos factores han llevado a que crezca el numero de empresas que brinden estos servicios a las personas ya que los empresarios y emprendedores lo ven como una buena oportunidad para generar ganancias. La gente siempre busca productos que se diferencien de los demás y en los cuales se les brinde mejor calidad y servicios. Para lograr esto los negocios deben de buscar innovar en las formas de realizar su producto para tener algo distinto a ofrecer, por lo que en nuestro proyecto innovaremos con hornos refractarios a base de leña y una receta que

hará diferenciar nuestros pollos de los demás restaurantes cuyo proceso de asado o cocción de pollos son con hornos eléctricos y recetas similares en la mayoría. Con esto buscaremos satisfacer necesidades y gustos de personas que les gusta el pollo y ofrecer calidad a un precio accesible.

A continuación, podemos ver las ventajas de cocinar en un horno de ladrillo refractario:

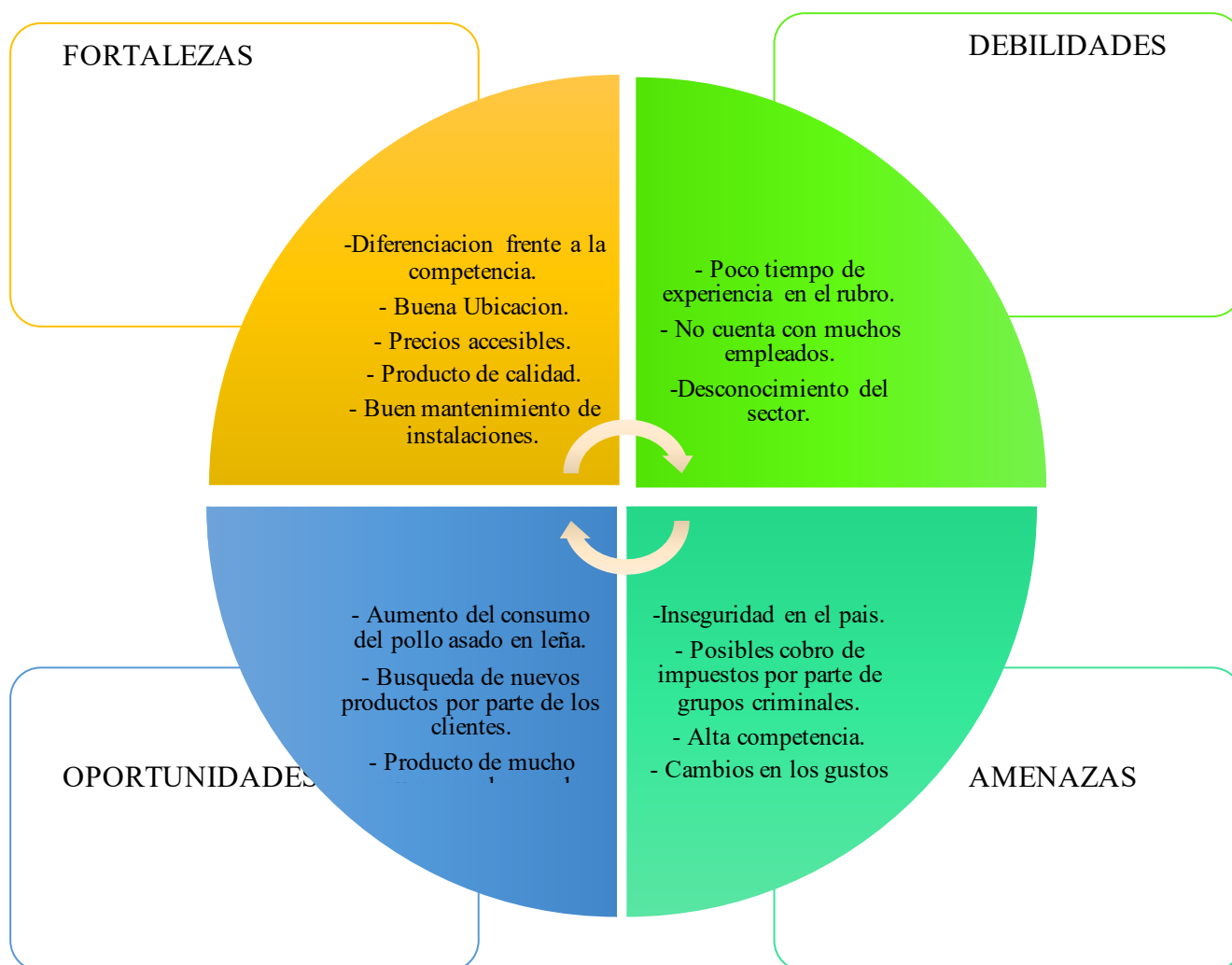
1. La leña da un sabor extra a tu comida. Si sabes combinar los distintos tipos de leña conseguirás platos con un toque especial sin alterar el sabor genuino de los alimentos.
2. Los hornos de leña ahorran energía, ya que están contruidos con materiales especiales que retienen el calor durante horas dando un mayor rendimiento a los recursos.
3. Los hornos refractarios suponen un ahorro ya que los materiales de leña son más económicos que el gasto en gas o electricidad de los hornos eléctricos o de gas.
4. Se puede cocinar en el mismo suelo del horno, ya que este también se calienta y es refractario. De hecho, el suelo de estos hornos se utiliza habitualmente para cocinar pan o pizza.
5. Los alimentos al horno de leña se cocinan con menos grasa y por tanto son más sanos. Además, quedan más jugosos porque la temperatura de un horno de leña es más suave y homogénea que la de uno convencional, por lo que los alimentos no se ven sometidos a diferencias bruscas de temperaturas.
6. Si pones tu horno de leña sobre una plataforma con ruedas puedes transportarlo sin dificultad o guardarlo en un rincón cuando no vayas a utilizarlo.
7. Ensucia menos: Al utilizar el suelo del horno como base de cocción no necesitas tantas rejillas o recipientes para cocinar por lo que ensucias menos. (Ventajas de cocinar en un horno de ladrillo, 2018)

#### 1.1.4 Análisis situacional FODA

Con el objetivo de conocer los aspectos de mejora en la empresa se realizó inicialmente un diagnóstico situacional mediante la elaboración de una Matriz FODA, la cual presentamos en este apartado. Para realizar el diagnóstico se tomaron en cuenta todos los factores característicos de este tipo de negocio.

“Un análisis FODA permite evaluar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de una situación específica.” (El Análisis FODA, 2020.)

Luego se procedió a evaluar los factores débiles y fuertes que nos ayudaran a comprender las características de la empresa, tomando en cuenta las fortalezas y las debilidades. Para tener un panorama más exacto del negocio y determinar con más precisión las variables relevantes y resaltar las oportunidades de mejoras existentes, se realizó la siguiente matriz que se muestra en la *ilustración 1*.

**Matriz FODA.**

*Ilustración 1 Matriz FODA.*

## **1.2 Marco de Referencia**

### **1.2.1 Antecedentes del proyecto.**

Nuestro proyecto se enfocará en un lugar de servicios de alimentos, específicamente pollos asados en hornos refractarios de leña. La idea es comenzar rentando un lugar pequeño con varias mesas y sillas para que los clientes puedan comer ahí pero también enfocándonos en el servicio para llevar, ya que muchas veces las personas solo quieren comprar el producto para ir a comer a otros lados. Dependiendo de lo rentable que vaya siendo el negocio entonces nos iremos expandiendo poco a poco. Se brindará un servicio de alta calidad con personal capacitado para proveerlo. Muchos factores a lo largo del tiempo han influido para que las personas tengan nuevos hábitos como ir a comer a lugares fuera de su casa y que al mismo tiempo estos nuevos hábitos ayuden a desarrollar negocios de comida.

Los restaurantes se originaron en la antigua roma pero cuando el imperio romano cayo, desaparecieron y existieron de nuevo hasta el siglo XVIII. En la antigua Roma aparecieron primero tabernas donde las personas podían encontrar comida y bebidas, pero mas que todas alcohólicas. Fue hasta en el año 1200, en la Edad Media donde aparecieron por toda Europa tabernas, pero eran mas que todo para servir bebidas.

El primer restaurante del mundo se abrió en 1725 en Madrid, España y se llama Sobrino de Botín. (Historia de Los Restaurantes | Restaurante Sandó, n.d., p. 1)

Muchas personas tienen limitaciones en cuanto a tiempo, trabajo y otros factores por lo cuales se les hace más fácil comprar comida y si lo tienen que hacer a diario buscan un buen precio además de que sea un alimento no dañino para su salud. Nuestra propuesta es una buena alternativa a esas personas ya que además de la calidad y ofrecer un sabor distinto a las demás empresas de este rubro también es un alimento sano.

### **1.3 Fase Diagnostica**

#### **1.3.1 Historia de la empresa.**

La idea de este proyecto surge de la visión de emprender un negocio con características distintas en el mercado de los restaurantes de pollo y también de brindar a los clientes un lugar donde se pueda disfrutar de un ambiente en familia. En este caso, como aspecto diferenciador se utilizarán hornos refractarios además de una receta familiar para el condimento del producto. Es una idea de un negocio familiar que surge con el propósito de establecer un negocio rentable y exitoso.

#### **1.3.2 Misión**

Brindar a nuestros clientes un pollo a la brasa de calidad y único en sabor que nos diferencie de los demás restaurantes del mismo rubro. Mantener siempre la calidad de los productos para asegurarnos que nuestros clientes se mantengan satisfechos con nuestros y servicios y garantizar el éxito de la empresa.

#### **1.3.3 Visión**

Ser la empresa líder en ventas de pollo a la brasa en el mercado de La Ceiba. Llegar a destacarnos a nivel nacional por la calidad y sabor de nuestros productos brindando a las familias hondureñas un sabor único.

## CAPITULO II. ESTUDIO DE MERCADO

En esta sección se describe la metodología que se aplico al presente proyecto:

- Marco teórico
- Población
- Datos
- Fuentes de información
- Diseño del estudio
- Estrategia de recolección de datos.
- Análisis de datos.

<b>Objetivo</b>	<b>Actividad</b>	<b>Fuente</b>
Realizar un estudio de mercado que determine la demanda del producto.	- Definición del producto. - Realizar el segmento de mercado. - Realizar el pronóstico de la demanda.	- Encuestas. - Cotizaciones. - Internet. - Empresas.
Elaborar un estudio técnico y administrativo para establecer lineamientos con el objetivo de vender el nuevo producto.	- Ubicación. - Definir la capacidad de producción. - Seleccionar la herramienta. - Establecimiento para operar.	- Cotizaciones. - Internet.
Realizar un estudio financiero para determinar la factibilidad del proyecto.	- Evaluación de inversión inicial. - Estimar costos y gastos del proyecto. - Evaluar ingresos por ventas. - Evaluar resultados obtenidos para determinar si es o no factible el proyecto.	- Cotizaciones. - Internet. - Bibliografía.

*Tabla 1 Metodología Fuente elaboración propia.*

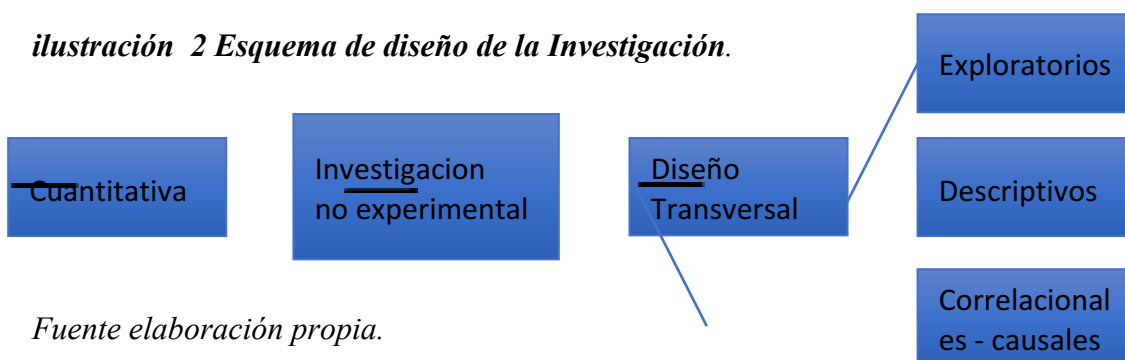
## 2.1 Tipo de Estudio.

El tipo de estudio de esta investigación es exploratorio, pero también tendrá una etapa descriptiva. Es exploratoria ya que debemos indagar sobre que tan viable puede ser nuestro proyecto y a través de herramientas de investigación de mercado explorar si las personas estuviesen dispuestas a comprar nuestro producto y que tanta aceptación tendría el mismo en los clientes de la ciudad de La Ceiba. La etapa descriptiva se basará en que tendremos que hacer un análisis cuantitativo de los datos con instrumentos de recolección.

## 2.2 Diseño de la Investigación de mercado.

El diseño de la investigación es de tipo No-Experimental porque durante la investigación nos enfocamos en conocer lo que la gente piensa o siente, es decir sus percepciones, con respecto a nuestro producto y servicio, además, no se alteraron datos en ningún momento. Se puede decir que también es un estudio transversal ya que se recopilaban datos en un cierto periodo de tiempo con la intención ayudarnos a elaborar estrategias o un plan de negocios según la percepción de las personas a través de cierto número de encuestas que se realizaron y a investigar más sobre las variables que nos interesan.

*ilustración 2 Esquema de diseño de la Investigación.*



### 2.3 Identificación de las Variables

*Tabla 2 Identificación de variables.*

<b>Variable</b>	<b>Descripción Conceptual</b>	<b>Unidad de Análisis y medición</b>	<b>Indicador</b>
<b>Horno Eléctrico</b>	Método comparativo para el análisis de consumo.	Realizar una tabla donde se muestre la rentabilidad entre ambos hornos.	Tabla comparativa.
<b>Horno Refractario de leña.</b>	Método comparativo de rendimiento y producción.	Calcular tiempo y reducción de costos para el proceso de asado de los pollos.	Reducción de tiempo y reducción de costos.
<b>Indicadores Financieros</b>	Método de calculo e interpretación de factores financieros para analizar y supervisar el rendimiento de la empresa mediante el uso de estados financieros.	Análisis financieros que muestren la rentabilidad económica del proyecto.	Factores de rentabilidad económica.

*Fuente elaboración propia.*

Variables Dependientes:

- Aceptación del producto por parte de la población en general.
- Aceptación del proceso de cocina del producto por parte de la población

Variables Independientes:

- Producto
- Precio
- Oferta
- Punto de venta

## 2.4 Consideraciones acerca de la población y tamaño de la muestra.

Para el tamaño de la muestra de tenemos un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%. La población de La Ceiba tiene un aproximado de 250,000 habitantes, por lo tanto, el tamaño de la muestra es de 384. Los restaurantes o establecimientos de ventas de pollo en la ciudad de La Ceiba se caracterizan por utilizar los mismos métodos de cocción del pollo por lo cual la mayoría ofrece un producto similar en cuanto a sabor y a calidad. Nuestro proyecto es brindar a la población un lugar donde se utilice un equipo distinto al que están acostumbrados y que además brindara un sabor diferente y único ya que como es sabido, la comida cocinada a base de leña tiene un sabor diferente y muy agradable. El horno refractario será el que haga posible brindar este producto a la población.

$$n = \frac{z^2(p \cdot q)}{e^2 + \frac{z^2(p \cdot q)}{N}}$$

## 2.5 instrumento para la recolección de datos.

El instrumento de investigación de mercado que se utilizo durante este proyecto fueron las encuestas debido a que se necesitaba saber la opinión de las personas sobre nuestro producto y además que nivel de aceptación podíamos tener en los posibles clientes.

## 2.6 Recolección de datos.

Para nuestra investigación se utilizaron los dos tipos de fuentes que se conocen como fuentes primarias y fuentes secundarias.

#### Fuentes Primarias:

La información primaria es la que no existe antes de desarrollar una investigación y se crea específicamente para ella, a través de observaciones, encuestas, entrevistas o experimentos. La información primaria puede obtenerse con técnicas cuantitativas o cualitativas. Se llaman cuantitativas porque la información obtenida se trata con técnicas de análisis de datos. (Esteban, 2009)

Como fuente primaria de información para este proyecto se utilizó la técnica de investigación de mercado llamada encuestas.

- Encuestas a los clientes potenciales para poder evaluar las preferencias y las opiniones de los encuestados.

#### Fuentes Secundarias:

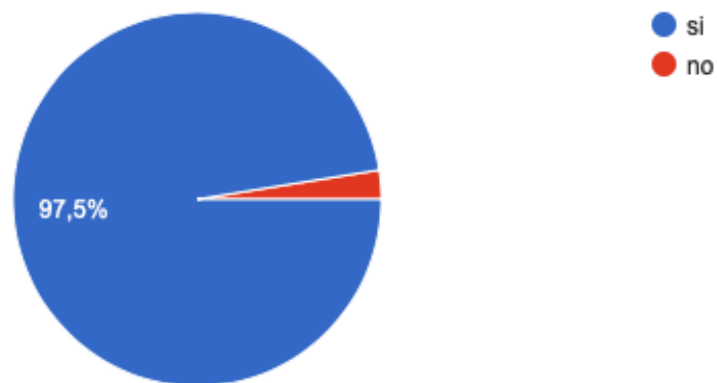
La información secundaria es la que está disponible antes de que surja la necesidad de contar con ella para llevar a cabo la investigación que la necesita. Esta información puede haber sido generada por la propia empresa, o por terceros, y entonces recibe los nombres de información secundaria interna o externa respectivamente. (Esteban, 2009)

Como fuentes secundarias para poder estructurar nuestro proyecto se utilizaron diferentes herramientas:

- Artículos Académicos.
- Sitios web de internet confiables.
- Libros e investigaciones académicas.

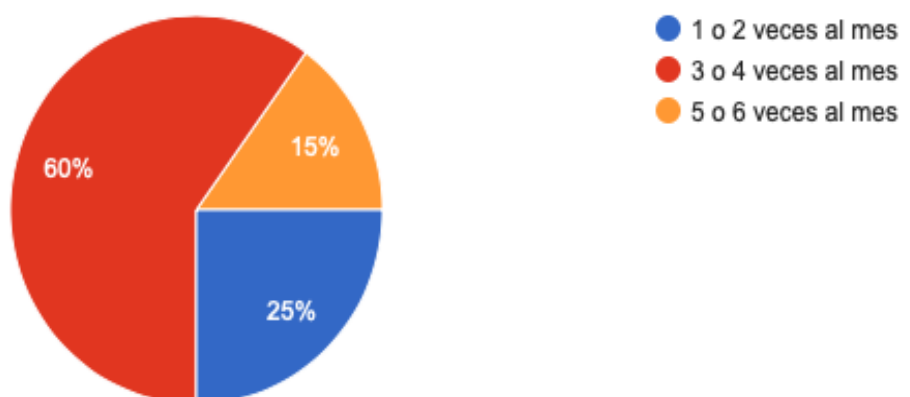
## 2.7 Encuesta y Resultados.

### 1. ¿Le gusta el pollo a la brasa?



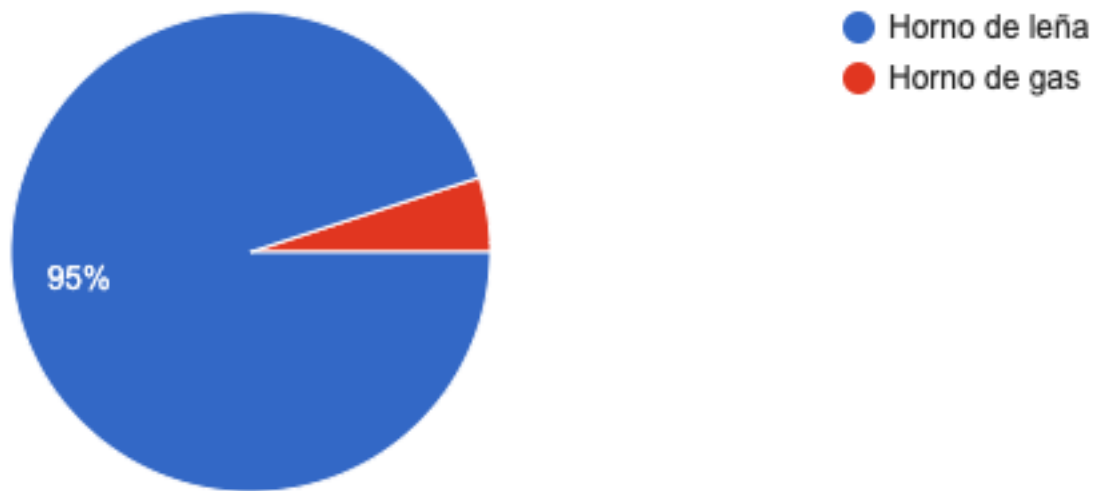
*Grafico 1 Pregunta #1*

### 2. ¿Con que frecuencia va usted a una pollería?



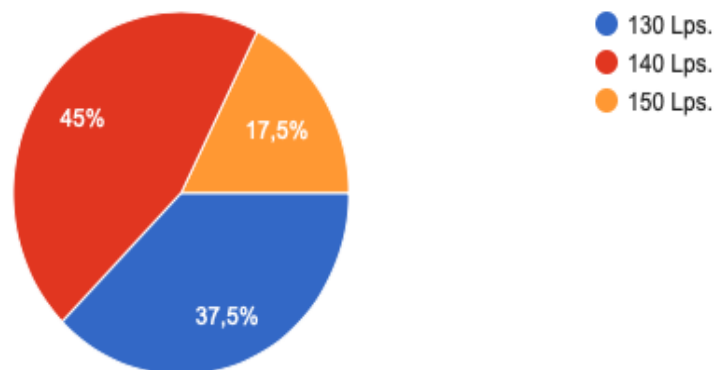
*Grafico 2 Pregunta #2*

**3. ¿Prefiere comer pollo cocinado en hornos de leña o en hornos de gas?**



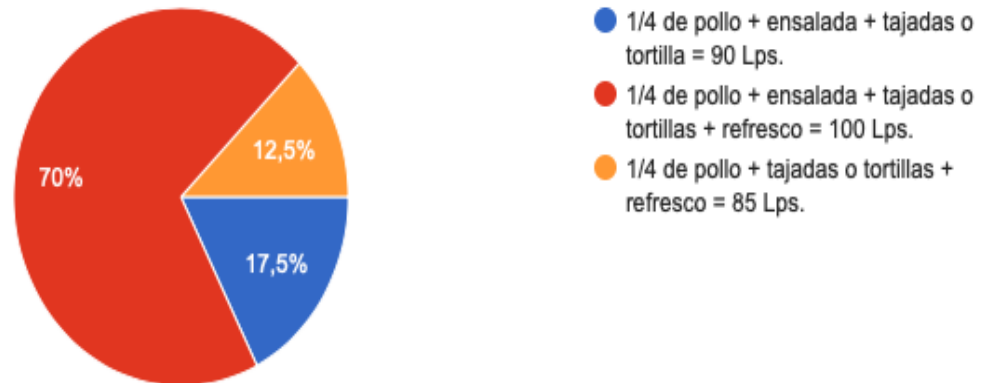
*Grafico 3 Pregunta #3*

**4. ¿Cuanto esta dispuesto a pagar por un pollo entero?**



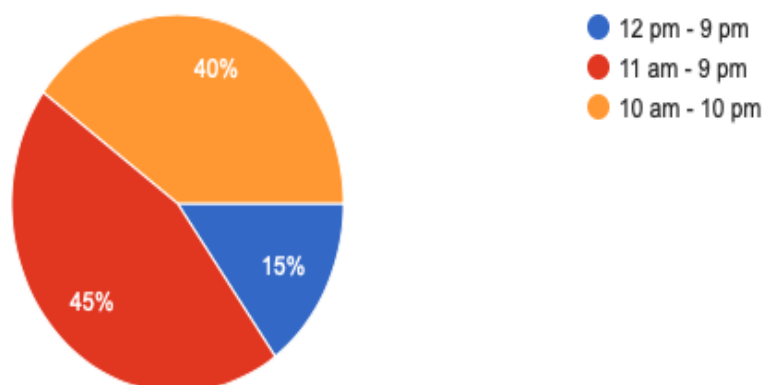
*Grafico 4 Pregunta #4*

5. ¿Por cual de las promociones optaría usted?



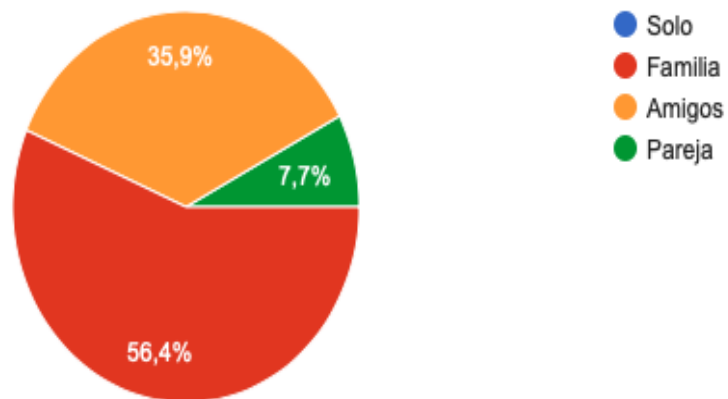
*Grafico 5 Pregunta #5*

6. ¿A partir de que hora le gustaría que atendiera la pollería?



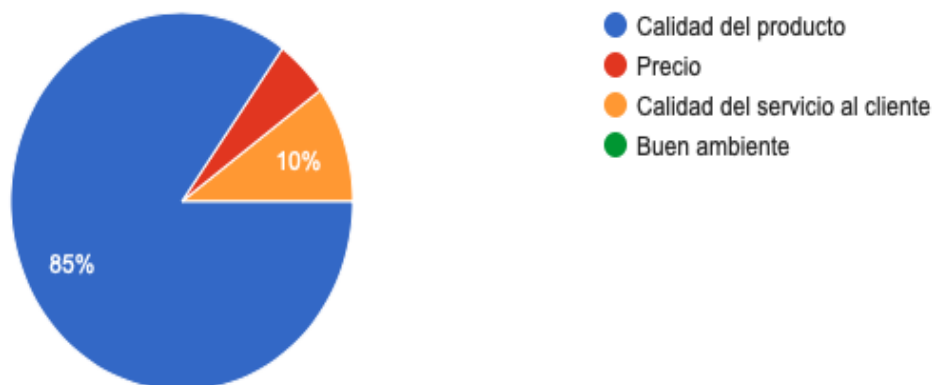
*Grafico 6 Pregunta #6*

**7. ¿Con quienes acudiría a dicha pollería?**



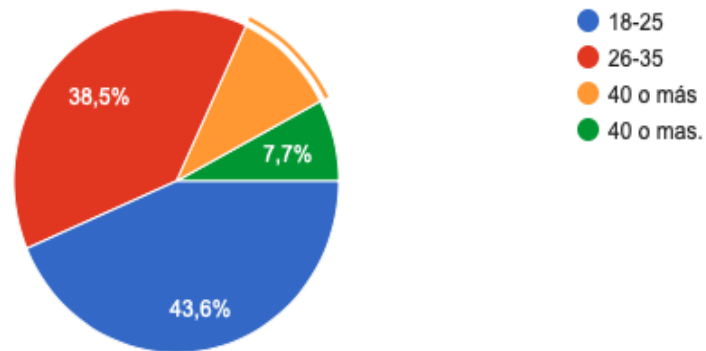
**Grafico 7** Pregunta #7

**8. ¿Que toma en cuenta para escoger una pollería?**



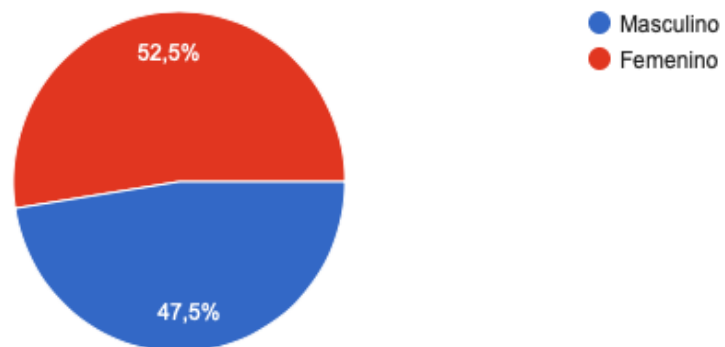
**Grafico 8** Pregunta #8

### 9. Edad.



*Grafico 9 Pregunta #9*

### 10. Genero.



*Grafico 10 Pregunta #10*

BUSQUEDA DE INFORMACION FICHA DE LA METODOLOGIA.	
FUENTES DE INFORMACION	
Variables	Búsqueda de información
<b>Primarias Directas</b>	
Se realizo una encuesta a la población en general con el objetivo de conocer los gustos y la aceptación del nuevo producto por parte de los posibles clientes.	Encuestas
Se hizo contacto con los proveedores para recopilar datos e información sobre materia prima y materiales.	Investigación vía telefónica y correo electrónico.
<b>Secundarias Indirectas</b>	
Navegando en las paginas de internet se logro recopilar información y datos acerca de los precios, servicios y productos que manejan los demás restaurantes del rubro.	Monitoreo
En redes sociales se logro proyectar el crecimiento comercial y de mercadeo de la empresa, además de la percepción de las personas en el mercado.	Consultas

**Tabla 3 Ficha de metodología.**


*Fuente Elaboración Propia.*

<b>Proceso: Funcionamiento de horno refractario.</b>		<b>Observador: Participativo</b>
<b>Lugar: La Ceiba</b>		<b>Situación: horneado de pollos con horno refractario de leña.</b>
<b>Objetivo:</b>	Tiempo de cocinado de pollos.	
<b>Instrucciones:</b>	Tiempo de estudio de las actividades. Medición del tiempo para cocinar un pollo.	
<b>Variable</b>		
		<b>Preguntas</b>
Rapidez		¿Se cocinan mas rápido los pollos con este tipo de horno o en un horno eléctrico?
Eficiencia		¿Es rentable económicamente comprar un horno refractario?
Tiempo		¿En cuanto tiempo están listos los pollos?
Tecnológico		¿Hay mejores alternativas tecnológicas en hornos?
Calidad		¿Supera en rendimiento el horno refractario a los otros tipos de hornos?

**Tabla 4 Formato técnica de observación.**

Fuente tabla según metodología. (Pereira Pérez, 2019b)

**Tabla 5 Formato de registro de información de observación.**

<b>Proceso:</b>	Implementación de horno refractario.	<b>Observador:</b>	Participativo pasivo.
<b>Lugar:</b>	La Ceiba	<b>Escena:</b>	Curso de construcción de horno refractario.
<b>Hora inicio:</b>	3:00 pm	<b>Registros audiovisuales:</b>	
<b>Hora Final:</b>	4:00 pm		
<b>Descripción observación directa</b>			
Se realizo una entrevista con la persona que se encargara de construir el horno refractario y además nos explico algunas de las ventajas de estos hornos.			
<b>Interpretativo</b>			
El horno refractario a base de leña no es de lo mas avanzado tecnológicamente, pero ofrece ventajas como ahorro de energía, de gas y además la calidad del sabor del producto es una garantía.			
<b>Temático</b>			
Horno refractario a base de leña.			
<b>Personal</b>			

Al observar resultados en videos audiovisuales sobre hornos refractarios y hornos eléctricos se llego a la conclusión que con el horno refractario hay ahorro de energía y de tiempo para cocinar el producto.

*Fuente tabla según metodología. (Pereira Pérez, 2019)*

## **2.7 Análisis de Entorno.**

- Entorno Económico

El Banco Mundial (2020) afirma:

En años recientes, Honduras ha registrado las segundas tasas de crecimiento económico más altas de Centroamérica, superadas solo por las de Panamá. El crecimiento del PIB del país alcanzó el 4.8 por ciento en 2017 y el 3.7 por ciento en 2018 y se prevé que crezca un 3.3 por ciento en 2019, por encima del promedio en Centroamérica y muy por encima del promedio en América Latina y el Caribe (ALC).

Honduras posee múltiples fortalezas con el potencial de impulsar al país hacia un crecimiento más rápido y una mayor prosperidad compartida, con su ubicación estratégica, una creciente base industrial, esfuerzos continuos para diversificar sus exportaciones y una población joven y en crecimiento.

En conclusión, por lo anterior, aun teniendo altos índices de pobreza y desigualdad, se puede decir que en los últimos años ha habido un crecimiento favorable en la economía del país, lo cual favorece a los empresarios, emprendedores y a las industrias o cadenas de restaurantes. Mientras las tasas de crecimiento sigan en alza, los proyectos como el nuestro tienen más posibilidades de

ser rentables y generar un mayor consumo en la población ya que será un producto con un precio accesible. (Honduras, Panorama general 2020)

- Entorno Político

A partir de 1980, después de una larga inestabilidad política y gobiernos autoritarios de carácter civil y militar, Honduras entró en un proceso de estabilidad democrática y de gobiernos electos cada cuatro años mediante el voto popular. Así, en los últimos 19 años, se han sucedido en una línea de continuidad cinco gobiernos escogidos por el pueblo en elecciones libres de amplia participación electoral. Este es uno de los periodos de mayor estabilidad en la historia política nacional. Los problemas socioeconómicos que atraviesa Honduras dependen del factor político, Si nosotros como país nos fortalecemos institucionalmente, en un Estado de derecho garantizando seguridad a los ciudadanos y seguridad jurídica, podemos atraer inversiones tanto extranjeras como nacionales para crear mas empleos que ocupamos como país. Esto es solo otro de los objetivos que tenemos con nuestro proyecto.

En el rubro de los alimentos en Honduras, para abrir un lugar de comidas de consumo humano, las licencias se tramitarán en la Secretaria de Salud, en el Departamento de la regulación sanitaria y Ambiente de la Región Metropolitana de Tegucigalpa. Los empresarios de los demás municipios del país deberán acudir a la Jefatura del Departamento de Regulación Sanitaria de las Regiones de Salud.

La Licencia sanitaria para establecimientos de interés sanitario, a opción del interesado, tendrá vigencia de dos (2), cuatro (4) y seis (6) años, a partir de la fecha de su otorgamiento. (Guía de Requisitos Para Operar Una Empresa o Negocio En Honduras.)

- Entorno Social

El departamento de Atlántida tiene una población de 440,4901 habitantes y el municipio de la Ceiba cuenta 208,668 habitantes, además la ciudad de La Ceiba tiene 14 aldeas, 72 caseríos y 174 barrios y está situada al norte de Honduras con una extensión territorial de 22 639.45Kms, con un perímetro en la zona urbano de 73.22kms y en la zona rural de 566.232 km.

La Ceiba tiene potencialidades productivas que se sustentan en el comercio, servicios de hotelería y restaurantes, en las remesas familiares que es una fuente importante de ingresos para las familias y en el rubro del turismo que en los últimos años han tenido poco dinamismo, debido a la situación económica que atraviesa el país. Un hallazgo importante es que la zona tiene un alto potencial productivo, pero con poco desarrollo de la infraestructura productiva. (*NT-EstudioSocialMercadoLaboralCeiba.Pdf*, n.d., p. 6)

- Entorno Ambiental

El potencial natural de La Ceiba es una de sus características y por esto es visitada por muchos turistas en varias épocas del año, esto puede ser una ventaja a la hora de poner un lugar de venta de comida ya que mientras mas turismo haya, mas ingresos se pueden generar.

Sin embargo, La Ceiba presenta carencias tanto operativas como instrumentales para poner en marcha un verdadero proceso de gestión ambiental municipal. Dichas limitantes impiden en la mayor parte de los casos, el potencial natural de la ciudad. El objetivo hacia los que orientar la mejora de la situación ambiental de la ciudad debe derivarse hacia dos líneas de actuación: reducción de la vulnerabilidad y utilización de los recursos naturales como potenciales de desarrollo. La puesta en marcha de todo el sistema debe contar con el apoyo, a de coordinación técnica y financiera de todos aquellos organismos e instituciones con competencia sobre la gestión de los recursos naturales, como, por ejemplo: SERNA, FUNAPIB, INA; CURLA, Cooperación Internacional, etc. Siempre teniendo en cuenta el liderazgo municipal, a través de la UMA, el consenso y la cuota de responsabilidad de cada institución en todo el proceso.

*(58a23dc91f751\_es. Pdf, n.d.-a, p. 6)*

## **2.8 Análisis de la competencia**

La ciudad de La Ceiba cuenta con muchos lugares de venta de pollos, pero la mayoría utilizan los mismos métodos de asado o de cocinado. En la mayoría de los restaurantes de pollos de la ciudad se vende pollo frito y aquí se incluyen empresas tanto nacionales como extranjeras. Los lugares donde se vende el pollo asado o rostizado utilizan los hornos eléctricos o se asan de manera normal con anafres de carbón o de gas. Actualmente en la ciudad no se cuenta con un restaurante que brinde el producto hecho en hornos refractarios que funcionan con leña, como sabemos esto le da un sabor distinto al pollo, además de la receta en condimentos que es el otro factor importante para brindar un producto de calidad. El pollo es un producto que siempre se vende y es un negocio muy rentable ya que tiene un precio bajo y además es un buen alimento

saludable. Es siempre una buena opción para las personas que trabajan y no tienen el tiempo de cocinar y además para comer en familia un producto sabroso y a buen precio. La meta de este proyecto es presentar un producto que tenga un sabor distinto a lo que estamos acostumbrados ya que muchas personas, en gran parte las personas adultas que tienen ya más de 35 años saben que la comida cocinada con leña tiene un mejor sabor. Dejar saber a las personas que los pollos son hechos en hornos refractarios será una de nuestras estrategias de venta ante la competencia ya que eso se convierte en un atractivo para la mayoría de las personas que les gusta consumir este producto.

**Tabla 6 Valoración percepción del cliente.**

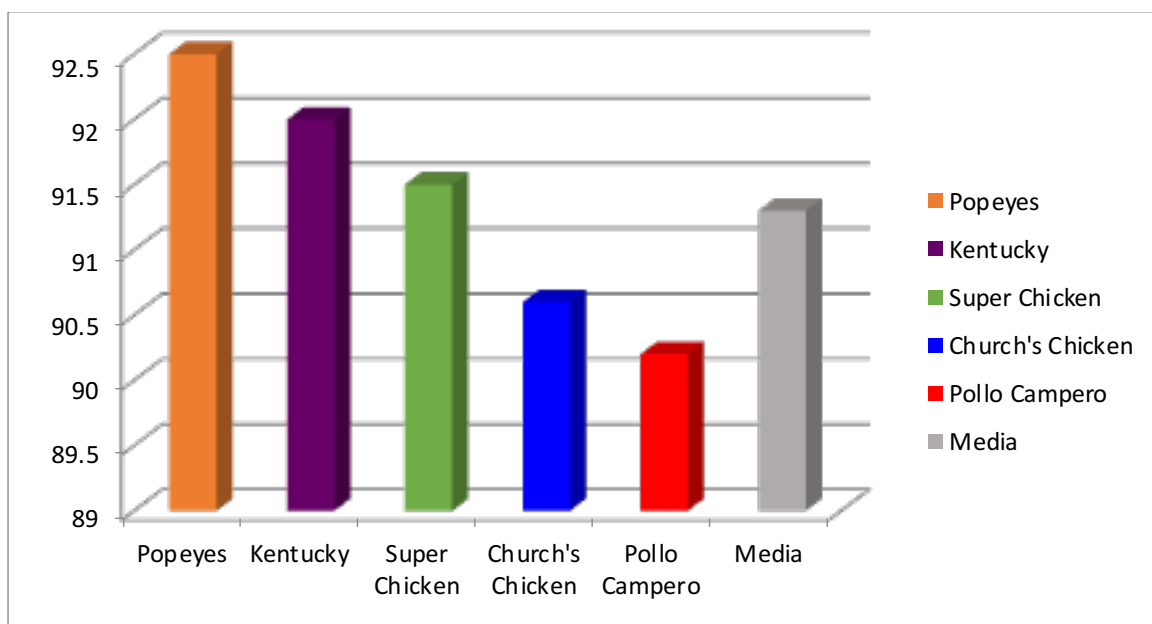
<b>Valoración de Factores de Éxito</b>						
<b>Competidores</b>						

<b>Características</b>	<b>Popeyes</b>	<b>Kentucky Fried Chicken</b>	<b>Super Chicken</b>	<b>Church's Chicken</b>	<b>Pollo Campero</b>	<b>Media</b>
Precio	9.0	9.0	10	8.5	8.0	<b>8.9</b>
Calidad	10.0	9.0	9	10.0	10.0	<b>9.6</b>
Imagen	8.0	9.5	9.5	8.5	9.0	<b>8.9</b>
Reconocimiento de marca	9.5	9.5	9	9.4	9.5	<b>9.3</b>
Relación con los clientes	10.0	9.0	9.5	9.5	10.0	<b>9.6</b>
Ubicación	10.0	10.0	10	10.0	9.2	<b>9.8</b>
Servicio al cliente	9.0	9.0	8	9.2	10.0	<b>9.0</b>
Tiempo de Entrega	9.0	9.5	10	8.0	8.0	<b>8.9</b>
Formas de pago	9.0	9.0	8.5	8.5	8.5	<b>8.7</b>

Costos	9.0	8.5	8	9.0	8.0	<b>8.5</b>
<b>TOTAL</b>	<b>92.5</b>	<b>92.0</b>	<b>91.5</b>	<b>90.6</b>	<b>90.2</b>	<b>91.3</b>
<b>PUNTOS</b>						

*Fuente elaboración propia.*

**Grafico 11 Valoración Percepción del Cliente.**



Fuente elaboración Propia.

**Tabla 7 Características de empresas lideres en el mercado.**

Restaurante	Características
-------------	-----------------

Popeyes	El restaurante Popeye es una franquicia que forma parte del Grupo Intur en Honduras. Tiene sus orígenes en el país de Estados Unidos. Su producto principal es el pollo frito. Cuenta con sucursales en las ciudades mas importantes del país como lo son Tegucigalpa, San Pedro Sula y La Ceiba. Posee una gran clientela nivel nacional y es uno de los lideres en el mercado en La Ceiba.
Kentucky Fried Chicken	Kentucky es otro restaurante que se origina en los Estados Unidos. Al igual que Popeyes, es una franquicia que también forma parte del Grupo Intur en Honduras. Su fuerte es el pollo frito. Tiene sucursales en las principales ciudades de Honduras y es junto a Popeyes un líder en este rubro en la Ceiba.
Super Chicken	Super Chicken es un restaurante de pollo asado y pollo frito reconocido en Honduras por su buen sabor y por sus precios bajos. Cuenta con sucursales en casi todo Honduras y es uno de los lideres del mercado del pollo en La Ceiba ya que muchas personas lo prefieren por sus precios bajos.

*Fuente elaboración propia.*

## 2.9 Segmentación de Mercado

Nuestro proyecto consiste en la investigación de la apertura de un restaurante de pollos con el nombre de Pollos Rio, el cual abrirá sus puertas en la ciudad de La Ceiba, Atlántida en una zona urbana de mucho crecimiento comercial. Lo que nosotros le vamos a ofrecerá la gente es un producto de calidad conocido como pollo a la brasa que le brindará a la gente una alternativa a otros restaurantes del mismo rubro con la diferencia en sabor, precio y calidad ya que nuestro producto será hecho con una receta única y se producido en hornos refractarios de leña para brindar un sabor distinto a nuestros clientes. Además, queremos brindar comodidad y una atención de calidad a nuestros clientes para que sigan visitando el negocio cada vez que puedan.

Variable Geográfica: Nombrada la capital del ecoturismo o la novia de Honduras, La Ceiba nos hace viajar a un lugar con ambiente festivo, rodeado de naturaleza. Si bien la creación de esta ciudad se remonta a 1877, su desarrollo es producto de la actividad bananera en el siglo XX, siendo una ciudad-puerto para la exportación del banano hacia Norte América. Hay alrededor de

unas 20 pollerías en La Ceiba, la demanda ha generado que se abran nuevos negocios en el mismo rubro. (Travel, 2017, p. 1)

Variable Demográfica: Nuestros potenciales consumidores será toda persona de edad de 18 años en adelante, de esta manera hemos segmentado nuestro mercado, serán tanto hombres como mujeres que sean adultos ya que las tendencias en este rubro con esta segmentación nos brindan buenos resultados y además el aumento de la demanda en este rubro que refleja buena oportunidad.

Variables de Conducta: El segmento del mercado al que vamos a dirigir nuestro producto son personas que esperan que les brindemos un producto de la mejor calidad y un ambiente agradable con la mejor atención posible.

## **2.10 Estrategia Comercial**

La estrategia comercial de nuestro proyecto se va a enfocar en hacer saber a la gente que el producto que se les ofrece es asado en hornos refractarios de leña ya que muchas personas prefieren la comida hecha de esta manera porque este proceso le da un sabor distinto exquisito a la comida. Nuestra idea de estrategia es llamar la atención de la gente en el momento que ellos escuchen que los pollos son asados en leña ya que en la ciudad de La Ceiba existen muchos restaurantes de este rubro, pero son pocos o ninguno los que lo hacen con leña y además ninguno cuenta con hornos refractarios.

Análisis del producto: Para brindar un pollo a la brasa de calidad se contratarán personas con experiencia en restaurantes o cocina, esto es necesario para tener un producto diferenciado en cuanto a sabor, calidad y procesos de cocina. Las tajadas que se vendan tendrán un aspecto delgado y con sabor exquisito para nuestros comensales, así mismo, las tortillas serán hechas en nuestro lugar y se servirán recién hechas para una mejor experiencia.

Dentro de los factores claves de competitividad seremos muy meticulosos ya que estos son los factores que nos van a distinguir como empresa independientemente del producto que vendamos.

Precio: Los precios serán accesibles para todo público ya que como sabemos, el pollo es de los alimentos mas cómodos de precio que se venden y a través de nuestra herramienta de análisis de mercado podremos determinar cuanto están dispuestos a pagar los clientes por este producto, dependiendo de eso se ofrecerá un precio que sea accesible para todo el público y por el cual la gente prefiera ir a nuestro negocio siempre tomando en cuenta también la calidad del producto que les ofrecemos.

Calidad: La calidad es el principal factor para que un producto tenga éxito en el mercado.

Independientemente del precio, las personas buscan siempre los productos de calidad buenos. Es por esto por lo que la idea de nuestro proyecto es brindar a las personas un producto con un sabor diferente tomando en cuenta que se realiza con una receta de la casa y con un procedimiento distinto al que estamos acostumbrados en los demás restaurantes de pollos al carbón, pollos rostizados etc.

Se tomarán todas las medidas necesarias para brindar lo mejor a nuestros clientes, desde revisar que los productos e ingredientes estén en el mejor estado a la hora de comprarlos como materia prima, hasta asegurarnos que el producto final tiene el sabor que la calidad que le debemos ofrecer a nuestros clientes para poder aumentar nuestra clientela y que puedan siempre visitarnos.

Damos por seguro que será un producto exitoso en ventas y con el producto posicionado en el mercado, podremos evaluar la satisfacción del cliente a través de encuestas que nos permitan

saber que tanto consumiría nuestro producto por su calidad y que cosas podríamos mejorar para satisfacción del cliente y para.

**Presentación y Empaque:** La presentación del producto es el primer factor para considerar cuando uno va a comprar un producto. Dependiendo de la presentación se despierta en las personas el deseo de comprar el producto y es justamente lo que buscaremos hacer con el nuestro, los pollos enteros se venderán en bolsas personalizadas llamativas con el logo de la empresa llamada Pollos Rio y los combos que se vendan aparte de igual manera se servirán empaques personalizados de foam con sus respectivas bolsas con el logo.

La presentación de la comida que sirva en el restaurante estará a cargo de un ayudante del cocinero que se encargara de servir los alimentos en el plato de la forma correcta para brindar una buena impresión al cliente. Se deben llevar a la mesa con una presentación que guste al cliente y serviremos porciones que puedan satisfacer al cliente.

**Servicio al Cliente:** Como todo negocio donde se tiene que brindar atención humana a las personas, el servicio al cliente es fundamental para poder tener éxito en cualquier área. Por esta razón todas las personas que formen parte del proyecto, incluyendo gerentes, cocineros, supervisores, cocineros y personal de limpieza deberán ser capacitados en cuanto a la forma de atender a las personas que se presenten como clientes para el negocio.

Una buena atención al cliente es fundamental para muchas cosas entre ellas, despertar en las personas el deseo de volver a consumir nuestro producto y de visitar nuestras instalaciones.

Es importante también tomar en cuenta las recomendaciones de las personas en cada visita ya que siempre hay espacio para las críticas constructivas y posibilidades de mejora. Preguntar siempre al cliente si se cumplió con sus expectativas y si su visita fue agradable es también otra

de las muchas maneras en las que se le puede demostrar al cliente lo importante que es para nosotros.

La atención al cliente será estrictamente supervisada por un empleado al que se le asignara dicha tarea y además se aceptaran críticas de los clientes en caso de que no hayan sido tratados de buenas maneras.

Cadena Comercializadora: Seremos los únicos en distribuir el producto ya que la idea es ofrecer a las personas un producto fresco para que puedan disfrutar de la mejor calidad de este. El producto tendrá su punto de venta físico, que serán las instalaciones donde se ubicara el negocio.

Sistema de publicidad y promoción: Hoy en día las redes sociales son una manera muy eficiente y efectiva de promocionar negocios y productos y de hacer llegar a las personas nuevas ideas y nuevos negocios que abren sus puertas. Debido a esto, nuestra estrategia para la publicidad de la empresa como punto de partida será a través de redes sociales.

Las redes sociales nos permiten llamar la atención de los clientes a través de fotos, videos, canciones y muchas otras maneras digitales de forma gratuita. Se contará con una página de Instagram y otra página de Facebook donde podremos ofrecer los clientes los productos, combos y promociones que podremos ofrecerles. Dependiendo del éxito del proyecto se estudiará si puede ser factible más adelante buscar otras maneras de publicidad como anuncios de televisión, o si es suficiente con el mercadeo que se hará a través de redes sociales.



*Horno Refractorio*

*Ilustración 3*



*ilustración 4 Horno Refractario.*

## **CAPITULO III. ESTUDIO TECNICO.**

### **3.1 Proceso de Producción**

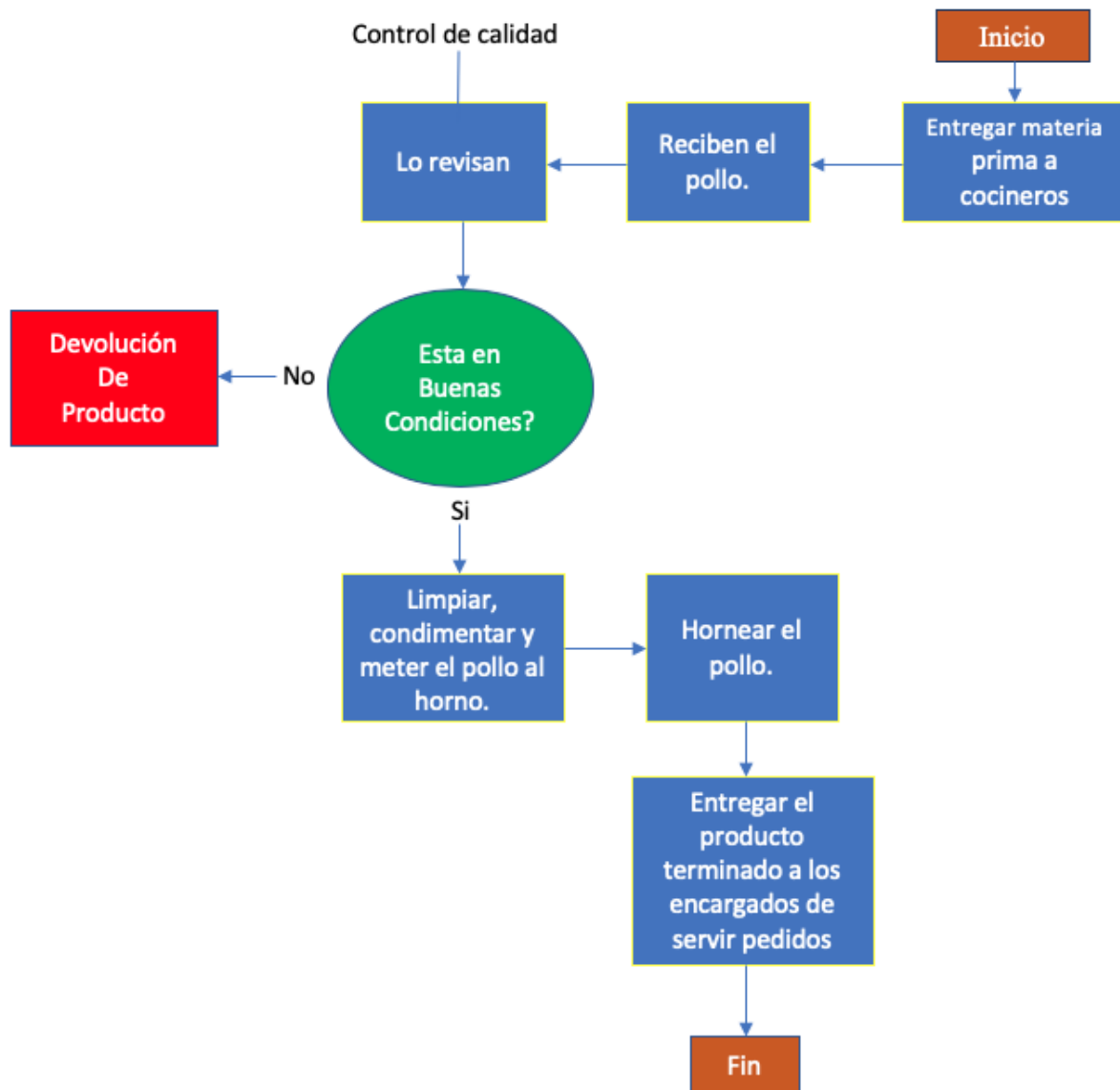
El proceso de producción del pollo es muy sencillo. Se compra la materia prima y luego debe prepararse con los ingredientes necesarios para que tenga un buen condimento cada pollo. El condimento es una receta única de la casa. Al tener los pollos preparados, el horno refractario debe estar listo para asar con la leña encendida, se introducen los pollos en las espadas del horno para cocinarlos, luego encendemos el motor para que las espadas que contienen los pollos giren y esperamos a que el producto este debidamente asado. El producto está listo para consumirse.

#### **3.1.1 Descripción del proceso**

El proceso de la producción del pollo tendrá los siguientes pasos:

- Compra de la materia prima, que en este caso serian los pollos, de acuerdo con la cantidad aproximada que se vende diariamente.
- Condimento del pollo con nuestra receta para darle el sabor diferente que queremos ofrecer a los clientes.
- Cocinar los acompañantes de los pollos, como son tortillas o tajadas y una ensalada de repollo.
- Poner los pollos dentro del horno refractario para asarlos y poder brindar a las personas un sabor exquisito.

*Ilustración 5 Flujograma del Proceso de Producción.*



*Fuente elaboración propia.*

### 3.1.2 Alternativas Tecnológicas

Como alternativas tecnológicas en nuestro proceso de producción tenemos los hornos eléctricos y los hornos de gas, ya que nuestro producto principal es hecho con hornos refractarios de leña.

<b>Factores</b>	<b>Hornos de leña</b>	<b>Hornos eléctricos</b>
Conocimientos para su uso	Es importante saber como encender el fuego con la leña.	No se requiere conocimiento específico para ponerlo a trabajar.
Precio del horno	Mayor	Menor
Capacidad de producción	Mayor. Menos tiempo de cocción, mas rendimiento.	Menor. Mas tiempo de cocción, menos rendimiento.
Consumo Económico	Menor ya que es de leña.	Mayor porque consume electricidad. 13,2 kw/h.
Temperatura de cocción	450 °C o mas	300 – 340 °C
Tiempo de cocción	1 hora 45 minutos	2 horas 30 minutos.

**Tabla 8 Alternativas tecnológicas.**

*Fuente elaboración propia.*

Como alternativa para cuidar el medio ambiente se tiene los hornos ecológicos. La ventaja de estos hornos es que traen un condensador incorporado que elimina el humo del horno con el

vapor. Además, el calor no sale del horno y esto hace que se ahorre mas energía. Es la mejor alternativa, pero el precio es mucho mas elevado que el horno refractario.

### **3.1.3 Capacidad de Producción**

La capacidad de producción del horno es de 24 – 30 pollos ya que es un horno de 6 espadas y cada espada tiene capacidad para 4 o 5 pollos dependiendo del tamaño de este. El promedio de producción diaria de pollos enteros será de 13.5 y a esto se le agregaran las piezas de los combos.

### **3.1.4 Turnos diarios de trabajo**

En el restaurante dispondrá de 1 equipo de 4 empleados y en nuestro equipo habrá una persona que realice varias funciones o polifuncional, así como un mesero y 2 persona encargada de la cocina. Las jornadas de trabajo de los empleados será de 11pm – 9pm. Se trabajarán 6 días a la semana y se descansará 1 día que será el lunes.

### **3.1.5. Tamaño del proyecto**

El tamaño del proyecto es ser la única empresa que ofrezca pollos asados en hornos refractarios en la ciudad de La Ceiba. La meta es darnos a conocer como empresa por el excelente sabor y la calidad del producto que vendemos y así mismo dar un toque diferente dentro del rubro de los pollos.

## **3.2 Localización.**

### **3.2.1 Macro Localización**

#### ***3.2.1.1 Materias Primas***

La materia prima se comprará semanalmente para poder producir lo suficiente durante la semana. Por el momento no se contará con una persona que maneje la bodega donde se almacenará la materia prima diaria disponible, pero a medida vaya creciendo el negocio se podrá poner a disposición mas personal. Nuestro producto principal es el pollo, por lo cual el restaurante contará con un proveedor directo que nos abastecerá de un promedio de 192 pollos semanales.

#### ***3.2.1.2 Sistemas de transporte y vías de acceso.***

La vía de acceso principal a La Ceiba es la carretera CA-13. Es la carretera que conecta a la Ceiba con las otras principales ciudades del país. La carretera es de pavimento lo que facilita el transito de muchas personas de adentro y fuera de la ciudad. La otra vía de acceso es por el mar Caribe viniendo de las Islas de La Bahía. Tiene un aeropuerto con capacidad para recibir aviones de distintos lugares con la pista de aterrizaje mas larga de Honduras.

#### ***3.2.1.3 Infraestructura, Servicios públicos y abastecimientos energéticos.***

La ciudad de La Ceiba es considerada la tercera ciudad mas importante del país por lo que es un lugar que cuenta con energía eléctrica, además de compañías que ofrecen servicios de televisión por cable y servicios de internet. También tenemos compañías que ofrecen servicios de telefonía móvil y telefonía fija. En la región del Litoral Atlántico se ha incrementado la capacidad energética en un 100% con 483 megavatios de energía renovable.

En un reciente avance de los alcances de Honduras 2020, se detallo por parte del ministro de desarrollo económico que en La ciudad de La Ceiba se ha ampliado la infraestructura con 436 kilómetros en carreteras nuevas y también en expansiones. En proyectos de vivienda, se van a llevar a cabo 3 proyectos para la construcción de 1,350 casas invirtiéndose 23 millones de dólares. En la parte económica del sector de infraestructura se han generado alrededor de 48,300 empleos. (PressReader.Com - Periódicos de Alrededor Del Mundo.)

#### ***3.2.1.4 Mano de Obra.***

En La ciudad de La Ceiba se realizan jornadas de inscripciones en diferentes centros de las colonias de la ciudad. Los promotores de empleos llevan a cabo estas inscripciones para cursos como operarios de restaurantes, asesores de ventas, atención al cliente y muchos mas. Después de obtener y egresar los perfiles, las personas formaran parte de la mano de obra calificada que caracteriza a La Ceiba para ofertar a las empresas.

(Regional La Ceiba, Secretaria de Trabajo Seguridad Social., 2020)

#### ***3.2.1.5 Elementos Climáticos.***

La Ceiba se caracteriza por tener veranos largos y muy calientes. Las temporadas de lluvia y frio son muy cortas y es por esto por lo que es una ciudad muy turística ya que su belleza natural como son los ríos y las playas junto con el clima cálido la hacen un lugar perfecto para vacacionar. El clima es un factor positivo en nuestro proyecto porque las vacaciones en nuestra ciudad atraen mucho turista y los restaurantes son más visitados en estas fechas por lo que generarían más ganancias.

#### ***3.2.1.6 Políticas Gubernamentales y Restricciones.***

El Programa Global de Empleo de la OIT recomienda que la política de empleo y protección social de los países esté orientada por los siguientes objetivos:

- Más y mejores empleos.
- Reducción de la pobreza.
- Igualdad de oportunidades para las mujeres y los jóvenes.
- Atención de las necesidades de grupos específicos históricamente desfavorecidos en el mercado de trabajo, como los trabajadores de edad avanzada, las personas con discapacidad, los pueblos indígenas, los grupos de población desfavorecidos y los trabajadores de la economía informal.

La política de empleo y protección social debe basarse en la expectativa de que es a través de la generación y consolidación del empleo productivo, con condiciones de trabajo digno, el país logrará crecer y mejorar los ingresos de las personas para reducir sus niveles de desprotección social y pobreza. Para esto se acude al enfoque del trabajo decente de la OIT, que plasma el concepto de la complementariedad de las políticas de mercado de trabajo y de protección social encaminadas al logro de un empleo pleno y productivo y del trabajador decente.

Cuatro son los pilares que se proponen para la política de empleo y protección social:

- 1) La integralidad y coherencia del enfoque.
- 2) La consideración especial al mundo rural.
- 3) La formalización de las empresas y empleos.
- 4) La redistribución progresiva del ingreso.

(Schwarzer et al., 2014)

### ***3.2.1.7 Características del terreno necesario.***

El lugar ideal para nuestro proyecto sería en una zona urbana no tan lejos de las vías de salida de la ciudad o por lo menos en la misma dirección ya que las personas a la hora de salir de la ciudad para ir a la playa o a los ríos buscan mucho el producto, por lo tanto, sería una estrategia más de venta.

Esperamos contar con un establecimiento de unos 140 m<sup>2</sup> con capacidad para tener 7 mesas de 4 personas, con capacidad para 28 personas. Se contará con una ventanilla para autoservicios para las personas que no planean comer en el lugar.

### **3.2.2 Micro localización**

#### ***3.2.2.1 Ubicación***

La ubicación del proyecto debe de ser en un área urbana de la ciudad de La Ceiba ya que es donde se transitan más personas, por lo que hay más posibilidad de ventas a mayores escalas.

Además, económicamente hablando en el área urbana hay más capacidad de compra. La opción mas viable es un local ubicado en la calle del Hospital D'Antoni al lado del restaurante Mr. Grill.

#### ***3.2.2.2 Condiciones Geográficas y Topográficas***

La Ceiba se encuentra en la latitud 15.7597103 y longitud -86.7822113 en el hemisferio norte.

La superficie de La Ceiba es de 63,900 hectáreas o 639,00 km<sup>2</sup>. Cuenta con una altitud de 10m y su clima es ecuatorial.

#### ***3.2.2.3 Condiciones Locales***

El departamento de Atlántida tiene una población de 440,4901 habitantes y el municipio de la Ceiba cuenta 208,668 habitantes, además la ciudad de La Ceiba tiene 14 aldeas, 72 caseríos y 174 barrios y está situada al norte de Honduras con una extensión territorial de 639.45 Kms<sup>2</sup>, con un perímetro en la zona urbano de 73.22kms<sup>2</sup> y en la zona rural de 566.23 km<sup>2</sup>. La ceiba tiene potencialidades productivas que se sustentan en el comercio, servicios de hotelería y restaurantes, en las remesas familiares que es una fuente importante de ingresos para las familias y en el rubro del turismo que en los últimos años han tenido poco dinamismo, debido a la situación económica que atraviesa el país. Un hallazgo importante es que la zona tiene un alto potencial productivo, pero con poco desarrollo de la infraestructura productiva. El comercio es uno de los rubros más dinámicos de la economía local, pues representa cerca del 50% de la economía local, los servicios comunales, sociales y personales, transporte y comunicaciones que por su naturaleza están vinculados a las actividades turísticas representan otro porcentaje importante dentro de la economía local (45.5%). La agricultura es otro rubro que conforma la economía local de este municipio, representando arriba del 5.5% de la participación en la economía de la Ceiba. (NT-EstudioSocialMercadoLaboralCeiba.pdf, p. 4)

#### ***3.2.2.4 Factores políticos, ambientales, sociales y económicos.***

Según el Plan de Desarrollo Municipal del Municipio de La Ceiba, el potencial productivo de esta ciudad es complementado por las condiciones climáticas y ambientales que inciden en el comportamiento económico presente y futuro de la Ceiba. Ese potencial productivo está sustentado en:

a) Diversidad de recursos naturales propicios para la explotación turística.

- b) Existencia de Playas y Áreas Costeras en el Caribe, montañas, áreas protegidas, vida nocturna y centro histórico que permite realizar diversas actividades turísticas para nacionales y extranjeras que visitan la Ceiba.
- c) Existe un marco legal de amplia cobertura en el sector turismo.
- d) Interacción del sector público y el privado para fortalecer la capacidad de desarrollo del sector turismo en la Ceiba.
- e) Desarrollo del comercio principalmente en la zona urbana.
- f) Se cuenta con un corredor biológico de la Ceiba.
- g) Se cuenta con un Sistema de Transporte Terrestre con cobertura del 100% hacia todas las cabeceras municipales y asentamientos humanos.

En el modelo territorial del Municipio de La Ceiba se identifican las siguientes características del suelo:

- a) La mayor parte del suelo del municipio de La Ceiba son áreas boscosas (63.6% de la superficie), pero que en mayor proporción se encuentran bosques de frondosas latifolia das (60.2%) y en mucha menor medida bosque mixto (2.2%), bosques de coníferas denso (0.8%) y bosque de coníferas ralo (0.3%).
- b) En cuanto a los suelos agrícolas, éstos ocupan el 31.8% de la superficie municipal de La Ceiba y se componen en mayor medida de pastizales y potreros con 19.1% de la superficie, seguido de tierra de uso erial a pastizal (tierras no cultivadas ni labradas) con 11.9% y áreas cultivadas en régimen extensivo (0.8%). No se identificaron suelos agrícolas con áreas cultivadas en régimen intensivo. (PLAN ESTRATEGICO DE DESARROLLO MUNICIPAL, 2015)

### **3.3 Maquinaria y Equipo**

#### **3.3.1 Descripción de la maquinaria y equipo requerido**

Dentro de la maquinaria y el equipo que se ocupa para llevar a cabo nuestro proyecto están el horno refractario para cocinar los pollos, la freidora de tajadas o papas fritas, la vitrina para exhibir los pollos, una caja registradora y un equipo de conservación para los productos con fechas de vencimiento. Se necesitará una inversión aproximada de 120,000 Lempiras para este equipo.

### ***3.3.1.1 Clasificación: básico, auxiliar, de servicios, transporte, herramientas.***

El equipo básico para nuestro proyecto consta del horno refractario y las freidoras industriales. Esta es la maquinaria más importante ya que es lo que permite hacer el producto que queremos vender. Como equipo auxiliar tendríamos las vitrinas para mantener los pollos calientes y las refrigeradoras donde tendremos los refrescos y las ensaladas. El equipo de servicios constara de las mesas, sillas, televisor, platos, vasos, cuchillos, cucharas, tenedores (todo esto desechable) y servilletas que son los que sirven para brindarles un buen servicio al cliente a las personas. Como equipo de transporte se contará con un vehículo para cualquier tipo de necesidad del negocio. Las herramientas son todos los utensilios que utilizaremos en la cocina para cocinar el producto como son cuchillos, tablas de cocina, sartenes, ollas, etc.

#### 3.3.1.2 Cantidad.

1 horno refractario

1 caja registradora

1 freidora industrial

1 vitrina

1 refrigeradora

1 vehículo

2 televisores

7 mesas

28 sillas

3 cuchillos de metal

3 pinzas de metal

3 cucharones de metal

3 ollas de metal

2 tablas

### ***3.3.1.3 Tipo y especificaciones.***

El horno refractario es sin duda la maquinaria mas importante en nuestro proyecto ya que es lo que le va a dar el sabor y el toque distinto a nuestro producto. Es un horno de ladrillos con un motor para el movimiento de los pollos cuando se estén cocinando que funciona a base de leña, lo cual permite que el pollo obtenga un sabor exquisito. Cabe destacar que utilizando un horno refractario hay un ahorro aproximado de 13,000.00 Lempiras anuales en energía eléctrica.

La caja registradora utilizada para los cobros nos ayuda a trabajar de una forma más rápida en cuanto al manejo del dinero, se pierde menos tiempo y nos ayuda a trabajar eficientemente.

La freidora debe de ser industrial ya que son las adecuadas para este tipo de negocios. Nos ayudan a cocinar los productos en cantidades más grandes lo que hace que se pueda dar un servicio al cliente más rápido.

La vitrina debe de ser de vidrio para poder mantener el producto a una temperatura adecuada para que se conserve caliente y poder brindar un buen producto a los clientes.

El refrigerador para refrescos debe ser lo suficientemente grande para mantener un promedio de refrescos que se venden al día y así mismo tener espacio para conservar las ensaladas que se servirá junto con el pollo.

El vehículo propiedad del dueño será de tipo pickup, ya que son los vehículos de trabajo aptos para cualquier necesidad que tenga el negocio.

Se contarán con 2 televisores pantalla plasma, de 43 pulgadas para que los clientes puedan disfrutar de programas televisivos mientras se alimentan.

Las mesas traerán sus propias bancas donde podrán alimentarse cómodamente 4 personas por lo que tendremos capacidad para unos 28 comensales aproximadamente.

Los cuchillos, pinzas, tablas, cucharones y ollas de metal se utilizarán para partir los pollos, y hacer las ensaladas.

#### ***3.3.1.4 Capacidad.***

En este apartado nos enfocaremos en la capacidad que tendrá nuestro horno refractario para satisfacer las necesidades de los clientes. Los hornos asadores de pollos se componen de espadas para que los pollos se asen con el rodamiento de estas. Para comenzar nuestro negocio contaremos con un horno refractario de 4 espadas, cabe destacar que en cada espada caben un promedio de 6 pollos, por lo que nuestro horno tendrá la capacidad de asar 24 pollos a la misma vez.

Teniendo en cuenta que nuestro local tendrá una capacidad para 28 personas estando lleno, podemos estar seguros de que la capacidad de nuestro horno refractario es suficiente para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

#### **3.3.2 Proveedores nacionales y extranjeros.**

Los proveedores de nuestro proyecto serán todos nacionales ya que los productos que necesitamos para brindar nuestros servicios podemos encontrarlos todos en nuestra ciudad. Los proveedores más importantes serán el de los pollos ya que es nuestro producto estrella y el proveedor de leña. La empresa que nos proveerá los pollos será Cadeca, la cual es parte de la industria avícola hondureña y que produce al año 39.5 millones de pollos, lo que es casi la mitad de la producción anual en Honduras con un total de 86.4 millones de pollos. Cadeca cuenta con

una sucursal en La Ceiba ubicada en el Boulevard 15 de septiembre, lo que hace más fácil y rápido conseguir el producto y comprando en cantidades grandes se compra a un mejor precio.

(Ruiz, 2013, p. 1)

Nuestro proveedor de leña será elegido entre las empresas SAGAFOR, IMAVE o Industria de Madera Bijao, quienes son productores de madera y además se dedican a la cosecha de bosques, por ello, cumplen con los requisitos y certificaciones para proveernos el producto. Los productos adicionales como son tortillas, tajadas, ensaladas y condimentos se podrán comprar en los mercados municipales para conseguirlos a los mejores precios. Los proveedores de servicios como es el cable de televisión e internet serán dados por la empresa Tevisat.

### ***3.3.2.1 Precios y condiciones de pago.***

La base de nuestro proyecto es el horno refractario, el cual se mandará a hacer dentro del establecimiento donde se venderán los pollos ya que este tipo de hornos no se comercializan en lugares donde venden electrodomésticos. Se comprarán los materiales y se pagara mano de obra a la persona que se contrate para hacer el horno.

Las mesas para los clientes se comprarán en la empresa Fibro Espacios ya que es la empresa líder en mobiliario para negocios en Honduras. Se hará un solo pago con el total del valor de las 7 mesas y sillas para el lugar.

La caja registradora se comprará en un solo pago en la empresa Office Depot ubicado en la ciudad de Tegucigalpa. El congelador y los televisores se comprarán en Diunsa en la ciudad de La Ceiba y se hará un solo pago. La vitrina se mandará a hacer con la empresa Innova de La Ceiba y se les pagará la mano de obra cuando se termine el trabajo.

### ***3.3.2.2 Costos de nacionalización.***

No habrá gastos de nacionalización en nuestro proyecto debido a que todo el equipo y producto necesario para la realización de este se comprará dentro del país.

### ***3.3.2.3 Costo de los vehículos y mobiliario necesario.***

Para comenzar con nuestro proyecto utilizaremos un vehículo ya propiedad del dueño por lo cual no habrá gastos de vehículos o mobiliario, todo el equipo necesario para adecuar el establecimiento lo llevaremos nosotros mismos.

## **3.4 Edificios e Instalaciones.**

El edificio donde estará ubicado el restaurante será arrendado al comienzo ya que si compramos o construimos nuestro propio edificio se requiere de una inversión más grande. La mejor opción hasta este momento es un local ubicado en la calle del Hospital D' Antoni contiguo a Mr. Grill, que por los momentos este vacío. Dependiendo del éxito del negocio, más adelante se podrá

analizar si es factible construir o comprar nuestro edificio.



*Ilustración 6 Instalaciones.*

### **3.4.1 Calculo de necesidades de infraestructura.**

En el local que hemos buscado para nuestro proyecto, no es necesario hacer cambios de infraestructura ya que cuenta con una parte cerrada que es donde estará la cocina y el área de servir la comida, así como el área de cobro. Además, se cuenta con un espacio abierto que es donde se instalaran las mesas para los clientes que deseen comer en el establecimiento. Como podemos ver el lugar tiene todo lo adecuado para un restaurante de nuestras características.

### **3.4.2 Distribución de áreas**

La distribución de las áreas será de la siguiente manera: la parte cerrada del local contará con la cocina la cual será el área de producción, área de administración, área de baños. El espacio abierto contará con las mesas para los clientes.

### 3.4.3 Diseño en planta.



*Ilustración 7 Diseño de Planta.*

### 3.4.4. Esquema y diseño de las obras.

En este caso no se hará ninguna obra o construcción de edificios porque se arrendará un lugar que ya está construido, los únicos cambios que se harán serán el orden en el que estarán puestos los equipos necesarios para el negocio.

### 3.4.5 Analizar las opciones de Construir vs. Arrendar.

En este caso, lo más viable sería arrendar al comenzar nuestro negocio. Construir un edificio implica una mayor inversión y tomaría más tiempo poder iniciar el proyecto, además nos evitamos cualquier problema o contra tiempo que tenga que ver con la construcción y mano de obra. Una vez bien establecido el negocio y generando los ingresos adecuados, podemos analizar cuando es factible comprar o construir nuestras propias instalaciones.

### 3.4.6 Operación y mantenimiento: Vida útil esperada.

La vida útil esperada del horno refractario, el cual es el equipo más costoso e importante de nuestro negocio porque es el que producirá los pollos, se estima que es de 8 años mínimo si se le da el mantenimiento necesario. Para darle mantenimiento se contará con los servicios de la persona que construya el horno, quien se encargará de arreglar o cambiar cualquier pieza como ser las espadas, el motor o los ladrillos refractarios del mismo. Para mantener el horno limpio se le explicará a uno de los empleados el debido proceso para cada día dejar el horno preparado al final de cada jornada para el siguiente día.

### 3.4.7 Costos

#### Costos de Inversión

<b>DATOS DE COSTOS DE INVERSIÓN</b>			
<b>Compras de Equipo</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Precio</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Subtotal</b>
Mesas	L 3,500.00	7	L 24,500.00

Caja registradora	L 4,000.00	1	L 4,000.00
Televisores	L 4,500.00	2	L 9,000.00
Estufa industrial	L 10,000.00	1	L 10,000.00
Congelador	L 8,000.00	1	L 8,000.00
Vitrina de vidrio	L 5,000.00	1	L 5,000.00
Aire AC	L 30,000.00	1	L 30,000.00
Horno refractario	L 20,033.20	1	L 20,033.20
Equipo de limpieza	L 2,500.00	1	L 2,500.00
Equipo de cocina	L 6,000.00	1	L 6,000.00
			<b>L 119,033.20</b>
<b>Otros</b>			
Alquiler	L 10,000.00	1	L 10,000.00
Internet	L 950.00	1	L 950.00
Decoración	L 5,000.00	1	L 5,000.00
Varios	L 85,016.80	1	L 85,016.80
			<b>L 100,966.80</b>
			<b>L 220,000.00</b>

**Tabla 9 Costos de Inversión.**

*Fuente elaboración Propia.*

## **CAPITULO IV. ESTUDIO AMBIENTAL.**

### **4.1 Previsibles y con riesgo ambiental mínimo.**

Todo proyecto, obra o actividad público o privado, debe tener una licencia ambiental antes de iniciar su ejecución. Los pasos para seguir, en términos generales, para la obtención de estas licencias son los siguientes:

1. Categorización del proyecto, obra o actividad por medio de la tabla de categorización ambiental.
2. Evaluación ambiental inicial y valorización de las significancias del impacto ambiental mediante los instrumentos que corresponden según la categoría del proyecto, obra o actividad.
3. Pago de tarifa por expedición de la licencia ambiental de acuerdo con el monto del proyecto, obra o actividad a realizar.
4. Publicación en un diario de cobertura local y/o nacional de un aviso con la intención de realizar el proyecto, su giro, la ubicación de este y la intención de solicitar una licencia ambiental
5. Presentación de una solicitud de licencia ambiental del SINEIA correspondiente acompañado de los instrumentos de evaluación del impacto ambiental inicialmente definidos en el numeral II, la acreditación del pago por la evaluación del impacto ambiental, la publicación establecida en el numeral IV: además de los requisitos legales y técnico definidos para cada categoría de proyecto.
6. Revisión de los documentos e instrumentos de evaluación ambiental solicitados
7. Decisión de otorgar o no la licencia ambiental solicitada.

**Quién realiza el trámite:** Cualquier persona vía online

**Nota:** La presentación de la documentación en Secretaría General debe realizarla el Apoderado Legal. La Secretaría General está ubicada en el segundo piso del edificio principal de la Secretaría de Recursos Naturales y Ambiente (SERNA).

**Adónde se realiza:** Ingresando a la página web [www.miambiente.prohonduras.hn](http://www.miambiente.prohonduras.hn)

**Nota:** La presentación del documento físico debe realizarse en la Secretaría de Recursos Naturales y Ambiente (SERNA).

**Tiempo promedio:** El tiempo estimado para obtener una licencia ambiental es de 2 meses para proyectos de categoría I y II, el tiempo es de 4 meses para proyectos de las categorías III y IV.

**Costo:** Cuando se está realizando el trámite el sistema emite el monto a pagar por el trámite.

**Clasificación de Categorías:**

- **Categoría I:** Corresponde con proyectos, obras o actividades consideradas de bajo impacto ambiental, potencial o riesgo ambiental.
- **Categoría II:** Corresponde con proyectos, obras o actividades de moderado impacto ambiental potencial o riesgo ambiental.
- **Categoría III:** Corresponde con proyectos, obras o actividades de alto impacto ambiental potencial o riesgo ambiental.
- **Categoría IV:** Corresponde con proyectos, obras o actividades consideradas de muy alto impacto ambiental potencial o riesgo ambiental. Los megaproyectos de desarrollo se consideran como parte de esta categoría.

Todos aquellos proyectos, obras o actividades que por su naturaleza, estén debajo de los de categoría I se clasifican como de muy bajo impacto o riesgo ambientales. Como tales, no estarán sujetos a cumplir trámite de licencia ambiental, no obstante estarán sometidos a cumplir la legislación ambiental vigente y además, en todo lo que aplique, el código de buenas prácticas ambientales de Honduras.

### **El paso a paso para obtener una licencia ambiental**

#### **• Procedimiento en Línea**

1. Ingresar a la página [www.miambiente.prohonduras.hn](http://www.miambiente.prohonduras.hn)
2. Registrarse como usuario nuevo
3. Llenar todos los campos requeridos.
4. Esperar 32 segundos para recibir dictamen previo generado por el sistema
5. Imprimir reporte de Licenciamiento.

#### **• Procedimiento en Físico**

1. Presentar todos los documentos en físico y en un Disco Compacto a la ventanilla de Secretaria General en la Secretaría de Recursos Naturales y Ambiente.

### **Requisitos**

Los requisitos de la documentación para presentar en Secretaria General serán de acuerdo con la clasificación que el sistema dictamine. A continuación los más frecuentes:

1. Informe de Validación Ambiental y de medidas por parte del PSA (Profesional de la Secretaria de Ambiente debidamente certificado). La contratación y gastos del PSA corre por cuenta del interesado.
2. Escritura de Constitución de la Empresa
3. RTN de la empresa

4. Identidad del Representante Legal
5. Escritura de la propiedad / contrato de arrendamiento
6. Recibo de pago de solicitud de licenciamiento (TGR-1)
7. Recibo de pago primera visita de campo (DECA)
8. Garantía Bancaria
9. Carta poder apoderado legal

En el caso de nuestro proyecto se considera que estaría en la categoría 2, ya que representa un impacto ambiental moderado, en este caso por el uso de la leña para los hornos. Se tiene presupuestado una cantidad aproximada de Lps. 40,000 para los tramites de licencia ambiental y el pago del consultor.

(Licencia Ambiental, n.d.)

## **CAPITULO V. ESTUDIO ORGANIZACIONAL**

### **5.1 Función de producción.**

- Planificación de Instalación.

El único activo fijo de nuestro proyecto que requiere mano de obra profesional y calificada es el horno refractario. Para la instalación del horno se contratarán los servicios de un ingeniero capacitado para realizar la obra debido a que estos hornos no se comercializan igual que los hornos eléctricos o industriales.

- Materiales y Servicios.

Al ser un proyecto de restaurante, los materiales necesarios para producir nuestro producto son la leña, la cual es con la que funciona nuestro horno refractario, la materia prima, los aceites para las freidoras, condimentos para los alimentos, los utensilios de cocina y los utensilios de comida para los clientes. Los servicios necesarios para la producción serian solamente la energía eléctrica del lugar.

- Control de calidad

El control de calidad de la producción es una de las tareas más importantes en nuestro proyecto. El agua por emplearse en las operaciones de producción debe ser tratada con hipoclorito de calcio a una concentración de 0.5 a 1 p.p.m libre residual para la desinfección de carnes, verduras, platos, ollas, utensilios de cocina agua, superficies y el tratamiento de aguas de desecho residuales. Para la recepción de mercadería se debe cumplir con las reglas apropiadas de higiene. Se debe verificar el peso de los productos y se debe revisar el olor, textura y color de los alimentos para asegurarse que estos estén en buenas condiciones y cumplan con la calidad que se espera. Se debe siempre revisar la fecha de vencimiento de todos los productos. Los refrigeradores o cámaras conservadores deberán tener un correcto funcionamiento, se deben

almacenarlos alimentos en recipientes cerrados en sus envases y en orden con la etiqueta de la fecha de entrada para que se conserven de la mejor manera. Los pollos deben ser envueltos de manera correcta y cualquier producto que se sospeche en mal estado se debe separar del resto de los alimentos. Los lugares donde se guarden las verduras deben de ser frescos y ventilados.

(GUIA PARA POLLERIAS, p. 11)

- Mantenimiento

Una vez terminado e instalado el horno, se le realizara un mantenimiento general a diario que incluye la limpieza de las partes de este, tanto las paredes como las espaldas del horno. La persona encargada de hacer el horno refractario capacitara a uno de los empleados y a este empleado se le asignara dicha tarea para garantizar el apropiado funcionamiento del equipo y alargar su vida útil lo más posible. Para cualquier problema grave que se tenga con el horno se contara con el ingeniero que lo hizo para solucionarlo. Las áreas transitables desde el área de proceso, el comedor y el área de despacho deben mantenerse limpios. La cocina y el lugar de horneado deben de mantener condiciones higiénicas para la cocción del pollo y así evitar contaminación de alimentos y deterioro de estos. Se debe evitar la acumulación de grasas y suciedades en las paredes y la limpieza estricta se debe desarrollar siguiendo las pautas del procedimiento P-BPP03: Limpieza de pisos de la sala de procesos. Las paredes cercanas a los hornos deben de limpiarse y desinfectarse a diario. Estos lineamientos estarán asentados en el registro R-BPP-01.

- Seguridad Industrial

La seguridad industrial es una de las áreas más importantes en un negocio ya que con esto se evitan cualquier tipo de accidentes dentro de la empresa. Todos los equipos que se van a utilizar como son las estufas industriales, freidoras y el horno refractario deben de ser manipulados por personas que sepan o hayan tenido una capacitación previa sobre el uso de las máquinas o equipos. El gerente del negocio será el encargado de supervisar a las personas que usen los equipos y además deben asegurarse de que las personas tengan todo el equipo de seguridad necesario para poder realizar su trabajo.

(GUIA PARA POLLERIAS, p. 5)

## **5.2 Función Financiera**

La función financiera del negocio estará a cargo del administrador, que, en este caso, será el gerente propietario al comenzar el proyecto. Dependiendo del crecimiento y el éxito del negocio más adelante se decidirá si es necesario contratar a un contador a parte para poder garantizar siempre el éxito financiero del negocio.

## **5.3 Función Administrativa**

La función administrativa del proyecto y el manejo de compras y decisiones estará a cargo del gerente propietario del negocio con ayuda del supervisor del negocio. Se debe llevar un control adecuado de inventarios, así como de gastos y ventas para lograr una excelente administración en el negocio.

## **5.4 Función Recursos Humanos.**

Los contratos que se ofrecerán a los colaboradores serán contratos en los que tendrán todos sus derechos, un salario fijo, vacaciones y prestaciones. El personal que se contratara para este proyecto debe de tener algún tipo de experiencia en esta área, por lo tanto, contaremos con

personal capacitado que sepa manipular los equipos que utilizaremos. Las personas que no cuenten con experiencia en el manejo de la maquinaria se podrán capacitar. La definición de las funciones se hará por parte del gerente propietario del negocio y va a depender de las habilidades laborales de cada persona. Una de nuestras más grandes tareas será lograr que las relaciones laborales entre los colaboradores sean las mejores. Nadie podrá tomar ninguna decisión si primero no se consulta con el gerente.

### **5.5 Función de Mercadeo.**

La ciudad de La Ceiba cuenta con la existencia de otras empresas dedicadas al rubro de los pollos, pero entre ellas siempre debe de haber una característica que las diferencie de las demás en cuanto al sabor y la calidad del producto que se vende. Nuestra estrategia será el uso de hornos refractarios, lo cual nos brindará un sabor distinto y único de calidad en nuestro producto. El uso de este tipo de horno no es muy común en nuestra ciudad por lo que será algo distinto. Además, buscamos reducir costos ya que los hornos refractarios funcionan a base de leña, lo cual reduce el costo de energía.

El plan de mercadeo es necesario para desarrollar una estrategia con el objetivo de incrementar el nivel de demanda de la empresa por parte de los clientes. Las estrategias que se utilizarán para estos fines serán las siguientes:

- Promover campañas dentro de empresas o instituciones que requieran nuestro producto para situaciones especiales.
- Promociones enfocadas a ventas a gran escala.
- Incentivar a clientes recurrentes con promociones si atraen a nuevos clientes a nuestro negocio.

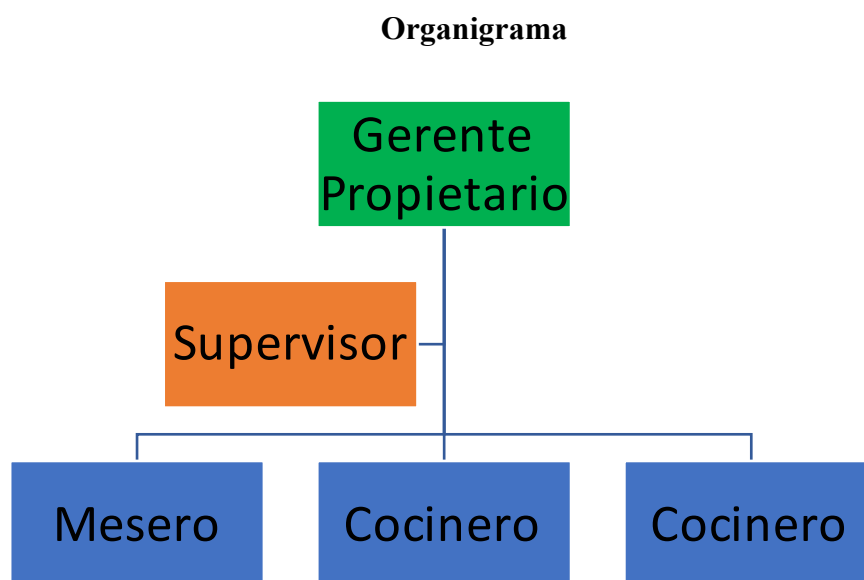
- El uso de redes sociales para beneficio de la empresa, dando a conocer nuestro producto a través de estas con fotos, videos etc.

### 5.6 Requerimiento del personal especializado y no especializado.

El personal administrativo estará conformado por el Gerente Propietario de la empresa que, quien en este caso es una persona capacitada y profesional como Licenciado en Administración de Empresas.

El personal operativo estará formado por el supervisor y cajero, el ayudante de servicios o mesero y el personal de cocina. Los colaboradores del área operativa serán personas con experiencia en trabajos de restaurantes, así mismo se capacitarán a los que no cuentan con experiencia en el uso de cierta maquinaria como lo es el horno refractario y el equipo industrial. La estructura organizacional más adecuada en este caso será de: Gerente propietario, supervisor, mesero, cocineros.

#### *Ilustración 8 Organigrama.*



*Fuente elaboración propia.*

El gerente propietario será el encargado del área administrativa del proyecto. El supervisor será la mano derecha del gerente y se encargará de que todos los procedimientos se estén realizando debidamente, también se encargará de los cobros cuando los clientes realicen sus pagos. El mesero será el encargado de servir a los clientes que comen en el establecimiento. Los cocineros serán los encargados de todo el proceso de cocina, desde asar los pollos hasta la limpieza de esta. Uno será el cocinero principal y el otro el ayudante, quien además se le asignará la tarea de la limpieza de los pisos al final de cada jornada. Antes de contratar a cada persona para cada puesto, se le capacitara de la mejor forma para que puedan realizar las tareas de la forma más efectiva y sin ningún tipo de problemas.

## **CAPITULO VI. ESTUDIO LEGAL**

### **6.1 Proceso para la creación de la empresa.**

En Honduras para poder abrir un negocio legalmente se debe cumplir con los siguientes requisitos:

A) Notario Público.

Obtención de la Escritura Pública. La Escritura Pública es un instrumento o documento público y legal que contiene: los nombres de las personas que conforman la organización; el nombre o razón social de la organización y de qué tipo es; el capital inicial; su duración; su naturaleza y objeto. Requisitos Entregar al notario público los siguientes datos y documentos:

1. El nombre o la razón social del comerciante o la sociedad.
2. Descripción de la actividad a la que se dedicará la empresa.
3. Domicilio o dirección de la empresa.
4. Capital inicial, que dependerá de la personalidad jurídica a adoptar.
5. Fotocopia de los documentos personales de los socios: Tarjeta de identidad, Registro Tributario Nacional (RTN) y Solvencia Municipal. Con estos datos y documentos, el notario público elabora la escritura de constitución. Para ello deberá adquirir timbres fiscales según el monto de la inversión y, después, publicar el aviso de declaración de comerciante individual o sociedad en el Diario Oficial La Gaceta, o en uno de los diarios de mayor circulación en la localidad.

B) Inscripción en el Registro Mercantil Toda empresa constituida con base en el código del Comercio deberá registrar su escritura de constitución en el registro Mercantil. En el departamento de Francisco Morazán, este trámite se realiza en la Cámara de Comercio e

Industria de Tegucigalpa CCIT. Pero en el resto del País, es en el Instituto de la Propiedad.  
(Guía de Requisitos Para Operar Una Empresa o Negocio En Honduras, n.d.)

## **6.2 Tipo de sociedad.**

El Código de Comercio de Honduras determina que para participar en el sector empresarial de Honduras, deberá los interesados constituirse como Comerciante Individual o como Sociedad Mercantil.

Hay cinco tipos de Sociedades Mercantiles en Honduras, que son:

- a) Sociedad Colectiva;
- b) Sociedad en Comandita Simple;
- c) Sociedad en Comandita por Acciones;
- d) Sociedad de Responsabilidad Limitada, y
- e) Sociedad Anónima.

En este caso, nuestro proyecto será una Sociedad Anónima.

- **Requisitos Sociedad Anónima**

Para constituir una Sociedad Anónima, se requiere un mínimo de dos accionistas así como un capital mínimo fundacional de Veinticinco mil Lempiras (Equivalente a US\$ 1,300.00).

Este capital debe de ser acreditado mediante cheque certificado o un certificado de depósito en un banco local, debiendo cancelarse en Lempiras (moneda local), con el nombre de la nueva sociedad. La Sociedad puede ser manejada por un Consejo de Administración o un Administrador Único.

En caso de que exista un socio extranjero, únicamente deberá de comparecer ante el Notario Publico para firmar la Escritura de Constitución, con su pasaporte como medio de Identificación, sin embargo, si esta persona esta actuando en representación de otra persona, este deberá de acreditar dicha representación mediante un Poder, debidamente autenticado o apostillado Entre otro requisitos indispensable es la denominación social que se formara libremente, pero siempre hará referencia a la actividad social principal; que deberá ser distinta de la de cualquier otra sociedad e ira inmediatamente seguida de las palabras Sociedad Anónima o de su abreviatura S.A. También deberá de establecerse el domicilio social de la Sociedad. En ciertos casos, la nacionalidad de los accionistas es un punto que debe de tomarse en cuenta. Generalmente no influye, pero en el caso de empresas dedicadas a la pesca, estas deberán ser conformadas en su mayoría por un grupo de accionistas de nacionalidad hondureña.

Entre otro requisito indispensable es la denominación social que se formará libremente, pero siempre hará referencia a la actividad social principal; que deberá ser distinta de la de cualquier otra sociedad e ira inmediatamente seguida de las palabras Sociedad Anónima o de su abreviatura S.A. También deberá de establecerse el domicilio social de la Sociedad. En ciertos casos, la nacionalidad de los accionistas es un punto que debe de tomarse en cuenta.

Generalmente no influye, pero en el caso de empresas dedicadas a la pesca, estas deberán ser conformadas en su mayoría por un grupo de accionistas de nacionalidad hondureña.

(ariaslaw/uploads58a23dc91f751\_es. Pdf, n.d., p.8.)

Copia de la publicación de la constitución en el diario oficial La Gaceta o en cualquier diario de circulación nacional. Para registrar sociedades mercantiles: Además de los requisitos anteriores,

las sociedades mercantiles deberán presentar copia del depósito bancario por concepto del capital de constitución de la empresa. Este valor debe coincidir con el que aparece en la escritura de constitución.

Si por alguna razón no se puede presentar copia del depósito bancario, en la escritura de constitución el notario dará fe de haber tenido a la vista el depósito de la cantidad relacionada, y esto también sirve para cumplir con el requisito.

Solicitud del Registro Tributario Nacional (RTN) El Registro Tributario Nacional es el mecanismo para identificar, ubicar y clasificar a las personas naturales o jurídicas que tienen obligaciones ante la Dirección Ejecutiva de Ingresos (DEI).

### **6.3 Proceso de Inscripción Registral**

Toda empresa constituida con base en el código del Comercio deberá registrar su escritura de constitución en el registro Mercantil.

En el departamento de Francisco Morazán, este trámite se realiza en la Cámara

de Comercio e Industria de Tegucigalpa CCIT. Pero en el resto del País, es en el Instituto de la Propiedad.

Requisitos

Para registrar comerciantes individuales:

1. Original y copia de la escritura de constitución.
2. Recibo de pago de derechos registrales, original y copia.
3. Copia de la publicación de la constitución en el diario oficial La Gaceta o en

cualquier diario de circulación nacional.

Para registrar sociedades mercantiles:

Además de los requisitos anteriores, las sociedades mercantiles deberán presentar copia del depósito bancario por concepto del capital de constitución de la empresa. Este valor debe coincidir con el que aparece en la escritura de constitución. (Guía de Requisitos Para Operar Una Empresa o Negocio En Honduras, n.d.)

#### **6.4 Permiso de Operación Alcaldía Municipal.**

El Permiso de Operación Este documento lo extiende la municipalidad para garantizar que la empresa funciona conforme a las leyes municipales. Algunas municipalidades, como las de San Pedro Sula, Comayagua, Choluteca, Choloma, Santa Rosa de Copán y el Distrito Central han implementado procesos de simplificación administrativa. Con ello, el trámite para obtener un permiso de operación es mucho más sencillo y rápido.

Este trámite se realiza varían según la municipalidad de la localidad donde funcionará la empresa. En Tegucigalpa se puede realizar también en la CCIT. Estos documentos son gratuitos. Los costos por permisos de operación en la Alcaldía Municipal del Distrito Central se cobran sobre la base de: Monto de declaración o proyecto de volumen de ventas del año y, la actividad económica. (Honduras International Commerce.)

#### **6.5 Requisitos de registro ante la dirección ejecutiva de ingresos.**

- Inscripción en el Registro Mercantil ante la Cámara de Comercio e Industria
- Registro en la Cámara de Comercio e Industria local.

- Inscripción de la sociedad en el Registro Tributario Nacional (RTN) ante la Dirección Ejecutiva de Ingresos (DEI)
- Obtención del permiso de operación ante la Alcaldía Municipal (1-3 días). Coste aproximado del procedimiento 52 euros.
- Registro del Impuesto sobre Ventas y adquisición de autorización de libros contables ante la Secretaría de Finanzas (2 días).
- Afiliación al Instituto Hondureño de Seguridad Social (15-30 días). La compañía está obligada a contribuir con el 5% del salario de cada empleado para cubrir los supuestos de enfermedad y maternidad (EM) más un 2% para invalidez, vejez y muerte (IVM).
- Afiliación al Instituto Nacional de Formación Profesional (inmediato). La empresa está obligada a contribuir con el 1% del total de las nóminas de sus empleados al Instituto Nacional de Formación Profesional, INFOP.
- Afiliación al Régimen de Aportación al Fondo Social de la Vivienda (empresas con más de 10 trabajadores; inmediato). La empresa abona 1,5% del salario de cada empleado al Régimen de Aportación (RAP) y al Fondo Social de la Vivienda (FOSOVI). (Crear Una Empresa En Honduras. Ministerio de Trabajo, Migraciones y Seguridad Social, p. 1)

## **6.6 Afiliación a (IHSS; INFOP, RAP)**

Instituto Hondureño de Seguridad Social (IHSS)

Deben inscribirse en el IHSS todas las personas o empresas legalmente constituidas, que cuenten con permiso de operación. Para que los empleados estén cubiertos por el IHSS, hay que pagar mensualmente el 10.5% de los salarios, que se distribuye así: el 3.5% se le deduce al trabajador, y el 7% lo paga el patrono.

En el Instituto Hondureño de Seguridad Social (IHSS). Cobertura del Instituto Hondureño de Seguridad Social: Tegucigalpa, Francisco Morazán: (Barrio Abajo, Colonia Santa Fe, Barrio La Granja y Colonia Kennedy), San Pedro Sula, Cortés, Santa Rosa de Copán, La Ceiba, Atlántida, Puerto Cortés, Tela, Atlántida, Villa Nueva Cortés, Choloma, Cortés, San Lorenzo, Juticalpa, Olancho, Danlí, El Paraíso y Comayagua.

#### Trámites

Tanto los trabajadores como la empresa deberán llenar la hoja de afiliación al IHSS. Esto habrá que presentarlo dentro de los cinco días de inicio de operación de la empresa, junto con los demás documentos:

1. Fotocopia de la escritura de constitución de la empresa.
2. Fotocopia de la tarjeta de identidad del patrono o el gerente general.
3. Lista de trabajadores, indicando para cada cual: nombres y apellidos completos, fecha de inicio de labores, puesto que desempeña, salario que devenga mensualmente, número de afiliación al IHSS, si lo tuviera, y fotocopia de la tarjeta de identidad.

#### Instituto Nacional de Formación Profesional (INFOP)

Deberán afiliarse al INFOP las empresas que empleen cinco o más trabajadores, o tengan un capital mayor de veinte mil lempiras.

El patrono tendrá que pagar una cuota mensual del 1% sobre el total de sueldos y salarios, incluyendo horas extras, vacaciones, decimotercero y decimocuarto mes, bonificaciones y comisiones sobre ventas. Debe pagarse el 30 de cada mes, y hay diez días hábiles como periodo de gracia. Después de ese periodo,

se recargará el 10% sobre el total a pagar.

#### Trámites

Llenar el formulario que facilitan en las oficinas del INFOP.

1. Fotocopia de la escritura de constitución y documentos personales del representante legal.
2. Permiso de operación vigente.
3. RTN de la empresa.
4. Lista de los empleados: Nombres completos, sueldos y datos generales de la empresaria.

#### Régimen de Aportaciones Privadas (RAP)

Deben inscribirse las empresas con más de 10 empleados y es voluntaria la inscripción para empresas de menos de cinco empleados. El empleado paga 1.5% e igual porcentaje el patrono. Se puede hacer la inscripción de forma individual siempre y cuando la persona haya estado en el sistema y pague el 3%.

#### 6.7 Trámites y documentos requeridos:

1. Llenar solicitud de registro de afiliación patronal.
2. Llenar las hojas de afiliación de los trabajadores.
3. Llenar formulario de planilla mensual de cotización que entrega el RAP.
4. Fotocopia del acta de constitución o documento que ampare la personería jurídica.
5. Fotocopia del Poder Legal de Representación.
6. Fotocopia de la tarjeta de identidad del representante legal.
7. Fotocopia del RTN de la empresa.

8. Fotocopia de la tarjeta de identidad de cada empleado.

9. Fotocopia de la planilla del mes anterior.

10. Solicitar por escrito los carnés para los empleados.

Si la empresa cambia de dirección debe informar al RAP por medio de una nota, la cual se presenta en el Departamento de Afiliación y Recuperación.

Si la empresa va a dejar de cotizar por alguna razón contemplada en el artículo 20 de la Ley del FOSOSVI, deberá enviar a las oficinas del RAP una notificación con los documentos que la amparen para que le extiendan el finiquito de solvencia. (Guía de Requisitos Para Operar Una Empresa o Negocio En Honduras.)

### **6.8 Elaboración de Reglamento Interno de Trabajo y de Higiene y Seguridad**

ARTÍCULO 1.- El presente Reglamento Interno, constituye un conjunto de normas y disposiciones de observancia obligatoria para todos los Empleados de la PROCURADURÍA GENERAL DE LA REPÚBLICA, entendiéndose como tales, a los funcionarios y empleados de carácter permanente de ésta; lo anterior, en relación con la función de sus servicios, para la cual fueron nombrados.

## CAPITULO VII. EVALUACION FINANCIERA

### 7.1.1 Presupuesto de Ventas

#### Precio promedio de venta de productos:

1	Pollo entero	L	140.00
2	Combo #1	L	110.00
3	Combo #2	L	90.00
4	Combo #3	L	120.00
5	Combo Familiar	L	290.00
6	Paquete de Tortillas	L	15.00
7	Orden de Tajadas	L	30.00
8	Ensalada pequeña	L	20.00
9	Ensalada Grande	L	35.00
10	Refresco Pequeño	L	20.00
11	Refresco 2 Litros	L	45.00

*Tabla 10 Presupuesto de ventas.*

#### PRESUPUESTO DE VENTAS (1a)

#### 1 TRIMESTRE

Productos		Enero	Febrero	Marzo	1 trimestre
<b>En Unidade s</b>	1 Pollo entero	351	325	338	<b>1,014</b>
	2 Combo #1	351	325	338	<b>1,014</b>
	3 Combo #2	297	275	286	<b>858</b>
	4 Combo #3	297	275	286	<b>858</b>
	5 Combo Familiar	243	225	234	<b>702</b>
	6 Paquete de Tortillas	297	275	286	<b>858</b>
	7 Orden de Tajadas	351	325	338	<b>1,014</b>
	8 Ensalada pequeña	297	275	286	<b>858</b>

	9	Ensalada Grande	243	225	234	<b>702</b>
	10	Refresco Pequeño	1,188	1,100	1,144	<b>3,432</b>
	11	Refresco 2 Litros	459	425	442	<b>1,326</b>
		<b>Total</b>	<b>4,374</b>	<b>4,050</b>	<b>4,212</b>	<b>12,636</b>
<b>En Lempiras por concepto de ventas</b>	1	Pollo entero	L 49,140.00	L 45,500.00	L 47,320.00	L 141,960.00
	2	Combo #1	L 38,610.00	L 35,750.00	L 37,180.00	L 111,540.00
	3	Combo #2	L 26,730.00	L 24,750.00	L 25,740.00	L 77,220.00
	4	Combo #3	L 35,640.00	L 33,000.00	L 34,320.00	L 102,960.00
	5	Combo Familiar	L 70,470.00	L 65,250.00	L 67,860.00	L 203,580.00
	6	Paquete de Tortillas	L 4,455.00	L 4,125.00	L 4,290.00	L 12,870.00
	7	Orden de Tajadas	L 10,530.00	L 9,750.00	L 10,140.00	L 30,420.00
	8	Ensalada pequeña	L 5,940.00	L 5,500.00	L 5,720.00	L 17,160.00
	9	Ensalada Grande	L 8,505.00	L 7,875.00	L 8,190.00	L 24,570.00
	10	Refresco Pequeño	L 23,760.00	L 22,000.00	L 22,880.00	L 68,640.00
	11	Refresco 2 Litros	L 20,655.00	L 19,125.00	L 19,890.00	L 59,670.00
		<b>Total</b>	<b>L 294,435.00</b>	<b>L 272,625.00</b>	<b>L 283,530.00</b>	<b>L 850,590.00</b>

*Tabla 11 Presupuesto de ventas 1 Trimestre.*

**PRESUPUESTO DE VENTAS (1a)**

**2 TRIMESTRE**

Productos		Abril	Mayo	Junio	2 trimestre	
<b>En Unidades</b>	1	Pollo entero	468	338	338	<b>1,144</b>
	2	Combo #1	312	338	338	<b>988</b>
	3	Combo #2	260	286	286	<b>832</b>
	4	Combo #3	260	286	286	<b>832</b>

	5	Combo Familiar	312	234	234	<b>780</b>
	6	Paquete de Tortillas	260	286	286	<b>832</b>
	7	Orden de Tajadas	312	338	338	<b>988</b>
	8	Ensalada pequeña	260	286	286	<b>832</b>
	9	Ensalada Grande	208	234	234	<b>676</b>
	10	Refresco Pequeño	1,144	1,144	1,144	<b>3,432</b>
	11	Refresco 2 Litros	442	442	442	<b>1,326</b>
	<b>Total</b>		<b>4,238</b>	<b>4,212</b>	<b>4,212</b>	<b>12,662</b>
<b>En Lempiras por concepto de ventas</b>	1	Pollo entero	L 65,520.00	L 47,320.00	L 47,320.00	L 160,160.00
	2	Combo #1	L 34,320.00	L 37,180.00	L 37,180.00	L 108,680.00
	3	Combo #2	L 23,400.00	L 25,740.00	L 25,740.00	L 74,880.00
	4	Combo #3	L 31,200.00	L 34,320.00	L 34,320.00	L 99,840.00
	5	Combo Familiar	L 90,480.00	L 67,860.00	L 67,860.00	L 226,200.00
	6	Paquete de Tortillas	L 3,900.00	L 4,290.00	L 4,290.00	L 12,480.00
	7	Orden de Tajadas	L 9,360.00	L 10,140.00	L 10,140.00	L 29,640.00
	8	Ensalada pequeña	L 5,200.00	L 5,720.00	L 5,720.00	L 16,640.00
	9	Ensalada Grande	L 7,280.00	L 8,190.00	L 8,190.00	L 23,660.00
	10	Refresco Pequeño	L 22,880.00	L 22,880.00	L 22,880.00	L 68,640.00
	11	Refresco 2 Litros	L 19,890.00	L 19,890.00	L 19,890.00	L 59,670.00
	<b>Total</b>		<b>L 313,430.00</b>	<b>L 283,530.00</b>	<b>L 283,530.00</b>	<b>L 880,490.00</b>

*Tabla 12 Presupuesto de ventas 2 trimestre.*

<b>PRESUPUESTO DE VENTAS (1a)</b>				
<b>3 TRIMESTRE</b>				

<b>Productos</b>	<b>Julio</b>	<b>Agosto</b>	<b>Septiembre</b>	<b>3 trimestre</b>
------------------	--------------	---------------	-------------------	--------------------

<b>En Unidades</b>	1	Pollo entero	351	338	338	<b>1,027</b>
	2	Combo #1	351	338	338	<b>1,027</b>
	3	Combo #2	297	286	286	<b>869</b>
	4	Combo #3	297	286	286	<b>869</b>
	5	Combo Familiar	243	234	234	<b>711</b>
	6	Paquete de Tortillas	297	286	286	<b>869</b>
	7	Orden de Tajadas	351	338	338	<b>1,027</b>
	8	Ensalada pequeña	297	286	286	<b>869</b>
	9	Ensalada Grande	243	234	234	<b>711</b>
	10	Refresco Pequeño	1,188	1,144	1,144	<b>3,476</b>
	11	Refresco 2 Litros	459	442	442	<b>1,343</b>
<b>Total</b>			<b>4,374</b>	<b>4,212</b>	<b>4,212</b>	<b>12,798</b>
<b>En Lempiras por concepto de ventas</b>	1	Pollo entero	L 49,140.00	L 47,320.00	L 47,320.00	L 143,780.00
	2	Combo #1	L 38,610.00	L 37,180.00	L 37,180.00	L 112,970.00
	3	Combo #2	L 26,730.00	L 25,740.00	L 25,740.00	L 78,210.00
	4	Combo #3	L 35,640.00	L 34,320.00	L 34,320.00	L 104,280.00
	5	Combo Familiar	L 70,470.00	L 67,860.00	L 67,860.00	L 206,190.00
	6	Paquete de Tortillas	L 4,455.00	L 4,290.00	L 4,290.00	L 13,035.00
	7	Orden de Tajadas	L 10,530.00	L 10,140.00	L 10,140.00	L 30,810.00
	8	Ensalada pequeña	L 5,940.00	L 5,720.00	L 5,720.00	L 17,380.00
	9	Ensalada Grande	L 8,505.00	L 8,190.00	L 8,190.00	L 24,885.00
	10	Refresco Pequeño	L 23,760.00	L 22,880.00	L 22,880.00	L 69,520.00
	11	Refresco 2 Litros	L 20,655.00	L 19,890.00	L 19,890.00	L 60,435.00
<b>Total</b>			<b>L 294,435.00</b>	<b>L 283,530.00</b>	<b>L 283,530.00</b>	<b>L 861,495.00</b>

*Tabla 13 Presupuesto de Venta 3 trimestre.*

<b>PRESUPUESTO DE VENTAS (1a)</b>			
<b>General (3 Trimestres)</b>			
<b>Productos</b>			<b>Totales</b>
<b>En Unidades</b>	1	Pollo entero	3,185
	2	Combo #1	3,029
	3	Combo #2	2,559
	4	Combo #3	2,559
	5	Combo Familiar	1,413
	6	Paquete de Tortillas	2,559
	7	Orden de Tajadas	3,029
	8	Ensalada pequeña	2,559
	9	Ensalada Grande	2,089
	10	Refresco Pequeño	10,340
	11	Refresco 2 Litros	3,995
<b>Total</b>			<b>37,316</b>
<b>En Lempiras por concepto de ventas</b>	1	Pollo entero	L 445,900.00
	2	Combo #1	L 333,190.00
	3	Combo #2	L 230,310.00
	4	Combo #3	L 307,080.00
	5	Combo Familiar	L 409,770.00
	6	Paquete de Tortillas	L 38,385.00
	7	Orden de Tajadas	L 90,870.00
	8	Ensalada pequeña	L 51,180.00

	9	Ensalada Grande	L 73,115.00
	10	Refresco Pequeño	L 206,800.00
	11	Refresco 2 Litros	L 179,775.00
		<b>Total</b>	<b>L 2,592,575.00</b>

*Tabla 14 Presupuesto de Ventas general.*

*Proyección de Ventas a 5 años*

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Volumen de Producción (Unidades)</b>	<b>16992.00</b>	<b>17841.60</b>	<b>18733.68</b>	<b>19670.36</b>	<b>20653.88</b>
POLLO ENTERO	4247.00	4459.35	4682.32	4916.43	5162.26
COMBO 1	4037.00	4238.85	4450.79	4673.33	4907.00
COMBO 2	3412.00	3582.60	3761.73	3949.82	4147.31
COMBO 3	3412.00	3582.60	3761.73	3949.82	4147.31
COMBO FAMILIAR	1884.00	1978.20	2077.11	2180.97	2290.01
<b>Costo total de producción</b>	<b>HNL 1,258,825.60</b>	<b>HNL 1,258,825.60</b>	<b>HNL 1,284,002.11</b>	<b>HNL 1,284,002.10</b>	<b>HNL 1,348,202.21</b>
POLLO ENTERO	HNL 251,765.12	HNL 251,765.12	HNL 256,800.42	HNL 256,800.42	HNL 269,640.44
COMBO 1	HNL 251,765.12	HNL 251,765.12	HNL 256,800.42	HNL 256,800.42	HNL 269,640.44
COMBO 2	HNL 251,765.12	HNL 251,765.12	HNL 256,800.42	HNL 256,800.42	HNL 269,640.44
COMBO 3	HNL 251,765.12	HNL 251,765.12	HNL 256,800.42	HNL 256,800.42	HNL 269,640.44
COMBO FAMILIAR	HNL 251,765.12	HNL 251,765.12	HNL 256,800.42	HNL 256,800.42	HNL 269,640.44
<b>Precio de Venta</b>	<b>HNL 135.45</b>	<b>HNL 135.45</b>	<b>HNL 144.89</b>	<b>HNL 144.89</b>	<b>HNL 150.90</b>
POLLO ENTERO	HNL 140.00	HNL 140.00	HNL 150.00	HNL 150.00	HNL 155.00
COMBO 1	HNL 110.00	HNL 110.00	HNL 120.00	HNL 120.00	HNL 125.00
COMBO 2	HNL 90.00	HNL 90.00	HNL 100.00	HNL 100.00	HNL 110.00
COMBO 3	HNL 120.00	HNL 120.00	HNL 130.00	HNL 130.00	HNL 135.00
COMBO FAMILIAR	HNL 290.00	HNL 290.00	HNL 295.00	HNL 295.00	HNL 300.00
<b>Ventas</b>	<b>HNL 2,301,530.00</b>	<b>HNL 2,416,606.50</b>	<b>HNL 2,714,388.08</b>	<b>HNL 2,850,107.48</b>	<b>HNL 3,116,618.80</b>
POLLO ENTERO	HNL 594,580.00	HNL 624,309.00	HNL 702,347.63	HNL 737,465.01	HNL 800,149.53
COMBO 1	HNL 444,070.00	HNL 466,273.50	HNL 534,095.10	HNL 560,799.86	HNL 613,374.84
COMBO 2	HNL 307,080.00	HNL 322,434.00	HNL 376,173.00	HNL 394,981.65	HNL 456,203.81
COMBO 3	HNL 409,440.00	HNL 429,912.00	HNL 489,024.90	HNL 513,476.15	HNL 559,886.49
COMBO FAMILIAR	HNL 546,360.00	HNL 573,678.00	HNL 612,747.45	HNL 643,384.82	HNL 687,004.13
<b>Margen</b>	<b>HNL 1,042,704.40</b>	<b>HNL 1,157,780.90</b>	<b>HNL 1,430,385.96</b>	<b>HNL 1,566,105.38</b>	<b>HNL 1,768,416.60</b>
POLLO ENTERO	HNL 342,814.88	HNL 372,543.88	HNL 445,547.20	HNL 480,664.59	HNL 530,509.09
COMBO 1	HNL 192,304.88	HNL 214,508.38	HNL 277,294.68	HNL 303,999.44	HNL 343,734.40
COMBO 2	HNL 55,314.88	HNL 70,668.88	HNL 119,372.58	HNL 138,181.23	HNL 186,563.36
COMBO 3	HNL 157,674.88	HNL 178,146.88	HNL 232,224.48	HNL 256,675.73	HNL 290,246.05
COMBO FAMILIAR	HNL 294,594.88	HNL 321,912.88	HNL 355,947.03	HNL 386,584.40	HNL 417,363.69
<b>Margen %</b>	<b>45%</b>	<b>48%</b>	<b>53%</b>	<b>55%</b>	<b>57%</b>
POLLO ENTERO	58%	60%	63%	65%	66%
COMBO 1	43%	46%	52%	54%	56%
COMBO 2	18%	22%	32%	35%	41%
COMBO 3	39%	41%	47%	50%	52%
COMBO FAMILIAR	54%	56%	58%	60%	61%

## 7.1.2 Presupuesto de Producción

<b>PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN (1b)</b>				
<b>GENERAL</b>				
<b>POLLO ENTERO</b>				
<b>Concepto</b>	<b>I Trimestre</b>	<b>II Trimestre</b>	<b>III Trimestre</b>	<b>TOTAL</b>
Presupuesto de Ventas (1a)	1,014	1,144	1,027	3,185
(+) Inventario Final Deseado	<u>16</u>	<u>20</u>	<u>24</u>	24
Subtotal	1,030	1,164	1,051	3,209
(-) Inventario Inicial	<u>13</u>	<u>16</u>	<u>20</u>	<u>13</u>
Unidades de producción requeridas	<u>1,017</u>	<u>1,148</u>	<u>1,031</u>	<u>3,196</u>
<b>COMBO #1</b>				
<b>Concepto</b>	<b>I Trimestre</b>	<b>II Trimestre</b>	<b>III Trimestre</b>	<b>TOTAL</b>
Presupuesto de Ventas (1a)	1,014	988	1,027	3,029
(+) Inventario Final Deseado	<u>16</u>	<u>20</u>	<u>24</u>	24
Subtotal	1,030	1,008	1,051	3,053
(-) Inventario Inicial	<u>13</u>	<u>16</u>	<u>20</u>	<u>13</u>
Unidades de producción requeridas	<u>1,017</u>	<u>992</u>	<u>1,031</u>	<u>3,040</u>
<b>COMBO #2</b>				
<b>Concepto</b>	<b>I Trimestre</b>	<b>II Trimestre</b>	<b>III Trimestre</b>	<b>TOTAL</b>
Presupuesto de Ventas (1a)	858	832	869	2,559
(+) Inventario Final Deseado	<u>14</u>	<u>18</u>	<u>22</u>	22
Subtotal	872	850	891	2,581
(-) Inventario Inicial	<u>11</u>	<u>14</u>	<u>18</u>	<u>11</u>
Unidades de producción requeridas	<u>861</u>	<u>836</u>	<u>873</u>	<u>2,570</u>
<b>COMBO #3</b>				
<b>Concepto</b>	<b>I Trimestre</b>	<b>II Trimestre</b>	<b>III Trimestre</b>	<b>TOTAL</b>
Presupuesto de Ventas (1a)	858	832	869	2,559

<b>(+) Inventario Final Deseado</b>	<u>14</u>	<u>18</u>	<u>22</u>	22
<b>Subtotal</b>	<b>872</b>	<b>850</b>	<b>891</b>	<b>2,581</b>
<b>(-) Inventario Inicial</b>	<u>11</u>	<u>14</u>	<u>18</u>	<u>11</u>
<b>Unidades de producción requeridas</b>	<b><u>861</u></b>	<b><u>836</u></b>	<b><u>873</u></b>	<b><u>2,570</u></b>
<b>COMBO FAMILIAR</b>				
<b>Concepto</b>	<b>I Trimestre</b>	<b>II Trimestre</b>	<b>III Trimestre</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Presupuesto de Ventas (1a)</b>	<b>702</b>	<b>780</b>	<b>711</b>	<b>2,193</b>
<b>(+) Inventario Final Deseado</b>	<u>11</u>	<u>15</u>	<u>19</u>	19
<b>Subtotal</b>	<b>713</b>	<b>795</b>	<b>730</b>	<b>2,212</b>
<b>(-) Inventario Inicial</b>	<u>9</u>	<u>11</u>	<u>15</u>	<u>9</u>
<b>Unidades de producción requeridas</b>	<b><u>704</u></b>	<b><u>784</u></b>	<b><u>715</u></b>	<b><u>2,203</u></b>
<b>PAQUETE DE TORTILLAS</b>				
<b>Concepto</b>	<b>I Trimestre</b>	<b>II Trimestre</b>	<b>III Trimestre</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Presupuesto de Ventas (1a)</b>	<b>858</b>	<b>832</b>	<b>869</b>	<b>2,559</b>
<b>(+) Inventario Final Deseado</b>	<u>14</u>	<u>18</u>	<u>22</u>	22
<b>Subtotal</b>	<b>872</b>	<b>850</b>	<b>891</b>	<b>2,581</b>
<b>(-) Inventario Inicial</b>	<u>11</u>	<u>14</u>	<u>18</u>	<u>11</u>
<b>Unidades de producción requeridas</b>	<b><u>861</u></b>	<b><u>836</u></b>	<b><u>873</u></b>	<b><u>2,570</u></b>
<b>ORDEN DE TAJADAS</b>				
<b>Concepto</b>	<b>I Trimestre</b>	<b>II Trimestre</b>	<b>III Trimestre</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Presupuesto de Ventas (1a)</b>	<b>1,014</b>	<b>988</b>	<b>1,027</b>	<b>3,029</b>
<b>(+) Inventario Final Deseado</b>	<u>16</u>	<u>20</u>	<u>24</u>	24
<b>Subtotal</b>	<b>1,030</b>	<b>1,008</b>	<b>1,051</b>	<b>3,053</b>
<b>(-) Inventario Inicial</b>	<u>13</u>	<u>16</u>	<u>20</u>	<u>13</u>
<b>Unidades de producción requeridas</b>	<b><u>1,017</u></b>	<b><u>992</u></b>	<b><u>1,031</u></b>	<b><u>3,040</u></b>
<b>ENSALADA PEQUEÑA</b>				
<b>Concepto</b>	<b>I Trimestre</b>	<b>II Trimestre</b>	<b>III Trimestre</b>	<b>TOTAL</b>

Presupuesto de Ventas (1a)	858	832	869	2,559
(+) Inventario Final Deseado	<u>14</u>	<u>18</u>	<u>22</u>	22
Subtotal	872	850	891	2,581
(-) Inventario Inicial	<u>11</u>	<u>14</u>	<u>18</u>	<u>11</u>
Unidades de producción requeridas	<u>861</u>	<u>836</u>	<u>873</u>	<u>2,570</u>
<b>ENSALADA GRANDE</b>				
<b>Concepto</b>	<b>I Trimestre</b>	<b>II Trimestre</b>	<b>III Trimestre</b>	<b>TOTAL</b>
Presupuesto de Ventas (1a)	702	676	711	2,089
(+) Inventario Final Deseado	<u>12</u>	<u>16</u>	<u>20</u>	20
Subtotal	714	692	731	2,109
(-) Inventario Inicial	<u>9</u>	<u>12</u>	<u>16</u>	<u>9</u>
Unidades de producción requeridas	<u>705</u>	<u>680</u>	<u>715</u>	<u>2,100</u>
<b>REFRESCO PEQUEÑO</b>				
<b>Concepto</b>	<b>I Trimestre</b>	<b>II Trimestre</b>	<b>III Trimestre</b>	<b>TOTAL</b>
Presupuesto de Ventas (1a)	3,432	3,432	3,476	10,340
(+) Inventario Final Deseado	<u>115</u>	<u>115</u>	<u>130</u>	130
Subtotal	3,547	3,547	3,606	10,470
(-) Inventario Inicial	<u>100</u>	<u>115</u>	<u>115</u>	<u>100</u>
Unidades de producción requeridas	<u>3,447</u>	<u>3,432</u>	<u>3,491</u>	<u>10,370</u>
<b>REFRESCO 2 LITROS</b>				
<b>Concepto</b>	<b>I Trimestre</b>	<b>II Trimestre</b>	<b>III Trimestre</b>	<b>TOTAL</b>
Presupuesto de Ventas (1a)	1,326	1,326	1,343	3,995
(+) Inventario Final Deseado	<u>60</u>	<u>65</u>	<u>70</u>	70
Subtotal	1,386	1,391	1,413	4,065
(-) Inventario Inicial	<u>50</u>	<u>60</u>	<u>65</u>	<u>50</u>
Unidades de producción requeridas	<u>1,336</u>	<u>1,331</u>	<u>1,348</u>	<u>4,015</u>

*Tabla 15 Presupuesto de Producción.*

**7.1.3 Presupuesto de Inventarios Finales**

<b>PRESUPUESTO INVENTARIOS FINALES (1g)</b>				
<b>General</b>				
<b>TODOS LOS TRIMESTRES</b>				
<b>Concepto</b>	<b>UNIDADES x COSTO UNITARIO = VALOR</b>			
<b>Inventario de materiales directos, fin de trimestre:</b>				
<b>I TRIMESTRE:</b>				
Pollo entero	1,017	L	79.80	L 81,156.60
Combo #1	1,017	L	62.70	L 63,765.90
Combo #2	861	L	51.30	L 44,169.30
Combo #3	861	L	68.40	L 58,892.40
Combo Familiar	704	L	165.30	L 116,371.20
Paquete de tortillas	861	L	8.55	L 7,361.55
Orden de tajadas	1,017	L	17.10	L 17,390.70
Ensalada pequeña	861	L	11.40	L 9,815.40
Ensalada Grande	705	L	19.95	L 14,064.75
Refresco pequeño	3,447	L	14.00	L 48,258.00
Refresco 2 Litros	1,336	L	34.00	L 45,424.00
<b>1 de enero de 2020 (inventario inicial)</b>	251	L	532.50	L 133,657.50
<b>II TRIMESTRE:</b>				
Pollo entero	1,148	L	79.80	L 91,610.40
Combo #1	992	L	62.70	L 62,198.40
Combo #2	836	L	51.30	L 42,886.80
Combo #3	836	L	68.40	L 57,182.40
Combo Familiar	784	L	165.30	L 129,595.20

Paquete de tortillas	836	L	8.55	L	7,147.80
Orden de tajadas	992	L	17.10	L	16,963.20
Ensalada pequeña	836	L	11.40	L	9,530.40
Ensalada Grande	680	L	19.95	L	13,566.00
Refresco pequeño	3,432	L	14.00	L	48,048.00
Refresco 2 Litros	1,331	L	34.00	L	45,254.00
<b>1 de abril de 2020 (inventario inicial)</b>	302	L	532.50	L	160,815.00
<b>III TRIMESTRE:</b>					
Pollo entero	1,031	L	79.80	L	82,273.80
Combo #1	1,031	L	62.70	L	64,643.70
Combo #2	873	L	51.30	L	44,784.90
Combo #3	873	L	68.40	L	59,713.20
Combo Familiar	715	L	165.30	L	118,189.50
Paquete de tortillas	873	L	8.55	L	7,464.15
Orden de tajadas	1,031	L	17.10	L	17,630.10
Ensalada pequeña	873	L	11.40	L	9,952.20
Ensalada Grande	715	L	19.95	L	14,264.25
Refresco pequeño	3,491	L	14.00	L	48,874.00
Refresco 2 Litros	1,348	L	34.00	L	45,832.00
<b>1 de Julio de 2020 (inventario inicial)</b>	343	L	532.50	L	182,647.50
<b>Inventario de artículos terminados, fin de trimestre:</b>					
<b>I TRIMESTRE:</b>					
Pollo entero	16	L	91.37	L	1,461.99
Combo #1	16	L	70.42	L	1,126.66
Combo #2	14	L	59.02	L	826.22
Combo #3	14	L	76.12	L	1,065.62

Combo Familiar	11	L	176.87	L	1,945.61
Paquete de tortillas	14	L	8.55	L	119.70
Orden de tajadas	16	L	20.96	L	335.33
Ensalada pequeña	14	L	15.26	L	213.61
Ensalada Grande	12	L	24.82	L	297.88
Refresco pequeño	115	L	14.00	L	1,610.00
Refresco 2 Litros	60	L	34.00	L	2,040.00
<b>1 de enero de 2020 (inventario final)</b>	<b>1,638</b>	L	<b>591.39</b>	L	<b>968,689.68</b>
<b>II TRIMESTRE:</b>					
Pollo entero	20	L	91.37	L	1,827.48
Combo #1	20	L	70.42	L	1,408.32
Combo #2	18	L	59.02	L	1,062.29
Combo #3	18	L	76.12	L	1,370.09
Combo Familiar	15	L	176.87	L	2,653.11
Paquete de tortillas	18	L	8.55	L	153.90
Orden de tajadas	20	L	20.96	L	419.16
Ensalada pequeña	18	L	15.26	L	274.64
Ensalada Grande	16	L	24.82	L	397.17
Refresco pequeño	115	L	14.00	L	1,610.00
Refresco 2 Litros	65	L	34.00	L	2,210.00
<b>1 de abril de 2020 (inventario final)</b>	<b>1674</b>	L	<b>591.39</b>	L	<b>989,979.56</b>
<b>III TRIMESTRE:</b>					
Pollo entero	24	L	91.37	L	2,192.98
Combo #1	24	L	70.42	L	1,689.99
Combo #2	22	L	59.02	L	1,298.35
Combo #3	22	L	76.12	L	1,674.55
Combo Familiar	19	L	176.87	L	3,360.61
Paquete de tortillas	22	L	8.55	L	188.10
Orden de tajadas	24	L	20.96	L	502.99
Ensalada pequeña	22	L	15.26	L	335.68
Ensalada Grande	20	L	24.82	L	496.47
Refresco pequeño	130	L	14.00	L	1,820.00
Refresco 2 Litros	70	L	34.00	L	2,380.00
<b>1 de Julio de 2020 (inventario final)</b>	<b>1747</b>	L	<b>591.39</b>	L	<b>1,033,150.71</b>
<b>*Costo Unitario</b>					

**Tabla 16 Presupuesto de Inventarios Finales.**

TODOS LOS TRIMESTRES			
TRIMESTRE	Costo Manufactura	Programa (1b) Producción	Costo Unitario
<b>I TRIMESTRE:</b>			
Pollo entero	L 11,770.83	1,017	L 91.37
Combo #1	L 7,847.22	1,017	L 70.42
Combo #2	L 6,643.52	861	L 59.02
Combo #3	L 6,643.52	861	L 76.12
Combo Familiar	L 8,148.15	704	L 176.87
Paquete de tortillas	L -	861	L 8.55
Orden de tajadas	L 3,923.61	1017	L 20.96
Ensalada pequeña	L 3,321.76	861	L 15.26
Ensalada Grande	L 3,435.67	705	L 24.82
Refresco pequeño	L -	3447	L 14.00
Refresco 2 Litros	L -	1336	L 34.00
<b>II TRIMESTRE:</b>			
Pollo entero	L 13,287.04	1148	L 91.37
Combo #1	L 7,654.32	992	L 70.42
Combo #2	L 6,450.62	836	L 59.02
Combo #3	L 6,450.62	836	L 76.12
Combo Familiar	L 9,074.07	784	L 176.87
Paquete de tortillas	L -	836	L 8.55
Orden de tajadas	L 3,827.16	992	L 20.96
Ensalada pequeña	L 3,225.31	836	L 15.26
Ensalada Grande	L 3,313.84	680	L 24.82
Refresco pequeño	L -	3432	L 14.00
Refresco 2 Litros	L -	1331	L 34.00
<b>III TRIMESTRE:</b>			
Pollo entero	L 11,932.87	1031	L 91.37
Combo #1	L 7,955.25	1031	L 70.42
Combo #2	L 6,736.11	873	L 59.02
Combo #3	L 6,736.11	873	L 76.12
Combo Familiar	L 8,275.46	715	L 176.87
Paquete de tortillas	L -	873	L 8.55
Orden de tajadas	L 3,977.62	1031	L 20.96
Ensalada pequeña	L 3,368.06	873	L 15.26

Ensalada Grande	L	3,484.41	715	L	24.82
Refresco pequeño	L	-	3491	L	14.00
Refresco 2 Litros	L	-	1348	L	34.00
<b>TOTAL</b>	<b>L</b>	<b>157,483.15</b>	<b>38,244</b>		

*Tabla 17 Presupuesto de Inventarios finales 2.*

#### 7.1.4 Presupuesto de Costos de Artículos Vendidos

<b>PRESUPUESTO DE COSTO DE ARTÍCULOS VENDIDOS (1h)</b>
<b>TODOS LOS TRIMESTRES</b>

#### Presupuesto de Costo de Artículos Vendidos 2020 (programa 1h)

PRESUPUESTO DE APOYO	Programa	I TRIMESTRE	II TRIMESTRE	III TRIMESTRE	TOTAL
Presupuesto de Consumo de materiales directos	1d	L 182,910.29	L 181,651.45	L 305,060.77	L 669,622.51
Presupuesto de mano de obra directa	1e	L 17,205.50	L 17,711.92	L 17,461.87	L 52,379.29
Presupuesto de costos indirectos de fabricación	1f	L 24,361.18	L 25,687.30	L 26,959.46	L 77,007.94
<b>Total de costos de manufactura</b>	<b>1d + 1e + 1f</b>	<b>L 224,476.96</b>	<b>L 225,050.67</b>	<b>L 349,482.11</b>	<b>L 799,009.74</b>
<b>(+) Inventario inicial de artículos terminados</b>	<b>1g</b>	<b>L 133,657.50</b>	<b>L 160,815.00</b>	<b>L 182,647.50</b>	<b>L 477,120.00</b>
<b>Gasto de los artículos disponibles para la venta</b>	<b>Subtotal</b>	<b>L 358,134.46</b>	<b>L 385,865.67</b>	<b>L 532,129.61</b>	<b>L 1,276,129.74</b>
<b>(-) Inventario final de artículos terminados</b>	<b>1g</b>	<b>L 968,689.68</b>	<b>L 989,979.56</b>	<b>L 1,033,150.71</b>	<b>L 2,991,819.95</b>
<b>Costo de los artículos vendidos</b>	<b>Total</b>	<b>L 610,555.21</b>	<b>L 604,113.89</b>	<b>L 501,021.10</b>	<b>L 1,715,690.21</b>

*Tabla 18 Presupuesto de costos de artículos vendidos.*

## 7.2 Análisis Financiero

### 7.2.1 Capital de Trabajo

#### **Capital de trabajo**

(cálculo por el método analítico)

#### A.- MATERIA PRIMA

<i>Compras</i>	<b>29,497</b>	
<i>Existencias iniciales</i>	<b>251</b>	
<i>Existencias finales</i>	<b>1,747</b>	
<i>Período medio de almacén</i>	<b>331</b>	
<b>VALOR MEDIO DE MAT. PRIMA</b>	<b>25,380</b>	+

#### B.- PRODUCCIÓN

<i>Consumo anual de materias primas</i>	<b>29,497</b>	
<i>Mano de obra directa</i>	<b>21,326</b>	
<i>Gastos de fabricación</i>	<b>179,088</b>	
<i>Amortización</i>	<b>10,118</b>	
<i>Exist. inicial de prod. en curso</i>	<b>251</b>	
<i>Exist. final de prod. en curso</i>	<b>1,747</b>	
<i>Período medio de fabricación</i>	<b>331</b>	
<b>VALOR MEDIO DE PRODUCCION</b>	<b>216,204</b>	+

#### C.- ALMACEN DE PRODUCTOS TERMINADOS

<i>Cte. industrial de fabric.</i>	<b>238,533</b>	
<i>Exist. inicial de prod, term.</i>	<b>251</b>	
<i>Exist. final de prod. term.</i>	<b>1,747</b>	
<i>Período medio de almacén</i>	<b>331</b>	
<b>VALOR MEDIO DE PROD. TERM.</b>	<b>214,848</b>	+

**D.- VENTAS A CLIENTES**

<i>Ventas anuales</i>	2,592,575	
<i>Período medio de cobro</i>	30	
<b>INMOV. MEDIA EN CLIENTES</b>	<b>216,048</b>	<b>+</b>

**E.- CUENTAS A PAGAR A PROVEEDORES**

<i>Compras anuales</i>	1,715,690	
<i>Período medio de pago</i>	40	
<b>FINANC. MEDIA DE PROVEEDORES</b>	<b>L 188,020.84</b>	<b>-</b>

**F.- TESORERIA**

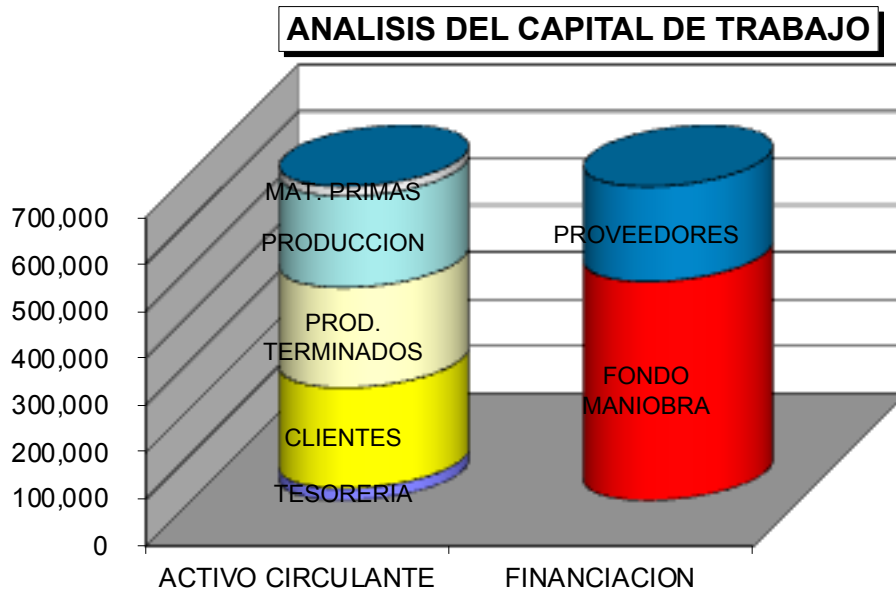
<i>% sobre saldo medio proveedores</i>	10.00%	
<i>Tesorería permanente</i>	L 18,802.08	
<b>TESORERIA</b>	<b>L 18,802.08</b>	<b>+</b>

<b>Capital de Trabajo</b>		
<b>NECESARIO = (A + B + C + D - E + F)</b>	<b>707,893</b>	<b>=</b>



*Se necesitan 707,893 unidades de Capital de trabajo en este momento con este volumen anual de operaciones, períodos medios de almacenamiento, fabricación, cobro, etc.*

*Tabla 19 Capital de Trabajo.*



*Grafico 12 Análisis de Capital de Trabajo*

### 7.2.2 Punto de equilibrio

**PUNTO DE EQUILIBRIO MENSUAL  
GENERAL (UNIDADES MENSUALES)**

POLLO ENTERO	
Costos fijos:	L 20,970.22
Precio:	L 140.00
Costos variables:	L 79.80
<b>P.E.:</b>	<b>348</b>

COMBO 1	
Costos fijos:	L 20,970.22
Precio:	L 110.00
Costos variables:	L 62.70
<b>P.E.:</b>	<b>443</b>

COMBO 2	
Costos fijos:	L 20,970.22
Precio:	L 90.00
Costos variables:	L 51.30
<b>P.E.:</b>	<b>542</b>

COMBO 3	
Costos fijos:	L 20,970.22
Precio:	L 120.00
Costos variables:	L 68.40
<b>P.E.:</b>	<b>406</b>

COMBO FAMILIAR	
----------------	--

<b>Costos fijos:</b>	L 20,970.22
<b>Precio:</b>	L 290.00
<b>Costos variables:</b>	L 165.30
<b>P.E.:</b>	<b>168</b>

**Punto**

**P]**

**P.**

*Tabla 20 Punto de Equilibrio.*

### 7.2.3 Flujo de Caja

PRESUPUESTO DE CAJA				
General				
Programa	I TRIMESTRE	II TRIMESTRE	III TRIMESTRE	TOTAL
Saldo inicial en la caja	L -	80,011.60	92,125.37	172,136.96
Entradas de caja:				
Ventas	L 850,590.00	L 880,490.00	L 861,495.00	2,592,575.00
<b>Total de entradas de caja</b>	<b>L 850,590.00</b>	<b>L 880,490.00</b>	<b>L 861,495.00</b>	<b>2,592,575.00</b>

Total de caja disponible	L 850,590.00	L 960,501.60	L 953,620.37	2,764,711.96
Salidas de caja:				-
Materiales directos	255,223.66	423,616.25	594,644.29	1,273,484.20
Mano de Obra Directa 1e	L 40,012.79	L 41,190.51	L 40,609.01	121,812.31
Costos indirectos de fabricación 1f	L 56,653.90	59,737.90	62,696.43	179,088.23
Gastos de ventas 1i	L 120,053.00	L 120,202.00	L 120,107.00	360,362.00
Gastos administrativos 1j	8,100.00	8,100.00	8,100.00	24,300.00
Impuesto sobre la Renta 15%	L 36,005.22	L 41,456.42	L 54,071.08	131,532.72
<b>Total de salidas de caja</b>	<b>L 516,048.57</b>	<b>L 694,303.07</b>	<b>L 880,227.81</b>	<b>2,090,579.45</b>

*Tabla 21 Flujo de Caja.*

## 7.2.4 Balance General

### CUADRO GENERAL DE LOS FLUJOS DE CAJA

ESTADOS DE LOS FLUJOS DE CAJA	
ENTRADAS DE CAJA	SALIDAS DE CAJA
<b>OPERACIONAL</b>	
Ventas (clientes)	Proveedores y empleados
Utilidad sobre los dividendos (títulos valores de especulación)	Impuestos (Gobierno)
Utilidades varias	Gastos Varios
<b>INVERSIÓN</b>	
Venta de productos	Alquiler y compra de equipos

### RECONCILIACIÓN DE LA UTILIDAD NETA CON RELACIÓN AL FLUJO DE CAJA NETO SUMINISTRADO POR ACTIVIDADES OPERACIONALES

<b>UTILIDAD NETA</b>	
<b>AGREGAR</b>	<b>DEDUCIR</b>
Gastos de depreciación	-
Amortización (descuento de bonos)	Amortización (prima de bonos)
Incremento en pasivos diferidos por impuestos	Disminución en pasivos diferidos por impuestos
Disminución en activos diferidos por impuestos	Incremento en activos diferidos por impuestos
Pérdidas bajo el método de valor líquido	Ganancias bajo el método de valor líquido
Disminución en inventarios	Incremento en inventarios
Disminución en gastos prepagados	Incremento en gastos prepagados
Intereses de la minoría en utilidad neta	-
<b>Flujo de caja neto proporcionado por las actividades operacionales</b>	

**Pollos Río.**  
**BALANCE GENERAL AL 31 DE SEPTIEMBRE DE 2020**

<b>Activo Circulante</b>		<b>Pasivo Circulante</b>	
Caja	2,592,575	Cuentas por pagar	1,715,690
Inventario	\$15,940	Acreeedores	615,425.00
		Intereses por pagar	
		ISR por pagar	73,833.42
		Anticipo de clientes	
<b>Total Activo Circulante</b>	<b>\$2,608,515</b>	<b>Total Pasivo Circulante</b>	<b>\$2,404,948</b>
<b>Activo Fijo</b>		<b>Pasivo a Largo Plazo</b>	
Edificios			
Terrenos		Documentos por pagar a largo plazo	\$90,000
Depreciación acumulada		<b>Total Pasivo Circulante</b>	<b>\$90,000</b>
Mobiliario y equipo.	\$119,033		
Depreciación acumulada	\$32,400		
		<b>SUMA DEL PASIVO</b>	<b>\$2,494,948</b>
<b>Total Activo Fijo</b>	<b>\$151,433</b>	<b>CAPITAL CONTABLE</b>	
<b>Activo diferido</b>		Capital social	\$220,000
Rentas pagadas por anticipado	\$10,000	Reservas	\$60,000
Otros activos diferidos	\$5,000	Resultados de ejercicios anteriores	
<b>Total Activo Diferido</b>	<b>\$15,000</b>	Resultados del ejercicio	
		<b>Total Capital contable</b>	<b>\$280,000</b>
<b>SUMA DEL ACTIVO</b>	<b>\$2,774,948</b>	<b>SUMA DEL CAPITAL CONTABLE</b>	<b>\$280,000</b>
		<b>SUMA DEL PASIVO + CAPITAL CONTABLE</b>	<b>\$2,774,948</b>

*Tabla 22 Balance General.*

**7.2.5 Estado de Resultados**

<b>Estado de Resultados Proyectado Para los 3 Trimestres</b>			
	<b>Trimestre I</b>	<b>Trimestre II</b>	<b>Trimestre III</b>
Ingresos	850,590	880,490	861,495
Costos	610,555.21	604,113.89	501,021.10
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>240,034.79</b>	<b>276,376.11</b>	<b>360,473.90</b>
<b>Margen Bruto</b>	<b>28.20%</b>	<b>31.40%</b>	<b>41.80%</b>
Gastos Operativos	128,153	128,302	128,207
<b>Utilidad antes de Intereses</b>	<b>111,881.79</b>	<b>148,074.11</b>	<b>232,266.90</b>
Gastos Financieros			
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>111,881.79</b>	<b>148,074.11</b>	<b>232,266.90</b>
<b>Margen Operacional</b>	<b>13.20%</b>	<b>16.80%</b>	<b>26.90%</b>
ISR	16,782.27	22,196.11	34,840.04
<b>Utilidad Neta</b>	<b>95,099.52</b>	<b>125,878.00</b>	<b>197,426.87</b>
<b>Margen Neto</b>	<b>11.20%</b>	<b>14.30%</b>	<b>23%</b>

**POLLOS RÍO**

Estado de presupuesto de caja  
para el final de los 3 trimestres de septiembre de 2020  
Incremento (disminución) en la caja y equivalentes en la caja

<b>Flujos de caja de las actividades operacionales</b>		
Efectivo recibido de los clientes	L 2,592,575.00	
Efectivo pagado a proveedores y empleados	L 1,715,690.21	
Interés pagado	-	
Impuestos pagados sobre la Renta	L 73,833.42	
<b>Caja neta suministrada por las actividades operacionales</b>		
<b>Flujo de caja de las actividades de inversión</b>		
Gastos de inversión	L 220,000.00	
<b>Caja neta utilizada en las actividades de inversión</b>		<b>L 220,000.00</b>
<b>Flujos de cada de las actividades financieras:</b>		
Producto de los préstamos	L -	
Reembolso de los préstamos	L -	
<b>Caja neta suministrada por las actividades financieras</b>	L -	
Disminución neta en la caja y equivalentes en la caja	L -	
Caja y equivalentes en la caja al comienzo del año	L -	

<b>Caja y equivalentes en la caja al final del trimestre</b>	L -	
Cobros sobre cuentas	L -	
Ventas en efectivo	L 2,592,575.00	
<b>Total de cobros en efectivo</b>	<b>L 2,592,575.00</b>	
Inventario Final de artículos terminados	L 2,991,819.95	
Gasto de los artículos disponible para la venta	L 1,276,129.04	
<b>Costo de Artículos Vendidos</b>	<b>L 1,715,690.21</b>	L 876,884.79
Gastos de ventas	L 360,362.00	
Gastos administrativos	L 24,300.00	
<b>Total</b>	<b>L 492,222.79</b>	
Reconciliación de utilidad neta		
Utilidad neta		L 418,389.37
Ajustes para reconciliar la utilidad neta con relación al flujo de caja		
Depreciación	L 32,400.00	
Cambio en activos y pasivos		
Incremento en compras de materiales directos sobre el consumo	L 31,145.23	
Incremento en inventario de artículos terminados	L 59,836.40	
<b>Caja neta suministrada por las actividades operacionales</b>		L 418,389.37
Costos indirectos de fabricación (1f)	L 179,088.23	
Gasto de venta (1i)	L 360,362.00	
Gasto administrativo (1j)	L 24,300.00	
Depreciación total		
Presupuesto de compras de materiales directos (1c)	L 1,557,261.66	
Presupuesto de consumo de materiales directos (1d)	L 1,557,261.66	
Incremento en las compras de materiales directos sobre el uso		
Inventario de artículos terminados III Trimestre (1g)	L 1,033,150.71	
Inventario de artículos terminados inicio I trimestre (1g)	L 968,689.68	
Incremento en el inventario de artículos terminados		

*Tabla 23 Estado de Resultados.*

## 7.2.6 Análisis Financiero

ANÁLISIS FINANCIERO	
ESTADO	Año 2020
Ventas netas	L 2,592,575.00
Costo de ventas	L 1,715,690.21
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>L 876,884.79</b>
Gastos de Ventas	-L 360,362.00
Gastos de Administración	-L 24,300.00
<b>UTILIDAD DE OPERACIÓN</b>	<b>L 492,222.79</b>
<b>RESULTADO</b>	<b>L 492,222.79</b>

Impuestos sobre la renta	-L 73,833.42
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>L 418,389.372</b>

*Tabla 24 Análisis Financiero.*

### 7.2.7 Estimación del Flujo de Efectivo

## ESTIMACIÓN DEL FLUJO DE EFECTIVO

### POLLOS RÍO

#### 2,020

#### Flujo de efectivo sobre actividades de operación

Efectivo recibido de clientes	L2,592,575.00
Efectivo pagado por mercancía / servicios	L1,715,690.21
Efectivo pagado por sueldos y otros gastos operativos	L 615,425.00
Efectivo pagado por intereses	L -
Efectivo pagado por impuestos	L 73,833.42
Otros	L -

Total de efectivo previsto por actividades de operación

**L4,997,523.63**

#### Flujo de efectivo por actividades de inversión

Efectivo pagado recursos de capital (Equipo, etc.)	L 220,000.00
Efectivo recibido de la disposición de segmentos de negocios	L -
Efectivo recibió de la cartera de cuentas por cobrar	L -
Efectivo pagado por la compra de recursos de capital	L -
Efectivo pagado por la adquisición de negocios	L -
Otros	

Total de efectivo por actividades de inversión

**L 220,000.00**

#### Flujo de efectivo por actividades de financiamiento

Efectivo recibió de la emisión de acciones	L -
Efectivo recibió de prestamos a largo plazo	L -
Efectivo pagado por la readquisición de acciones	L -
Efectivo pagado por retiro de la deuda a largo plazo	L -
Efectivo pagado por dividendos	L -

Otros	L -	
Efectivo pagado por la adquisición de negocios		
Incremento (decremento) de efectivo durante el período		L5,217,523.63
Efectivo al comienzo del año		L220,000.00
Efectivo al final del período		L5,437,523.63

### 7.2.8 Determinación Tasa Mínima de Rendimiento

Considerando la alta competencia en el mercado de restaurantes, se ha determinado que la tasa de riesgo de inversión de país es del 7.50% anual.

Costo de Capital Modelo CAPM	
$R = r_f + \beta \times (R_m - r_f)$	
Tasa de riesgo de tesoro = 1.75%	
Beta desapalancada = 1.3	
Premio por riesgo = 5.50%	
Riesgo de país = 7.50%	
<b><math>1.75\% + 7.5\% + (1.3 \times 5.5) = 9.25 + 7.15 = 16.4\%</math></b>	

**Tabla 25 Tasa Mínima de Rendimiento (TMR).**

El Costo de Capital del proyecto es de 16.4%. Por lo tanto, el proyecto tiene una Tasa Mínima de Rendimiento de 16%

### 7.2.9 Aportes Propios

El aporte propio de nuestra empresa está basado bajo la fórmula:

(Aportes propios = Capital de Inversión + Reservas + Capital no Distribuido)

Ya que nuestra empresa consta de un reciente proceso de apertura no cuenta con una reservada generado por años anteriores de operación, a su vez, no consta de una sociedad, por lo tanto, su capital para inversión proviene de un solo inversionista.

Entonces se define, que: sus ajustes propios se basan en un solo capital de inversión, equivalente a Lps. 220,000.00 exactos.

#### **7.2.10 Costos de Financiamiento**

El costo financiero se basa en los servicios adquiridos por préstamos bancarios, sus tasas de interés y el tiempo en que se debe saldar la deuda, dicho costo interfiere en las salidas de efectivo. Nuestra empresa consta de un capital propio de inversión, se ha determinado no constar con un capital financiado por una entidad bancaria mediante préstamo, por lo tanto, su costo de financiamiento equivale a Lps. 0.00 y se sostiene libre de estos costos.

#### **7.2.11 Costo Ponderado**

El Costo de Capital Ponderado tiene el propósito de englobar en una sola cifra expresada en términos porcentuales, el costo de las diferentes fuentes de financiamiento que usará la empresa para fondar algún proyecto en específico. Pero debido a que nuestra empresa no consta de financiamientos bancarios, su costo ponderado equivale a Lps. 0.00.

#### **7.2.12 Indicadores de Rentabilidad**

**MARGEN DE UTILIDAD BRUTA**

MARGEN DE UTILIDAD BRUTA = (UTILIDAD BRUTA / VENTAS NETAS) \*100

$$\text{Margen de Utilidad Bruta} = \frac{\text{L } 876,884.79}{\text{L } 2,592,575.00} = 33.8\%$$

**MARGEN OPERACIONAL**

MARGEN OPERACIONAL = (UTILIDAD OPERACIONAL / VENTAS NETAS) \*100

$$\text{Margen Operacional} = \frac{\text{L } 492,222.79}{\text{L } 2,592,575.00} = 18.9\%$$

**MARGEN NETO DE UTILIDAD**

MARGEN NETO DE UTILIDAD = (UTILIDAD NETA / VENTAS NETAS) \*100

$$\text{Margen Neto de Utilidad} = \frac{\text{L } 418,389.372}{\text{L } 2,592,575.00} = 16.13\%$$

**Tabla 26 Indicadores de Rentabilidad.****7.2.13 Valor presente Neto****VALOR PRESENTE NETO**

Valor  
presente  
neto  
(VPN) = L. 4,162,602.88

Valc

Nuestro Valor Presente Neto de acuerdo con las proyecciones de ventas a 5 años es de L. 4,162,602.8

*Tabla 27 Valor Presente Neto (VPN).*

#### 7.2.14 Tasa Interna de Retorno

### TASA INTERNA DE RETORNO

Tasa interna de retorno (TIR) = 486.74 %

Nuestra TIR de acuerdo con las proyecciones a 5 años es de 486%.

*Tabla 28 Tasa Interna de Retorno (TIR).*

Tasa interna de retorno (TIR):  %

#### 7.2.15 Tasa Verdadera de Retorno

### TASA VERDADERA DE RETORNO

$$\begin{array}{l} \text{Tasa verdadera de retorno} \\ \text{Tasa verdadera de retorno} \end{array} = \frac{\text{Valor final - Valor inicial}}{\text{Valor inicial}} \times 100 = \begin{array}{l} \text{TOTAL, TVR} \\ 804\% \end{array}$$

$$= \frac{1,768,416}{220000} \times 100 = 804\%$$

**Tabla 29 Tasa Verdadera de Retorno (TVR).**

**PIR (Periodo Promedio de Recuperación)**

	INVERSION INICIAL			
PIR	UTILIDAD PROMEDIO ANUAL			
PIR	L. 220,000.00			
PIR	L. 656,297.05			
PIR	0.335214	Meses	Días	
PIR		4	7	
PIR	4 Meses 7 Días			

**Ilustración 9 Periodo Promedio de Recuperación**

### 7.2.16 Estudio de Rentabilidad

<b>ANÁLISIS DE RENTABILIDAD</b>											
Análisis de Rentabilidad	=	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="border: 1px solid black; text-align: left;">Costos Fijos</td> <td style="border: 1px solid black;">-</td> </tr> <tr> <td style="border: 1px solid black; text-align: left;">Precio del producto</td> <td style="border: 1px solid black;"></td> </tr> </table>	Costos Fijos	-	Precio del producto		=	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="border: 1px solid black; text-align: left;">Costo Variable por unidad</td> <td style="border: 1px solid black;">=</td> <td style="border: 1px solid black; text-align: right;">TOTAL</td> </tr> </table>	Costo Variable por unidad	=	TOTAL
Costos Fijos	-										
Precio del producto											
Costo Variable por unidad	=	TOTAL									

POLLO ENTERO						
Análisis de Rentabilidad	=	L	20,970.22	-	L	91.37 = 58.41
		L	140.00			
COMBO #1						
Análisis de Rentabilidad	=	L	20,970.22	-	L	70.42 = 120.22
		L	110.00			
COMBO #2						
Análisis de Rentabilidad	=	L	20,970.22	-	L	59.02 = 173.99
		L	90.00			
COMBO #3						
Análisis de Rentabilidad	=	L	20,970.22	-	L	76.12 = 98.64
		L	120.00			
COMBO FAMILIAR						
Análisis de Rentabilidad	=	L	20,970.22	-	L	176.87 = 104.56
		L	290.00			
PAQUETE DE TORTILLAS						
Análisis de Rentabilidad	=	L	20,970.22	-	L	8.55 = 1389.46
		L	15.00			
ORDEN DE TAJADAS						
Análisis de Rentabilidad	=	L	20,970.22	-	L	20.96 = 678.05
		L	30.00			
ENSALADA PEQUEÑA						
Análisis de Rentabilidad	=	L	20,970.22	-	L	15.26 = 1033.25
		L	20.00			
ENSALADA GRANDE						
Análisis de Rentabilidad	=	L	20,970.22	-	L	24.82 = 574.33
		L	35.00			
REFRESCO PEQUEÑO						
Análisis de Rentabilidad	=	L	20,970.22	-	L	14.00 = 1034.51
		L	20.00			
REFRESCO 2 LITROS						
Análisis de Rentabilidad	=	L	20,970.22	-	L	34.00 = 432.00

**Tabla 30 Análisis de Rentabilidad.**

Según nuestro análisis de rentabilidad los productos de nuestra empresa comenzarán a generar la retribución de la inversión, a partir del segundo mes de operaciones.

## 7.2.17 Análisis de Riesgos

### 7.2.17.1 Descripción de Riesgos (formato 1)

DESCRIPCIÓN DE RIESGOS		
Categoría	Riesgos	Descripción

Administrativo	Pérdida de personal clave	Salida de personas necesarias para operar y mantener el funcionamiento de la producción
	Pérdidas en facturación por ventas no registradas	Si la facturación no está en buen funcionamiento es posible que haya filtraciones de efectivo
	Crecimiento del personal de la empresa	Necesidad de comprar más equipo por aumento de producción, con más personal
Técnicos	Desperfecto de equipo por manejo inadecuado	Los equipos se desgastan y deterioran por mala utilización y descuidos
	Falta de mantenimiento preventivo	Fallas por falta de ajustes y limpieza de equipos
	Fallas por falta de fluido eléctrico	No hay plantas de emergencia ni UPS
Operativos	Obsolescencia del equipo	Equipos que ya cumplieron su vida útil
	Ausencia de gestión experta de los operarios	Falta de capacitación y experiencia de las personas que operan los equipos
	Mal dimensionamiento de las capacidades técnicas del equipo	Compra de equipo no acorde a las necesidades del negocio

**Tabla 31 Descripción de Riesgos.**

**7.2.17.2 Tabla de valores de frecuencia de riesgos (formato 2)**

TABLA DE VALORES DE FRECUENCIA DE RIESGOS		
Frecuencia de Riesgo	Valores	Descripción
Bajo	1	Más de 1 año
Medio	2	Entre 2 meses y 1 año
Alto	3	Menor a 2 meses

**Tabla 32 Valores de Frecuencia de Riesgos.**

**7.2.17.3 Frecuencia del evento (formato 3)**

FRECUENCIA DEL EVENTO				
Categoría	Riesgos	Alto	Medio	Bajo
Administrativo	Pérdida de personal clave			1

	Pérdidas en facturación por ventas no registradas		2	
	Crecimiento del personal de la empresa			1
Técnicos	Desperfecto de equipo por manejo inadecuado		2	
	Falta de mantenimiento preventivo			1
	Fallas por falta de fluido eléctrico		2	
Operativos	Obsolescencia del equipo		2	
	Ausencia de gestión experta de los operarios			1
	Mal dimensionamiento de las capacidades técnicas del equipo			1

*Tabla 33 Frecuencia de Evento.*

**7.2.17.4 Tabla de valores de impactos de riesgos (formato 4)**

TABLA DE VALORES DE IMPACTOS DE RIESGOS		
Frecuencia de Riesgo	Valores	Descripción
Bajo	1	Impacto mínimo sobre costo, tiempo o técnico
Medio	2	Algún impacto sobre costo, tiempo o técnico
Alto	3	Impacto sustancial sobre costo, tiempo o técnico

*Tabla 34 Valores de Impacto de Riesgo.*

**7.2.17.5 Impacto del evento (formato 5)**

IMPACTO DEL EVENTO				
Categoría	Riesgos	Alto	Medio	Bajo
	Pérdida de personal clave			1

Administrativo	Pérdidas en facturación por ventas no registradas		2	
	Crecimiento del personal de la empresa			1
Técnicos	Desperfecto de equipo por manejo inadecuado	3		
	Falta de mantenimiento preventivo			1
	Fallas por falta de fluido eléctrico		2	
Operativos	Obsolescencia del equipo	3		
	Ausencia de gestión experta de los operarios			1
	Mal dimensionamiento de las capacidades técnicas del equipo			1

**Tabla 35 Impacto del Evento.**

**7.2.17.6 Impacto de ocurrencia de riesgos (formato 6)**

IMPACTO DE OCURRENCIA DE RIESGOS	
Frecuencia de Riesgo	Valores
Bajo	1 a 2
Medio	3 a 4
<i>Alto</i>	<i>5 a 6</i>

**Tabla 36 Impacto de Ocurrencia de Riesgos.**

**7.2.17.7 Análisis de Riesgo (formato 7)**

ANÁLISIS DE RIESGOS
---------------------

Categoría	Riesgos	Alto	Medio	Bajo
Administrativo	Pérdida de personal clave			2
	Pérdidas en facturación por ventas no registradas		4	
	Crecimiento del personal de la empresa			2
Técnicos	Desperfecto de equipo por manejo inadecuado	5		
	Falta de mantenimiento preventivo			2
	Fallas por falta de fluido eléctrico		4	
Operativos	Obsolescencia del equipo	5		
	Ausencia de gestión experta de los operarios			2
	Mal dimensionamiento de las capacidades técnicas del equipo			2

*Tabla 37 Análisis de Riesgos.*

### Análisis de Sensibilidad 7.2.18

#### Escenario Normal

Periodo	Ventas	Costo de Ventas	Total
<b>I Trimestre</b>	850,590.00	610,555.21	<b>240,034.79</b>
<b>II Trimestre</b>	880,490.00	604,113.89	<b>276,376.11</b>
<b>III Trimestre</b>	861,495.00	501,021.10	<b>360,473.90</b>
<b>Total</b>	<b>2,592,575.00</b>	<b>1,715,690.20</b>	<b>876,884.80</b>

*Tabla 38 Escenario Normal*

Escenario Pesimista (10% menos en ventas).

<b>Periodo</b>	<b>Ventas</b>	<b>Costo de Ventas</b>	<b>Total</b>
<b>I Trimestre</b>	765,531.00	610,555.21	<b>154,975.79</b>
<b>II Trimestre</b>	792,441.00	604,113.89	<b>188,327.11</b>
<b>III Trimestre</b>	775,345.50	501,021.10	<b>274,324.40</b>
<b>Total</b>	<b>2,333,317.50</b>	<b>1,715,690.20</b>	<b>617,627.30</b>

*Tabla 39 Escenario Pesimista*

Escenario Optimista (10% de aumento en ventas).

<b>Periodo</b>	<b>Ventas</b>	<b>Costo de Ventas</b>	<b>Total</b>
<b>I Trimestre</b>	935,649.00	610,555.21	<b>325,093.79</b>
<b>II Trimestre</b>	968,539.00	604,113.89	<b>364,425.11</b>
<b>III Trimestre</b>	947,644.50	501,021.10	<b>446,623.40</b>
<b>Total</b>	<b>2,851,832.50</b>	<b>1,715,690.20</b>	<b>1,136,142.30</b>

*Tabla 40 Escenario Optimista*

## CAPITULO VIII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 8.1 Conclusiones

1. Por medio del estudio de mercado se pudo comprobar que el restaurante de pollo asados en horno refractario es factible porque el 97,5% de los encuestados son consumidores de pollo a la brasa. El 60% visita una pollería de 3 a 4 veces al mes. Además, el 95% de los encuestados prefiere pollo cocinado en horno de leña y solo el 5% prefiere la opción de horno de gas.
2. Con respecto al estudio técnico se determino, que para poder comenzar el negocio, la inversión debe de ser de L. 220,000 para la compra e instalación de todo lo necesario para el proyecto.
3. Se realizaron los cálculos de gastos en costos por medio de los estados y análisis financieros de la empresa para poder tener una idea de como se proyectarán los presupuestos durante los primeros 3 trimestres del primer año para poder tomar decisiones de acuerdo con las utilidades y a los gastos.
4. En el análisis financiero se puede ver que el proyecto es factible ya que la Tasa Interna de Retorno (TIR) muestra resultados positivos con un 108% del retorno del capital de la empresa L. 437,629.98

## 8.2 Recomendaciones

1. Se recomienda a la empresa Pollos Rio implementar el uso de el horno refractario una vez se comience el proyecto, ya que en el estudio de mercado podemos observar que la mayoría de las personas encuestadas prefieren hornos de leña para el asado de los pollos. Además se demostró que es factible económica y financieramente el uso de todos los implementos presentados para el negocio en este informe.
2. Cumplir con las proyecciones presentadas en este informe para poder alcanzar los objetivos generados por medio de los estudios técnicos, de mercado y financiero. Cumplir con los presupuestos que se plantean para tener un crecimiento y llegar a tener éxito en el mercado local y nacional.
3. Tomar en cuenta los beneficios económicos de otras alternativas tecnológicas para el negocio, como en este caso el horno refractario, el cual nos servirá por mas tiempo que un horno eléctrico y además ahorraremos dinero en el gasto de energía debido a que funciona a base de leña.

## BIBLIOGRAFIA

*58a23dc91f751\_es.pdf*. (n.d.). Retrieved May 12, 2020, from

[http://www.ariaslaw.com/uploads/58a23dc91f751\\_es.pdf](http://www.ariaslaw.com/uploads/58a23dc91f751_es.pdf)

*Como\_operar\_una\_empresa\_turistica.pdf*. (n.d.). Retrieved March 11, 2020, from

[http://www.iht.hn/wp-content/uploads/2015/09/como\\_operar\\_una\\_empresa\\_turistica.pdf](http://www.iht.hn/wp-content/uploads/2015/09/como_operar_una_empresa_turistica.pdf)

*Crear una empresa en Honduras. Ministerio de Trabajo, Migraciones y Seguridad Social*. (n.d.).

Retrieved May 12, 2020, from

<http://www.mitramiss.gob.es/es/mundo/consejerias/costarica/trabajar/Honduras/contenidos/CrearEmpresaHonduras.htm>

*Diagnostico\_La\_Ceiba.pdf*. (n.d.). Retrieved March 2, 2020, from

[http://www.muni.bvs.hn/diagnostico/Diagnostico\\_La\\_Ceiba.pdf](http://www.muni.bvs.hn/diagnostico/Diagnostico_La_Ceiba.pdf)

*El Análisis FODA*. (n.d.). Web y Empresas. Retrieved May 12, 2020, from

<https://www.webyempresas.com/el-analisis-foda/>

*EMPRESA NACIONAL DE ENERGIA ELECTRICA - ENEE - GOBIERNO DE LA REPUBLICA*

*DE HONDURAS*. (n.d.). Retrieved March 2, 2020, from <http://enee.hn/index.php/156-periodistas?start=545>

Esteban. (2009). *Fundamentos y técnicas de Investigación Comercial*. (10a ed.).

*Guía de Requisitos para Operar una Empresa o Negocio en Honduras*. (n.d.). Issuu. Retrieved

May 12, 2020, from

[https://issuu.com/proemh/docs/guia\\_requisitos\\_para\\_operar\\_una\\_empresa\\_en\\_hondura](https://issuu.com/proemh/docs/guia_requisitos_para_operar_una_empresa_en_hondura)

*GUIA PARA POLLERIAS*. (n.d.). Issuu. Retrieved May 12, 2020, from

[https://issuu.com/mperezp\\_06/docs/pollo-a-la-brasa](https://issuu.com/mperezp_06/docs/pollo-a-la-brasa)

*Historia de los restaurantes | Restaurante Sandó*. (n.d.). Retrieved May 12, 2020, from

<https://restaurantesando.es/es/2013/06/21/historia-restaurantes>

Honduras International Commerce: MANUAL PARA OPERAR UNA EMPRESA EN

HONDURAS. (n.d.). *Honduras International Commerce*. Retrieved May 12, 2020, from <http://hondurascommerce.blogspot.com/p/manual-para-operar-una-empresa-en.html>

*Honduras: Panorama general*. (n.d.). [Text/HTML]. World Bank. Retrieved May 12, 2020, from <https://www.bancomundial.org/es/country/honduras/overview>

*Licencia Ambiental*. (n.d.). Retrieved May 13, 2020, from

<http://www.prohonduras.hn/index.php/espanol/permisos-por-rubro/licencia-ambiental>

*NT-EstudioSocialMercadoLaboralCeiba.pdf*. (n.d.). Retrieved March 2, 2020, from

<http://www.trabajo.gob.hn/wp-content/uploads/2016/09/NT-EstudioSocialMercadoLaboralCeiba.pdf>

Pereira Pérez, Z. (2019a). *Formato de registro Información de observación*.

Pereira Pérez, Z. (2019b). *Formato Técnico de observación*.

*PLAN ESTRATEGICO DE DESARROLLO MUNICIPAL*. (2015).

*Regional La Ceiba, secretaria de trabajo seguridad Social*. (2020).

Ruiz, B. (2013, Septiembre 25). Cadeca: El mercado de pollo en Honduras y lo que esto

representa. *Watt Industria Avícola*. <https://www.industriaavicola.net/manejo-produccion-y-equipo/cadeca-el-mercado-de-pollo-en-honduras-y-lo-que-esto-representa/>

Schwarzer, H., Casalí, P., Bertranou, F., & ILO Regional Office for Latin America and the

Caribbean. (2014). *La estrategia de desarrollo de los sistemas de seguridad social de la OIT: El papel de los pisos de protección social en América Latina y el Caribe*. OIT.

<http://www.ilo.org/public/libdoc/ilo/2014/486800.pdf>

Travel, L. (2017, September 26). La Ceiba, una ciudad para disfrutar de todo tipo de turismo en

Honduras. *CATA*. <https://www.visitcentroamerica.com/visitar/la-ceiba/>

Ventajas de cocinar en un horno de ladrillo. (2018, October 19). *LadrilleraMecanizada*.

<http://www.ladrillramecanizada.com/blog/cocinar-horno-piedra/>

**ANEXOS****Logotipo.**

*Anexos 1 Logotipo*

**Horno Refractario.**

*Anexos 2 Modelo Horno Refractario*

**Alternativa Horno Ecológico.**



### *Anexos 3 Horno Ecológico*

**Ahorro de energía.**

## Ahorro en consumo de Energía

### **Horno Refractario**

Lps. 80 x Día : Leña.  
 80 x 6 = Lps. 480. Semanales.  
 480 x 4 = Lps. 1,920 Mensuales  
 1,920 x 12 = Lps. 23,040 Anuales

### **Horno Eléctrico**

Lps. 126.72 x Día : Energía Eléctrica.  
 126.72 x 6 = Lps. 760.32 Semanales.  
 760.32 x 4 = Lps. 3,041.28 Mensuales  
 3,041.28 x 12 = 36,495.36 Anuales

**36,495.36 – 23,040.00 = Lps. 13,455.36 en ahorro de energía eléctrica.**

### *Anexos 4 Ahorro de Energía*

#### **Encuesta**

1. ¿Edad?
2. ¿Sexo?
3. ¿Le gusta el pollo a la brasa?

4. ¿Con que frecuencia va usted a una pollería?
5. ¿Prefiere comer pollo cocinado en hornos de leña o en hornos de gas?
6. ¿Cuanto esta dispuesto a pagar por un pollo entero?
7. ¿Por cual de las promociones optaría usted?
8. ¿A partir de que hora le gustaría que atendiera la pollería?
9. ¿Con quienes acudiría a dicha pollería?
10. ¿Que toma en cuenta para escoger una pollería?

### *Anexos 5 Encuesta*

#### **Tamaño de la muestra.**

**Margen: 5%**  
**Nivel de confianza: 95%**  
**Poblacion: 250000**

**Tamaño de muestra: 384**

#### **Ecuacion Estadistica para Proporciones poblacionales**

n= Tamaño de la muestra  
 Z= Nivel de confianza deseado  
 p= Proporcion de la poblacion con la caracteristica deseada (exito)  
 q=Proporcion de la poblacion sin la caracteristica deseada (fracaso)  
 e= Nivel de error dispuesto a cometer  
 N= Tamaño de la poblacion

$$n = \frac{z^2(p \cdot q)}{e^2 + \frac{z^2(p \cdot q)}{N}}$$

### *Anexos 6 Tamaño de la muestra*