

CENTRO UNIVERSITARIO TECNOLÓGICO

CEUTEC

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
SOCIALES**

PROYECTO DE GRADUACIÓN

**“PROYECTO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA LA
ADQUISICIÓN DE MAQUINARIA DE PLOTTER DE
IMPRESIÓN Y SUBLIMACIÓN EN LA MICROEMPRESA
PRINT STATION”**

SUSTENTADO POR

**GENIS ALEXANDER BARDALES GUTIÉRREZ, 41911018
MIRIAN SUYAPA BOLTON SALINAS, 41911245**

**PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE
LICENCIATURA EN CONTADURÍA PÚBLICA Y
FINANZAS**

LA CEIBA, HONDURAS, C.A.

28 DE AGOSTO, 2022

CENTRO UNIVERSITARIO TECNOLÓGICO

CEUTEC

**LICENCIATURA EN CONTADURÍA PÚBLICA Y
FINANZAS**

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR

MARLON ANTONIO BREVÉ REYES

SECRETARIO GENERAL

ROGER MARTÍNEZ MIRALDA

VICERRECTOR ACADÉMICO CEUTEC

JAVIER ABRAHAM SALGADO LEZAMA

DECANA DE CEUTEC

DINA ELIZABETH VENTURA DÍAZ

LA CEIBA, HONDURAS, C.A.

28 DE AGOSTO, 2022

**“PROYECTO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA LA
ADQUISICIÓN DE MAQUINARIA DE PLOTTER DE
IMPRESIÓN Y SUBLIMACIÓN EN LA MICROEMPRESA
PRINT STATION”**

**TRABAJO PRESENTADO EN EL CUMPLIMIENTO DE
LOS REQUISITOS**

EXIGIDOS PARA OPTAR AL TÍTULO DE:

**LICENCIATURA EN CONTADURÍA PÚBLICA Y
FINANZAS**

ASESOR:

LIC. OLGA FABIOLA REYES GALLO

TERNA EXAMINADORA:

JULIO CESAR SEVILLA GALINDO

RICARDO ANTONIO DIAZ

ISIS ORDALIA SUAZO ARITA

LA CEIBA, HONDURAS, C.A.

28 DE AGOSTO, 2022

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado a nuestras familias por haber sido nuestro apoyo a lo largo de toda nuestra carrera universitaria y a lo largo de nuestras vidas. A todas las personas especiales que nos acompañaron en esta etapa, aportando a nuestra formación tanto profesional y como seres humanos.

Genis Alexander Bardales Gutiérrez

Mirian Suyapa Bolton Salinas

AGRADECIMIENTO

Le agradecemos primeramente a Dios por permitirnos alcanzar nuestras metas, a nuestros padres, quienes son nuestra fuente de apoyo constante e incondicional en nuestras vidas. A nuestras familias que nos han apoyado y alentado para salir adelante, quienes con su ayuda y esfuerzo fueron pieza clave para la culminación de este proyecto.

Genis Alexander Bardales Gutiérrez

Mirian Suyapa Bolton Salinas

ÍNDICE

CEUTEC	1
DERECHOS DE AUTOR	¡Error! Marcador no definido.
AUTORIZACIÓN DEL AUTOR(ES)	¡Error! Marcador no definido.
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
ÍNDICE	6
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	11
ÍNDICE DE TABLAS	12
GLOSARIO	13
CAPITULO I INTRODUCCIÓN	15
CAPITULO II PLANTAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN	16
2.1 Antecedentes	16
2.2 Enunciado/ Definición del problema.....	18
2.3 Preguntas de Investigación.....	19
2.4 Hipótesis de la Investigación.....	20
2.5 Justificación.....	21
CAPITULO III OBJETIVOS	22
3.1 Objetivo General	22
3.1.1 Objetivos Específicos.....	22
CAPITULO IV MARCO TEÓRICO.....	23
4.1 Análisis de la situación actual	23
4.1.1 Análisis del macroentorno	24
4.1.1.1 Entorno político.....	25
4.1.1.2 Entorno económico	26
4.1.1.3 Entorno socioeconómico	28
4.1.1.4 Entorno tecnológico	29
4.1.1.5 Entorno ecológico	30
4.1.1.6 Entorno legal	31
4.1.2 Análisis del microentorno	32
4.1.2.1 Marco legal.....	33
1.1.1.1.1 Aspecto Administrativo.....	33

1.1.1.1.2	Aspecto fiscal	36
1.1.1.1.3	Aspecto Laborales	38
4.2	Teorías.....	40
4.2.1	Teorías del sustento.....	40
4.2.1.1	Teoría de la factibilidad – Rodrigo Varela.....	40
4.2.1.2	Teoría de emprendimiento – Richard Cantillon Y Jean Baptiste Say.....	42
4.2.2	Conceptualización.....	43
4.2.1.3	Plotter de impresión	43
4.2.1.4	Sublimación.....	43
CAPITULO V METODOLOGÍA / PROCESO		44
5.1	Congruencia metodológica.....	44
5.1.1	Matriz metodológica	44
5.1.2	Operacionalización de las variables.....	46
5.1.3	Hipótesis	47
5.2	Enfoque y métodos.....	47
5.2.1	Enfoque mixto.....	47
5.2.2	Método Inductivo.....	48
5.3	Alcance y diseño de la investigación	48
5.3.1	Diseño de la investigación	49
5.3.2	Alcance de la investigación	49
5.3.2.1	Investigación exploratoria.....	49
5.3.2.2	Investigación descriptiva.....	50
5.4	Diseño de la investigación.....	50
5.4.1	Población (población total y meta)	50
5.4.2	Muestra	51
5.4.3	Unidad de análisis.....	53
5.4.4	Unidad de respuesta	54
5.5	Técnica e instrumento aplicados	54
5.5.1	Instrumentos.....	54
5.5.2	Unidad de análisis.....	56
5.5.3	Unidad de respuesta	56
5.6	Fuentes de información	57

5.6.1	Fuentes primarias	57
5.6.2	Fuentes secundarias	58
5.7	Limitantes del proyecto.....	59
5.8	Limitantes de la investigación.....	60
5.9	Cronología de trabajo	61
CAPITULO VI RESULTADOS Y ANALISIS		63
6.1	Definición del modelo de negocio	63
6.1.1	Problema	63
6.1.2	Solución	63
6.1.3	Propuesta única de valor	64
6.1.4	Ventaja competitiva	64
6.1.5	Segmento de clientes.....	64
6.1.6	Estructura de costos	65
6.1.7	Lean canvas microempresa Print Station.....	66
6.2	Descripción del producto	68
6.2.1	Máquina de sublimación.....	68
6.2.2	Elementos importantes de la sublimación.....	69
6.2.3	Máquina de Plotter.....	69
6.2.4	Misión	70
6.2.5	Visión.....	70
6.3	Propiedad intelectual	71
6.3.1	La Propiedad Industrial.....	72
6.4	Estudio de mercado	72
6.4.1	Análisis de la competencia e industria.....	72
6.4.2	Análisis de las fuerzas de Porter	75
6.4.2.1	El poder de negociación de los clientes	75
6.4.2.2	El poder de negociación de los proveedores	75
6.4.2.3	La amenaza de nuevos competidores entrantes.....	76
6.4.2.4	La amenaza de nuevos productos sustitutivos.....	76
6.4.2.5	La rivalidad entre los competidores	77
6.4.3	Análisis del consumidor.....	77
6.4.4	Resultados de la encuesta.....	79

6.4.5	Estimación de la tendencia de mercado	95
6.4.6	Análisis FODA.....	96
6.4.7	Factores Críticos de Riesgo	97
6.4.7.1	Identificación temprana e iterativa.....	98
6.4.7.2	Declaración clara y completa	99
6.4.7.3	Identificación explícita de oportunidades	99
6.4.7.4	Múltiples perspectivas.....	99
6.4.7.5	Relacionados a un objetivo	99
6.4.7.6	Nivel de detalle para colocar un responsable	100
6.4.8	Estrategia de mercado y ventas.....	100
6.5	Estudio técnico	101
6.5.1	Localización de la microempresa.....	101
6.5.2	Macro Localización	102
6.5.3	Micro localización	102
6.5.4	Logo de la microempresa Print Station.....	103
6.5.5	Diseño del producto	104
6.5.1.1	Proceso de sublimación.....	104
6.5.1.2	Proceso en la máquina de plotter.....	105
6.5.6	Instalaciones.....	107
6.5.7	Planificación de la producción.....	108
6.5.8	Planificación Organizacional	109
6.6	Estudio Financiero.....	110
6.6.1	Problema	110
6.6.2	Plan de inversión.....	111
6.6.3	Tasa de cambio en Honduras	113
6.6.4	Tasa de Inflación en Honduras	114
6.6.5	Estado de Resultado	114
6.6.6	Flujo de Caja.....	¡Error! Marcador no definido.
6.6.7	Estado de Situación Financiera.....	116
6.6.8	Evaluación Financiera.....	120
6.6.9	Punto de Equilibrio	120
6.6.10	Análisis de Sensibilidad.....	124

6.6.11 Depreciación	127
CAPITULO VII CONCLUSIONES.....	128
CAPITULO VIII RECOMENDACIONES	129
CAPITULO IX BIBLIOGRAFÍA	130
CAPITULO X ANEXOS.....	135

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 4.1.1.1. Análisis Pestel.....	25
Ilustración 5.4.2.1. Cálculo de la muestra.....	51
Ilustración 5.4.2.2. Fórmula tamaño de la muestra.....	52
Ilustración 5.4.2.3. Cuadro nivel de confianza	53
Ilustración 5.5.1.1. Encuesta en google form.....	55
Ilustración 6.4.4.1 Tamaño de la muestra	79
Ilustración 6.4.4.2 Gráfico de pastel pregunta 1 - aceptación de productos elaborados.....	80
Ilustración 6.4.4.3 Gráfico de pastel pregunta 2 - empresa que se dedican al rubro de sublimado y plotter	81
Ilustración 6.4.4.4 Gráfico de pastel pregunta 3 - consumo de productos elaborados por sublimado y plotter	82
Ilustración 6.4.4.5 Gráfico de pastel pregunta 4 - preferencia de los clientes	83
Ilustración 6.4.4.6 Gráfico de barra pregunta 5 - tipos de productos que consumen los clientes.....	84
Ilustración 6.4.4.7 Gráfico de pastel pregunta 6 - frecuencia en la compra de productos	85
Ilustración 6.4.4.8 Gráfico de pastel pregunta 7 - preferencia al consumir productos con estampados.....	86
Ilustración 6.4.4.9 Gráfico de barra pregunta 8 - aspectos que influyen en una compra.....	87
Ilustración 6.4.4.10 Gráfico de pastel pregunta 9 - presupuesto para la compra de productos de sublimado y plotter	89
Ilustración 6.4.4.11 Gráfico de pastel pregunta 10 - género.....	89
Ilustración 6.4.4.12 Gráfico de pastel pregunta 11 - Edad del consumidor.....	90
Ilustración 6.4.4.13 Gráfico de pastel pregunta 12 - ingreso familiar	91
Ilustración 6.4.4.14 Gráfico de pastel pregunta 13 - nivel educativo del consumidor	92
Ilustración 6.4.4.15 Procedencia del consumidor	94
Ilustración 6.4.7.1 Matriz de Riesgo.....	98
<i>Ilustración 6.5.2.1</i> Macro localización microempresa Print Station	102
<i>Ilustración 6.5.3.1</i> Micro localización microempresa Print Station	103
Ilustración 6.5.4.1 Logo de la microempresa Print Station.....	104
Ilustración 6.5.5.1 Proceso de sublimación	105
Ilustración 6.5.5.2 Proceso de plotter.....	106
Ilustración 6.5.6.1 Distribución de Print Station.....	107
Ilustración 6.6.3.1 Cambio del dólar.....	113
Ilustración 6.6.4.1 Inflación Interanual.....	114
Ilustración 6.6.9.1 Punto de equilibrio.....	121
Ilustración 6.6.9.2 Gráfica del punto de equilibrio	124
Ilustración 6.6.10.1 Análisis de sensibilidad faceta optima.....	125
Ilustración 6.6.10.2 Análisis de sensibilidad faceta normal.....	125
Ilustración 6.6.10.3 Análisis de sensibilidad faceta pesimista.....	126

ÍNDICE DE TABLAS

Table 5.1.1.1.1 Matriz Metodológica.....	45
Table 5.1.2.1.2 Operacionalización de las variables.....	46
Table 5.6.2.1 Cronología de trabajo.....	61
Table 6.4.1.1 Comparación de precios de la competencia directa - Copias y más.....	73
Table 6.4.1.2 Comparación de precios de la competencia directa - Tecni pinturas y más.....	74
Table 6.4.1.3 Comparación de precios de la competencia directa - Master Print.....	74
Table 6.4.6.1 Análisis FODA	96
Table 6.6.2.1 Plan de Inversión	111
Table 6.6.3.1 Estado de Resultado.....	115
Table 6.6.4.1 Flujo de caja.....	116
Table 6.6.5.1 Estado de situación financiera	118
Table 6.6.6.1 Flujo de Beneficios	120
Table 6.6.9.1 Tabla de depreciación	127

GLOSARIO

Balance General: también conocido como balance de situación, balance contable o estado de situación patrimonial, es un estado financiero que refleja en un momento determinado la información económica y financiera de una empresa, separadas en tres masas patrimoniales: activo, pasivo y patrimonio neto

Estado de resultado: también llamada cuenta de resultados o cuenta de pérdidas y ganancias, recoge los ingresos y gastos que ha tenido una empresa durante un periodo de tiempo.

Estados financieros: son informes que utilizan las instituciones para dar a conocer la situación económica, financiera y los cambios que experimenta la misma a una fecha o periodo determinado.

Inversión: es una actividad que consiste en dedicar recursos con el objetivo de obtener un beneficio de cualquier tipo.

Prefactibilidad: se lleva a cabo con el mero objetivo de contar con una información veraz sobre el proyecto que se va a realizar, mostrando así alternativas y condiciones que respalden al mismo.

Máquina de sublimación: puede ser una plancha térmica o un horno 3d de termo sublimado, que se encarga de procesar el estado sólido de la tinta (que se obtiene tras la impresión sobre un papel llamado transfer o transferencia), para luego transformarla en un estado gaseoso, el cuál quedará adherida a la tela, taza, camiseta o cualquier otro producto con características similares. (Ver anexo A)

Máquina de Plotter: también llamado impresora de gran formato, se utiliza para imprimir desde un plano hasta una fotografía de gran tamaño, pasando por cartelería y rotulación de todo tipo. Los plotters de corte se utilizan básicamente de dos formas: para cortar vinilo de corte de colores y para cortar formas ya impresas en un plotter de impresión. Y, evidentemente, los plotters

mixtos permiten realizar los dos trabajos con una sola máquina, la impresión de un trabajo y su posterior corte, por ejemplo, pegatinas. (Digipress_26, 2020)(Ver anexo B)

Viabilidad: es el valor que tendrá en el futuro un determinado monto de dinero que mantenemos en la actualidad o que decidimos invertir en un proyecto determinado.

(Economipedia - Educación financiera, economía y finanzas, n.d.)

CAPITULO I INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación tiene por objetivo el estudio de prefactibilidad para la inversión en la adquisición de máquinas de plotter de impresión y sublimación en la microempresa Print Station. La realización de este proyecto hace énfasis en los beneficios que se obtendrán en la implementación de las máquinas en una nueva sección productiva en dicho negocio. Cabe destacar que, para la realización de este proyecto, será necesario la elaboración de los estados financieros, se ha podido observar que varios procesos contables no se aplican, ocasionándoles información inexacta para la elaboración de los estados financieros y la toma de decisiones de la empresa, a pesar de la ausencia de conocimiento contable el negocio cumple con sus actividades diarias con compromiso.

El siguiente proyecto de prefactibilidad se expone de la siguiente manera:

Capítulo I. La Introducción es el condensado general de los temas del informe.

Capítulo II. El planteamiento del problema donde se hará una reseña de la microempresa Print Station sobre el origen de sus inicios, el enunciado donde se describe el problema del proyecto a realizar, preguntas, hipótesis, y la justificación de la realización de este.

Capítulo III. El objetivo general y específicos, representa el propósito de lo que se quiere alcanzar al finalizar el proyecto.

CAPITULO II PLANTAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 Antecedentes

Debido a los deseos e independización de los hondureños, durante mucho tiempo atrás, en los años 1900 hasta la actualidad, las personas se han propuesto crear emprendimientos en los diferentes rubros existentes y distintas secciones para promocionar sus productos. En la historia de Honduras hay un aproximado de 50,000 emprendedores y cada día se van sumando más, los números son extensos y según (Baquedano, 2018), de diario La Prensa, estima más de 100,000 emprendedores hoy en día.

La actual crisis sanitaria del COVID-19 ha venido a influir negativamente en todas las personas, más a las microempresa y emprendedores de Honduras que no tienen todas las capacidades para sustentar sus negocios y por motivo de fuerza mayor han cerrado sus negocios que por muchos años han invertido tiempo, dinero y empeño. Otros han buscado métodos y estrategias, como, por ejemplo: promocionar sus productos digitalmente, por redes sociales y aplicaciones, para seguir permanentes en el mercado, cosa que no ha sido fácil para muchos, pero, les ha funcionado.

Print Station surge a base de tres jóvenes visionarios e inspirados que decidieron invertir su capital, que durante mucho tiempo habían conservados para utilizarlo en esta gran oportunidad. En 2018, después de analizar el mercado y las posibles opciones para implementar su idea y así hacer crecer su capital, iniciaron su negocio en una popular y reconocida colonia "San José", constituidos como comerciantes individuales. Los tres ya contaban con conocimientos y experiencias en el rubro de las impresiones, por lo que, se formaron de valentía y sin saber mucho de contabilidad y finanzas, como administrar su capital, con la incertidumbre de si serían aceptados o no por el público general, etc.

lanzaron su negocio, trasladándolo desde su hogar hasta un local físico, ubicado en el famoso mercado "San José" el cual, expandieron su idea nombrando su más grande inversión como Print Station. A nivel mundial, existen un sin números de emprendedores que carecen de conocimiento en relación con la contabilidad, sin mencionar, el tema de las inversiones, los registros, los libros, entre otras herramientas básicas que le permiten a la empresa conocer su estado actual en cada periodo. Gracias a la tecnología y a las capacidades de la humanidad, hoy en día se cuenta con personal altamente calificado para que puedan orientar a estos emprendedores y que puedan conocer más sobre la contabilidad y todas sus variantes, esto es de mucha utilidad para los emprendedores, ya que, les permite desarrollar sus habilidades y así tener en sus manos la capacidad de expansión no solamente nacional, sino que, internacional.

2.2 Enunciado/ Definición del problema

En la actualidad existen muchas microempresas y empresarios de los diferentes rubros que no cuentan con el conocimiento necesario relacionado a la contabilidad, afectando directamente a las mismas, ya que, al carecer de información importante, muchos de estas personas, tanto naturales como jurídicas, se ven en la obligación de cerrar sus negocios por no poder llevar un sistema contable adecuado, lo cual, no les permite hacer inversiones para el crecimiento económico de las microempresas. La propuesta de cambios en ciertos procesos deberá ayudar a cubrir ciertos vacíos que la empresa tiene. (Asimbaya, 2019, p. 40)

La clave de los empresarios en mantenerse posicionados en el mercado y así generar la rentabilidad económica que se requiere para la misma, radica en fidelizar a los clientes y recaudar una cantidad de contactos para generar su ingreso, pero, dejan de lado la contabilidad que es una herramienta fundamental en todas las empresas, compañías y negocios. Por eso Print Station tiene la visión de un crecimiento al hacer inversión en la compra de maquinarias, que le ayudará a posicionarse en el área como un negocio competitivo y que posee la capacidad de suplir necesidades a un pequeño sector de la ciudad. Asimbaya (2019) Menciona que “El diseño eficaz de un procedimiento permite mejorar el desempeño en la realización de tareas relacionadas con el día a día de trabajo; dicha importancia fomenta la optimización, de recursos y la eficiencia en el trabajo” (p. 40)

2.3 Preguntas de Investigación

1. ¿Qué conocimiento básico necesitan los encargados de la microempresa de Print Station para llevar una contabilidad adecuada?
2. ¿Qué medios o estrategias de inversión están utilizando los empresarios de Print Station para el crecimiento de su negocio?
3. ¿Qué impacto tiene la falta de elaboración y presentación de estados financieros en la microempresa Print Station?
4. ¿Que necesitan los administradores de la microempresa Print Station para continuar a largo plazo con su expansión y seguir con su crecimiento económico que le dé un valor agregado a la misma?

2.4 Hipótesis de la Investigación

Hipótesis 1: Si el estudio de prefactibilidad realizado para la microempresa Print Station no dan los resultados deseados, podría impactar en el crecimiento de está y no se obtendría la maquinaria.

Hipótesis 2: Si la microempresa Print Station aplica una contabilidad como herramienta fundamental, podría está, incidir en sus actividades diarias.

Hipótesis 3: La investigación adecuada para una nueva inversión en la microempresa Print Station, será de gran utilidad de acuerdo con su situación actual.

2.5 Justificación

La implementación de una maquina sublimado es viable, puesto que, esto le ayudará a la microempresa Print Station a generar ingresos y disponer de recurso monetario, así mismo, la capacidad de endeudamiento que le genera esto al negocio, es una ventaja para cubrir proyectos de inversiones a futuro, tomando en cuenta que la microempresa se encuentra posicionado en un lugar adecuado, donde pueden sacar provecho y tener una oportunidad de inversión de nueva maquinaria, en término de una mejor productividad.

El estudio de prefactibilidad en la adquisición de maquinaria de sublimación y plotter en la microempresa Print Station es un estudio encaminado a reducción de costos en el tema de la subcontratación relacionado a este tipo de servicio, recalando su propias y exclusivas características que son de mayor utilidad. En relación con la relevancia que tiene la maquinaria en la sociedad le genera a la misma cubrir sus necesidades de acuerdo con los productos elaborados con el sublimado y plotter de impresión.

CAPITULO III OBJETIVOS

3.1 Objetivo General

Elaborar un estudio de prefactibilidad para la adquisición de maquinaria de plotter de impresión y sublimación en la microempresa Print Station, con el fin de obtener un crecimiento económico y empresarial.

3.1.1 Objetivos Específicos

- Evaluar el estudio financiero para determinar la factibilidad del proyecto.
- Realizar un estudio de mercado para conocer las necesidades y preferencia de los clientes de acuerdo con el sublimado y el plotter de impresión.
- Determinar el costo que se requiere para la elaboración de productos con sublimado. (camisas).

CAPITULO IV MARCO TEÓRICO

4.1 Análisis de la situación actual

La microempresa Print Station es una empresa que se dedica exclusivamente a la venta de artículos de oficina, escolares, papelería y productos para hacer manualidades y próximamente estarán incursionando en el área de plotter de impresión y sublimado, la microempresa lleva 4 años de experiencia en este rubro comercial, y a lo largo del tiempo en que han estado operando han ido fidelizando una cantidad considerable de clientes, la microempresa está ubicada en el mercado San José en un punto estratégico para sus actividades y donde el flujo de personas es constante. Este proyecto se enfoca en un estudio de pre-factibilidad para la inversión y la adquisición de máquinas de plotter de impresión y sublimado, se espera principalmente que la decisión sea eficiente para la empresa.

La comparación en relación con la situación actual en el entorno donde se encuentra ubicado el negocio, se estima que poseen competencia directa, es decir, que se encuentra en la misma ubicación, pero, carecen de servicio que la microempresa Print Station ofrece, puesto que, poseen la capacidad para cubrir las necesidades del cliente más que la otra competencia. Si se hace énfasis en la inversión de la maquinaria que se adquirirá, esto le permite a la microempresa obtener un valor agregado y generará un impacto en el servicio que ofrecen, ya que, contarán con una tecnología nueva el cual la competencia no lo ofrece.

4.1.1 Análisis del macroentorno

Para conocer los cambios que están sucediendo en macroentorno general de las empresas y que tienen una influencia más o menos importantes en su futuro y en el de la competencia, es necesario tomar en cuenta el análisis PESTEL para investigar cuáles son esas causas que podrían afectar a la microempresa Print Station. El entorno general en el que las organizaciones pretenden llevar a cabo su actividad comercial está compuesto por una serie de fuerzas de distinto ámbito que lo convierten en un escenario cambiante al que debe adaptarse de forma continua, intentando rentabilizar las oportunidades que se le presentan y, de forma análoga reducir el máximo riesgo de las posibles amenazas (Martínez Valverde, 2018, p. 5)

Según (Banco Mundial, 2022b) “Se necesita una respuesta normativa contundente y amplia para impulsar el crecimiento, reforzar los marcos macroeconómicos, reducir las vulnerabilidades financieras y apoyar a los grupos vulnerables”.

Para analizar el macroentorno de una empresa tomaremos en cuenta los siguientes factores:

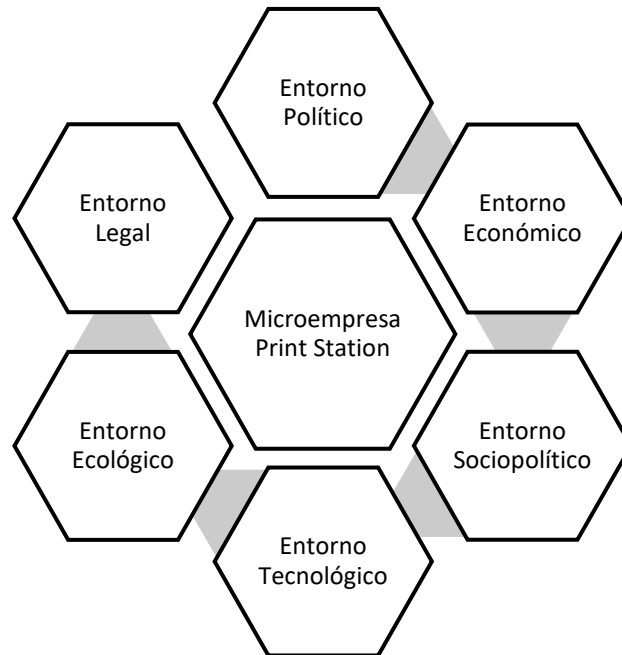


Ilustración 4.1.1.1. Análisis Pestel

4.1.1.1 Entorno político

Hace referencia a todos los factores relacionados a la política que pueden afectar a nuestro proyecto. Aquí se incluyen nuevas políticas locales o globales, leyes, políticas fiscales, modificación de tratados comerciales, posibles cambios en los partidos de gobierno, etc. (CEI, s/f). A nivel internacional Los problemas políticos tienen efecto en diversos ámbitos del comercio y la actividad económica de las empresas, estas pueden ser por ejemplo el aumento de los costos operativos, pérdidas comerciales y el cierre de instalaciones. La falta de estabilidad política también afecta a la cadena de suministros, cualquier decisión política que interfiera con ello puede afectar gravemente a un negocio, hoy en día, las empresas se fortalecen de componentes y materias primas que vienen de varios países y cuyo transporte puede implicar el cruce de varias fronteras.

En Honduras, con el nuevo gobierno los cambios en la políticas tienen por objetivo la reactivación económica después de atravesar una pandemia y desastres naturales, que beneficiara a la población con trabajo y nuevas oportunidades, (Salomón, 2022) menciona que “Los retos políticos político tienen que definirse cuestiones de país en torno a las que hay que avanzar con agendas precisas. Muchos de los asuntos importantes de la propuesta electoral deben concitar alianzas o acciones conjuntas que garanticen la pronta obtención de resultados” (p.7).

4.1.1.2 *Entorno económico*

Se trata de una de las dimensiones más relevantes dentro del análisis del entorno general ya que los cambios económicos afectan por su propia naturaleza a toda la sociedad y modifican estructural o coyunturalmente las reglas de los mercados (CEUPE, s/f).

El entorno económico a nivel internacional el Banco Mundial, (2022) afirma “los efectos secundarios de la invasión de Rusia a Ucrania están aumentando el ritmo de la desaceleración del crecimiento económico mundial, que ahora se prevé que se reduzca al 2,9 % en 2022. La guerra está provocando un aumento de los precios de los productos básicos, lo que se suma a las perturbaciones en los suministros; incrementando la inseguridad alimentaria y la pobreza; exacerbando la inflación; contribuyendo a condiciones financieras más restrictivas; aumentando la vulnerabilidad financiera, e intensificando la incertidumbre en materia de políticas.”

En Honduras “las políticas monetarias, fiscales y cambiarias deberían garantizar unas condiciones económicas estables y predecibles. Una gestión económica racional debería equilibrar los dos objetivos de crear más y mejores empleos y de combatir la inflación, y prever políticas y reglamentaciones que estimulen la inversión productiva a largo plazo. También se debería prestar atención a aumentar la demanda agregada como fuente de crecimiento económico en función de las condiciones nacionales.

En el caso de los países en desarrollo y menos desarrollados, lograr unas condiciones macroeconómicas adecuadas requiere generalmente el apoyo decisivo de la comunidad internacional a través del alivio de la carga de la deuda y de la ayuda oficial para el desarrollo.” (Cohep, 2013, p. 25)

El Banco Mundial, (2022) afirma que Honduras posee múltiples fortalezas y el potencial para un crecimiento más rápido y una mayor prosperidad compartida, debido a su ubicación estratégica, una base industrial en crecimiento, esfuerzos continuos para diversificar sus exportaciones y una población joven y en crecimiento. El PIB real en Honduras creció a una tasa anual promedio de 3,1% durante la última década. El país también implementó políticas macroeconómicas prudentes durante los últimos años, ancladas en la Ley de Responsabilidad Fiscal, y registró las segundas tasas de crecimiento económico más altas de América Central, superadas solo por las de Panamá. El crecimiento del PIB del país alcanzó el 3,7% en 2018 y 2,7% en 2019, por encima del promedio de América Central y muy por encima del promedio de América Latina y el Caribe (ALC).

En la localidad de la Ceiba hay un auge con la apertura de nuevos comercios, que aumentaran la economía de la ciudad en corto tiempo y que en cierta manera la microempresa Print Station no se verá afectada directamente ya que son emprendimientos del rubro de comida, ferretería y farmacia. El bazar del sábado es un proyecto que apoya a los emprendedores, La CCIC, (2018) menciona que la ciudad de la Ceiba se convirtió en la novena ciudad en replicar este proyecto que tiene como objetivo impulsar a la micro, pequeños y medianos empresarios para que desarrollen sus empresas y reactivar la economía de nuestra región a través de la generación de empleo; además beneficiar a la familia ceibeña y de alrededores para que tengan una opción de compra de productos hondureños.” El bazar del sábado sería una excelente vitrina para Print Station para dar a conocer su negocio y mostrar en un futuro sus trabajos de banner y sublimado.

4.1.1.3 Entorno socioeconómico

(OIT, s/f) afirma que La crisis mundial del empleo es uno de los riesgos más grandes para la seguridad en estos tiempos. De seguir este rumbo se corre el riesgo de tener un mundo más fragmentado, proteccionista y confrontado. La persistente escasez de oportunidades de trabajo decente, inversiones insuficientes y bajo consumo provocan una erosión del contrato social sobre el cual se asientan las sociedades democráticas según el cual el progreso debe beneficiar a todos. La OIT considera que el crecimiento económico es una condición esencial pero no suficiente para reducir la pobreza. Para lograrlo, será necesaria una reorientación del crecimiento en favor de los pobres. Es necesario realizar cambios en instituciones, leyes, reglamentos y prácticas que son parte del proceso que genera y perpetúa la pobreza.

En Honduras en los últimos 8 años se ha incrementado la pobreza, una marcada desigualdad, el desempleo y los problemas políticos que se sumergen en actos de corrupción provocando pérdidas en las finanzas públicas del estado, esto afecta directamente a la población ya que no se realizan los programas sociales para erradicar la pobreza, fomentar la educación, apoyar el sistema de salud. Velásquez, (2021), concluye que la desigualdad de ingresos es elevada en el país y se acentúa por factores como el tipo de ocupación y el acceso a una mayor diversidad de fuentes de ingresos. Dicha desigualdad se acentúa también por factores como la edad, la ubicación territorial y el sexo de las personas. Las tendencias reflejan reducciones leves que no son homogéneas y que en no han beneficiado al grupo de menores ingresos (p.19).

Así mismo, (Banco Mundial, 2022a), afirma que continuar el enfoque para impulsar el crecimiento y la competitividad, fomentar la inclusión mejorando el acceso a servicios y empleos básicos de calidad y promover la resiliencia frente al cambio climático mejorará los resultados sociales y fomentará más oportunidades económicas entre los más vulnerables del país. Las reformas institucionales en temas clave, como mejorar la sostenibilidad del sector eléctrico, así como la gobernanza y el clima empresarial, también pueden contribuir a desarrollar aún más un marco para el crecimiento inclusivo en Honduras.

4.1.1.4 Entorno tecnológico

Estamos en la era de la tecnología y para las empresas estar a la vanguardia e innovación es importante, porque conecta a las empresas a nivel internacional ofreciendo oportunidades de negocios y posibles inversiones para la empresa, una empresa debe seguir creciendo y no quedarse obsoleta sin ningún cambio que no la beneficie económicamente. Existen las redes sociales que ayudan a los emprendedores a vender sus productos, este tipo de plataformas es gratuito y no genera ningún costo excesivo en las finanzas y son muy utilizadas para vender productos. (Dini et al., (2021), mencionan que en términos abstractos las tecnologías digitales pueden generar oportunidades de mejora en todas las áreas de negocio de las empresas, el desarrollo de soluciones digitales ha tenido una tendencia exponencial en los últimos años con la reducción de costos y el aumento de su oferta en una infinidad de usos y aplicaciones. No solamente se tratan de tecnologías avanzadas, sino de la combinación de diversas soluciones capaces de insertarse en todas las actividades empresariales. (p. 12)

En Honduras hay mucho por hacer, ya que el país ofrece un potencial para la inversión de empresas de tecnología de punta en diferentes sectores La masificación en el uso de las Tecnologías de Información (TI), en especial la telefonía móvil, el acceso a internet y las conexiones en banda ancha, representan oportunidades para invertir en nuevos servicios y productos. a finales de 2020 y a principios de este año, se ha notado que la inversión en materia de transformación digital ha tenido un importante crecimiento, siendo una gran oportunidad de desarrollo y de competitividad para el país. Este es un proceso global que, lejos de detenerse, sólo se acelerará, apuntan. Se proyecta que el porcentaje del Producto Interno Bruto en tecnología va a pasar de ser el 5%, a representar un 10% a nivel mundial, y Honduras no es ajeno a esta tendencia. Es importante tomar en cuenta que el nivel de infraestructura tecnológica en Honduras es menos maduro si se le compara con otros países. Sin embargo, esto ha ido cambiando velozmente. La nube ha permitido democratizar la tecnología y ponerla al alcance de cualquier empresa, de cualquier sector o tamaño. (CNI, 2021)

En el sector local muchos negocios se han digitalizado avanzando hacia el futuro y crecimiento, antes de la pandemia ningún negocio había pensado en eso, pero cuando surgió el covid-19 tuvieron que cerrar para contener la enfermedad, las empresas se dieron cuenta que habían otras maneras de llegar a los clientes, que es por medio del internet solo teniendo a la mano un celular o computadora, los pagos para los productos se podían realizar en línea o pago link, algunos negocios no pudieron sobrevivir a ese cambio por la falta de recursos porque una realidad es cierta hay microempresarios o emprendedores que en sus negocios solo tienen ingresos para estar al día, y una pequeña inversión para seguir operando puede generar un gran costo para ellos.

4.1.1.5 Entorno ecológico

(Banco Mundial, n.d.), Los ecosistemas del mundo regulan el aire, el agua y el suelo de los que todos dependemos y constituyen un mecanismo de defensa único y eficaz en función de los costos contra los fenómenos meteorológicos extremos y el cambio climático. Para lograr el crecimiento sostenible, se requiere una mejor gestión de los recursos naturales, políticas fiscales respetuosas con el medioambiente, mercados financieros más verdes y programas eficaces de gestión de desechos a nivel mundial. La pérdida de biodiversidad y de servicios ecosistémicos es un problema de desarrollo que suele afectar en mayor medida a los países más pobres. La pandemia de COVID-19 pone de manifiesto los vínculos que existen entre la salud humana y la naturaleza, ya que alrededor del 70 % de las nuevas enfermedades infecciosas tienen un origen zoonótico. Los patógenos prosperan donde hay cambios medioambientales, por ejemplo, la deforestación, y cuando los ecosistemas naturales se encuentran sometidos a estrés a raíz de la actividad humana y el cambio climático.

Honduras es un país que enfrenta una gran cantidad de retos ambientales, volviéndose arriesgado e injusto priorizar algunos sobre otros, dado que todos ellos contribuyen a exacerbar la situación de pobreza, disminuir los niveles de salud, aumentar la vulnerabilidad a desastres naturales y/o incrementar la inseguridad alimentaria. Honduras enfrenta importantes retos respecto a, por ejemplo: la deforestación, degradación de los suelos, desertificación, acceso al agua, contaminación del agua, contaminación del aire (en los principales centros urbanos, y en el hogar en las zonas rurales), manejo de residuos sólidos y tóxicos y peligrosos, agotamiento de pesquerías, erosión y degradación costera, y disminución de la biodiversidad. Honduras es un país que se encuentra inmerso en un proceso de desarrollo generalmente insostenible. Su huella ecológica ha disminuido en las últimas décadas y se mantiene relativamente estable, pero su biocapacidad ha disminuido considerablemente. El Índice de desempeño ambiental medido por la Universidad de Yale clasifica a Honduras entre aquellos países con un ‘desempeño modesto’ pero con tendencia a empeorar. Al medir la Huella Ecológica por ingreso PPP, se observa que en Honduras ésta es considerablemente mayor que el resto de los países de la región, con excepción de Nicaragua. (Palerm et al., 2013, p.xi,45)

4.1.1.6 Entorno legal

Está formado por las leyes, las agencias gubernamentales y los grupos de presión que influyen en los individuos y organizaciones de una sociedad determinada. El gobierno afecta prácticamente a todas las empresas y todos los aspectos de la vida. En cuanto a lo referente a los negocios, desempeña dos papeles principales: los fomenta y los limita. (Calderón Melgar, 2011)

Cada país cuenta con sus leyes o normas para gobernar, agencias gubernamentales y grupos de presión que influyen en los individuos y organizaciones. Es necesario, para tomar decisiones, conocer toda la normativa que afecta a la actividad respectiva, Cuando se evalúan las fuerzas legales se obtiene como resultado que la empresa participara en un entorno económico donde lo principal es el derecho común y el derecho civil.

Lo cual hace que la empresa tenga que estar adaptándose a los cambios que se establezcan en el país objetivo en cuanto a la legislación, en su mayoría en el ámbito laboral ya que se pueden originar costos de producción adicionales. (Calderon Melgar, 2011, como se cito en Cañaverall Vargas, 2016, p. 45)

4.1.2 Análisis del microentorno

La microempresa Print Station crea alternativas estratégicas para mantener clientes fidelizados, ofreciéndoles un valor por debajo del precio del mercado, sin dejar de lado la ganancia que estos podrían obtener, lo cual se denomina, oferta y demanda. Print Station cuentan con una cartera de clientes con lo que poseen relación directa, esto le permite a la misma aumentar sus ingresos y potenciar su negocio a suplir las diferentes necesidades que tienen estos. El mercado San José es un punto estratégico para el negocio, ya que, es un lugar muy visitado por clientes de diferentes partes de La Ceiba, esto es una ventaja para la misma, porque le permite promocionar sus productos y servicio a las personas que llega al lugar. Los empresarios de dicha microempresa tratan siempre de monitorear y estudiar a su clientela, puesto que, así obtendrán datos de mayor interés para encontrar oportunidades de mejora y agregar valor a su experiencia al cliente.

Print Station como se centra en vender, producir y comprar, necesitan proveedores que se adapten a sus necesidades y, sobre todo, se pueda determinar las condiciones y relaciones comerciales, es por eso por lo que, tienen alianza con la Casa de las camisas, Office mart y PACASA, los cuales son los proveedores directos que distribuyen los diferentes productos para obtener el alcance final de la empresa y la satisfacción de los clientes. El negocio a menudo no puede controlar su entorno económico, por los diferentes factores que influyen en dicho sistema, pero, sí que está en sus manos evaluar las condiciones económicas antes de elegir ingresar a un mercado o industria en particular, sobre todo, los proveedores que le harán obtener el producto de calidad.

Creatividad es uno de los ingredientes de la fórmula del éxito para la microempresa Print Station, puesto que, se dedica a un rubro muy utilizado para los emprendedores hoy en día, lo cual, busca siempre encontrar lo que, lo diferencia entre un negocio de impresiones y copias con el de ellos. Identificar las estrategias que utilizan sus competidores directos como ser: Tecni pinturas y más, máster print y copias y más, es una tarea difícil, ya que, son quienes le hacen la competencia a Print Station en el entorno donde se encuentran ubicados y estos deben lidiar cada día para mantenerse estables en el mercado, tratando de ofrecer un valor agregado a sus productos teniendo la posibilidad de impulsar el cambio.

4.1.2.1 Marco legal

1.1.1.1.1 Aspecto Administrativo

Artículo 6 del Código de Comercio

Tendrán capacidad para realizar actos de comercio:

1. Las personas que tengan capacidad de ejercicio, según el Código Civil;
2. Los menores de edad, mayores de dieciocho (18) años, que hayan sido emancipados o habilitados;
3. Los mayores de dieciocho (18) años, no emancipados, que hayan sido autorizados por quienes tengan sobre ellos la patria potestad o tutela. La autorización podrá otorgarse sin sujeción a procedimiento judicial alguno y no será revocable; pero ha de constar siempre en escritura pública e inscribirse en el Registro Público de Comercio.

(Código de Comercio / BJV E-Legis®, n.d.)

Artículo 9 del Código de Comercio

Aunque tengan la capacidad necesaria para ello, no podrán ser comerciantes, ni tener cargo en sociedades mercantiles:

- I._ Los privados de este derecho por sentencia judicial.
- II._ Los declarados en quiebra, mientras no sean rehabilitados
- III._ Los que lo tengan prohibido por alguna disposición legal.

(Código de Comercio / BJV E-Legis®, n.d.)

Artículo 21 del Código de Comercio

El capital social está representado por la suma del valor nominal de aportaciones prometidas por los socios. Fungirá siempre del lado pasivo del balance, de modo que en el patrimonio deberá existir un conjunto de bienes igual, por lo menos a la cifra del capital.

(Código de Comercio / BJV E-Legis®, n.d.)

Artículo 380 del Código de Comercio

Los comerciantes tendrán la obligación de:

I.-Participar la iniciación de sus actividades profesionales y la apertura de sus establecimientos o despachos por medio de circulares dirigidas a los comerciantes de su domicilio y de las plazas en que tengan sucursales o están sitios los locales indicados o tengan corresponsales. Las circulares contendrán el nombre, razón o denominación del comerciante, las actividades principales de su giro, su domicilio y las direcciones de sus sucursales y agencias y establecimientos y los nombres de éstos, si los tuvieren, el balance de apertura y los representantes.

Las circulares pueden substituirse por inserciones en dos periódicos de los de máxima circulación en los lugares indicados;

II.-Notificar, en la misma forma, las modificaciones que sufran los datos anteriores; y

III.-Comunicar del mismo modo su retiro, si es comerciante individual, o su disolución, si se trata de sociedades, así como dar cuenta de la liquidación y cierre de los establecimientos y despachos.

(Código de Comercio / BJV E-Legis®, n.d.)

Artículo 384 del Código de Comercio

Es obligatorio el registro de todo comerciante en la Cámara de Comercio e Industrias correspondiente. La anotación comprenderá todos los datos indicados en el artículo 380, los que se publicaran en el boletín o periódico de las Cámaras. La falta de inscripción de un comerciante se castigará con multa diez veces mayor que el importe de los derechos de inscripción que hubiere debido satisfacer.

(Código de Comercio / BJV E-Legis®, n.d.)

Artículo 390 del Código de Comercio

La inscripción del comerciante individual comprenderá: el nombre y apellidos, edad, nacionalidad, estado, y domicilio

(Código de Comercio / BJV E-Legis®, n.d.)

Artículo 446 del Código de Comercio

Los comerciantes al por menor llevarán, por lo menos, un libro encuadernado, forrado y foliado y en él se asentarán las compras y ventas que hagan, tanto al crédito como al contado.

En este mismo libro harán al final de cada año un balance general de todas las operaciones de su giro, con especificación de los valores que forman el activo y el pasivo.

Se considera al comerciante al por menor el que vende al menudeo directa y habitualmente al consumidor siempre que el capital en giro total de sus negocios no exceda de cuarenta mil (L40 000.00) lempiras.

(Código de Comercio / BJV E-Legis®, n.d.)

1.1.1.1.2 Aspecto fiscal

Artículo 21 del Código Tributario

Los contribuyentes están obligados al pago de los tributos y al cumplimiento de los deberes formales y materiales o de fondo establecidos por este Código o las leyes tributarias, salvo que hayan sido eximidos del cumplimiento de sus obligaciones tributarias, según lo prescrito en el párrafo último del Artículo anterior.

(Código Tributario / BJV E-Legis®, n.d.)

Artículo 63 del Código Tributario

Obligaciones formales de los obligados tributarios. Los obligados tributarios deben facilitar las tareas de revisión, verificación, control, fiscalización, investigación, determinación y cobro que realice la Secretaría de Estado en el Despacho de Finanzas (SEFIN), la Superintendencia Tributaria Aduanera, la Administración Tributaria o la Administración Aduanera, en el cumplimiento de sus funciones, observando los deberes que les impongan las leyes, los reglamentos y la propia normativa interna.

(Código Tributario / BJV E-Legis®, n.d.)

Artículo 64 del Código Tributario

Obligación de llevar contabilidad. Los obligados tributarios deben llevar contabilidad conforme las reglas siguientes:

1. Llevar y mantener los registros contables que determinen las leyes, los respectivos reglamentos y las Normas Internacionales de Información Financiera generalmente aceptadas en Honduras;
2. Los asientos en la contabilidad deben ser hechos con la claridad debida, se deben efectuar dentro de los treinta (30) días siguientes a la fecha en que se realizó el hecho generador de la operación; y,
3. Llevar y mantener la contabilidad en su domicilio tributario, sin perjuicio de haber contratado servicios de contabilidad dentro del país.

(Código Tributario / BJV E-Legis®, n.d.)

Artículo 65 del Código Tributario

Obligación de extender documentos fiscales. Los obligados tributarios deben extender documentos fiscales por las actividades que realicen y hacerlos en la forma que permita identificar a quien los expida y en su caso reciba y, la operación de que se trate de acuerdo con lo que al efecto establezcan las leyes o los reglamentos tributarios y aduaneros.

(Código Tributario / BJV E-Legis®, n.d.)

Artículo 114 del Código Tributario

El pago de las obligaciones tributarias se hará en la misma fecha en que se presente la declaración respectiva o en la fecha en que se produce el hecho generador.

(Código Tributario / BJV E-Legis®, n.d.)

Artículo 120 del Código Tributario

La falta de pago total o parcial de los tributos o de los pagos a cuenta obligar al correspondiente sujeto pasivo, sin necesidad de actuación alguna de la autoridad tributaria competente a pagar a favor del Fisco.

- a) El faltante que se establezca;
- b) Un interés igual a la tasa activa bancaria más alta prevaleciente en la fecha en que se debió pagar la obligación; y,
- c) Un recargo del diez por ciento (10%) del impuesto total a pagar en concepto de indemnización por falta de pago. El interés a que alude el literal b) anterior empezar a devengarse desde el día siguiente a la fecha en que debió pagarse la obligación tributaria.

(Código Tributario / BJV E-Legis®, n.d.)

1.1.1.1.3 Aspecto Laborales

Artículo 1 del Código del Trabajo

El presente Código regula las relaciones entre el capital y el trabajo, colocándolas sobre una base de justicia social a fin de garantizar al trabajador las condiciones necesarias para una vida normal y al capital una compensación equitativa de su inversión.

(Código Del Trabajo / BJV E-Legis®, n.d.)

Artículo 4 del Código del Trabajo

Trabajador es toda persona natural que preste a otra u otras, natural o jurídica, servicios materiales, intelectuales o de ambos géneros, mediante el pago de una remuneración y en virtud de un contrato o relación de trabajo3 Artículo 4. Interpretado por el Decreto n.º 96 del 14 de diciembre de 1970 y el Decreto n.º 92 del 7 de mayo de 1980.

(Código Del Trabajo / BJV E-Legis®, n.d.)

Artículo 6 del Código del Trabajo

Se consideran representantes de los patronos y en tal concepto obligan a éstos en sus relaciones con los demás trabajadores: los directores, gerentes, administradores, capitanes de barco y en general las personas que, en nombre de otro, ejerzan funciones de dirección o de administración.

(Código Del Trabajo / BJV E-Legis®, n.d.)

Artículo 23 del Código del Trabajo

El trabajador puede participar de las utilidades o beneficios de su patrono, pero nunca asumir sus riesgos o pérdidas.

(Código Del Trabajo / BJV E-Legis®, n.d.)

Artículo 27 del Código del Trabajo

La falta de cumplimiento del contrato individual de trabajo, o de la relación de trabajo, sólo obliga a los que en ella incurran a la responsabilidad económica respectiva, o sea, a las prestaciones que determine este Código, sus reglamentos y las demás leyes de trabajo o de previsión social, sin que en ningún caso pueda hacerse coacción contra las personas.

(Código Del Trabajo / BJV E-Legis®, n.d.)

Artículo 88 del Código del Trabajo

Está obligado a tener un reglamento de trabajo todo patrono que ocupe más de cinco (5) trabajadores de carácter permanente en empresas comerciales, o más de diez (10) en empresas industriales, o más de veinte (20) en empresas agrícolas, ganaderas o forestales.

(Código Del Trabajo | BJV E-Legis®, n.d.)

4.2 Teorías

4.2.1 Teorías del sustento

4.2.1.1 Teoría de la factibilidad – Rodrigo Varela

Según Varela, (1997), “se entiende por Factibilidad las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto”. El estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso.

El estudio de factibilidad se utiliza para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y con ello tomar la mejor decisión. Su análisis se realiza cuando el desarrollo del sistema no tiene una justificación económica establecida, existe un alto riesgo tecnológico, operativo, jurídico o no se cuenta con una alternativa clara de implementación (Cobas, 2017).

El estudio de factibilidad es la calificación del potencial del éxito del proyecto, la posibilidad de que la realización de un producto haya sido aprobada y se obtengan los resultados esperados. Es el análisis de una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo. Además, determina si dicho negocio contribuye con la conservación, protección o restauración de los recursos naturales y el ambiente.

La Teoría de la Factibilidad abarca todas aquellas cuestiones que tienen que ver con la realización esencial de un proyecto en cuanto a sus puntos básicos. Factibilidad se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados. Generalmente la factibilidad se determina sobre un proyecto. La Factibilidad se refiere a que un proyecto que se tenga en mente pueda llevarse a cabo, es decir, pueda materializarse.

La factibilidad puede ser clasificada en: Operativa, Técnica y Económica. La Factibilidad Operativa está determinada por la disponibilidad de todos los recursos necesarios para llevar adelante un proyecto. Por ejemplo, encontrar quienes serían los proveedores de los principales recursos necesarios para el proyecto, como armarías el depósito para los productos, etc. La Factibilidad Técnica está relacionada con encontrar las herramientas, los conocimientos, las habilidades y las experiencias necesarias y suficientes, para hacer que el proyecto sea exitosamente realizado. La Factibilidad Económica surge de analizar si los recursos económicos y financieros necesarios para desarrollar las actividades pueden ser cubiertos con el capital del que se dispone, y en su caso, realizar el estudio financiero correspondiente para captar capital de terceros. (DINO, 2020)

También son importantes dos aspectos: el legal y el medio ambiente. Con relación al primero, existe en todo país un orden jurídico, marcado por la carta magna de cada estado o norma jurídica más importante (constitución nacional), los tratados internacionales reconocidos por el órgano legislativo, de cada estado y el resto de las normas inferiores de carácter legislativo (leyes nacionales y provinciales) o reglamentario (decretos nacionales y provinciales), como así también toda otra norma que reglamente una actividad (resoluciones de entidades públicas, autárquicas o no, reguladores de alguna actividad como así mismo lo normado por los municipios y comunas.) Todo el orden jurídico, con relación a un proyecto, puede prohibir su realización, o limitar, regular, predeterminar, la ejecución de ciertas actividades.

4.2.1.2 *Teoría de emprendimiento – Richard Cantillon Y Jean Baptiste Say*

De acuerdo a Cantillon & Say, (n.d.), como se menciona en Cabrillo (2006), en la teoría de emprendimiento fueron los primeros en colocar la función emprendedora en el campo de la economía, definiendo al emprendedor como un individuo que asume el riesgo de comprar un producto a un precio determinado y de venderlo a un precio incierto, además argumentó que los emprendedores estaban directamente involucrados en el equilibrio de la oferta y la demanda

En el año 1803, en plena revolución industrial, Say amplió la definición de emprendedor, incluyendo la posesión de habilidades gerenciales, ya que él argumentaba que un emprendedor era capaz de coordinar y combinar los factores de producción.

Posteriormente, la teoría del emprendimiento fue desarrollada por investigadores de diversas ciencias, por ejemplo, entre los años 1860 y 1880, economistas austríacos y alemanes basaron su investigación en una tradición arraigada en la ciencia política y la administración. Entre los años 1890 y 1940 se desarrollaron muchas de las investigaciones de Joseph Schumpeter sobre este campo y como consecuencia de estas, Schumpeter describió a los emprendedores como innovadores.

(Cantillon & Say, n.d.), define al “entrepreneur” como el “agente que compra los medios de producción a ciertos precios y los combina en forma ordenada para obtener de allí un nuevo producto”. Distingue que el emprendedor, a diferencia de otros agentes, no posee un retorno seguro. Afirma que es él, quien asume y soporta los riesgos que dominan el comportamiento del mercado. Por su parte, Say (1803) afirmó que un emprendedor es un individuo que es líder, previsor, tomador de riesgos, evaluador de proyectos y con habilidades para movilizar recursos desde una zona de bajo rendimiento a una de alta productividad.

4.2.2 Conceptualización

4.2.1.3 *Plotter de impresión*

Hace ya algún tiempo los plotters se utilizaban únicamente en estudios de arquitectura o ingeniería para realizar planos o esquemas. Actualmente, podemos distinguir tres tipos de plotter en el mercado: los que solo imprimen, los que solo cortan y los mixtos que pueden realizar las dos funciones. Un plotter de impresión, también llamado impresora de gran formato, se utiliza para imprimir desde un plano hasta una fotografía de gran tamaño, pasando por cartelería y rotulación de todo tipo. Los plotters de corte se utilizan básicamente de dos formas: para cortar vinilo de corte de colores y para cortar formas ya impresas en un plotter de impresión. (Digipress_26, 2020)

4.2.1.4 *Sublimación*

La sublimación es una de las técnicas de impresión digital que te permite crear productos personalizados de modo muy sencillo. Consiste en plasmar una imagen fotográfica sobre un soporte (camiseta, taza, portafotos, carcasa de teléfono, bolso, azulejos, etc.) consiguiendo crear un artículo personalizado único y exclusivo. El traspaso del diseño impreso hacia la superficie que vamos a personalizar se realiza mediante el calor y esto tan solo es posible con la ayuda de una plancha transfer. (Enrique, 2014)

CAPITULO V METÓDOLOGÍA / PROCESO

5.1 Congruencia metodológica

Como su nombre lo indica permite consolidar los elementos claves de todo el proceso de investigación, además posibilita evaluar el grado de coherencia y conexión lógica entre el título, el problema, la hipótesis, los objetivos, las variables, el diseño de investigación seleccionado, los instrumentos de investigación, así como la población y la muestra del estudio, facilita tener una visión general del trabajo. Y esto es a razón de ver si estamos siendo congruentes con nuestro problema, objetivos, hipótesis y variables. (Vera Pérez & Ortiz, n/d)

5.1.1 Matriz metodológica

Rivas Tovar, (2015) menciona que es el instrumento científico que permite hacer congruente y coherente el proceso de la medición de variables, creando un marco de comparación racional y ordenada para la construcción de un cuestionario.

Es una estrategia metodológica valiosa que permite al investigador diseñar de forma general el proceso investigativo que va a emprender. Garantiza que cada uno de los componentes que están involucrados en la investigación, se correlacionen entre sí, es decir, que haya congruencia horizontal y vertical entre los elementos. (UNED, n.d.)

Table 5.1.1.1.1 *Matriz Metodológica*

Titulo	Pregunta Investigación	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Instrumentos
Adquisición de Máquina de Plotter de Impresión y sublimación.	¿De qué manera la adquisición de nuevos equipos (Máquina de Plotter de Impresión y sublimación) beneficia a la microempresa Print Station?	<p><u>General</u></p> <p>Probar que con la adquisición de las máquinas de Plotter y sublimación beneficiaria a la microempresa Print Station</p> <p><u>Específicos</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Conocer los beneficios sobre la adquisición de las maquinas. -Elaborar propuestas de acuerdo con los resultados. 	<p><u>General</u></p> <p>¿Al realizar la compra de las máquinas de plotter de impresión y sublimación se mejoraría entonces el crecimiento de la empresa y se incrementarían las ventas?</p> <p><u>Específicos</u></p> <p>-Si se conocen las necesidades de los clientes se podrían adquirir las maquinas.</p>	<p><u>Independiente</u></p> <p>Adquisición de máquinas de plotter y sublimación en Print Station.</p> <p><u>Dependiente</u></p> <p>Crecimiento económico y de clientes</p>	<p>-Capacidad</p> <p>-Calidad</p> <p>-Eficiencia</p> <p>-Velocidad</p>	<p>-Encuestas</p> <p>-Visitas</p> <p>-Fotos</p> <p>-Recorridos en el área del mercado San José</p> <p>-Google maps</p>

5.1.2 Operacionalización de las variables

Está constituida por una serie de procedimientos o indicaciones para realizar la medición de una variable definida conceptualmente. En esta se intenta obtener la mayor información posible de la variable seleccionada, a modo de captar su sentido y adecuación al contexto. Y para ello deberá hacerse una cuidadosa revisión de la literatura disponible en marco teórico. La operacionalización de las variables está estrechamente vinculada al tipo de técnica o metodología empleadas para la recolección de datos. 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. (Espinoza Freire, 2019)

Table 5.1.2.1.2 Operacionalización de las variables

Variab les	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores
Máquina de Plotter	Se utiliza para imprimir desde un plano hasta una fotografía de gran tamaño, pasando por cartelería y rotulación de todo tipo. (Digipress_26, 2020)	-Capacidad -Calidad -Velocidad	Cantidad de hojas que pueda imprimir Calidad al imprimir la imagen Cuantos minutos se tarda en imprimir una imagen
Máquina de sublimación	La sublimación en artes gráficas es una técnica de impresión digital que ha posibilitado la impresión de gran calidad de toda clase de imágenes, fotografías y diseños sobre materiales como el metal, el aluminio, el plástico o la madera.(Ondarse Álvarez, 2021)	-Eficiencia -Accesibilidad	Eficiencia en la elaboración de camisetas y el uso de materiales El costo de adquisición y venta

5.1.3 Hipótesis

Es una premisa o supuesto que se plantea en forma de pregunta, respecto de un fenómeno o sobre una o algunas relaciones entre las variables que intervienen para que algo se dé. Es decir, es una afirmación razonada que surge del referente teórico o empírico en el que se mueve quien hace el razonamiento, universo real natural o social. (Campos Covarrubias, 2006, p. 8)

Para el estudio por su estructura se clasifica como una hipótesis descriptiva ya que estudia dos o más variables para predecir esos procesos que hemos estudiado, en términos de dependencia o de relación causal, ayudan a explicar y predecir con márgenes de error relativos por su característica, son importantes para la investigación pues ayudan al control de las variables.(Campos Covarrubias, 2006, p. 14)

5.2 Enfoque y métodos

5.2.1 Enfoque mixto

En el presente trabajo de investigación se utilizará el enfoque mixto para especificar las características de las máquinas y de la microempresa Print Station, recopilar datos e información de las actividades que se realizan, permitiendo una comprensión amplia del proyecto de prefactibilidad, como se menciona en (Urgiles Bueno, 2022, p. 24) de acuerdo con Ruiz (2018). Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada y lograr un mayor entendimiento del proyecto bajo estudio.

5.2.2 Método Inductivo

El método aplicado para la investigación ha sido el inductivo ya que emplea la observación, el registro y el contraste de la información para construir premisas generales que puedan servir de sustento o de explicación a la generalización planteada. (Segundo Espínola, 2022) los avances realizados en la microempresa Print Station han sido claros los métodos que se han aplicado han sido valiosos para conocer los pasos y analizar la viabilidad en la adquisición de maquinarias que mediante el estudio económico concluiremos su factibilidad.

5.3 Alcance y diseño de la investigación

El proceso de investigación tiene como finalidad encontrar soluciones para las diversas necesidades que enfrenta el ser humano. Dentro de este proceso, el nivel de una investigación puede tener diversos alcances que parten desde el nivel exploratorio, descriptivo, correlacional hasta llegar a un alcance explicativo, en donde se busca una explicación del fenómeno que se está investigando. (Galarza, 2022)

(Kerlinger, 2002) sostiene que generalmente se llama diseño de investigación al plan y a la estructura de un estudio. “Es el plan y estructura de una investigación concebidas para obtener respuestas a las preguntas de un estudio”. En ese sentido, el diseño de investigación señala la forma de conceptualizar un problema de investigación y la manera de colocarlo dentro de una estructura que sea guía para la experimentación (en el caso de los diseños experimentales) y de recopilación y análisis de datos.

5.3.1 Diseño de la investigación

El diseño de investigación como un plan estructurado de acción que, en función de unos objetivos básicos, está orientado a la obtención de información o datos relevantes a los problemas planteados, por lo tanto, el diseño de esta investigación se realizará mediante el no experimental, transversal, ya que, se basa en categorías, conceptos, variables, sucesos, comunidades o contextos que se dan sin la intervención directa del investigador, es decir; sin que el investigador altere el objeto de investigación. En la investigación no experimental, se observan los fenómenos o acontecimientos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos. (Moreno, 2022)

5.3.2 Alcance de la investigación

El alcance de una investigación indica el resultado lo que se obtendrá a partir de ella y condiciona el método que se seguirá para obtener dichos resultados. A continuación, se muestra los alcances que se apegan al tipo de investigación que se está realizando en el proyecto, los cuales son:

5.3.2.1 Investigación exploratoria

En este tipo de investigaciones se puede utilizar tanto el método cualitativo, como cuantitativo. En el alcance exploratorio, la investigación es aplicada en fenómenos que no se han investigado previamente y se tiene el interés de examinar sus características. En el método cuantitativo, se aplican procesos de análisis de datos básicos en donde se puede identificar la frecuencia en la cual se presenta el fenómeno de interés y sus características generales. Desde el enfoque cualitativo se pueden aplicar estudios lingüísticos, en los cuales se identifique las construcciones subjetivas que emergen en la interacción entre el ser humano y el fenómeno de investigación. (Galarza, 2022)

5.3.2.2 *Investigación descriptiva*

En este alcance de la investigación, ya se conocen las características del fenómeno y lo que se busca, es exponer su presencia en un determinado grupo humano. En el proceso cuantitativo se aplican análisis de datos de tendencia central y dispersión. En este alcance es posible, pero no obligatorio, plantear una hipótesis que busque caracterizar el fenómeno del estudio. En la investigación con alcance descriptivo de tipo cualitativo, se busca realizar estudios de tipo fenomenológicos o narrativos constructivistas, que busquen describir las representaciones subjetivas que emergen en un grupo humano sobre un determinado fenómeno. (Galarza, 2022)

5.4 Diseño de la investigación

Se define como el método seleccionado para el desarrollo razonable y lógico del problema de estudio, con el fin de manejar de manera eficiente el problema y, por consiguiente, formular un plan para obtener información y datos relevantes para su respectivo análisis donde brinde respuesta a la investigación, es decir, comprobar la idea o hipótesis de este.

5.4.1 Población (población total y meta)

(López, 2004) menciona que “la población es el conjunto de personas u objetos de los que se desea conocer algo en una investigación. El universo o población puede estar constituido por personas, animales, registros médicos, los nacimientos, entre otras.”

De acuerdo con lo que establece la INE en su página oficial, en Atlántida, habitan aproximadamente 500,846 personas, de los cuales, 241,698 son hombres y 259,148 son mujeres. La identificación de la población es de vital importancia, puesto que, de aquí se partirá para el cálculo de la muestra. Se determina que la población será infinita, porque no se conoce el tamaño de la muestra, por lo tanto, se tomaran dichos datos para su respectivo cálculo y por consiguiente realizar la aplicación del instrumento de medición, en este caso, la encuesta. Se espera alcanzar el 95% de la cantidad total que arroje la muestra una vez realizada su cálculo, es decir, se espera encuestar la mayor parte posible de la meta propuesta. (INE, 2022)

5.4.2 Muestra

La muestra es un subconjunto o parte del universo o población en que se llevará a cabo la investigación. Hay procedimientos para obtener la cantidad de los componentes de la muestra como fórmulas, lógica, entre otros. La muestra es una parte representativa de la población. (López, 2004)



The image shows the SurveyMonkey website's sample size calculator. The header includes the SurveyMonkey logo and navigation links: Productos, Soluciones, Recursos, Planes y precios, Inicia sesión, and a yellow button labeled 'Suscríbete gratis'. The main heading is 'Calcula el tamaño de tu muestra'. Below this, there are three input fields: 'Tamaño de la población' with the value 9630856, 'Nivel de confianza (%)' with a dropdown menu set to 95, and 'Margen de error (%)' with the value 5. The result is displayed as 'Tamaño de la muestra' followed by the large green number '385'.

Ilustración 5.4.2.1. Cálculo de la muestra

$$\text{Tamaño de la muestra} = \frac{\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2}}{1 + \left(\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2 N} \right)}$$

Ilustración 5.4.2.2. Fórmula tamaño de la muestra

De acuerdo a la población total de personas que habitan en Atlántida (500,846), se procedió a realizar su respectivo cálculo, donde la muestra arroja un resultado de 385, el cual, significa que, de la cantidad de la población, se tomará 385 personas para aplicar el instrumento de medición, puesto que, la muestra representativa o muestra estadística representa parte del grupo de personas (o población objetivo) cuyas opiniones o comportamiento son de mayor interés para el proyecto de investigación.

Donde:

N = tamaño de la población

e = margen de error (porcentaje expresado con decimales)

z = puntuación z

p = porcentaje de nivel de confianza deseado

La puntuación z es la cantidad de desviaciones estándar que una proporción determinada se aleja de la media. Para encontrar la puntuación z adecuada, consulta la tabla a continuación: (Monkey, 2022)

Nivel de confianza deseado	Puntuación z
80 %	1.28
85 %	1.44
90 %	1.65
95 %	1.96
99 %	2.58

Ilustración 5.4.2.3. Cuadro nivel de confianza

5.4.3 Unidad de análisis

El muestreo probabilístico es una técnica en la cual las muestras son recogidas mediante un proceso que les brinda a todos los individuos de la población la misma oportunidad de ser seleccionados. Por su parte, el muestreo aleatorio simple es el método de muestreo básico utilizado en métodos estadísticos y cálculos. Cuando se estudia a las personas, esta técnica funciona mejor con una población homogénea, que no sean muy diferentes en edad, raza, escolaridad o clase, ya que con una población heterogénea se corre el riesgo de crear una muestra sesgada si no se toman en cuenta las diferencias demográficas. (Velázquez, 2022)

En el proceso del muestreo se abordará la técnica de muestreo probabilístico, así mismo, se tomará en cuenta el muestreo probabilístico aleatorio simple, en conjunto de ambas técnicas se hará un uso eficiente de la muestra obtenida, puesto que, se conocerá el tamaño de la muestra donde las 385 personas de la muestra se seleccionarán al azar y todos los 500,846 personas tendrán las mismas oportunidades de ser escogidos, conocidos y escuchados mediante el llenado de la encuesta.

5.4.4 Unidad de respuesta

La unidad de respuesta hace énfasis en la técnica empleada para la selección de los elementos expuestos en la población y la muestra, es decir, este apartado será la información recaudada donde se obtendrá la cantidad de personas encuestada, así mismo, se analizará cada una de las respuestas de las preguntas y se dará por interpretada la unidad estadística en cada uno de los elementos. De igual manera, la unidad de respuesta es la que necesita información y el individuo o conjunto de individuos es donde se obtiene el dato; la unidad de estudio corresponde a la entidad que va a ser objeto de medición, en este caso será la encuesta mediante la técnica de muestreo probabilístico y se refiere a cada unidad de análisis tiene una probabilidad de ser elegida, lo cual determina la situación de poder generalizar los hallazgos del estudio a toda la población objetivo, donde al qué o quién es sujeto de interés en una investigación.

5.5 Técnica e instrumento aplicados

Este apartado es de suma importancia, puesto que, es una herramienta con la que cuenta el investigador para documentar la información recabada de la realidad, así mismo, sirve como base para el registro de la observación en el proceso de estudio, es decir, es un instrumento que determina en gran medida la calidad de la información. La metodología utilizada en la recolección de datos está acorde con el enfoque teórico conceptual que se ha desarrollado en el resto del estudio.

5.5.1 Instrumentos

(Mejía, 2005) menciona que el mecanismo que usa el investigador para recolectar y registrar la información es: formularios o encuestas, pruebas, test, escalas de opinión y listas de chequeo.

El instrumento y mecanismo utilizado en el proyecto para recolectar la información eficaz y completa es la encuesta, que consiste en obtener información de los sujetos en estudio, el cual es proporcionado por el investigador, para obtener datos cualitativos y cuantitativos, sobre opiniones, conocimientos, actitudes o sugerencias. A través de ella el investigador puede: aclarar el propósito del estudio, especificar claramente la información que necesita, aclarar preguntas y, sobre todo, permite captar mejor el fenómeno estudiado, donde se puede observar el grado en que el instrumento logra medir lo que se pretende cuantificar. (Cortez, 2022)



The image shows a screenshot of a Google Form interface. At the top, there is a navigation bar with tabs for 'Preguntas', 'Respuestas' (46), and 'Configuración'. Below this is a header section featuring the logo of 'ut' (Universidad Tecnológica) and 'ceutec de unitec', along with images of a 'Plotter de impresión' and a 'Máquina de sublimado'. The main content area is titled 'Sección 1 de 15' and contains the following text: **“PROYECTO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA LA ADQUISICIÓN DE MAQUINARIA DE PLOTTER DE IMPRESIÓN Y SUBLIMACIÓN EN LA MICROEMPRESA PRINT STATION”**. Below the title, there is a welcome message: 'Sea bienvenido (a) a esta encuesta virtual. Somos alumnos de la clase de Proyecto de Graduación modalidad teledocencia. Estamos realizando un estudio con el objetivo de conocer su experiencia en la compra de prendas con estampados o logos, así mismo, su experiencia en el servicio de plotter de impresión para...'. The interface includes standard Google Form controls like a close button, a menu, and a 'Enviar' button in the top right corner.

Ilustración 5.5.1.1. Encuesta en google form

Enlace de la Encuesta del proyecto de pre-factibilidad elaborada en google form:

<https://forms.gle/WvvYdgKRXLwjgese8>

5.5.2 Unidad de análisis

(Campos, 2018) “La Unidad de Análisis es la entidad que enmarca lo que se está analizando en un estudio, o es la entidad que se estudia en su conjunto, dentro de la cual existen la mayoría de los factores de causalidad y cambio.”.

La unidad de análisis es el quién o el qué, que se está analizando en el proceso de estudio, por lo tanto, la unidad de análisis en el “Proyecto de pre-factibilidad para la adquisición de maquinaria de plotter de impresión y sublimación en la microempresa Print Station” son todas las personas que compran productos elaborados con estampados o logos, es decir, la población donde se realizara el estudio, puesto que, son quienes nos interesan estudiar, para conocer que tanto compran, sus preferencias, gustos, la cantidad de personas que consumen este tipo de producto, que edades les interesan más este tipo de diseños, que tan satisfechos estarían al consumir productos personalizados o ya elaborados mediante una maquinaria de plotter y sublimación.

5.5.3 Unidad de respuesta

(Campos, 2018) menciona que la unidad de respuesta es la que nos interesa investigar su comportamiento psicológico, social y/o cultural. Algunas de las técnicas utilizadas para recoger información de la unidad de observación son las encuestas y documentos de texto.

Dicha unidad generalmente es un actor social individual, es decir, que es personal, que los datos obtenidos mediante el instrumento de investigación, será recolectado de manera individual y cada persona encuestada tendrán una respuesta única y personal en relación con la forma en que hacen uso del producto de plotter y sublimado.

También, podríamos mencionar que es un actor social grupal: asociado a un tipo de comportamiento colectivo que puede ser a nivel reducido de familias, grupos y/o comunidades sociales o más amplias, como grupos étnicos, naciones, regiones del mundo, en este caso, se tomara en cuenta una combinación de ambos, es decir, la encuesta para conocer el uso que hacen de productos con estampados o logos, será a un grupo de personas que se encuentran en el mercado San José, pero, el llenado de la misma será de manera personal.

5.6 Fuentes de información

El proceso de búsqueda de la información científica sobre un tema es importante para establecer el estado de la cuestión. Conocer si existen teorías, hipótesis o técnicas sobre los temas que estamos investigando. Precisar mejor el problema. Determinar los pasos a seguir en la investigación. Aclarar el énfasis que se le va a dar a la investigación. El registro de las fuentes de información en los trabajos académicos: permite sustentar la actividad de la investigación y sirve de base para establecer premisas que argumentan los cuestionamientos de la crítica científica o profesional.(Wigodski, 2010)

5.6.1 Fuentes primarias

Como aparece citado en el blog Wigodski, 2010, Bounocore (1980) define a las fuentes primarias de información como “las que contienen información original no abreviada ni traducida: tesis, libros, nomografías, artículos de revista, manuscritos. Se les llama también fuentes de información de primera mano”.

Contienen información original que ha sido publicada por primera vez y que no ha sido filtrada, interpretada o evaluada por nadie más. Son producto de una investigación o de una

actividad eminentemente creativa. Componen la colección básica de una biblioteca y pueden encontrarse en soporte impreso o digital. (UDG, 2022)

Para el proyecto de la microempresa Print Station las fuentes primarias utilizadas para su desarrollo son los siguientes:

1. CRAI
2. Recursos CEUTEC
3. Instituto Nacional de Estadísticas (INE)
4. Tesis sobre la prefactibilidad de adquisición de máquinas sobre sublimación.

5.6.2 Fuentes secundarias

Como aparece citado en el blog Wigodski, 2010, Bounocore (1980) las define como aquellas que “contienen datos o informaciones reelaborados o sintetizado”. Ejemplo de ella lo serían los resúmenes, obras de referencia (diccionarios o enciclopedias), un cuadro estadístico elaborado con múltiples fuentes entre otros. Interpreta y analizan fuentes primarias. Las fuentes secundarias son textos basados en fuentes primarias, e implican generalización, análisis, síntesis, interpretación o evaluación.

Contienen información primaria, sintetizada y reorganizada. Están diseñadas para facilitar y maximizar el acceso a las fuentes primarias o a sus contenidos. Componen la colección de referencia de una biblioteca. Se utilizan cuando no se tiene acceso a la fuente primaria por una razón específica, cuando los recursos son limitados y cuando la fuente no es confiable. Permiten confirmar los hallazgos en una investigación y ampliar el contenido de la información de una fuente primaria. (UDG, 2022)

Para el proyecto de la microempresa Print Station las fuentes secundarias utilizadas para su desarrollo son los siguientes:

1. SurveyMonkey
2. Google académico
3. Banco Mundial (BM)
4. Cámara de comercio e industrias de cortes (CCIC)

5.7 Limitantes del proyecto

Las limitaciones en un proyecto de investigación se deben saber que se trata de todos los aspectos que el proyecto que se está realizando no podrá cubrir, bien sea porque se escapa de las posibilidades de la investigación o porque se sabe que simplemente es inalcanzable.

Es importante tener claro que en este punto se presentan las debilidades o carencias que puede presentar el mismo, lo ideal de desarrollar esto es que el alcance del proyecto se establezca en el primer momento para evitar que exista algún tipo de recriminación.

A continuación, se detallan las limitantes del proyecto que se han adquirido durante el trayecto de estudio, las cuales son:

1. Falta de disponibilidad de tiempo
2. Falta de datos disponibles y confiables sobre las cotizaciones de las maquinas
3. Tamaño de la muestra, su cantidad calculada es mínima.
4. Datos incompletos y desactualizados de la microempresa.

5.8 Limitantes de la investigación

Se refiere limitantes o los problemas con los que el investigador se encontrará durante el desarrollo de su investigación. En ese sentido, como aparece citado en Moreno Galindo, 2013, desde la perspectiva de Ávila (2001), una limitación consiste en que se deja de estudiar un aspecto del problema debido por alguna razón. Con esto se quiere decir que toda limitación debe estar justificada por una buena razón.

El siguiente listado, muestra las limitantes de la investigación que a trascender el periodo de estudio se fueron presentando, las cuales son:

1. Tamaño de la muestra, su cantidad calculada es mínima.
2. No existen estudios científicos relacionado con las máquinas de plotter de impresión y sublimado, por lo tanto, existe una falta de información más específica y estudiada.
3. Dejar de lado la recolección de datos, mediante la encuesta, por concepto de satisfacción del cliente.

CAPITULO VI RESULTADOS Y ANALÍISIS

6.1 Definición del modelo de negocio

Un modelo de negocio es un procedimiento sistemático para la estructuración de un proyecto de emprendimiento, sirve para desarrollar una visión global de un proyecto empresarial y permite analizar y definir el valor que se va a ofrecer en el mercado, las herramientas para brindar satisfacción, los beneficiados y la forma de generar ingresos. (Uribe Palacios, 2021, p. 9)

6.1.1 Problema

La descripción del problema es el proceso que ayuda a identificar la situación, la necesidad o la oportunidad que se desea abordar en el proyecto o negocio y que en efecto dará la guía para construir la solución y propuesta de valor que se va a ofertar en el mercado (Uribe Palacios, 2021, p. 12). En el caso de la microempresa Print Station la falta de máquinas de estampado e impresión hacen que los clientes busquen otro lugar para abastecer esa necesidad, por lo tanto, la microempresa pierde clientes en ese servicio y pierde en generar ingresos por dicho servicio.

6.1.2 Solución

La solución para la microempresa Print Station es la adquisición de nuevas máquinas de estampado e impresión ya que podrán dar respuestas a las necesidades que tienen los clientes de trabajos de estampados e impresiones, con este proyecto de inversión se estará generando oportunidades y un crecimiento en la microempresa. Conocer las necesidades de los clientes, es importante porque les permitirá saber qué es lo que motiva al cliente a comprar un producto o solicitar un servicio, escuchar al cliente y crear una relación con ellos resultara beneficioso

porque estarán retroalimentando y les ayudara hacer esos cambios o ajustes necesarios, y así al momento que se obtengan las máquinas de plotter y sublimación puedan ser exitosos en la ciudad de La Ceiba y sus alrededores, así como también con sus clientes.

6.1.3 Propuesta única de valor

Es el corazón de un modelo de negocio, muestra el beneficio de los productos y/o servicios como solución de problemas, por lo que, en este bloque, se busca determinar la necesidad sentida por el cliente. La cual nos permite crear alegrías o establecer el bien o servicio como resultado de los beneficios que ofrece, lo cual contribuye con el proyecto. Esto para generar conexión directa con los productos de la empresa. La propuesta de valor es el beneficio que adquiere nuestro segmento de clientes, asimismo, establece los aspectos diferenciadores respecto de la competencia.(Uribe Palacios, 2021, p. 27)

6.1.4 Ventaja competitiva

Es el diferencial que permite que seas superior desde el punto de vista de tus competidores. En este sentido es una capacidad interna o externa que no es fácil de adquirir, que no se puede comprar ni copiar (Uribe Palacios, 2021, p. 56). Se debe construir con un previo análisis de la competencia y del negocio, el cual evidencie las capacidades de los competidores directos y los que dominan el negocio de sublimado en la ceiba, así mismo realizar el análisis que destaquen las cualidades de la microempresa Print Station de sus competidores.

6.1.5 Segmento de clientes

Es una descripción detallada de su público objetivo, similar a una imagen de comprador, sin embargo, no es una representación ficticia de sus clientes. Tiene información acerca de

preferencias o necesidades y permite conocer qué es lo verdaderamente importante para ellos a nivel personal. El segmento es el proceso de dividir o clasificar en grupos la población, teniendo en cuenta características homogéneas de un mercado según las necesidades y comportamientos de los clientes o consumidores objeto del proyecto. Un segmento de clientes se puede clasificar a través de datos demográficos como la edad, el origen étnico, la profesión, el género, entre otros, o según sus factores psicográficos como el comportamiento de gasto, los intereses y las motivaciones. (Uribe Palacios, 2021, p. 16)

6.1.6 Estructura de costos

En esta sección del modelo de negocio la estructura de costos dará a conocer a la microempresa Print Station todos los costos que tiene implícito el proyecto de inversión. Para esta sección es importante saber qué es un costo y gasto e identificarlos de manera precisa ya que van a incurrir en la adquisición de las máquinas de plotter y sublimado. (Uribe Palacios, 2021, p. 52)

La estructura de costo se divide en:

Costos: es el conjunto de recursos utilizados para la elaboración de un bien específico (producto-servicio) en este caso para la adquisición de máquinas de plotter y sublimado.

- Costos fijos: son los costos que no son sensibles a las variaciones en las actividades del negocio
- Costos variables: estos varían de acuerdo con las actividades del negocio, si la actividad aumenta los costos aumentan y si las actividades bajan también los hacen los costos.

Gasto: es la utilización de los recursos que necesitan para la ejecución de la venta del producto y la administración del negocio.

6.1.7 Lean canvas microempresa Print Station

Table 6.1.7.1 *Lean Canvas*

Problema	Solución	Propuesta única de valor	Ventaja competitiva	Segmento de clientes
<p>-La falta de máquinas de plotter y sublimado hacen que los clientes busquen otro lugar para poder abastecer esa necesidad.</p> <p>-Pérdida de clientes</p> <p>-Pérdida de ingresos</p>	<p>Adquisición de máquinas de:</p> <p>-Máquina de plotter</p> <p>-Máquina de sublimado</p>	<p>Print Station donde tus trabajos se realizan y se entregan con calidad.</p> <p>Ofreciendo a los clientes un valor agregado que signifique para ellos una ganancia adicional, ya sea en calidad, precio, presentación o diseño en los productos que se ofrecen.</p>	<p>-La calidad de los productos ofrecidos.</p> <p>-Más que ser una microempresa de copias, se caracteriza por ser una imprenta.</p> <p>-Ofrece múltiples servicios.</p>	<p>La propuesta va dirigida a todas:</p> <p>-Las personas naturales</p> <p>-Empresas comerciales,</p> <p>-Instituciones educativas y financieras.</p> <p>-Emprendedores</p>
	<p>Métricas</p> <p>-Aumento de nuevos clientes</p> <p>-Recurrencia de cliente</p> <p>-Vistas en las redes sociales</p>		<p>Canales</p> <p>Redes sociales:</p> <p>-Instagram</p> <p>-WhatsApp</p> <p>-Referidos</p>	<p>Adoptadores tempranos:</p> <p>-Jóvenes emprendedores</p>

Estructura de costos

- Costos de adquisición
- Gastos: fijos y variables

Fuente de ingresos

- Ventas de material escolar y de oficina
- Impresiones blanco/negro y color, diseños, rotulación, carteles
- Venta de golosinas
- Ventas de camisas, gorras, tasas, etc.

6.2 Descripción del producto

En general se define como producto a todo aquello que puede ofrecerse a alguien para satisfacer una necesidad o un deseo, como aparece citado en Pedraza Rendón, 2015, p. 19, Kotler “lo define como cualquier cosa que se ofrezca en un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo; y que pudiera satisfacer una necesidad o deseo”. El concepto producto incluye todos los bienes y servicios que se puedan vender.

6.2.1 Máquina de sublimación

Es una maquina eléctrica que trabaja por medio de calor y el cual se ejerce con presión, lo que permite que el estampado se adhiera mejor al producto que se va a utilizar y personalizar a solicitud del cliente. En el mercado a la máquina de sublimación se le conoce con diferentes nombres estampadora, transfer térmico, sublimadora, y no existe ninguna diferencia, lo que si cambia es la técnica que se va a emplear para realizar el trabajo en los productos. Por medio de sublimación se pueden estampar en diferentes materiales:

- Camisetas
- Mouse pads
- Bolsa o funda para laptop
- Rompecabezas
- Metales
- Ropa deportiva
- Decoración de bolsas
- Vasos
- Botellas
- Termos, etc.

6.2.2 Elementos importantes de la sublimación

- **El diseño:** el diseño se selecciona previamente, el cliente ya tiene en mente que es lo que desea y se lo transmite a la persona que realizara el trabajo, ambos arreglan el tamaño, color del diseño deseado ya que es la parte principal del sublimado y es lo que se estampara en el objeto solicitado.
- **La tela:** Si lo que queremos es sublimación de alta calidad y que no se borre con los lavados, la tela tiene que contener poliéster. Esto no significa que deba estar hecha 100% de este material, puede ser también 50% poliéster y 50% algodón no obstante, mientras más alto sea el porcentaje de este material en la tela que vamos a sublimar, mejores van a poder ser los resultados de estampado.(Posicionando, 2019)
- **El papel para sublimar:** debe ser papel específico y especial sublimar en telas blancas o telas oscuras, el papel de sublimación actúa básicamente como un transportador de la tinta. Es el que debe permitir la máxima definición por puntos del diseño, permitiendo también la máxima transferencia de la tinta, al momento de aplicar el calor y la presión. Esa es la función que cumplen los papeles de sublimación.

6.2.3 Máquina de Plotter

Este dispositivo ofrece la forma más rápida de realizar una impresión de gran formato para producir de manera eficiente trabajos de alta calidad como fotografías en color de alta resolución o la reproducción de grandes carteles, por lo tanto, con esta tecnología puedes crear impresiones de todo tipo, como carteles publicitarios, planos, vallas publicitarias, embalaje (packaging), fotografías con calidad museo, regalos personalizados, comercialización (merchandising), impresión directa sobre tela y un largo etcétera. En un plotter se puede imprimir una gran variedad de gráficos profesionales. Por eso, estas impresoras de gran formato están pensadas para fotografía profesional, planos para estudios de arquitectura e ingeniería, cartelera para la industria publicitaria, todo tipo de embalaje (packaging), materiales para sublimación textil como ya hemos comentado más arriba.(Digipress_26, 2020)

6.2.4 Misión

Somos una microempresa que genera confianza, que brinda a nuestros clientes el mayor y mejor servicio en el rubro de la impresiones e imprenta, contando con múltiples servicios completos que transforman las necesidades de los clientes en oportunidades de mejora, satisfaciendo adecuadamente sus expectativas, creando así, la fidelidad de quienes nos visitan.

6.2.5 Visión

En el 2024, ser una microempresa competitiva a nivel regional, reconocida por su eficiencia, flexibilidad y confianza en la prestación de servicios de impresión e imprenta, manteniendo el compromiso con la calidad, excelencia y variedad en los productos ofrecidos, sobre todo, respondiendo a las necesidades del cliente, asegurando la satisfacción y el bien común.

6.3 Propiedad intelectual

Acorde con la tendencia mundial en la materia de Propiedad Intelectual, el Estado Hondureño propicia el ambiente de seguridad jurídica a través de la Dirección General de Propiedad Intelectual la cual es asistida técnicamente por la Organización Mundial de Propiedad Intelectual (OMPI), y actúa conforme los acuerdos de cooperación suscritos por Honduras con la Organización Mundial del Comercio, OMC y el Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos (RD-CAFTA). A pesar de que en el ambiente comercial y cultural comúnmente se manejan los conceptos de marcas, patentes, obras literarias y artísticas, como una sola materia; vale la pena aclarar a la comunidad en general y al sector empresarial y cultural en particular, que dichos conceptos son totalmente diferentes pero complementarios. (IP, 2022)

6.3.1 La Propiedad Industrial

La cual se divide en dos componentes, se citan:

- **Signos Distintivos/Marcas;** Los signos distintivos son aquellos que tienen la capacidad de identificar actividades, servicios y productos en el mercado de los demás de su misma especie. Para su titular son el medio para acercarse a los consumidores, valorizar su empresa y evitar confusión en el mercado con respecto a sus competidores; y la marca es un signo distintivo, cuya principal función es diferenciar en el mercado a los productos y/o servicios de una empresa de los de sus competidores.
- **Patentes, Diseños Industriales y Modelos de Utilidad:** es un derecho exclusivo que concede el Estado para la protección de una invención, la que proporciona derechos exclusivos que permitirán utilizar y explotar su invención e impedir que terceros la utilicen sin su consentimiento. (IP, 2022)

6.4 Estudio de mercado

6.4.1 Análisis de la competencia e industria

Conocer a los competidores a través del análisis de la competencia e industria, es crucial para una planeación eficaz de la mercadotecnia. En forma constante la empresa debe comparar productos, precios, canales y promoción con los de los competidores cercanos, como ser: Tecni-pinturas y más, máster print y copias y más. Así, es posible identificar áreas de ventaja o desventaja competitiva.

La conducta de los empresarios de la microempresa Print Station radica en aquel producto de impresión o imprenta que están dispuestos a ofrecer al consumidor de acuerdo con

las características de sus preferencias y gustos, de los diferentes precios del mercado para responder a la demanda de esta. Al analizar la oferta que brinda Tecni pinturas y más, máster print y copias y más se busca determinar las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o un servicio, la oferta al igual que la demanda dependen de factores, como ser: precio del mercado del producto, la producción, la expectativa y directamente a la oferta, la estación del año, costo de producción, la flexibilidad de la tecnología, entre otros.

El analizar los precios que se ofrecerán es de suma importancia ya que, constituyen la fuente de ingresos de cualquier empresa, además de permitirle posesionarse en el mercado. A continuación, se muestra una tabla del análisis de la competencia con relación a la comparación de precios de los diferentes competidores directos con tiene la microempresa Print Station:

Table 6.4.1.1 Comparación de precios de la competencia directa - Copias y más

COMPARACIÓN DE PRECIOS COMPETENCIA DIRECTA			
PRINT STATION			
Concepto	Print Station	Copias y Más	Diferencia
Cuaderno Marca Vivo 1 Materia	L25.00	L30.00	-L5.00
Cuaderno Marca Vivo 2 Materia	L35.00	L40.00	-L5.00
Cuaderno Marca Vivo 5 Materia	L60.00	L70.00	-L10.00
Lápiz Marca Force	L6.00	L9.00	-L3.00
Copia Color	L10.00	L15.00	-L5.00
Copia Color Con Diseño	L20.00	L40.00	-L20.00
Copia Blanco y Negro	L2.00	L1.50	L0.50
Pluma Marca Genial	L6.00	L5.00	L1.00
Corrector Marca Artesco	L18.00	L20.00	-L2.00
Barra de Silicon Delgada	L6.00	L8.00	-L2.00
Pegamento liquido Marca Force (blanco)	L31.00	L35.00	-L4.00
Cartulina Iris Pliego (19x25 pulg)	L12.00	L14.00	-L2.00
Cartulina Opalina (8.5x11 pulg)	L3.00	L4.00	-L1.00
Foamy Escarchado Pliego (50x70cm)	L40.00	L50.00	-L10.00
Foamy Nomal Pliego (50x70cm)	L30.00	L35.00	-L5.00
Camisas Personalizadas (Blanca)	L200.00	L0.00	L200.00
Camisas Personalizas (Colores)	L250.00	L0.00	L250.00
Papel China multicolor unidad	L3.00	L4.00	-L1.00

Table 6.4.1.2 Comparación de precios de la competencia directa - Tecni pinturas y más

COMPARACIÓN DE PRECIOS COMPETENCIA DIRECTA			
PRINT STATION			
Concepto	Print Station	Tecni Pinturas y más	Diferencia
Cuaderno Marca Vivo 1 Materia	L25.00	L27.00	-L2.00
Cuaderno Marca Vivo 3 Materia	L35.00	L37.00	-L2.00
Cuaderno Marca Vivo 5 Materia	L60.00	L65.00	-L5.00
Lápiz Marca Force	L6.00	L5.00	L1.00
Copia Color	L10.00	L15.00	-L5.00
Copia Color Con Diseño	L20.00	L45.00	-L25.00
Copia Blanco y Negro	L2.00	L2.00	L0.00
Pluma	L6.00	L5.00	L1.00
Corrector	L18.00	L20.00	-L2.00
Barra de Silicon Delgada	L6.00	L8.00	-L2.00
Pegamento liquido Marca Force (blanco)	L31.00	L29.00	L2.00
Cartulina Iris Pliego (19x25 pulg)	L12.00	L15.00	-L3.00
Cartulina Opalina (8.5x11 pulg)	L3.00	L3.00	L0.00
Foamy Escarchado Pliego (50x70cm)	L40.00	L35.00	L5.00
Foamy Nomal Pliego (50x70cm)	L30.00	L20.00	L10.00
Camisas Personalizadas (Blanca)	L200.00	L0.00	L200.00
Camisas Personalizas (Colores)	L250.00	L0.00	L250.00
Papel China multicolor	L3.00	L4.00	-L1.00

Table 6.4.1.3 Comparación de precios de la competencia directa - Master Print

COMPARACIÓN DE PRECIOS COMPETENCIA DIRECTA			
PRINT STATION			
Concepto	Print Station	Master Print	Diferencia
Cuaderno Marca Vivo 1 Materia	L25.00	L30.00	-L5.00
Cuaderno Marca Vivo 2 Materia	L35.00	L40.00	-L5.00
Cuaderno Marca Vivo 5 Materia	L60.00	L65.00	-L5.00
Lápiz Marca Force	L6.00	L6.00	L0.00
Copia Color	L10.00	L15.00	-L5.00
Copia Color Con Diseño	L20.00	L25.00	-L5.00
Copia Blanco y Negro	L2.00	L2.00	L0.00
Pluma	L6.00	L6.00	L0.00
Corrector	L18.00	L20.00	-L2.00
Barra de Silicon Delgada	L6.00	L8.00	-L2.00
Pegamento liquido Marca Force (blanco)	L31.00	L35.00	-L4.00
Cartulina Iris Pliego (19x25 pulg)	L12.00	L14.00	-L2.00
Cartulina Opalina (8.5x11 pulg)	L3.00	L4.00	-L1.00
Foamy Escarchado Pliego (50x70cm)	L40.00	L45.00	-L5.00
Foamy Nomal Pliego (50x70cm)	L30.00	L35.00	-L5.00
Camisas Personalizadas (Blanca)	L200.00	L0.00	L200.00
Camisas Personalizas (Colores)	L250.00	L0.00	L250.00
Papel China multicolor	L3.00	L0.00	L3.00

6.4.2 Análisis de las fuerzas de Porter

El modelo de las 5 fuerzas de Porter del análisis competitivo es un enfoque utilizado para desarrollar estrategias en muchas industrias, donde la intensidad de la competencia entre organizaciones varía mucho de una industria a otra, pero se observa como factor común que la intensidad de la competencia es más alta en industrias de bajas ganancias. (Porter, 2020)

6.4.2.1 El poder de negociación de los clientes

Porter considera que cuanto más se organicen los consumidores, más exigencias y condiciones impondrán en la relación de precios, calidad o servicios, por tanto, la empresa contará con menos margen y el mercado será entonces menos atractivo. Además, el cliente tiene la potestad de elegir cualquier otro servicio o producto de la competencia. (Porter, 2020)

El poder de la negociación que aplica Print Station es factible, puesto que, identifican a clientes importantes y establecer relaciones sólidas a largo plazo con ellos. Además, hacen mucho uso de la oferta y demanda, porque todos sus productos y servicios ofrecidos se basan al precio que se maneja el mercado, por lo que crean esa negociación con los clientes.

6.4.2.2 El poder de negociación de los proveedores

Cuando los proveedores cuentan con mucha organización dentro de su sector, recursos relevantes y condiciones sobre precios y tamaños de los pedidos, es cuando hacen un mercado más atractivo. (Porter, 2020)

Una empresa que necesita comprar materia prima que solo vende un proveedor tendrá una gran desventaja en la negociación de la compra, puesto que, el 100% de la materia prima que hace uso la microempresa dependerá solo de ese proveedor, si el proveedor no tiene la materia prima solicitada, entonces, la microempresa no podrá darle al cliente el producto final, es por eso, que Print Station cuenta con varios proveedores, los cuales son: la Casa de las camisas, Office mart y PACASA

6.4.2.3 La amenaza de nuevos competidores entrantes

Si las barreras de entrada a una industria no son muy accesibles, entonces, no es atractiva. La amenaza está en que pueden llegar otras empresas con los mismos productos y nuevos recursos que se adueñen de esa parte del mercado. (Porter, 2020)

En el mercado de la venta de copias y material escolar, las barreras de entrada, por lo general, son reducidas, por lo que microempresas como Print Station deben analizar de manera continua el mercado y actualizar sus precios y las ofertas que hacen a sus clientes, así mismo, seguir implementando servicios que la competencia no posee para continuar siendo una empresa completa y competitiva.

6.4.2.4 La amenaza de nuevos productos sustitutos

Un mercado o segmento no será atractivo si hay productos sustitutos o cuando son más avanzados tecnológicamente o presentan precios más bajos. Estos productos y/o servicios suponen una amenaza porque suelen establecer un límite al precio que se puede cobrar por un producto. Debemos estar siempre atentos a las novedades de nuestro sector y a la influencia que dichas novedades pueden tener sobre nuestra organización. (Porter, 2020)

Los productos sustitutos son los que desempeñan la misma función para el mismo grupo de consumidores, pero que se basan en una tecnología diferente, es por eso, que Print Station está atento a las novedades que se presentan en el mercado para que su producto o servicio no se vea afectado por factores tecnológicos que puedan reemplazarlo, si es cierto que muchas personas cuentan con impresoras en su hogares y así obtienen sus impresiones, pero, no todas cuentan con diseños y con variedades de materiales escolares como lo es Print Station, sobre todo, no solamente ofrece este tipo de productos, sino que otros, como ser: talonarios, banners, quemado de CD, diseños y en un futuro sublimado con plotter.

6.4.2.5 La rivalidad entre los competidores

Este factor es el resultado de los cuatro anteriores y es el que proporciona a la organización la información necesaria para el establecimiento de sus estrategias de posicionamiento en el mercado. Cada competidor establece las estrategias con las que destacar sobre los demás. De tal modo, que una fuerte rivalidad se traduce en muchas estrategias. La rivalidad aumenta si los competidores son muchos, están muy bien posicionados o tienen costes fijos, entre otros factores. En estos casos, se trataría de mercados poco atractivos. (Porter, 2020)

La rivalidad de Print Station toma posición cuando utiliza diversas tácticas para mantenerse posicionado en el mercado y para que los clientes no prefieran a la competencia en vez de Print Station, por lo que brinda a sus clientes y no clientes lo que la competencia no, por ejemplo: competencia de precios, batallas publicitarias, lanzamientos de productos y/o servicios, como ser el sublimado que está a punto de implementarlo en el mercado.

6.4.3 Análisis del consumidor

Es importante que los clientes y consumidores tengan definida la imagen de la empresa frente a la competencia. En la microempresa Print Station se enfoca hacia el segmento variable de las personas, es decir, sus productos y servicios están dirigidos a cualquier persona de las diferentes edades que desean adquirir productos para su hogar, consumo personal, educación, laboral, deportivos, etc. Tanto los productos y servicios que ofrece Print Station son de calidad y de acuerdo con la preferencia y lealtad de sus clientes, brinda un precio cómodo, por lo que los consumidores están dispuestos a pagar.

Según estudios realizados la clientela prefiere realizar las compras y hacer uso del servicio todos los días, aunque los servicios varían, todos los días se hace la microempresa Print Station genera ventas e incrementa sus utilidades diariamente, por lo que, de lunes a sábado se apertura de 8:00 AM a 5:30 PM y siempre se está pendiente de las preferencias de los clientes para implementar el servicio y así su cartera de clientes siga creciendo.

Hoy en día en los mercados han aparecido nuevas necesidades, tendencias, deseos, es decir, un nuevo consumidor por satisfacer; es por eso que Print Station busca métodos y estrategias para cumplir con lo que el cliente solicita y crear la tendencia de ganar-ganar, adquiriendo la tecnología necesaria para sus requerimientos, por consiguiente, se está a la vanguardia de estos cambios y evoluciones para satisfacer al consumidor (cumplir sus expectativas) y al mismo tiempo tener en cuenta la teoría del valor, que consiste en recibir más de lo que se pide, es decir, esto sucede cuando la realidad supera la expectativa.

6.4.4 Resultados de la encuesta

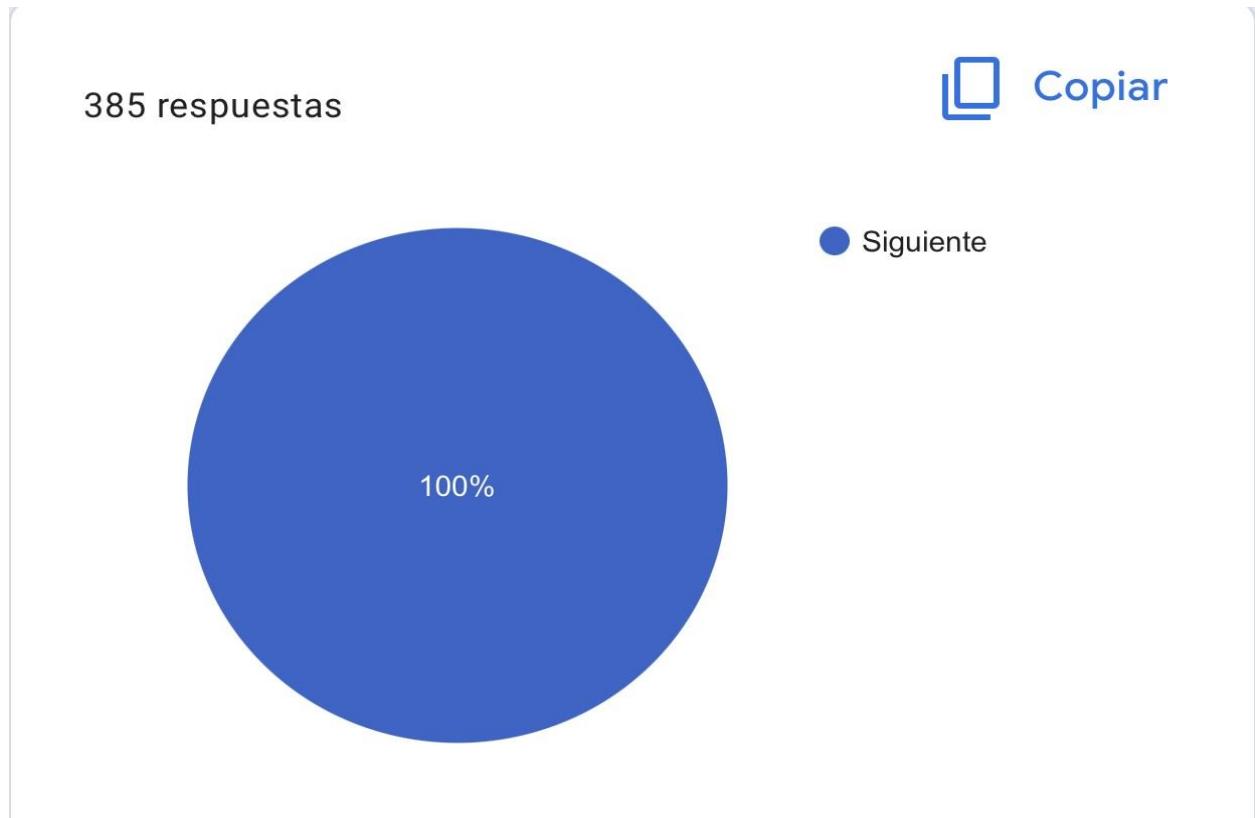


Ilustración 6.4.4.1 Tamaño de la muestra

De acuerdo con el instrumento de medición seleccionado, en este caso la encuesta, se recopiló la cantidad de 385 resultados, el cual se cumplió a cabalidad el total de la muestra arrojada una vez calculada la población total, a continuación, se muestra se detalla cada pregunta del cuestionario aplicado a las personas que consumen o han tenido experiencia con productos elaborado con sublimado y plotter de impresión, con su respectiva gráfica y análisis, las cuales son las siguientes:



Pregunta #1 ¿Conoce usted productos elaborados por sublimación (diseños) y plotter de impresión?

385 respuestas

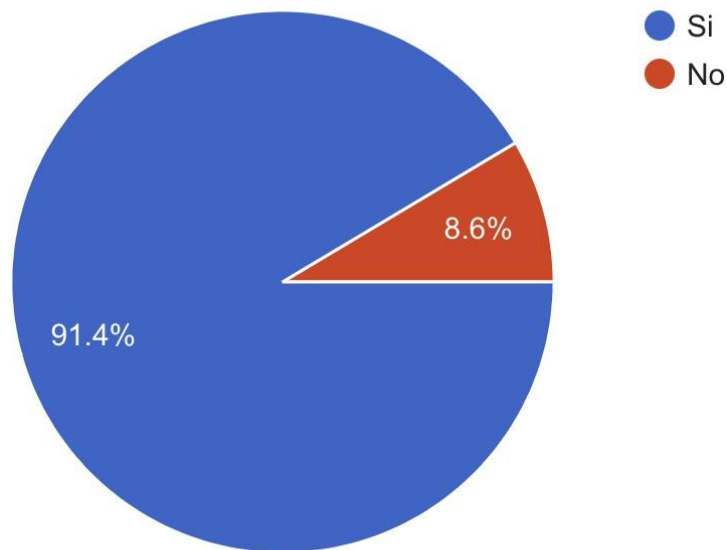


Ilustración 6.4.4.2 Gráfico de pastel pregunta 1- aceptación de productos elaborados

De acuerdo con la pregunta 1 y la respuesta brindada por el usuario encuestado, el 91.4% de las personas, si conocen productos elaborado por sublimación (diseños) y plotter de impresión, esto indica que hay mucha aceptación en los productos elaborados por sublimación, por lo tanto, es una gran oportunidad de invertir en el rubro y el 8.6% restante desconocen tales productos.

Pregunta #2 ¿Conoce usted alguna empresa que se dedique al rubro de sublimado y plotter de impresión?

352 respuestas

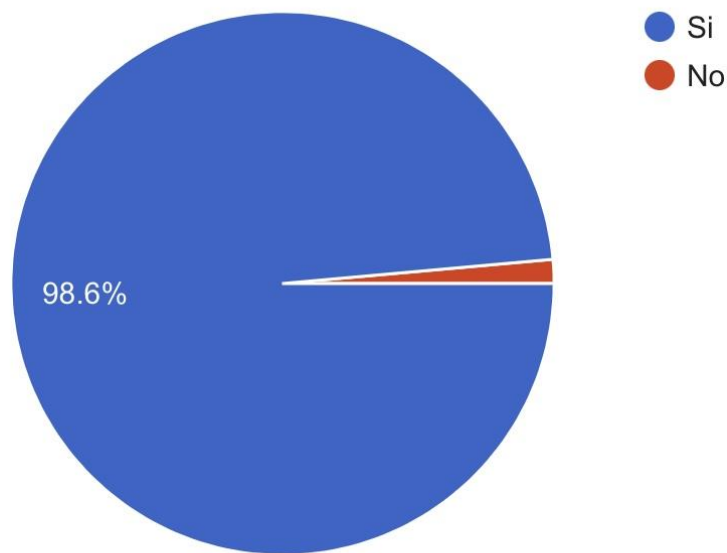


Ilustración 6.4.4.3 Gráfico de pastel pregunta 2 - empresa que se dedican al rubro de sublimado y plotter

De acuerdo con la pregunta 2 y la respuesta brindada por el usuario encuestado, el 98.6% de las personas, si conocen empresas que se dediquen al rubro de la sublimación (diseños) y plotter de impresión, esto indica que hay mucha probabilidad de que haya mucha competitividad entre negocios que venden productos elaborados por sublimación, y el 1.4% restante desconocen tales empresas que se dediquen a dicho rubro.

Pregunta #3 ¿Compra productos elaborados por sublimación (diseños) y plotter de impresión?

352 respuestas

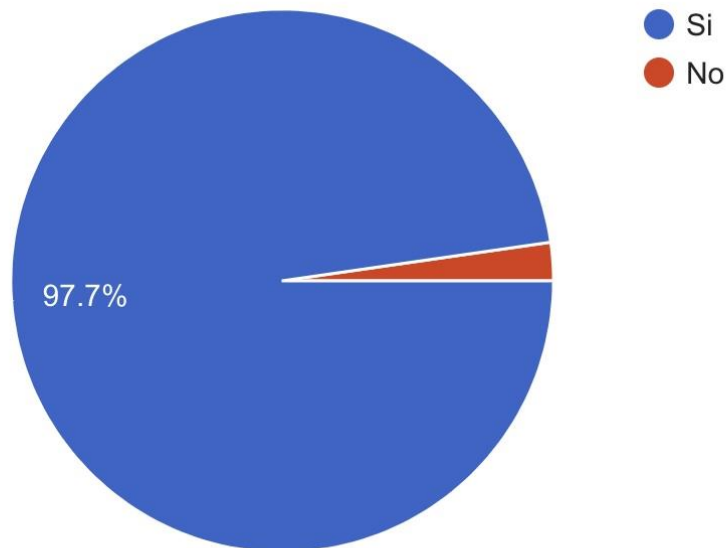


Ilustración 6.4.4.4 Gráfico de pastel pregunta 3 - consumo de productos elaborados por sublimado y plotter

De acuerdo con la pregunta 3 y la respuesta brindada por el usuario encuestado, el 97.7% de las personas, si compran productos elaborados por sublimación (diseño) y plotter de impresión, esto indica que hay mucha aceptación en el mercado de dicho producto, por ende, es la oportunidad de invertir en tal producto, para tomar provecho de esta ventaja y el 2.3% restante no compran este tipo de producto, por lo que, prefieren invertir o comprar otro tipo de consumo.

Pregunta #4 ¿Qué tipo de producto prefiere?

352 respuestas

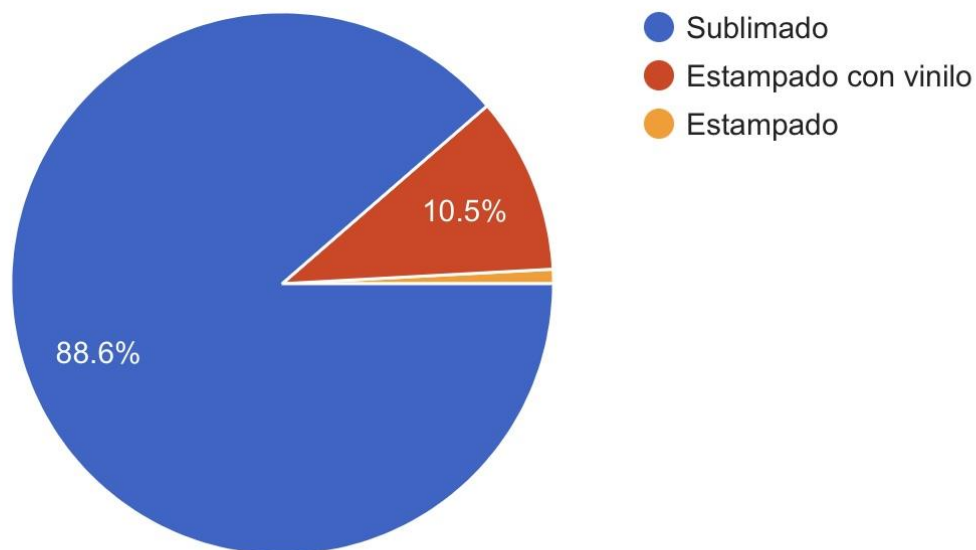


Ilustración 6.4.4.5 Gráfico de pastel pregunta 4 - preferencia de los clientes

De acuerdo con la pregunta 4 y la respuesta brindada por el usuario encuestado, el 88.6% de las personas indicaron que prefieren el producto a base de sublimado, esto indica que las personas prefieren consumir más productos elaborados de esta forma a consumir el 10.5% que es estampado con vinilo o el 0.90% estampado normal, por lo tanto, al implementar lanzar el producto, la mayoría del producto que tendrá demanda será el del sublimado.

Pregunta #5 ¿Qué tipos de productos elaborados con estampados o logos consume más?

352 respuestas

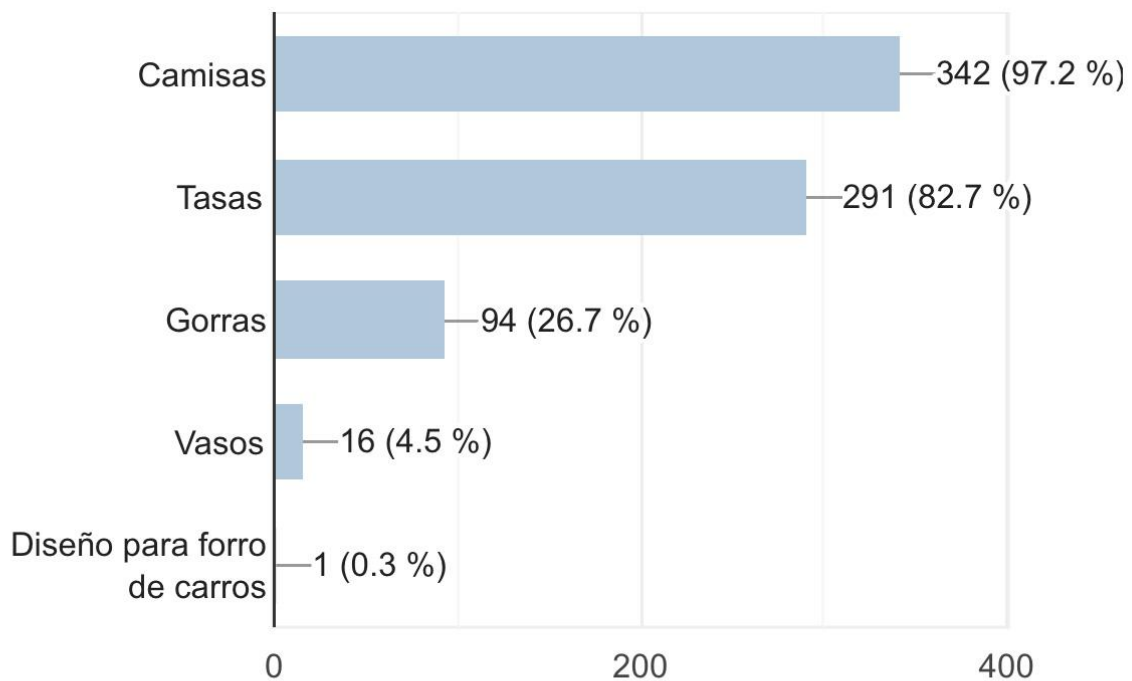


Ilustración 6.4.4.6 Gráfico de barra pregunta 5 - tipos de productos que consumen los clientes

De acuerdo a la pregunta 5 y la respuesta brindada por el usuario encuestado, el 97.2% de las personas indicaron que el producto elaborado con estampados o logos que consumen más son las camisas, esto indica que las personas prefieren consumir más este tipo de producto con dicho

proceso, así mismo, el 82.7% también prefieren las tasas como segunda opción para consumo, esto indican que hay mucha preferencia en ambos productos, caso contrario, a la gorra con el 26.7%, los vasos con el 4.5% y los diseños para forro de carros con el 0.30%.



Pregunta #6 ¿Con que frecuencia compra productos elaborados con logos o estampados?

352 respuestas

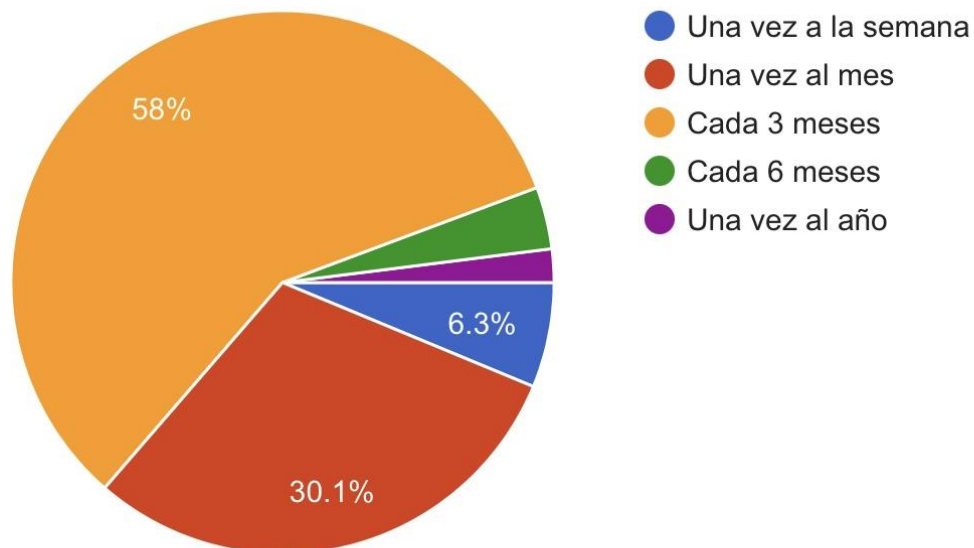


Ilustración 6.4.4.7 Gráfico de pastel pregunta 6 -frecuencia en la compra de productos

De acuerdo a la pregunta 6 y las respuestas brindadas por el usuario encuestado, el 58%, de las 352 personas que dieron su respuesta, compran productos elaborados con logos o estampados cada 3 mes, esto indica que la mayoría consume este producto, por lo tanto, se

debería de aprovechar la oportunidad, así mismo el 30.1% de personas consumen una vez al mes, el 6.3% corresponde a consumidores más frecuentes, ya que, compran una vez a la semana y el 3.7% restante corresponde a casa 6 meses y el 1.9% compran una vez al año, esto se debe a que tienen otros gustos y preferencias, de igual manera, porque tienen otras prioridades.



Pregunta #7 ¿Cuál es su preferencia al momento de consumir productos elaborados con estampados?

352 respuestas

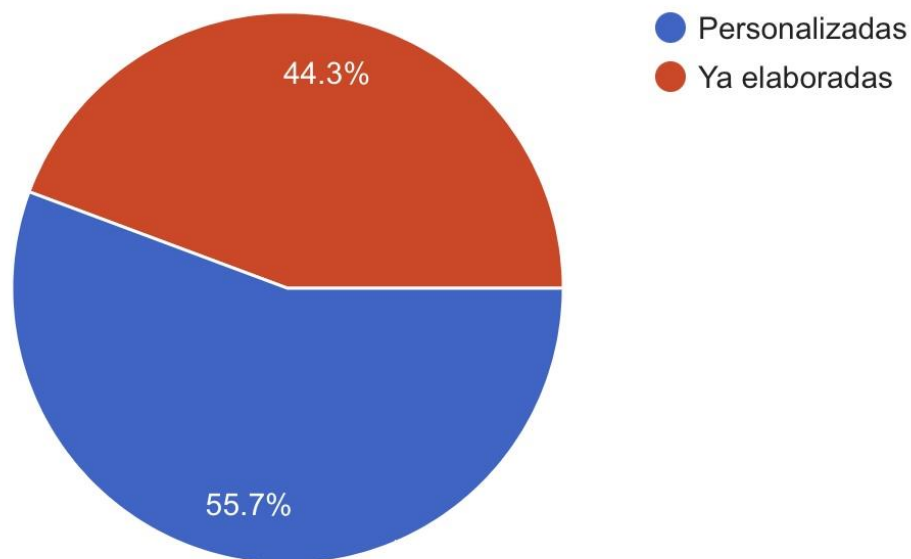


Ilustración 6.4.4.8 Gráfico de pastel pregunta 7 - preferencia al consumir productos con estampados

De acuerdo a la pregunta 7 y las respuestas brindadas por el usuario encuestado, el 55.7% de las personas indicaron que tienen mayor preferencia al momento de consumir productos elaborados con estampados de manera personalizada, esto se debe a que cuentan con mayor libertad al momento de seleccionar sus gustos y preferencias, por lo contrario, el 44.3% de las personas prefieren los productos ya elaborados con estampados, esto indica que no se basan en muchos aspectos para elegir los productos, las personas o empresas deciden por ellas.

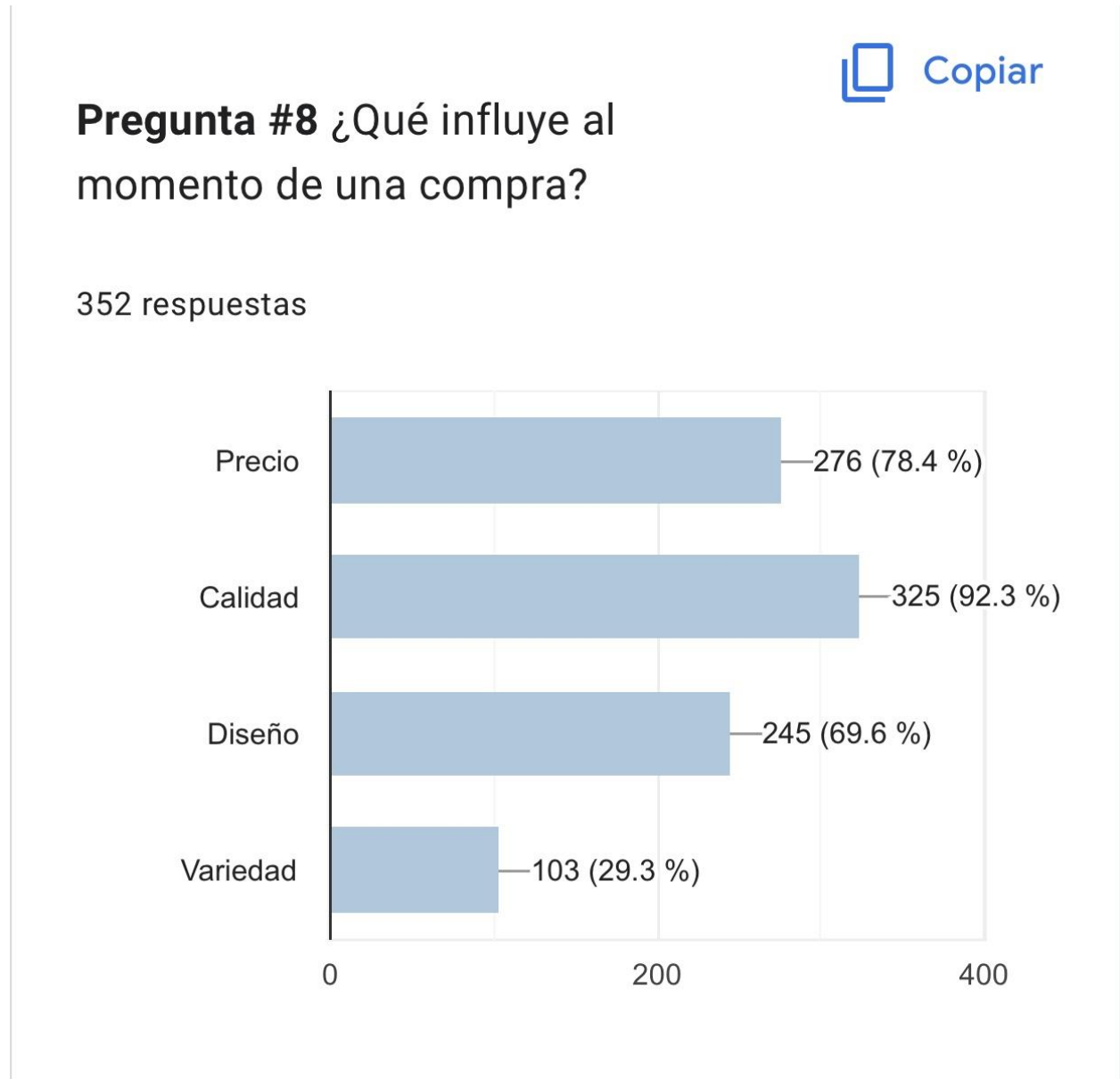


Ilustración 6.4.4.9 Gráfico de barra pregunta 8 - aspectos que influyen en una compra

De acuerdo a la pregunta 8 y las respuestas brindadas por el usuario encuestado, el 92.3% representa los aspectos que influye al momento de una compra, es decir, radica en la calidad, esto significa que la mayoría de las personas se enfocan en la calidad del producto al momento de realizar una compra, por su parte, el 78.4% es el precio, el cual, influye, así mismo, el 69.6% que representa el diseño y el 29.3% que es la variedad, esto indica que las personas no prestan mucha atención a la variedad, sino que, al precio, calidad y diseño.



Pregunta #9 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por productos elaborados con estampados? (valores expresados en lempiras)

352 respuestas

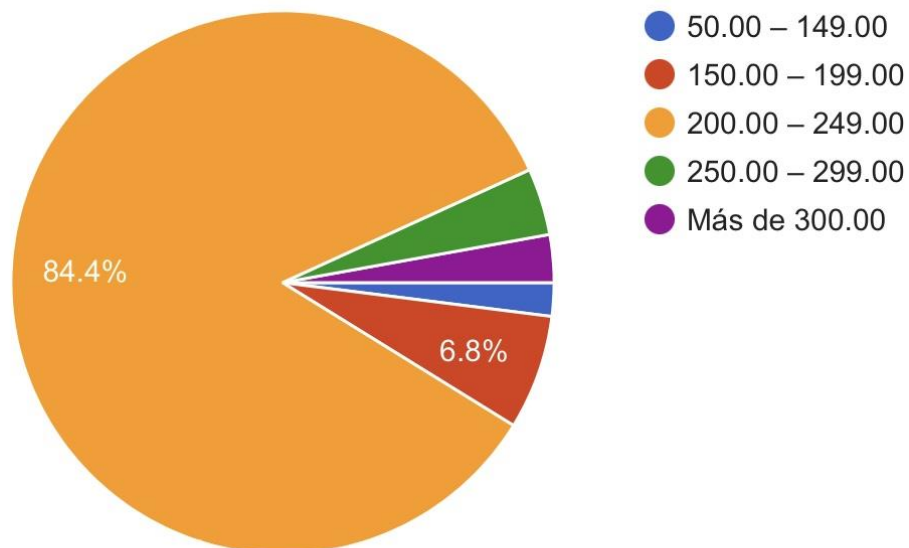


Ilustración 6.4.4.10 Gráfico de pastel pregunta 9 - presupuesto para la compra de productos de sublimado y plotter

De acuerdo a la pregunta 9 y las respuestas brindadas por el usuario encuestado, el 84.4% de las personas indicaron que están dispuestas a pagar una cantidad estimada en un rango de L200.00 a L249.00, esto indican que la mayoría de las personas realizan una balanza al momento de consumir un producto de este rubro del sublimado, el 6.8% indicaron la cantidad de L150.00 a L199.00, el 4% indicó que estaría dispuesto a pagar una cantidad de L250.00 a L299.00, el 2.8% una suma en el rango de más de L300.00 y el 2% solo L50.00 a L149.00.

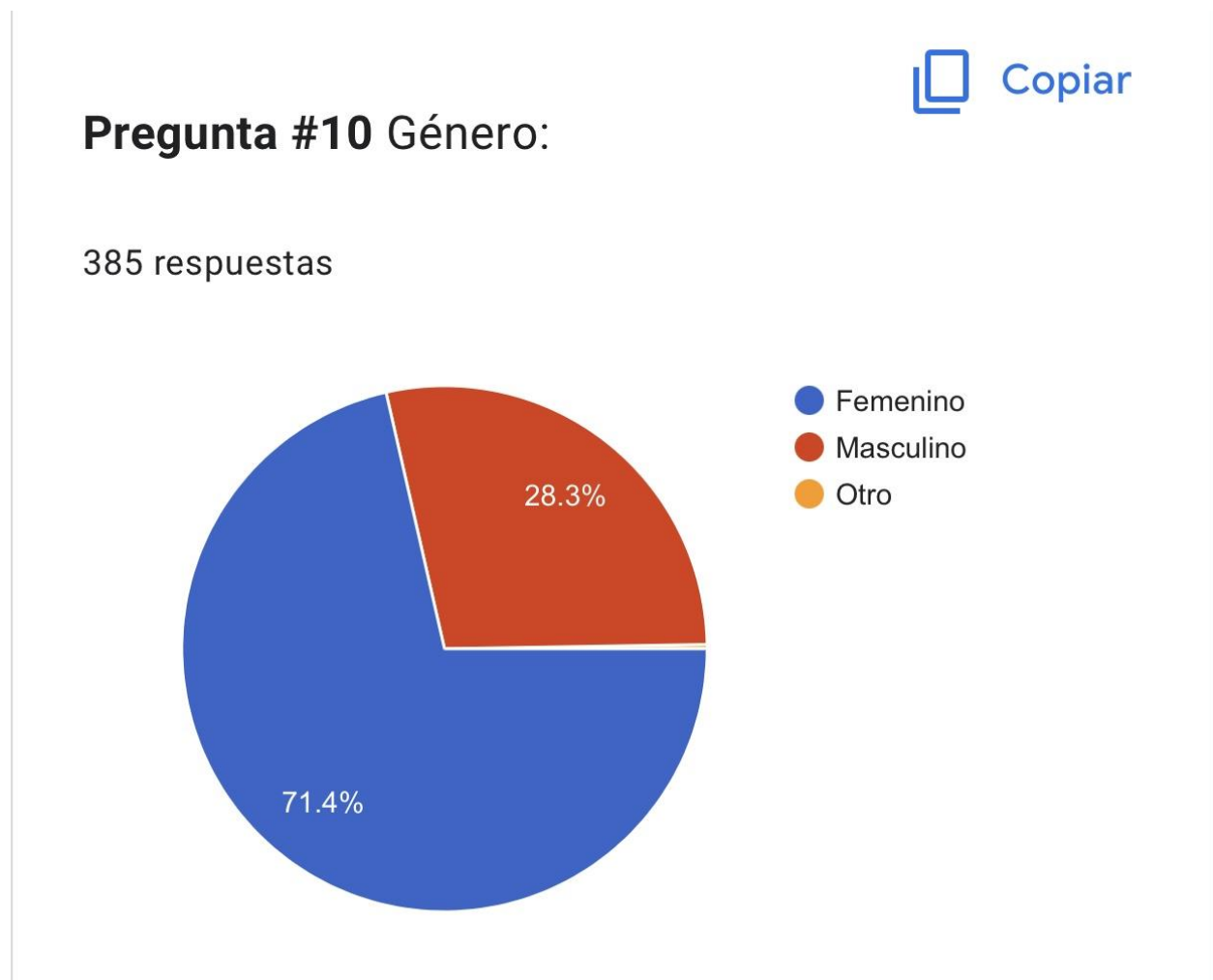


Ilustración 6.4.4.11 Gráfico de pastel pregunta 10 - género

De acuerdo a la pregunta 10 y la respuesta brindada por el usuario encuestado, el 71.4% de las personas indicaron su identificación de género que son femeninas, esto indica que el género que más prefiere consumir este tipo de producto elaborado por sublimado y plotter de impresión son mujeres, el 28.3% indicaron que son masculinos, esto indica que la minoría de personas masculinas frecuenta poco un negocio que ofrece productos de sublimación y el 0.30% es considerado de otro género que también consume este producto o conoce el mismo.



Pregunta #11 ¿En la siguiente escala, en qué edad se posiciona?

385 respuestas

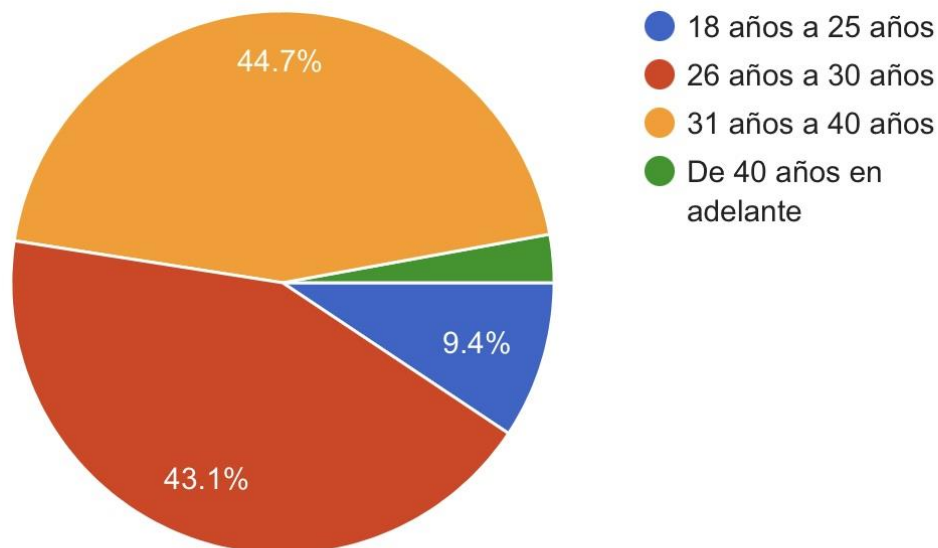


Ilustración 6.4.4.12 Gráfico de pastel pregunta 11 - Edad del consumidor

De acuerdo a la pregunta 11 y la respuesta brindada por el usuario encuestado, el 44.7% de las personas indicaron que se encuentran en una escala de edad de 31 años a 40 años, esto

indica que las personas promedio de edad consumen más este tipo de producto, de igual manera el 43.1% que se posiciona en la escala de 26 años a 30 años, y el resto, el 9.4% de 18 años a 25 años y el 2.9% de 40 años en adelante indicaron que posicionan en dicha escala, esto se debe a la época y edad en que la persona se encuentra, sobre todo, de los gustos y preferencias que cada uno tiene.



Pregunta #12 ¿Cuál es el rango del ingreso familiar? (valores expresados en lempiras)

385 respuestas

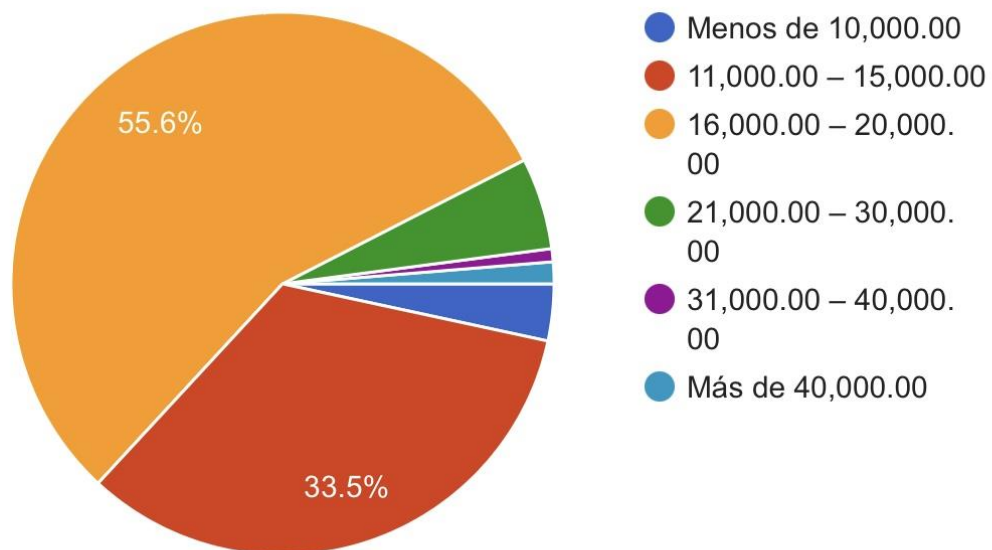


Ilustración 6.4.4.13 Gráfico de pastel pregunta 12 - ingreso familiar

De acuerdo a la pregunta 12 y la respuesta brindada por el usuario encuestado, el 55.6% de las personas tienen un ingreso promedio de L16,000.00 a L20,000.00, esto indica que las personas encuestadas son catalogadas como personas de medio recursos, lo cual, pueden consumir estos el producto de sublimado una vez lanzado al mercado, el resto, 33.5% catalogado en la escala de L11,000.00 a L15,000.00, el 5.5% en la escala de L21,000.00 a L30,000.00, el 3.4% en la escala de menos de L10,000.00, el 1.3% en la escala de más de L40,000.00 y el 0.08% en la escala de L31,000.00 a L40,000.00, aunque su porcentaje sea menor, la mayoría de las personas tienen poder adquisitivo para comprar productos de sublimación y plotter de impresión.

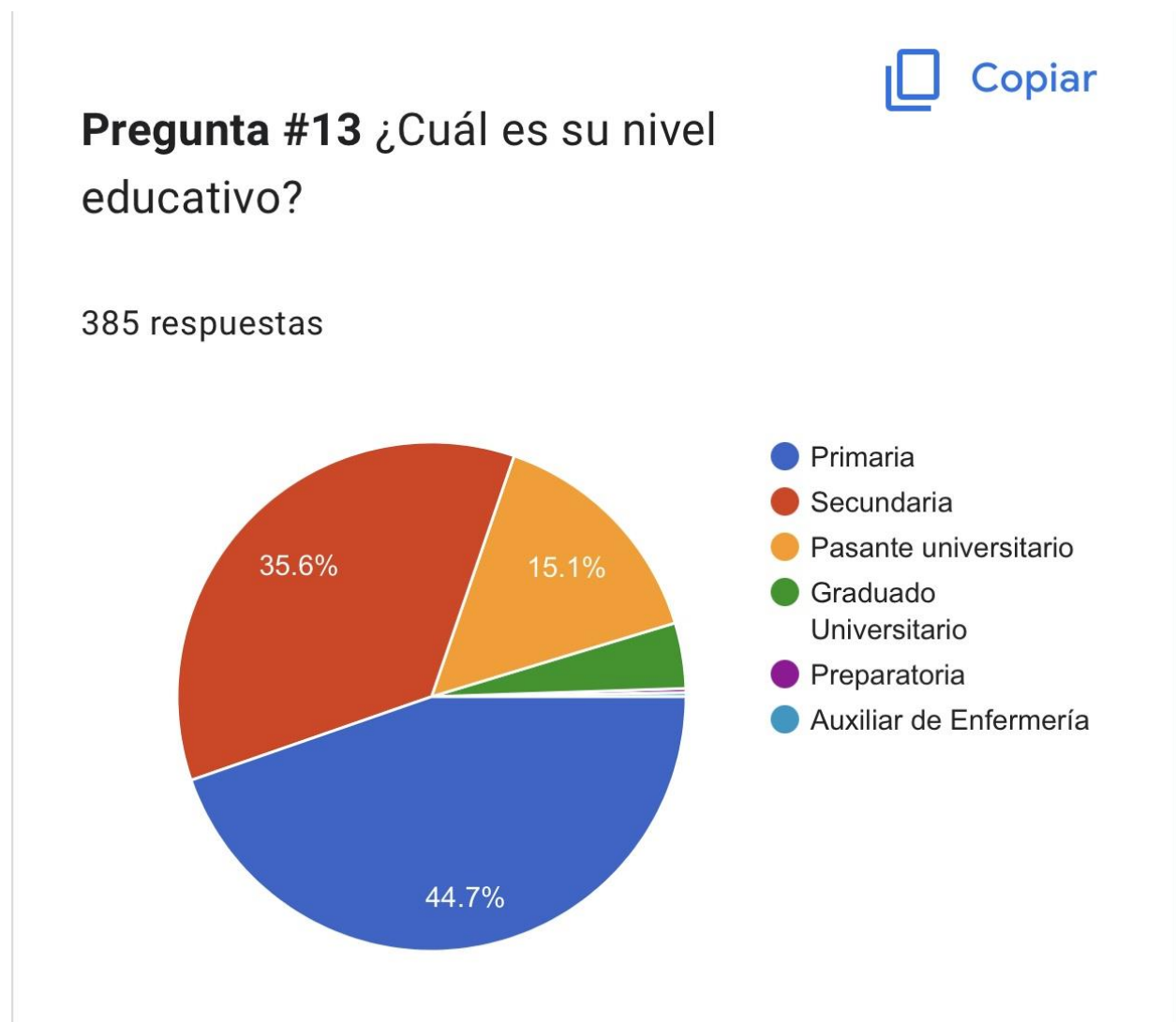


Ilustración 6.4.4.14 Gráfico de pastel pregunta 13 - nivel educativo del consumidor

De acuerdo a la pregunta 13 y la respuesta brindada por el usuario encuestado, el 44.7% de las personas tienen un nivel educativo de primaria, esto significa que la mayoría de las personas dejaron su estudio a temprana edad, considerando los múltiples factores que influyeron en su proceso educativo, lo cual se desconoce, el 35.6% son personas con un nivel de secundaria, el 15.1% son pasantes universitarios, el 4.2% son personas que han culminado su nivel de pregrado, el 0.3% con un nivel de preparatoria y el 0.1% se dedica a auxiliar de enfermería, esto significa que todas las personas tienen nivel de educación diferentes, pero, que no influye en el consumo o compra de productos de sublimado y plotter de impresión.

Pregunta #14 ¿Cuál es su lugar de procedencia?

385 respuestas

La ceiba

La Ceiba, Honduras

Atlántida

Col. San Judas

La ceiba Honduras

Col La pizzaty

La ceiba Atlántida

Vista del Satuye

Olancho

Ilustración 6.4.4.15 Procedencia del consumidor

De acuerdo con la pregunta 14 y la respuesta brindada por el usuario encuestado, la mayoría de las personas indicaron que son de la procedencia de La Ceiba, otras de diferentes colonias de la misma ciudad, como ser: col. pizzaty, vista de satuye, col. san judas, etc.

Solamente se proporcionó los lugares con mayor hábitat o con frecuencia de procedencia, lo cual, son los detallado en la imagen, esto se debe a que el instrumento de medición fue aplicado en La Ceiba, para obtener datos importantes sobre el mercado donde está posicionado la microempresa Print Station.

6.4.5 Estimación de la tendencia de mercado

Hoy en día las empresas están apostando por el análisis de tendencias para tomar decisiones acertadas. Es un método que permite analizar datos estadísticos y saber la respuesta del mercado según unas variables definidas. Esto permitirá a los responsables conocer cuáles son los rasgos dominantes y cómo se comportan los consumidores con los mismos. De esta manera se obtiene una información más que valiosa para poder realizar estrategias y planes de futuro que van a tener un mayor coeficiente de éxito. (Duran, 2019)

La estimación aplicada en este proyecto de prefactibilidad es la común y más reconocida opción para recolectar datos exactos y de mucha utilidad sobre el consumidor y en general del mercado, la cual es la encuesta, esta herramienta ofrecen posibles respuestas para así hacer la medición de los datos de una manera más sencilla. Con la estimación de la tendencia de mercado se puede entender el comportamiento consumidor, ya que, se conoce las necesidades del cliente, de igual manera, detectar qué es lo que necesita el consumidor, mediante la encuesta los propietarios de la microempresa Print Station conocerán cuales son los productos más demandados y así saber qué es lo que el cliente necesita más, por último, como prefiere el producto o servicio el cliente, la innovación con lo que lo requiere y sobre todo, como obtener el producto o servicio desde un punto de comodidad, es por eso, que Print Station trata de adaptarse al cliente y sus necesidades mediante sus múltiples servicios.

6.4.6 Análisis FODA

Table 6.4.6.1 Análisis FODA

F



1. Alta fidelización de los clientes.
2. Buen servicio al cliente y excelente calidad en los productos y servicios.
3. Cuenta con la mejor tecnología de impresión.
4. Ofrece múltiples servicios.

O



1. Fácil adaptación de nuevas tecnologías.
2. Aparición de nuevos clientes.
3. Modernización en equipos y máquinas de oficina.
4. Desarrollo de nueva línea de productos con estampado, mediante la adquisición de máquina de plotter de impresión y sublimado.

D



1. Microempresa pequeña.
2. Escasa formación y conocimiento contable.
3. Poco personal.
4. Sin presencia en redes sociales.

A



1. Aparición de nuevos competidores.
2. Mayor exigencia de los clientes.
3. Dificultad financiera de las PYMES.
4. Riesgo al pago de impuesto sobre guerra.

6.4.7 Factores Críticos de Riesgo

El proceso de gestión de riesgos involucra una serie de procesos que transcurren desde la planificación, la cual permite poder establecer los lineamientos necesarios para llevar a cabo toda la gestión, hasta el monitoreo y control donde se realiza un seguimiento para conocer el estado actual de los riesgos que se identificaron. (Bernaes, 2020)

Existen algunos factores críticos de éxito que deben ser contemplados para llevar a cabo de manera óptima el proceso de identificación de riesgos. Considerando y aplicando estos factores fundamentales se podrá tener una mayor visión que permita que la identificación de riesgos tenga un enfoque más preciso y detallado que conduzca a tener mejores resultados. Entre los factores críticos de éxito para la identificación de riesgos se pueden considerar los siguientes:

		MATRIZ DE RIESGOS				
		CONSECUENCIA (Gravedad)				
		Mínima	Menor	Moderada	Mayor	Máxima
PROBABILIDAD		1	2	4	8	16
Muy Probable	5	5	10	20	40	80
Probable	4	4	8	16	32	64
Posible	3	3	6	12	24	48
Poco Probable	2	2	4	8	16	32
Muy Improbable	1	1	2	4	8	16

IMPACTO DEL RIESGO	COLOR
Riesgo Aceptable	
Riesgo Tolerable	
Riesgo Alto	
Riesgo Muy Alto	

EVENTOS	PROBABILIDAD	CONSECUENCIA	NIVEL DE RIESGO
No tener redes sociales para promocionar el negocio y los servicios que ofrecen	Probable	Moderada	RIESGO ALTO
llevar registros contables	Posible	Mayor	RIESGO ALTO
Pago de impuesto de guerra	Muy Probable	Máxima	RIESGO MUY ALTO
Control de gastos	Probable	Moderada	RIESGO ALTO
Mantenimiento de Equipo	Poco Probable	Menor	RIESGO ACEPTABLE
No elaborar estados financieros	Posible	Mayor	RIESGO ALTO
Nueva competencias en el mercado	Muy Probable	Mayor	RIESGO MUY ALTO
Cortes de Energía eléctrica	Posible	Mayor	RIESGO ALTO
Fenómenos naturales	Probable	Mayor	RIESGO MUY ALTO

Ilustración 6.4.7.1 *Matriz de Riesgo*

6.4.7.1 *Identificación temprana e iterativa*

En esta etapa, donde se tiene solamente una idea general del alcance del proyecto, ya se puede ir identificando aquellos eventos que podrían tener un impacto sobre el proyecto. Quizás la identificación también sea a un alto nivel, pero posteriormente cuando se tenga más información a detalle, estos riesgos identificados de manera general también se podrán ir detallando con más certeza. Resulta importante que desde el inicio del proyecto ya se vayan identificando los eventos de riesgo relacionados al proyecto, eso también ayuda a conocer el nivel de riesgo que puede estar asociado al proyecto y que permitirá definir el enfoque de gestión del mismo. (Bernales, 2020)

6.4.7.2 Declaración clara y completa

Cuando se identifica riesgos resulta de suma importancia que la declaración o descripción del evento de riesgo sea lo más clara y completa posible para que éste se encuentre bien definido y entendido por los responsables de gestionar dicho riesgo.

6.4.7.3 Identificación explícita de oportunidades

Muchas veces se vincula el concepto de riesgo a eventos que afectan de forma negativa al proyecto o que traerán consecuencias no muy favorables. Eso genera cierto temor cuando se habla de llevar a cabo la gestión de riesgos. Pero es importante mencionar que el concepto de riesgo también incluye eventos que pueden afectar de forma positiva o que traerán beneficios para el proyecto.

6.4.7.4 Múltiples perspectivas

La identificación de riesgos es una actividad donde todos los interesados deben colaborar y participar. Si bien es cierto el director de proyecto y el equipo de trabajo son los responsables de toda la gestión del proyecto y por lo tanto de llevar a cabo la gestión de riesgos, siempre deben apoyarse y solicitar la colaboración y participación de los interesados o personas vinculadas al proyecto para llevar a cabo la identificación de riesgos ya que son estos interesados los que tienen el conocimiento, la experiencia y sobre todo pueden ver el evento de riesgo desde su propia perspectiva.

6.4.7.5 Relacionados a un objetivo

Todo evento de riesgos que se identifica debe estar relacionado o debe impactar, de forma positiva o negativa, a uno o más objetivos del proyecto. Un riesgo que se identifica y que es documentado para gestionarlo siempre debe tener relación con el proyecto. No se puede documentar y trabajar sobre un riesgo que no se encuentra relacionado de ninguna manera al proyecto ya que los esfuerzos serían en vano.

6.4.7.6 Nivel de detalle para colocar un responsable

Es importante que el riesgo se encuentre bien declarado e identificado para saber de qué se trata y de ese modo poder conocer todo lo que éste involucra para asignarlo a un responsable. La entidad o persona que se hará cargo de ese riesgo debe ser la idónea, es decir debe tener los conocimientos, capacidades, experiencia, infraestructura y todos los elementos necesarios para que se haga cargo del riesgo de forma adecuada.

6.4.8 Estrategia de mercado y ventas

Una estrategia de mercado y ventas es el proceso que permite que una empresa se centre en los recursos disponibles y los utilice de la mejor manera posible para incrementar las ventas y obtener ventajas respecto de la competencia. Las estrategias de marketing parten de la base de los objetivos de negocio de la empresa. (Tomas, 2020)

De acuerdo a las estrategias con que cuenta la microempresa Print Station, es muy baja, ya que no posee muchas estrategias para vender, más que todo, su estrategia es tener clientes fieles que la prefieren ante cualquier otra competencia, es muy demandada por sus productos y servicios a base de su fidelidad con los dueños o propietarios de Print Station, por lo que, la publicidad por redes sociales, publicidad física con volantes, estrategia venta y mercado por algún modelo, no está en su ADN.

Si nos basamos en su estrategia táctica y astucia, si aplican el dominio del nicho, es decir, es mucho más fácil acertar en el proceso de ventas al elegir un nicho de mercado y dominarlo como nadie. Las competencias directas que tiene Print Station a pesar de que es una microempresa pequeña, no es mucho a comparación de lo que ofrece a sus clientes, donde ofrece múltiples servicios que la competencia no y más cuando se van adaptando al cliente cuando implementan alguna tecnología que lo hagan obtener lo que el cliente le solicita. De esta forma se tendrán las condiciones para trabajar más rápido, seguir posicionado en el mercado y para perfeccionar cada paso que se dará en un futuro.

6.5 Estudio técnico

El estudio técnico conforma la segunda etapa de los proyectos de inversión, en el que se contemplan los aspectos técnicos operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio deseado y en el cual se analizan la determinación del tamaño óptimo del lugar de producción, localización, instalaciones y organización requeridos. La importancia de este estudio se deriva de la posibilidad de llevar a cabo una valorización económica de las variables técnicas del proyecto, que permitan una apreciación exacta o aproximada de los recursos necesarios para el proyecto; además de proporcionar información de utilidad al estudio económico-financiero. Todo estudio técnico tiene como principal objetivo el demostrar la viabilidad técnica del proyecto que justifique la alternativa técnica que mejor se adapte a los criterios de optimización. (*UNAM*, n.d.)

6.5.1 Localización de la microempresa

La microempresa Print Station está ubicado en el municipio de la Ceiba, Atlántida, Honduras sector norte de la ciudad.

6.5.2 Macro Localización

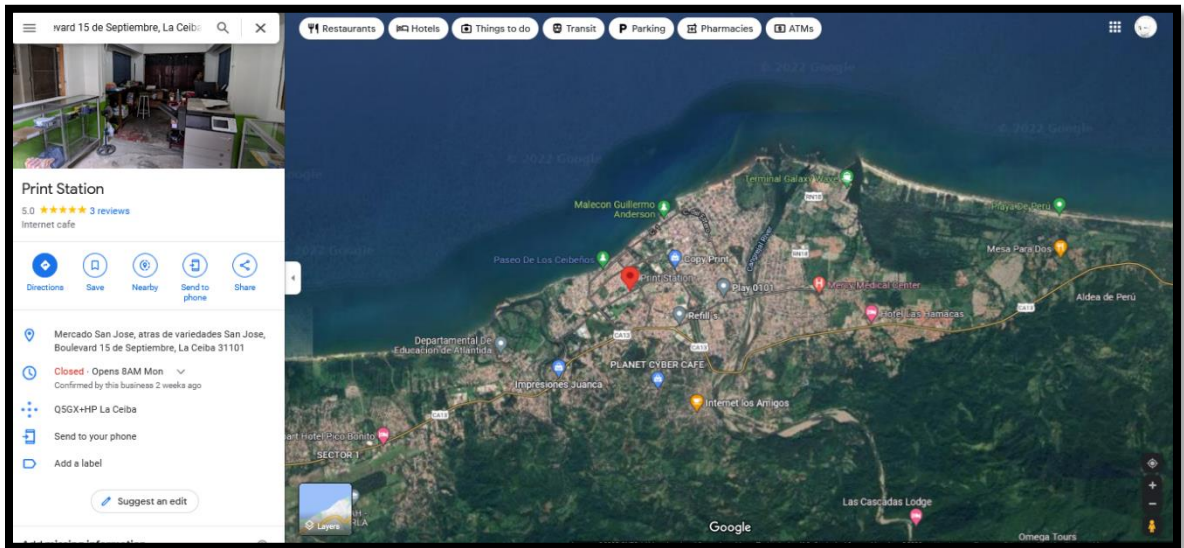


Ilustración 6.5.2.1 Macro localización microempresa Print Station

6.5.3 Micro localización

La microempresa Print Station está ubicada en barrio el centro, avenida 15 de septiembre, dentro del mercado San José, frente a la despensa familiar, contiguo a la estación de policía nacional.

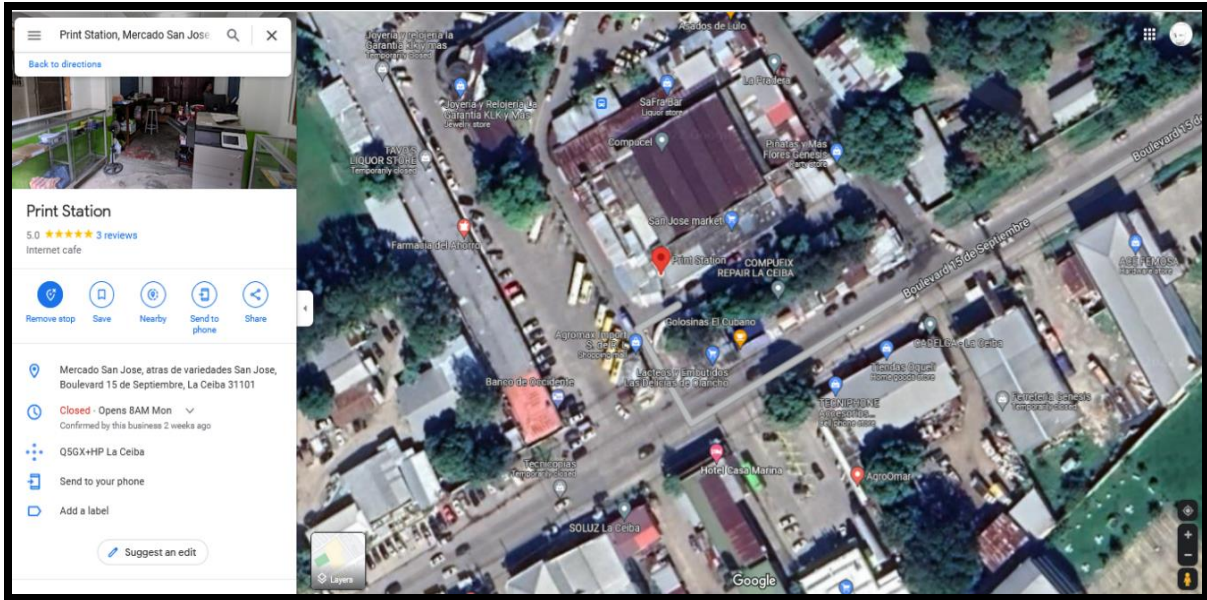


Ilustración 6.5.3.1 Micro localización microempresa Print Station

Fuente Google maps

6.5.4 Logo de la microempresa Print Station

Se muestra a continuación la representación visual de la marca de la microempresa Print Station:



Ilustración 6.5.4.1 Logo de la microempresa Print Station

6.5.5 Diseño del producto

6.5.1.1 Proceso de sublimación

Como todo trabajo en la sublimación existe un proceso para realizar el estampado que consiste en:

- Seleccionar el diseño que el cliente desea en la computadora,
- Luego se imprime el diseño en papel especial en una impresora de sublimación con tintas para tal fin,
- Una vez impreso, se pasa al siguiente proceso, el estampado.

- Para ello, se somete al papel y la tela a un proceso de calentamiento, en dicho proceso, la temperatura puede llegar a los 215°C, dependiendo la tela. A su vez, la tinta del papel se sublima, es decir, pasa al estado líquido a gaseoso y se impregna en la tela. De esta forma el diseño se fija y no se remueve más.(Posicionando, 2019)
- Producto final.

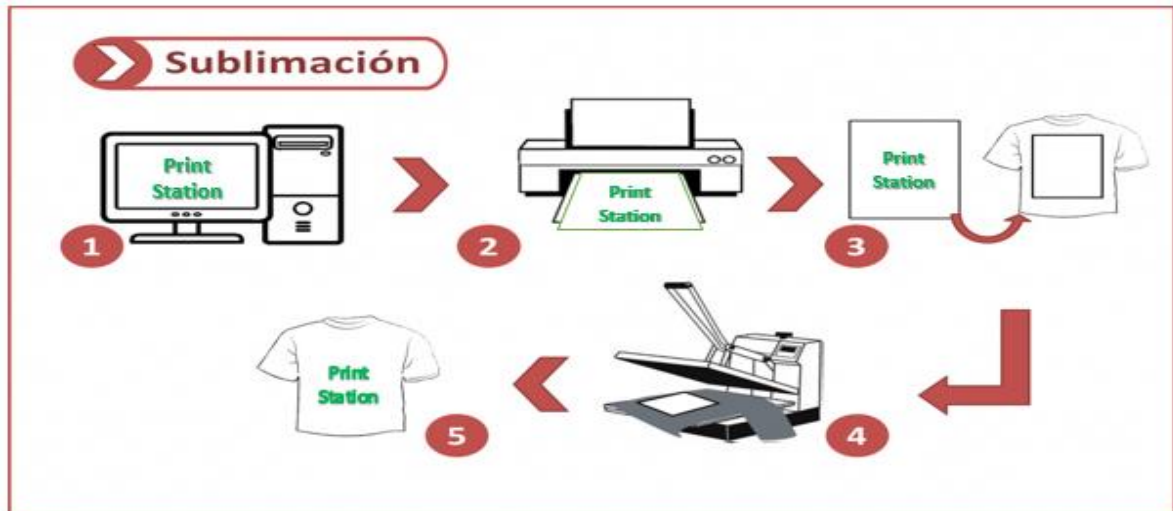


Ilustración 6.5.5.1 Proceso de sublimación

Imagen de <https://www.dibco.cl/sublimacion-paso-a-paso/>

6.5.1.2 Proceso en la máquina de plotter

En el proceso del plotter se busca la imagen del diseño en la computadora a solicitud del cliente, luego una vez con el diseño establecido y aceptado se manda a imprimir en la máquina de plotter, se ajusta el tamaño solicitado de la imagen impresa y al finalizar se tiene la imagen completa con resultado satisfactorio.



Ilustración 6.5.5.2 Proceso de plotter

6.5.6 Instalaciones

Es importante conocer cómo está distribuida la empresa para una mejor eficiencia, la distribución en una empresa implica un orden de todos los elementos que constituye la empresa, los espacios para tener un mejor movimiento en el manejo del material, el almacenaje, el personal, los servicios, incluido también el mantenimiento de la empresa. A continuación, se muestra como está distribuida la microempresa Print Station.

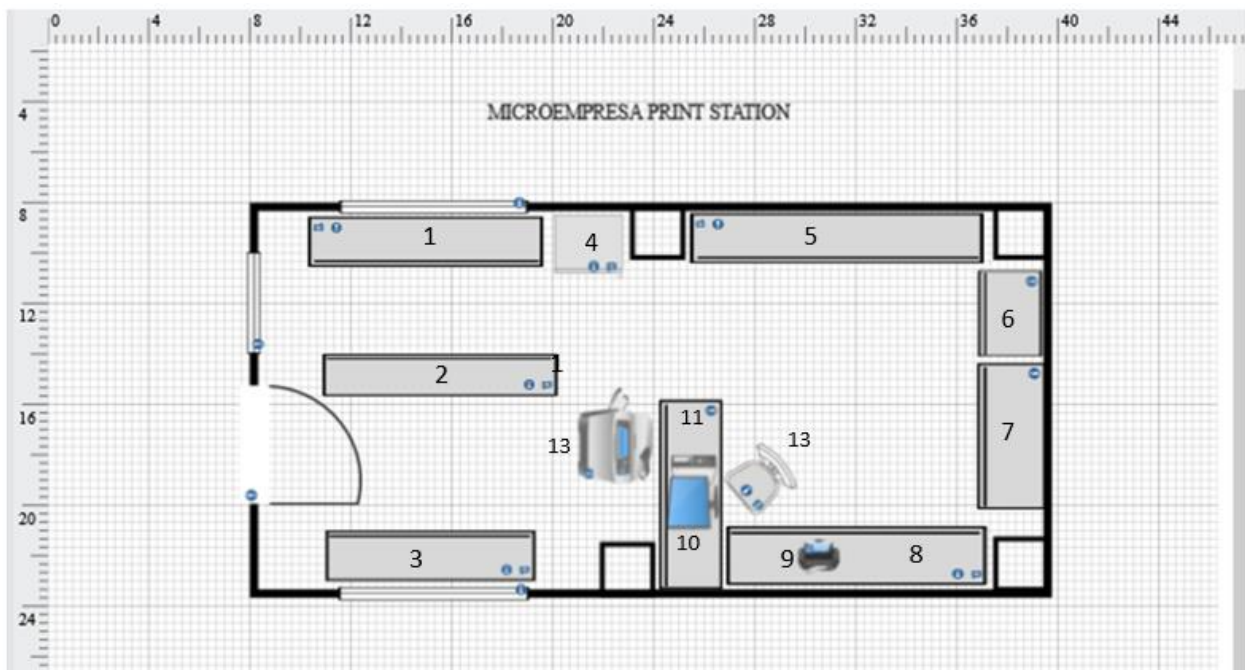


Ilustración 6.5.6.1 Distribución de Print Station

Distribución actual de la microempresa Print Station comprende:

1. Vitrina de vidrio
2. Estante de madera
3. Vitrina de vidrio
4. Refrigeradora
5. Estante de madera grande

6. Estante de madera pequeño
7. Estante de madera grande vertical
8. Estante de madera grande
9. Impresora
10. Computadora
11. Escritorio
12. Silla
13. Impresora grande

6.5.7 Planificación de la producción

La estampación por sublimación es un tipo de estampación en el que el diseño es transferido al tejido por sublimación del pigmento. Sublimar es un término de la Física que significa “Pasar directamente del estado sólido al del vapor.” Hacer que la materia pase del estado sólido al gaseoso, sin pasar en ningún momento por el estado líquido, es la acción de sublimar. La estampación por sublimación se caracteriza por ser un estampado de impresión digital. Este tipo de estampación por sublimación contiene gran cantidad de colores y estos son muy intensos, no se nota al tacto y es transpirable. (Coatelier, 2022)

La planificación de la producción radica en fijar un plan de trabajo (completamente dinámico) dependiendo de la cantidad de pedidos o de las ventas que esperamos tener. Para hacer una planificación de la producción realista, debemos tener en cuenta los siguientes parámetros: Número de trabajadores, materiales disponibles, plazos de entrega y capacidad de producción, tanto de los empleados, como de las máquinas.

Se espera producir una cantidad considerada, en el cual tanto la máquinas, como él personas puedan tener la capacidad de producirla, con este adquisición Print Station tendrá a su

disposición el servicio de sublimado y plotter de impresión, la capacidad de producción serían 30 camisas u otro producto relacionado con el sublimado por día, esto con el fin de que la máquina no se recaliente, de acuerdo al plotter de impresión tiene la capacidad de imprimir la cantidad de diseño que se solicite, siempre y cuando se cuente con el material disponible, es decir, contar con el papel requerido y la tinta para imprimir.

De acuerdo con el tiempo, tendrá una tardanza de 48 a 72 horas, todo dependerá de la cantidad que el cliente solicite, este tiempo varía. La unidad, ya sea de camisas, tazas o gorra, el tiempo para el sublimado se estima de 60 a 90 segundos una vez impreso el diseño, de acuerdo con el mismo, ya teniendo el diseño el plotter de impresión tarda en imprimir de 5 a 7 minutos, este tiempo varía dependiendo al diseño y tamaño de este.

La mano de obra con la cual se contará es de dos personas, ya que, Print Station solo cuenta con dos miembros, el dueño y la empleada de diseño, mismos que realizarán el diseño, impresión y sublimado, de igual forma, de la entrega del producto final.

6.5.8 Planificación Organizacional

La planificación organizacional es la forma o proceso en el que una empresa organiza sus operaciones diarias. Contar con este tipo de estructura les permite a las compañías alcanzar sus objetivos de manera más rápida, controlada y eficiente. Si bien una planificación organizacional se utiliza para el mejoramiento general de una empresa, también puede enfocarse hacia un área específica, por ejemplo: financiera, manufactura de productos o fuerza laboral. (Palacios, 2022)

La primera etapa de la producción es supervisar todo el material disponible con el que cuenta la microempresa Print Station y analizar las unidades que se necesitan para abordar la actividad de esta. Una vez se conoce esta información, en la segunda etapa se procederá a

realizar la compra de las materias primas. El dueño o emprendedor le comunicará al proveedor las necesidades que tiene la empresa y éste le entregará todo el material demandado.

La tercera etapa hace referencia al registro de pedidos de los clientes. Si éstos desean productos de sublimado de camisas, tazas, gorras u otro producto similar, el trabajador deberá dialogar con el cliente, si este desea un diseño nuevo o ya cuenta con el diseño deseado, todo esto es de vital importancia, ya que, el tiempo es un factor que influye en todo el proceso, el dueño y la empleada de diseño se organizarán para la producción del sublimado y plotter de impresión, destacando que el dueño es quien tomará el cargo del sublimado, mientras que el otro miembro de la microempresa será quien diseñe y/o imprima la imagen solicitada por el cliente.

La última etapa se basa en la finalización del servicio, donde el trabajador le otorga el producto del sublimado, de acuerdo con la solicitud del cliente y éste le entrega la cantidad de dinero establecida. Como se expresó en la planificación de la producción, se espera alcanzar una meta de 30 camisas o producto similar al sublimado y plotter de impresión al día, así mismo, se espera hacer la entrega en un periodo lo menos tardado, dicho proceso se dialogará en el momento que el cliente solicite su pedido.

6.6 Estudio Financiero

6.6.1 Problema

En el caso de la microempresa Print Station la falta de máquinas de estampado e impresión hacen que los clientes busquen otro lugar para abastecer esa necesidad, por lo tanto, la microempresa pierde clientes en ese servicio y pierde en generar ingresos por dicho servicio.

6.6.2 Plan de inversión

Table 6.6.2.1 *Plan de Inversión*

Materiales para la sublimación				
Descripción	Cantidad		Precio Unitario	Total
Papel de sublimación A4 100 hojas. Ver anexo L.	1	Paquete	L 228.35	L 228.35
Papel transfer de sublimación Nkt 1.1 x 100mts. Ver anexo D.	1	Rollo	L 1,521.74	L 1,521.74
Tape termico para sublimar 5.mm x33 m. Ver anexo E.	1	Rollo	L 52.96	L 52.96
Cyan, magenta, yellow, black. Ver anexo L.	4	Botes	L 226.09	L 904.34
Camiseta blanca alicrada. Ver Anexo M.	1	unidad	L 47.83	L 47.83
Camiseta manga larga algodón. Ver Anexo M.	1	unidad	L 56.52	L 56.52
Camiseta negra algodón. Ver Anexo M.	1	unidad	L 39.13	L 39.13
Sub-total				L 2,850.87
Impuesto 15% sobre venta				L 427.63
Total				L 3,278.50

Equipo de sublimación				
Descripción	Cantidad		Precio Unitario	Total
Maquina de Sublimación 12x15. Ver anexo M.	1	Unidad	L 4,869.57	L 4,869.57
Impresora Epson ecotank L1210. Ver anexo L.	1	Unidad	L 3,671.08	L 3,671.08
Sub-total				L 8,540.64
Impuesto 15% sobre venta				L 1,281.10
Total				L 9,821.74

Equipo de Plotter				
Descripción	Cantidad		Precio Unitario	Total
Máquina de Plotter. Ver anexo H.	1	Unidad	\$ 8,695.65	L 214,365.16
Tintas (4 colores)CMYK. Ver anexo H.	4	Botes	L 1,665.00	L 6,660.00
Sub-total				L 221,025.16
15% I.S.V.				L 33,153.77
Total				L 254,178.94

Plan de Inversión			
Inversión	Monto	Fondos Propios	Financiados
Activos No Corrientes			
Activos de Producción	-	-	-
Activos Administracion	-	(13,100.24)	13,100.24
Activos del Departamento De Venta	124,500.00	124,500.00	
Subtotal	124,500.00	111,399.76	13,100.24
Capital de Trabajo			
Compra de Suministros Escolares (todo)	64,239.00	64,239.00	
Gastos de Administracion	229.84	229.84	
Gastos de Ventas	14,150.63	14,150.63	
Cuotas de Préstamos	361.81	361.81	
Subtotal	78,981.29	78,981.29	
Gastos Preoperativos (Nominales)			
Estudio de Factibilidad	-	-	
Gastos Organización	720.00	720.00	
Gastos de Instalacion	-	-	
Subtotal	720.00	720.00	
TOTAL	204,201.29	191,101.05	13,100.24
Porcentaje de Participación	100%	94%	6%

CAPITAL TRABAJO PARA DIAS			30
Materiales		770,868.00	64,239.00
G A D		2,758.10	229.84
G V		169,807.59	14,150.63
CUOTAS		4,341.77	361.81
			78,981.29

Figure 6.6.2.1 Cálculo del plan de inversión

Print Station no cuenta con un método de financiación, por lo que, la maquinaria que se adquiera será mediante capital propio, de acuerdo con la elección de los propietarios, sin embargo, se le sugiere que se busque un canal de financiación para que tanto la utilidad, como el capital en general de la microempresa no se vea afectado inmensamente.

6.6.3 Tasa de cambio en Honduras

The screenshot displays the website of the Banco Central de Honduras. The header includes the bank's logo and name, along with navigation links for 'Transparencia', 'Síguete Cuidando', and 'Contacto'. A secondary menu lists 'Acerca del BCH', 'Política Institucional', 'Estadísticas y Publicaciones', 'Marco Legal', 'Billetes y Monedas', 'Centros Culturales', and 'Sala de Prensa'. The main content area is divided into three sections:

- INGRESO Y EGRESO DE DIVISAS:** Shows 'INGRESO DE DIVISAS' at USD 13,542.7 millones and 'EGRESO DE DIVISAS' at USD 13,701.3 millones, both as of 4/10/2022. A link 'Ver más del Mercado de Divisas' is provided.
- REMESAS FAMILIARES:** Shows 'Acumulados a: Agosto' with values for 2021 (4,756.9) and 2022 (5,746.1). A link 'Ver más sobre remesas familiares' is provided.
- TIPO DE CAMBIO DE REFERENCIA:** Shows the rate for 'Lunes 10/10/2022' as 1 por USD = 24.6520. A 'Calculadora de referencia' is shown with 'USD 10,000.00' and the result 'L246,5200'. A link 'Ver más fechas' is provided.

Ilustración 6.6.3.1 Cambio del dólar

<https://www.bch.hn/>

6.6.4 Tasa de Inflación en Honduras

La tasa de variación anual del IPC en Honduras en septiembre de 2022 ha sido del 10.04%, (Expansión, 2022)



Ilustración 6.6.4.1 Inflación Interanual

<https://www.bch.hn/>

6.6.5 Estado de Resultado

El Estado de resultados mide los logros alcanzados y los esfuerzos desarrollados por la microempresa durante el periodo que se presenta, lo cual, se muestra a continuación, el estado de resultado de la microempresa Print Station:

Table 6.6.5.1 *Estado de Resultado*

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	incremento	
						5.00%	6.00%
Ingresos por venta	L770,868.00	L849,881.97	L892,376.07	L945,918.63	L1,002,673.75		
(-) Costo de los bienes vendidos	L501,064.20	L526,117.41	L552,423.28	L585,568.68	L620,702.80		
Utilidad Bruta en Ventas	L269,803.80	L323,764.56	L339,952.79	L360,349.96	L381,970.95		
%	35%	38%	38%	38%	38%		
Gasto de Operativos							
Gastos generales y administrativos	L2,110.10	L2,314.73	L2,539.89	L2,787.67	L3,060.32		
Gastos de Venta	L189,341.58	L199,514.02	L210,349.14	L221,869.58	L261,464.53		
Gastos Preoperativos	L720.00	L792.29	L871.83	L959.37	L1,055.69		
Utilidad antes de Intereses e Impuestos (EBIT)	L78,352.12	L121,935.81	L127,063.75	L135,692.70	L117,446.10		
Gastos Financieros	-L2,725.49	-L2,331.77	-L1,842.14	-L1,233.23	-L476.00		
Utilidad antes de Impuestos	L75,626.64	L119,604.05	L125,221.61	L134,459.47	L116,970.10		
%	10%	14%	14%	14%	12%		
Impuestos sobre La Renta	L18,906.66	L29,901.01	L31,305.40	L33,614.87	L29,242.53		
Utilidad Neta Despues de Impuesto	L56,719.98	L89,703.04	L93,916.21	L100,844.60	L87,727.58		
Margen Neto	7%	11%	11%	11%	9%		

TASA ISR
0.25

6.6.6 Flujo de Caja

El flujo de caja es un indicador esencial para conocer cuál es la liquidez de la microempresa Print Station, donde lo calcula en un momento de tiempo concreto, es por ello que, se muestra el siguiente cuadro del flujo de caja de la microempresa:

Table 0.1 *Flujo de caja*

Flujo de Caja						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos de Efectivo						
Fondos Propios	L191,101.05					
Financiamiento	L13,100.24					
Ventas al contado	L0.00	L770,868.00	L809,411.40	L849,881.97	L900,874.89	L954,927.38
Total Ingresos	L204,201.29	L770,868.00	L809,411.40	L849,881.97	L900,874.89	L954,927.38
Egresos de Efectivo						
Compra de Activos No corrientes	L124,500.00					
Compra Materiales al Contado		L501,064.20	L526,117.41	L552,423.28	L585,568.68	L620,702.80
Gastos de Administración		L2,758.10	L3,035.01	L3,339.73	L3,675.04	L4,044.01
Gastos de Ventas		L169,807.59	L179,980.04	L190,815.16	L202,335.60	L241,930.54
Impuesto sobre la Renta Pagos a Cuenta		L14,179.99	L22,425.76	L23,479.05	L25,211.15	L21,931.89
Impuesto sobre la Renta Año Anterior		L0.00	L4,726.66	L7,475.25	L7,826.35	L8,403.72
Cuota del Préstamo		L1,616.29	L2,010.01	L2,499.64	L3,108.54	L3,865.77
Intereses del Préstamo		L2,725.49	L2,331.77	L1,842.14	L1,233.23	L476.00
Total Egresos	L124,500.00	L689,426.17	L738,294.89	L780,032.11	L827,725.35	L900,878.73
Flujo de Efectivo	L79,701.29	L81,441.83	L71,116.51	L69,849.86	L73,149.53	L54,048.65
Saldo Inicial	L0.00	L79,701.29	L161,143.12	L232,259.63	L302,109.49	L375,259.02
Saldo Final	L79,701.29	L161,143.12	L232,259.63	L302,109.49	L375,259.02	L429,307.67

6.6.6 Estado de Situación Financiera

El estado de situación financiera proporciona datos muy importantes para conocer la rentabilidad y solvencia de la microempresa Print Station, a continuación, se visualiza el cuadro de dicho estado financiero:

Table 6.6.6.1 *Estado de situación financiera*

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activos						
Circulante						
Efectivo	L79,701.29	L161,143.12	L232,259.63	L302,109.49	L375,259.02	L429,307.67
Bancos		L5,436.00	L36,925.60	L78,449.40	L123,219.28	L171,545.33
Total Activo Circulante	L79,701.29	L166,579.12	L269,185.23	L380,558.89	L498,478.30	L600,853.00
Propiedad Palnta y Equipo						
Equipo Produccion	L0.00	L0.00	L0.00	L0.00	L0.00	L0.00
Mobiliario de Administracion	L0.00	L0.00	L0.00	L0.00	L0.00	L0.00
Mobiliario de Ventas	L124,500.00	L124,500.00	L124,500.00	L124,500.00	L124,500.00	L124,500.00
Amortizacion acumulada		L144.00	L288.00	L432.00	L576.00	L720.00
Depreciación Acumulada		L19,461.99	L38,923.97	L58,385.96	L77,847.94	L97,309.93
Total Activo No Circulante	L124,500.00	L104,894.01	L85,288.03	L65,682.04	L46,076.06	L26,470.07
Total de Activos	L204,201.29	L271,473.13	L354,473.26	L446,240.93	L544,554.36	L627,323.08
Pasivos						
Circulante						
Préstamos a Corto Plazo	L1,616.29	L2,010.01	L2,499.64	L3,108.54	L3,865.77	L0.00
Impuesto sobre la Renta		L4,726.66	L7,475.25	L7,826.35	L8,403.72	L7,310.63
Total Pasivo Circulante	L1,616.29	L6,736.67	L9,974.89	L10,934.89	L12,269.49	L7,310.63
Pasivo No Circulante						
Préstamo por pagar a largo plazo	L11,483.95	L9,473.95	L6,974.31	L3,865.77	L0.00	L0.00
Total pasivo a largo plazo	L11,483.95	L9,473.95	L6,974.31	L3,865.77	L0.00	L0.00
Total Pasivos	L13,100.24	L16,210.62	L16,949.20	L14,800.66	L12,269.49	L7,310.63
Patrimonio						
Capital Social	L191,101.05	L191,101.05	L191,101.05	L191,101.05	L191,101.05	L191,101.05
Utilidad Inicio del Año	L0.00		L56,719.98	L146,423.01	L240,339.22	L341,183.82
(+)Utilidades del Año	L0.00	L56,719.98	L89,703.04	L93,916.21	L100,844.60	L87,727.58
(-)Dividendos Pagados	L0.00					
(=)Utilidad fin de año	L0.00	L64,161.47	L146,423.01	L240,339.22	L341,183.82	L428,911.40
Flujo de actividad de ingreso						
Total Patrimonio	L191,101.05	L255,262.52	L337,524.06	L431,440.27	L532,284.87	L620,012.45
Total de Pasivos + Patrimonio	L204,201.29	L271,473.14	L354,473.26	L446,240.93	L544,554.36	L627,323.08

6.6.7 Evaluación Financiera

Esta evaluación permite no sólo conocer los montos de inversión del proyecto, sino también sus costos asociados, para identificar unos niveles de precios que permitan definir metas de ingresos o ventas. El siguiente cuadro detalla la información antes descrita:

Table 6.6.7.1 *Flujo de Beneficios*

PARA CALCULO DE VAN Y TIR						
CONCEPTO	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión	L204,201.29					
Entradas de efectivo		L770,868.00	L809,411.40	L849,881.97	L900,874.89	L954,927.38
Salidas de efectivo		L689,426.17	L738,294.89	L780,032.11	L827,725.35	L900,878.73
Flujo de efectivo	L204,201.29	L81,441.83	L71,116.51	L69,849.86	L73,149.53	L54,048.65
						L171,545.33
						L0.00
						L0.00
Flujo de efectivo neto	-L204,201.29	L81,441.83	L71,116.51	L69,849.86	L73,149.53	L225,593.98
Costo de capital	24%					
VAN	L49,204.08					
TIR	34%					

6.6.8 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es un indicador de vital importancia, porque permite predecir a partir de qué punto tu negocio va a ser rentable, de igual manera, ayuda a identificar si se está produciendo la cantidad que necesitas vender o si debes ajustar la manufactura. El punto de equilibrio es establecido a través de un cálculo que sirve para definir el momento en que los

ingresos de una empresa cubren sus gastos fijos y variables, esto es, cuando logras vender lo mismo que gastas, no ganas ni pierdes, has alcanzado el punto de equilibrio. (Torres, 2022)

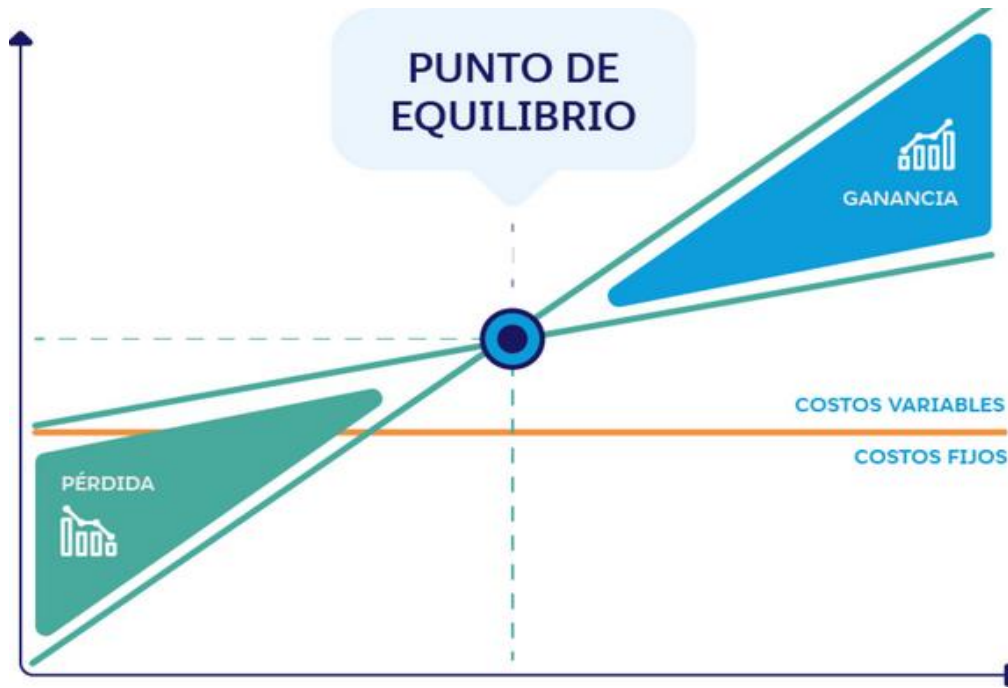


Ilustración 6.6.8.1 Punto de equilibrio

Producto	Camisa negra		Camisa Blanca		Camisa Manga larga			
PCU (CV)	L	120.12	L	130.12	L	140.12		
Precio Venta (PV)	L	230.00	L	249.00	L	265.00		
Proyección de Ventas		204		105		22		
Total de ventas	L	46,920.00	L	26,145.00	L	5,830.00		
Participación %		59%		33%		7%		100%
Margen de contribución	L	109.88	L	118.88	L	124.88		
Margen cont. ponderado	L	65.35	L	39.40	L	9.23		
Costos Fijos (CF)			Margen total cont. Ponderado					Punto Equilibrio
		17,068.10				113.97		150
Punto de equilibrio	Camisa Negra		Camisa Blanca		Camisa Algodón			
Unidades		89		50		11		150
Precio venta	L	20,484.60	L	12,357.47	L	2,932.62		
Costo Variable total	L	10,698.30	L	6,457.65	L	1,550.64		
Utilidad Neta	L	-						

Unidades	Precio venta	Costo variable	Margen de ganancia	Costos Fijos	Costos Totales	Utilidad
100	L 23,888.28	L 12,491.18	L 11,397.09	L 17,068.10	L 29,559.28	📉 -L 5,671.01
105	L 25,082.69	L 13,115.74	L 11,966.95	L 17,068.10	L 30,183.84	📉 -L 5,101.15
110	L 26,277.10	L 13,740.30	L 12,536.80	L 17,068.10	L 30,808.40	📉 -L 4,531.30
115	L 27,471.52	L 14,364.86	L 13,106.66	L 17,068.10	L 31,432.96	📉 -L 3,961.44
120	L 28,665.93	L 14,989.42	L 13,676.51	L 17,068.10	L 32,057.52	📉 -L 3,391.59
125	L 29,860.34	L 15,613.98	L 14,246.37	L 17,068.10	L 32,682.08	📉 -L 2,821.73
130	L 31,054.76	L 16,238.54	L 14,816.22	L 17,068.10	L 33,306.64	📉 -L 2,251.88
135	L 32,249.17	L 16,863.09	L 15,386.08	L 17,068.10	L 33,931.19	📉 -L 1,682.02
140	L 33,443.59	L 17,487.65	L 15,955.93	L 17,068.10	L 34,555.75	📉 -L 1,112.17
145	L 34,638.00	L 18,112.21	L 16,525.79	L 17,068.10	L 35,180.31	📉 -L 542.31
150	L 35,832.41	L 18,736.77	L 17,095.64	L 17,068.10	L 35,804.87	📈 L 27.54
155	L 37,026.83	L 19,361.33	L 17,665.50	L 17,068.10	L 36,429.43	📈 L 597.40
160	L 38,221.24	L 19,985.89	L 18,235.35	L 17,068.10	L 37,053.99	📈 L 1,167.25
165	L 39,415.65	L 20,610.45	L 18,805.21	L 17,068.10	L 37,678.55	📈 L 1,737.11
170	L 40,610.07	L 21,235.01	L 19,375.06	L 17,068.10	L 38,303.11	📈 L 2,306.96
175	L 41,804.48	L 21,859.57	L 19,944.92	L 17,068.10	L 38,927.67	📈 L 2,876.82
180	L 42,998.90	L 22,484.13	L 20,514.77	L 17,068.10	L 39,552.23	📈 L 3,446.67
185	L 44,193.31	L 23,108.69	L 21,084.62	L 17,068.10	L 40,176.79	📈 L 4,016.52
190	L 45,387.72	L 23,733.24	L 21,654.48	L 17,068.10	L 40,801.34	📈 L 4,586.38
195	L 46,582.14	L 24,357.80	L 22,224.33	L 17,068.10	L 41,425.90	📈 L 5,156.23
200	L 47,776.55	L 24,982.36	L 22,794.19	L 17,068.10	L 42,050.46	📈 L 5,726.09
205	L 48,970.96	L 25,606.92	L 23,364.04	L 17,068.10	L 42,675.02	📈 L 6,295.94

Figure 6.6.8.1 Cálculo del punto de equilibrio

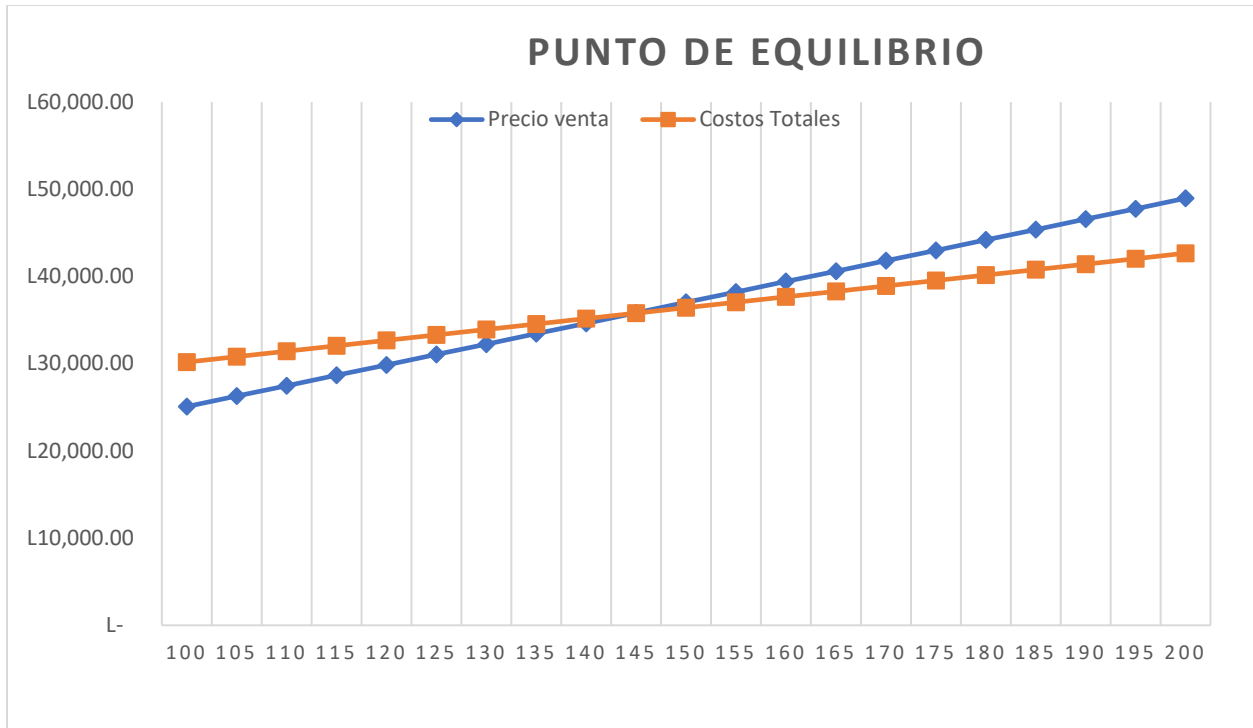


Ilustración 6.6.8.2 Gráfica del punto de equilibrio

6.6.9 Análisis de Sensibilidad

El análisis de sensibilidad permite a la microempresa Print Station pronosticar el éxito o fracaso de un proyecto utilizando datos confiables y certeros, así mismo, analizar datos que son variables a través del tiempo. La siguiente información muestra los datos relacionados con la sensibilidad financiera:

DETERMINACION DEL ANALISIS DE SENSIBILIDAD PARA LOS GASTOS DE ADMINISTRACION						INFLACION
						6.18%
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	FACETA OPTIMA
Planilla de Administracion	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	
Energia Electrica	12,000.00	L. 12,741.60	L. 13,529.03	L. 14,365.12	L. 15,252.89	
Agua SANAA	-	L. -	L. -	L. -	L. -	
Tren de aseo	-	L. -	L. -	L. -	L. -	
Internet	10,357.20	L. 10,997.27	L. 11,676.91	L. 12,398.54	L. 13,164.77	
Gasto de materiales de aseo oficina	L. 1,050.00	L. 1,114.89	L. 1,183.79	L. 1,256.95	L. 1,334.63	
Alquiler de Oficina	L. 8,640.00	L. 9,173.95	L. 9,740.90	L. 10,342.89	L. 10,982.08	
Sub-total	L. 32,047.20	L. 34,027.72	L. 36,130.63	L. 38,363.50	L. 40,734.37	
Depreciacion	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	
Amortizaciones	L. 864.00	L. 864.00	L. 864.00	L. 864.00	L. 864.00	
TOTAL GASTOS ADMINISTRACION	L. 32,911.20	L. 34,891.72	L. 36,994.63	L. 39,227.50	L. 41,598.37	

Ilustración 6.6.9.1 Análisis de sensibilidad faceta optima

DETERMINACION DEL ANALISIS DE SENSIBILIDAD PARA LOS GASTOS DE ADMINISTRACION						INFLACION
						10.04%
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	FACETA NORMAL
Planilla de Administracion	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	
Energia Electrica	12,000.00	L. 13,204.80	L. 14,530.56	L. 15,989.43	L. 17,594.77	
Agua SANAA	-	L. -	L. -	L. -	L. -	
Tren de aseo	-	L. -	L. -	L. -	L. -	
Internet	10,357.20	L. 11,397.06	L. 12,541.33	L. 13,800.48	L. 15,186.05	
Gasto de materiales de aseo oficina	L. 1,050.00	L. 1,155.42	L. 1,271.42	L. 1,399.08	L. 1,539.54	
Alquiler de Oficina	L. 8,640.00	L. 9,507.46	L. 10,462.00	L. 11,512.39	L. 12,668.23	
Sub-total	L. 32,047.20	L. 35,264.74	L. 38,805.32	L. 42,701.37	L. 46,988.59	
Depreciacion	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	
Amortizaciones	L. 864.00	L. 864.00	L. 864.00	L. 864.00	L. 864.00	
TOTAL GASTOS ADMINISTRACION	L. 32,911.20	L. 36,128.74	L. 39,669.32	L. 43,565.37	L. 47,852.59	

Ilustración 6.6.9.2 Análisis de sensibilidad faceta normal

DETERMINACION DEL ANALISIS DE SENSIBILIDAD PARA LOS GASTOS DE ADMINISTRACION						INFLACION
						10.44%
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	FACETA PESIMISTA
Planilla de Administracion	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	
Energia Electrica	12,000.00	L. 13,252.80	L. 14,636.39	L. 16,164.43	L. 17,852.00	
Agua SANAA	-	L. -	L. -	L. -	L. -	
Tren de aseo	-	L. -	L. -	L. -	L. -	
Internet	10,357.20	L. 11,438.49	L. 12,632.67	L. 13,951.52	L. 15,408.06	
Gasto de materiales de aseo oficina	L. 1,050.00	L. 1,159.62	L. 1,280.68	L. 1,414.39	L. 1,562.05	
Alquiler de Oficina	L. 8,640.00	L. 9,542.02	L. 10,538.20	L. 11,638.39	L. 12,853.44	
Sub-total	L. 32,047.20	L. 35,392.93	L. 39,087.95	L. 43,168.73	L. 47,675.55	
Depreciacion	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	
Amortizaciones	L. 864.00	L. 864.00	L. 864.00	L. 864.00	L. 864.00	
TOTAL GASTOS ADMINISTRACION	L. 32,911.20	L. 36,256.93	L. 39,951.95	L. 44,032.73	L. 48,539.55	

Ilustración 6.6.9.3 Análisis de sensibilidad faceta pesimista

Esto es de mucha utilidad porque permite identificar las variables más críticas o construir escenarios posibles que permitirán analizar el comportamiento de un resultado bajo diferentes supuestos. En pocas palabras, el análisis de sensibilidad permite medir el cambio en un resultado, dado un cambio en un conjunto de variables, tanto en términos relativos, como en términos absolutos. (Alcoforado, 2022)

6.6.10 Depreciación

La Depreciación supone la disminución de valor de un bien o propiedad de la microempresa Print Station, debido al gastaste la vida útil, al paso del tiempo, es por ello que se detalla el cuadro de las depreciaciones de los activos con lo que cuenta la microempresa:

Table 6.6.10.1 Tabla de depreciación

Print Station							
	Cantidad	Precio Unitario \$	Precio Unitario L.	Total	Vida Util	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada
Silla Secretarial	2		L1,500.00	L. 3,000.00	5	L. 600.00	L. 3,000.00
Mesa de Trabajo	2		L2,000.00	L. 4,000.00	10	L. 400.00	L. 2,000.00
Computadoras	2		L3,500.00	L. 7,000.00	5	L. 1,400.00	L. 7,000.00
Impresora	1		L22,500.00	L. 22,500.00	5	L. 4,500.00	L. 22,500.00
Bateria UPS	2		L3,200.00	L. 6,400.00	5	L. 1,280.00	L. 6,400.00
Fotocopiadora	1		L30,000.00	L. 30,000.00	7	L. 4,285.71	L. 21,428.57
Monitor	2		L3,000.00	L. 6,000.00	10	L. 600.00	L. 3,000.00
CPU	2		L3,000.00	L. 6,000.00	7	L. 857.14	L. 4,285.71
Teclado	2		L2,100.00	L. 4,200.00	5	L. 840.00	L. 4,200.00
Mouse	2		L900.00	L. 1,800.00	5	L. 360.00	L. 1,800.00
Guillotina de Metal	2		L5,000.00	L. 10,000.00	10	L. 1,000.00	L. 5,000.00
Máquina de sublimación	1		L5,600.00	L. 5,600.00	3	L. 1,866.67	L. 9,333.33
Impresora de Epson ECOTANK	1		L4,221.74	L. 4,221.74	5	844.35	L. 4,221.74
Maquina de Plotter	1		L246,519.93	L. 246,519.93	5	L. 49,303.99	L. 246,519.93
TOTAL DEPRECIACION VENTAS				L. 357,241.67		L. 68,137.86	L. 340,689.29
Total Depreciación				L. 357,241.67		L. 68,137.86	L. 340,689.29

CAPITULO VII CONCLUSIONES

1. A través de la elaboración del estudio de prefactibilidad de la microempresa Print Station, se cumplieron todos los objetivo general y específicos, donde al desarrollar y evaluar el estudio financiero se pudo determinar la factibilidad del proyecto en la adquisición de la maquinaria de sublimado.
2. Desde el punto de vista del estudio financiero para determinar la factibilidad del proyecto, se concluye que el proyecto es viable gracias a la TIR, donde el resultado dio 34% el cual, supera el costo de capital, que es de 24%. La TIR cumple la función de realizar un óptimo planeamiento financiero, donde mide la viabilidad del proyecto a realizar y evita así los riesgos económicos que se puedan generar.
3. Se realizó el estudio de mercado, por lo tanto, se concluye que es una herramienta importante que le permitió a la microempresa Print Station conocer las necesidades y expectativas de sus clientes, de acuerdo a los productos elaborados por sublimación y plotter de impresión, así como a tener un conocimiento más preciso y amplio de su competencia, gracias a la encuesta aplicada a las 385 personas, los empresarios de la microempresa podrán descubrir, visualizar y analizar el potencial comercial que tendrá la adquisición de la maquinaria en un negocio.
4. Se elaboró el estudio técnico, que permitió conocer los recursos necesarios para la elaboración de productos con sublimado y el proceso de fabricación para determinar el uso eficiente de los recursos, así mismo, el tamaño óptimo del local.

CAPITULO VIII RECOMENDACIONES

1. Se recomienda a la microempresa Print Station seguir explotando su punto de localización, ya que esta es una ventaja competitiva importante que es el lugar y sus características naturales, por el flujo contante de personas y sus clientes fieles, además, de la modernización de sus productos y la implementación de la maquinaria se pueden generar grandes beneficios, ya que, dicho proyecto es viable.
2. Se sugiere a los propietarios de la microempresa Print Station utilizar las redes sociales para promocionar sus productos, ya que, se observó que carecen de publicidad, invertir en está le genera una ventaja competitiva y garantiza un aumento en la percepción de marca y sus productos ofrecidos.
3. Se recomienda comprar lo necesario e invertir en lo solicitado, ya que al obtener una reducción de estos se genera mayor utilidad. Así mismo es importante llevar un registro contable de los gastos y solicitar factura de estos para hacer las deducciones fiscales correspondientes, por lo que sugerimos, una vez que estén registrados en la SAR y constituido, así como lo establece la Ley de la Formalización de Negocios, apliquen lo antes mencionado para un mayor y mejor control en sus utilidades y parte contable.

CAPITULO IX BIBLIOGRAFÍA

Asimbaya, E. (2019). Propuesta de Procesos Contables y Administrativos para la Empresa Impresiones

Colores, en la ciudad de Quito.

Banco Mundial. (n.d.). Medio ambiente [Text/HTML]. World Bank. Retrieved August 27, 2022, from

<https://www.bancomundial.org/es/topic/environment/overview>

Banco Mundial. (2022a, abril). Honduras: Panorama general [Text/HTML]. World Bank.

<https://www.bancomundial.org/es/country/honduras/overview>

Banco Mundial. (2022b, June). Perspectivas Económicas Mundiales [Text/HTML]. World Bank.

<https://www.bancomundial.org/es/publication/global-economic-prospects>

Baquadano, K. (2018, September 8). Mas de 50 nuevos emprendedores surgen cada mes en la ciudad. La

Prensa hn. <https://www.laprensa.hn/honduras/mas-de-50-nuevos-emprendedores-surgen-cada-mes-en-la-ciudad-ODLP997955>

Calderon Melgar, G. (2011, November). Planeacion Estrategica de mercadeo. Gloria Calderon Melgar.

<https://gloriacalderon.wordpress.com/category/planeacion-estrategica-de-mercadeo/>

Campos Covarrubias, G. (2006). Hipótesis: Formulación y comprobación.

<https://elibro.net/es/ereader/unitechn/75808>

Cañaverall Vargas, K. Y. (2016). LOS ENTORNOS EN LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES.

<https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/17165/LOS%20ENTORNOS.pdf?sequence=1>

Cantillon, R., & Say, J. baptiste. (n.d.). El emprendedor en Richard Cantillon. Retrieved August 28, 2022,

from <https://www.mastertranscom.com/emprendedor-richard-cantillon/>

CCIC. (2018, June 12). La Ceiba replica el “Bazar del Sábado” para reactivar su economía. Cámara de Comercio e Industria de Cortés. <https://www.ccichonduras.org/website/la-ceiba-replica-el-bazar-del-sabado-para-reactivar-su-economia/>

CEI. (s/f). ▷ Análisis situación actual de la empresa | DAFO y PESTEL. <https://cei.es/analisis-situacion-actual-empresa/>

CEUPE. (s/f). El análisis del macroentorno. Ceupe. <https://www.ceupe.com/blog/el-analisis-del-macroentorno.html>

CNI. (2021, September 17). Honduras posee potencial para la inversion de empresas tecnológicas. Consejo Nacional de Inversiones - Honduras. <https://www.cni.hn/honduras-posee-potencial-para-la-inversion-de-empresas-tecnologicas/>

Código de Comercio | BJV E-Legis®. (n.d.). Retrieved August 27, 2022, from <https://www.coleccionlegis.com/catalogo/articulos?id=339>

Código del Trabajo | BJV E-Legis®. (n.d.). Retrieved August 27, 2022, from <https://www.coleccionlegis.com/catalogo/articulos?id=489>

Código Tributario | BJV E-Legis®. (n.d.). Retrieved August 27, 2022, from <https://www.coleccionlegis.com/catalogo/articulos?id=1123>

Cohep. (2013). ESTRATEGIA NACIONAL DE EMPRESA SOSTENIBLE EN HONDURAS. 64.

Digipress_26. (2020, July 28). ▷ ¿Qué es un-Plotter? Utilidades, tipos y diferencias 2022. Digipress. <https://digipressystem.com/que-es-un-plotter-utilidades-tipos-diferencias/>

Dini, M., Gligo, N., & Patiño, A. (2021). Transformación digital de las mipymes: Elementos para el diseño de políticas. LC/TS.2021/99, 61.

Economipedia—Educación financiera, economía y finanzas. (n.d.). Economipedia. Retrieved August 25, 2022, from <https://economipedia.com/>

- EFE. (2022, June 28). *www.efe.com*. <https://www.efe.com/efe/america/economia/falta-de-financiacion-uno-los-mayores-obstaculos-mipymes-hondurenas/20000011-4840134>
- Enrique, J. (2014, April 8). ¿Qué es la SUBLIMACIÓN? Blog Brildor.
<https://www.brildor.com/blog/es/iniciate-en-la-sublimacion/>
- Espinoza Freire, E. E. (2019). Las variables y su operacionalización en la investigación educativa. Segunda parte. *Conrado*, 15(69), 171–180.
- IP. (2022). Acerca de Propiedad Intelectual | INSTITUTO DE LA PROPIEDAD.
https://www.ip.gob.hn/propiedad_intelectual
- Martínez Valverde, J. F. (2018). *Sistema de información de mercados* (1st ed.). Editorial Paraninfo.
<https://books.google.es/books?id=Xf1NDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Moreno Galindo, E. (2013, miércoles, de agosto de). Metodología de investigación, pautas para hacer Tesis.: Limitaciones en una investigación. *Metodología de Investigación, Pautas Para Hacer Tesis*.
<https://tesis-investigacion-cientifica.blogspot.com/2013/08/limitaciones-del-problema-de.html>
- OIT. (s/f). Desarrollo económico y social. <https://www.ilo.org/global/topics/economic-and-social-development/lang--es/index.htm>
- Ondarse Álvarez, D. (2021, June 15). Sublimación en fotografía y artes gráficas [Enciclopedia concepto].
Concepto. <https://concepto.de/sublimacion/>
- Palerm, J., Florez Payarez, E., & Nusselder, H. (2013). PROYECTO DE MODERNIZACION DEL SECTOR FORESTAL DE HONDURAS (MOSEF).
file:///C:/Users/Mirian/Downloads/cep_honduras_2013_es.pdf
- Pedraza Rendón, O. H. (2015). *Modelo del plan de negocios: Para la micro y pequeña empresa*. Grupo Editorial Patria. <https://elibro.net/es/ereader/unitechn/39387>

Posicionando, M. (2019, January 16). Sublimación textil, proceso desde el diseño al estampado en tela.

Dissone Blog. <https://dissone.com.ar/blog/sublimacion-textil/>

Rivas Tovar, L. (2015). Construcción de la Matriz Metodológica. ResearchGate.

https://www.researchgate.net/publication/309399658_Capitulo_11_Construccion_de_la_Matriz_Metodologica

Salomón, L. (2022). Honduras 2022. Los retos de la gobernabilidad en el contexto poselectoral.

Fundación Carolina. https://doi.org/10.33960/AC_06.2022

UDG. (2022). Clasificación general de las fuentes de información | Biblioteca Virtual del Sistema de

Universidad Virtual [Biblioteca virtual]. <http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/portal/clasificacion-general-de-las-fuentes-de-informacion>

UNAM. (n.d.). Retrieved October 6, 2022, from

<http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap2a.pdf>

UNED. (n.d.). Retrieved September 25, 2022, from

https://multimedia.uned.ac.cr/pem/transformando_matematica/documentos/matriz_metodologica.pdf

Uribe Palacios, V. J. (2021). Manual del emprendedor: La caja de herramientas para crear tu modelo y

plan de negocios. Editorial Uniagustiniana. <https://elibro.net/es/ereader/unitechn/199380>

Varela, R. (1997). Evaluación económica de proyectos de inversión | ISBN 978-958-95677-1-5—Libro (1st

ed.). <https://isbn.cloud/9789589567715/evaluacion-economica-de-proyectos-de-inversion/>

Velásquez, A. M. (2021). La desigualdad social en Honduras: Evolución y respuesta institucional. 122.

Vera Pérez, B. L., & Ortiz, S. L. (n/d). Matriz de consistencia metodológica. Universidad Autónoma Del

Estado de Hidalgo. <https://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/huejutla/n8/m1.html>

Wigodski, J. (2010, July 8). Metodología de la Investigación: Fuentes Primarias y Secundarias [Blog].

Metodología de La Investigación.

<http://metodologiaeninvestigacion.blogspot.com/2010/07/fuentes-primarias-y-secundarias.html>

CAPITULO X ANEXOS



Anexo A. Máquina de Sublimado.



Anexo B. Máquina de Plotter.



Papel Sublimacion A4 100hjs

Anexo C



Papel Transfer Sublimacion Nkt 1.1x100mt
80gr
L1,750.00



<https://acosa.com.hn/sps/product-category/todo-print/sublimacion/suministros/page/2/>

Anexo D



Tape Termico P/Sublimar 5Mmx33M
L60.90

<https://acosa.com.hn/sps/product-category/todo-print/sublimacion/suministros/page/2/>

Anexo E



Tinta Nkt Sublimacion 100ml Cyan

Anexo F



**IMPRESORA EPSON ECOTANK L1210 COLOR
FLUJO CONTINUO**

Anexo G

San Pedro Sula 29 de septiembre 2022.

Señores
 PRINT STATION
 Presente

Impresora Orion Thunderjet C1601



Características	63" de ancho.	
	4 colores CMYK	
	1 Cabezal DX5 para tinta solvente alcanza hasta 1440dpi, lo que permite alta calidad de impresión.	
	Tintas CMYK	
	Tintas CMYK Recolector de material incluido	
	Tipo de impresión	Velocidad

SAN PEDRO SULA
 Bo. Las Acacias, 11 calle 1ª avenida
 N.º 10, Santiago a Cortesías
 P.O. BOX 2507-4750



TUBELITE
 TECNOLOGÍA GRÁFICA AL EXTREMO

TESUCOGALPA
 Cd. Alameda, Es. Ramón Villeda Morales,
 Calle Venecia, esquina opuesta a Bross
 P.O. BOX 2235-7171

info@tubelite-de-ca.com - www.tubelite-de-ca.com

	Draft	17.7 m2/hr
	Producción	13.3 m2/hr
	Alta resolución	9.7 m2/hr
	Fotografía	8.2 m2/hr

PRECIOS

EQUIPO: \$ 10,000.00 INCLUYE ISV

Tintas: Lps. 1665.00 + isv cada litro
 con rendimiento aproximado de 320 metros cuadrados por juego (4 colores)

Incluye:

Instalación hasta el local que nos indique

Entrenamiento

1 año de garantía

1 juego de tintas

Software flexiprint



Diana Solís
Tubelite Honduras
TEL: 2561-4150 al 59
Cel. 9465-7494

SAN PEDRO SULA
 Bo. Las Acacias, 12 calle 1ª avenida
 8.0, contiguo a Corbitalas.
 PSE. (504) 2367-4158



TEGUCIGALPA
 Cal. Alameda, 8a. Karón/Villa Woodley,
 Calle Venecia, esquina opuesta a Bimbo.
 PSE. (504) 2225-7117

info@tubelite-de-ca.com - www.tubelite-de-ca.com



Con los propietarios Sr. Carlos Reyes y Marina Reyes, a la derecha Genis Bardales.



Con los propietarios Sr. Carlos Reyes y Marina Reyes, a la derecha Mirian Bolton.

CENTRO UNIVERSITARIO TECNOLÓGICO (CEUTEC)

152 – PROYECTO DE GRADUACIÓN

“PROYECTO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA LA ADQUISICIÓN DE MAQUINARIA DE PLOTTER DE IMPRESIÓN Y SUBLIMACIÓN EN LA MICROEMPRESA PRINT STATION”

Sea bienvenido (a) a esta encuesta virtual. Somos alumnos de la clase de Proyecto de Graduación modalidad teledocencia. Estamos realizando un estudio con el objetivo de conocer su experiencia en la compra de prendas con estampados o logos, así mismo, su experiencia en el servicio de plotter de impresión para conocer su perspectiva de consumo de estos, de igual forma, recaudar información de acuerdo con sus preferencias y así ayudar a la microempresa Print Station a mejorar en sus servicios.

Es por lo que (a) invitamos a contestar 10 preguntas respecto al tema mencionado (No le tomara más de 5 minutos responderlas).

CONSENTIMIENTO INFORMADO: La información que nos brinde será tratada de manera confidencial y anónima. En ningún caso sus respuestas serán presentadas acompañadas de su nombre o de algún dato que lo identifique. Su participación es totalmente voluntaria y puede darla por terminada en cualquier momento. Así mismo, puede plantear todas sus dudas respecto a la investigación antes, durante y después de su participación al e-mail genis.bardales07@gmail.com o al e-mail alternativo agutierrez07@unitec.edu. La información que nos pueda brindar nos servirá de gran ayuda.

Pregunta #1 ¿Conoce usted productos elaborados por sublimación (diseños) y plotter de impresión?

- O Si
- O No

Pregunta #2 ¿Conoce usted alguna empresa que se dedique al rubro de sublimado y plotter de impresión?

- O Si
- O No

Pregunta #3 ¿Compra productos elaborados por sublimación (diseños) y plotter de impresión?

- O Si
- O No

Pregunta #4 ¿Qué tipo de producto prefiere?

- Sublimado
- Estampado con vinilo

Pregunta #5 ¿Qué tipos de productos elaborados con estampados o logos consume más?

- Camisas
- Tasas
- Gorras
- Vasos
- Otros

Pregunta #6 ¿Con que frecuencia compra productos elaborados con logos o estampados?

- Una vez a la semana
- Una vez al mes
- Cada 3 meses
- Cada 6 meses
- Una vez al año

Pregunta #7 ¿Cuál es su preferencia al momento de consumir productos elaborados con estampados?

- Personalizadas
- Ya elaboradas

Pregunta #8 ¿Qué influye al momento de una compra?

- Precio
- Calidad
- Diseño
- Variedad
- Otras

Pregunta #10 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por productos elaborados con estampados?
(valores expresados en lempiras)

- 50.00 – 149.00
- 150.00 – 199.00
- 200.00 – 249.00
- 250.00 – 299.00
- Mas de 300.00

Pregunta #9 Género:

- Femenino
- Masculino
- U otro

Pregunta #11 ¿En la siguiente escala, en qué edad se posiciona?

- 18 años a 25 años
- 26 años a 30 años
- 31 años a 40 años
- De 40 años en adelante.

Pregunta #12 ¿Cuál es el rango del ingreso familiar? (valores expresados en lempiras)

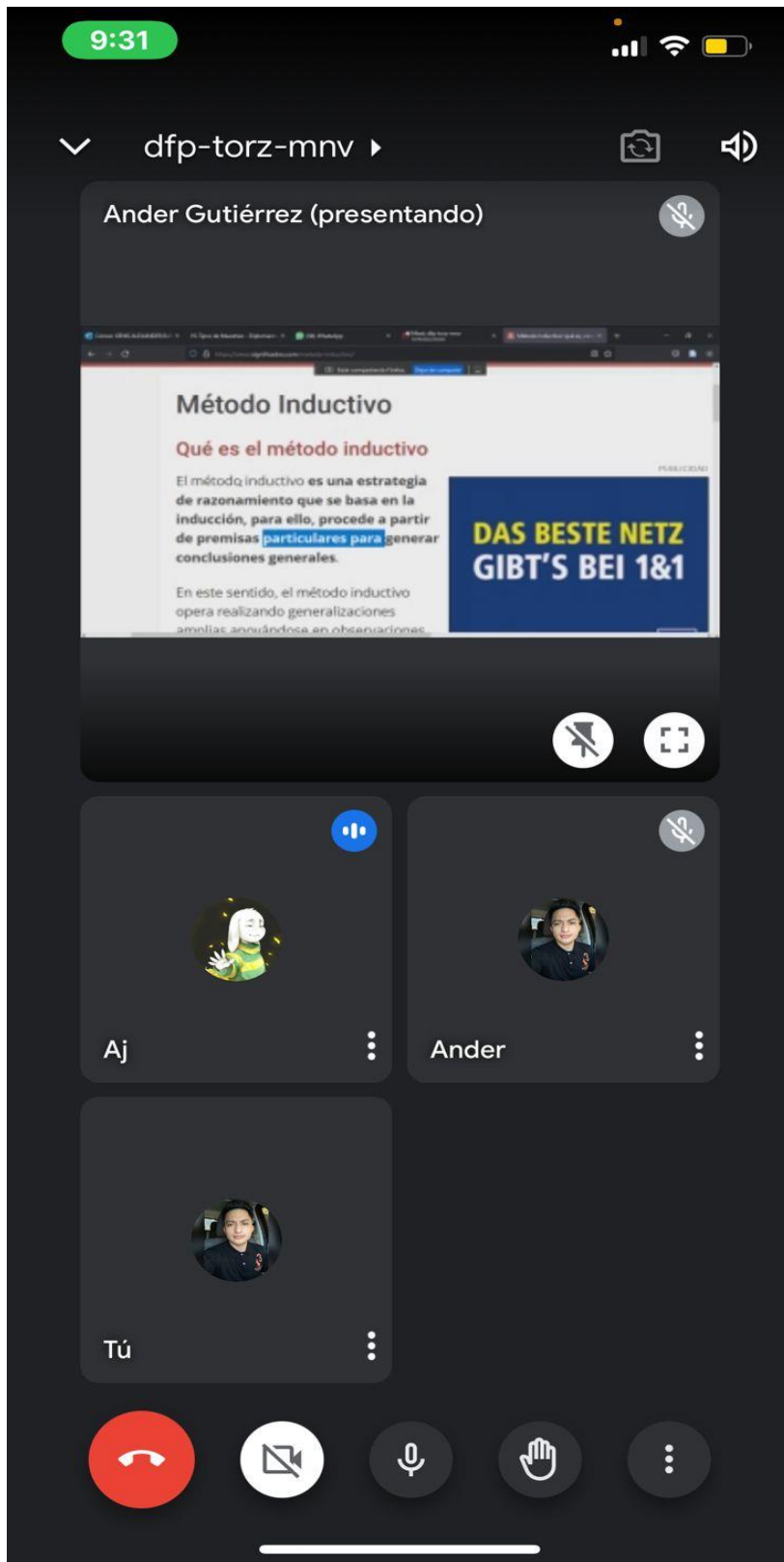
- Menos de 10,000.00
- 11,000.00 – 15,000.00
- 16,000.00 – 20,000.00
- 21,000.00 – 30,000.00
- 31,000.00 – 40,000.00
- Mas de 40,000.00

Pregunta #13 ¿Cuál es su nivel educativo?

- Primaria
- Secundaria
- Pasante universitario
- Graduado
- Otro_____

Pregunta #14 ¿Cuál es su lugar de procedencia?

- Especifique_____



Reunión virtual Genis Bardales y Mirian Bolton

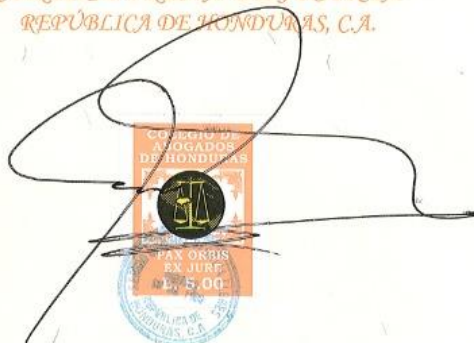


Reunión virtual Genis Bardales y Mirian Bolton



PAPEL ESPECIAL
NOTARIAL
VEINTE LEMPIRAS
2020-2023

CORTE SUPREMA DE JUSTICIA
REPUBLICA DE HONDURAS, C.A.



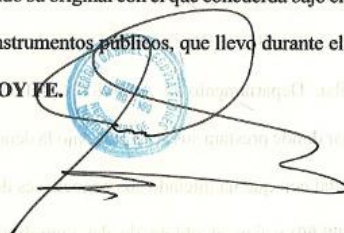
N°. 2139173

TESTIMONIO

INSTRUMENTO NUMERO SEISCIENTOS CUARENTA Y UNO (641).- En la Ciudad La Ceiba, Departamento de Atlántida, a los Veintiocho (28) días del mes de Septiembre del año Dos mil veintidós (2022), siendo las Nueve de la mañana (9.00Am.).- Ante mí **SERGIO GABRIEL SEGOVIA FLORES**, Notario de este domicilio, con inscripción número dos mil cien 2100 del Colegio de Abogados de Honduras, con registro exequátur de Notario autorizado por la Honorable Corte Suprema de Justicia número mil ciento cincuenta y nueve (1159), Con Notaria ubicada en el edificio Plaza Las Américas segunda planta local 14 avenida San Isidro, La Ceiba, Departamento de Atlántida; Comparece personalmente el señor **CARLOS LEONEL REYES AGUILAR** mayor de edad, soltero, Comerciante, hondureño y de este domicilio; Quien asegurándome hallarse en pleno goce de sus derechos Civiles Libre y espontáneamente dice: **PRIMERO:** El señor **CARLOS LEONEL REYES AGUILAR** manifiesta que ha iniciado sus operaciones Comerciales como **COMERCIANTE INDIVIDUAL**, Consistiendo su actividad en el servicio de elaboración de trabajos secretariales, compra y venta de todo tipo de papelería, elaboración de sellos de hule, Fotocopiados , encuadernados, laminados, mueblería para oficina y accesorios, empastados, laminados, venta de artículos escolares , compra y venta de abarrotería y mercadería en general, siendo ejemplificativo y no Limitativo y cualquier otra actividad de lícito comercio relacionado o no con su giro.- siendo su domicilio en el Municipio de La Ceiba, Departamento de Atlántida , pudiendo poner sucursales en cualquier parte del país, lugar donde prestara sus servicios bajo la denominación comercial de " **Prin Station** ", Que el capital con que ha iniciado sus negocios es de **CINCO MIL LEMPIRAS EXACTOS (L. 5,000.00)** y con el objeto de dar cumplimiento a lo establecido en los artículos número 380, 389, del Código de Comercio, hace la presente declaración de **COMERCIANTE INDIVIDUAL**, a fin de que sea inscrito como tal en el Registro de Comerciante Individual




que se lleva en el Registro Mercantil de La Ceiba, Departamento de Atlántida Ahora Instituto de La propiedad y en la Cámara de Comercio respectiva.- **SEGUNDO:** Continúa manifestando **CARLOS LEONEL REYES AGUILAR** la voluntad de someterse a los beneficios que establece la Ley de apoyo a la micro y pequeña empresa, establecidos en el decreto número 145-2018. Así lo dice y otorga ante el suscrito Notario que da fe.- Y enterado del derecho que les concede la ley para leer por sí éste instrumento, por su acuerdo procedí a darle lectura íntegra en cuyo contenido se ratifica, el otorgante, firma y estampa su huella digital, del dedo índice de la mano derecho para constancia ante el suscrito notario Público.- De todo lo cual del conocimiento, Comparecencia, estado, edad, profesión u oficio y vecindario del compareciente .- Así como de haber tenido a la vista los documentos personales del otorgante **CARLOS LEONEL REYES AGUILAR** con Documento nacional de identificación numero cero uno cero uno guion mil novecientos noventa y cinco guion cero cero seiscientos cuarenta y uno (0101-1995-00641) y Registro Tributario Nacional numero (01011995006411).- **DOY FE.FIRMA Y HUELLA DE CARLOS LEONEL REYES AGUILAR.- FIRMA Y SELLO NOTARIAL.- SERGIO GABRIEL SEGOVIA FLORES.-** Y a Requerimiento del señor **CARLOS LEONEL REYES AGUILAR** libro, sello, firmo y rubrico, esta primera copia en el mismo lugar y fecha, en papel sellado correspondiente y con los timbres de ley debidamente cancelados, quedando su original con el que concuerda bajo el número preinserto de mi protocolo corriente de instrumentos públicos, que llevo durante el presente año, en donde anote este libramiento.- **DOY FE.**



que se lleva en el Registro Mercantil de La Ceiba, Departamento de Atlántida Ahora Instituto de La propiedad y en la Cámara de Comercio respectiva.- **SEGUNDO:** Continua manifestando **CARLOS LEONEL REYES AGUILAR** la voluntad de someterse a los beneficios que establece la Ley de apoyo a la micro y pequeña empresa, establecidos en el decreto número 145-2018. Así lo dice y otorga ante el suscrito Notario que da fe.- Y enterado del derecho que les concede la ley para leer por sí éste instrumento, por su acuerdo procedí a darle lectura íntegra en cuyo contenido se ratifica, el otorgante, firma y estampa su huella digital, del dedo índice de la mano derecha para constancia ante el suscrito notario Público.- De todo lo cual del conocimiento, Comparecencia, estado, edad, profesión u oficio y vecindario del compareciente .- Así como de haber tenido a la vista los documentos personales del otorgante **CARLOS LEONEL REYES AGUILAR** con Documento nacional de identificación numero cero uno cero uno guion mil novecientos noventa y cinco guion cero cero seiscientos cuarenta y uno (0101-1995-00641) y Registro Tributario Nacional numero (01011995006411).- **DOY FE.**

x *Carlos Leonel Reyes Aguilar*

MUNICIPALIDAD DE LA CEIBA Administración de Ingresos		FECHA DE EMISIÓN: 1/03/22	FACTURA N.° 1210732
RMC:		FECHA VENC.: NULL	PDO. FISCAL:
NOMBRE: Filomena Cubas		NOMBRE NEGOCIO:	
COD. CAT.:		CUENTA N.°:	
DOMICILIO:		DIRECCIÓN: NULL	
PAGA ALQUILER DE CUBICULO MERCADO SAN JOSE DESDE ENERO A DICIEMBRE 2022			
DESCRIPCIÓN		VALOR	
125-05 EDIFICIOS MUNICIPALES		720.00	
Facturado por: Aida Bar			
Cajero: Fichas01			
**** SETECIENTOS VEINTE CON 00/100 ****			
MUNICIPALIDAD DE LA CEIBA			
			
<p>07028823 N TRANSACCIONES MISCELANEAS 11/03/2022 JDC TXN:1213 14:11:00 HNL720.00 FICHA VENTANILLA ALCALDIA C3#0001 112207028823-ALCALDIA MUNICIPAL CEIBA</p>			
ESTA FACTURA TIENE VALIDEZ HASTA LA FECHA DE SU VENCIMIENTO.		DESCUENTO TOTAL A PAGAR	
"LA MUNICIPALIDAD DE LA CEIBA ES DE TODOS"		720.00	
ORIGINAL - CONTRIBUYENTE			

Anexo J. Recibo de Alquiler

MUNICIPALIDAD DE LA CEIBA Administración de Ingresos	FECHA DE EMISIÓN: 26/04/22	FACTURA N.º 1216962
	FECHA VENC.: NULL.	PDO. FISCAL:
RMC: Filomena Cubas NOMBRE: COD. CAT.: DOMICILIO:	NOMBRE NEGOCIO: CUENTA N.º: NULL. DIRECCIÓN:	

PAGA ENERGIA MES DE NOVIEMBRE 2021. PRINT STATION.

DESCRIPCIÓN	VALOR
280-04 ENERGIA MERCADOS Facturado por: Miguel A. Cajero: Ficohs01 **** UN MIL CON 00/100 ****  11221633F1C-ALCALDIA MUNICIPAL CEIBA FICHOSSA YENIANTILLA ALCALDIA C380001 14:11:00 HML1,000.00 26/04/2022 JOC TXN:1213 11633F1C N TRANSACCIONES HISCCELANAS 26/04/22_02:17:28 EM	1,000.00

ESTA FACTURA TIENE VALIDEZ HASTA LA FECHA DE SU VENCIMIENTO.	"LA MUNICIPALIDAD DE LA CEIBA ES DE TODOS"	DESCUENTO TOTAL A PAGAR	1,000.00
---	--	---	----------

ORIGINAL - CONTRIBUYENTE

Anexo K. Recibo de la energía eléctrica

COTIZACION

BO. EL CENTRO CALLE 8 FRENTE A ELEKTRA

TEL.: 2440-8650 ventas@acpsa.com.hn

85471



CLIENTE: PRINT STATION

FECHA: 10/10/2022

ATENCION:

VENCE: 21/10/2022

TELEFONO: 3397-0888

ASESOR: SINDY MURILLO

ARTICULO	DESCRIPCION	CANT.	PRECIO	T.LINEA
A65779	IMPRESORA EPSON L1210 FLUJO CONTINUO	1	4,221.74	4,221.74
A64528	TINTA NKT SUBLIMACION 125ML BL	1	260.00	260.00
A64530	TINTA NKT SUBLIMACION 125ML MA	1	260.00	260.00
A64531	TINTA NKT SUBLIMACION 125ML YE	1	260.00	260.00
A64529	TINTA NKT SUBLIMACION 125ML CY	1	260.00	260.00
A42910	PAPEL SUBLIMACION A4 100HJS	1	262.61	262.61

***** Precios y Existencias Sujetas a Cambios Sin Previo Aviso*****

OBSERVACIONES CLIENTE MANEJADO POR WHATSAPP	SUB TOTAL	4,883.78
	IMPUESTO 15%	729.57
	TOTAL	5,524.35



COTIZACIÓN

N° 14652

La Casa de las Camisetas

Somos fabricantes y distribuidores

7 Calle South, San Pedro Sula
+504 9580-3254

Cotización para:

FECHA: 01/10/22

NOMBRE: PRINT STATION

DIRECCIÓN: LA CEIBA, ATLANTIDA

TELEFONO: +504 3397-0868

Cotización valida hasta: 01/11/22

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	DESCUENTO	MONTO
1	Plancha sublimación 12x15	5,600.00	0.00	5,600.00
1	camiseta blanca alicrada	55.00	0.00	55.00
1	camiseta manga larga algodón	65.00	0.00	65.00
1	camiseta negra algodón	45.00	0.00	45.00
SUB-TOTAL				5,013.04
IMPUESTO 15%				751.96
OTROS				
TOTAL				5,765.00

¡GRACIAS POR SU COMPRA!

Anexo M. Cotización Casa de las camisas.

FACTURA



Nombre del Cliente: CARLOS LEONEL REYES AGUILAR

Número de Cliente: 3335318

RTN/Número de Identidad: 0101-1995-00641

Correo Electrónico: leoreyes0295@gmail.com

Dirección: ATLANTIDA LA CEIBA Col sufraco Calle principal en el bulevar 15 de septiembre en el mercado san jose en el negocio prin
CARLOS LEONEL REYES AGUILAR

Datos de tu Factura y Fecha de pago:

Fecha límite de pago: 15 de octubre de 2022

Fecha de Emisión: 01 de octubre de 2022

N° de Factura: 000-035-01-13653724

Periodo Facturado: Del 01-10-2022 al 31-10-2022

CAI: 819FAE-045BCB-AC4492-D66060-5845E1-3F

Valor total a pagar:

L 863.10

Resumen de esta factura

Más detalles a continuación

Cargos básicos del plan	\$	18.26
Cobros adicionales	\$	12.17
Impuestos	\$	4.57

Descripción

Descripción	Cantidad	Precio(Unitario)	Sub-Total	Descuento y Rebajas Otorgados	Total
Plan 40MB + TV Digital con Tigo Sports	1.00	\$ 30.4300	\$ 30.43	\$ 0.00	\$ 30.43(g)



Total			\$ 30.43	\$ 0.00	\$ 30.43
Subtotal	\$	30.43			
(-)Descuentos y Rebajas Otorgados	\$	0.00			
Valores Exentos	\$	0.00			
Valores Exonerados	\$	0.00			
Valores Alicuota Tasa Cero	\$	0.00			
Valores Gravables 15% ISV	\$	30.43			
Impuesto Sobre Venta 15% sobre Valores Gravables	\$	4.57			
Impuesto Sobre Venta Sobre Valores Alicuota Tasa Cero	\$	0.00			
Total Facturado del mes	\$	35.00			
Total Facturado del mes en Lempiras	L	866.57	Tasa de Cambio L. 24.7591		
			Ochocientos sesenta y seis lempiras con 57/100		
(-) Abonos del Periodo	L	3.47			
Total a pagar del mes	L	863.10			

Datos del Adquiriente exonerado

Número correlativo de la orden de compra exenta:
Número correlativo de constancia de registro de exonerados:
Número carnet Diplomático:
Número identificativo del Registro de la Secretaría de Estado
en el Despacho de Agricultura y Ganadería:

Original: Cliente | Copia: Obligado Tributario Emisor

NAVEGA S.A. de C.V. | R.T.N 08019000218669 | Plaza Tigo, Colonia Los Almendros, al final del blv. Morazán, Tegucigalpa | Número Telefónico 2265 - 8446 | Número de atención al cliente 2243-0000 |

Puedes efectuar tus pagos en: Mi Cuenta  y 

También en los siguiente bancos:

Ficohsa | Bac-Credomatic | Atlantida | Promerica | Banhcafe | Banpais
| Coop. Sagrada Familia | Davivienda | Banco de Occidente

Anexo N. Factura de internet



CONSTANCIA

Yo, **Carlos Leonel Reyes**, como gerente general de **Print Station**, hago constar que: **Mirian Suyapa Bolton y Genis Alexander Bardales**, estudiantes de **Ceutec** de la Carrera de **Contaduría y Finanzas**, realizaron el proyecto de graduación en esta micro-empresa realizando el inventario y plan de compra de maquinas para sublimación, y doy fe que los datos proporcionados son verídicos y reales de esta micro empresa.

Agradeciendo con la ayuda que nos han brindado inventariando toda la mercadería.

Para los fines que a los interesados estimen conveniente se firma esta constancia en la Ciudad de La Ceiba, Atlántida a los trece días del mes de Octubre de año 2022.



Carlos Leonel Reyes
0101-1995-00641

Scanned by TapScanner

Microempresa Print Station				
Descripción	Unidades	Precio Unitario	Precio total	Anual
Cuaderno espiral 1 materia Amigo	2	25.00	50.00	600.00
Cuaderno espiral 2 materias Amigo	3	40.00	120.00	1,440.00
Cuaderno espiral 3 materias Amigo	7	50.00	350.00	4,200.00
Cuaderno espiral 5 materias Amigo	6	50.00	300.00	3,600.00
Cuaderno espiral 2 materias Colors	8	35.00	280.00	3,360.00
Cuaderno espiral 5 materias Colors	1	55.00	55.00	660.00
Cuaderno espiral 1 materia iBook	21	25.00	525.00	6,300.00
Cuaderno espiral 3 materia Studio	4	40.00	160.00	1,920.00
Cuaderno espiral 5 materias Studio	4	60.00	240.00	2,880.00
Cuaderno cosido pequeño 80 pag. Vivo	19	13.00	247.00	2,964.00
Cuaderno cosido pequeño 100 pag. Vivo	26	20.00	520.00	6,240.00
Cuaderno cosido mediano 200 pag. Vivo	10	40.00	400.00	4,800.00
Cuaderno cosido pequeño 200 pag. Colors	6	35.00	210.00	2,520.00
Cuaderno cosido pequeño unico 400 pag. Studio	7	85.00	595.00	7,140.00
Cuaderno de cuadrícula pequeño 80 pag. Vivo	1	23.00	23.00	276.00
Cuaderno pequeño de espiral	18	23.00	414.00	4,968.00
Cuaderno de dibujo	20	10.00	200.00	2,400.00
Cuaderno de caligrafía	22	10.00	220.00	2,640.00
Cuaderno Calco	4	52.00	208.00	2,496.00
Cuaderno único grande	2	165.00	330.00	3,960.00
Cuaderno order book	1	45.00	45.00	540.00
Blocks y libretas				-
Cuaderno block liso Vivo	5	24.00	120.00	1,440.00
Cuaderno block rayado Vivo	6	30.00	180.00	2,160.00
Libreta pequeña de apunte	15	10.00	150.00	1,800.00
Libreta mediana de apunte Steno book	14	20.00	280.00	3,360.00
Escritura				-
Cajas de lápices Studio 12 unid.	60	4.00	240.00	2,880.00
Cajas de lápices Force 12 unid.	36	6.00	216.00	2,592.00
Caja bolígrafo Rojo Force 12 unid.	36	6.00	216.00	2,592.00
Caja bolígrafo negro Paper mate 12 unid.	12	8.00	96.00	1,152.00
Caja bolígrafo azul Force 12 unid.	12	6.00	72.00	864.00
Cajas bolígrafos negros punta fina 12 unid.	24	10.00	240.00	2,880.00
Lápices de colores pequeño Vivo 12 unid.	6	15.00	90.00	1,080.00
Crayones Vivo 12 unid.	11	14.00	154.00	1,848.00
Crayones Force 12 unid.	2	14.00	28.00	336.00

Borradores Vivo	26	6.00	156.00	1,872.00
Paquetes reglas Geométricas Vince	3	25.00	75.00	900.00
Reglas 12 plg.	9	10.00	90.00	1,080.00
Cajas marcadores de pizarra Expo 12 unid.	24	30.00	720.00	8,640.00
Paquetes de marcadores Vivo	5	22.00	110.00	1,320.00
Pegamentos y Adhesivos				-
Silicon barra gruesa...	4	10.00	40.00	480.00
Paquete Silicon barra delgada Genial 70 unid.	70	8.00	560.00	6,720.00
Silicon bote grande Artesco	3	70.00	210.00	2,520.00
Silicon bote mediano Force	3	33.00	99.00	1,188.00
Silicon bote pequeño Force	2	23.00	46.00	552.00
Pegamento barra Force	11	35.00	385.00	4,620.00
Pegamento blanco bote grande Force	4	31.00	124.00	1,488.00
Pegamento blanco bote mediano Vivo	6	20.00	120.00	1,440.00
Pegamento blanco bote pequeño Vivo	9	15.00	135.00	1,620.00
Pegamento blanco bote grande Tucan	2	40.00	80.00	960.00
Accesorios de Oficina				-
Cajas Fastener Force 50 unid.	150	3.00	450.00	5,400.00
Caja Fastener Barrilito 50 unid.	50	3.00	150.00	1,800.00
Caja Clip metalico Jet point 100 unid.	300	0.15	45.00	540.00
Caja Clip metalico Baifa 100 unid.	300	0.30	90.00	1,080.00
Long reach stapler Studmark	1	185.00	185.00	2,220.00
Stick note Studmark	3	28.00	84.00	1,008.00
Caja corrector Artesco 12 unid.	12	19.00	228.00	2,736.00
Cutter Sina Fin	3	22.00	66.00	792.00
Cojin para sellos	4	40.00	160.00	1,920.00
Cajas de grapas grande	5	20.00	100.00	1,200.00
Cajas de grapas pequeñas	5	15.00	75.00	900.00
Cera para contar	2	30.00	60.00	720.00
DVD Maxwell en blanco	10	20.00	200.00	2,400.00
CD Freestyle en blanco	4	20.00	80.00	960.00
Caja Push pin Force 100 unid.	100	2.00	200.00	2,400.00
Bolsas de hules	10	40.00	400.00	4,800.00
Tinta para sellos Stadler	7	40.00	280.00	3,360.00
Cartulinas y Papel decorativo				-
Paquetes papel china Colibrí 100 unid	2,800	3.00	8,400.00	100,800.00
Paquetes papel crepe Pingüino 10 unid	100	14.00	1,400.00	16,800.00
Paquetes cartulina iris Office mart 100 unid.	300	14.00	4,200.00	50,400.00
Paquetes cartulinas escolar Art color 100 unid.	500	8.00	4,000.00	48,000.00

Paquetes de Foamy escarchado 12 unid. Tam. carta	48	10.00	480.00	5,760.00
Paquetes de Foamy de color 12 unid. Tam. carta	12	5.00	60.00	720.00
Pliegos de Foamy	8	30.00	240.00	2,880.00
Pliego de papel lustroso	8	12.00	96.00	1,152.00
Orilla corrugado varios colores	5	70.00	350.00	4,200.00
Orilla corrugado escarchado	2	80.00	160.00	1,920.00
Rollo papel tapiz transparente 20 ydas.	20	20.00	400.00	4,800.00
Rollo papel tapiz decorado 20 ydas.	20	25.00	500.00	6,000.00
Papel construcción	3	60.00	180.00	2,160.00
Papel de regalo	44	10.00	440.00	5,280.00
Arte y diseño				-
Set de brochas Artist Brush	1	150.00	150.00	1,800.00
Temperas Vivo	5	50.00	250.00	3,000.00
Botes de escarcha variado	3	20.00	60.00	720.00
Pinceles Staedtler	2	45.00	90.00	1,080.00
Acuarela water colors	2	25.00	50.00	600.00
Acuarela Happy cat	1	25.00	25.00	300.00
Tijeras pequeñas FinDaBoo	12	20.00	240.00	2,880.00
Tijeras pequeñas Vivo	8	15.00	120.00	1,440.00
Juego de tijeras Force	1	80.00	80.00	960.00
Tijeras Force 8 pulgadas	3	45.00	135.00	1,620.00
Paquetes limpia pipas colores variados 50 unid.	100	2.00	200.00	2,400.00
Paquetes paletas de colores pequeñas 50 unid.	6	25.00	150.00	1,800.00
Paquetes paletas de colores pequeñas 100 unid.	2	40.00	80.00	960.00
Paquete paletas natural pequeñas 50 unid.	3	20.00	60.00	720.00
Paquete paletas natural pequeñas 100 unid.	1	35.00	35.00	420.00
Acuarela Pro Arte	1	22.00	22.00	264.00
Flauta Vivo	2	80.00	160.00	1,920.00
Oficina				-
Papel Bond 22x34 plg.	24	6.00	144.00	1,728.00
Calculadora Casio fx82es plus	2	360.00	720.00	8,640.00
Papel Carbon 180 hojas	180	3.00	540.00	6,480.00
Sobre de manila 3x7 plg.	19	4.00	76.00	912.00
Sobre de manila 9x12 plg.	17	8.00	136.00	1,632.00
Sobre de manila 9x15 plg.	17	9.00	153.00	1,836.00
Sobre de manila 12x12 plg	6	9.00	54.00	648.00
Sobre de manila 15x19 plg.	11	11.00	121.00	1,452.00
Tape Transparente 2 plg delgado	9	30.00	270.00	3,240.00
Tape transparente 1/2 plg. delgado	11	11.00	121.00	1,452.00

Tape transparente 2 plg grueso	3	55.00	165.00	1,980.00
Tape gris 2 plg grueso	4	55.00	220.00	2,640.00
Tape blanco 1 plg grueso	11	30.00	330.00	3,960.00
Tape blanco 1/2 plg. delgado	5	16.00	80.00	960.00
Mounting tape	4	37.00	148.00	1,776.00
Tablas periódicas	2	60.00	120.00	1,440.00
Bolsas de regalos	12	30.00	360.00	4,320.00
Paquetes folder plastico Force 5 unid.	15	16.00	240.00	2,880.00
Plasticos Force	7	33.00	231.00	2,772.00
Paquete folder tamaño carta	100	5.00	500.00	6,000.00
Paquete folder tamaño oficio	100	8.00	800.00	9,600.00
Index card	1	100.00	100.00	1,200.00
Papeleria				-
Cajas de bolillo	5	550.00	2,750.00	33,000.00
Talonarios de recibo comercial	20	15.00	300.00	3,600.00
Talonarios de recibo membretado sin certificación	40	58.00	2,320.00	27,840.00
Caja de sobres blanco 500 sobres	500	1.00	500.00	6,000.00
Cajas de sobres membretado 500 sobres	1,500	6.00	9,000.00	108,000.00
Cajas de mascarillas 50 unid.	100	5.00	500.00	6,000.00
Librería				-
Libro nacho 1er. Grado	3	110.00	330.00	3,960.00
Libro nacho 2do. Grado	3	125.00	375.00	4,500.00
Libro nacho 3er. Grado	3	150.00	450.00	5,400.00
Aprende conmigo 1er. Grado tomo 1	3	44.00	132.00	1,584.00
Aprende conmigo 2do. Grado tomo 1	2	35.00	70.00	840.00
Aprende conmigo 2do. Grado tomo 2	3	40.00	120.00	1,440.00
Aprende conmigo 3er. Grado tomo 1	3	40.00	120.00	1,440.00
Aprende conmigo 3er. Grado tomo 2	1	40.00	40.00	480.00
Cuestionario civico colección paquito	2	42.00	84.00	1,008.00
Libros para colorear	3	25.00	75.00	900.00
Diccionarios básico azul Larousse	2	142.00	284.00	3,408.00
Total	8,354	5,317.45	59,269.00	711,228.00
Confitería				
Paquete de refresco Pepsi 1.25 litros 6 unid.	18	29.00	522.00	6,264.00
Paquetes de refresco Coca cola 1.25 ltr. 6 unid.	12	30.00	360.00	4,320.00
Cajas de mini Pepsi 24 unid.	96	7.00	672.00	8,064.00
Cajas de Coca cola vidrio 12 onz. 24 unid.	96	12.00	1,152.00	13,824.00
Paquete botes de agua 500 ml. 6 unid.	6	12.00	72.00	864.00
Paquete botes de agua 750 ml. 12 unid.	16	40.00	640.00	7,680.00

Paquetes de bebida energizante Amp 12 unid.	36	22.00	792.00	9,504.00
Aprende conmigo 3er. Grado tomo 2	1	40.00	40.00	480.00
Ristras de churros variado 12 unid.	240	3.00	720.00	8,640.00
Total	521	195.00	4,970.00	59,640.00

Anexo P. Inventario

Gastos de Administracion						INFLACION
						10.04%
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Planilla de Administracion	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	
Energia Electrica	1,000.00	1,100.40	1,210.88	1,332.45	1,466.23	
Agua SANAA	-	L. -	L. -	L. -	L. -	
Tren de aseo	-	L. -	L. -	L. -	L. -	
Internet	863.10	949.76	1,045.11	1,150.04	1,265.50	
Gasto de materiales de aseo oficina	L. 175.00	L. 192.57	L. 211.90	L. 233.18	L. 256.59	
Alquiler de Oficina	L. 720.00	L. 792.29	L. 871.83	L. 959.37	L. 1,055.69	
Sub-total	L. 2,758.10	L. 3,035.01	L. 3,339.73	L. 3,675.04	L. 4,044.01	
Depreciacion	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	
Amortizaciones	L. 72.00	L. 72.00	L. 72.00	L. 72.00	L. 72.00	
TOTAL GASTOS ADMINISTRACION	L. 2,830.10	L. 3,107.01	L. 3,411.73	L. 3,747.04	L. 4,116.01	

Gastos de Ventas					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Planilla De Ventas	169,507.59	179,649.92	190,451.89	201,935.86	241,490.67
Gastos de materiales de aseo venta	300.00	330.12	363.26	399.74	439.87

Sub-total	169,807.59	179,980.04	190,815.16	202,335.60	241,930.54
Depreciaciones	19,461.99	19,461.99	19,461.99	19,461.99	19,461.99
Amortizaciones	72.00	72.00	72.00	72.00	72.00
TOTAL GASTOS VENTAS	189,341.58	199,514.02	210,349.14	221,869.58	261,464.53

Anexo Q. Gastos de administración y venta.



Microcrédito

Banca de Primer Piso - Emprendimiento

Destino:

Gastos de Operación,
Compra de materia prima,
Compra de Inventario y
Pago a Proveedores.

Financiamiento hasta
L300,000 para capital de
trabajo.

22%

Tasa de Interés Anual

ÁGIL PRE-APROBACIÓN

*NO APLICA PARA PAGO DE DEUDAS O
CONSUMO



Garantía:

Hipotecaria,
Prendaria / Moviliaria,
Recíproca y
Accesorias.



Forma de Pago:

Mensual

Plazo:

Hasta 36 meses

Tabla de Porcentaje de Ajuste al Salario Mínimo		
Categorías	Años	
	2022	2023
De 1 a 10 Trabajadores	5.32%	5.32%
De 11 a 50 Trabajadores	5.50%	5.50%
De 51 a 150 Trabajadores	6.50%	6.50%
De 151 Trabajadores en Adelante	7.50%	8.00%

Anexo S. https://www.tsc.gob.hn/web/leyes/Acuerdo_Ejecutivo_STSS-308-2022.pdf

Proyección de la población por área y sexo, según grupos de edad

Edad	Población total			Población urbana			Población rural		
	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres
Total	500,846	241,698	259,148	337,640	157,554	180,086	163,206	84,144	79,062
0-4	51,327	26,123	25,204	34,471	17,570	16,901	16,856	8,553	8,303
5-9	49,468	25,149	24,319	32,517	16,474	16,043	16,951	8,675	8,276
10-14	51,142	25,929	25,213	34,205	17,157	17,048	16,937	8,772	8,165
15-19	51,277	25,949	25,328	35,220	17,648	17,572	16,057	8,301	7,756
20-24	47,869	23,441	24,428	32,778	15,614	17,164	15,091	7,827	7,264
25-29	43,608	20,645	22,963	29,879	13,594	16,285	13,729	7,051	6,678
30-34	39,323	18,339	20,984	26,552	11,738	14,814	12,771	6,601	6,170
35-39	33,999	15,682	18,317	22,781	9,870	12,911	11,218	5,812	5,406
40-44	28,015	12,785	15,230	18,936	8,110	10,826	9,079	4,675	4,404
45-49	23,635	10,756	12,879	15,932	6,823	9,109	7,703	3,933	3,770
50-54	19,494	8,889	10,605	13,063	5,609	7,454	6,431	3,280	3,151
55-59	16,230	7,402	8,828	10,885	4,651	6,234	5,345	2,751	2,594
60-64	13,308	6,086	7,222	8,885	3,786	5,099	4,423	2,300	2,123
65-69	10,686	4,880	5,806	7,086	2,988	4,098	3,600	1,892	1,708
70-74	8,205	3,743	4,462	5,386	2,247	3,139	2,819	1,496	1,323
75-79	5,936	2,686	3,250	3,924	1,629	2,295	2,012	1,057	955
80-84	3,866	1,722	2,144	2,619	1,066	1,553	1,247	656	591
85-89	1,975	866	1,109	1,394	554	840	581	312	269
90-94	1,042	449	593	777	300	477	265	149	116
95+	441	177	264	350	126	224	91	51	40

Anexo T, tabla de población total del departamento de Atlántida.

<https://www.ine.gob.hn/publicaciones/Proyecciones2030Dep/Tomo%2010%20Atlantida.pdf>