



CENTRO UNIVERSITARIO TECNOLÓGICO

CEUTEC

FACULTAD DE INGENIERÍA

PROYECTO DE GRADUACIÓN

**EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ROPA
DEPORTIVA DE FIBRA DE BAMBÚ, SAN PEDRO SULA, HONDURAS**

**PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE INGENIERÍA EN GESTIÓN
LOGÍSTICA**

SUSTENTADO POR

CARLOS ALFREDO GONZALES PÉREZ, 61521369

YORLENY LIZETTE EVORA MADRID, 61711196

Asesor: Ing. Gerardo Hernand Mejía Zúniga

Campus San Pedro Sula;

Enero, 2022

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado a las personas que contribuyeron para el feliz término de mi carrera profesional, de manera especial: a Dios por darme la fuerza y sabiduría cada día. A mis padres, y hermanas por el apoyo incondicional, por esos consejos que forjaron mi carácter para crecer día a día.

Carlos Alfredo Gonzales Pérez

El presente proyecto se lo dedico primeramente a Dios, quien me ha dado las fuerzas y ganas de salir adelante día con día sin él esto no fuese posible. A mi madre y hermana que han sido mi apoyo incondicional en todo momento y han confiado en mí siempre.

Asimismo, se lo dedico a mi futuro esposo Kevin Hernández que ha sido el ángel que Dios puso en mi camino para dame apoyo y ánimos necesarios para culminar este sueño.

Yorleny Lizette Evora Madrid

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios en primer lugar por haberme dado la sabiduría para poder culminar mi carrera universitaria, también a mis padres por darme ese apoyo en los momentos más difíciles, estaré eternamente agradecido con ellos.

De igual forma, A todos los catedráticos por haber compartido sus conocimientos y esos consejos brindados en clases.

Carlos Alfredo Gonzales Pérez

Agradezco el esfuerzo de mi mamá y mi tía, porque ellas me dieron el empujón para que yo iniciara mi carrera universitaria, estaré eternamente agradecidas con ellas siempre. A Dios por darme salud y sabiduría a lo largo de mi vida.

También, agradezco a todos los catedráticos de la institución por brindar sus conocimientos y consejos de superación. A mis compañeros y amigos que hice a lo largo de la carrera que han sido un gran apoyo.

Yorleny Lizette Evora Madrid

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio tiene por finalidad evaluar la factibilidad de poner en marcha la implementación de una empresa productora y comercializadora de ropa deportiva, cuya propuesta de valor es la rentabilización de los gimnasios de la ciudad industria, departamento de Cortes. El modelo de negocio se basa en la confección de ropa deportiva bajo el método de tejido plano a base de fibra de bambú, considerando propiedades antialérgicas, resistencia y flexibilidad. El negocio estará ubicado en el municipio de San Pedro Sula debido a la cercanía de los clientes, además de ser un local arrendado estratégicamente y contar con un sector denominado zona industrial-comercial.

En el capítulo I se presenta la estructura del presente estudio de factibilidad, el cual tiene como objetivo hacer un resumen de los puntos explicados en cada capítulo. En el capítulo II se plantea la idea del proyecto desde una perspectiva contextual (antecedentes del problema), facilitando los lineamientos metodológicos direccionales que van desde el problema hasta las interrogantes que deben resolverse a lo largo del estudio, en aras de la comprobación de la hipótesis adecuada y su respectiva justificación como base de desarrollo. En el capítulo III se establecen los objetivos que darán la dirección teórica del estudio, de modo que a través de ella se le dé cumplimiento, validez y justificación textual del estudio.

En el capítulo IV se detalla una contextualización sobre el sector productivo textil desde un punto de vista externo a través del análisis situacional y macroentorno, como desde el sentido del microentorno que engloba los requerimientos legales establecidos, y un detalle sobre la teoría y sustentos teóricos del estudio. En el capítulo V se establecen los criterios metodológicos, con un enfoque didáctico y teórico, en el que se determine la congruencia metodológica y sus

especificaciones dentro de la matriz metodológica y operacionalización de las variables, hasta la identificación segmentada de la población y espacio muestral utilizado para la aplicabilidad de los instrumentos requeridos. En el capítulo VI y VII se desarrollan los lineamientos para el levantamiento y análisis de la información de conformidad a los criterios metodológicos preestablecidos en el capítulo anterior.

En el capítulo VIII, los argumentos de aplicabilidad como el análisis de mercado establece el detalle sobre la demanda, oferta, precios y medidas de comercialización; así como también los elementos del estudio de mercado que demandan el análisis de la localización, costos, identificación y procesos de ejecución del proyecto, en el que debe acompañarse de los requerimientos organizacionales y legales. De este modo, un contexto financiero en el que se pueda exponer un costo de operación, inventario, punto de equilibrio en lempiras y unidades hasta la determinación de su viabilidad a través de la Tasa Interna de Retorno (TIR), Valor Actual Neto (VAN) y la comprobación de las hipótesis que respaldan el estudio.

Palabras clave: Diversificación Productiva; Mercados Emergentes; Procesamiento de Textiles; Factibilidad; Promoción de Marca.

ABSTRACT

The purpose of this study is to evaluate the feasibility of launching the implementation of a company that produces and markets sportswear, whose value proposition is the profitability of the gyms of the city industry, department of Cortes. The business model is based on the manufacture of sportswear under the method of flat fabric based on bamboo fiber, considering anti-allergic properties, resistance and flexibility. The business will be located in the municipality of San Pedro Sula due to the proximity of customers, in addition to being a strategically leased premises and having a sector called an industrial-commercial zone.

Chapter I presents the structure of this feasibility study, which aims to summarize the points explained in each chapter. Chapter II presents the idea of the project from a contextual perspective (background of the problem), providing the directional methodological guidelines that range from the problem to the questions that must be solved throughout the study, to verify the appropriate hypothesis and its respective justification as a basis for development. Chapter III establishes the objectives that will give the theoretical direction of the study, so that through it it is given compliance, validity and textual justification of the study.

Chapter IV details a contextualization of the textile productive sector from an external point of view through situational analysis and macroenvironment, as well as from the sense of the microenvironment that encompasses the established legal requirements, and a detail on the theory and theoretical support of the study. In chapter V the methodological criteria are established, with a didactic and theoretical approach, in which the methodological congruence and its specifications are determined within the methodological matrix and operationalization of the variables, until the segmented identification of the population and sample space used. for the applicability of the

required instruments. In chapter VI and VII the guidelines for the collection and analysis of information are developed in accordance with the methodological criteria established in the previous chapter.

In chapter VIII, the applicability arguments such as the market analysis establishes the detail on the demand, supply, prices and marketing measures; as well as the elements of the market study that demand the analysis of the location, costs, identification and execution processes of the project, in which it must be accompanied by the organizational and legal requirements. In this way, a financial context in which an operation cost, inventory, break-even point in lempiras and units can be exposed until the determination of its viability through the Internal Rate of Return (IRR), Net Present Value (VAN) and the verification of the hypotheses that support the study.

Keywords: Productive Diversification; Emerging markets; Textile Processing; Feasibility; Brand Promotion.

ÍNDICE DE CONTENIDO

I. INTRODUCCIÓN	1
II. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN	3
2.1 Antecedentes del problema.....	3
2.2 Definición del problema	4
2.2.1 Enunciado y formulación del problema	4
2.3 Preguntas de investigación	4
2.4 Hipótesis de investigación.....	5
2.5 Justificación.....	5
III. OBJETIVOS	7
3.1 Objetivo general	7
3.2 Objetivos específicos.....	7
IV. MARCO TEÓRICO	8
4.1 Análisis de la situación actual	8
4.2 Análisis del macroentorno.....	9
4.2.1 Análisis demográfico	9
4.2.2 Análisis económico	10
4.2.3 Análisis medio ambiental.....	11
4.2.4 Análisis de políticas y tecnologías (infraestructura social).....	15
4.2.5 Análisis sociocultural.....	19
4.2.6 Análisis PESTEL	23
4.3 Análisis del microentorno.....	24
4.4 Marco legal	25
4.4.1 Constitución de la sociedad.....	25

4.4.2	Permisos y licencias	26
4.4.3	Registro del IHSS.....	27
4.4.4	Requisitos para la apertura del negocio	28
4.4.5	Documentos para la inscripción a la Cámara de Comercio	29
4.4.6	Requisitos para obtener la licencia.....	29
4.4.7	Requisitos Generales para obtener el Registro Sanitario	29
4.4.8	Requerimientos especiales	31
4.5	Análisis interno.....	31
4.5.1	Competidores	36
4.5.2	Proveedores	37
4.5.3	Clientes potenciales.....	39
4.6	Teoría.....	39
4.6.1	Teorías de sustento.....	39
4.6.2	Las 5 fuerzas de Porter.....	45
4.7	Conceptualizaciones	46
V.	METODOLOGÍA/PROCESO	48
5.1	Congruencia metodológica.....	48
5.1.1	Matriz metodológica.	49
5.1.2	Operacionalización de las variables.....	50
5.2	Enfoque y métodos	52
5.3	Alcance y diseño de la investigación.....	53
5.4	Diseño de la investigación.....	53
5.4.1	Población.....	54
5.4.2	Muestra.....	56
5.4.3	Unidades de análisis.....	57
5.4.4	Unidad de respuestas.....	57
5.5	Técnicas e instrumentación aplicadas	58
5.5.1	Técnicas	58

5.5.2 Instrumentos aplicados.....	58
5.6 Fuentes de información	60
5.6.1 Fuentes primarias.....	60
5.6.2 Fuentes secundarias.....	61
5.7 Limitantes de la investigación.....	61
5.8 Cronología de trabajo	62
VI. Levantamiento y análisis de datos.....	64
VII. PROPUESTA DESPUÉS DEL ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.....	73
7.1 Nombre de la propuesta.....	75
7.2 Situación actual	75
7.2.1 Misión	76
7.2.2 Visión.....	76
7.2.3 Valores institucionales.....	76
7.3 Desarrollo de la propuesta.....	77
7.3.1 Propuesta de Modelo de negocio	78
VIII. APLICABILIDAD.....	81
8.1 Análisis de mercado	81
8.2 Análisis de la demanda.....	84
8.2.1 Tamaño aproximado de la muestra	84
8.2.2 Mercado disponible.....	84
8.2.3 Cálculo de la demanda	85
8.2.4 Determinación del tipo de demanda.....	87
8.2.5 Proyección de la demanda.....	87
8.3 Análisis de la oferta.....	88
8.3.1 Proyección de la oferta.....	89
8.3.2 Análisis de precios	89

8.3.3	Análisis de la comercialización.....	91
8.3.4	Imagen empresarial.....	91
8.3.5	Estrategia de publicidad.....	92
8.4	Estudio técnico.....	93
8.4.1	Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto.....	93
8.4.2	Análisis de la disponibilidad y el costo de los suministros e insumos.....	100
8.4.3	Descripción de maquinaria a utilizar.....	103
8.4.4	Identificación y descripción del proceso.....	104
8.4.5	Estructura del proceso de producción.....	107
8.4.6	Determinación de la organización humana y jurídica que se requiere para la correcta operación del proyecto.....	111
8.5	Estudio financiero.....	117
8.5.1	Inversión total inicial.....	117
8.5.2	Flujo de financiamiento.....	118
8.5.3	Costo de operación.....	119
8.5.4	Egresos proyectados.....	120
8.5.5	Punto de equilibrio.....	125
8.5.6	Tasa Interna de Retorno (TIR) y Valor Actual Neto (VAN).....	126
8.5.7	Escenarios.....	128
8.5.8	Los escenarios optimistas y pesimistas.....	128
8.5.9	Comprobación de hipótesis.....	130
8.5.10	Proyecciones 7 a 10 años.....	130
IX.	Conclusiones.....	133
X.	Recomendaciones.....	134
XI.	Bibliografía.....	135
XII.	Anexos.....	144

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 4.1.	Red de carretera del municipio de San Pedro Sula.....	18
------------	---	----

Tabla 4. 2.Línea base del subsistema sociocultural.....	21
Tabla 4. 3.Distribución de la población en el municipio de San Pedro Sula	22
Tabla 4. 4.Línea base del subsistema económico.....	23
Tabla 4. 5.Análisis PESTEL.....	24
Tabla 4. 6.Proyección poblacional por rango de edad.....	32
Tabla 4.7. Producción de la Industria de Bienes para Transformación y actividades.....	34
Tabla 4. 8.Principales actividades económicas en el municipio de San Pedro Sula	36
Tabla 4. 9.Principales competidores del proyecto.....	37
Tabla 4. 10.Principales proveedores de empresas textiles	38
Tabla 5. 11 Especificaciones técnicas del producto.	44
Tabla 5. 12.Matriz Metodológica	49
Tabla 5. 13.Operacionalización de las variables independientes	51
Tabla 5. 14.Operacionalización de la variable dependiente	51
Tabla 5. 15.Población de estudio de la investigación.....	55
Tabla 5. 16.Recolección de la información	57
Tabla 5. 17.Preguntas de la encuesta.....	59
Tabla 5. 18 Continuación de las preguntas de la encuesta	60
Tabla 5. 19.Fuentes de información	60
Tabla 7. 20 Análisis de las 4P del marketing	75
Tabla 8. 21 Análisis de intención de compra de ropa deportiva	85
Tabla 8. 22 Análisis de la frecuencia de compra.....	85
Tabla 8. 23 Frecuencia de cantidad de compra	86
Tabla 8. 24 Proyección de la demanda futura.	87

Tabla 8. 25 Oferta actual.	88
Tabla 8. 26 Proyección de la oferta futura.	89
Tabla 8. 27 Análisis de factores de Macro-Localización	98
Tabla 8. 28 Presupuesto en costos de remodelación e instalaciones del local	100
Tabla 8. 29 Presupuesto en maquinaria, mobiliario y equipo.	101
Tabla 8. 30 Presupuesto en insumos.....	102
Tabla 8. 31 Presupuesto de gastos operativos	102
Tabla 8. 32 Gastos de constitución.....	103
Tabla 8. 33 Descripción de las maquinarias.....	103
Tabla 8. 34 Diagrama de proceso de producción por prenda	110
Tabla 8. 35 Descripción del puesto Gerente de comercialización.....	112
Tabla 8. 36 Descripción del puesto de ventas	112
Tabla 8. 37 Descripción del puesto de distribuidor.....	113
Tabla 8. 38 Descripción del puesto de operario	113
Tabla 8. 39 Estructura de sueldos.....	113
Tabla 8. 40 Plan de inversión	117
Tabla 8. 41 Capital de financiamiento.....	117
Tabla 8. 42 Amortización del préstamo	118
Tabla 8. 43 Disponibilidad financiera	119
Tabla 8. 44 Costo de materias primas	119
Tabla 8. 45 Costo de mano de obra (Directa e indirecta).....	119
Tabla 8. 46 Costos Indirectos de Fabricación (CIF).....	120
Tabla 8. 47 Condensado de costos de producción y comercialización.	120

Tabla 8. 48 Egresos por departamento de comercialización	121
Tabla 8. 49 Egresos por departamento de administración.....	121
Tabla 8. 50 Gastos por depreciaciones	122
Tabla 8. 51 Costo Unitario	123
Tabla 8. 52 Estado de Resultado Proyectado	124
Tabla 8. 53 Estado de Situación Financiera Proyectado	124
Tabla 8. 54 Flujo de Efectivo Proyectado	125
Tabla 8. 55 Análisis punto de equilibrio	126
Tabla 8. 56 Indicadores financieros.....	126
Tabla 8. 57 Periodo de recuperación	127
Tabla 8. 58 Escenarios de cambios positivos	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 8. 59 Escenarios de cambios negativos	129
Tabla 8. 60 Proyecciones a 7 años.....	130
Tabla 8. 61 Proyecciones 10 años	131

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 4.1. Mapa de áreas protegidas del municipio de San Pedro Sula.....	12
Figura 4. 2. Tipos de carretera en la ZMVS	19
Figura 4. 3.Ejemplificación de Constitución de la sociedad	26
Figura 4. 4.Ejemplificación de Planilla Mensual de Cotización.	27
Figura 4. 5.Ejemplificación de Formato de Afiliación y Control administrativo	28

Figura 4. 6.Consumo intermedio de bienes para transformación	34
Figura 4. 7.Principales agregados y componentes del VAB	35
Figura 4. 8.Elementos de las 5 Fuerzas de Porter.....	46
Figura 5. 9.Esquema de las variables	50
Figura 5. 10.Enfoque y métodos.....	52
Figura 5.11.Diseño de investigación	54
Figura 5.12.Población económicamente activa	55
Figura 5.13.Cálculo de la muestra.....	56
Figura 5.14.Cronología de trabajo fase I.....	62
Figura 5. 15 Cronología de trabajo fase II.....	63
Figura 6. 16 Análisis FODA.....	64
Figura 7. 17 Plantillas de plaza.....	73
Figura 7. 18 Plantillas de promoción.....	74
Figura 7. 19.Situación actual	75
Figura 7. 20.Valores	76
Figura 7.21.Modelo de negocio.....	78
Figura 8. 22 Análisis de las fuerzas de Porter.	83
Figura 8. 23 Análisis de precios del mercado.....	90
Figura 8. 24 Logotipo Sport Bamboo.....	91
Figura 8. 25 Etiqueta Sport Bamboo	92
Figura 8. 26 Distribución de planta	95
Figura 8. 27 Macro Localización local.....	96
Figura 28 Centro comercial	97

Figura 8. 29 Paseo los Proceres	97
Figura 8. 30 Selección de proveedores	105
Figura 8. 31 Estructuración de la cadena de suministro	107
Figura 8. 32 Procesos de producción.....	108
Figura 8. 33 Proceso de comercialización.....	109
Figura 8. 34 Organigrama de la empresa.....	111
Figura 12. 35 Formato de la encuesta I	144
Figura 12. 36 Formato de la encuesta II.....	145
Figura 12. 37 Formato de la encuesta III.....	146
Figura 12. 38 Formato de la encuesta IV	147
Figura 12. 39 Formato de la encuesta V.....	148
Figura 12. 40 Cotización de la tela.....	149
Figura 12. 41 Cotización de la máquina de coser.....	149
Figura 12. 42 Cotización Impresora Serigrafica Pulpo	150
Figura 12. 43 Máquina industrial	150
Figura 12. 44 Cotización de la laptop.....	151
Figura 12. 45 Cotización de hilo nailon	151
Figura 12. 46 Cotización de cajas de cartón.....	152
Figura 12. 47 Cotización de bolsas transparentes	152
Figura 12. 48 Cotización de hilo de algodón.....	153
Figura 12. 49 Bandas elásticas	153
Figura 12. 50 Agujas para máquinas	154
Figura 12. 51 Agujas de coser a mano	154

Figura 12. 52 Cotización de tijeras	155
Figura 12. 53 Cotización de cinta métrica.....	155
Figura 12. 54 Plancha de vapor	156

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 6. 1 Conocimiento de la población encuestada	65
Gráfico 6. 2.Rango de edad	66
Gráfico 6. 3. Conocimiento del mercado meta.....	66
Gráfico 6. 4.Frecuencia de consumo	67
Gráfico 6. 5.Salario promedio	67
Gráfico 6. 6. Tipo de ropa deportiva que compran los clientes.....	68
Gráfico 6. 7.Cantidad de ropa que compra el cliente	68
Gráfico 6. 8. Estilo de ropa deportiva de interés para el cliente.....	69
Gráfico 6. 9. Promedio que paga un cliente por una prenda	69
Gráfico 6. 10.Lugares posibles para comprar ropa deportiva	70
Gráfico 6. 11. Interés del cliente al momento de comprar ropa deportiva	70
Gráfico 6. 12.Interés por la conservación del medio ambiente	71
Gráfico 6. 13 Conocimiento de empresas de ropa deportiva a base de fibra de bambú.....	71
Gráfico 14 Conocimiento del beneficio del bambú.....	72

GLOSARIO

1. Cadena de Valor: “El concepto radica en hacer el mayor esfuerzo en lograr la fluidez de los procesos centrales de la empresa, lo cual implica una interrelación funcional que se basa en la cooperación” (Quintero & Sánchez, 2006).
2. Comercialización: “Es el conjunto de las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios. Estas acciones o actividades son realizadas por organizaciones, empresas e incluso grupos sociales” (Rodríguez M. Z., 2012).
3. Costos: “Representan una parte del precio de adquisición del artículo, que ha sido diferida o que todavía no se ha aplicado a la realización del ingreso” (Paredes, 2012).
4. Excedente: “Parte del producto social que, habiendo sido generada de manera directa por la clase trabajadora, excede lo que ésta necesita para reproducirse y es apropiada por la clase capitalista” (Juan Eduardo Santarcángelo, 2011).
5. Exportaciones: “Las exportaciones son la venta, trueque o donación de bienes y servicios de los residentes de un país a no residentes” (Galindo, 2015).
6. Fuerza de Trabajo: “Conjunto de capacidades físicas y mentales, inherentes a todo ser humano, susceptibles de ser utilizadas para la producción de un valor de uso” (Organización Internacional del Trabajo, 2013).
7. Importaciones: “Transacciones comerciales de bienes/servicios que se realizan entre estados” (Fondo Social Europeo dentro del Programa Operativo Lucha contra la Discriminación, 2013).
8. Indicador: “Herramientas para clarificar y definir, de forma más precisa, objetivos e impactos” (Pérez, 2002).
9. Investigación: “Conjunto de acciones planificadas con la finalidad de resolver, total o parcialmente, un problema científico determinado” (Paneque, 1998).

10. Mercado: “Grupo de compradores y vendedores de un bienes o servicios” (Núñez, 2009/2010).
11. Operaciones: “Es la función que permite a las organizaciones alcanzar sus metas mediante la eficiente adquisición y utilización de recursos” (Roberto & Daniel, 2004).
12. Organización Industrial: “Estudia el modo en que las decisiones de las empresas sobre los precios y las cantidades llevadas a un mercado.” (Núñez, 2009/2010).
13. Planificación: “Determinación de los objetivos y acciones, con base en la investigación y elaboración de un esquema que se deberá realizar en el futuro” (Formoso, S.f.).
14. Producción: “Creación de un bien/servicio por la combinación de factores para conseguir satisfacer la demanda del mercado” (Andres Montoyo, 2012).
15. Proceso productivo: “Es la producción de bienes y servicios que consiste básicamente en un proceso de transformación” (Andres Montoyo, 2012).
16. Rendimiento explícito: “Concepto de dividendos o de intereses, si se trata de renta variable en el primer caso, o de renta fija en el segundo” (Padilla, 2013).

I. INTRODUCCIÓN

Actualmente las personas tienen un interés característico hacia el uso de ropa deportiva, preferida por su complejidad, libertad y flexibilidad, impulsado por las tendencias de modas extranjeras que se convierten en influencias para la introducción exitosa de distintas marcas deportivas, cuyos beneficios le permite un desarrollo de actividades deportivas orientadas al bienestar de la salud del usuario, o la liberación emocional que conlleva el entretenimiento, como aspecto fundamental para todas las edades y actividades deportivas. Por tal razón, las prendas que se confeccionarán ofrecerán una sensación de frescura y libertad. Gracias a la fibra de bambú ya que ésta posee una gran cantidad de microespacios que le otorgan su gran capacidad de absorción y ventilación, por lo que puede absorber y evaporar casi instantáneamente el sudor humano.

Por otro lado, luego de diversas exploraciones y búsqueda de productos que contengan cierto valor agregado único, de bajo costo y un alto valor de venta aun no conocido en nuestra sociedad, productos hechos a base de fibras de Bambú. En los mercados se pueden encontrar marcas reconocidas a nivel internacional de ropa deportiva, cuya intención de compra de los consumidores tiende a acaparar su decisión, caracterizado por su calidad, moda, estilo o interés colectivo de la región, pero cuyo costo de adquisición tiende a ser sentido por este, y su durabilidad muchas veces no es de conformidad a como se comercializa en el mercado; lo cual se convierte en una oportunidad o nicho de negocio alternativo con condiciones técnicas de interés para el cliente.

En el estudio se detalla un contexto funcional para la instalación de una entidad para la producción y comercialización de ropa deportiva a base de fibra de bambú, bajo los lineamientos de base analítica de escenarios, proyección ejecutada, normalización y mantenimiento a largo

plazo de esta, requiriendo un contexto sobre el mercado, atribuciones técnicas y financieras de manera que pueda garantizarse su alcance, cobertura y planificación para la posteridad.

Con respecto a lo mencionado anteriormente, se evidencia el interés por el sector textil deportivo, con un enfoque hacia la actividad física, prácticas saludables y crecimiento integral de las personas, en el que se ha iniciado un pensamiento orientado a la salud humana y calidad de la indumentaria requerida para tales acciones, generando oportunidades de desarrollo de productos, estrategias y lineamientos enfocado a empresas emergentes.

II. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

(Katherine Martinko, 2020) Afirma que, se busca una fibra renovable que permita el desarrollo de la industria textil reduciendo el impacto ambiental en el mundo. Una alternativa eco amigable que está generando una revolución en el mundo de la moda es el bambú, no sólo por los grandes beneficios que genera el cultivo de esta planta, sino por sus ventajas cuando se transforma en una prenda, en comparación a otros materiales.

2.1 Antecedentes del problema

Según (Diario La Tribuna, 2018) las empresas textiles hondureñas están aumentando la fabricación de productos sintéticos, cuyo “incremento de las exportaciones de prendas de vestir de Honduras a los Estados Unidos han aumentado en un 13% con una tendencia estable hacia el horizonte de los próximos años”, La oferta de ropa deportiva es un mercado en la que están presentes un grupo considerable de marcas, modelos y campos estratégicos de desarrollo, pero en la región bajo el tejido plano con base en fibra de bambú es un mercado inexplorado, en el que no se ha profundizado más allá del algodón y el poliéster; resultando esta, una propuesta creativa, innovadora y que vendría a contribuir positivamente a la diversificación de los mercados y siendo una contribución positiva al medio ambiente.

“Según las estimaciones, la producción textil, a través de los tintes y los productos de acabado, es responsable de aproximadamente el 20% de la contaminación mundial de agua potable” (Parlamento Europeo, 2020). En tal sentido, ante la creciente demanda de estos productos tanto en el mercado nacional como internacional, el desaprovechamiento de las ventajas competitivas que puede generar la calidad productiva e innovación estratégica sienta las bases para

la ilusión en la introducción al mercado de productos creativos en los que se pueda comercializar y distribuir adecuadamente en contraste con la relación equilibrada de la oferta y la demanda.

2.2 Definición del problema

La investigación tiene un carácter innovador y creativo, y haciendo su fundamento investigativo en los parámetros mercadológicos, técnicos y financieros de estudios preliminares; más, sin embargo, la particularidad de las materias primas (fibra de bambú) lo vuelve un escenario poco explorado en la región, dando lugar a ciertas limitaciones metodológicas, científicas y de campos de estudio orientados al equilibrio ambiental y la industria textil.

2.2.1 Enunciado y formulación del problema

De acuerdo con lo anteriormente expuesto, se hace necesario plantearse la siguiente pregunta: ¿Cómo se puede determinar la viabilidad que tiene la creación de una empresa productora y comercializadora de ropa deportiva en tejido plano de fibra de bambú en San Pedro Sula, Honduras?

2.3 Preguntas de investigación

1. ¿Cuál es la situación actual de los mercados emergentes de la producción textil a base de fibra de bambú en la región?
2. ¿Cuáles son los aspectos técnicos necesarios para la introducción al entorno de una empresa productora y comercializadora de ropa deportiva a base de fibra de bambú?
3. ¿Qué requerimientos financieros se consideran para determinar la factibilidad de las proyecciones de rentabilidad a largo plazo?

2.4 Hipótesis de investigación

(Hernández-Sampieri, 2018) afirma: “Las hipótesis son explicaciones tentativas del fenómeno o problema investigado formuladas como proposiciones o afirmaciones y constituyen las guías de un estudio.” (p. 154.)

H1: La apertura de la empresa productora y comercializadora de ropa deportiva a base de fibra de bambú será factible si la tasa interna de retorno es mayor al 20% sobre el costo de capital a partir del quinto año.

H0: La apertura de la empresa productora y comercializadora de ropa deportiva a base de fibra de bambú no será factible si la tasa interna de retorno es menor o igual al 20% sobre el costo de capital a partir del quinto.

2.5 Justificación

Según (Sánchez, 2004) la justificación consiste en fundamentar la importancia del problema que aborda el proyecto y la necesidad de realizar la investigación para hallar la solución al mismo. En ésta se exponen las diferentes razones que ameritan hacer la inversión de tiempo, trabajo y recursos para llevar a cabo el proyecto. (p. 57)

Un mercado en Honduras con grandes rendimientos futuros es la manufactura textil de ropa deportiva, el cual posee potenciales para distribución y comercialización. La cercanía a los puertos, la industrialización de la zona, precios competitivos a nivel nacional e internacional y la existencia de tratados de libre comercio en Centroamérica brinda un espacio de relaciones comerciales y acceso a materias primas, mano de obra calificada y demás bondades técnicas requeridas para el funcionamiento del proyecto, así como las ventajas comparativas sobre un mercado de nuevas

incursiones, la ubicación estratégica con respecto a los mercados y la demanda de este producto hacen posible que este se convierta en un atractivo negocio.

El municipio de San Pedro Sula posee ventajas de localización para el desarrollo de inversiones relacionadas, tales como disponibilidad estratégica de la infraestructura vial, factores industriales y comerciales. La óptima estructura y la flexibilidad de su comportamiento funcional son dos de los factores a los que debe enfrentarse continuamente el sector textil, puesto que la actualización tecnológica y productiva dentro de los escenarios de las grandes marcas y empresas de manufactura apuestan por la rentabilidad al máximo nivel, entrañando sus raíces hacia la globalización de sus operaciones.

El estudio de mercado determina y estiman los factores que motivan al interés del consumidor, identificar las percepciones basadas en aspectos socioeconómicos, aprovechando la oferta que genera un valor agregado que lo hace competitivo a través de la instalación de una empresa para la producción y comercialización de ropa deportiva bajo el tejido plano en fibra de bambú.

Es por ello, que la motivación de ejecución de este proyecto adquiere relevancia, importancia y trascendencia, por permitir un esquema de trabajo que alcance la satisfacción del consumidor y ofrecerles la oportunidad de acceder a un producto con las mejores condiciones de calidad, costos accesibles y disponibles como producto sustituto en el mercado. De igual forma, los costos directos de fabricación como mano de obra directa serán obtenidos directamente de trabajadores de la zona, eliminando la tercerización (intermediarios) de los proveedores para asignar un precio justo hacia el consumidor final.

III. OBJETIVOS

(Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014) Afirman: Los objetivos de investigación señalan a lo que se aspira en la investigación y deben expresarse con claridad, pues son las guías del estudio. (p. 37)

3.1 Objetivo general

Según Arias (2006), un objetivo general expresa "el fin concreto de la investigación en correspondencia directa con la formulación del problema" (p. 45). A continuación, se describe el siguiente objetivo general:

Elaborar un estudio de prefactibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de ropa deportiva en tejido plano de fibra de bambú en San Pedro Sula, Cortés, Honduras.

3.2 Objetivos específicos

Los objetivos específicos "indican con precisión los conceptos, variables o dimensiones que serán objeto de estudio. Se derivan del objetivo general y contribuyen al logro de éste. A continuación, se describen los objetivos específicos para este proyecto:

1. Describir la situación actual de los mercados emergentes de la producción textil a base de fibra de bambú en la región.
2. Elaborar un estudio sobre aspectos técnicos necesarios para la introducción al entorno de una empresa productora y comercializadora de ropa deportiva a base de fibra de bambú.
3. Elaborar un estudio sobre los requerimientos financieros en la determinación de la factibilidad

de las proyecciones de rentabilidad a largo plazo.

IV. MARCO TEÓRICO

Hernández., Sampieri (2008) señala que un Marco Teórico es “un compendio escrito de artículos, libros y otros documentos que describen el estado pasado y actual del conocimiento sobre el problema de estudio. Nos ayuda a documentar cómo nuestra investigación agrega valor a la literatura existente”.

4.1 Análisis de la situación actual

(Vértice, 2008) afirma: Las empresas de éxito son conscientes de que el entorno de marketing está creando continuamente nuevas oportunidades y amenazas. Por tanto, saben que es necesario controlar y adaptarse continuamente a su entorno. (p. 19)

Honduras es uno de los países más pobres de Latinoamérica, siendo el segundo país más pobre de Centroamérica para el 2019-2020. Pero a pesar de esta situación, es considerado uno de los principales y de mayor competitividad en la región en el sector manufacturero de productos para exportación.

El análisis situacional se debe desarrollar bajo dos líneas de investigación, siendo la primera la industria textil, sector productivo a la que se dirige el proyecto analizado. Por otra parte, el análisis de la disponibilidad de materias primas de uno de sus componentes principales para la confección del producto y cuál sería el punto de diferenciación para con otros proyectos similares en la región. Dicho análisis debe orientarse a la confección textil de prendas deportivas.

El sector textil recibió un drástico efecto provocado por la pandemia desde comienzos de 2020, ahondado por la continuidad de variantes de COVID-19, “registrando caídas de hasta el 80% de las ventas a nivel mundial en 2020, y un 42% para el término del ejercicio 2021” (Instituto de Crédito Fiscal, 2022). Este tipo de situaciones se vio profundamente afectado por el incremento de costos operativos como la energía eléctrica, materias primas y los servicios logísticos en consecuencia de financiamientos obtenidos para la subsistencia. En tal sentido, se realiza un análisis sobre el macro y microentorno del sector, como una contextualización de la situación actual de la región respecto al tema investigado.

4.2 Análisis del macroentorno

“El análisis del macroentorno permite la definición de aquellas fuerzas externas que van a tener un impacto indirecto sobre la organización, y que existen independientemente de que haya actividad comercial o no” (Muñoz, 2012). En tal sentido, se consideran en este apartado los aspectos demográficos, económicos, naturales, políticos, tecnológicos y socioculturales.

4.2.1 Análisis demográfico

En Latinoamérica, en países como Argentina se elabora diferentes prendas ecológicas, entre ellas, se utiliza el bambú desde el 2006, debido a que muchos empresarios empezaron a identificar que los beneficios de este nuevo producto interesan en gran manera al consumidor actual. Se sabe, que los primeros usos fueron en indumentaria deportiva y ropa interior. Asimismo, cabe mencionar que, junto con este creciente interés por la nueva era de productos ecológicos, se incidió en una única desventaja, que sería su costo de producción que se ve incrementado por el proceso productivo de mayor especialización y detalle, lo que incrementa la partida en comparación con la elaboración de los tejidos tradicionales.

Otros países que han desarrollado la tecnología e interés por la moda ecológica son Colombia, Costa Rica y México, todos con una tendencia muy fuerte por parte de los empresarios en introducirse en el mercado mediante el uso de telas inteligentes y verdes, que son además, de apoyo social y ambiental. Se concluye que, los principales países de Latinoamérica están confeccionando prendas ecológicas, muchas de ellas a base de fibra de bambú, toda vez que corresponde a un gran nicho de mercado, por la calidad que garantiza el insumo (fibra de bambú) y la durabilidad de la prenda ya confeccionada, que es muy superior al acabado del algodón. Se aumenta el interés del consumidor a nivel Latinoamérica, por adoptar nuevos productos a base de insumos naturales, básicamente por la concientización que se está proliferando respecto al impacto ambiental.

4.2.2 Análisis económico

Receptor de la industria textil a nivel internacional, en 2021 las exportaciones totales de prendas de vestir enviadas desde Centroamérica “alcanzaron US\$6,112.8 millones, monto inferior en US\$1,715.0 millones (21.9%) con relación a lo observado en 2019-2020 (US\$7,827.8 millones); reflejando una reducción en las ventas externas de prendas de vestir y tejidos de puntos, debido a la disminución registrada en un 28.6% en los envíos desde Honduras y la reducción de 7.0% en exportaciones de Guatemala (-2.4% en 2019-2020)” (Estadísticas Comerciales para el desarrollo de negocios internacionales (TRADEMAP), 2021). Según cifras del Departamento de Comercio y Textiles de los EUA (OTEXA por sus siglas en ingles), la manufactura textil hondureña con respecto a envíos USA cuenta con una participación de 33.5%, Nicaragua en segundo lugar con 23.1%, Guatemala con 21.8% y finalmente El Salvador en 21.5%.

Entorno económico internacional del bambú: el bambú como producto emergente, tiene una amplia cantidad de usos, alrededor de 1,500 de estos; teniendo una característica particular, su capacidad de capturar dióxido de carbono. Gracias a nuevas tecnologías de procesamiento industrial, el bambú puede competir efectivamente en los mercados globales con otros productos hechos a base de madera. “Se estima que el mercado mundial de este producto mueve unos US\$10.000 millones y la Organización Mundial del Bambú cree que esta cifra podría duplicarse en cinco años” (BBC New, 2012).

El bambú se puede utilizar como combustible, en otros países es una fuente de abastecimiento para plantas generadoras de energía eléctrica, en gran escala. En la industria en otros países el bambú se ha utilizado en grandes volúmenes como materia prima en la fabricación de papel, como material para hacer enchapes de madera para hacer pisos, vigas y objetos pequeños como platos.

4.2.3 Análisis medio ambiental

En la actualidad y tanto a nivel nacional como a nivel internacional nos encontramos con una buena multitud de organizaciones preocupadas por proteger el medio ambiente, estando la mayoría de ellas desvinculadas de los Gobiernos a pesar de que algunas dependan de diversas 38 instituciones. Aun así, todas ellas, pequeñas o grandes, con sus acciones son importantes para acercarnos los problemas medioambientales a los que actualmente nos enfrentamos y para generarnos así una conciencia más que necesaria en el cuidado de nuestro planeta.

A nivel internacional se encuentra:

- WWF (World Wildlife Fund). El Fondo Mundial para la Naturaleza es la mayor organización

conservacionista independiente en el mundo y cuenta con una misión bastante clara: frenar y detener la degradación de nuestro planeta. Dicha organización cuenta con unos cinco millones de miembros y trabaja en más de cien países alrededor del mundo.

- The Nature Conservancy. Fundada en el año 1951, The Nature Conservancy, también conocida por sus siglas, TNC, es una organización dedicada a la conservación y protección del medio natural y la biodiversidad que cuenta con numerosas estrategias para promover un planeta más verde.

A nivel local, la Zona Metropolitana del Valle de Sula (ZMVS) cubre una superficie de 7,874.11 Km² de los cuales 1,781.98 (22.6%) son suelo bajo el régimen de área de protección, formando parte de 19 áreas de diversa categoría, del área bajo dicho régimen en la ZMVS, San Pedro Sula aporta el 27.8%, es por ello por lo que se denota su importancia y aporte ambiental en la zona. En tanto, debe conocerse que la considerada como la capital industrial, más del 50% de su territorio es considerado como área de protección.

Figura 4.1. Mapa de áreas protegidas del municipio de San Pedro Sula



Fuente: Plan Maestro de Desarrollo Municipal San Pedro Sula, Municipalidad, 2022

La industria maquiladora se desarrolla en 9 departamentos, con mayor concentración en Cortés, donde se encuentran ubicadas el 84.0% de las empresas; en donde las maquilas comprenden tanto la fabricación de productos textiles y prendas de vestir. La maquila es la actividad que más atrae inversión en Honduras, por lo que su relación e incidencia sobre el medio ambiente es evidente.

Sin embargo, si bien el desarrollo industrial es deseable como creador de riqueza material por la vía, por ejemplo, de la generación de empleo y la ampliación de la base impositiva, también causa efectos negativos, tales como depredación del capital natural y contaminación. Por su parte, la Unidad de Seguridad y Salud Ocupacional, con el fin de promover el mejoramiento de las condiciones y ambientes de trabajo de las empresas afiliadas a la Asociación Hondureña de Maquiladores (AHM) y en cumplimiento de los estándares Nacionales e Internacionales relacionados con la Seguridad y Salud Ocupacional y el Medio Ambiente, una vez más brindó programas de capacitación y asistencia técnica para fortalecer los ambientes de trabajo seguros en las empresas.

En tal sentido, como parte de la normalización de la relación entre el sector productivo de textiles o Industria Maquiladora (IME), se publica la Ley Constitutiva de la Zona Libre de Puerto Cortes, bajo decreto No. 356-1976, y se normativiza en septiembre de 1977, en ella se establece el régimen de manejo territorial del departamento de Cortés, estableciendo los siguientes puntos:

- Zonas Libres (ZOLI): De conformidad con el acuerdo No. 41-2020 de Secretaría de Desarrollo Económico, se trata como Zonas Libres al territorio nacional bajo vigilancia fiscal, sin población residente y que esté rodeado de cercas de seguridad para registrar debidamente la entrada y salida de personas, vehículos y/o carga. Desde 1998 (Ley Zoli 1998) los beneficios

de las ZOLI se extienden a todas las empresas autorizadas en el territorio hondureño. En las ZOLI “podrá establecerse y funcionar empresas comerciales e industriales, básicamente de exportación y de actividades conexas o complementarias, nacionales y extranjeras” (La Secretaría de Estado en el despacho de Desarrollo Económico, 2020).

- Zonas industriales de procesamiento para las exportaciones (ZIP): Mediante Decreto No. 37-87, “Con el objeto de generar empleo y diversificar las IME ya establecidas, desde 1987 se crea el régimen de las ZIP. Las ZIP cuentan con los mismos beneficios fiscales y requisitos que las ZOLI” (Secretaría de Derecho Económico, 2020), aunque entre las diferencias destacan: 1. La exención de los impuestos sobre la renta y los impuestos municipales se limita a 20 y 10 años, respectivamente, a diferencia de la ENP que está exenta sin límite temporal, 2. la principal diferencia reside en que las ZIP son parques industriales de propiedad y administración privada, a diferencia de la ENP.
- Régimen de Importación Temporal (RIT): Decreto No. 37; Secretaría de Industria y Comercio, desde 1984, “con objetivos semejantes a las ZIP y cuya producción esté destinada exclusivamente al mercado internacional, las empresas que se atienen a este régimen suspenden temporalmente el pago de derechos aduaneros, derechos consulares, tasas del servicio administrativo aduanero, impuesto general de ventas y cualquier otro gravamen causado por el comercio de bienes de capital e intermedios para producir bienes y servicios que se exporten” (Secretaría de Desarrollo Económico, 2022).

Medio ambiente y las bondades de la producción del bambú: el bambú y su alto nivel para la captura de dióxido de carbono, caracterizado por su alto potencial renovable, considerada como la planta que más rápido crece en el mundo, dando lugar a la generación de empleo sostenible. El

bambú es una planta típica de Asia que puede tener hasta 30 metros de altura. Tiene múltiples beneficios, como ser: se come, se usa para hacer cestas y para construir chozas y casas, además es uno de los materiales más resistentes del mundo. Genera 30% más de oxígeno que los otros árboles y algunos pueden captar 12 toneladas de CO₂ por hectárea.

Actualmente proveer tela orgánica. “Se hace con la pulpa del bambú y se blanquea sin cloro, se saca muy fácilmente y no necesita ningún químico, además necesita menos agua que otras telas para su elaboración” (Honduras moda, 2018). Es muy suave, más que el algodón, aunque generalmente le agrega 30% de algodón a las prendas. La fibra de bambú no es irritante, por lo tanto, provoca menos alergias. Regula la temperatura: es cálida en invierno y fresca en verano.

Además, es cuatro veces más absorbente (de humedad y sudor) que el algodón, gracias a sus micro agujeros. Eso la hace una tela respirable: no se pega con el ejercicio ni el exceso de calor. Y lo mejor es que es un excelente protector contra los rayos UV. Algunas de las razones viables para el uso del bambú es su localidad (Centro América), crecimiento rápido, fuerte, durable y amigable con el medio ambiente.

4.2.4 Análisis de políticas y tecnologías (infraestructura social)

A nivel mundial, la creación del INBAR. El 6 de noviembre de 1997, China y otras ocho naciones: Bangladesh, Canadá, Filipinas, Indonesia, Myanmar, Nepal, Perú y la República Unida de Tanzania, establecieron de manera oficial la Red Internacional del Bambú y el Roten (INBAR) como organización intergubernamental con un mandato de alcance mundial, que consiste en promover el desarrollo del bambú y el roten de manera que beneficie a la población y el medio ambiente. Las actividades de esta organización se centran en la investigación para el desarrollo,

con una especial atención a la seguridad ecológica, alimentaria y de los medios de subsistencia. (A. Kumar y C.B. Sastry, 2020)

El INBAR es una organización internacional que constituye una innovación en la comunidad del desarrollo, particularmente en lo que respecta a los productos forestales no madereros. La misión de la nueva INBAR consiste en desarrollar, facilitar y promover tecnologías adecuadas y otras soluciones para el bambú y el roten en beneficio de las poblaciones y del medio ambiente. La organización aspira a mejorar la calidad de vida de las personas pobres y desfavorecidas de los países en desarrollo y mejorar la situación de los bosques y del medio ambiente degradado. El marco operacional de la INBAR es la autosuficiencia económica, la reducción de la pobreza y el desarrollo sostenible.

De lo antes expuesto se concluye:

- Existe una reglamentación internacional INBAR, que se encarga en términos generales de preservar el bambú y la sostenibilidad de este. Por consiguiente, los países miembros se encuentran monitoreados constantemente respecto a las buenas prácticas que dicta el INBAR.
- INBAR promueve el uso de la tecnología para el uso del bambú; a través de estudios en investigación y desarrollo
- Las políticas aplicadas por INBAR sugieren la implementación de programas en pro de mejorar la calidad de vida de sus países miembros.

Por consiguiente, el INBAR, desde un enfoque mundial permitirá la sostenibilidad del producto para la obtención de la materia prima, además garantizará la demanda de productos a base de fibra de bambú. Celebración del Congreso Mundial sobre el Bambú y el Roten (BARC 2018).- La Red Internacional para el Bambú y el Roten (INBAR), es la única organización

intergubernamental dedicada a reducir la pobreza y proteger el medio ambiente mediante a través del uso sostenible del bambú y el roten.

Existen los siguientes puntos por cada país:

- Colombia

Comité de Normalización Nro. 178.- El 11 de septiembre de 2002 se inicia la consolidación del Comité Colombiano para la Normalización del Bambú/Guadua - CCNG, el cual queda constituido en enero de 2003 ante el ICONTEC como Comité Técnico 178 "Bambú - Guadua". Su objetivo principal es establecer una normativa común para la guadua y el bambú en Colombia, mediante un conjunto interdisciplinario de profesionales integrado por representantes de la industria, consumidores e interesados en general, los cuales mediante consenso establecen los requisitos fundamentales de calidad, seguridad, protección a la salud y medio ambiente, para productos, servicios, procesos o sistemas en torno a la guadua. Además, trabajar paralelamente algunos temas de interés nacional con la ISO (Organización Mundial de Normalización).

- Chile

Proyecto FONDEF: Desarrollo Tecnológico y Comercial para la Fabricación de Tableros Decorativos de Bambú con Especies Autóctonas. Esta es una iniciativa ejecutada por Fundación Chile y la Universidad Austral de Chile con financiamiento de FONDEF. Asimismo, su principal objetivo es desarrollar tecnologías y estudios comerciales que permitan instalar una industria de tableros utilizando como materia prima el bambú autóctono. En el lanzamiento oficial de este proyecto, durante el seminario Alternativas y Perspectivas de Desarrollo, realizado en la

Universidad Austral de Chile; Jorge Campos, de Fundación Chile, caracterizó la producción de bambú en el mundo, explicando que éste es un tema emergente.

El proyecto FONDEF sostiene que el comercio internacional del bambú es del orden de los 4.500 millones de dólares, lo que se traduce en que 2.500 millones de personas usan bambú en el mundo, y de entre las cuales 1000 millones viven en casas fabricadas con este material, principalmente en India, Bangladesh, China, Ecuador y Colombia. También destacó el fuerte impacto laboral producido por la comercialización de estas plantas.

Tabla 4.1. Red de carretera del municipio de San Pedro Sula

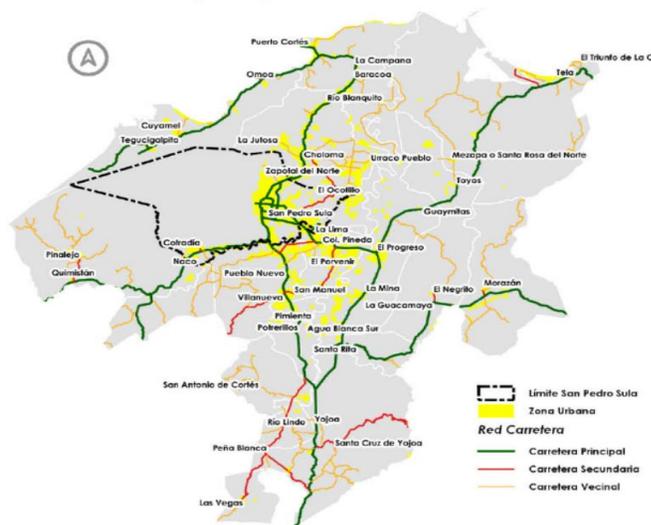
Tipo de carretera	Longitud (mts)	Porcentaje
Carretera principal	75,688.94	75.77%
Carretera secundaria	13,946.45	13.96%
Carretera vecinal	10,261.32	10.27%
Total	99,896.71	100%

Fuente: Elaboración propia con base de Plan Maestro de San Pedro Sula, 2022.

A nivel local, en relación con la accesibilidad terrestre, Honduras presenta una longitud de 14,741.70 kilómetros (carretera principal, secundaria y vecinal), de los cuales 1,593.56 Kms., (10.8%) estructuran la red de la ZMVS. En San Pedro Sula la red se compone de 99.89 kilómetros, siendo de tipo principal la de mayor cobertura con 75.68 kilómetros.

San Pedro Sula a partir de su red carretera presenta una conectividad privilegiada al formar parte de 3 a 7 corredores carreteros a nivel nacional, este tipo de accesos carreteros permite posicionar a San Pedro Sula como un importante nodo comunicacional terrestre.

Figura 4. 2. Tipos de carretera en la ZMVS



Fuente: Plan Maestro de Desarrollo Municipal San Pedro Sula, Municipalidad, 2022

Los corredores logísticos son:

- Corredor Logístico: Tegucigalpa, San Pedro Sula y Puerto Cortés.
- Corredor Turístico: San Pedro Sula, Tela y La Ceiba.
- Corredor Occidente: San Pedro Sula, Santa Rosa de Copan y Ocotepeque.

4.2.5 Análisis sociocultural

El análisis sociocultural “brinda descripciones sobre los beneficiarios y otras partes interesadas, sus actividades económicas y estrategias de supervivencia, estructura organizativa y liderazgo” (Mejía & Partridge, 2013).

A nivel mundial, recientemente numerosas empresas, instituciones y particulares dentro del mundo de la moda han comenzado a entender la importancia de la ética empresarial. Un amplio abanico de iniciativas sobre reciclaje, condiciones laborales, mejoras del impacto ambiental, etc., se han puesto en marcha en todo el mundo. Diseñadores, grandes marcas y minoristas, así como sindicatos, administraciones públicas y organizaciones sociales se han involucrado en este proceso.

En España, dieciséis conocidos diseñadores españoles presentaron en el Círculo de Bellas Artes de Madrid una colección de prendas confeccionadas sin sustancias “peligrosas”, sumándose así a la campaña “Moda sin tóxicos” de la organización ecologista Greenpeace. Al proyecto se le han sumado recientemente las cadenas Mango y Camper que están trabajando en la búsqueda y utilización de alternativas más seguras.

Empresas como Decathlon y Zara han incluido esta temporada prendas y productos procedentes de materias primas cultivadas sin pesticidas ni agentes químicos. Decathlon cuenta con stands señalizados para estos productos y Zara especifica la procedencia del algodón en la etiqueta de la prenda. Adicionalmente, Ecoalf es una empresa de ropa de diseño española que fabrica sus prendas a partir de residuos reciclados. Una chaqueta puede estar hecha con más de un 70% de materiales reutilizados. Ecoalf es una marca de moda sostenible de verdad. Lo suyo no son sólo camisetas de algodón orgánico, sino prendas resistentes de abrigo para mujeres, hombres y niños; bolsos; zapatillas y accesorios como fundas de ordenadores. Todo elaborado a partir de residuos como pueden ser redes de pesca, neumáticos usados o botellas desechables.

Anke Domaske, investigadora principal y diseñadora en Qmilch, utiliza las proteínas de la leche para crear un producto totalmente natural y respetuoso con el medio ambiente en forma de fibra hecha de 100% recursos renovables. Una concentración muy alta de caseína, con otros

ingredientes naturales y un proceso de elaboración muy rápido y de bajo coste gracias a la reutilización de la leche secundaria no apta para el consumo.

A nivel nacional, la Municipalidad de San Pedro Sula es la cabecera administrativa del departamento de Cortés, y es considerada la capital industrial de Honduras, con una población estimada del millón de habitantes. La Zona Metropolitana del Valle de Sula “se integra por los 12 municipios que conforman el departamento de Cortés, 4 municipios del departamento de Yoro, 3 municipios del departamento de Santa Bárbara y 1 municipio del departamento de Atlántida; con una representación aproximada de 2.5 millones de habitantes, representando el 25% de la población hondureña” (Instituto Nacional de Estadística (INE), 2022), cuyas características socioculturales se describen a continuación:

Tabla 4. 2.Línea base del subsistema sociocultural

Indicador	Unidad de medida	Nombre/Año	Valor
Población (Estimación)	Habitantes	2016	754,000.00
Tasa de crecimiento poblacional	Porcentaje	2013-2016	1.60
Inmigración (Población nacida en el municipio)	Porcentaje	2013	71
Tasa de crecimiento inmigración	Porcentaje	2001-2016	1.10
Densidad poblacional	Habitantes/Ha	2016	880.66
Índice de desarrollo económico	Indicador	2016	0.77
Tasa de analfabetismo	Porcentaje	2016	7.07
Tasa de homicidios por 100,000 habitantes	Tasa	2016	110.76

Fuente: Elaboración propia, con base estadística del INE, 2016.

De acuerdo con las proyecciones del INE el crecimiento poblacional en el municipio de San Pedro Sula es del 1.6% promedio anual, en el periodo comprendido del 2013-2016, bajo una proyección de tendencia para el 2022. La población del territorio sampedrano se ubica en un 94% en el área urbana, y el resto corresponde al área rural (6%).

Tabla 4. 3. Distribución de la población en el municipio de San Pedro Sula

Asentamiento poblacional	No. De habitantes	Censo poblacional 2013-2016	Porcentaje
Zona Metropolitana	1,000,000	0	0
Metrópolis	500,001 a 1,000,000	598,519	83%
Gran Ciudad	300,001 a 500,000	0	0
Ciudad Intermedia	50,001 a 300,000	0	0
Ciudad Mayor	25,001 a 50,000	38,780	5%
Ciudad Mediana	15,001 a 25,000	0	0
Ciudad Menor	10,001 a 15,000	0	0
Villa Mayor	7,001 a 10,000	0	0
Villa	3,001 a 7,000	19,646	3%
Pueblo	2,001 a 3,000	12,493	2%
Poblado	501 a 2,000	25,412	4%
Comunidad	251 a 500	11,435	2%
Localidad	101 a 250	9,356	1%
Agrupamiento	51 a 100	1,953	0
Puesto	26 a 50	749	0

Fuente: Elaboración propia, con base en Datos de XVII Censo Poblacional y VI Vivienda INE, 2016.

Por ende, en aras de explorar un esquema funcional sobre los asentamientos poblacionales, prácticamente distribuidos alrededor de todo el territorio municipal, fuera de zonas de bosques, en el que se visualiza que la mayor densidad poblacional oscila en la ciudad del mismo nombre con 598 mil habitantes.

Tabla 4. 4.Línea base del subsistema económico

Indicador	Unidad de medida	Nombre/Año	Valor
Unidades económicas	Unidades	No aplica	28,914
Parques industriales	No. Parques	2016	4
Población Económicamente Activa (PEA)	Porcentaje	2016	92
Población ocupada por sector	Porcentaje	Primario	4
	Porcentaje	Secundario	30
	Porcentaje	Terciario	54
Tasa de desempleo abierto	Porcentaje	2012-2016	5
Empleo formal	Porcentaje	2016	52
Subempleo visible	Porcentaje	2016	7
Subempleo invisible		2016	41
Tasa de crecimiento ingresos promedio mensual per cápita en hogares	Porcentaje	2012-2016	7
PIB Honduras	Millones USD	2016	20,513.00
Exportación Comercio Exterior de mercancías	Millones USD	2016	3,958.00
Importación Comercio Exterior Mercancías Generales	Millones USD	2016	8.574.00
Exportación Comercio Exterior Bienes para transformación	Millones USD	2016	4,087.00
Importación Comercio Exterior Bienes para transformación	Millones USD	2016	2,514.00
Ingresos por remesas	Millones USD	2016	3,649.80
Tasa crecimiento ingresos/remesas	Porcentaje	2012-2016	6.9
Inversión extranjera directa	Millones USD	2016	1,203.50
Tasa de crecimiento extranjera directa	Porcentaje	2016	4.4

Fuente: Elaboración propia, con base a PMDM de San Pedro Sula, 2019.

Se plantea la línea base del subsistema económico como parte del análisis sociocultural, en las que además de considerar las unidades económicas y población económicamente activa, se describen aspectos relevantes como la tasa de desempleo abierto, empleo formal y derivaciones, así como aspectos relacionados al PIB y otros criterios básicos de la economía hondureña.

4.2.6 Análisis PESTEL

El análisis PESTEL, el cual “es una herramienta de planeación estratégica que sirve para identificar el entorno sobre el cual se diseñara el futuro proyecto empresarial, de una forma

ordenada y esquemática” (Arriaga, 2019). Este tipo de análisis estratégicos es útil para determinar la situación actual de la organización, con la única finalidad de crear los lineamientos estratégicos que le permitan aprovechar óptimamente las oportunidades o tomar las decisiones correctas ante riesgos emergentes.

Tabla 4. 5. Análisis PESTEL

No.	Factor	Descripción
1	P: Factor político	El sector textil es reconocido por su importancia en la generación de empleos y dividendos puesto que además genera programas diseñados para apoyar a los innovadores y promover la innovación de la industria.
2	E: Factor económico	La Industria Manufacturera presentó aumento trimestral de 2.3%, influenciado por el alza de 9.9% en la producción de textiles y prendas de vestir, contribuyendo en 2.8 pp a la variación total de la industria.
3	S: Factor Sociocultural	La costura en Honduras caracterizado por su alto nivel de informalidad, siendo esta una alternativa viable para un gran número de ciudadanos.
4	T: Factor tecnológico	Las grandes maquiladoras generan un aporte importante a la economía, pero su maquinaria se remonta a un uso depreciado de alrededor de 15 años, aunque estas funcionan bien y se puede llegar a resultados similar que el que obtiene con máquinas modernas, se logra invirtiendo esfuerzo y tiempo.
5	E: Factor Ecológico	Como un sector de gran impacto en la economía hondureña, el análisis de este en relación con los aspectos ambientales es relevante para tomar las medidas de prevención y acción.
6	L: Factor legal.	La normativa legal está amparada no solo en la Constitución de la República, sino en las demás leyes como lo es el Código de Trabajo, Tratados de Libre Comercio, entre otros.

Fuente: Elaboración propia, en base a datos por fuentes secundarias, 2022.

4.3 Análisis del microentorno

El análisis del microentorno “se refiere a todos los aspectos o elementos relacionados en forma permanente con la empresa y que influyen tanto en las operaciones diarias como en los resultados” (Ortiz, 2018).

En países centroamericanos como Nicaragua se está promoviendo la inversión en el bambú, tal es el caso de que, en 2015, el Organismo Multilateral de Garantía de Inversiones otorgó 48 millones de dólares para la ampliación del cultivo del bambú para uso industrial, en el que se prevé

un incremento del cultivo y procesamiento de 2,400 a 3,000 hectáreas sembradas y producir fibra de bambú para fines industriales. Dicha proyección se encamina hacia la exportación a Estados Unidos, como parte de materias primas para otros sectores industriales como el textil, carbón activado, entre otros.

Situación similar ocurre en otros países, como es el caso de la instalación de una planta industrial en Guatemala, “con una medida de 1,750 metros cuadrados, en el que se podrán procesar alrededor de 50 mil varas de bambú con la intención de abastecer el mercado local e internacional” (Prensa Libre, 2021), principalmente en la exportación hacia México, El Salvador y Honduras.

4.4 Marco legal

(Código del Trabajo de Honduras, 1959) afirma: “Declárase de interés público la constitución legal de las organizaciones sociales, sean sindicatos o cooperativas, como uno de los medios más eficaces de contribuir al sostenimiento y desarrollo económico del país, de la cultura popular y de la democracia hondureña”. (p. 200)

4.4.1 Constitución de la sociedad

La constitución de la sociedad cuenta con dos socios, Ana Giselle Parada Paredes y un tercero, bajo la denominación de “Tienda de ropa deportiva”, conforme la marca determinada en el estudio técnico, adquiriendo la representatividad de la empresa del 100%., bajo la denominación Sociedad Anónima de Capital Variable conocida como S.A. DE C.V.

Figura 4. 3.Ejemplificación de Constitución de la sociedad

CERTIFICADO N° 038 87		POR ACCIONES															
NACIONAL METALURGICA, S. A. DE C. V.																	
San Pedro Sula		Honduras, C. A.															
<table border="1"> <tr> <th colspan="2">CAPITAL SOCIAL</th> </tr> <tr> <td>MINIMO:</td> <td>2,000,000.00</td> </tr> <tr> <td>MAXIMO:</td> <td>6,000,000.00</td> </tr> </table>		CAPITAL SOCIAL		MINIMO:	2,000,000.00	MAXIMO:	6,000,000.00	<table border="1"> <tr> <th>DURACION</th> </tr> <tr> <td>INDEFINIDA</td> </tr> </table>	DURACION	INDEFINIDA	<table border="1"> <tr> <th colspan="2">DIVIDIDO EN</th> </tr> <tr> <td>60,000 ACCIONES DE</td> <td></td> </tr> <tr> <td>L. 100.00 CADA UNA</td> <td></td> </tr> </table>	DIVIDIDO EN		60,000 ACCIONES DE		L. 100.00 CADA UNA	
CAPITAL SOCIAL																	
MINIMO:	2,000,000.00																
MAXIMO:	6,000,000.00																
DURACION																	
INDEFINIDA																	
DIVIDIDO EN																	
60,000 ACCIONES DE																	
L. 100.00 CADA UNA																	
CERTIFICAMOS QUE _____																	
DE NACIONALIDAD _____		Y DEL DOMICILIO DE _____															
ES DUERO DE _____		ACCIONES LIBERADAS, CON VALOR TOTAL DE _____															
LEMPIRAS																	
<p>SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE, CONSTITUIDA EN ESCRITURA PUBLICA OTORGADA EN SAN PEDRO SULA, DEPARTAMENTO DE CORTES, EL DIA 14 DE MAYO DE 1971, ANTE LOS OFICIOS DEL NOTARIO JORGE ALBERTO INTERIANO I., CON UN CAPITAL SOCIAL MINIMO DE L. 2,000,000.00 Y MAXIMO DE L. 6,000,000.00 E INSCRITA BAJO EL N° 343 TOMO 42 DEL REGISTRO MERCANTIL DE ESTA SECCION JUDICIAL. EL 19 DE SEPTIEMBRE DE 1974, FUE AUMENTADO EL CAPITAL SOCIAL MAXIMO DE LA EMPRESA DE L. 7,000,000.00 A L. 10,000,000.00 SEGUN ESCRITURA PUBLICA OTORGADA EN SAN PEDRO SULA, DEPARTAMENTO DE CORTES, ANTE LOS OFICIOS DEL NOTARIO JORGE ALBERTO INTERIANO I. E INSCRITA BAJO EL NUMERO 11 TOMO 33 DEL REGISTRO MERCANTIL DE ESTA SECCION JUDICIAL.</p> <p>EL 25 DE FEBRERO DE 1976 FUE AUMENTADO EL CAPITAL SOCIAL MAXIMO DE LA EMPRESA DE L. 1,399,000.00 A L. 2,000,000.00 SEGUN ESCRITURA PUBLICA OTORGADA EN SAN PEDRO SULA, DEPARTAMENTO DE CORTES, ANTE LOS OFICIOS DEL NOTARIO HECTOR ANEJIA LOPEZ E INSCRITA BAJO EL NUMERO 18 FOLIO 142 AL 149 DEL TOMO 33 DEL REGISTRO MERCANTIL DE ESTA SECCION JUDICIAL.</p> <p>EL 27 DE MAYO DE 1981 SE AUMENTO EL CAPITAL SOCIAL MAXIMO DE L. 2,000,000.00 A L. 4,000,000.00 CONFORME ESCRITURA PUBLICA OTORGADA EN SAN PEDRO SULA, CORTES ANTE LOS OFICIOS DEL NOTARIO HECTOR ANEJIA LOPEZ, INSCRITA BAJO EL NUMERO 34 TOMO 33 DEL REGISTRO MERCANTIL DE ESTA SECCION JUDICIAL.</p> <p>EL 30 DE DICIEMBRE DE 1986 SE INSCRIBIERON, BAJO NUMEROS 24 Y 25 DEL TOMO 42 DEL REGISTRO MERCANTIL DE ESTA SECCION JUDICIAL, LA PROTOCOLIZACION DEL ACTA DE ASAMBLEA GENERAL ORDINARIA Y EXTRAORDINARIA DE ACCIONISTAS DEL 23 DE ABRIL DE 1986, Y LAS REFORMAS A LA ESCRITURA Y ESTATUTOS SOCIALES, OTORGADA ANTE LOS OFICIOS DEL NOTARIO JOSE ROLANDO ABRIAGA, AUMENTANDO EL CAPITAL SOCIAL MAXIMO A SEIS MILLONES DE LEMPIRAS.</p>																	
San Pedro Sula, de _____ de 19 _____																	
PRESIDENTE Del Consejo de Administración		TESORERO															

Fuente: Sociedad Anonima (S.A.) en Honduras, (Trámites HN).

4.4.2 Permisos y licencias

Para empezar a operar se necesita cumplir con algunos requisitos, así como registros para que sea un negocio totalmente legal a continuación se detallan: Cuando un comerciante pide por primera vez su permiso de operación del negocio o establecimiento, es necesario solicitar una evaluación de la ubicación de su negocio, se llama constancia de compatibilidad, y la emite la Gerencia de Control de la Construcción: Registro IHSS, Documento de constitución, RTN SAR, Registro de la marca, Permiso de Operaciones en la AMDC y Requisito para registro a CCIT.

4.4.3 Registro del IHSS

Solicitud de inscripción de trabajador (tarjetón verde) Entregado generalmente por su patrono, también lo puede conseguir en ventanilla.

Figura 4. 4.Ejemplificación de Planilla Mensual de Cotización.



I. H. S. S.
INSTITUTO HONDUREÑO DE SEGURIDAD SOCIAL - PLANILLA MENSUAL DE COTIZACIÓN

7369444

NÚMERO PATRONAL	NOMBRE DEL PATRONO	RAZÓN SOCIAL O DENOMINACIÓN SOCIAL	PERIODO	RIESGO	PÁGINA
101-2015			06 / 2020	E.M./V.M./R.P.	1
TIPO DE EMPRESA	SECTOR	ACTIVIDAD ECONÓMICA	DIRECCIÓN DEL PATRONO	TELÉFONO	ZONA CUADRA
PERSONA JURÍDICA	PRIVADO	SERVICIOS PRESTADOS A LAS EMPRESAS	TEGA C		4

IDENTIDAD	NO. AFIILIACIÓN	NOMBRE Y APELLIDO	DIAS	SALARIO	EM/SAS	EM/SAS	EM/SAS	EM/SAS	EM/SAS	SALARIO	FECHA Y RAZÓN DE CAMBIO	COO
001			30	8,792.74	234.53	244.82	480.03	342.75	18.78	0.00	RENUNCIATA/DESPIDO/D/M/A	2
001	02004		30	8,792.74	234.53	244.82	480.03	342.75	18.78	0.00		3

Hecho Constar: que la información que suministro en esta planilla es correcta y completa.

Importante leer este párrafo cada mes.)))))

El período para recibir planillas del mes de junio, sera del 03 al 07 de agosto 2020, en ese período pueden realizar los ajustes del mes de junio y bajas del mes de junio 2020.

Firma del Patrono o Representante Lugar Fecha

El Instituto Hondureño de Seguridad Social (IHSS) les recuerda el cumplimiento a lo establecido en el Artículo 5 del Decreto 92-14 "Ley de reconocimiento de cotizaciones individuales y aportaciones patronales entre Institutos Públicos de Previsión Social" y solicita a todos los empleadores realizar la socialización de esta disposición legal con todos sus trabajadores y requerir la autorización por escrito de cada trabajador que cotice con otro instituto, para darle de baja en el régimen de I.V.M. del IHSS, a fin de que tenga aportación patronal con una sola institución, sin perjuicio de los valores acreditados al IHSS.

Para sus consultas llámenos en la sección de planilla Pre-Elaborada al teléfono 2220-4607, email: Hermin Lazo al Tel. 2512162 en GPS.

RECIBO DE PAGO		101-2015-0357-1		7369444	
FECHA LIMITE DE PAGO	07/08/20	TOTAL PLANILLA	3,629.64	RECARGOS	0.00
FECHA LIMITE DE PAGO	07/08/20	TOTAL A PAGAR	3,629.64		
FECHA LIMITE DE PAGO	07/08/20	TOTAL A PAGAR	190.48		4,120.12
FECHA LIMITE DE PAGO	06/09/20	TOTAL A PAGAR	294.72		4,224.36
FECHA LIMITE DE PAGO	06/09/20	TOTAL A PAGAR	392.06		4,322.60

RECIBO NÚMERO	73614	NÚMERO PATRONAL	101-20	CUOTA TRABAJADOR	1,438.02	CUOTA E. M/SAS	2,110.65
PERIODO	06 / 2020	NOMBRE DEL PATRONO		CUOTA PATRONO	2,491.62	CUOTA I.V.M./SPS	1,762.71
FECHA LIMITE DE PAGO	07/08/20	TRABAJADORES	3	CUOTA ESTADO	0.00	CUOTA R.P./SCL	56.28
		MONTO DE SALARIOS	29,378.22	DESCUENTO IM. NIVEL	0.00		

SRS. PATRONOS: SOLAMENTE LOS SIGUIENTES BANCOS PODRAN RECIBIR EL PAGO DE SU PLANILLA:
BANCO LAFISE, ATLANTIDA, FICOHSA, OCCIDENTE, PROMERICA Y BANCO DEL PAIS, BAC HONDURAS

FIRMA Y SELLO DEL CAJERO
NO ES VALIDO SIN FIRMA Y SELLO DEL CAJERO

* Valor en mora sujeto a revisión, presentarse a la oficina del IHSS más cercana

*73614

Fuente: I.H.S.S

Figura 4. 5. Ejemplificación de Formato de Afiliación y Control administrativo

Página 1 de 1
Jueves, 02 de Marzo de 2006

IHSS
Instituto Hondureño de Seguridad Social

GERENCIA DE AFILIACION Y CONTROL CONTRIBUTIVO

CONTROL CONTRIBUTIVO

SOLICITUD PARA INSCRIPCIÓN DE PATRONO

Lugar y Fecha: _____

Nombre del patrono: _____

Nombre comercial: _____

Dirección: _____

Teléfonos: _____ Celular: _____ Correo electrónico: _____

Dirección particular de la persona individual y/o Gerente: _____

Teléfonos: _____ Celular: _____ Correo electrónico: _____

Señor Patrono, si su dirección particular o la de su negocio es difícil de localizar, por favor, dibújenos un croquis en una hoja aparte, indicando su correcta ubicación.

DETALLE DE LOS DOCUMENTOS REQUERIDOS

1. Fotocopia del documento que acredite el nombre del patrono.
2. Fotocopia del documento que acredite al Representante Legal del Patrono.
3. Clasificación de la actividad económica de la empresa.
4. Fotocopia del R. T. N. de la empresa.
5. Fotocopia del permiso de explotación, para empresas dedicadas al transporte de carga y/o personas.
6. Fotocopia del permiso o decreto, autorizando el funcionamiento de instituciones de enseñanza, otorgado por la Secretaría de Educación.
7. Fotocopia de la tarjeta de identidad del señor Patrono y/o Gerente.
8. Un listado de los trabajadores indicando:

a. Nombres y apellidos completos	b. Fecha de inicio de labores
c. Puesto que desempeña	d. Salario mensual
e. Número del carnet de afiliación	f. Fotocopia de identidad o de residencia legal

Fecha límite para la entrega de documentos: _____

Observaciones: _____

Nota: El señor Patrono o su representante Legal, deberán proporcionar la información que le soliciten los inspectores del Instituto Hondureño de Seguridad Social, o presentarse en la dirección abajo indicada con los documentos solicitados, dentro de los tres (3) días posteriores a la señalada. Su negativa u obstáculo a su labor será motivo para que su inscripción proceda de oficio y se hará acreeer a las sanciones previstas en los artículos 84, 85 y 88 de la Ley del Seguro Social decreto 80 - 2001.

Fuente: I.H.S.S

4.4.4 Requisitos para la apertura del negocio

1. Llenar los formularios que proporciona la Municipalidad.
2. Solvencia Municipal.
3. Licencia Sanitaria y registro Sanitario.

4. Constitución (Escritura).
5. Constancias de Catastro, Depto. De Justicia Municipal y Cámara de Comercio.
6. Presentación y Empaque del Producto
7. Pago de Impuestos en Servicio de Atención de Rentas (SAR)
8. El cierre parcial o permanente debe ser notificado dentro de un plazo de treinta días.

4.4.5 Documentos para la inscripción a la Cámara de Comercio

1. Escritura Original.
2. Fotocopia de la Escritura.
3. Llenar solicitud.
4. Permiso de la Municipalidad.
5. Pago de inscripción de acuerdo con el capital mínimo de la empresa.
6. Pago de mensualidad de acuerdo con el pago del capital mínimo.

4.4.6 Requisitos para obtener la licencia

1. Nombre y generales del propietario o representante legal del establecimiento y del apoderado legal y nombre del establecimiento.
2. Razón social o denominación de la sociedad.
3. Dirección exacta del establecimiento.
4. Actividad a la que se dedicará.
5. Lugar y fecha de la solicitud.
6. Firma del solicitante.

4.4.7 Requisitos Generales para obtener el Registro Sanitario

a) Se solicita Registro Sanitario con los datos siguientes:

1. Órgano al que se dirige, Dirección general y regulación sanitaria.

2. Nombre y apellidos del propietario, representante y apoderado legales.
3. Razón social o denominación de la sociedad.
4. Dirección exacta del establecimiento, incluyendo teléfonos, fax, correo electrónico.
5. Datos y clasificación del producto.
6. Tipo de empaque o envase primario y secundario.
7. Forma o presentación comercial.
8. Lugar y fecha y Firma del solicitante (A esta solicitud adhiere un timbre de Lps. 50.00 por producto).

b) Etiquetas / empaques primarios y secundarios o su proyecto que contenga información de acuerdo con la norma técnica de etiquetado vigente:

- Nombre del producto que deberá indicar su verdadera naturaleza.
- Nombre o razón social del propietario.
- Lugar de origen del producto.
- Lista de ingredientes o fórmula cualitativa.
- Fecha de vencimiento.
- Contenido neto y número de registro sanitario.
- Las etiquetas deberán estar escritas en el idioma español, caso contrario deberá ser debidamente traducido.
- Carta poder otorgada al profesional del derecho legal, debidamente autenticado.
- Copia de licencia sanitaria del establecimiento vigente.
- Recibo de pago y muestra de producto según muestra técnica.

4.4.8 Requerimientos especiales

El proyecto de producción y comercialización, según la SAR requiere de la fórmula cualitativa y cuantitativa. Recopilados todos los formularios y solicitudes anteriormente mencionados se llevan a la S.A.R.; donde se preparan los cálculos correspondientes al pago de impuestos. Para obtener el R.T.N. y la inscripción en ventas, se debe llenar un formulario para las ventas y otro formulario para el R.T.N.

El formulario de inscripciones contiene: Datos de la Persona Natural o Jurídica, Inscripción de contribuyentes de Impuestos sobre Ventas, Lugar, fecha y firma del representante legal. Para el R.T.N. de la empresa se requiere: Copia de la escritura del negocio, Copia de la Identidad y R.T.N. de cada socio y Recibo reciente de la luz o agua del local.

4.5 Análisis interno

Un análisis interno consiste en el estudio o análisis de los diferentes factores o elementos que puedan existir dentro de un proyecto o empresa, con el fin de: evaluar los recursos con que cuenta una empresa para, de ese modo, conocer su situación y capacidades. (EOI, 2012)

Al descubrimiento de características del mercado identificadas en el análisis macro y micro, se estará en condiciones de revisar detalladamente aspectos clave para el proyecto de la empresa productora y comercializadora de ropa deportiva a base de la fibra de bambú. Donde “San Pedro Sula existe una proyección de 823,907 habitantes, de los cuales 390,107 son hombres y 433,800 mujeres” (Instituto Nacional de Estadística (INE), 2022). En tal sentido, basados en dicha investigación, se toma como referencia el rango poblacional para la estimación poblacional de acuerdo con el INE.

Tabla 4. 6. Proyección poblacional por rango de edad

Rango de edad	Género		Total	Interesados en condición física
	Masculino	Femenino		
15-19	39,407	40,985	80,392.00	4,823.52
20-24	35,819	41,628	77,447.00	4,646.82
25-29	35,441	42,216	77,657.00	4,659.42
30-34	34,085	40,505	74,590.00	4,475.40
35-39	23,849	27,199	51,049	3,062.88
40-44	19,480	21,656	41,136	2,468.16
Total	188,081	214,189	402,270	24,136.20

Fuente: Elaboración propia, con base a datos estadísticos del INE.

. Según estadísticas recopiladas por una investigación realizada por Diario El Heraldó en el que concluyen que “solamente el 6% de los sampedranos práctica actividad física de manera constante, personas entre 15 a 45 años son quienes más se interesan por el cuidado y mantenimiento de su condición física”.

La economía hondureña registró en 2020 una contracción a precios constantes de 9.0% en su actividad productiva, independiente del crecimiento reflejado en 2019 de un 2.7%; como producto de las medidas gubernamentales en las restricciones y controles sanitarios por la pandemia del COVID-19, debilitando directamente tanto el consumo como la inversión; profundizado por los desastres naturales ETA y IOTA ocasionando graves limitaciones en la infraestructura productiva del sector agroindustrial y en general de la región

A pesar del contexto desfavorable durante la pandemia (2020) y considerando que en los años actuales sus efectos aun inciden en las operaciones de las empresas, las perspectivas de crecimiento de exportaciones por parte del Fondo Monetario Internacional (FMI) prevén una

recuperación escalonada del 6% desde 2021 y un 4.9% en 2022; ahora bien, con respecto a la economía doméstica, esta tendría un incremento del 3.2% y 5.2%, respectivamente.

En Honduras, la industria textil es el principal sector de exportación, en las que operan alrededor de 19 empresas textiles de un total de 273 empresas maquiladoras; responsables de la generación de aproximadamente 11,200 empleos directos y en campo de manufactura de 83,000 empleos. “De acuerdo con los datos expuestos por la memoria anual 2021 del Banco Central de Honduras, la participación en actividad maquiladora en el Producto Interno Bruto (PIB) de forma directa se sitúa en el 7% y de manera indirecta con el 29%” (Banco Central de Honduras, 2021)

El investigador de la carrera de Educación Física de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras (UNAH) Clovis Morales indica en su estudio que solamente el 6% de los capitalinos y sampedranos realizan algún tipo de actividad física de manera continua, principalmente las rutinas aeróbicas y colectivas (gimnasios), centrandó su atención en aquellas personas de entre 15 a 45 años, cifra que puede irse expandiendo a los demás rangos de edad, independientemente de la justificación que amerite la realización de actividades físicas.

De acuerdo con datos del Censo 2013 (última actualización censal certificada por el Gobierno Central), correspondiendo solo a ocupados y desocupados de 665,778 habitantes que representa el 32.7% del total de la población; de manera particular el municipio de San Pedro Sula integra el 38.6% de la PEA en la zona, de modo que a través de esta base estadística se perfilan los análisis subsiguientes al presente estudio. Por lo que, en contraste a estas situaciones, el sector textil y su aportación al valor Bruto de Producción de la Industria de Bienes para Transformación y Actividades Conexas se detalla en la tabla siguiente:

Tabla 4.7. Producción de la Industria de Bienes para Transformación y actividades

(en millones de lempiras corrientes)

Descripción	2019	2020	2021	Variación relativa			Participación			Contribución		
				19/18	20/19	21/20	2019	2020	2021	2019	2020	2021
Producción total	178,493.40	140,057.90	164,276.10	8.8	8.7	-21.5	100	100	100	8.8	8.7	-21.5
Industria de bienes para transformación	153,040.40	114,858.80	140,450.40	7.8	9	-24.9	85.7	82	85.5	6.7	7.7	-21.4
Fabricación de productos textiles y prendas de vestir.	135,554.90	97,888.30	123,185.60	7.8	10	-27.8	75.9	69.9	75	5.9	7.5	-21.1
Fabricación de ameses y piezas para automóviles	17,485.60	16,970.50	17,264.70	7.4	1.3	-2.9	9.8	12.1	10.5	0.8	0.1	-0.3
Otras industrias	14,268.30	14,447.30	13,467.30	20.4	5.9	1.3	8	10.3	8.2	1.5	0.5	0.1
Actividades conexas	11,184.70	10,751.70	10,358.50	9.7	8	-3.9	6.3	7.7	6.3	0.6	0.5	-0.2
Comercio	6,016.70	5,754.50	5,544.40	12.3	8.5	-4.4	3.4	4.1	3.4	0.4	0.3	-0.1
Servicios prestados a las empresas	5,167.90	4,997.20	4,814.10	7	7.4	-3.3	2.9	3.6	2.9	0.2	0.2	-0.1
Servicio de Call Center	2,782.00	2,840.80	2,559.70	12.6	8.7	2.1	1.6	2	1.6	0.2	0.1	0

Fuente: Encuesta anual de maquila, BCH, 2021.

Los insumos denominados consumo intermedio de las actividades productivas, que “son los utilizados en el proceso de producción de las actividades productivas, que son los utilizados en el proceso de producción para la generación de otros bienes y servicios” (Kattan, 2019);

Figura 4. 6. Consumo intermedio de bienes para transformación

(en porcentaje de participación)



Fuente: Encuesta anual de maquila, realizada por el BCH.

La maquila relacionada con textiles requirió el 60.1% de los insumos intermedios usados en la industria (hilos, hilaza y telas); seguida por las partes y piezas eléctricas para la industria automotriz (9.7%), productos de caucho y plástico (3.2%); el 27.0% restantes, se distribuye en materias primas y otros insumos como sustancias y productos químicos, producción de madera, empaquetado (papel y plástico secundario), lubricantes y combustibles, agua y electricidad, entre otros servicios.

Figura 4. 7.Principales agregados y componentes del VAB



Fuente: Encuesta anual de maquila, realizada por el BCH.

En el análisis de las contribuciones agregadas, sobresale la aportación en contribuciones que representa un 76.8% del total, alcanzando un total de L. 23,318.4 en 2020, lo que resulto menor en 8.7% en relación con el año 2022 con L. 25,539.8 principales agregados y componentes del VAB millones por la suspensión temporal de contratos individuales. El aspecto económico se plantea de conformidad a la población económicamente activa (PEA), basada en los establecimientos económicos. “En Honduras existen alrededor de 149,345 establecimientos económicos, de los cuales aproximadamente 50,130 están ubicados en ZMVS” (Alcaldía Municipal de San Pedro

Sula, 2020), en los que particularmente el municipio de San Pedro Sula capta el 19.4% (28,914) y una incidencia zonal del 57.7%.

En base a los sectores y ramas económicas principales, la industria manufacturera cuenta, en efecto con la mayor participación de la actividad económica del municipio (26%) seguida por la actividad comercial (25%), quedando las actividades primarias (agricultura, ganadería, silvicultura y pesca) con una participación del 12.5%, todo ello descrito en la tabla siguiente.

Tabla 4. 8. Principales actividades económicas en el municipio de San Pedro Sula

Actividad económica	PIB-SPS (%)	Principales ramas de actividad en San Pedro Sula	Incidencia de país (%)
Industria manufacturera	26%	Farmacéutica; textiles, Hule, Plásticos, Imprenta, Algodón, Tabasco, Refrescos y cervezas, jabón, pintura, cosméticos.	17%
Comercio al por mayor y menor, reparación de vehículos	25%	Centros comerciales, talleres automotrices y Pinturas Industriales	13.70%
Construcción	7.30%	Empresas constructoras	5.20%
Transporte y almacenamiento	5.60%	Servicios de transporte público y privado, Bodegas y Naves industriales	4.10%
Actividades de alojamiento y servicios de comida	5.20%	Hoteles para negocios y turismo, restaurantes	3.00%
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	Incluido en otras	Banano, café, aceite de palma	12.50%
Otras actividades	31.00%	Centros hospitalarios	44.50%
Total	100%		100%

Fuente: Estadísticas SPS, Alcaldía Municipal con base a datos INE, 2015.

4.5.1 Competidores

En la capital industrial de Honduras, es común encontrar productores relacionados de manera directa o indirecta al rubro textil, específicamente los relacionados al portafolio de productos

ofertados por el proyecto propuesto, por lo que serán objeto de análisis los competidores principales identificados a continuación:

Tabla 4. 9.Principales competidores del proyecto

No.	Marca	Productos ofertados	Distribución
1	Bali	Ropa deportiva dividida en tangas, cacheteros y pijamas.	Los productos se venden a través de ventas por catálogo.
2	Playtex	Todo público, así como pijamas, vestidos de baño y ropa deportiva.	Se incluye en la cadena de tiendas de Carrión, El Compadre, entre otros almacenes.
3	Just My Size	Alta gama de productos como brasieres, pijamas, deportiva, otros.	Vende por tiendas de conveniencia, página web y catálogo en Centro América y Europa.
4	Maidenform	Ropa interior, deportiva y de vestir y exterior.	Zona norte del país a través de almacenes regionales.
5	Hanes	Productos interior y exterior para mujeres, hombres, niños y bebés.	Venta directa, catalogo, y distribuidores regionales.
6	Hanes Her Way	Producto femenino con características de sensualidad y atrevido.	Distribución estándar por almacenes.
7	Barely There	Ropa interior y exterior para dama y caballero.	Principalmente a través de salones de belleza.
9	Champion	Productos de uso personal para todo tipo de edad y género.	Venta directa y a través de almacenes.

Fuente: Elaboración propia, 2022.

4.5.2 Proveedores

Honduras, una nación con un sin número de disparidades socio político, social y económico, “posicionado como uno de los países más pobres de Latinoamérica, ubicado como el segundo más pobre en Centroamérica para términos del año 2019” (Kattan, 2019), pero en un contraste negativo, ha logrado posicionarse como un país referente y competente en el sector exportador de textiles. De modo que la presente investigación se enfoca en los principales proveedores textiles, mismos

que serán de utilidad en el proceso de confección de ropa deportiva, los cuales se describen a continuación:

Tabla 4. 10. Principales proveedores de empresas textiles

N°	Empresa	Productos	País de origen
1	Gildan	Textiles diversos	Canadá
2	Kit Manufacturing S. de R.L.	Textiles diversos	Corea del Sur
3	Hanes Choloma S. de R.L.	Diversos tipos de ropa y accesorios	E.E.U.U.
4	Industria Hondureña de Mechas S.A. de C.V.	Textiles diversos	E.E.U.U.
5	El porvenir Manufacturing S. de R.L. de C.V.	Textiles diversos	E.E.U.U.
6	Pinehurst Manufacturing GMBH	Textiles diversos	E.E.U.U.
7	S & S Industries S. de R.L.	Textiles diversos	E.E.U.U.
8	Providence Honduras	Textiles diversos	El Salvador
10	Intermoda, S.A. de C.V.	Textiles diversos.	Honduras

Fuente: UNITEC, 2019.

En temas de manufactura, históricamente el país ha dependido del duopolio empresarial de la exportación del Banano y del Café, pero promovida la diversificación secundaria de las exportaciones ha logrado promover otros campos productivos. Por ejemplo, el Tratado de Libre Comercio entre Estados Unidos y América Central que entró en vigor en 2006 permitió el potenciamiento de la inversión extranjera, tanto que Honduras se ha convertido en el primer comprador mundial de hilados estadounidenses, según lo establecido por la Asociación Hondureña de Manufactureros (AHM); 2019; “representaba para términos del 2021 alrededor del 23% de hilados de los Estados Unidos, equivalente a mil millones de dólares en importaciones” (Cerna & Venegas, 2019).

Honduras cuenta con aproximadamente 79 empresas textiles registradas, en donde un 39% corresponde a empresas hondureñas, 50.33% estadounidenses, 7.56% canadienses y un 6.33% empresas de Corea del Sur; siendo la minoría restante de origen salvadoreño, costarricense y de España.

4.5.3 Clientes potenciales

Los productos textiles de ropa deportiva están dirigidos a hombres y mujeres entre los 15 y 45 años de estratos medios y altos; (Población económicamente activa), que se atreven a considerar dentro de sus intereses producto de origen regional, es decir, ropa deportiva por fuera de los canales tradicionales u ofertas de gran escala como los Almacenes en cadena, tiendas especializadas, Bodegas, Boutiques, Gimnasios, entre otros.

4.6 Teoría

“Paso de investigación que consiste en sustentar teóricamente el estudio, una vez que ya se ha planteado el problema de investigación” (Castañeda, 2017).

4.6.1 Teorías de sustento

Se consideraron referencias de investigaciones disponibles en espacios web académicos y proyectos relacionados.

- Universidad Industrial de Santander, España; Villarreal Solano

En un estudio elaborado por Villarreal Solano (2011), para la instalación de una empresa productora y comercializadora de ropa deportiva en la ciudad de Bucaramanga, Colombia “bajo la revisión documental de la Universidad Industrial de Santander, 168 p. En este proyecto se plantea

la gestión de recursos técnicos y financieros para el cumplimiento de los objetivos planificados “ (silva, 2016). En primer lugar, se requiere el cumplimiento normativo, el cual consiste en la legalización en las instituciones público y privado como la Cámara de Comercio, Autenticidad, Registro de Marca, entre otros.

Seguidamente, el estudio plantea el diseño y aplicación metodológica como sustento primario del investigador; de modo que sea posible cuantificar ciertos criterios como la demanda de las prendas, tallas preferenciales, gustos y demás características cualitativas y cuantitativas del mercado meta. Cabe mencionar, que para este tipo de estudios se hace necesario el levantamiento de datos sobre proveedores, identificación de principales productos, estrategias de manejo administrativo, financiero y de impacto social, así como las condiciones sociodemográficas y socioeconómicas de la región.

- Correa Ramírez; Universitaria CEIPA

Plantea un estudio de factibilidad para la creación de una empresa diseñadora, corte y confección, hasta consideración final del proceso de empaclado y comercialización de ropa deportiva. Esta idea surge bajo un ideal de independencia y empoderamiento femenino; mediante la ampliación de las acciones investigativas para conocer la percepción de los consumidores potenciales; estudio técnico y administrativo; los cuales han de determinar el equipo, material y mano de obra y demás recursos para el proyecto.

- Global Entrepreneurship Monitor

“Global Entrepreneurship Monitor (GEM) corresponde a un proyecto de investigación para la evaluación anual nacional de actividad empresarial en múltiples y diversos países” (Global

Entrepreneurship Monitor, 2022). La investigación desarrollada por GEM habla de las motivaciones que las personas tienen para emprender y las clasifica en dos grupos, “el primero es el emprendimiento de oportunidad en el que las personas desean independizarse y por ende mejorar sus ingresos. El segundo es el emprendimiento de necesidad en el que un hombre o mujer no tiene otra opción laboral y este se convierte en su medio de subsistencia.

En este sentido, una idea emprendedora o idea de negocio, es imprescindible desarrollarla de manera correcta, requiriendo de un trabajo duro, para obtener los resultados esperados, no solamente por el emprendedor, sino por las expectativas que puede generar el mercado, respecto al producto ofertado. En este tipo de investigaciones, se expone el saber y el conocimiento, como parte fundamental que puede favorecer la idea, así como también obstaculizarla, puesto que las nuevas ideas tienden a entorpecer o limitar el conocimiento previo, como referente para la creación de una vía singular que abra las oportunidades del caso.

El desconocimiento sobre el comportamiento del mercado, las preferencias de los consumidores metas y la capacidad instalada de la competencia existente, puesto que ambos son factores que influyen en el éxito o fracaso del emprendimiento, puesto, aunque la ropa deportiva sea un producto necesario para el ejercicio o de características llamativas, este puede ser visto de otra manera por el mercado, dificultado por el desconocimiento del emprendedor, de allí la importancia de este estudio. Al respecto, la “Fundación Acción Contra el Hambre, 2022” expone que, a la hora de iniciar un proyecto empresarial, el elemento más importante no es el dinero, sino la información, puesto que es de alto valor, fundamentando las decisiones que se toman entorno a la confiabilidad de la economía de un país, características de una región y tendencias del mercado.

Por lo anterior, es evidente que para los emprendedores, el hecho de no elaborar un plan de negocio, conlleva un desastre monumental, orillando los resultados hacia la no superación de las expectativas del mercado, ahora bien, aun cuando se elabore un plan de negocio, este no garantiza el éxito del mismo, pero si es un instrumento que contribuye positivamente a la toma de decisiones, mantener una visión clara sobre las acciones que se van ir realizando en la medida que se le vaya dando cumplimiento al plan de negocio materializado documentalmente. Finalmente, GEM establece la importancia que tiene para los emprendedores la formulación de planes de negocio entorno a las ideas de este, puesto que el análisis de la oferta y la demanda, comportamientos de mercado, intereses de los consumidores y necesidades técnicas que garanticen un adecuado funcionamiento operativo y de comercialización.

4.6.1.1 Marketing Mix las 4 P

“Las 4 P hacen referencia los términos de; producto, precio, punto de venta y promoción” (Villacampa, 2021). Los elementos que implican las 4 P tienen la capacidad de explicar cómo funciona de forma completa, integrada y organizada el marketing y la administración estratégica.

En relación con sus elementos, estas se describen a continuación:

1. **Producto:** Pretende satisfacer un deseo o necesidad de cualquier consumidor y no es solo algo tangible, sino que engloba valores e ideas, además de las consideradas interrogantes elementales como; ¿Qué vendo?, ¿Qué necesidad puede cubrir?, ¿Punto de venta? y ¿Promoción?, ingresa al mercado con un producto diferente en bondades para la ciudad de San Pedro Sula, que permite la absorción de la sudoración dando a los deportistas mejores condiciones de uso. Se ingresará mejorando nuestras ventas en relación a la capacidad de producción que tiene la empresa.

Las características de este son:

- La confección de los productos han de ajustarse al cuerpo sin ceñir, permitiendo flexibilidad y agilidad para que el usuario pueda mover su cuerpo fácilmente.
- El material utilizado es de tela de fibra de bambú, el cual es un producto que contiene muchos atributos positivos, especialmente para el deportista.
- Tejido de bambú hipoalergénico, elegir este tejido es una forma de evitar la irritación de la piel y, por lo tanto, sentirse más cómodo.
- Produce un 35% más de oxígeno que otros árboles.
- Requiere menos agua.
- Es reciclable y biodegradable
- Los colores para utilizar deberán ser atractivos, llamativos y contemporáneos.
- Las materias primas deberán originarse de empresas con certificaciones medioambientales y de calidad ISO, así como la certificación Oeko-Tex 100, en la que se garantiza la integridad de la calidad de la tela utilizada para el proceso de producción.
- La fibra de bambú es más fuerte que muchos otros materiales. Por sus características, el bambú tiene las fibras tanto en la superficie de la tela como en el interior, por lo que se puede lavar varias veces sin sacrificar la durabilidad.

Dentro de las especificaciones técnicas del producto se encuentran:

Tabla 5. 11 Especificaciones técnicas del producto.

Producto/Especificaciones	Camiseta deportiva
Tela	Tela de fibra de bambú
Color	Rojo, amarillo, azul, blanco y negro.
Género	Dama y caballero
Condiciones	- Cuello en forma circular, con reata de refuerzo.
	- Hilo mercerizado utilizado para la confección.
	- Costura interior tipo overlock para bordes y mandas.
	- Abertura lateral inferior con reata.
	- Tirilla interior de refuerzo en el cuello y hombros.
Etiqueta	Deberá estar colocada en el interior de la prenda, donde se identifique al fabricante y al distribuidor (Razón Social)
Tallas	S, M y L.

Fuente: Elaboración propia, 2022.

2. **Precio:** En relación con este, se investiga sobre ¿Cuánto está dispuesto a pagar el cliente?, ¿Qué precios tiene la competencia?, ¿Cálculos de beneficios netos y ventaja competitiva?
3. **Punto de venta:** “Proceso mediante el cual tu servicio o producto llega hasta tu cliente, influye directamente en la satisfacción de los consumidores y en el margen de ganancia” (Botey, 2022).
4. **Promoción:** incluyen todas las formas posibles de dar a conocer un servicio o producto y, actualmente, gracias a las nuevas tecnologías, se puede hacer con cualquier tipo de presupuesto, filosofía y concepto.

Las 4Ps han evolucionado, adaptándose a las necesidades del mercado. Así, es posible dejar de hablar de manera aislada solo de producto, precio, punto de venta y promoción, y complementar estos términos por consumidor, coste, conveniencia y comunicación. En cualquier forma, es necesario considerar todas las posibilidades y, finalmente, seleccionar cuál es la mejor forma combinada de llegar al público objetivo, estudiando aspectos como: edad, población, sexo, necesidades y hábitos, en contraste a las 4 p del marketing.

4.6.2 Las 5 fuerzas de Porter

“Las 5 Fuerzas de Porter es una herramienta que estudia los principales factores que determinan cualquier mercado, con el objetivo de ayudar a definir las estrategias óptimas” (Ucha, 2020). En otras palabras, esta herramienta constituye una metodología de análisis para la investigación sobre las oportunidades y amenazas de una industria en específicos, en lo que se considera como la verificación de los criterios de rentabilidad de un proyecto y su contexto dentro de la estructura funcional del mercado.

Este tipo de herramientas son de suma utilidad cuando no se introduce en un mercado no explorado o con información no discutida y sin conocimiento alguno; además, resulta útil cuando corresponde a nuevos lanzamientos en un mercado ya existente.

Las 5 fuerzas de Porter es un modelo de gestión empresarial desarrollado por Michael Porter (1947-actualidad). Es considerado uno de los mejores economistas de todos los tiempos y conocido por sus teorías económicas. Deben incluir inherentemente sobre la capacidad de obtener beneficios, estas son:

Figura 4. 8.Elementos de las 5 Fuerzas de Porter

Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> • Analizar la fuerza que tienen y cómo afectan a las Relaciones Empresa-Proveedores.
Barreras de entrada	<ul style="list-style-type: none"> • estudiar los posibles Nuevos Competidores, en el que cuando más competitivo es un mercado, menos barreras de entrada tienen.
Productos Substitutivos	<ul style="list-style-type: none"> • Analizar nuevas tendencias, cambios en los hábitos de consumo, e innovaciones tecnológicas.
Clientes	<ul style="list-style-type: none"> • Orientado principalmente al análisis de la fuerza de compra de los clientes.
Competencia	<ul style="list-style-type: none"> • No corresponde a un listado de competidores, sino una descripción sobre las diferentes estrategias dentro de un mercado en específico.

Fuente: Elaboración propia, 2022.

4.7 Conceptualizaciones

- Cadena de valor: Es un conjunto de procesos o actividades que permiten a una empresa agregar valor a sus artículos o productos e incluye la producción, la comercialización, así como la prestación de servicios postventa a sus clientes. “Hacer el mayor esfuerzo en la fluidez de los procesos centrales, implica una interrelación funcional basada en la cooperación” (Quintero & Sánchez, 2006).
- Comercialización: “Es el conjunto de las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios. Estas acciones o actividades son realizadas por organizaciones, empresas e incluso grupos sociales” (Rodríguez M. Z., 2012).

Comercializar un producto consiste en encontrar para él la presentación y el acondicionamiento que lo vuelvan atractivo en el mercado; propiciar la red más apropiada de distribución y generar las condiciones de venta que habrán de dinamizar a los distribuidores sobre cada canal.

- Costos: “Representan una parte del precio de adquisición del artículo, que ha sido diferida o que todavía no se ha aplicado a la realización del ingreso” (Paredes, 2012).
- Excedente: “Parte del producto social que, habiendo sido generada de manera directa por la clase trabajadora, excede lo que ésta necesita para reproducirse y es apropiada por la clase capitalista” (Juan Eduardo Santarcángelo, 2011).
- Exportaciones: “Las exportaciones son la venta, trueque o donación de bienes y servicios de los residentes de un país a no residentes” (Galindo, 2015).

Existen diferentes procedimientos o variedades de exportación: por ejemplo, hacerlo desde la empresa base hacia una sucursal en otro país. También puede efectuarse como una transacción hacia clientes independientes o hacia el comprador directo por medio de una empresa intermediaria, como sucede con el reputado caso del gigante norteamericano Amazon, por ejemplo. Otro procedimiento común es exportar materia prima o bienes semiacabados para que la empresa importadora, lo pueda terminar de manufacturar.

- Fuerza de Trabajo: “Capacidades físicas y mentales, susceptibles de ser utilizadas para la producción de un valor de uso” (Organización Internacional del Trabajo, 2013).
- Importaciones: “Transacciones comerciales de bienes/servicios que se realizan entre estados” (Fondo Social Europeo dentro del Programa Operativo Lucha contra la Discriminación, 2013).
- Indicador: “Clarificar y definir, de forma más precisa, objetivos e impactos” (Pérez, 2002).
- Investigación: “Conjunto de acciones planificadas con la finalidad de resolver, total o parcialmente, un problema científico determinado” (Paneque, 1998).

- Mercado: “Grupo de compradores y vendedores de un bienes o servicios” (Núñez, 2009/2010).
- Operaciones: “Es la función que permite a las organizaciones alcanzar sus metas mediante la eficiente adquisición y utilización de recursos” (Roberto & Daniel, 2004).
- Organización Industrial: “Estudia el modo en que las decisiones de las empresas sobre los precios y las cantidades llevadas a un mercado.” (Núñez, 2009/2010). La Organización Industrial, más concretamente, se centra en lo que se refiere a las empresas que actúan en el mercado, y el modo en el que las políticas públicas influyen sobre dicha estructura.
- Planificación: “Determinación de los objetivos y acciones, con base en la investigación y elaboración de un esquema que se deberá realizar en el futuro” (Formoso, S.f.).
- Producción: “Creación de un bien/servicio por la combinación de factores para conseguir satisfacer la demanda del mercado” (Andres Montoyo, 2012).
- Proceso productivo: “Es la producción de bienes y servicios que consiste básicamente en un proceso de transformación” (Andres Montoyo, 2012).
- Rendimiento explícito: “Dividendos (renta variable) o de intereses (renta fija)” (Padilla, 2013).

V. METODOLOGÍA/PROCESO

(Hernandez Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014) afirman: El investigador debe ser metodológicamente plural y guiarse por el contexto, la situación, los recursos de que dispone, sus objetivos y el problema de estudio.

5.1 Congruencia metodológica

El proceso de medición de la relación existente o no entre las variables se realiza a través de la Correlación Lineal y Regresión Lineal. Estos métodos estadísticos destacan como la correlación

cuantifica como de relacionadas están dos o más variables, mientras la regresión lineal genera una ecuación que, basándose en la relación existente entre ambas variables, permita predecir el valor de una a partir de la otra.

5.1.1 Matriz metodológica.

Una matriz de consistencia consiste en presentar y resumir en forma adecuada, general y sucinta los elementos básicos del proyecto de investigación, la cual mide, evalúa y presenta una visión panorámica elabora al inicio del proceso; si solo formulamos variables, no tiene utilidad; se tiene que integrar directamente al “objetivo y al problema”, pues la integración o sistematización de ellos es la base de la investigación; en conclusión, la matriz de consistencia posibilita el análisis e interpretación de la operatividad teórica del Proyecto de Investigación.

Tabla 5. 12. Matriz Metodológica

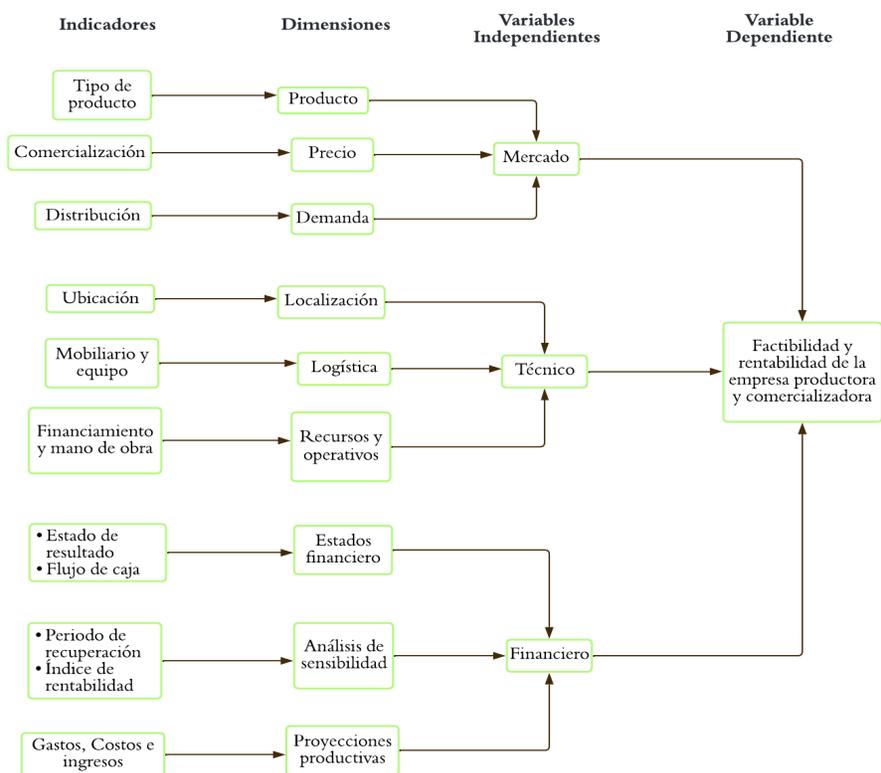
Problema	Preguntas de investigación	Objetivo General	Objetivos Específicos	Variables	
				Independientes	Dependiente
¿Cómo se puede determinar la viabilidad que tiene la creación de una empresa productora y comercializadora de ropa deportiva en tejido plano de fibra de bambú en San Pedro Sula, Honduras?	¿Cuál es la situación actual de los mercados emergentes de la producción textil a base de fibra de bambú en la región?	Elaborar un estudio de prefactibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de ropa deportiva en tejido plano de fibra de bambú en San Pedro Sula, Cortés, Honduras	Describir la situación actual de los mercados emergentes de la producción textil a base de fibra de bambú en la región.	Mercado	Factibilidad / Rentabilidad
	¿Cuáles son los aspectos técnicos necesarios para la introducción al entorno de una empresa productora y comercializadora de ropa deportiva a base de fibra de bambú?		Elaborar un estudio sobre aspectos técnicos necesarios para la introducción al entorno de una empresa productora y comercializadora de ropa deportiva a base de fibra de bambú.	Técnico	
	¿Qué requerimientos financieros se consideran para determinar la factibilidad de las proyecciones de rentabilidad a largo plazo?		Elaborar un estudio sobre los requerimientos financieros en la determinación de la factibilidad de las proyecciones de rentabilidad a largo plazo.	Financiero	

Fuente: Elaboración propia, 2022.

5.1.2 Operacionalización de las variables

La operacionalización se fundamenta en la definición conceptual y operacional de cada una de las variables para evaluar adecuadamente los resultados de nuestra investigación. (Sampieri D. R., Metodología de la Investigación, 2014).

Figura 5. 9. Esquema de las variables



Fuente: Elaboración propia, 2022.

La operacionalización de la variable: se intenta obtener la mayor información posible de la variable seleccionada, a modo de captar su sentido y adecuación al contexto. Estas deben ser compatibles con los objetivos de la investigación, a vez que responden al enfoque empleado, al tipo de investigación que se realiza, en líneas generales, pueden ser cualitativas o cuantitativas.

Tabla 5. 13. Operacionalización de las variables independientes

Variable Independiente	Definición		Dimensiones	Indicador	Ítem	Unidades (categorías)	Escala	Técnicas
	Conceptual	Operacional						
Mercado	Es el conjunto de análisis, métodos y técnicas que permiten obtener información del macroentorno y del microentorno en el que se desenvuelven los agentes económicos involucrados en un proyecto de inversión.	Recopilación y análisis de información con el fin de conocer las necesidades del mercado.	Producto	Tipo de producto	3	Persona	Escala	Encuesta
			Precio	Comercialización		Producto	Nominal	Encuesta
			Demanda	Distribución		Empresa	Razón	Encuesta
Técnico	Comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto" (Baca Urbina, 2013, pág. 97)	Aspectos que conllevan a la creación, comercialización y distribución de ropa deportiva.	Localización	Ubicación	3	Recurso	Razón	Estudio técnico
			Logística	Mobiliario y equipo		Recurso	Razón	Cotización
			Recursos y operativos	Financiamiento y mano de obra		Recurso	Razón	Estudio técnico
Financiero	La productividad como valor agregado en un contexto financiero es clave para determinar la factibilidad del proyecto a través de análisis de sensibilidad, escenarios y proyecciones de rendimientos económicos.	Permite establecer parámetros financieros para la evaluación y obtención de rendimientos con los mayores estándares de calidad.	Estudio financiero	Estados de resultados, Flujo de Caja	3	Lempiras	Razón	Estudio financiero proyectado
			Análisis de sensibilidad	VAN, TIR, Periodo de recuperación, Índice de rentabilidad		Lempiras	Razón	Estudio financiero proyectado
			Proyecciones productivas	Gastos, Costos e ingresos		Lempiras	Razón	Estudio financiero proyectado

Fuente: Elaboración propia, 2022.

Tabla 5. 14. Operacionalización de la variable dependiente

Variable Dependiente	Definición		Dimensiones	Indicador	Ítem	Unidades (categorías)	Escala	Técnicas
	Conceptual	Operacional						
Factibilidad/ Rentabilidad	Es una investigación y análisis sobre rentabilidad de una empresa productora y comercializadora de ropa deportiva de fibra de bambú.	Estudio de Mercado, Estudio Técnico y Estudio Financiero.	Producto	Tipo de producto	3	Persona	Escala	Encuesta
			Precio	Comercialización		Producto	Nominal	Encuesta
			Demanda	Distribución		Empresa	Razón	Encuesta
			Localización	Ubicación	3	Recurso	Razón	Estudio técnico
			Logística	Mobiliario y equipo		Recurso	Razón	Cotización
			Recursos y operativos	Financiamiento y mano de obra		Recurso	Razón	Estudio técnico
			Estudio financiero	Estados de resultados, Flujo de Caja	3	Lempiras	Razón	Estudio financiero proyectado
			Análisis de sensibilidad	VAN, TIR, Periodo de recuperación, Índice de rentabilidad		Lempiras	Razón	Estudio financiero proyectado
			Proyecciones productivas	Gastos, Costos e ingresos		Lempiras	Razón	Estudio financiero proyectado

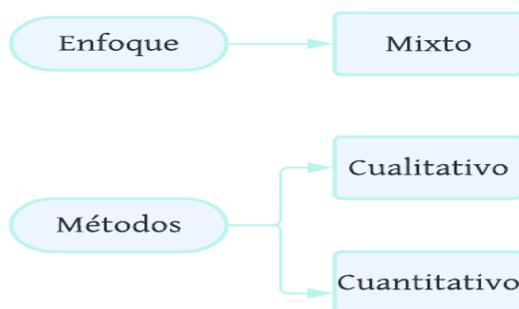
Fuente: Elaboración propia, 2022.

5.2 Enfoque y métodos

La investigación es de tipo mixto, puesto que según lo establece Sampieri (2014); “son característicos por su conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación”, es decir, al ser de tipo mixto, debe considerar tanto aspectos cuantitativos como cualitativos, en la que se describa el desarrollo de la gestión, estrategias, procesos productivos y operacionales, habilidades y actividades desarrolladas, y todo aquello que cualitativamente incida en la cadena de valor de los textiles de ropa deportiva.

Por otra parte, los criterios cuantitativos son fundamentales para el análisis de factibilidad de la producción y comercialización durante el periodo preestablecido en la investigación, de tal modo que puedan integrarse todos los elementos y eslabones cuantitativos y cualitativos de la cadena de valor en el mercado productivo interno y externo de los textiles, tomando como referencia y espacio geográfico de estudio el municipio de San Pedro Sula, Cortés, Honduras, C.A., en pro de conclusiones relevantes sobre el comportamiento socioeconómico y estratégico de la misma durante este periodo.

Figura 5. 10. Enfoque y métodos



Fuente: Elaboración propia, 2022.

5.3 Alcance y diseño de la investigación

Alcance exploratorio - Correlacional

La revisión literaria del presente estudio, reveló que existe abundante información respecto a la producción de ropa deportiva en Honduras, además que es posible indagar a profundidad, encontrando lineamientos y análisis concretos sobre los procesos de producción y comercialización de la ropa deportiva a nivel mundial; pero difícilmente fue posible visualizar una integración sustancial de la cadena de valor de los textiles en el mercado productivo interno y externo, demostrando con ello, la incapacidad de basarse en estudios concretos de los elementos que intervienen dentro de la cadena de abastecimiento.

A lo largo de su funcionalidad desde el mercado interno hasta el externo, por ende, al convertirse en un estudio exploratorio, permitirá examinar un tema poco estudiado y que resulta novedoso para la actualidad, de tal forma que los criterios y análisis emanados del mismo potencien la capacidad de tomar decisiones viables a largo plazo del sector productivo de los textiles de ropa deportiva en el municipio de San Pedro Sula, Honduras, C.A.

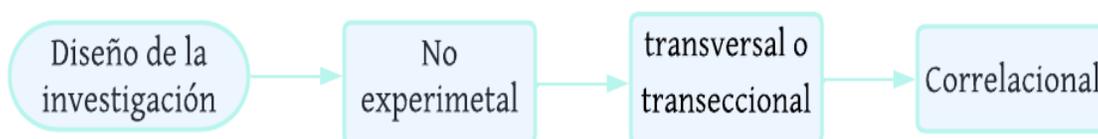
5.4 Diseño de la investigación

Diseño no experimental: transversal o transeccional: correlacional

Esta investigación se desarrolla bajo un diseño no experimental según la temporalización, mediante el método transversal, el cual consiste en “estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos” (Sampieri, Collado, & Lucio, Metodología de la Investigación, 2014). Es decir, es un estudio que no interfiere en las variables independientes para esperar resultados inducidos.

Además de ello, se considera un estudio no experimental, bajo una investigación transversal o transeccional, mediante un diseño correlacional-causal que describe relaciones entre dos o más categorías, conceptos o variables en un momento determinado. En el caso del presente estudio, se busca analizar la relación funcional y operativa de los agentes involucrados a lo largo de la cadena de abastecimiento del mercado interno y externo de los textiles de ropa deportiva durante el periodo 2022-2023, en el municipio de San Pedro Sula, Cortés, Honduras, C.A.

Figura 5.11. Diseño de investigación



Fuente: Elaboración propia, 2022.

5.4.1 Población

Este estudio describe una población basada en los datos estadísticos del Plan Maestro de Desarrollo Municipal (PMDM) muestral del municipio de San Pedro Sula, Cortés. Cabe mencionar, que el informe denominado PMDM muestral, “es un estudio socioeconómico muestral desarrollado por la alcaldía de la capital industrial en coordinación con la Secretaria de Gobernación, Justicia, Derechos Humanos y Descentralización (SGJDHD) y la Cooperación Internacional de Japón (JICA), en la que se describe el estado actual del municipio sampedrano en temas relacionados a los indicadores socioeconómicos como la fuerza de trabajo, salud y nutrición, educación, medio ambiente, infraestructura social, entre otros; detallando la posición actual en aras de construir lineamientos de nación en convergencia con la Visión de País” (Asociación de Municipios de Honduras (AMHON), 2020).

Tabla 5. 15. Población de estudio de la investigación

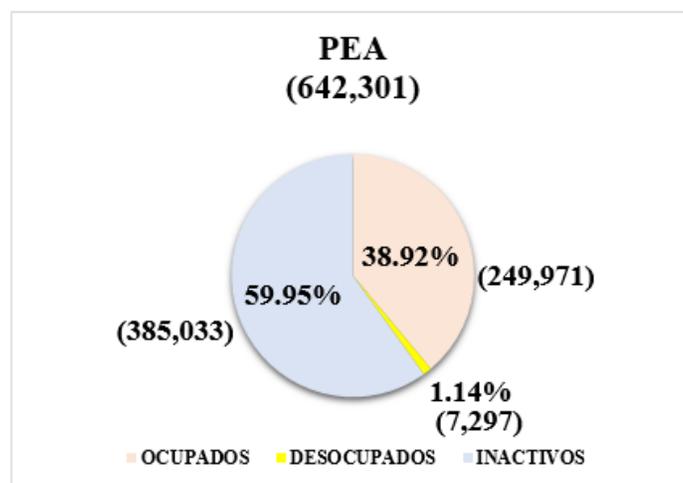
Población total		
Población	Hombres	Mujeres
742, 118	353,233	388, 885

Población de rango de edades del estudio		
Edad 15 a 45 años	Hombres	Mujeres
402, 270	188, 081	214, 189

Fuente: Elaboración propia, 2022.

En dicho de estudio se identifica una población proyectada de 742,118 habitantes, de los cuales el 47.60% son hombres, equivalente a 353,233; mientras que el 52.40% restante son mujeres, siendo un aproximado de 388.885 mujeres; pero como segmento poblacional identificado en el estudio, se tomara como referencia la población meta de entre 15 a 45 años que está representado por 402,270 habitantes; 188,081.00 hombres y 214,189.00 mujeres.

Figura 5.12. Población económicamente activa



Fuente: Elaboración propia, 2022.

Cabe mencionar, que, de la población identificada en la zona del estudio, únicamente se tomará en cuenta, la considerada bajo la característica de la población económicamente activa, la cual corresponde a aproximadamente a 642,301, de los cuales 249,971 son ocupados (38.92%), 7,297 desocupados (1.14%) y 385,033 inactivos (59.9%), cuya ocupación está dentro del contexto formal e informal.

5.4.2 Muestra

La muestra poblacional tomara como base de cálculo la población económicamente activa como ocupados, del municipio de San Pedro Sula, la cual corresponde a 249,971 personas. En base a las apreciaciones del profesional de la Estadística, el Msc. Celeo Murillo, Catedrático de la Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC), La Ceiba, Atlántida; “se acostumbra a aceptar que una población con más de 50,000 individuos es infinita, por lo que bajo esta consideración se puede utilizar la siguiente formula”:

Figura 5.13. Cálculo de la muestra

Calculadora de muestra

Nivel de Confianza : 95% 99%

Margen de Error:

Población:

Tamaño de Muestra:

Fuente: Elaboración propia, 2022.

5.4.3 Unidades de análisis

La presente investigación se basa en la determinación del grado de aceptación de la población económicamente activa sobre la adquisición de ropa deportiva a base de fibra de bambú, como parte del análisis de la viabilidad financiera de un proyecto a para su producción, comercialización y distribución en el mercado.

Tabla 5. 16.Recolección de la información

No	Preguntas Básicas	Explicación
1	¿Para qué?	Para alcanzar los objetivos.
2	¿De qué personas u objetos?	Investigar las exigencias legales y financieras para la producción de ropa deportiva en base de fibra de bambú.
3	¿Sobre qué aspectos?	Proceso productivo y comercialización del bambú
4	¿Quién?	Investigador: Carlos Gonzales y Yorleny Evora
5	¿Cuándo?	Durante el segundo semestre del año 2022.
6	¿Dónde?	Departamento de Cortes, municipio de San Pedro Sula.
7	¿Cuántas veces?	Según el tamaño de la muestra se realizarán 385 encuestas.
8	¿Qué técnicas de recolección?	La encuesta y observación
9	¿Con que?	Cuestionarios estructurados y fichas de observación
10	¿En qué situación?	Producción de ropa deportiva a base de fibra de bambú.

Fuente: Elaboración propia, 2022.

5.4.4 Unidad de respuestas

La función de las unidades de análisis se determina que esta corresponde a al segmento de la PEA que participa continuamente en actividades físicas (ejercicio). Por ello, la unidad de análisis de no es toda la población, por lo que la muestra identificada (385) se tomará como válida solamente a aquellas respuestas que indiquen el desarrollo activo de actividades físicas, puesto que son ellos los interesados inherentemente en productos para la realización de dichas actividades de ejercicio.

5.5 Técnicas e instrumentación aplicadas

Un buen instrumento determina en gran medida la calidad de la información, siendo esta la base para las etapas subsiguientes y para los resultados. Conjunto de herramientas y procedimientos utilizados para recolectar datos para poder recopilar, analizar, examinar y exponer la información con la que se ha encontrado, con el objetivo de adquirir nuevos conocimientos.

5.5.1 Técnicas

Como técnica de investigación se ha seleccionado a la encuesta, la cual es una técnica de investigación cualitativa-cuantitativa, en la que el encuestador se sujeta a la percepción del encuestado, pero concede espacio para que este exprese sus propios puntos de vista. Es la herramienta utilizada para la recolección de datos, caracterizada por su eficacia, permitiendo aclarar ciertas preguntas de interés. Por medio de la encuesta se considera quien es el público objetivo y existe algún subgrupo que valga la pena explorar y que permita obtener información valiosa para la investigación. Ayuda a tener ideas innovadoras, porque los mismos clientes ayudan a conocer sus experiencias para que el producto o servicio que se quiere ofrecer sea de mejor calidad y cumpla con las expectativas.

5.5.2 Instrumentos aplicados.

- Estudio de Mercado: El instrumento que se utilizará para la encuesta es el software Microsoft Forms. La cual será enviada por redes sociales a personas que practican algún deporte o actividades físicas ya sea por salud o rutina.
- Estudio Técnico: Diagrama de flujo de proceso, Layout, Lista de materiales
- Estudio Financiero: Lean Model Canvas para poder determinar: Costos, Proveedores, Clientes, Aliados estratégicos y Viabilidad financiera.

En relación con el instrumento metodológico seleccionado, se plantea a continuación la tabla de preguntas que componen la encuesta, un instrumento aplicado y dirigido a una muestra que realiza la actividad física de manera continua. Esta encuesta está formulada por 14 preguntas, que servirán para conocer las tendencias del mercado meta de la empresa. Esto ayudara a comprender de mejor forma las dimensiones de la variable del mercado. Se utilizará un método de preguntas cerradas, selección múltiple.

Tabla 5. 17.Preguntas de la encuesta

EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ROPA DEPORTIVA DE FIBRA DE BAMBÚ, SAN PEDRO SULA, HONDURAS.	
Desarrollo de las interrogantes:	
1	Genero: Femenino Masculino
2	Edad: 1. 15 a 21 años 2. 22 a 30 años 3. 31 a 30 años 4. 41 a 45 años
3	¿Compra ropa deportiva? Si No
4	¿Con qué frecuencia compra usted ropa deportiva? 1. Cada mes 2. Cada 2 – 3 meses 3. Cada 4 – 5 meses 4. Una vez al año
5	Dentro de los siguientes rangos, ¿Cuál es su salario promedio de ingreso mensual? 1. L. 5,000.00 – L. 10,500.00 2. L. 10,501.00 – L.13,500.00 3. L. 13,501.00 – L. 16,500.00 4. L. 16,501.00 – 19,500.00 5. L. 19,501.00 – L. 22,500.00 6. Mayor a L. 22,501.00
6	¿Qué tipo de ropa deportiva compra normalmente? 1. Camiseta 2. Top 3. Leggings 4. Buzo 5. Short 6. Sujetador 7. Licra
7	¿Cuándo realiza una compra, cuantas prendas de ropa deportiva adquiere? 1. Entre 1 a 2 Entre 3 a 4 Entre 5 a 6 Entre 7 a 8 Más de 9
8	¿Qué estilo de ropa deportiva es de su interés? 1. Ropa de compresión 2. Ligera

Fuente: Elaboración propia, 2022.

Tabla 5. 18 Continuación de las preguntas de la encuesta

9	<p>¿Cuál es el precio promedio que paga por la ropa deportiva que compra?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Hasta L.199.00 2. Entre L.200 y L.300.00 3. Entre L.201.00-L.400.00 4. Entre L.401.00 y L. 500.00 5. Más de L.500.00
10	<p>¿En qué lugares comúnmente compra su ropa deportiva?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Centro Comercial 2. Ropa de segunda 3. Establecimientos de marca 4. Redes sociales 5. Páginas Web
11	<p>Al momento de comprar ropa deportiva, ¿Qué es lo primero que toma en cuenta?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Diseño 2. Precio 3. Calidad 4. Material 5. Moda 6. Color
12	<p>¿Le interesan los productos ecológicos, o que ayuden a la conservación del medio ambiente?</p> <p>Si No</p>
13	<p>¿Conoce usted alguna empresa o negocio que comercialice ropa deportiva entera de fibra de Bambú, en San Pedro Sula?</p> <p>Si No</p>
14	<p>¿Sabía usted de los beneficios de las prendas de Bambú?</p> <p>Si No</p>

Fuente: Elaboración propia, 2022.

5.6 Fuentes de información

Tabla 5. 19. Fuentes de información

Tipo de Información	Técnicas de Investigación	Instrumentos de Investigación
Información secundaria	Análisis de documentos	Libros, Documentales, Revistas, Tesis de grado y artículos científicos de revistas y páginas web relacionados con el tema.
Información primaria	Encuesta	Cuestionario
	Grupo focal	Fichas de discusión y resumen.

Fuente: Elaboración propia, 2022.

5.6.1 Fuentes primarias.

Las fuentes primarias son elementales en un estudio, ya que facilitan resultados verificados de forma directa, de tal modo que a validación de tal información dependerá de la efectividad,

estructura, criterios y aplicabilidad de los instrumentos utilizados por el investigador. Se exponen los métodos utilizados en aras de recolección de información primaria: Por ende, como fuentes primarias se utiliza la encuesta y la observación directa, ya que durante el desarrollo de la formación académica se han recopilado datos para el cumplimiento de los requerimientos actuales en la investigación. Además de ello, a través de grupos focales se ha podido organizar, analizar, interpretar y plasmar la información recopilada en esta.

5.6.2 Fuentes secundarias.

En relación con las fuentes secundarias, estas se focalizaron principalmente en los datos facilitados por: Alcaldía municipal de San Pedro Sula a través de su Plan Maestro para el Desarrollo Municipal, Memorias Banco Central, Informes económicos Secretaría de Desarrollo Económico, Línea base del Instituto Nacional de Estadística (INE), Investigaciones por periódicos, entre otros.

5.7 Limitantes de la investigación

Existen facilidades para acceder a información de productos textiles, pero estas se reducen cuando se investiga sobre las incursiones específicas del sector textil, es decir, producción tradicional de ropa deportiva, sobre la producción y comercialización en la zona ha sido necesario la ampliación de la investigación tomando como referencia las similitudes en indicadores socioeconómicos (demográficos, sociales, ambientales y económicos).

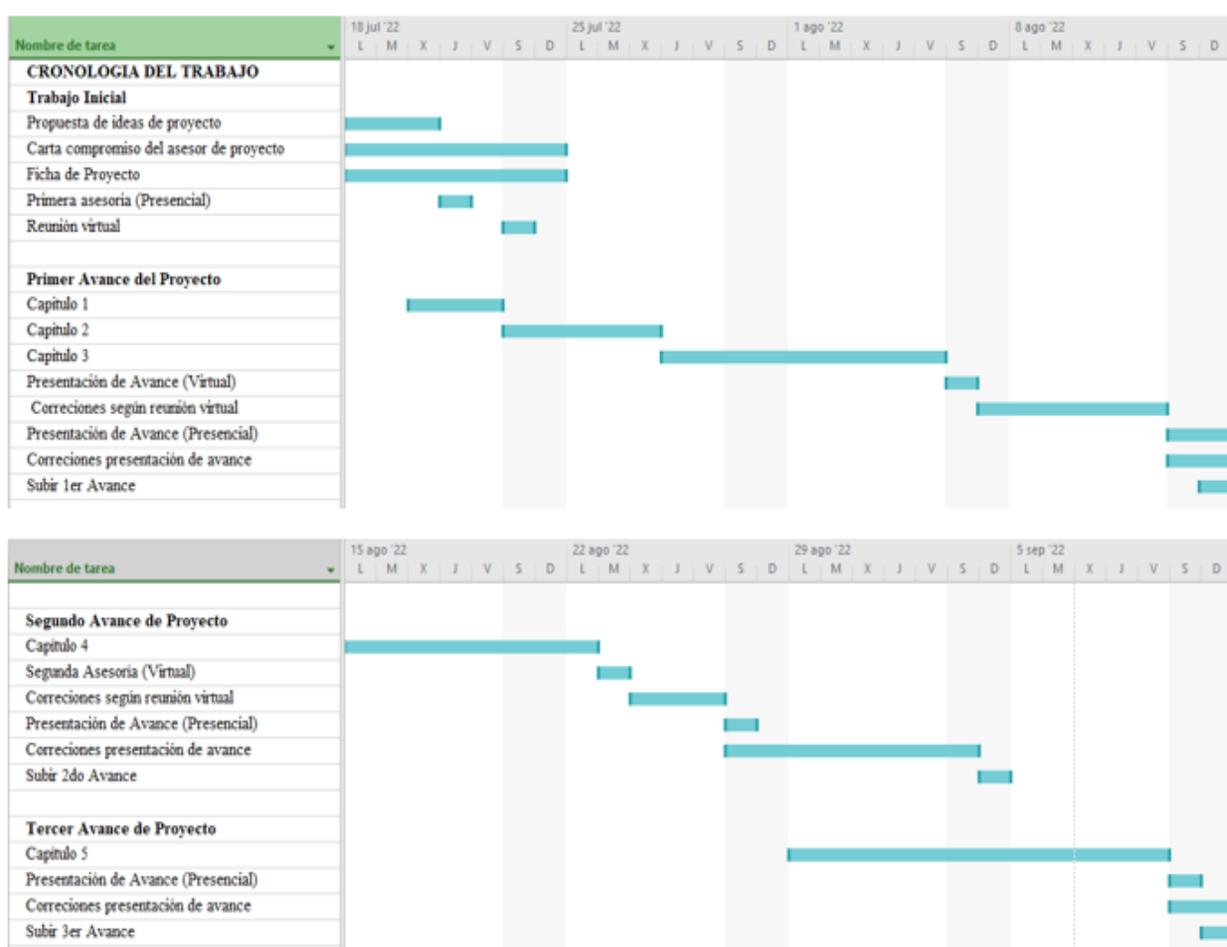
No existe un análisis en función del fomento y mejoramiento de la cadena de valor textil de ropa deportiva, solamente generalizado, además el producto desconoce parcialmente de alguna tecnología que esté validada y en funcionamiento para darle un valor agregado al producto. No

existe un sistema organizado de comercialización entre los productores, cada socio de la organización vende su producto individualmente.

5.8 Cronología de trabajo

Figura 5.14. Cronología de trabajo fase I

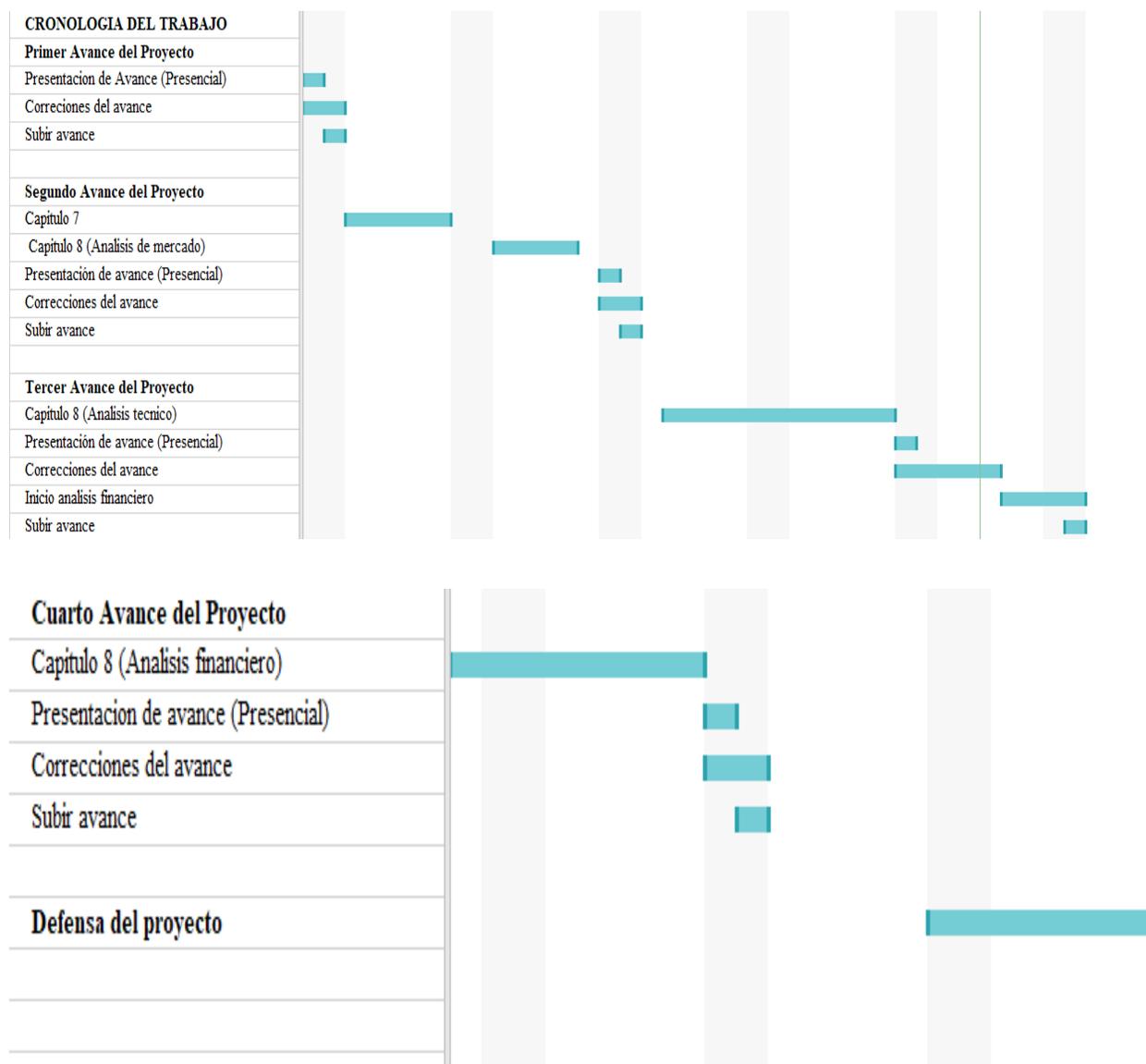
Fase I



Fuente: Elaboración propia, 2022.

Fase II

Figura 5. 15 Cronología de trabajo fase II



Fuente: Elaboración propia, 2022.

VI. LEVANTAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS

Análisis FODA

Con el objetivo de obtener el máximo provecho de las fuerzas y oportunidades y minimizar el impacto de las debilidades y amenazas. Se realiza un análisis DAFO para obtener un panorama sobre la situación a la que se enfrentara la empresa, tomando en consideración aspectos del mercado.

Figura 6. 16 Análisis FODA



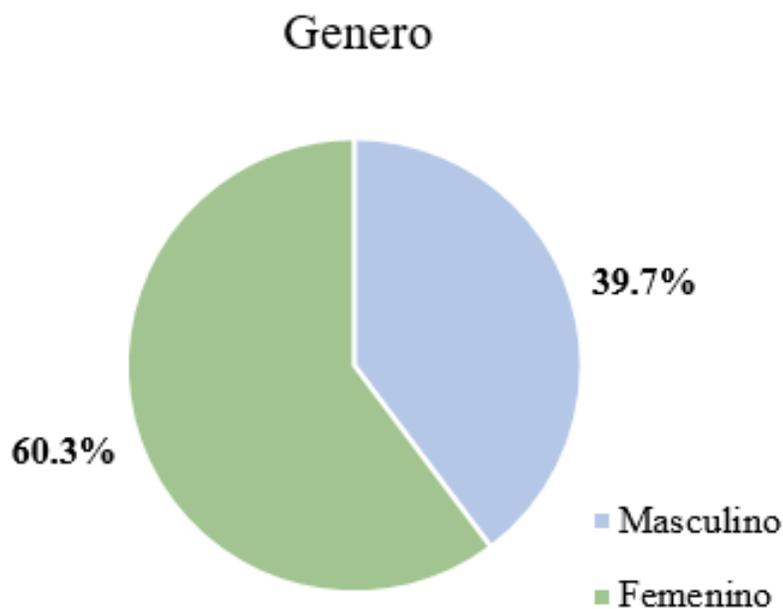
Fuente: Elaboración propia, 2022.

En este capítulo se procesará y analizarán la información a través de los datos recogidos por el instrumento de investigación y poder presentarla de manera clara y comprensible con la finalidad de lograr determinar conclusiones basándose en los resultados obtenidos a través de las encuestas aplicadas a la muestra elegida de la población de interés para la empresa productora y comercializadora de ropa deportiva a base de fibra de bambú.

Se aplicaron 385 encuestas de forma directa, haciendo uso de software de recopilación de datos Microsoft Forms.

En el siguiente gráfico se representa que el 60.3% de las personas encuestadas, fueron mujeres y el 39.7% fueron hombres. Por lo que

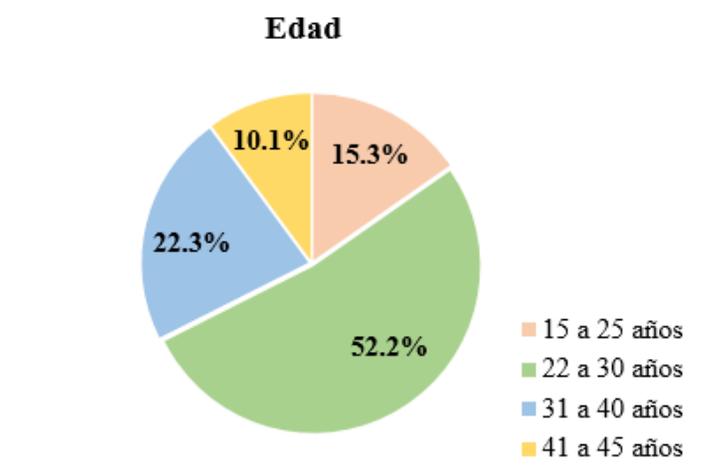
Gráfico 6. 1 Conocimiento de la población encuestada



Fuente: Elaboración propia, 2022.

En el siguiente gráfico se representa que el 52.2% de las personas encuestas se encuentran en el rango de edad entre 22 a 30 años.

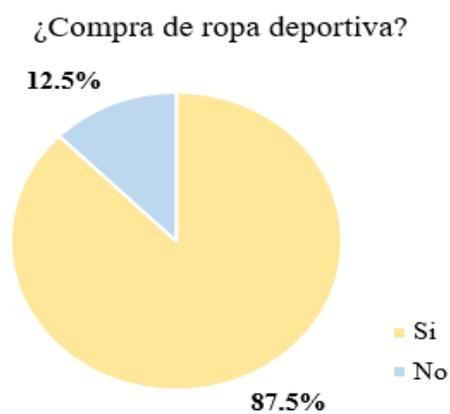
Gráfico 6. 2. Rango de edad



Fuente: Elaboración propia, 2022.

El siguiente gráfico se representa que el 87.5% de las personas encuestas, si compran ropa deportiva.

Gráfico 6. 3. Conocimiento del mercado meta.

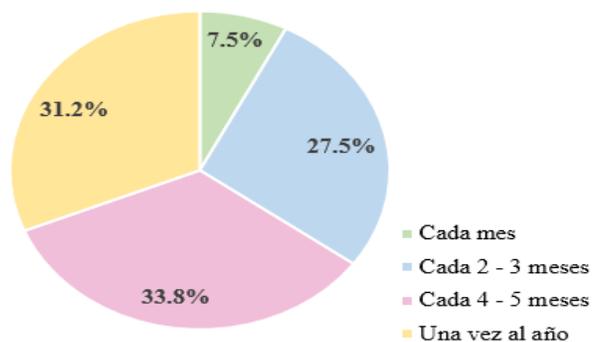


Fuente: Elaboración propia, 2022.

En el siguiente gráfico se representa que el 33.8% de las personas encuestadas, compran ropa deportiva cada 4 – 5 meses.

Gráfico 6. 4.Frecuencia de consumo

¿Con que Frecuencia compra usted ropa deportiva?

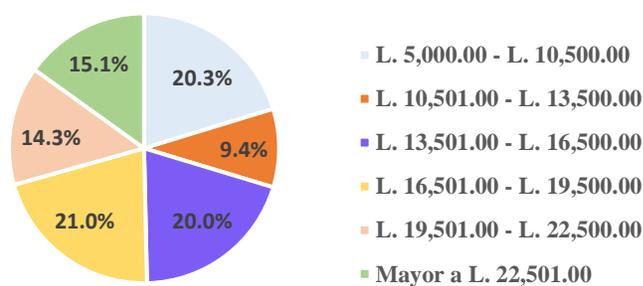


Fuente: Elaboración propia, 2022.

En el siguiente gráfico se representa que el 21% de las personas encuestadas, se encuentran en el rango salarial entre L.16, 501.00 – L.19, 500.00

Gráfico 6. 5.Salario promedio

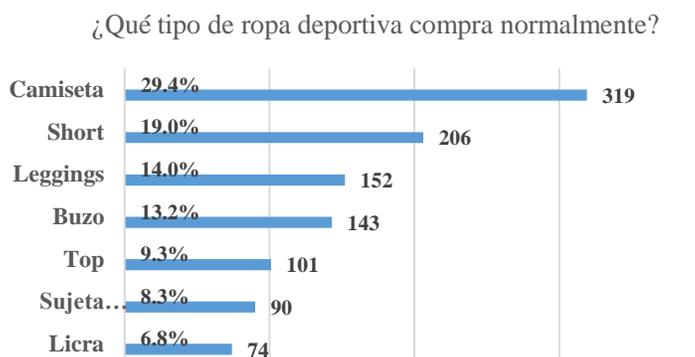
Dentro de los siguientes rangos, ¿Cuál es su salario promedio de ingreso mensual?



Fuente: Elaboración propia, 2022.

En el siguiente gráfico se representa que el 29.4% de personas encuestada que compran ropa deportiva prefieren las camisetas. (Pregunta tipo selección múltiple, de la cual se obtuvieron 1,085 respuestas).

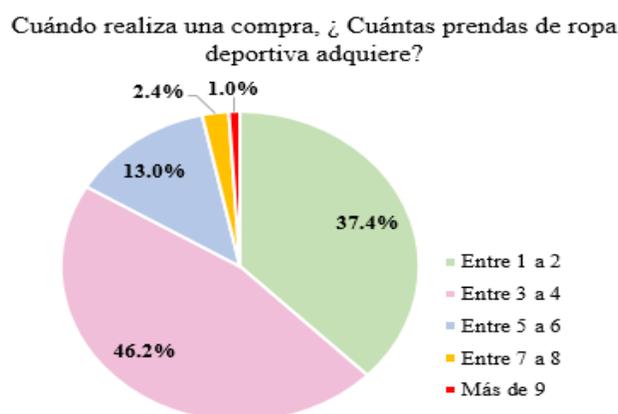
Gráfico 6. 6. Tipo de ropa deportiva que compran los clientes



Fuente: Elaboración propia, 2022.

En el siguiente gráfico se representa que el 46.2% de las personas encuestadas, al momento de realizar una compra de ropa deportiva adquieren entre 3 a 4 prendas.

Gráfico 6. 7. Cantidad de ropa que compra el cliente

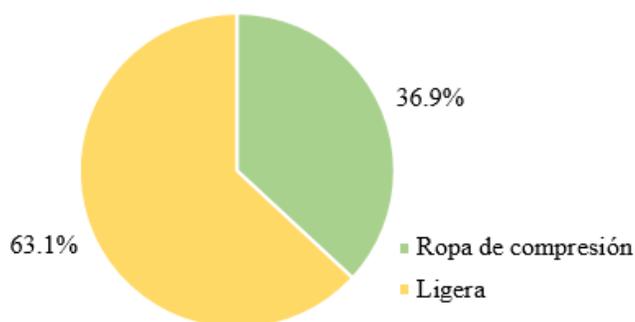


Fuente: Elaboración propia, 2022.

En el siguiente gráfico se representa que el 63.1% de las personas encuestadas, el estilo de ropa deportiva de su interés es la ropa ligera.

Gráfico 6. 8. Estilo de ropa deportiva de interés para el cliente

¿Qué estilo de ropa deportiva es de su interés?

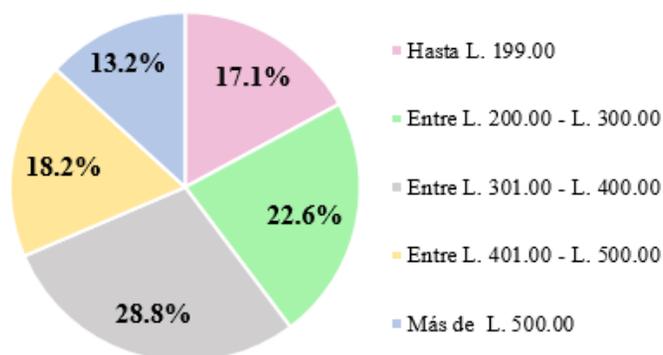


Fuente: Elaboración propia, 2022.

En el siguiente gráfico se representa que el 28.8% de las personas encuestadas, están dispuestas a pagar un promedio entre L.301.00 – L. 400.00 por una prenda.

Gráfico 6. 9. Promedio que paga un cliente por una prenda

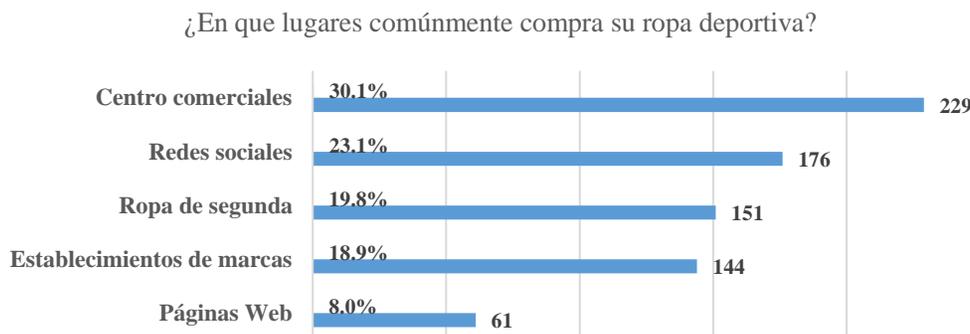
¿Cuál es el precio promedio que paga por la ropa deportiva que compra?



Fuente: Elaboración propia, 2022.

En el siguiente gráfico se representa que el 30.1% de las personas encuestas, comúnmente compran su ropa deportiva en los centros comerciales. (Pregunta tipo selección múltiple, de la cual se obtuvieron 761 respuestas).

Gráfico 6. 10. Lugares posibles para comprar ropa deportiva



Fuente: Elaboración propia, 2022.

En el siguiente gráfico se representa que el 27% de las personas encuestadas, al momento de comprar ropa deportiva toman en cuenta la calidad. (Pregunta tipo selección múltiple, de la cual se obtuvieron 1,151 respuestas).

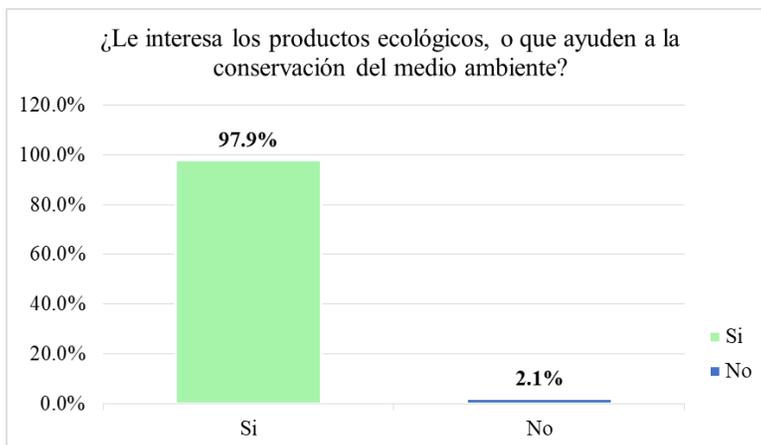
Gráfico 6. 11. Interés del cliente al momento de comprar ropa deportiva



Fuente: Elaboración propia, 2022.

En el siguiente gráfico se representa que el 97.9% de las personas encuestadas, están interesadas por la conservación del medio ambiente.

Gráfico 6. 12. Interés por la conservación del medio ambiente

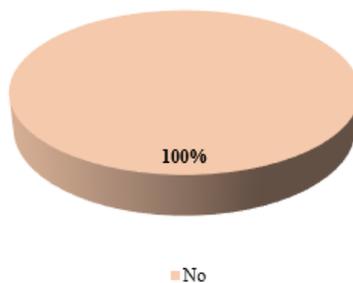


Fuente: Elaboración propia, 2022.

En el siguiente gráfico se representa que el 100% de las personas encuestadas no conocen ninguna empresa o negocio que comercialice ropa deportiva a base de fibra de bambú en San Pedro sula, por lo tanto, la empresa no tiene competencia directa del producto.

Gráfico 6. 13 Conocimiento de empresas de ropa deportiva a base de fibra de bambú

¿Conoce usted alguna empresa o negocio que comercialice ropa deportiva en tela de fibra de Bambú, en San Pedro Sula?

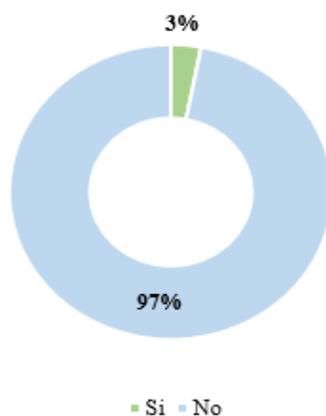


Fuente: Elaboración propia, 2022.

En el siguiente gráfico se representa que el 97% de los encuestados no conocen los beneficios que tiene la primera planta de Bambú y como resultado se tiene desconocimiento de los atributos que tiene las prendas en este caso deportivas de Bambú y el 3 % de los encuestados si conoce prendas como realizadas con el Bambú.

Gráfico 14 Conocimiento del beneficio del bambú

¿Sabía usted de los beneficios de las prendas de Bambú?



Fuente: Elaboración propia, 2022.

Resultados: con el fin innovar un nuevo producto al mercado con una fibra diferente a las que comúnmente están acostumbrados los compradores de ropa deportiva, se le pregunto a los encuestados sobre la frecuencia con la que compran ropa deportiva y el 33.8% selecciono cada 4 a 5 meses. Seguido a esto, el 46.2% de personas encuestadas, adquieren entre 3 a 4 prendas deportiva al momento de realizar una compra.

El 80.8% de las personas encuestadas, al momento de comprar ropa deportiva toman en cuenta la calidad del producto. Y el 100% de las personas encuestadas no conocen ninguna empresa ni negocio que elaboren ropa deportiva a base de fibra de Bambú.

VII. PROPUESTA DESPUÉS DEL ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

Basado en los resultados obtenidos de la instrumentación metodológica y estudios secundarios previos se ha podido establecer un análisis sobre las percepciones de los clientes y su entorno para el desarrollo del proyecto.

La base teórica del marketing mix de las 4P se desarrolla a través de la descripción del producto, plaza, precio y promoción, cuyo contenido se describe a continuación:

- Producto: El producto a introducirse es ropa deportiva con la particularidad de su textura y materiales, ya que uno de sus componentes adicionales es la fibra de bambú.
- Plaza: La distribución y comercialización del producto se hará tanto a través de una tienda única de la empresa como de distribuidores autorizados como almacenes, tiendas de venta de ropa deportiva, entre otras de interés.

Figura 7. 17 Plantillas de plaza



Fuente: Google, 2022

- Precio: Con base a los resultados obtenidos en el instrumento de recolección de datos primarios la encuesta a través de la muestra poblacional identificada se ha de determinar el precio de venta del producto, sin embargo, el precio es un elemento variable, susceptible a los cambios del mercado.
- Promoción: Los aspectos de distribución y comercialización se definen de conformidad a los acuerdos llevados a cabo con clientes potenciales (Almacenes y tiendas deportivas), así como la capacidad instalada de ofertar los productos al mercado por medio de una tienda, en la cual se deben incluir todos los medios de promoción tradicionales (radio, televisión, revistas, periódicos, hojas volantes, entre otros) y contemporáneos (redes sociales, páginas webs, plataformas virtuales, entre otros).

Figura 7. 18 Plantillas de promoción



Fuente: Elaboración propia, 2022.

Tabla 7. 20 Análisis de las 4P del marketing

Análisis de las 4P del marketing			
Producto	Precio	Plaza	Promoción
Ropa deportiva a base de fibra de bambú	L. No definido	En las instalaciones comerciales de Paseo los Próceres (Ver estudio técnico)	Comercialización a través de medios tradicionales y contemporáneos

Fuente: Elaboración propia, 2022.

7.1 Nombre de la propuesta

Creación de una empresa productora y comercializadora de ropa deportiva de fibra de bambú, San Pedro Sula, Honduras.

7.2 Situación actual

En base a los resultados obtenidos de las encuestas realizadas dirigido aquellas personas que están activamente a una actividad física. Se obtuvo un alto porcentaje de personas que si compran ropa deportiva, siendo así, que al momento de hacer una compra toman en cuenta la calidad que tienen las prendas y el lugar de sus preferencias.

Figura 7. 19.Situación actual



Fuente: Elaboración propia, 2022.

Con esta información se determina la necesidad de poder implementar este tipo de producto vendría a contribuir positivamente al medio ambiente y a la población, ya que serán elaboradas por una fibra de alta calidad.

7.2.1 Misión

Ser una empresa responsable de la distribución y comercialización de ropa deportiva en base de bambú en el municipio de San Pedro Sula, Honduras, con los mayores estándares de calidad, estilo único y con precios accesibles del mercado como parte de la integración estratégica de las ventajas competitivas.

7.2.2 Visión

Ser una empresa referente en la región en distribución y comercialización de ropa deportiva en base de bambú, empoderando su imagen empresarial en la promoción sostenible de la producción.

7.2.3 Valores institucionales.

Figura 7. 20.Valores



Fuente: Elaboración propia, 2022.

1. Confianza:

Trabajar con transparencia, y generar la confianza de los asociados hacia los dirigentes de la organización.

2. Humildad:

Ser humildes para que todos los proyectos sean aprobados por la mano de Dios

3. Integridad:

Para con los demás y con la empresa ser integro en toda su extensión

4. Disponible al Cambio:

Estar preparados para los cambios y adaptarse a ellos siempre y cuando sean de beneficio

5. Solidaridad:

Como empresa de carácter social, es debidamente responsable para nosotros ser solidarios con la sociedad en general

6. Lealtad:

Caracterizarnos por ser leales en todo el ámbito laboral y empresarial.

7.3 Desarrollo de la propuesta

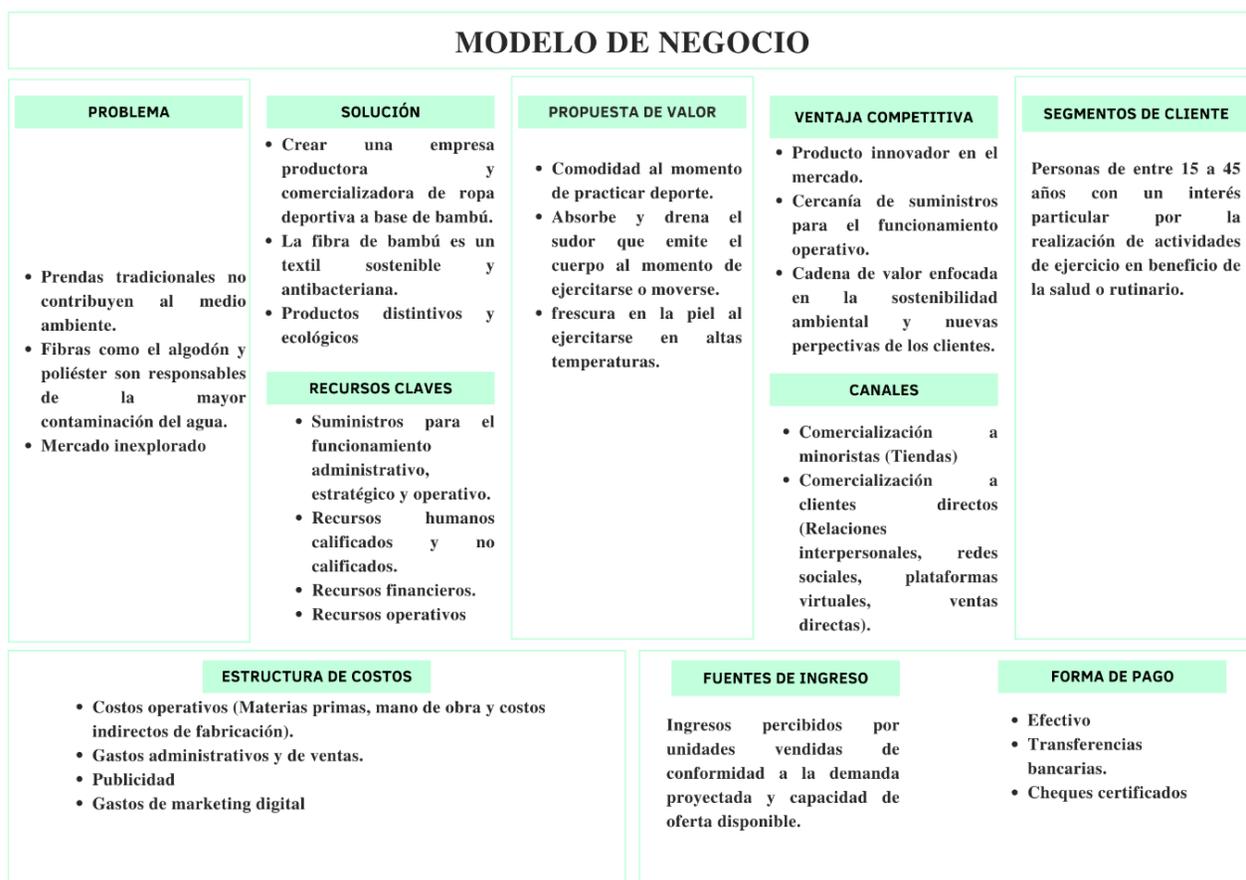
En la creación de esta empresa es importante definir una propuesta de layout, el cual “es una disposición adoptada en la implantación física de los procesos” (Mejía B. , 2018), en la que se puedan detallar cada una de las actividades del proceso productivo, la determinación de las partes interesadas internas y la secuencia logística de la cadena de abastecimiento en el proceso de confección (producción), comercialización y distribución del producto. Este diseño requiere de la descripción básica de los puntos clave, en la que se pueda establecer inicialmente los insumos requeridos, personal y decisiones a tomar entorno a ella. De esta manera, puede garantizarse que será posible ofertar de conformidad a la capacidad instalada como parte de la captación de la

demanda del mercado y de esta manera cumplir con las expectativas proyectadas con relación a los ingresos.

7.3.1 Propuesta de Modelo de negocio

Los 9 cuadrantes del Business Model Canvas permiten que se puedan involucrar en el mundo de finanzas, ingresos y costos. De modo que es necesario resolver la generación de ingresos a través de los precios, de acuerdo con el servicio y tomando en cuenta los costos que se deben cubrir para la ganancia que se desea obtener en el negocio.

Figura 7.21. Modelo de negocio



Fuente: Elaboración propia, 2022.

1. Problema:

En el sector empresarial de textiles de ropa deportiva no existe ninguna empresa que confeccione dicho producto en base a fibra de bambú, por lo que se convierte en un problema al momento de sustentar o establecer los criterios del entorno mercadológico para validar su viabilidad en el mercado.

2. Solución:

En vista del nicho de negocio, se pretende la realización de un estudio de viabilidad para la producción y comercialización de ropa deportiva a base de fibra de bambú, en la cual se consideran los aspectos situacionales, estudio de mercado, técnico y financiero, así como también los distintos escenarios de sensibilidad para su incursión en el mercado.

3. Propuesta de valor:

Bajo las consideraciones relevantes del proyecto, el cual yace en su funcionamiento operativo como empresa productora y comercializadora de ropa deportiva y su relación con tres aspectos fundamentales para su desarrollo.

En primera instancia, el desarrollo productivo de conformidad a los estándares de calidad y sostenibilidad ambiental, por otra parte, su adecuado control interno sobre los distintos eslabones de la cadena de valor (optimización de recursos) y finalmente la dirección estratégica en la gestión del talento humano hacia el cumplimiento de la planificación organizacional y su enfoque hacia la visión empresarial.

4. Ventaja competitiva:

- El ser un producto innovador le permitirá a la empresa captar la atención del consumidor, siempre y cuando las estrategias de posicionamiento y canales de distribución permitan esa afiliación al consumidor

- El abastecimiento de suministros para la operatividad ha de garantizar su buen funcionamiento, en cumplimiento de las exigencias del mercado entorno a la demanda y su capacidad de oferta.
- La conjugación adecuada de los objetivos empresariales (financieros) el medio ambiente (sociedad) y el cliente (preferencias) le permitirá garantizar el cumplimiento de las proyecciones.

5. Segmentos de clientes:

Se ha identificado una aceptación de intención de compra del 87.5% de la población meta (218,724.63 personas) de entre 15 a 45 años, los cuales demuestran una frecuencia mensual del mercado de 12,509.83 personas y un consumo de unidades de 9,654.26.

6. Recursos claves:

- El establecimiento de los insumos necesarios para la producción permitirá una adecuada planificación de gastos.
- La protocolización del proceso de reclutamiento, selección e inducción de personal permitirá una adecuada gestión del talento humano.
- Planificación de la proyección de ingresos, costos y gastos permitirá mantener un análisis continuo sobre en análisis de os escenarios de captación de fondos.

7. Canales:

Acercamiento a clientes a través de clientes minoristas (tiendas de ropa deportiva o prendas en general) y clientes finales (tienda propuesta).

8. Estructura de costos:

- Clasificación de los materiales (directos e indirectos), mano de obra (directa e indirecta) y costos indirectos de fabricación.
- Presupuesto de los gastos administrativos y de ventas estimados.

9. Fuente de ingresos:

Los ingresos se determinan de conformidad a las proyecciones de la demanda y la capacidad de oferta.

- Forma de pago:

Podrán ser en efectivo, transferencias y cheques, dando lugar a posibles cobros a través de tarjetas de crédito o débito posterior a la gestión bancaria pertinente.

VIII. APLICABILIDAD

En este capítulo se detalla la propuesta seleccionada para resolver la hipótesis, el tiempo que tardará, el seguimiento necesario, y se establecen parámetros de control para confirmar que la aplicación es la más adecuada para el proyecto.

8.1 Análisis de mercado

Un análisis de mercado es la base del éxito económico de cualquier empresa, independientemente de su tamaño o industria. Considerando que un análisis de mercado nos permite realizar una evaluación para validar el tamaño en el ámbito que nos encontramos identificando el valor del mercado, canales de distribución, clientes potenciales, necesidades, los hábitos de compra, el entorno económico, segmentación de clientes, tendencias, regulaciones, además de conocer la competencia. Las fuerzas competitivas y sus causas revelan el origen de la rentabilidad de un sector lo que permite anticiparse a la competencia además de influir en ella y la rentabilidad a largo plazo.

Estas fuerzas competitivas determinan la rentabilidad de un sector y se transforman en elementos importantes de la elaboración de la estrategia.

- 1. Poder de negociación con los clientes: barrera alta,** los clientes son exigentes al pasar del tiempo, sus expectativas de compra relacionan una combinación de criterios como el precio, calidad y servicio, dando lugar a condicionantes con respecto a las proyecciones de márgenes de utilidad y expectativas del producto en el mercado. De este modo, algunos de los posibles clientes para este producto son los clientes directos (Tienda propia) y distribuidores como Almacenes El Compadre, Sport City, entre otros.

Mencionando que el 87.5% de las personas que fueron encuestadas si están interesados en la compra de ropa deportiva y 80.8% al momento de comprar este tipo de prenda lo que toman en cuenta es la calidad.

- 2. Poder de negociación con los proveedores: barrera baja,** cabe mencionar, que se considera como barrera baja, porque la adquisición de maquinaria y los recursos necesarios para la empresa se tiene que posibles proveedores serán a nivel nacional y a nivel internacional, se buscara la relación de calidad, precio más considerable para que el impacto en las ganancias sea positivo y que se mantengan precios razonables para los clientes, ya que es una empresa nueva no está en condición de tener precios muy elevados.
- 3. Amenaza de entrada de nuevos competidores: barrera alta,** existen múltiples empresas en la distribución y comercialización de ropa deportiva de marcas reconocidas como Sportline, DIUNSA, FitSport, Time Out, Almacenes El Compadre, Carrión, entre otros, con un alto nivel competitivo e incidencia a nivel nacional.

Por ello, este elemento es una barrera alta, puesto para introducirse en este tipo de rubros se requiere la consideración de factores técnicos y financieros que determinen su sostenibilidad a largo plazo.

4. **Amenaza de ingreso de nuevos sustitutos: barrera media**, los mercados textiles continuamente innovan, nuevos tipos de tela, materiales o sistematización de los procesos productivos, aspectos de mercado como las tendencias y demás elementos dependientes del cliente hacen la necesidad de invertir en nuevas tecnologías, pero que de otra manera limitan a empresas emergentes por el alto costo que este puede implicar.
5. **Rivalidad entre los competidores: barrera alta**, las empresas de ropa deportiva presentan una competencia alta, puesto que existen múltiples empresas de su distribución de manera directa o indirecta, con un alto capital de trabajo y posicionamiento en el mercado (experiencia en el rubro).

Figura 8. 22 Análisis de las fuerzas de Porter.

PERFIL COMPETITIVO	<i>Hostil</i>	<i>Nada</i>	<i>Poco</i>	<i>Medio</i>	<i>Alto</i>	<i>Muy Alto</i>	<i>Favorable</i>
Rivalidad empresas del sector							
- Crecimiento	<i>Lento</i>		x				<i>Rápido</i>
- Naturaleza de los competidores	<i>Muchos</i>				x		<i>Pocos</i>
- Exceso de capacidad productiva	<i>Si</i>		x				<i>No</i>
- Rentabilidad media del sector	<i>Baja</i>			x			<i>Alta</i>
- Diferenciación del producto	<i>Escasa</i>			x			<i>Elevada</i>
- Barreras de salida	<i>Bajas</i>			x			<i>Altas</i>
Barreras de Entrada							
- Economías de escala	<i>No</i>			x			<i>Si</i>
- Necesidad de capital	<i>Bajas</i>				x		<i>Altas</i>
- Acceso a la tecnología	<i>Fácil</i>		x				<i>Difícil</i>
- Reglamentos o leyes limitativos	<i>No</i>		x				<i>Sí</i>
- Trámites burocráticos	<i>No</i>	x					<i>Sí</i>
- Reacción esperada actuales competidores	<i>Escasa</i>				x		<i>Enérgica</i>
Poder de los Clientes							
- Número de clientes	<i>Pocos</i>		x				<i>Muchos</i>
- Posibilidad de integración ascendente	<i>Pequeña</i>			x			<i>Grande</i>
- Rentabilidad de los clientes	<i>Baja</i>			x			<i>Alta</i>
- Coste de cambio de proveedor para cliente	<i>Bajo</i>		x				<i>Alto</i>
Productos sustitutos							
- Disponibilidad de Productos Sustitutivos	<i>Grande</i>		x				<i>Pequeña</i>
CONCLUSIÓN	> Estamos en un mercado de competitividad relativamente alta, pero con ciertas modificaciones en el producto y la política comercial de la empresa, podría encontrarse un nicho de mercado.						Total
							44

Fuente: Elaboración propia, 2022.

Tomando en cuenta todo lo antes mencionado, se ha realizado un diagnóstico para evaluar las 5 fuerzas de Porter obteniendo una sumatoria de 44 de 75 puntos, siendo 75 una situación excelente y 30 una situación muy difícil para penetrar el mercado; se concluye que la idea de negocio se encuentra en un mercado de competitividad relativamente alta, pero con ciertas modificaciones en el producto/ servicio y la política comercial de la empresa podría encontrarse un nicho de mercado.

8.2 Análisis de la demanda

El análisis de la demanda es el proceso de entender la demanda de los consumidores hacia un producto o servicio en un mercado objetivo. Las técnicas de análisis se utilizan para abrir camino a un mercado exitosamente y generar los resultados esperados. (David Torres, 2021)

8.2.1 Tamaño aproximado de la muestra

Una población es de 249,971 habitantes de la población económicamente activa ocupada, de los cuales el 46.75% (116,873.73) son hombres y un 53.24% (133,097.27) son mujeres, el tamaño aproximado de la muestra será de 385 habitantes, siendo un 60.3% mujeres (232 encuestados) y 39.7% hombres (153 encuestados); entre los 15 y 45 años de municipio de San Pedro Sula, Cortés.

8.2.2 Mercado disponible

Basados en los resultados de la instrumentación, se expone que en los diferentes centros o espacios donde se realizan actividades de carácter físico o ejercicios generalizados en el municipio de San Pedro Sula, Cortés, el 52.2% del mercado disponible se encuentran en el rango de edad entre 22 a 30 años y un 22.3% de 31 a 40 años, dando lugar a un estilo de preferencial de la etapa

de vida del joven adulto y adulto, de manera que por medio de los demás criterios del cuestionario se relacionan los datos para determinar la viabilidad de comercialización del producto propuesto.

8.2.3 Cálculo de la demanda

La demanda actual corresponderá a la sumatoria de los datos obtenidos en una encuesta conforme al cálculo de las cantidades las cuales son obtenidas de manera individual. Basado en la pregunta número 3 del cuestionario de la encuesta se detalla que la estimación de intención de compra de la población es de 218,724.63 personas, es decir, de la muestra 337 personas respondieron que, si compran ropa deportiva, mientras un 12.50% indico que no lo hacían, el cual equivale a 48 personas.

Tabla 8. 21 Análisis de intención de compra de ropa deportiva

Análisis de intención de compra de ropa deportiva		
Si	87.50%	218,724.63
No	12.50%	31,246.38
Total	100.00%	249,971.00

Fuente: Elaboración propia, 2022.

Tabla 8. 22 Análisis de la frecuencia de compra.

Análisis de frecuencia de compra						
Criterio	Tiempo	Promedio Mensual	% Frecuencia compra	Distribución muestra	Impacto en la población meta	Equivalente Anual en personas
Cada mes	30	0.08333333	7.50%	28.875	16,404.35	1,367.03
Cada 2 a 3 meses	90	0.41666667	27.50%	105.875	60,149.27	25,062.20
Cada 4 a 5 meses	150	0.75	33.80%	130.13	73,928.92	55,446.69
Una vez al año	365	1	31.20%	120.12	68,242.08	68,242.08
Totales			100.00%	385	218,724.63	150,118.00

Fuente: Elaboración propia, 2022.

La tabla anterior muestra una frecuencia de compra mensual de 1,367.03 personas, considerando una cuantía mensual de conformidad al promedio mensual de 0.08333 veces, seguido por 25,062.20 personas que visitaran entre 2 a 3 meses, 55,446.69 personas de 4 a 5 meses y alrededor de 68,242.08 personas una vez al año. Este tipo de relaciones de promedio da lugar a una visita promedio de compras mensuales en el mercado de alrededor de 12,509.83.

Tabla 8. 23 Frecuencia de cantidad de compra

Análisis de frecuencia de cantidad de compra						
Criterio	Tiempo	Promedio Mensual	% Frecuencia compra	Distribución muestra	Impacto en la población meta	Equivalente Anual en Unidades
Entre 1 a 2 unidades	30	0.25	37.40%	143.99	81,803.01	20,450.75
Entre 3 a 4 unidades	120	0.58333333	46.20%	177.87	101,050.78	58,946.29
Entre 5 a 6 unidades	180	0.91666667	13.00%	50.05	28,434.20	26,064.69
Entre 7 a 8 unidades	240	1.25	2.40%	9.24	5,249.39	6,561.74
9 en adelante unidades	365	1.75	1.00%	3.85	2,187.25	3,827.68
Totales			100.00%	385	218,724.63	115,851.15

Fuente: Elaboración propia, 2022.

Lo tabla anterior muestra el comportamiento de frecuencia de compra de las personas que si tienen la intención de compra de productos deportivos en el mercado, los cuales equivalen a un promedio mensual de 12,509.83 personas en el mercado de la región del Valle de Sula. De este modo, basados en la intención de compra de la región (218,724.625 personas) y la frecuencia de visita en los distintos establecimientos de venta de ropa deportiva que equivale a 12,509.83 personas mensuales, se puede optar a que el proyecto propuesto puede lograr captar la intención de compra (demanda) de esta población por 9,654.26 unidades mensuales.

8.2.4 Determinación del tipo de demanda

Para realizar una óptima determinación de la demanda se tendrá en cuenta el resultado de la demanda actual que conforme a la misma es de 150,118.00 unidades anuales conforme a la variabilidad de sus frecuencias.

8.2.5 Proyección de la demanda.

El Municipio de San Pedro Sula mantiene un comportamiento demográfico dinámico en cuanto a su crecimiento, en vista que desde el censo de 1950 al 2013 se ha presentado una tasa de crecimiento constante de 4.19% la cual es mayor a la mostrada a nivel nacional (3.3%). El menor aumento en 2022 con un 1,52% (Mancomunidad de Municipios Garifunas de Honduras (MAMUGAH), 2021).

Tabla 8. 24 Proyección de la demanda futura.

Proyección de la demanda				
Fórmula	Equivalente Anual en Unidades	Índice de crecimiento poblacional en San Pedro Sula	No. de año	Demanda futura
$Df1=115,851.15(1+0.0152)$	115,851	1.52%	1	117,612.08
$Df2=115,851.15(1+0.0152)$			2	119,399.79
$Df3=115,851.15(1+0.0152)$			3	121,214.66
$Df4=115,851.15(1+0.0152)$			4	123,057.13
$Df5=115,851.15(1+0.0152)$			5	124,927.59

Fuente: Elaboración propia, 2022.

La tabla anterior muestra la demanda futura basado en el cálculo de la demanda previa y el índice de crecimiento poblacional en el Municipio de San Pedro Sula, con una proyección a 5 años.

8.3 Análisis de la oferta

La oferta en la actualidad dentro del municipio de San Pedro Sula se realiza bajo el cálculo de datos de una encuesta dirigida a la población que practica actividad física dentro de los establecimientos y zonas de ejercicio al aire libre o establecimientos cerrados que usan ropa deportiva cada vez que entran o se dirigen a estos establecimientos. De este modo, considerando la capacidad instalada de la producción del proyecto, se espera la captación de al menos el 5% de la demanda del producto en el mercado, una cuantía conservadora, pero apegada al equipo tecnológico, mano de obra disponible y capital de trabajo dispuesto por las partes interesadas internas del proyecto.

Tabla 8. 25 Oferta actual.

Análisis de capacidad de oferta en la frecuencia de la cantidad de compra						
Criterio	Promedio Mensual	% Frecuencia compra	Impacto en la población meta	Equivalente Anual en Unidades	Capacidad de oferta	
Entre 1 a 2 unidades	0.25	37.40%	81,803.01	20,450.75	1,023	
Entre 3 a 4 unidades	0.583333333	46.20%	101,050.78	58,946.29	2,947	
Entre 5 a 6 unidades	0.916666667	13.00%	28,434.20	26,064.69	1,303	
Entre 7 a 8 unidades	1.25	2.40%	5,249.39	6,561.74	328	
9 en adelante unidades	1.75	1.00%	2,187.25	3,827.68	191	
Totales		100.00%	218,724.63	115,851.15	5,793	
					483	Anual
					16	Mensual
						Diario

Fuente: Elaboración propia, 2022.

La tabla anterior muestra una capacidad de oferta o venta mensual de 16 unidades diarias, (483 mensuales) con un equivalente de 5,793 prendas anuales para cumplir con la demanda requerida.

8.3.1 Proyección de la oferta

Tabla 8. 26 Proyección de la oferta futura.

Proyección de la oferta				
Fórmula	Equivalente Anual en Unidades	Índice de crecimiento poblacional en San Pedro Sula	No. de año	Oferta futura
$Df1=5,792.56(1+0.0152)^1$	5,793	1.52%	1	5,880.60
$Df2=5,792.56(1+0.0152)^2$			2	5,969.99
$Df3=5,792.56(1+0.0152)^3$			3	6,060.73
$Df4=5,792.56(1+0.0152)^4$			4	6,152.86
$Df5=5,792.56(1+0.0152)^5$			5	6,246.38

Fuente: Elaboración propia, 2022.

Utilizando el mismo indicador del índice de crecimiento poblacional en el Municipio de San Pedro Sula se establece la proyección de oferta futura a 5 años, equivalente a un promedio de 6,062 unidades mensuales.

8.3.2 Análisis de precios

El análisis de precios es muy importante para determinar el valor en el mercado de los productos y servicios durante su ciclo de vida. Realizar este proceso demuestra cómo el producto, la distribución, el precio y las estrategias de promoción deben encajar en un plan de marketing y el posicionamiento del producto en la industria. Para asegurar la eficacia del análisis de precios, es necesario analizar el contexto actual.

Conforme a una investigación de acuerdo con las cadenas de almacenes, tiendas y apreciaciones de los encuestados que se encuentran dentro del municipio de San Pedro Sula, fue posible obtener los siguientes datos.

Figura 8. 23 Análisis de precios del mercado

No.	Empresa	Ubicación	Producto	Precio Unitario	Representación gráfica
1	DIUNSA	Cobertura a nivel nacional	Top Deportivo Everlast/Dama Mellow NGO	L. 534.00	
			Camiseta ADIDAS S/M NGO STD	L. 534.00	
			Camiseta New Balance para dama	L. 588.00	
			Short New Balance para dama RSO	L. 750.60	
2	TIME OUT	Cobertura a nivel nacional	Camiseta deportiva de equipos de fútbol	L.2,190.00	
			Puma Leggings Evorknit Tights Purple	L. 690.00	
3	Sport Line	Cobertura a nivel nacional	Remera Under Armor Ua Gi Foundation Latam	L.1,498.33	
			Musculosa ADIDAS W Essentials Linear	L. 966.66	
4	FITSPORT	Cobertura a nivel nacional	Crop Top Azúl Jaspe	L.470.00	

Fuente: Elaboración propia, 2022.

8.3.3 Análisis de la comercialización

En esta empresa los canales de distribución serán directos e indirectos, el producto se venderá directamente al consumidor, pero para incrementar los alcances se podrán abastecer algunos intermediarios.

8.3.4 Imagen empresarial

El logo que se creó para la empresa, como se puede observar en la imagen un panda, no son solo adorables, si no, que se percibe protección de la naturaleza, la fuerza, la suavidad, la paz y amistad, también cuando se ve un panda se imaginan inmediatamente el bambú y las mancuernas representan el ejercicio físico o competencias deportivas de las personas.

Figura 8. 24 Logotipo Sport Bamboo



Fuente: Elaboración propia, 2022.

Su nombre nace de los estudiantes Carlos Gonzales y Yorleny Evora, el cual significa “un empoderamiento físico del hondureño común fundamentado en un producto innovador”.

Figura 8. 25 Etiqueta Sport Bamboo



Fuente: Elaboración propia, 2022.

8.3.5 Estrategia de publicidad.

Aplicar estrategias de publicidad es fundamental para conseguir los objetivos de una empresa o negocio. La publicidad permite dar a conocer los productos o servicios de una entidad hacia un público objetivo, pero siempre y cuando se tenga trabajada por detrás una estrategia para garantizar mejores resultados. La publicidad de esta empresa contará con estrategias que permitan llegar de manera masiva y fácil a los clientes de manera que se usará herramientas tales como:

- Redes sociales: en la actualidad la compra y ventas de productos tiene un aliado de fácil uso y gratis, con la posibilidad de llegar a millones de clientes con tan solo un clic, esta empresa contará con tres redes sociales de impacto, las cuales serán: Facebook e Instagram.
- Afiches publicitarios: Estos afiches publicitarios serán ubicados estratégicamente a lo largo de los distintos establecimientos comerciales, plazas públicas, entre otros.
- Página web: Herramientas actuales más usadas dentro de las empresas, cuya finalidad será el acercamiento con el consumidor de manera directa, en tiempo real y disponibilidad inmediata

Figura 8. 26 propuestas de diseños de ropa deportiva



8.4 Estudio técnico

El estudio técnico parte de la información recolectada en capítulos anteriores para evaluar si la propuesta sobre la creación de una empresa productora y comercializadora de ropa deportiva a base de fibra de bambú en San Pedro Sula es factible desde la parte técnica.

8.4.1 Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto

La ropa deportiva a pesar de las severas repercusiones de la emergencia sanitaria COVID-19 y situaciones de conflictos internacionales, no ha dejado de ser reconocida al pasar del tiempo, como un sector de potencial crecimiento busca ampliarse en el mercado; teniendo clientes generalizados como la familia, sectores juveniles, almacenes de cadenas y empresas de menor tamaño surtidoras de ropa deportiva.

Por ello, para tener un contexto real sobre las condiciones técnicas que debe reunir el entorno del negocio y su operatividad interna, se establecen a continuación los criterios sobre el análisis

de localización, la cual consiste en la descripción de la macro y micro localización técnica del proyecto.

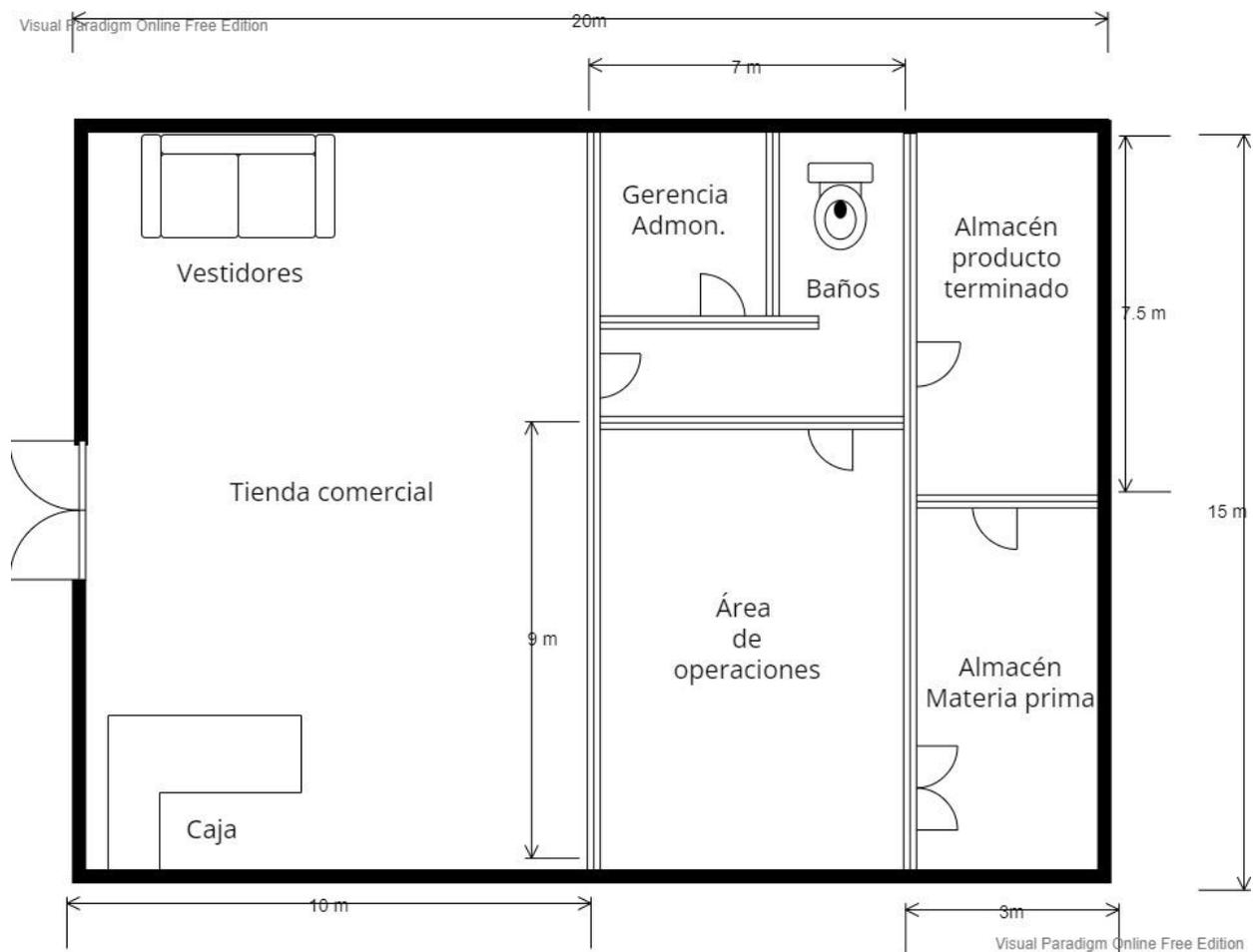
8.4.1.1 Análisis de Localización

Como parte del estudio técnico, se ofrece una imagen extensa de la escena de localización, en la que se incluyen los elementos de conducción, espacios y circunstancias del entorno, bajo una combinación de los actores claves y requerimientos para impulsar el producto en el mercado. El proyecto en su fase de diseño se ejecutará en el Departamento de Cortés, específicamente en el Municipio de San Pedro Sula, en Bulevar Los Próceres, Colonia Moderna en instalaciones del Centro Comercial Paseo Próceres.

Esta ubicación se considera altamente estratégica por la accesibilidad permanente de su red vial (Tráfico de clientes potenciales), situación que garantiza no sólo la permanente la movilidad de los insumos de abastecimiento de materiales para la producción, mano de obra y productos terminados, sino el de las condiciones óptimas de la infraestructura de servicios requerida, tales como acueducto, alcantarillado, energía eléctrica, redes de telecomunicaciones, entre otras.

En la siguiente ilustración se puede visualizar la distribución de como estaría la empresa.

Figura 8. 26 Distribución de planta



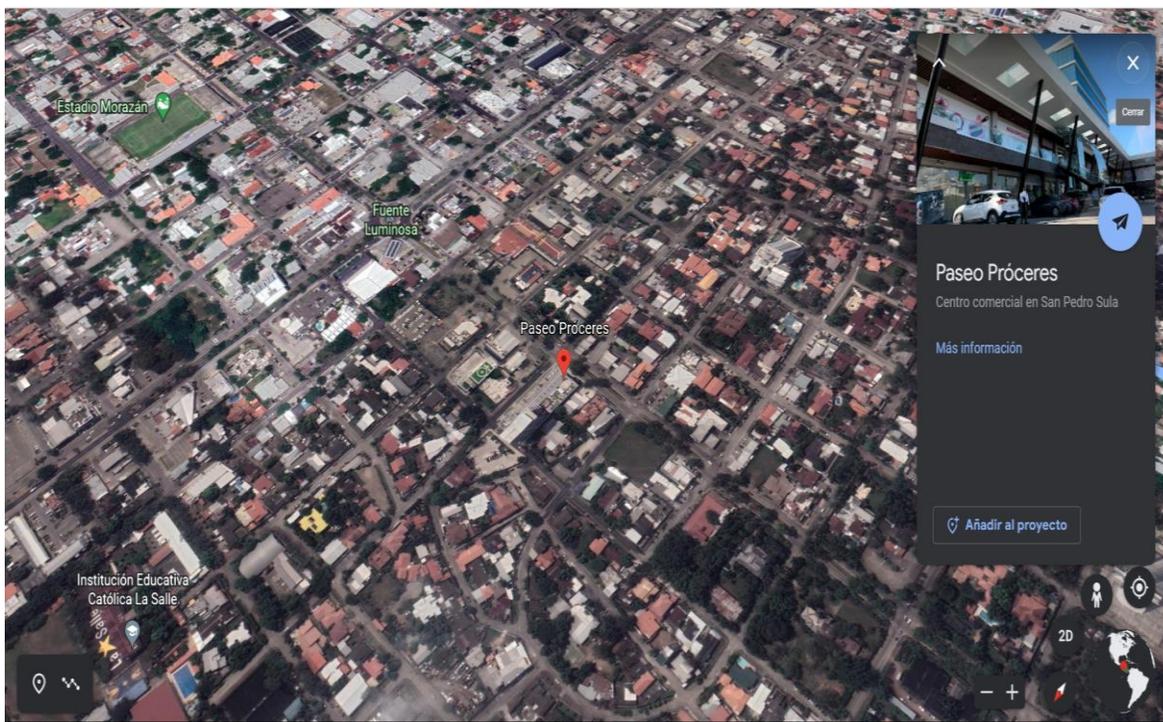
Fuente: Elaboración propia, 2022.

8.4.1.2 Macro Localización.

Mediante una ponderación se analizan los más importantes aspectos de decisión, considerando cada unidad de origen con el objetivo de mantener un balance entre el costo-beneficio, en donde uno (1) es la calificación más baja e inaceptable y cinco (5) las más alta y aceptable.

Por ello, El espacio de producción y distribución del proyecto de confección de ropa deportiva a base de bambú, corresponde a las coordenadas 15°30'26" N y 88°02'23" W, 60mx130m.).

Figura 8. 27 Macro Localización local



Fuente: Google Earth, 2022.

Figura 28 Centro comercial



Fuente: Google Maps.

Figura 8. 29 Paseo los Proceres



Fuente: Skyscraper City.

La tabla muestra una combinación de factores requeridos para el abastecimiento y funcionamiento del proyecto (Punto No. 1 al 7) así como también las estipulaciones de relaciones y mercado para con el Centro Comercial (Punto No. 8 al 14), para finalmente considerar las relaciones con el entorno o comunidad (Punto No. 15 al 17).

Tabla 8. 27 Análisis de factores de Macro-Localización

Macro Localización				
No.	Factor de análisis	Centro Comercial Paseo Próceres	Plaza Morpho	Centro Comercial Multiplaza
1	Disponibilidad de materias primas	5	4	4
2	Disponibilidad de Mano de Obra.	4	4	4
3	Disponibilidad de Insumos.	4	3	4
4	Disponibilidad de agua.	5	5	5
5	Disponibilidad de combustible.	5	5	5
6	Disponibilidad de servicio de energía eléctrica.	5	5	5
7	Disponibilidad de los sistemas de apoyo	5	4	4
8	Acceso a comunicaciones	4	4	4
9	Localización del mercado (Movimiento)	5	4	4
10	Características topográficas y costos del espacio	4	4	4
11	Incidencia sobre las condiciones de vida	4	3	4
12	Normativa legal (Reglamentos, Políticas)	4	4	4
13	Clima (Ambiente)	5	3	4
14	Acciones para evitar la contaminación ambiental	3	3	3
15	Actitud de la comunidad	4	3	4
16	Condiciones sociales y culturales	4	4	4
17	Riesgo de Desgravaciones.	3	3	3
Totales		73	65	69

Fuente: Elaboración propia, 2022

En tal sentido, la apreciación de expertos como el Lic. Samuel Madrid de la Cooperación Internacional de Japón (JICA) y la Lic. Vanessa Sierra presidente de la Red de Mancomunidades de Honduras UTMS quienes indicaron sus apreciaciones sobre la zona céntrica de explotación comercial de la zona céntrica de San Pedro Sula, Cortés, puesto que ellos fueron los responsables de la revisión, supervisión y seguimiento del Plan Maestro del municipio de San Pedro Sula, por lo que sus conocimientos socioeconómicos de la región es una base fundamental para el estudio,

teniendo los resultados anteriormente mencionados, dando lugar a la inclinación sobre el Centro Comercial el Paseo Próceres con una puntuación de 73/85, Centro Comercial Multiplaza 69/85 y Plaza Morpho 65/85.

En este punto, se ve la intención de prevalencia de los factores de disponibilidad de materias primas, agua, combustible, energía eléctrica, sistemas de apoyo, movimientos del mercado y el ambiente son parte elemental del desarrollo de la macro localización (calificación de 5), y aun cuando las acciones para evitar la contaminación ambiental tengan una calificación moderada (3), el hecho de mantener buenas relaciones con el establecimiento a través de las normativas legales (políticas), mano de obra, insumos, condiciones de vida, relaciones con la comunidad y condiciones sociales y culturales con una calificación de 4.

8.4.1.3 Micro Localización.

La micro localización hace un análisis del establecimiento en donde se puede instalar el proyecto a partir de 14 factores que se clasifican de la siguiente manera:

- Aspectos institucionales:

Accesibilidad de Policía y bomberos, Accesibilidad a servicios de salud y Accesibilidad a servicios públicos.

- Aspectos del establecimiento:

Costo del establecimiento, Tipos de drenaje, Recolección de basura y residuos, Impuestos, Tamaño del sitio, Forma del sitio, características topográficas del sitio, Condiciones del suelo en el sitio y Transporte del personal.

- Aspectos de infraestructura vial:

Cercanía a carreteras y condiciones vías urbanas.

8.4.2 Análisis de la disponibilidad y el costo de los suministros e insumos

La capacidad instalada se encuentra condicionada por la capacidad de oferta que esta pueda generar, bajo una proyección a 5 años, por lo que a continuación se establecen los requerimientos de materiales, insumos, suministros, mobiliario y equipo y adecuaciones de obra.

Tabla 8. 28 Presupuesto en costos de remodelación e instalaciones del local

Descripción del gasto	Costo Total
Pintura	L. 22,740.00
Instalaciones de almacén	L. 47,470.00
Instalaciones eléctricas específicas	L. 17,570.00
Adecuaciones generales del local	L. 40,750.00
Divisiones previstas	L. 21,470.00
Total:	L. 150,000.00

Fuente: Elaboración propia, 2022.

De acuerdo con la tabla anterior se describen los costos a incurrir para el proceso de adecuación de las instalaciones del local, el cual asciende a un monto de L. 150,000.00, describiendo los principales requerimientos de maquinaria, mobiliario y equipo, elementales para la determinación del plan de inversión, base para los escenarios del análisis financiero. La inversión en maquinaria corresponde a toda la maquinaria necesaria para la cadena de abastecimiento del proceso productivo de ropa deportiva a base de fibra de bambú, de modo que a través de la descripción del equipo necesario se establezcan los costos correspondientes a este apartado, verificado a través de la intención de oferta a plantear sobre la demanda de mercado de ropa deportiva de la región.

Tabla 8. 29 Presupuesto en maquinaria, mobiliario y equipo.

Descripción de Equipo	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Maniqués	8	L 1,024.00	L 8,192.00
Escritorio para caja registradora	1	L 4,096.00	L 4,096.00
Caja registradora	1	L 4,556.80	L 4,556.80
Sonido	1	L 1,433.09	L 1,433.09
Espejo	10	L 266.24	L 2,662.40
Computadora portátil	3	L 7,930.88	L 23,792.64
Impresora	1	L 7,500.00	L 7,500.00
Escritorio con silla	5	L 1,843.10	L 9,215.50
Aire acondicionado 24000 BTU	3	L 30,000.00	L 90,000.00
Silla giratoria	6	L 619.52	L 3,717.12
Estantería para materias primas	5	L 2,990.50	L 14,952.50
Estantería para archivos	8	L 1,479.68	L 11,837.44
Máquinas de coser semindustriales	3	L 33,310.17	L 99,930.51
Máquina Sorgeteadora	1	L 7,253.67	L 7,253.67
Máquina de impresión de camisetas y serigrafía	1	L 49,348.40	L 49,348.40
Muebles para máquina de costura	1	L 736.40	L 736.40
Estantes metálicos	1	L 368.20	L 368.20
Carretas de hilo de algodón / rodillos	15	L 87.54	L 1,313.04
Carretas de hilo de nylon / rodillos	40	L 38.85	L 1,554.00
Elástico para confección de ropa / metro	1350	L 0.25	L 331.97
Fibra de Bamboo / metro	900	L 122.94	L 110,649.15
Tijeras profesionales corte de tela / unidad	10	L 122.94	L 1,229.44
Cinta métrica suave de doble escala / unidad	10	L 12.29	L 122.94
plancha de vapor de alta calidad / unidad	1	L 464.48	L 464.48
Agujas para la máquina de coser / cajas (100 uni)	5	L 135.24	L 676.19
Agujas para coser a mano / bolsa (16 uni)	6	L 3.69	L 22.13
Etiquetas para ropa deportivas	586	L 0.98	L 576.27
Bolsas de empaque para ropa	500	L 1.23	L 614.70
Cajas de empaque para ropa	200	L 7.38	L 1,475.32
Total			L 458,622.30

Fuente: Elaboración propia, 2022.

Con respecto al presupuesto de insumos, se debe alinear con las perspectivas de oferta que el proyecto buscará exponer al mercado como parte de su disponibilidad para la venta, por ende,

teniendo una oferta de compra estimada en tienda de 16 unidades (Ver apartado 8.3.1 proyección de la oferta), se estima una capacidad productiva de 30 unidades diarias (mixtas), sobre la cual se requerirán los insumos planteados en la tabla siguiente:

Tabla 8. 30 Presupuesto en insumos

Presupuesto de producción mensual en insumos				
Insumos requeridos	Cantidad	Unidad de medida	Costo Unitario	Costo Total
Fibra de Bamboo / 1 rollo (100 mts)	9	metro	L12,294.35	L110,649.15
Carretas de hilo de algodón / unidades	8		L87.54	L700.29
Carretas de hilo de nylon / unidades	8		L38.85	L310.80
Elástico para confección de ropa / 1 rollo (100 mts)	9	metro	L24.59	L221.31
Agujas para la máquina de coser / caja (100 unidades)	1		L135.24	L135.24
Agujas para coser a mano / unidades	5		L3.16	L15.80
Total				L112,032.59

Fuente: Elaboración propia, 2022.

Del monto anterior se puede calcular la producción de 30 unidades diarias, con una cuantía mensual de 900 prendas, distribuidas en las prendas básicas de ropa deportiva.

Tabla 8. 31 Presupuesto de gastos operativos

Gasto operativo	Costo mensual	Meses	Costo total
Arrendamiento de local	L27,000.00	12	L324,000.00
Teléfono e internet	L1,500.00	12	L18,000.00
Servicio de agua	L4,500.00	12	L54,000.00
Servicio de energía eléctrica	L25,000.00	12	L300,000.00
Fumigación	L1,864.51	12	L22,374.12
Total			L718,374.12

Fuente: Elaboración propia, 2022.

Tabla 8. 32 Gastos de constitución

Gastos de Constitución	
Escritura Publica	L . 6,500.00
Inscripción de Cámara Comercio	L. 500.00
Impuesto Social	L. 200.00
Licencia Ambiental Municipalidad	L. 2,000.00
Mensualidad Cámara Comercio	L. 200.00
Número de Registro Sanitario	L. 200.00
Permiso de Operación del Negocio	L. 400.00
Permiso Sanitario y Licencia Sanitaria	L. 200.00
Registro Sanitario, 8 análisis L.100.c/u	L. 800.00
Apoderado Legal	L. 15,000.00
Subtotal	L. 26,000.00

Fuente: Elaboración propia, 2022.

8.4.3 Descripción de maquinaria a utilizar.

Tabla 8. 33 Descripción de las maquinarias.

Máquina de coser	Descripción
	Máquina de coser de 4 hilos de agujas doble de alta velocidad, S51N-4, automática, para material delgado medio.
Máquina de corte automático-computarizada	Descripción
	Máquina de coser industrial, Mecanismo de alimentación: Manual, Configuración mecánica: Cámara cilíndrica
Máquina de impresión de camisetas y serigrafía pulpo	Descripción
	Máquina de impresión de seda, máquina de impresión de pantalla de pulpo, carrusel, manual, 6 colores.

Fuente: ALIBABA.COM, 2022

8.4.4 Identificación y descripción del proceso

En este apartado se describe el proceso que se llevara a cabo para la selección de los proveedores y asimismo la atención requerida para el cliente final.

Protocolo para buscar proveedores. Proceso A

El tema de selección de proveedores es un proceso que está presente en toda organización, debido a que es necesaria la adquisición de bienes y servicios tales. Este protocolo debe definir, entre otras cosas, los métodos de búsqueda y las fuentes de información.

Metodología de selección. Proceso B

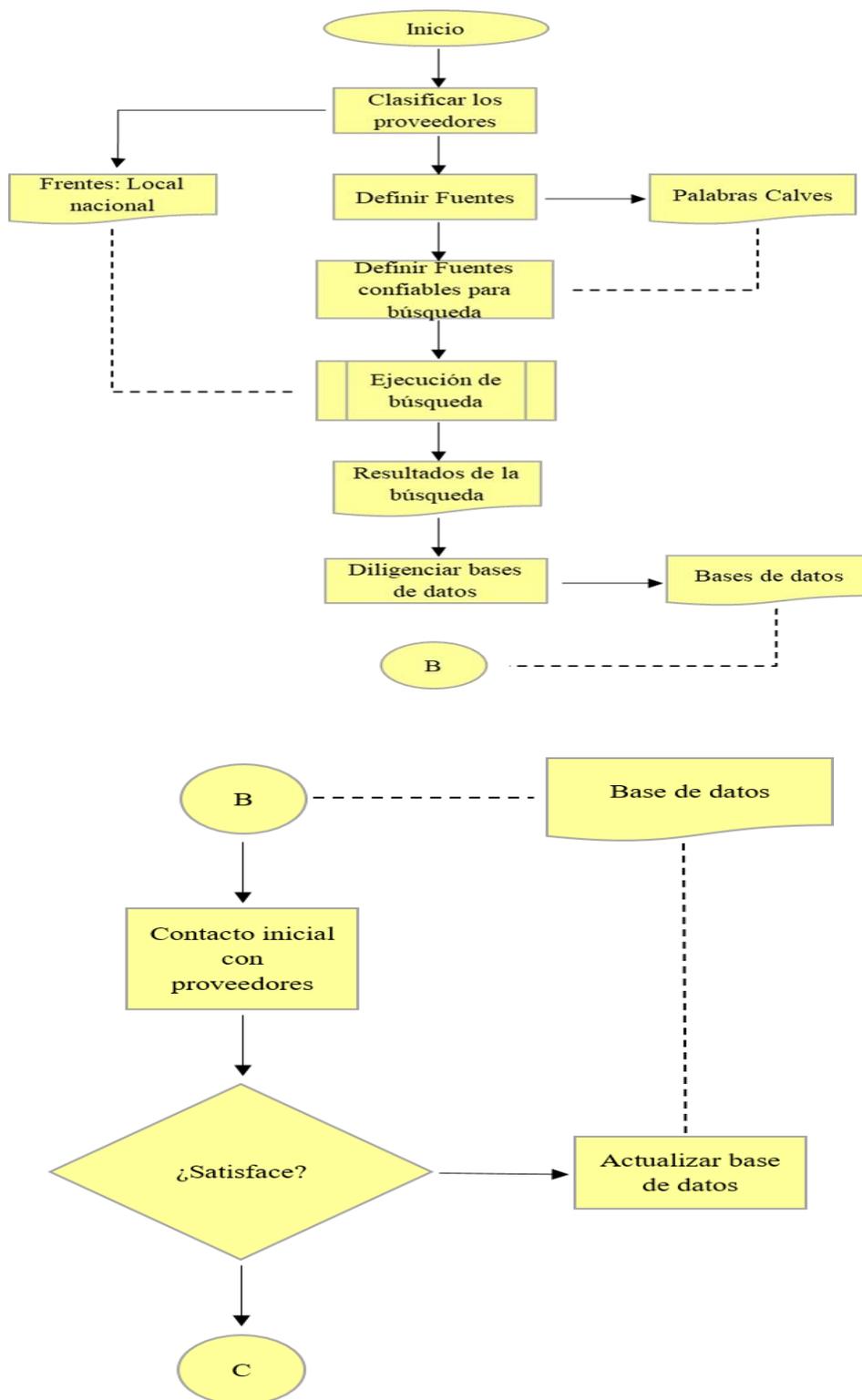
Es un filtro previo que se realiza sobre la base de datos antes de evaluar alternativas. Tomar en cuenta dos informaciones importantes en el proveedor:

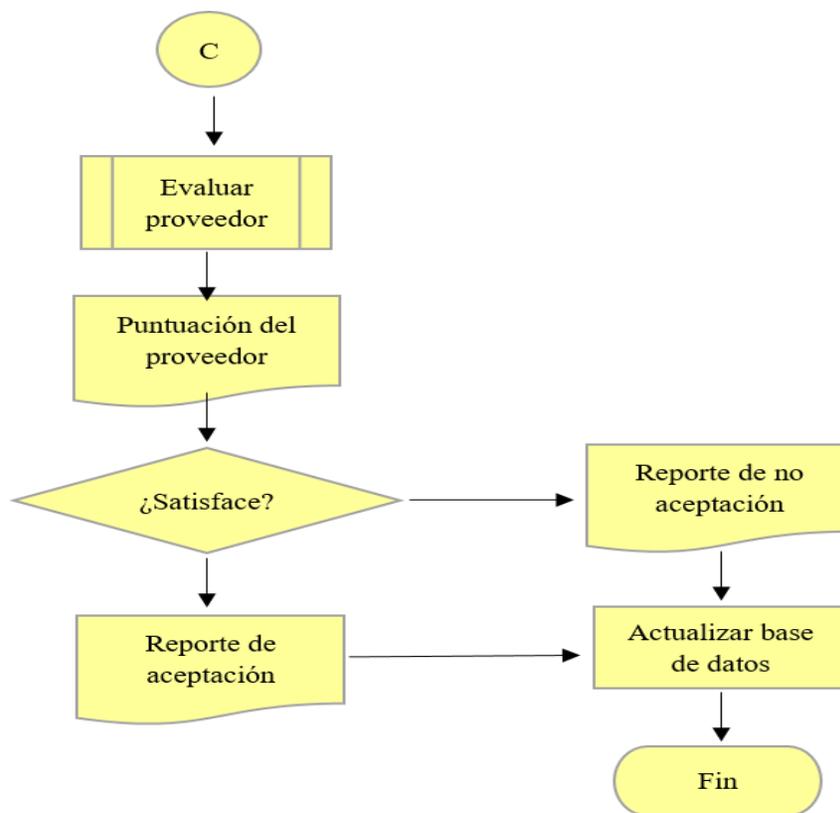
- La capacidad que tenga el proveedor para responder una solicitud.
- Los resultados de la evaluación.

Metodología de evaluación de proveedores. Proceso C

Realizar un procedimiento de calificación lo cual se asignará una calificación a los proveedores previamente seleccionados, con el propósito de compararlos de una forma objetiva y proceder a la toma de decisión.

Figura 8. 30 Selección de proveedores



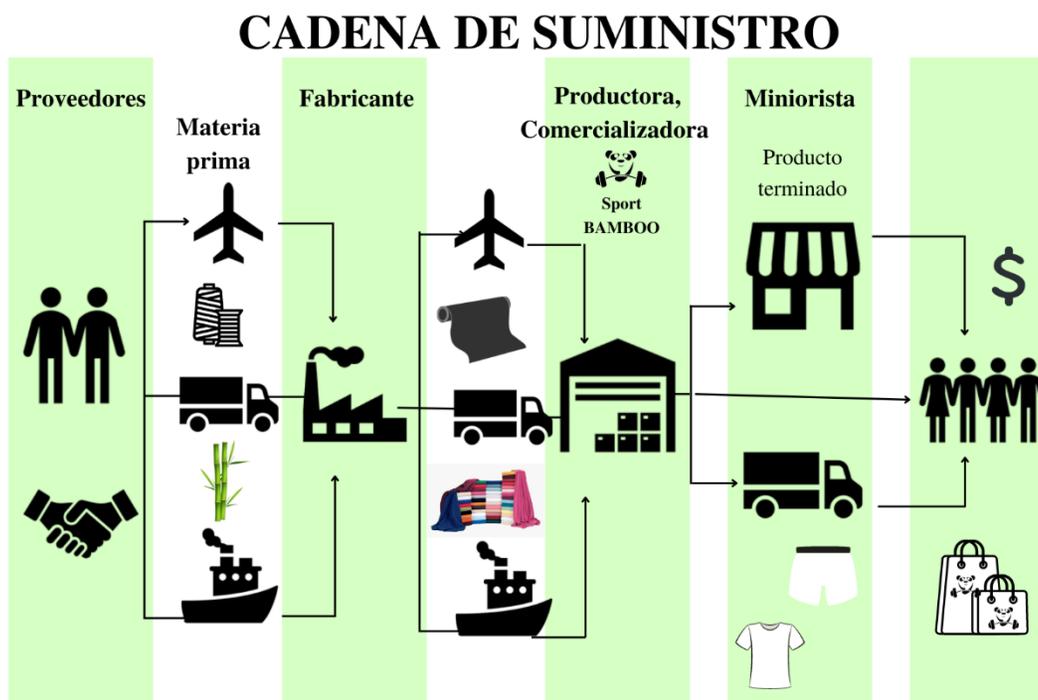


Fuente: Elaboración propia, 2022.

Estructuración de la cadena de suministro

El objetivo principal de la cadena de suministro es satisfacer las necesidades de los clientes finales de manera eficiente y satisfactoria. Para lograr este objetivo, es importante asegurar la calidad en cada una de las etapas del proceso. Mantener una cadena de suministro activa y bien planificada asegura la calidad del producto final. Por otro lado, permite la expansión del negocio al brindar soluciones eficientes a los clientes.

Figura 8. 31 Estructuración de la cadena de suministro



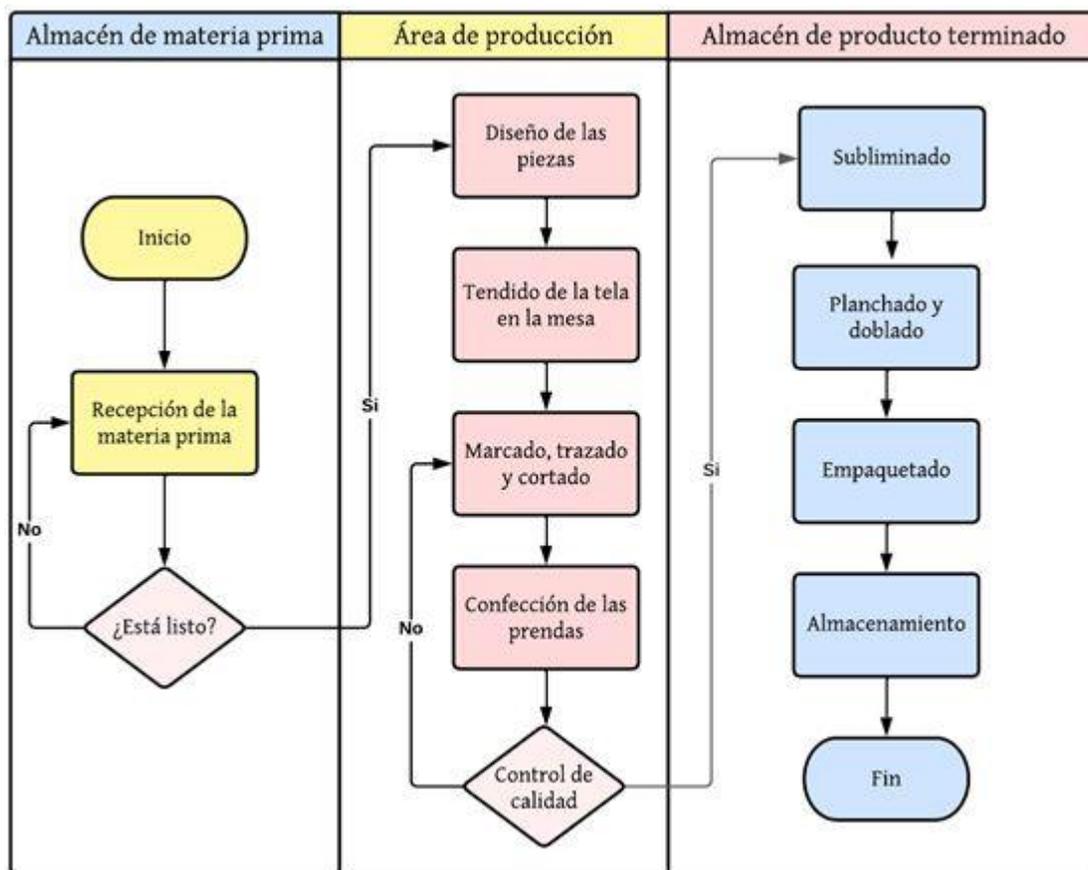
Fuente: elaboración propia, 2022.

La cadena de suministro condensa una serie de acciones y estrategias claves para la entrega de un producto a los consumidores finales. La integración de cada una de estas etapas permite optimizar el proceso y los resultados.

8.4.5 Estructura del proceso de producción

En las empresas que se dedican a la producción, se denomina proceso de producción al conjunto de diversos procesos a los cuales es sometida la materia prima para transformarla, con el fin de elaborar un producto destinado a la venta. Al finalizar el proceso de manufactura, el producto terminado tendrá un valor más elevado que las materias primas que lo componen. Para producir un producto, la organización a cargo deberá contar con ideas, conocimientos y tecnología acorde, para garantizar que el proceso sea exitoso.

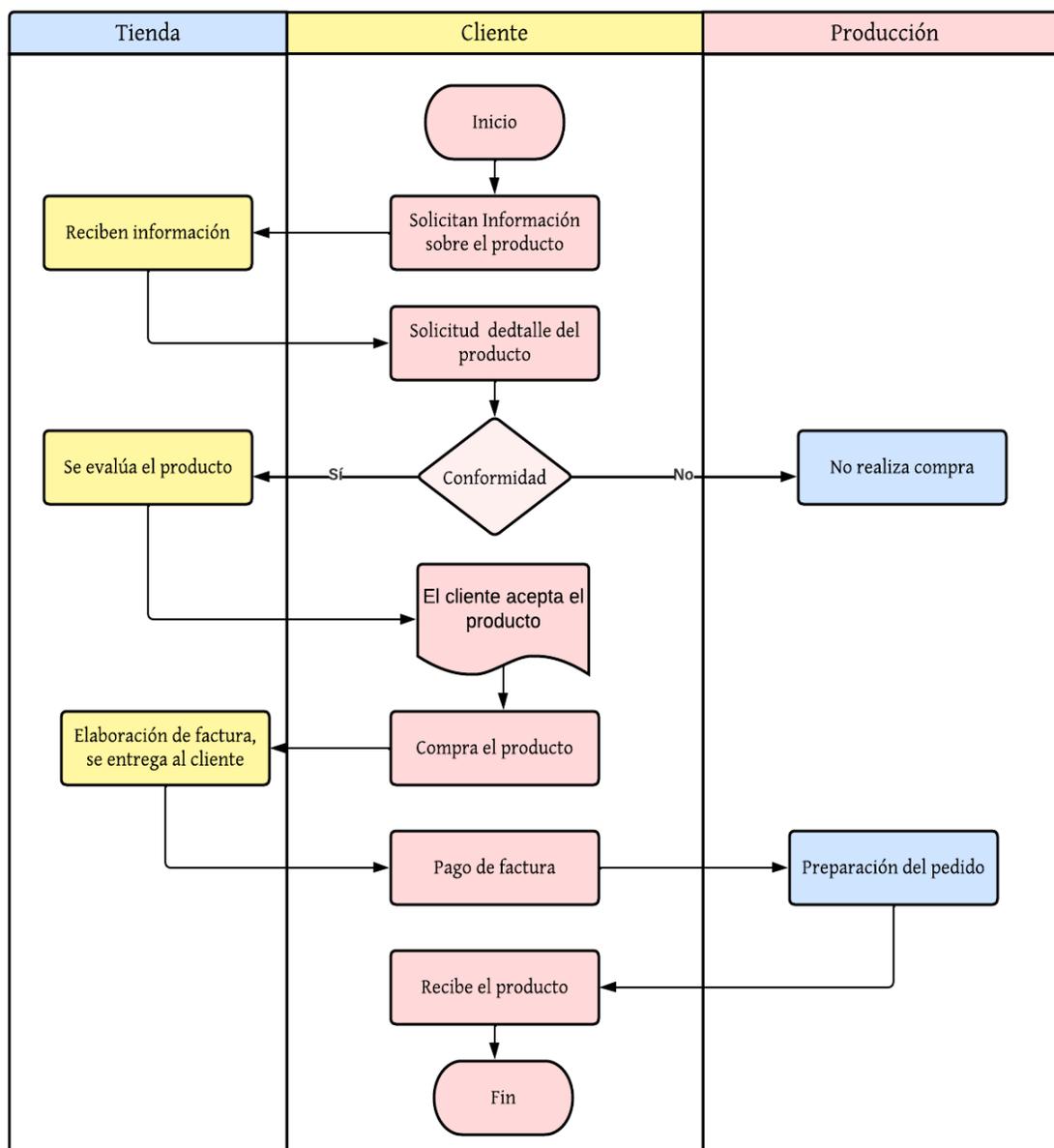
Figura 8. 32 Procesos de producción



Fuente: Elaboración propia, 2022.

De conformidad al cumplimiento del diagrama de proceso anteriormente expuesto, se estructura el flujo de proceso de producción, el cual permite planificar las actividades de una empresa, en el que se facilitan su visión general del proyecto en estudio, así como un seguimiento de este.

Figura 8. 33 Proceso de comercialización



Fuente: Elaboración propia, 2022.

En el siguiente diagrama representa la secuencia de las actividades, dentro de un proceso que se identifican mediante símbolos, con el fin de conocer el tiempo que lleva elaborar una prenda, saber si hay demoras y el porqué, esto ayudará para ver en qué parte del proceso se puede mejorar o disminuir tiempo y cumplir con la demanda que se debe hacer a diario.

Tabla 8. 34 Diagrama de proceso de producción por prenda

Diagrama de Proceso de Producción por prenda								
Resumen	Número	Minutos	Operación: Ensamble de Camisas Deportiva					
● Operación	14	36	Departamento: Inventario, diseño, confección, acabado, envasado y almacenado					
➡ Transporte	3	6	Componente: 1					
▲ Almacenamiento	1	2	Hoja: 1 de 1 Fecha: 21/11/2022					
● Demora	0	0	Realizado por: Sport Bamboo					
■ Inspección	1	1						
Total	19	45						
Recorrido en mts								
Nº	Distancia de desplazamiento (mts)	Tiempo (min)	Operación	Transporte	Almacenamiento	Demora	Inspección	Descripción de procedimiento o Actividad
1		2	●	➡	▲	●	■	Recepción de materia prima
2	1	3	●	➡	▲	●	■	Transporte de materia prima e insumos al área de producción
3		1	●	➡	▲	●	■	Se ejecuta el extendido de la tela en la mesa para el trazado de las piezas, con moldes y tizas de colores.
4		4	●	➡	▲	●	■	Se realiza el diseño de las piezas (Moldes) o escoger moldes ya pre realizado.
5		4	●	➡	▲	●	■	Realizar el corte de la Tela ya pre moldeada
6	1	1	●	➡	▲	●	■	Trasladar el material al área de Costura y Confección
7		2	●	➡	▲	●	■	Acomodar las piezas por tallas y colores
8		5	●	➡	▲	●	■	Unir las piezas laterales con la pieza de la espalda para obtener un despunte
9		3	●	➡	▲	●	■	Confeccionar las mangas
10		2	●	➡	▲	●	■	Realizar la unión de las mangas con la camisa
11		3	●	➡	▲	●	■	Confeccionar el cuello
12		2	●	➡	▲	●	■	Coser el cuello añadiendo la etiqueta y los detalles de distinción
13	1	2	●	➡	▲	●	■	Llevar a las prendas terminadas al área de control de calidad
14	1	1	●	➡	▲	●	■	Inspección del producto (Control de Calidad)
15		2	●	➡	▲	●	■	Realizar sublimación de las prendas
16	1	2	●	➡	▲	●	■	Realizar el planchado de las prendas
17		2	●	➡	▲	●	■	Doblado
18		2	●	➡	▲	●	■	Empacado
19	2	2	●	➡	▲	●	■	Almacenamiento del producto terminado

45

Fuente: Elaboración propia, 2022.

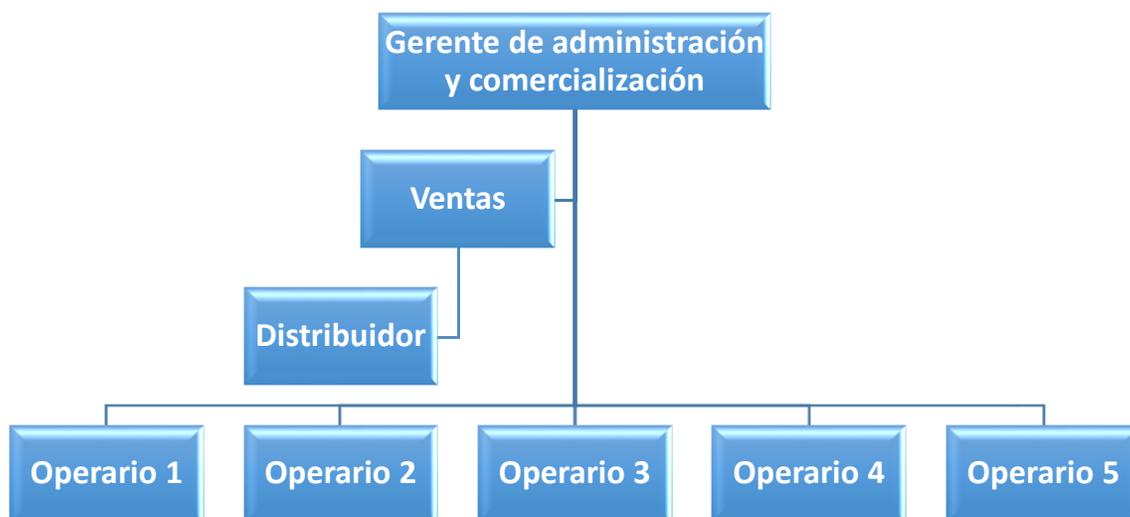
8.4.6 Determinación de la organización humana y jurídica que se requiere para la correcta operación del proyecto

La empresa requiere contar con personal calificado, aunque su número de empleados no sea grande, pero debe ser competente y con conocimientos en el área. Se requerirá de experiencia y/o preparación profesional para ciertos puestos de trabajo.

Organización Humana:

Presenta de forma objetiva la jerarquía de la empresa. Permite identificar las funciones principales de cada área, permitiendo agilizar los procesos para reducir las barreras entre los clientes, agentes externos, proveedores y aliados.

Figura 8. 34 Organigrama de la empresa



Fuente: Elaboración propia, 2022.

Descripción de los puestos

Tabla 8. 35 Descripción del puesto Gerente de comercialización

Cargo:	Gerente de Administración y Comercialización
Supervisar a:	Distribuidor, vendedor y operadores
Grado requerido:	Ingeniería en Gestión Logística o Industrial
Objetivo del puesto:	Planificar, organizar, dirigir, coordinar y controlar, diseñando estrategias que permitan el logro de los objetivos empresariales.
Funciones y responsabilidades:	Representar a la empresa en aspectos comerciales, negociar convenios y administrar contratos.
Relaciones:	Todas las partes interesadas: clientes, proveedores, empleados y comunidad.

Fuente: Elaboración propia, 2022.

Tabla 8. 36 Descripción del puesto de ventas

Cargo:	Vendedor
Supervisar a:	N/A
Grado requerido:	Licenciado en Mercadotecnia, Administración de Empresas o carreras relacionadas
Objetivo del puesto:	Servicio al cliente, capacidad de crear nuevas estrategias de marketing.
Funciones y responsabilidades:	Capacidad para trabajar en equipo, tener buena expresión de palabras.
Relaciones:	Todas las partes interesadas: clientes.

Fuente: Elaboración propia, 2022.

Tabla 8. 37 Descripción del puesto de distribuidor

Cargo:	Distribuidor
Supervisar a:	N/A
Grado requerido:	Secundaria completa
Objetivo del puesto:	Distribuir, organizar
Funciones y responsabilidades:	Capacidad para trabajar en equipo, para comercializar, negociación y distribución.
Relaciones:	Todas las partes interesadas: clientes, proveedores, empleados.

Fuente: Elaboración propia, 2022.

Tabla 8. 38 Descripción del puesto de operario

Cargo:	Operario
Supervisar a:	N/A
Grado requerido:	Secundaria completa
Objetivo del puesto:	Administra y sigue atentamente el proceso de elaboración del producto.
Funciones y responsabilidades:	Participar directamente en el proceso de producción, manejar las maquinarias, control de calidad, almacenamiento.
Relaciones:	Todas las partes interesadas: Gerente de comercialización y distribución

Fuente: Elaboración propia, 2022.

Tabla 8. 39 Estructura de sueldos.

Cargo	Cantidad	Sueldo propuesto
Gerente de administración y comercialización	1	L11,607.39
Ventas	1	L11,607.39
Distribuidor	1	L9,432.47
Operadores	5	L9,432.47
Total		L42,079.72

Fuente: Elaboración propia, 2022.

La tabla anterior, muestra la necesidad de incorporar como parte del equipo de trabajo del proceso productivo y de comercialización a 8 empleados, de los cuales el gerente de administración y comercialización fungirá la parte de administrativa, compras de materia prima, promulgador de ideas de desarrollo y posicionamiento del proyecto. El vendedor ejercerá ventas en la tienda física y digital. El distribuidor será el encargado de coordinar envíos de los pedidos solicitados por los clientes haciendo uso del vehículo que dispone Sport Bamboo. También está involucrado en la parte de empaçado del producto cuando este se encuentre disponible.

Mientras que 5 operarios se distribuirán de la siguiente forma: 3 operarios en la parte de corte y confección de prendas. Considerando que uno de los operarios recibirá entrenamiento para mantenimientos preventivos a las máquinas de costura cuando sea necesario (cambio de agujas). El cuarto operario estará a cargo de la máquina sorgeteadora, y el quinto operario será el encargado de control de calidad, sublimado, planchado, doblado, empaçado y almacenado. Cada miembro del equipo está encargado de limpieza de su área. Este equipo está preparado para realizar el proceso productivo para el abastecimiento de productos terminados en planta y tienda de distribución.

Modelo de negocio y finalidad de la empresa.

La empresa se creará bajo la razón social de Bamboo Sport, como comerciante individual, que tendrá como finalidad la elaboración de ropa deportiva a base de fibra de bambú. Respecto a la operatividad del proceso de producción y sistemas de comercialización, considerando normas como ser:

- Gestión de la Calidad ISO 9001-2015. Se centra en todos los elementos de administración de calidad con los que la empresa debe contar para tener un sistema efectivo que le permita administrar y mejorar sus productos y servicios. La norma ISO 9001 fija principios fundamentales de gestión de calidad que ayudan a las empresas a controlar y mejorar su rendimiento y conducirlos hacia la eficiencia, la excelencia de sus productos y la optimización de su servicio al cliente. Estos principios son: enfoque al cliente, liderazgo, participación del personal, enfoque basado en los procesos, enfoque de sistema para la gestión, mejora continua, enfoque basado en la toma de decisiones y las buenas relaciones con el proveedor.
- Gestión Ambiental ISO 14001. Esta norma internacional permite a la empresa demostrar el compromiso asumido con la protección del medio ambiente a través de la gestión de los riesgos medioambientales asociados a la actividad desarrollada. Al asumir la responsabilidad ambiental, además de la reducción del impacto ambiental procedente de su actividad, se proyecta y se refuerza la imagen comercialmente sostenible de la empresa. Cuenta con una serie de beneficios para la organización, en particular: compromiso medio ambiental, mejora de la performance, gestión de la reputación de la empresa.
- Prevención de Riesgos Laborales de OHSAS 18001. Está diseñada para promover los requisitos sobre el correcto cumplimiento de los estándares de seguridad y salud laboral. Un sistema de seguridad y salud en el trabajo fomenta un entorno de trabajo seguro para los empleados, pero también permite la participación proactiva de los trabajadores en relación con la prevención de los accidentes y riesgos derivados de la propia actividad, encaminando la cultura preventiva global de la organización a preservar las mejores prácticas de salud y seguridad. Los principales objetivos: disminuir la siniestralidad laboral, cumplimiento de la legislación, aumentar y mejorar la productividad de los trabajadores, fomentar la cultura

preventiva dentro de la organización y saber gestionar eficazmente aspectos de evaluación de la salud y seguridad de los trabajadores.

- **Estructura Administrativo-Legal. - Jornadas de trabajo:** Se operará en un horario de 10:00am a 19:00pm de lunes a viernes y los sábados de 10:00am a 17:00m. Trabajando en turnos especiales cuando la demanda de trabajo lo requiera y sea necesario. Todo empleado deberá ingresar a sus labores puntualmente y a tiempo, marcando ingreso y salida.
- **Deberes y obligaciones de los trabajadores:** Base legal. Código de trabajo de la República de Honduras. Capítulo sexto. Obligaciones de los trabajadores. Artículo 97.
- **Políticas de la empresa:** Las políticas de la empresa son las que rigen el comportamiento dentro de ella, refiriéndose al perímetro de esta.

Entre estas políticas se encuentran:

- Todo trabajador debe cumplir con el horario de trabajo establecido.
- Todo trabajador debe guardar una conducta adecuada dentro de la institución y cuidar de los bienes que tenga a su cargo.
- Todo trabajador debe mantener el respeto debido hacia sus compañeros de trabajo y hacia sus patronos.
- Todo trabajador debe mantener el respeto debido hacia sus compañeros de trabajo y hacia sus patronos.

Procedimientos para el registro del proyecto.

Hace referencia al apartado (4.4 Marco legal) comprende la descripción de todo el marco legal requerido para la inscripción, instalación y operación de la empresa según la legislación del país.

8.5 Estudio financiero

El estudio financiero es la sección de análisis integral de los resultados obtenidos, puesto que recopila la sección cuantitativa del estudio en el que se espera analizar la viabilidad y sostenibilidad financiera del proyecto a largo plazo, de modo que la combinación de factores numéricos permita proyecciones de ingresos, costos, egresos y utilidades sostenibles.

8.5.1 Inversión total inicial

La inversión inicial corresponde a los costos a incurrir para el inicio de operaciones del negocio, por lo que sus datos se describen en las tablas siguientes.

Tabla 8. 40 Plan de inversión

Descripción	Inversión Total
Remodelación Instalaciones	L 150,000.00
Mobiliario y Equipo Producción	L 268,453.78
Mobiliario y equipo Administración	L 52,345.58
Mobiliario y equipo Comercialización	L 13,116.49
Equipo de transporte	L 500,000.00
Gastos de Constitución	L 26,000.00
Total	L 1,009,915.85
Fondos propios	L 589,534.21
Financiada	L 420,381.64

Fuente: Elaboración propia, 2022.

Tabla 8. 41 Capital de financiamiento

Monto	L. 420,381.64	12% anual
I	1.50%	
N	120 meses	
	10 años	

Fuente: Elaboración propia, 2022

8.5.2 Flujo de financiamiento

El presente proyecto tiene una inversión de L.1,009,915.84. Que estarán divididos en L.589,534.21 corresponde a fondos propios y L. 420, 381.64 estará financiado mediante un préstamo bancario facilitado por el banco Davivienda por 10 años con un interés 1.5% mensual equivalente a un 18% anual, dando una cuota mensual de L. 7,574.65.

Tabla 8. 42 Amortización del préstamo

Año	Cuota Anual	Interés	Amortizacion	Saldo
				L. 420,381.64
1	L. 90,895.80	L. 74,347.47	L. 16,548.39	403,833.25
2	L. 90,895.80	L. 71,110.30	L. 19,785.55	384,047.70
3	L. 90,895.80	L. 67,239.89	L. 23,655.97	360,391.73
4	L. 90,895.80	L. 62,612.35	L. 28,283.51	332,108.22
5	L. 90,895.80	L. 57,079.59	L. 33,816.27	298,291.95
6	L. 90,895.80	L. 50,464.51	L. 40,431.35	257,860.60
7	L. 90,895.80	L. 42,555.40	L. 48,340.46	209,520.14
8	L. 90,895.80	L. 33,099.13	L. 57,796.73	151,723.41
9	L. 90,895.80	L. 21,793.04	L. 69,102.82	82,620.59
10	L. 90,895.80	L. 8,275.27	L. 82,620.59	- 0.00
Total	L. 908,958.00	L. 488,576.95	L. 420,381.64	- 0.00

Fuente: Elaboración propia, 2022.

En San Pedro Sula, Cortés, existen instituciones financieras, de las cuales se considera su funcionalidad y apoyo a proyectos de emprendimiento, cuya cobertura es en todo el departamento bajo las tasas de interés siguientes:

Tabla 8. 43 Disponibilidad financiera

No.	Institución Financiera	Tasa Interés Anual
1	Banco Atlántida	20.95%
2	Banco Occidente	19.95%
3	Banco Davivienda	18.00%
4	Banco Ban País	22.00%
5	Banco Banrural	19.95%
6	Financiera Credi Q	20.95%
7	Banco Popular	30.00%

Fuente: Elaboración propia, con base a plataformas bancarias, 2022.

8.5.3 Costo de operación

El costo de operación ha de describir los insumos necesarios para la puesta en marcha del proyecto, datos sobre los cuales se sostienen los análisis financieros posteriores a este apartado.

Tabla 8. 44 Costo de materias primas

Año	Producción anual	Costo Unitario	Costos Totales
2023	5881	L 124.48	L 732,017.61
2024	5970	L 128.34	L 766,181.75
2025	6061	L 132.32	L 801,940.37
2026	6153	L 136.42	L 839,367.89
2027	6246	L 140.65	L 878,542.19
	Total		L 4,018,049.80

Fuente: Elaboración propia, 2022.

Tabla 8. 45 Costo de mano de obra (Directa e indirecta)

Año	Sueldos	Décimo Cuarto	Décimo Tercer	Vacaciones	Mensual	Totales
2023	L 957,715.20	L 79,809.60	L 79,809.60	L 26,603.20	L 95,328.13	L 1,143,937.60
2024	L 1,005,600.96	L 83,800.08	L 83,800.08	L 27,933.36	L 100,094.54	L 1,201,134.48
2025	L 1,055,881.01	L 87,990.08	L 87,990.08	L 29,330.03	L 105,099.27	L 1,261,191.20
2026	L 1,108,675.06	L 92,389.59	L 92,389.59	L 30,796.53	L 110,354.23	L 1,324,250.76
2027	L 1,164,108.81	L 97,009.07	L 97,009.07	L 32,336.36	L 115,871.94	L 1,390,463.30

Fuente: Elaboración propia, 2022.

Tabla 8. 46 Costos Indirectos de Fabricación (CIF)

Año	Depreciaciones	Gastos Operativos	Combustible	Total
2023	L 159,405.64	L 565,948.20	L 12,000.00	L 737,353.84
2024	L 159,405.64	L 594,245.61	L 12,600.00	L 766,251.25
2025	L 159,405.64	L 623,957.89	L 13,230.00	L 796,593.53
2026	L 159,405.64	L 655,155.79	L 13,891.50	L 828,452.92
2027	L 159,405.64	L 687,913.57	L 14,586.08	L 861,905.29

Fuente: Elaboración propia, 2022.

Tabla 8. 47 Condensado de costos de producción y comercialización.

Año	Materia Prima	%	Mano de Obra	%	Costos Indirectos	%	Producción por Año
2023	L 759,067.25	5.24%	L1,143,937.60	7.90%	L 737,353.84	5.09%	L 2,640,358.68
2024	L 794,493.82	5.49%	L1,201,134.48	8.30%	L 766,251.25	5.29%	L 2,761,879.55
2025	L 831,573.80	5.74%	L1,261,191.20	8.71%	L 796,593.53	5.50%	L 2,889,358.54
2026	L 870,384.35	6.01%	L1,324,250.76	9.15%	L 828,452.92	5.72%	L 3,023,088.04
2027	L 911,006.23	6.29%	L1,390,463.30	9.60%	L 861,905.29	5.95%	L 3,163,374.82
Totales	L 4,166,525.46	28.78%	L 6,320,977.35	43.66%	L 3,990,556.83	27.56%	L 14,478,059.64

Fuente: Elaboración propia, 2022.

Como proyecto de alto nivel, la identificación de los costos dentro del proceso productivo y de comercialización es indispensable para el buen funcionamiento, control y manejo de la contabilidad y finanzas, resguardando su integridad e interpretación.

8.5.4 Egresos proyectados.

Los egresos en que incurrirán están encaminadas a la generación de beneficios, acreditando el derecho sobre lo pagado y el uso que este le dará a los mismos. En ese sentido, las tablas siguientes contienen un detalle sobre los egresos por sueldos, ventas, administración y otros gastos, respectivamente. Además, es importante tomar en cuenta que los sueldos traen consigo aspectos como las contribuciones, bonificaciones y comisiones que son indispensables para la parte sensorial y motivacional del empleado.

También llamado costo de distribución o costo de venta de un producto o servicio es el precio que ha sido reflejado en la inversión necesaria para poder colocarlo en el mercado, es decir, que se trata de cuánto nos ha costado emprender el camino de nuestra marca en el mercado.

Tabla 8. 48 Egresos por departamento de comercialización

Año	Sueldos	Cotribuciones sociales	Combustible	Plan de publicidad	Mantenimiento de transporte	Papejería y Suministros	Totales
2023	L 252,478.32	L 28,053.15	L 72,000.00	L 120,000.00	L 11,600.00	L 42,000.00	L 526,131.47
2024	L 265,102.24	L 29,455.80	L 75,600.00	L 126,000.00	L 12,180.00	L 44,100.00	L 552,438.04
2025	L 278,357.35	L 30,928.59	L 79,380.00	L 132,300.00	L 12,789.00	L 46,305.00	L 580,059.94
2026	L 292,275.22	L 32,475.02	L 83,349.00	L 138,915.00	L 13,428.45	L 48,620.25	L 609,062.94
2026	L 306,888.98	L 34,098.78	L 87,516.45	L 145,860.75	L 14,099.87	L 51,051.26	L 639,516.09

Fuente: Elaboración propia, 2022.

Tabla 8. 49 Egresos por departamento de administración

Año	Sueldos	Contribuciones Sociales	Combustible	Internet	Energía Eléctrica	Agua
2023	L 139,288.68	L 15,476.52	L 60,000.00	L 18,000.00	L 300,000.00	L 54,000.00
2024	L 146,253.11	L 16,250.35	L 63,000.00	L 18,000.00	L 315,000.00	L 54,000.00
2025	L 153,565.77	L 17,062.86	L 66,150.00	L 18,000.00	L 330,750.00	L 54,000.00
2026	L 161,244.06	L 17,916.01	L 69,457.50	L 18,000.00	L 347,287.50	L 54,000.00
2026	L 169,306.26	L 18,811.81	L 72,930.38	L 18,000.00	L 364,651.88	L 54,000.00

Honorarios Profesionales	Materiales de Limpieza	Mantenimiento de Infraestructura	Mantenimiento equipo producción	Arrendamiento Local	Totales
L 120,000.00	L 30,000.00	L 120,000.00	L 107,504.04	L 333,371.64	L 1,297,640.88
L 120,000.00	L 31,500.00	L 120,000.00	L 112,879.25	L 333,371.64	L 1,330,254.35
L 120,000.00	L 33,075.00	L 120,000.00	L 118,523.21	L 333,371.64	L 1,364,498.48
L 120,000.00	L 34,728.75	L 120,000.00	L 124,449.37	L 333,371.64	L 1,400,454.82
L 120,000.00	L 36,465.19	L 120,000.00	L 130,671.84	L 333,371.64	L 1,438,208.98

Fuente: Elaboración propia, 2022.

En relación a los egresos en ventas (ventas y otros gastos por ventas) y egresos administrativos (administración y otros gastos) se maneja un crecimiento promedio de 5%, lo cual indica que deben apegarse a lineamientos específicos de cumplimiento de metas, puesto que si los gastos en ventas aumentarán, deben ser justificados mediante el crecimiento de las gestiones de ventas y cobros, en cambio, el aumento limitado de los gastos administrativos conlleva a la implementación de políticas de optimización y eliminación de las duplicidades de las actividades administrativas.

Cabe mencionar que se dispone de un 5% del valor de las máquinas de producción (máquinas de coser, sublimadora y sorgeteadora) como presupuesto para mantenimientos preventivos (L. 107,504), contratando los servicios de una empresa externa que haga ese soporte técnico a las maquinas cuando sea requerido, y la creación de un calendario para revisiones periódicas (semanales o mensuales).

Tabla 8. 50 Gastos por depreciaciones

Rubros	Costo De Adquisición	Valor Residual	Valor Depreciable
Caja Registradora	L 4,556.80	L 45.57	L 4,511.23
Computadora Portatil	L 23,792.64	L 237.93	L 23,554.71
Impresora	L 7,500.00	L 75.00	L 7,425.00
Aire acondicionado	L 90,000.00	L 900.00	L 89,100.00
Máquinas de coser semiindustriales	L 99,930.51	L 999.31	L 98,931.20
Máquina de impresión de camisetas y serigrafía pulpo	L 49,348.40	L 493.48	L 48,854.92
Equipo de transporte	L 500,000.00	L 5,000.00	L 495,000.00
Máquina Sorgeteadora	L 7,253.67	L 72.54	L 7,181.13

Años	% De Deprec.	Depreciación Anual	Valor En Libros
2.00	50.00%	L 2,255.62	L 2,255.62
3.00	33.33%	L 7,851.57	L 15,703.14
5.00	20.00%	L 1,485.00	L 5,940.00
5.00	20.00%	L 17,820.00	L 71,280.00
5.00	20.00%	L 19,786.24	L 79,144.96
5.00	20.00%	L 9,770.98	L 39,083.93
5.00	20.00%	L 99,000.00	L 396,000.00
5.00	20.00%	L 1,436.23	L 5,744.91

Fuente: Elaboración propia, 2022.

El Costo Unitario, es la cantidad que le cuesta a una compañía producir un producto. Este se adquiere al calcular, todos los costos de producción, como Costos Fijos (CF), Costos Variables (CV), y Costos en Gastos de Administración y Ventas (GAV). Es el costo que no tiene agregados porcentajes de utilidades, costos de impuestos ni cualquier costo adicional que no sea el de la producción misma.

De igual manera, es importante determinar el costo unitario de las prendas a comercializar, considerando tanto los costos de producción como de los gastos operativos para su disposición final para con el cliente.

Tabla 8. 51 Costo Unitario

Costo Unitario Proyectado					
Periodo	2023	2024	2025	2026	2027
Costo de bienes de los vendidos	L 1,408,011.29	L 1,475,975.11	L 1,547,223.40	L 1,621,915.07	L 1,700,216.74
Gastos operativos	L 2,279,195.99	L 2,356,678.14	L 2,437,899.52	L 2,523,040.79	L 2,610,468.12
Costos totales	L 3,687,207.28	L 3,832,653.25	L 3,985,122.92	L 4,144,955.86	L 4,310,684.86
Unidades a producir/vender	5881	5970	6061	6153	6246
Costo Unitario promedio	L 627.01	L 641.99	L 657.53	L 673.66	L 690.11
Precio de Venta	L 715.00	L 737.17	L 760.02	L 783.58	L 807.87
Utilidad Unitaria	L 87.99	L 95.18	L 102.49	L 109.91	L 117.76

Fuente: Elaboración propia, 2022.

Tabla 8. 52 Estado de Resultado Proyectado

Estado de Resultados Proyectado SPORT BAMBOO					
CIFRAS EXPRESADAS EN LEMPIRAS HONDUREÑOS					
Proyección Anual	2023	2024	2025	2026	2027
Ingresos	L 4,204,631.97	L 4,400,867.19	L 4,606,260.94	L 4,821,240.67	L 5,046,253.76
Costo de ventas	L 1,408,011.29	L 1,475,975.11	L 1,547,223.40	L 1,621,915.07	L 1,700,216.74
Utilidad Bruta	L 2,796,620.68	L 2,924,892.08	L 3,059,037.54	L 3,199,325.60	L 3,346,037.02
Gastos Operativos	L 467,943.91	L 491,341.11	L 515,908.16	L 541,703.57	L 568,788.75
Gastos Ventas	L 245,600.00	L 257,880.00	L 270,774.00	L 284,312.70	L 296,097.32
Gastos Admon.	L 1,035,371.64	L 1,054,871.64	L 1,075,346.64	L 1,096,845.39	L 1,119,419.08
Mantenimiento equipo producción	L 107,504.04	L 112,879.25	L 118,523.21	L 124,449.37	L 130,671.84
Depreciación	L 159,405.64				
Utilidad antes de intereses	L 780,795.45	L 848,514.45	L 919,079.89	L 992,608.93	L 1,071,654.39
Gastos Financieros	L 90,895.86				
Utilidad antes de impuesto	L 689,899.59	L 757,618.59	L 828,184.03	L 901,713.07	L 980,758.53
I.S.R (25%)	L 172,474.90	L 189,404.65	L 207,046.01	L 225,428.27	L 245,189.63
Utilidad (o pérdida) Neta	L 517,424.69	L 568,213.94	L 621,138.02	L 676,284.80	L 735,568.90

Fuente: Elaboración propia, 2022.

Tabla 8. 53 Estado de Situación Financiera Proyectado

Balance General					
Proyección Anual	2023	2024	2025	2026	2027
Activos					
Activo Corrientes	L1,073,776.29	L1,674,625.72	L1,937,019.27	L2,195,410.21	L2,578,029.93
Activo No Corrientes	L663,238.94	L493,749.53	L326,470.16	L166,850.01	L7,467.79
Total Activos	L1,737,015.23	L2,168,375.25	L2,263,489.43	L2,362,260.22	L2,585,497.72
Pasivos					
Pasivos Corrientes	L44,074.55	L46,167.91	L48,360.70	L50,657.64	L53,063.68
Total, Pasivos No Corrientes	L403,833.25	L400,596.09	L396,725.67	L392,098.13	L386,565.37
Total Pasivos	L447,907.80	L446,764.00	L445,086.38	L442,755.78	L439,629.05
Patrimonio Neto					
Capital Social Carlos Gonzales	L451,972.70	L451,972.70	L451,972.70	L451,972.70	L451,972.70
Capital Social Yorlenny Evora	L451,972.71	L451,972.71	L451,972.71	L451,972.71	L451,972.70
Utilidades del periodo	L385,162.02	L432,503.81	L481,953.83	L533,605.20	L589,378.36
Utilidades retenidas	-	L385,162.02	L432,503.81	L481,953.83	L533,605.20
Total Patrimonio Neto	L1,289,107.43	L1,721,611.24	L1,818,403.05	L1,919,504.44	L2,026,928.96
Total Pasivo más Patrimonio Neto	L1,737,015.23	L2,168,375.24	L2,263,489.43	L2,362,260.22	L2,466,558.01
Diferencia	L0.00	L0.00	L0.00	L0.00	L0.00

Fuente: Elaboración propia, 2022.

Tabla 8. 54 Flujo de Efectivo Proyectado

Estado de Flujo de Efectivo SPORT BAMBOO					
CIFRAS EXPRESADAS EN LEMPIRAS HONDUREÑOS					
Ingresos	2023	2024	2025	2026	2027
Saldo Anterior	589534.21	115476.486	76844.80989	60794.93759	68032.44607
Ventas	L 4,204,631.97	L 4,400,867.19	L 4,606,260.94	L 4,821,240.67	L 5,046,253.76
Préstamo	L 420,381.64	L -	L -	L -	L -
Total De Ingreso	L 5,214,547.82	L 4,516,343.68	L 4,683,105.75	L 4,882,035.61	L 5,114,286.20
Egresos					
Inversiones En Activos	L 833,915.85	L -	L -	L -	L -
Compras Materia Prima	L 732,017.61	L 766,181.75	L 801,940.37	L 839,367.89	L 878,542.19
Mano De Obra	L 1,143,937.60	L 1,201,134.48	L 1,261,191.20	L 1,324,250.76	L 1,390,463.30
Costos Indirectos Fabricación	L 737,353.84	L 766,251.25	L 796,593.53	L 828,452.92	L 861,905.29
Gastos de Venta	L 245,600.00	L 257,880.00	L 270,774.00	L 284,312.70	L 298,528.34
Gastos de Administración	L 1,142,875.68	L 1,167,750.89	L 1,193,869.85	L 1,221,294.76	L 1,250,090.92
Gastos Financieros	L 74,347.47	L 71,110.30	L 67,239.89	L 62,612.35	L 57,079.59
Amortizaciones A Préstamo	L 16,548.39	L 19,785.55	L 23,655.97	L 28,283.51	L 33,816.27
ISR	L 172,474.90	L 189,404.65	L 207,046.01	L 225,428.27	L 245,189.63
Total De Egresos	L 5,099,071.34	L 4,439,498.87	L 4,622,310.82	L 4,814,003.16	L 5,015,615.53
Disponibilidad	L 115,476.49	L 76,844.81	L 60,794.94	L 68,032.45	L 98,670.68

Fuente: Elaboración propia, 2022.

8.5.5 Punto de equilibrio

Las empresas siempre buscan tener una idea de sus ganancias, para evaluar la producción, el nivel de compras que se realizan a su mercancía entre otros aspectos; de manera que puedan saber los puntos fuertes de su institución. Además de ayudar a determinar la cantidad de ventas que benefician a la misma con sus ingresos monetarios, donde se cubra lo gastado en la compra o la creación de los productos, más la mano de obra, si existe; es decir con esta herramienta los administradores logran evaluar la rentabilidad que demuestra la organización en el mercado. Es por esta razón que, se ha convertido de vital importancia este procedimiento.

La siguiente tabla muestra el punto de equilibrio donde indica la cantidad mínima a producir durante los próximos cinco años para evitar pérdidas y recuperar lo invertido.

Tabla 8. 55 Análisis punto de equilibrio

Punto de Equilibrio SPORT BAMBOO					
Años	2023	2024	2025	2026	2027
Costos Fijos	L 2,267,610.73	L 2,339,807.61	L 2,415,614.34	L 2,495,211.39	L 2,578,788.31
Precio unitario	L 715.00	L 737.17	L 760.02	L 783.58	L 807.87
Costo Variable Unitario	L 271.08	L 285.17	L 299.92	L 315.37	L 331.24
Producción	5881	5970	6061	6153	6246
Punto de equilibrio	5108	5177	5250	5329	5410

Fuente: Elaboración propia, 2022.

La cantidad mínima de venta de prendas para el primer año es de 5,108 unidades para encontrar el equilibrio de los costos que conlleva la creación del producto terminado.

8.5.6 Tasa Interna de Retorno (TIR) y Valor Actual Neto (VAN)

Tabla 8. 56 Indicadores financieros

Datos	Inversión Inicial	L 1,009,915.85		
	Tasa descuento	18%		
Periodo	Ingreso	Egreso	Flujo de Efectivo Neto	Valor Presente
0			-L 1,009,915.85	-L 1,009,915.85
1	L 4,204,631.97	L 5,075,816.67	-L 871,184.70	-L 738,292.12
2	L 4,400,867.19	L 3,832,653.25	L 568,213.94	L 568,213.94
3	L 4,606,260.94	L 3,985,122.92	L 621,138.02	L 621,138.02
4	L 4,821,240.67	L 4,144,955.86	L 676,284.80	L 676,284.80
5	L 5,046,253.76	L 4,310,684.86	L 735,568.90	L 735,568.90
Valor presente de la suma de flujos actualizados				L 1,862,913.55
Valor Presente Neto (VPN)			-L 291,737.66	
Valor Actual Neto (VAN)			-L247,235.31	
Tasa Interna de Retorno (TIR)			11%	
Índice de rentabilidad o Razón Beneficio/Costo			0.71	

Fuente: Elaboración propia, 2022.

La TIR permite conocer el interés o rentabilidad que ofrecerá la inversión, además como medida relativa de rentabilidad proporciona el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá la inversión, por ello, se ha calculado la TIR del mismo, la cual es de 11%, cuyos criterios de selección indica que el proyecto no puede ser aceptado en un periodo de 5 años, ya que la tasa de rendimiento interno que se obtiene es menor a la tasa mínima de rentabilidad exigida en la inversión, la cual es del 18% (Tasa de Interés de financiamiento). El Valor Actual Neto (VAN) como indicador financiero que sirve para determinar la viabilidad del proyecto, en donde posteriormente de la medición los flujos de los futuros ingresos y egresos (proyección a cinco años); descontando la inversión inicial queda un valor negativo por – L.247,235.31, cuyo criterio de selección indica que el proyecto no es viable, debido al alto nivel de barreras de introducción y diversificación de distintas marcas a lo largo del mercado, viéndose limitada por la tasa y, además, se ha generado una pérdida de su Valor Actual Neto (VAN).

En un sentido comparativo, puede basarse como positivo el hecho de que la TIR es positiva, aun cuando la VAN es negativa el proyecto puede considerarse viable, ya que la Tasa de retorno de la inversión es visible desde el primer año, aún en la consideración de los riesgos presentes.

Tabla 8. 57 Periodo de recuperación

Periodo Recuperación de Inversión Inicial		
Periodo	Flujo de Efectivo Neto	Acumulado
0	-L 1,009,915.85	
1	-L 871,184.70	-L 871,184.70
2	L 568,213.94	-L 302,970.76
3	L 621,138.02	L 318,167.26
4	L 676,284.80	L 994,452.07
5	L 735,568.90	L 1,730,020.97
Periodo de recuperación		4.02 años

Fuente: Elaboración propia, 2022.

Luego del análisis y considerar los ingresos, total de gastos, la utilidad de operación y utilidad neta se proyecta un periodo de recuperación de 4.02 años.

8.5.7 Escenarios

El análisis de escenarios es una medición que permite estimar los resultados económicos sobre un proyecto desde una perspectiva positiva y negativa, de modo que a través de los distintos cambios que pudieran ocurrir en el mercado, se pudiera prever los resultados y tomar decisiones entorno a ellas.

8.5.8 Los escenarios optimistas y pesimistas

EL estudio que nos permite conocer la situación futura de la empresa realizando una restauración financiera trascendental. Técnicamente es el instrumento por medio del cual se está en posibilidades de visualizar la futura situación financiera de la empresa SPORT BAMBOO considerando una serie de premisas y supuestos técnicos.

Se presente un escenario en que las ventas disminuyen en un 10%, considerando la misma situación con los costos de materias primas y lo relacionado a gastos variables dentro del Estado de Resultados proyectado. En tal sentido, los cambios realizados serán en la línea proyectada de ingresos por ventas, materias primas, combustible, energía eléctrica, insumos de limpieza y gastos por mantenimiento de infraestructura; cuyos elementos son considerados por su inestabilidad y determinación de precios de adquisición por las condiciones del mercado.

Además, se observa un decremento en las utilidades del 47.2%, 44.19%, 41.61%, 39.44% y 37.49% respectivamente, dando lugar a resultados negativos aun cuando los gastos variables disminuyen únicamente en un 10% al igual que los ingresos.

Tabla 8. 58 Escenarios de cambios negativos

Estado de Resultados Proyectado Sport Bamboo					
CIFRAS EXPRESADAS EN LEMPIRAS HONDUREÑOS					
Proyección Anual	2023	2024	2025	2026	2027
Ingresos por ventas	L 3,784,168.77	L 3,960,780.47	L 4,145,634.85	L 4,339,116.60	L 4,541,628.38
Costo de los bienes vendidos					
Materias Primas	L 658,815.84	L 689,563.57	L 721,746.33	L 755,431.10	L 790,687.97
Mano de Obra Directa	L 675,993.68	L 709,793.37	L 745,283.04	L 782,547.19	L 821,674.55
Total Costos de los bienes vendidos	L 1,334,809.53	L 1,399,356.94	L 1,467,029.37	L 1,537,978.29	L 1,612,362.52
Utilidad Bruta	L 2,449,359.25	L 2,561,423.53	L 2,678,605.48	L 2,801,138.32	L 2,929,265.86
Gastos Operativos					
Obligaciones laborales					
Sueldos y Salarios	L 391,767.00	L 411,355.35	L 431,923.12	L 453,519.27	L 476,195.24
Décimo Cuarto	L 32,647.25	L 34,279.61	L 35,993.59	L 37,793.27	L 39,682.94
Décimo Tercer	L 32,647.25	L 34,279.61	L 35,993.59	L 37,793.27	L 39,682.94
Vacaciones	L 10,882.41	L 11,426.53	L 11,997.86	L 12,597.75	L 13,227.64
Total gastos operativos	L 467,943.91	L 491,341.11	L 515,908.16	L 541,703.57	L 568,788.75
Gastos de Ventas					
Combustible	L 64,800.00	L 68,040.00	L 71,442.00	L 75,014.10	L 78,764.81
Plan de publicidad	L 120,000.00	L 126,000.00	L 132,300.00	L 138,915.00	L 145,860.75
Mantenimiento equipo de transporte	L 11,600.00	L 12,180.00	L 12,789.00	L 13,428.45	L 14,099.87
Papelería y suministros	L 37,800.00	L 39,690.00	L 41,674.50	L 43,758.23	L 43,758.23
Total gastos de ventas	L 234,200.00	L 245,910.00	L 258,205.50	L 271,115.78	L 282,483.65
Gastos de Administración					
Combustible	L 54,000.00	L 56,700.00	L 59,535.00	L 62,511.75	L 65,637.34
Internet	L 18,000.00				
Energía Eléctrica	L 270,000.00	L 283,500.00	L 297,675.00	L 312,558.75	L 328,186.69
Agua	L 54,000.00				
Honorarios profesionales	L 120,000.00				
Insumos de limpieza	L 27,000.00	L 28,350.00	L 29,767.50	L 31,255.88	L 32,818.67
Mantenimiento Infraestructura	L 108,000.00				
Mantenimiento equipo producción	L 107,504.04	L 112,879.25	L 118,523.21	L 124,449.37	L 130,671.84
Arrendamiento Local	L 333,371.64				
Gastos por depreciación	L 159,405.64				
Gastos por financiamiento	L 90,895.86				
Total gastos de Administración	L 1,342,177.18	L 1,365,102.38	L 1,389,173.85	L 1,414,448.88	L 1,440,987.67
Utilidad operativa	L 405,038.15	L 459,070.04	L 515,317.97	L 573,870.09	L 637,005.79
Impuesto sobre la renta (25%)	L 101,259.54	L 114,767.51	L 128,829.49	L 143,467.52	L 159,251.45
Utilidad después de impuestos	L 303,778.62	L 344,302.53	L 386,488.48	L 430,402.57	L 477,754.34

Fuente: Elaboración propia, 2022.

8.5.9 Comprobación de hipótesis

La comprobación de hipótesis es tomada con base a los resultados obtenidos en el estudio financiero, el cual determino que la TIR del proyecto utilizando el análisis con financiamiento es de 11% y la tasa de descuento es de 18% por lo que no se acepta la hipótesis de investigación, la TIR es menor sobre el costo de capital, es decir, no cumple con lo supuesto.

El valor actual neto (VAN) es de – L.247,235.31, el cual es menor a 0, lo que nos indica que por medio del análisis financiero el proyecto no es aceptable.

8.5.10 Proyecciones 7 a 10 años

Tabla 8. 59 Proyecciones a 7 años

Datos	Inversión Inicial	L 1,009,915.85		
	Tasa descuento	18%		
Periodo	Ingreso	Egreso	Flujo de Efectivo Neto	Valor Presente
0			-L 1,009,915.85	-L 1,009,915.85
1	L 4,204,631.97	L 5,075,816.67	-L 871,184.70	-L 738,292.12
2	L 4,400,867.19	L 3,832,653.25	L 568,213.94	L 408,082.41
3	L 4,606,260.94	L 3,985,122.92	L 621,138.02	L 378,043.78
4	L 4,821,240.67	L 4,144,955.86	L 676,284.80	L 348,820.18
5	L 5,046,253.76	L 4,310,684.86	L 735,568.90	L 321,523.94
6	L 5,281,768.48	L 4,596,499.31	L 685,269.17	L 253,845.31
7	L 5,528,274.95	L 4,786,045.30	L 742,229.64	L 233,004.47
Valor presente de la suma de flujos actualizados				L 1,205,027.96
Valor Presente Neto (VPN)			L 195,112.11	
Valor Actual Neto (VAN)			L 165,349.25	
Tasa Interna de Retorno (TIR)			21%	
Índice de rentabilidad o Razón Beneficio/Costo			1.19	

Fuente: Elaboración propia, 2022.

Se ha calculado la TIR de este, la cual es de 21%, cuyos criterios de selección indica que el proyecto debe ser aceptado en un periodo de 7 años, ya que la tasa de rendimiento interno que se obtiene supera a la tasa mínima de rentabilidad exigida en la inversión, la cual es del 18% (Tasa de Interés de financiamiento). lo que significa que a partir del 7mo año los índices de rentabilidad empiezan a ser favorables en las proyecciones de SPORT BAMBOO.

Se analiza el Valor Actual Neto (VAN) para determinar la viabilidad del proyecto, en donde posteriormente de la medición los flujos de los futuros ingresos y egresos (proyección a siete años); descontando la inversión inicial queda un valor positivo por L. 165,349.25, cuyo criterio de selección indica que el proyecto es viable a partir de ese periodo

Tabla 8. 60 Proyecciones 10 años

Datos	Inversión Inicial	L 1,009,915.85		
	Tasa descuento	18%		
Periodo	Ingreso	Egreso	Flujo de Efectivo Neto	Valor Presente
0			-L 1,009,915.85	-L 1,009,915.85
1	L 4,204,631.97	L 5,075,816.67	-L 871,184.70	-L 738,292.12
2	L 4,400,867.19	L 3,832,653.25	L 568,213.94	L 408,082.41
3	L 4,606,260.94	L 3,985,122.92	L 621,138.02	L 378,043.78
4	L 4,821,240.67	L 4,144,955.86	L 676,284.80	L 348,820.18
5	L 5,046,253.76	L 4,310,684.86	L 735,568.90	L 321,523.94
6	L 5,281,768.48	L 4,596,499.31	L 685,269.17	L 253,845.31
7	L 5,528,274.95	L 4,786,045.30	L 742,229.64	L 233,004.47
8	L 5,786,286.17	L 4,984,756.32	L 801,529.86	L 213,237.53
9	L 6,056,339.09	L 5,193,076.02	L 863,263.08	L 194,627.90
10	L 6,338,995.71	L 5,411,469.58	L 927,526.12	L 177,217.28
Valor presente de la suma de flujos actualizados				L 1,790,110.68
Valor Presente Neto (VPN)			L 780,194.83	
Valor Actual Neto (VAN)			L 661,182.06	
Tasa Interna de Retorno (TIR)			28%	
Índice de rentabilidad o Razón Beneficio/Costo			1.77	

Fuente: Elaboración propia, 2022.

En la tabla anterior se hizo una proyección a diez años, donde se observa que la tasa interna de retorno de 28% supera la tasa de descuento (18%), esto indica que el proyecto a partir de dicho tiempo es viable y puede ser aceptado.

Según las proyecciones realizadas en un periodo a 7-10 años, indica que es el tiempo optimo en donde el proyecto empieza mostrar los índices de rentabilidad viables para la instalación de una empresa productora y comercializadora de ropa deportiva en base a fibra de bambú (SPORT BAMBOO) considerando las altas barreras que el mercado presenta.

IX. CONCLUSIONES

A través del estudio de mercado se logró estimar, que en la ciudad de San Pedro Sula existe un mercado potencial de personas que están interesadas en adquirir prendas que son amigables con el medio ambiente, obteniendo una demanda para el proyecto de ropa deportiva a base de la fibra de bambú es de 483 prendas mensuales equivalentes a una proyección futura de 5,793 prendas para el primer año.

Por medio del estudio técnico se determinó los aspectos operativos y requisitos que se requieren para la creación de la empresa de ropa deportiva a base de la fibra de bambú, dando como resultado una inversión de L. 1, 009, 915.85 para obtener dichos fondos el 60% corresponden a fondos propios de los socios y el 40% será mediante financiamiento bancario.

La evaluación financiera de la empresa Sport Bamboo refleja resultados no favorables, con una tasa interna de retorno de 11% menor sobre el costo de capital, con un valor presente neto de - L. 247,737.66, tendría un periodo de recuperación para la inversión de cuatro años y dos meses, sin embargo, el proyecto no del todo deja de ser viable, considerando una proyección más prolongada de 7-10 años para poder obtener mayor índice de rentabilidad del proyecto.

X. RECOMENDACIONES

Con base a los resultados obtenidos en el estudio de prefactibilidad, se recomienda no ejecutar la creación de la empresa productora y comercializadora de ropa deportiva a base de la fibra de bambú en la ciudad de San Pedro Sula, debido a que corre mucho riesgo por las altas barreras que presenta.

A pesar de que existe una demanda potencial de personas interesadas en productos ecológicos, se recomiendan usar estrategias exclusivas para potencializar las ventajas competitivas existentes y diseñar planes de contingencia que permitan mayor flexibilidad administrativa y financiera para el aseguramiento del manejo de la fijación y política.

Se recomienda la implementación el método de producción por órdenes de procesos, en cumplimiento de las solicitudes predeterminadas en atención de la demanda del producto.

XI. BIBLIOGRAFIA

A. Kumar y C.B. Sastry. (29 de Agosto de 2020). *La Red internacional del bambú y el rotén.*

Obtenido de <https://www.fao.org/3/x2450s/x2450s0a.htm>

Alcaldía Municipal de San Pedro Sula. (2020). *Informe económico 2020.* San Pedro Sula,

Honduras: Alcaldía Municipal de San Pedro Sula.

Andres Montoyo, M. M. (2012). *Proceso de producción.* Universidad de Alicante.

Armstrong, K. (2013). *Fundamentos del marketing.* México: Pearson.

Arriaga, M. G. (2019). *Anàlisis PESTEL.* UDGVIRTUAL.

Asociación de Municipios de Honduras (AMHON). (2020). *Reseña Anual 2020.* Tegucigalpa

M.D.C.: Asociación de Municipio de Honduras (AMHON).

Baca Urbina, G. (2010). *Evaluación de proyectos 6ta edición.* México : McGRAW-

HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

Baca Urbina, G. (2013). *Evaluación de proyectos .* México: McGRAW-

HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

Banco Central de Honduras. (2021). *Memoria Anual 2021.* Tegucigalpa M.D.C. Francisco

Morazán: Banco Central.

Barea Zanón, M. (2020). *Repositorio Institucional de la Universitat Politècnica de València.*

Obtenido de ANÁLISIS Y PROPUESTAS DE MEJORA DE UNA CORREDURÍA DE

SEGUROS

EN

VALENCIA:

<https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/149199/Barea%20-%20An%C3%A1lisis%20y%20propuestas%20de%20mejora%20de%20una%20corredur%C3%ADa%20de%20seguros%20en%20Valencia.pdf?sequence=2>

BBC New. (11 de Abril de 2012). *El potencial del Bambú*. Obtenido de Central America Data.com:
https://m.centralamericadata.com/es/article/home/El_potencial_del_bamb

Botey, P. (23 de Febrero de 2022). *Las 4 P del marketing: qué son, cuáles son y para qué sirven*. Obtenido de INBOUNDCYCLE: <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/las-4-p-del-marketing-que-debes-conocer>

Cadoar. (s.f.). Obtenido de <https://www.cadoar.org.do/informaciones/sector-asegurador/historia-del-seguro/>

Castañeda, K. C. (2017). *Perspectiva teórica y construcción del marco teórico*. Tegucigalpa M.D.C. Francisco Morazán: Facultad de Ciencias Médicas UNAH.

Cerna, R., & Venegas, I. (2019). *Manufactura en Honduras*. San Pedro Sula, Honduras: UNITEC.

CNBS. (2022). *Reporte del perfil asegurador de Honduras*.

Comisión Nacional de Bancas y Seguros. (2022). *REPORTE DEL PERFIL DEL SISTEMA ASEGURADOR DE HONDURAS*. Tegucigalpa, M.D.C.

Da Silva, D. (15 de Abril de 2020). *Zendesk*. Obtenido de La importancia del servicio al cliente:
<https://www.zendesk.com.mx/blog/cual-es-la-importancia-del-servicio-al-cliente/>

Diario EL Heraldo. (22 de Agosto de 2016). *Actividad física constante*. (S. Y. Pèrez, Ed.) pág. 30.

Global Entrepreneurship Monitor. (19 de Febrero de 2022). *GEM*. Obtenido de <https://www.gemconsortium.org/>

Hernández Sampieri, R. (2009). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw Hill Education.

Honduras moda. (4 de Diciembre de 2018). *Hondurasmoda*. Obtenido de Moda Ropa ecológica: <https://hondurasmoda.wordpress.com/modaropa-ecologica/>

Instituto de Crédito Fiscal. (2022). *Economía*. Honduras: El País.

INSTITUTO DE LA PROPIEDAD. (2022). *INSTITUTO DE LA PROPIEDAD* . Obtenido de <https://www.ip.gob.hn/patentes>

Instituto Nacional de Estadística (INE). (2022). *Estadísticas*. Obtenido de BASEINE: <https://www.ine.gob.hn/V3/baseine/>

Instituto Nacional de Estadística (INE). (2022). *Población año especificado*. San Pedro Sula, Cortés: Gobierno de la República de Honduras.

Juan Eduardo Santarcángelo, C. B. (2011). *El concepto de excedente en la teoría*.

Kattan, J. E. (2019). *Manufactura en Honduras, breve panorama de las industrias locales*. Jamaica: Infrastructure for Sustainable Cities and Communities.

Kattan, J. E. (2019). *Manufactura en Honduras, breve panorama de las industrias locales*. San Pedro Sula, Honduras: Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC).

La Gaceta. (17 de Diciembre de 2019). Circular 35126. *Sección Avisos Legales*.

La Secretaría de Estado en el despacho de Desarrollo Económico. (2020). *Reglamento de la Ley de Zonas Libres*. Tegucigalpa M.D.C., Francisco Morazán: Diario Oficial La Gaceta.

Madrigal, G. R. (2018). *Manual de Design Thinking*. Colombia: Subsecretaría de Educación Superior-Dirección General de Educación Superior Universitaria de Colombia.

Mancomunidad de Municipios Garifunas de Honduras (MAMUGAH). (2021). *Análisis interpretativo del Plan de Nación 2020*. Honduras: MAMUGAH.

Mejía, B. (2018). *Layouts*. Academia.

Mejía, M. C., & Partridge, W. L. (10 de Noviembre de 2013). *Banco Interamericano de Desarrollo (BID)*. Obtenido de <https://publications.iadb.org/es/publicacion/15327/analisis-socio-cultural-en-los-proyectos-del-bid-un-documento-de-debate#:~:text=Adem%C3%A1s%20el%20an%C3%A1lisis%20sociocultural%20brinda,y%20llevar%20a%20cabo%20los>

Ministerio de Sanidad, E. (2020). *Bienestar Emocional*. Obtenido de Estresores Laborales: <https://bemocion.sanidad.gob.es/emocionEstres/estres/consecuencias/estresores/home.htm#:~:text=Los%20estresores%20son%20los%20est%C3%ADmulos,ejemplo%20es%20%C3%A9poca%20de%20ex%C3%A1menes>.

Muñoz, R. S. (2012). *Importancia productos equinos; Vetfarm Ecuador*. Quito, Ecuador: Universidad San Francisco de Quito.

Núñez, F. (2009/2010). *El Mercado, Tipos de Mercado*.

Organización Internacional del Trabajo. (2013). *Estadística del trabajo y de la fuerza de trabajo*. Ginebra.

Ortiz, E. (2018). *Análisis del microentorno y dirección de marketing*. Colombia.

Padilla, V. M. (2013). *Modelo matemático para el reporte financiero que estima el rendimiento de las acciones de empresas que cotizan en l bolsa mexicana de valores*. Instituto Politécnico Nacional de México.

Paneque, R. J. (1998). *Metodología de la Investigación*.

Paredes, J. L. (2012). *Costos; Teoría y Práctica*. Universidad de San Martín de Porres.

Parlamento Europeo. (29 de Diciembre de 2020). *El impacto de la producción textil y de los residuos en el medio ambiente (infografía)*. Obtenido de Noticias Parlamento Europeo: <https://www.europarl.europa.eu/news/es/headlines/society/20201208STO93327/el-impacto-de-la-produccion-textil-y-de-los-residuos-en-el-medio-ambiente#:~:text=Seg%C3%BAAn%20las%20estimaciones%2C%20la%20producci%C3%B3n,que%20acaban%20en%20los%20oc%C3%A9anos>.

Pérez, A. R. (2002). *Que son los indicadores?*

Pérez, B. L. (s.f.). *Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo*. Obtenido de <https://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/huejutla/n8/m1.html#refe1>

- Pigneur, A. O. (2011). *Generación de modelos de negocio*. Barcelona(España): Centro Libros PAPP, S. L. U. Obtenido de cecma.com.ar: <https://cecma.com.ar/wp-content/uploads/2019/04/generacion-de-modelos-de-negocio.pdf>
- Prensa Libre. (31 de Mayo de 2021). *CentralAmericaData.com*. Obtenido de Bambú: Nueva planta industrial en Guatemala: https://www.centralamericadata.com/es/search?q1=content_es_le:%22bamb%C3%BA%22
- QuestionPro. (2022). *Como medir el desempeño laboral* . Obtenido de Como medir el desempeño laboral: <https://www.questionpro.com/blog/es/desempeno-laboral/#:~:text=El%20desempe%C3%B1o%20laboral%20es%20el,no%20para%20el%20puesto%20asignado.>
- Quintero, J., & Sánchez, J. (2006). *La cadena de valor: Una herramienta del pensamiento estratégico*. Maracaibo, Venezuela: Telos.
- Roberto, C. P., & Daniel, G. G. (2004). *El sistema de producción y operaciones*.
- Rodríguez, M. Z. (2012). *Antología Comercialización*.
- Rojas, Javier, Pontifica Universidad Javeriana. (2004). *Estudio de Factibilidad*.
- Sampieri. (2010). Metodología de Investigación. En Sampieri, *Metodología de Investigación* (pág. 217).
- Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigación*. Mexico: McGraw Hill.

Sampieri, R. H. (2014). *Metodología de la Investigación 6ta Edición*. Mexico D.F.: McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. de C.V.

Sampieri, R. H. (2014). *Metodología de la Investigación Sexta Edición - Capítulo 8*. Mexico: Miembro de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana, Reg. Núm. 736.

Sampieri, R. H., Collado, C. F., & Lucio, P. B. (2014). *Metodología de la Investigación*. MCGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES S.A. DE C.V.

Sampieri, R. H., Collado, C. F., & Lucio, P. B. (2014). *Metodología de la Investigación*. MCGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES S.A. DE C.V.

Secretaría de Derecho Económico. (2020). *Ley de las zonas industriales de procesamiento para exportaciones*. Tegucigalpa M.D.C., Francisco Morazán: Diario Oficial La Gaceta.

Secretaría de Desarrollo Económico. (23 de agosto de 2022). *Regimen de Importación Temporal*. Obtenido de <https://sde.gob.hn/leyes-rit/>

silva, M. d. (2016). *Gestión de recursos y servicios bibliotecarios*. Medellín, Colombia.

Ucha, A. P. (2020). *5 fuerzas de Porter*. Barcelona España: Sin dato.

Unam, Facultad de Economía. (s.f.). *Economía Unam*. Obtenido de <http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap1.pdf>

Universidad de San Carlos Guatemala. (2017). *Diagrama de Ishikaea*. Guatemala: Centro Universitario del Norte.

Velázquez, M. (25 de junio de 2021). *La industria textil en Honduras se coloca en una posición privilegiada*. Obtenido de Forbes: <https://forbescentroamerica.com/2021/06/25/la-industria-textil-en-honduras-se-coloca-en-una-posicion-privilegiada>

Villacampa, Ó. (22 de Abril de 2021). *Agencia marketing online*. Obtenido de <https://www.ondho.com/que-son-4-p-marketing-como-aplicarlas-ejemplos/>

XII. ANEXOS

Figura 12. 35 Formato de la encuesta I

EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ROPA DEPORTIVA DE FIBRA DE BAMBÚ, SAN PEDRO SULA, HONDURAS

Objetivo: De la manera más atenta CEUTEC DE UNITEC les saluda, muy respetuosamente solicitando su colaboración contestando la presente encuesta, la que tiene como finalidad recopilar información para realizar un estudio sobre la viabilidad de emprendedurismo en el municipio de San Pedro Sula, Cortés, Honduras.

Instrucciones: A continuación, se le solicita marcar cada interrogante realizada.

Descripción (opcional)

1. Genero *

Femenino

Masculino

2. Edad *

15 a 21 años

22 a 30 años

31 a 40 años

Fuente: Elaboración propia, 2022.

Figura 12. 36 Formato de la encuesta II

3. ¿Compra ropa deportiva? *

Sí

No

4. ¿Con qué frecuencia compra usted ropa deportiva? *

Cada mes

Cada 2 - 3 meses

Cada 4 - 5 meses

Una vez al año

5. Dentro de los siguientes rangos, ¿Cuál es su salario promedio de ingreso mensual? *

L. 5,000.00 - L.10,500.00

L. 10,501.00 - L. 13,500.00

L.13,501 - L. 16,500.00

L. 16,501 - L. 19,500.00

L. 19,501.00 - L.22,500.00

Mayor a L.22,501.00

Fuente: Elaboración propia, 2022.

Figura 12. 37 Formato de la encuesta III

6. ¿Qué tipo de ropa deportiva compra normalmente? *

- Camiseta
- Top
- Leggings
- Buzo
- Short
- Sujetador
- Licra

7. ¿Cuándo realiza una compra, cuantas prendas de ropa deportiva adquiere? *

- Entre 1 a 2
- Entre 3 a 4
- Entre 5 a 6
- Entre 7 a 8
- Más de 9

Fuente: Elaboración propia, 2022.

Figura 12. 38 Formato de la encuesta IV

8. ¿Qué estilo de ropa deportiva es de su interés? *

Ropa de compresión

Ligera

9. ¿Cuál es el precio promedio que paga por la ropa deportiva que compra? *

Hasta L. 199.00

Entra L. 200.00 - L. 300.00

Entra L. 301 - L. 400.00

Entra L. 401.00 - L. 500.00

Más de L. 500.00

10. ¿En qué lugares comúnmente compra su ropa deportiva? *

Centro comerciales

Ropa de segunda

Establecimientos de marcas

Redes sociales

Pagina Web

Fuente: Elaboración propia, 2022.

Figura 12. 39 Formato de la encuesta V

...

11. Al momento de comprar ropa deportiva, ¿Qué es lo primero que toma en cuenta? *

Diseño

Precio

Calidad

Color

Moda

Material

12. ¿Le interesan los productos ecológicos, o que ayuden a la conservación del medio ambiente? *

Si

No

13. ¿Conoce usted alguna empresa o negocio que comercialice ropa deportiva en tela de fibra *
de Bambú, en San Pedro Sula?

Si

No

14. ¿Sabía usted de los beneficios de las prendas de Bambú? *

Si

No

Fuente: Elaboración propia, 2022.

Figura 12. 40 Cotización de la tela

Ohyehtex

Ready to Ship In Stock Fast Dispatch

OEKO-TEX estándar de 100 Anti-bacteriana orgánica sostenible de 95% de bambú 5% tela de Spandex para camisetas Productos en rebajas imperdibles

★★★★★ 5.0 27 Reseñas 33 compradores

No.8 Lo más vendido en [De tela de fibra de bambú](#)

Ver más

1 - 1499 Metros	1500 - 4999 Metros	5000 - 19999 Metros	>= 20000 Metros
5,00 US\$	4,00 US\$	3,80 US\$	3,60 US\$

Beneficios: **Silver** Regalo de cupón de 3 días: hasta US \$80 de descuento [Ver más >](#)

Color

	Negro	\$5.00	- 0 +
	Gris oscuro	\$5.00	- 0 +
	Marfil	\$5.00	- 0 +

Ver imagen más grande

Añadir para co... [Compartir](#)

Fuente: Alibaba.com

Figura 12. 41 Cotización de la máquina de coser

CHOICE
HIGH TECHNOLOGY

Máquina de coser de 4 hilos de aguja doble de alta velocidad, S51N-4, automática, para material delgado medio

1 comprador

2 - 4 Sets	5 - 9 Sets	>= 10 Sets
295,00 US\$	285,00 US\$	275,00 US\$

Beneficios: **Silver** Reembolsos rápidos en pedidos de menos de 1000 USD [Ver más >](#)

Velocidad de costura máx.

Número de Modelo

Plazo de entrega:

Quantity (Sets)	1 - 1000	> 1000
Hora del Est.(días)	30	Para negociar

Personalización: Logotipo personalizado (Pedido mínimo 100 Sets)
Embalaje personalizado (Pedido mínimo 100 Sets)
More >

Ver imagen más grande

Añadir para co... [Compartir](#)

Fuente: Alibaba.com

Figura 12. 42 Cotización Impresora Serigrafica Pulpo

Hogar / Todas las industrias / Embalaje e impresión / Materiales de impresión / Otros materiales de impresión

MACROKUN Impresora Serigrafica Pulpo de serigrafia manual screen printer pulpo

Para precios de productos, personalización u otras consultas:
[Contactar al proveedor](#)
[Liámanos](#)
[Chatea ahora](#)

1 - 1 juegos **\$552.00** 2 - 2 juegos **\$502.00** >= 3 juegos **\$464.00**

PayPal OFFER Ahorre hasta US \$ 30 de descuento con PayPal >

Beneficios: Cupones de US \$ 500 [Reclama ahora >](#)

Especificaciones:

Muestras: **\$552.00 / juego** mín. orden: 1 juego [Obtener muestras](#)

Tiempo de espera: ①

Cantidad (juegos)	1 - 10	> 10
Plazo de ejecución (días)	7	Ser negociado

Personalización: Logotipo personalizado (Pedido mínimo 10 juegos)
 Embalaje personalizado (Pedido mínimo 10 juegos)

Verified supplier
 Hebei Macrokun Trading Co., Ltd.
 proveedor multiespecialidad
 CN 7 años

Calificación de la ti... Tasa de entrega a ti...
4.7/5 **100,0%**

Tiempo de respuesta Actas
≤4h **\$170,000+**

Principales mercados/clientes atendidos
 Amé [Mensajero](#)

Ver imagen más grande

[Añadir a comp...](#) [Cuota](#)

Fuente: Alibaba.com

Figura 12. 43 Máquina industrial

Máquina de coser industrial de enclavamiento de alta velocidad, extractor de laminado de accionamiento directo de cama de cilindro de 2 compradores

FOB Referencia Precio: [Consiga El Último Precio](#)

320,00 US\$ - 700,00 US\$ / Set | 1 Set/Sets (Pedido mínimo)

Beneficios: Regalo de cupón de 3 días: hasta US \$80 de descuento [Reclamar ahora >](#)

Velocidad de costura máx.

Número de Modelo

Plazo de entrega: ①

Quantity (Sets)	1 - 1	> 1
Hora del Est.(días)	7	Para negociar

Personalización: Logotipo personalizado (Pedido mínimo 10 Sets)
 Embalaje personalizado (Pedido mínimo 100 Sets)
 More ~

Ver imagen más grande

[Añadir para co...](#) [Compartir](#)

Fuente: Alibaba.com

Figura 12. 44 Cotización de la laptop

ACOSA [Acceder](#) [Carrito / US\\$0](#)

[Inicio](#) [Categorías](#) [Marcas](#) [Ofertas](#) [Estado de pedido](#) [País](#) [Encuentranos](#)

OFERTAS / Black Orange Laptop

Laptop Hp 240 G7 14 Pulgadas Cel-4Gb-128Gb SSD

\$7,415.00

Laptop Hp 240 G7 14 Pulgadas Cel-4Gb-128Gb SSD

- Procesador Intel® Celeron® N4020
- 4GB de Ram
- 128GB SSD de Almacenamiento
- Pantalla: 14 Pulgadas
- Windows 10 PRO
- Gráficos UHD Intel® 600
- Garantía 5 Meses

Ver existencias por tienda

- 1 + [Añadir al carrito](#)

Pregunta cómo adquirir este producto aquí

Por favor copia el nombre antes de continuar.

[Añadir a mi lista](#) [Solicitar Cotización](#)

SKU: CN0313
Categorías: Black Orange Laptop, CELERON, Computadoras, Portatil, Tecnología

Fuente: Acosa

Figura 12. 45 Cotización de hilo nailon

Hilo de pesca de nailon, fabricante de diferentes hilos, 210D/3/6/9

Productos en rebajas imperdibles

3 compradores

No. 15 Los más populares en [Hilo para red de pesca](#)

[Ver más](#)

100 - 999 Rodillos	1000 - 4999 Rodillos	5000 - 9999 Rodillos	>= 10000 Rodillos
1,58 US\$	1,48 US\$	1,38 US\$	1,28 US\$

Beneficios: **Silver** Regalo de cupón de 3 días: hasta US \$80 de descuento [Ver más >](#)

Color [View all 8 options >](#)

Plazo de entrega: [?](#)

Quantity (Rodillos)	1 - 1000	1001 - 5000	5001 - 10000	> 10000
Hora del Est. (días)	10	15	20	Para negociar

Fuente: Alibaba.com

Figura 12. 46 Cotización de cajas de cartón



Caja de cartón con logotipo personalizado, embalaje de cartón corrugado

1000 - 4999 Cajas 5000 - 9999 Cajas >= 10000 Cajas
0,30 US\$ **0,10 US\$** **0,04 US\$**

Color  

Tamaño

10 * 10 * 5	10 * 6 * 7,5	15 * 8 * 5,5	16 * 12 * 6
20 * 10 * 7	20 * 16 * 6,5	10 * 10 * 8	20 * 8 * 8
20 * 10 * 10	20 * 15 * 10	20 * 20 * 10	25 * 20 * 10
30 * 15 * 10	20 * 15 * 15	20 * 20 * 16,5	34 * 24 * 18
25 * 22 * 20	9 * 9 * 27	Custom	

Plazo de entrega:

Quantity (Cajas)	1 - 100000	> 100000
Hora del Est.(días)	1	Para negociar

Ver imagen más grande



Fuente: Alibaba.com

Figura 12. 47 Cotización de bolsas transparentes



Ready to Ship  

Bolsas transparentes impermeables para ropa, embalaje de plástico con cremallera, deslizador, para camisetas Productos en rebajas imperdibles

17 compradores

10% de descuento para compradores nuevos en esta tienda

100 - 9999 Unidades >= 10000 Unidades
0,05 US\$ **0,04 US\$**
~~0,06 US\$~~ ~~0,04 US\$~~

\$5.00 DE DESCUENTO Ordena más de \$35.00 | [Obtener el cupón](#)

Beneficios:  **Silver** Regalo de cupón de 3 días: hasta US \$80 de descuento [Ver más >](#)

Color  

Tamaño

10 x 15 cm	\$0.05	<input type="text" value="0"/>
14 x 20 cm	\$0.05	<input type="text" value="1"/>

Ver imagen más grande



Fuente: Alibaba.com

Figura 12. 48 Cotización de hilo de algodón



Hilo 202 de algodón puro para máquina de coser, Hilo de costura personalizado de buena calidad, 203, 402, 403, 100%

200 - 999 Rodillos	1000 - 4999 Rodillos	5000 - 9999 Rodillos	>= 10000 Rodillos
3,56 US\$	3,45 US\$	3,25 US\$	3,15 US\$

Beneficios:  Reembolsos rápidos en pedidos de menos de 1000 USD [Ver más >](#)

Color: 

Plazo de entrega: 

Quantity (Rodillos)	1 - 200	> 200
Hora del Est.(días)	7	Para negociar

Personalización: Logotipo personalizado (Pedido mínimo 1000 Rodillos)
Embalaje personalizado (Pedido mínimo 1000 Rodillos)
More 

[Ver imagen más grande](#)



Fuente: Alibaba.com

Figura 12. 49 Bandas elásticas



D.Y.A®

Ready to Ship  **In Stock**  **Fast Dispatch**

Bandas elásticas de punto para costura de ropa, tejido de poliéster, 2,5 cm, respetuoso con el medio ambiente

2 compradores

 Informe de prueba disponible **Análisis de composición química** [Ver más](#)

0,05 US\$ / Metro 400 Metros(Pedido mín.)

Beneficios:  Regalo de cupón de 3 días: hasta US \$80 de descuento [Ver más >](#)

1 batch = 40 Metros

Anchura:

Color:  Blanco 0,05 US\$

Plazo de entrega: 

Quantity (Metros)	1 - 8000	8001 - 40000	> 40000
Hora del Est.(días)	1	3	Para negociar

[Ver imagen más grande](#)



[Compartir](#)

Fuente: Alibaba.com

Figura 12. 50 Agujas para máquinas



Q Ver imagen más grande



Agujas para máquina de coser industrial, proveedor de China, para máquinas de coser industriales

No.1 Los más populares en [Máquina de coser agujas](#)

40 - 999 Cajas	1000 - 4999 Cajas	>= 5000 Cajas
5,50 US\$	3,30 US\$	2,76 US\$

Beneficios: Silver Cupones de USD 500 [Ver más >](#)

Color

Plazo de entrega: i

Quantity (Cajas)	1 - 1	2 - 5	6 - 10	> 10
Hora del Est.(días)	5	5	8	Para negociar

Personalización: Logotipo personalizado (Pedido mínimo 400 Cajas)
Embalaje personalizado (Pedido mínimo 400 Cajas)
[More >](#)

Fuente: Alibaba.com

Figura 12. 51 Agujas de coser a mano



Q Ver imagen más grande



Agujas de coser a mano para el hogar, Kit de aguja de coser de ojo dorado, 16 unidades, 1 comprador Productos en rebajas imperdibles

2 compradores

No.9 Los más populares en [Mano aguja de coser](#)

100 - 999 Bolsos	1000 - 19999 Bolsos	>= 20000 Bolsos
0,15 US\$	0,12 US\$	0,08 US\$

Beneficios: Silver US \$10 de descuento con un nuevo proveedor [Ver más >](#)

Tamaño Talla única

Plazo de entrega: i

Quantity (Bolsos)	1 - 1000	> 1000
Hora del Est.(días)	15	Para negociar

Personalización: Logotipo personalizado (Pedido mínimo 50000 Bolsos)
Embalaje personalizado (Pedido mínimo 50000 Bolsos)

Fuente: Alibaba.com

Figura 12. 52 Cotización de tijeras



Tijeras profesionales de sastre, tijeras de costura de alta resistencia, tijeras de tela, tijeras de oficina, Sastre afilado Productos en rebajas imperdibles

4 compradores

No.2 Los más populares en [Medida corte](#)

100 - 999 Unidades **3,50 US\$** 1000 - 2999 Unidades **3,12 US\$** >= 3000 Unidades **2,96 US\$**

\$20.00 DE DESCUENTO Ordena más de \$3,000.00 [Obtener el cupón](#)

Beneficios: **Cupones de USD 500** [Reclamar ahora >](#)

Tipo de punta **Afilado**

Tipo de tijera **Tijera afilada**

Longitud de corte **8in** 10in 9in

Muestras: **Afilado, Tijera afilada, 8in**
5,00 US\$/Unidad Pedido mínimo : 1 Unidad [Comprar muestras](#)

Plazo de entrega:

Quantity (Unidades)	1 - 20	> 20
Hora del Est.(días)	15	Para negociar

[Ver imagen más grande](#)

[Añadir para co...](#) [Compartir](#)

Fuente: Alibaba.com

Figura 12. 53 Cotización de cinta métrica



Cinta métrica suave de doble escala para cuerpo, regla Flexible para costura Profesional, medida de tela artesanal, 60 pulgadas/150cm

★★★★★ 5.0 1 Reseñas 3 compradores

No.3 Los más populares en [Cinta de Pvc medidas](#)

100 - 2999 Unidades **0,49 US\$** 3000 - 4999 Unidades **0,39 US\$** 5000 - 9999 Unidades **0,29 US\$** >= 10000 Unidades **0,19 US\$**

\$100.00 DE DESCUENTO Ordena más de \$10,000.00 [Obtener el cupón](#)

Beneficios: **Reembolsos rápidos en pedidos de menos de 1000 USD** [Reclamar ahora >](#)

Color **Blanco**

Muestras: **Blanco**
0,50 US\$/Unidad Pedido mínimo : 1 Unidad [Comprar muestras](#)

Plazo de entrega:

Quantity (Unidades)	1 - 5000	> 5000
Hora del Est.(días)	15	Para negociar

[Ver imagen más grande](#)

[Añadir para co...](#) [Compartir](#)

Fuente: Alibaba.com

Figura 12. 54 Plancha de vapor



Ready to Ship In Stock Fast Dispatch

KONKA-vaporizador Vertical de ropa para el hogar, plancha de vapor de alta calidad, 2022 W, calentamiento rápido, depósito de agua desmontable, 1700
1 comprador

1 - 199 Bolsos	200 - 499 Bolsos	500 - 999999998 Bo...	>= 999999999 Bolsos
18,89 US\$	17,27 US\$	16,78 US\$	13,65 US\$

10 % DE DESCUENTO Valor del producto mayor que \$100.00, limitado a ... [Obtener el cupón](#)

Beneficios: Cupones de USD 500 [Reclamar ahora >](#)

Tipo de enchufe: CN

Color: Blanco USD 18.89 - 0 +

Plazo de entrega:

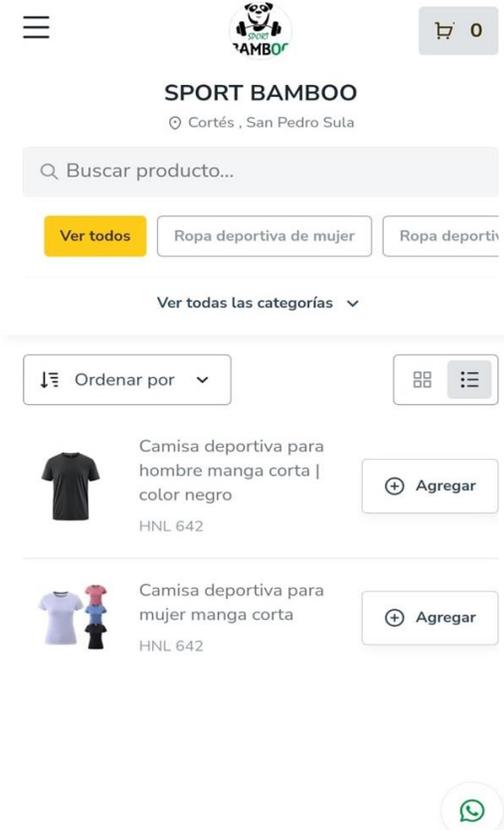
Quantity (Bolsos)	1 - 60	61 - 500	501 - 1000	> 1000
Hora del Est.(días)	7	20	35	Para negociar

[Ver imagen más grande](#)



Fuente: Alibaba.com

Figura 12.55 Tienda virtual



SPORT BAMBOO
Cortés, San Pedro Sula

Buscar producto...

[Ver todos](#) [Ropa deportiva de mujer](#) [Ropa deportiva](#)

[Ver todas las categorías](#)

Ordenar por

Camisa deportiva para hombre manga corta | color negro
HNL 642 [Agregar](#)

Camisa deportiva para mujer manga corta
HNL 642 [Agregar](#)

[WhatsApp](#)

