



**FACULTAD DE POSTGRADO
TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN**

**PROPUESTA DE MODELO DE EQUIPO Y SISTEMA DE
AUTOSERVICIO A BAJO COSTO EN EL DEPARTAMENTO DE
CORTÉS**

SUSTENTADO POR:

**GUSTAVO ADOLFO SOTO GUEVARA
ROMÁN OSTAB ÁVILA GUTIÉRREZ**

PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE

**MÁSTER EN
FINANZAS**

SAN PEDRO SULA, DEPARTAMENTO, HONDURAS, C.A.

27 DE OCTUBRE, 2023

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA
UNITEC**

FACULTAD DE POSTGRADO

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTORA

ROSALPINA RODRÍGUEZ

**VICERRECTOR ACADÉMICO NACIONAL
JAVIER ABRAHAM SALGADO LEZAMA**

SECRETARIO GENERAL

ROGER MARTÍNEZ MIRALDA

**DIRECTORA NACIONAL DE POSTGRADO
ANA DEL CARMEN RETTALLY VARGAS**

**PROPUESTA DE MODELO DE EQUIPO Y SISTEMA DE
AUTOSERVICIO A BAJO COSTO EN EL DEPARTAMENTO DE
CORTÉS.**

**TRABAJO PRESENTADO EN CUMPLIMIENTO DE LOS
REQUISITOS EXIGIDOS PARA OPTAR AL TÍTULO DE
MÁSTER EN
FINANZAS**

ASESOR METODOLÓGICO

MIRNA ISABEL RIVERA

ASESOR TEMÁTICO

JOSE ANTONIO FLORES

MIEMBROS DE LA TERNA:

**CID CANALES AGUILAR
CARLA MARITZA CARDONA BLANCO
MARLON JAVIER MEJÍA MEDRANO**

DERECHOS DE AUTOR

© Copyright 2023
Gustavo Adolfo Soto Guevara
Román Ostab Ávila Gutiérrez

Todos los derechos son reservados.

**AUTORIZACIÓN DEL AUTOR(ES) PARA LA CONSULTA,
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN
ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO DE TESIS DE POSTGRADO**

Señores

CENTRO DE RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE Y LA INVESTIGACIÓN (CRAI)

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA (UNITEC)

Estimados Señores:

Yo, Román Ostab Ávila Gutiérrez y Gustavo Adolfo Soto Guevara de San Pedro Sula, autores del trabajo de postgrado titulado: ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA INICIAR UNA EMPRESA EN INSTALACIÓN DE SISTEMA Y EQUIPOS DE AUTOSERVICIOS EN EL DEPARTAMENTO DE CORTÉS presentado y aprobado en septiembre 2023 como requisito previo para optar al título de máster en FINANZAS y reconociendo que la presentación del presente documento forma parte de los requerimientos establecidos del programa de maestrías de la Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC), por este medio autorizo a las Bibliotecas de los Centros de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI) de UNITEC, para que con fines académicos puedan libremente registrar, copiar o utilizar la información contenida en él, con fines educativos, investigativos o sociales de la siguiente manera:

- 1) Los usuarios puedan consultar el contenido de este trabajo en las salas de estudio de la biblioteca y/o la página Web de la Universidad.
- 2) Permita la consulta y/o la reproducción a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo,

para todos los usos que tengan finalidad académica, ya sea en formato CD o digital desde Internet, Intranet, etc., y en general en cualquier otro formato conocido o por conocer.

De conformidad con lo establecido en los artículos 9.2, 18, 19, 35 y 62 de la Ley de Derechos de Autor y de los Derechos Conexos; los derechos morales pertenecen al autor y son personalísimos, irrenunciables, imprescriptibles e inalienables. Asimismo, el autor cede de forma ilimitada y exclusiva a UNITEC la titularidad de los derechos patrimoniales. Es entendido que cualquier copia o reproducción del presente documento con fines de lucro no está permitida sin previa autorización por escrito de parte de UNITEC.

En fe de lo cual se suscribe el presente documento en la ciudad de, a los 23 días del mes de septiembre del año 2023



ROMÁN OSTAB ÁVILA GUTIÉRREZ

22143039



GUSTAVO ADOLFO SOTO GUEVARA

22143044

*** La autorización firmada se encuentra adjunta a mí expediente**



FACULTAD DE POSTGRADO

PROPUESTA DE MODELO DE EQUIPO Y SISTEMA DE AUTOSERVICIO A BAJO COSTO EN EL DEPARTAMENTO DE CORTÉS.

**GUSTAVO ADOLFO SOTO
GUEVARA
ROMÁN OSTAB ÁVILA
GUTIÉRREZ**

Resumen

El presente estudio de prefactibilidad presenta los resultados de la evaluación de mercado, técnica y económica para la apertura de una empresa de instalación de sistemas y equipos de autoservicio a bajo costo en el departamento Cortés. Surge de la oportunidad en la cual muchas empresas pequeñas (pymes) en el rubro de restaurantes y cafeterías no cuentan con área de autoservicio en sus locales ofreciendo estas un equipo de calidad a bajo costo El estudio de mercado confirmó que existe una intención de compra significativa, con un 86.30% de encuestados que sus locales cuentan con un área de autoservicio y un 89.9% a los encuestados sus locales no tienen un área de autoservicio. En cuanto al estudio técnico, afirmó que la ubicación del local es óptima debido a su proximidad a las zonas con mayores restaurantes y cafeterías. Finalmente, la evaluación económica del proyecto reflejó que es rentable con un VPN de L1,847,462.32, TIR del 37.88%, y un período de recuperación del proyecto de 3.8 años. Se recomienda a futuro, realizar un estudio en otro rubro, por ejemplo, supermercado, farmacia, licorería etc. Invertir en maquinaria, equipo y mobiliario, cumplir con las regulaciones legales y normas de seguridad y aplicar prácticas de eficiencia en la gestión de inventario y recursos humanos para minimizar los costos mensuales

Palabras claves: Prefactibilidad, Autoservicio, estudio, mercado, técnico, económico, VPN, TIR.



GRADUATE SCHOOL

PROPOSAL FOR A LOW-COST EQUIPMENT MODEL AND SELF-SERVICE SYSTEM IN THE DEPARTMENT OF CORTÉS.

**GUSTAVO ADOLFO SOTO GUEVARA
ROMÁN OSTAB ÁVILA GUTIÉRREZ**

Abstract

This prefeasibility study presents the results of the market, technical and economic evaluation for the opening of a low-cost self-service systems and equipment installation company in the Cortés department. It arises from the opportunity in which many small companies (SMEs) in the restaurant and cafeteria sector do not have a self-service area in their premises, offering quality equipment at a low cost. The market study confirmed that there is an intention to purchase significant, with 86.30% of respondents saying that their stores have a self-service area and 89.9% of those surveyed said their stores do not have a self-service area. Regarding the technical study, he stated that the location of the premises is optimal due to its proximity to areas with major restaurants and cafes. Finally, the economic evaluation of the project reflected that it is profitable with a NPV of L1,847,462.32, IRR of 37.88%, and a project recovery period of 3.8 years. It is recommended in the future to carry out a study in other areas, for example supermarkets, pharmacies, liquor stores, etc. invest in machinery, equipment and furniture, comply with legal regulations and safety standards and apply efficiency practices in inventory and human resources management to minimize monthly costs

Keywords: Prefeasibility, Self-service, study, market, technical, economic, VPN, IRR.

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a mi Familia, por siempre el apoyo mostrado a mis proyectos educativos para superación personal. A mis amigos y jefes que me apoyaron durante curse la maestría.

Román Ostab Ávila Gutiérrez

Dedico este proyecto a mi madre, Lucia Guevara Laínes, siendo este mi muestra de amor, admiración y honor de ser su hijo ante tanto esfuerzo por mostrarnos siempre su amor incondicional y su motivación a siempre salir adelante. A mis hermanos, Carlos Enrique Soto y Jesús Alberto Soto, quienes nunca dejaron de creer en mí, y siempre me motivaron a cumplir mis sueños. Don Manuel Morales y Cesar Arechavala, quienes siempre tuvieron la confianza en darme el espacio de cumplir esta meta. Mis compañeros y amigos, quienes fueron pilares en este proceso.

Gustavo Adolfo Soto Guevara

AGRADECIMIENTO

Agradezco primeramente a Dios por darme el privilegio de culminar esta etapa importante en mi vida. Por siempre guiar mis pasos y cuidar de mí y mi familia en todo momento. A la Universidad Tecnológica Centroamericana y catedráticos por la formación brindada que será de apoyo para mi crecimiento profesional. A mis asesores, Mirna Rivera y José Antonio por su paciencia y acertada guía en la elaboración de este proyecto. A mi Familia.

ÍNDICE

DEDICATORIA	IX
AGRADECIMIENTO.....	X
ÍNDICE.....	XI
ÍNDICE DE TABLAS	XII
ÍNDICE DE FIGURAS	XIV
CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN	16
1.1 INTRODUCCIÓN.....	16
1.2 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA	18
1.3 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	21
1.4 OBJETIVOS DEL PROYECTO	23
1.5 JUSTIFICACIÓN.....	24
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....	25
2.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL.....	25
2.2 CONCEPTUALIZACIÓN	30
2.3 TEORÍAS DE SUSTENTO	32
2.4 MARCO LEGAL	42
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA	45
3.1 CONGRUENCIA METODOLÓGICA	45
3.2 ENFOQUE Y MÉTODOS.....	50
3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	51
3.4 TÉCNICAS, INSTRUMENTOS Y PROCEDIMIENTOS APLICADOS	56
3.5 FUENTES DE INFORMACIÓN.....	59
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS	61
4.1 INFORME DE PROCESO DE RECOLECCIÓN DE DATOS	61
4.2 RESULTADOS Y ANÁLISIS DE LAS TÉCNICAS APLICADAS	61
4.3 ESTUDIO TÉCNICO.....	72
4.4 BIENES QUE COMPONEN EL PROYECTO.....	75
4.5 ORGANIZACIÓN DE RECURSOS HUMANOS	79
4.6 ESTUDIO FINANCIERO	85
4.7 SENSIBILIZADO ESCENARIO 1	99
4.8 SENSIBILIZADO ESCENARIO 2	105
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	111
5.1 CONCLUSIONES.....	111
5.2 RECOMENDACIONES	112
CAPÍTULO VI. APLICABILIDAD	113
6.1 NOMBRE DE LA PROPUESTA	113
6.2 JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA	113
6.3 ALCANCE DE LA PROPUESTA	114
6.4 DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO A DETALLE DE LA PROPUESTA	114
6.5 MEDIDAS DE CONTROL	121
6.6 CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN Y PRESUPUESTO.....	122
6.7 CONCORDANCIA DE LOS SEGMENTOS DE LA TESIS CON LA PROPUESTA.....	123
6.8 PRESUPUESTO	124
ANEXOS	126

ANEXO 1 ESTUDIO FINANCIERO	126
ANEXO 2 DRIVE-THRU EJEMPLO DE EQUIPO A USAR PARA RECIBIR AL CLIENTE	135
ANEXO 3 ENCUESTA UTILIZADA PARA LA MUESTRA DE LA POBLACIÓN EN EL DEPARTAMENTO DE CORTÉS	136
ANEXO 4 COTIZACIÓN DE EMPRESA DISTRIBUIDOR E INSTALACIÓN DE EQUIPO AUTOSERVICIO	138
ANEXO 5 IMÁGENES DE LOS EQUIPOS A NECESITAR Y COTIZADOS	139
ANEXO 6 IMÁGENES DE COTIZACIONES LOCALES DE MOBILIARIO DE OFICINA	143
ANEXO 7 IMÁGENES DEL ESTUDIO FINANCIERO Y LEGAL	149
ANEXO 8 IMÁGENES DE LOS LUGARES ENCUESTADOS Y RESTAURANTES QUE SE HAN ADAPTADO	153
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	161

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: CLASIFICACIÓN DE POBLACIÓN MACROECONÓMICA	20
TABLA 2: CENSO DE RESTAURANTES, BARES Y CANTINAS.....	22
TABLA 3. MATRIZ METODOLÓGICA	47
TABLA 4: CRONOGRAMA DE RECOLECCIÓN DE DATOS	59
TABLA 5: RESULTADOS RELEVANTES DE LA ENCUESTA.....	69
TABLA 6: RESULTADOS RELEVANTES DE LA ENCUESTA.....	70
TABLA 7: EQUIPO DE OFICINA.....	75
TABLA 8: MOBILIARIO Y EQUIPO DE PREVENCIÓN.....	76
TABLA 9: PAPELERÍA Y ÚTILES.....	76
TABLA 10: EQUIPO PARA INSTALACIÓN	77
TABLA 11: EQUIPO OPCIÓN PLATA	77
TABLA 12: EQUIPO OPCIÓN ORO	78
TABLA 13: EQUIPO OPCIÓN PLATINO	78
TABLA 14: PERFIL DEL GERENTE GENERAL	79
TABLA 15: PERFIL GERENTE DE PLANEACIÓN Y ESTRATEGIA	80
TABLA 16: PERFIL DEL TÉCNICOS.....	81
TABLA 17: DETALLE DE MANO DE OBRA DEL PRIMER AÑO PRODUCTIVO	81
TABLA 18: CAPACIDAD MÁXIMA DE INSTALACIONES DE EQUIPOS DE AUTOSERVICIO	82
TABLA 19: PROYECCIÓN DE VENTA DE SISTEMAS DE AUTOSERVICIO POR OPCIONES	82
TABLA 20: PROYECCIÓN DE PRECIO DE OPCIÓN PLATA	83
TABLA 21: PROYECCIÓN DE PRECIO DE OPCIÓN ORO.....	83
TABLA 22: PROYECCIÓN DE PRECIO DE OPCIÓN PLATINO.....	83
TABLA 23: PROYECCIÓN DE VENTAS TOTALES.....	84
TABLA 24: BENCHMARKING CONTRA LA COMPETENCIA REDTEC	84
TABLA 25: PLAN DE INVERSIÓN	86
TABLA 26: ESTADO DE RESULTADOS MENSUAL 2023.....	89

TABLA 27: ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA MENSUAL 2023	90
TABLA 28: ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO MENSUAL 2023	91
TABLA 29: ESTADO DE RESULTADO ANUAL 2023-2027	92
TABLA 30: BALANCE GENERAL ANUAL 2023-2027	93
TABLA 31: ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO ANUAL 2023-2027	94
TABLA 32: ANÁLISIS HORIZONTAL Y VERTICAL DEL ESTADO DE RESULTADO 2023-2027	95
TABLA 33: ANÁLISIS HORIZONTAL Y VERTICAL DEL BALANCE GENERAL 2023-2024	96
TABLA 34: INDICADORES FINANCIEROS	97
TABLA 35: EVALUACIÓN FINANCIERA TIR Y VAN	98
TABLA 36: EVALUACIÓN FINANCIERA TIR Y VAN	98
TABLA 37: PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	98
TABLA 38: VALOR ECONÓMICO AGREGADO	99
TABLA 39: COMPOSICIÓN DEL VALOR ECONÓMICO AGREGADO	99
TABLA 40: ESTADO DE RESULTADO ANUAL 2023-2027-SENSIBILIZADO ESCENARIO 1	100
TABLA 41: ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA ANUAL 2023-2027-SENSIBILIZADO ESCENARIO 1	101
TABLA 42: FLUJO DE EFECTIVO ANUAL 2023-2027-SENSIBILIZADO ESCENARIO 1	102
TABLA 43: FLUJO FINANCIERO ANUAL-SENSIBILIZADO ESCENARIO 1	103
TABLA 44, 45 Y 46: EVALUACIÓN TIR, VAN Y PRI	104
TABLA 47 Y 48: PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	104
TABLA 49: ESTADO DE RESULTADO ANUAL 2023-2027-SENSIBILIZADO ESCENARIO 2 PESIMISTA	105
TABLA 50: ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA ANUAL 2023-2027-SENSIBILIZADO ESCENARIO 2 PESIMISTA	106
TABLA 51: FLUJO DE EFECTIVO ANUAL 2023-2027-SENSIBILIZADO ESCENARIO 2 PESIMISTA	107
TABLA 52: FLUJO FINANCIERO ANUAL-SENSIBILIZADO ESCENARIO 2 PESIMISTA	108
TABLA 53, 54 Y 55: EVALUACIÓN TIR, VAN Y PRI	109
TABLA 56 Y 57: PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	110
TABLA 58: DETALLE DE EQUIPOS POR LAS OPCIONES QUE BRINDA RAIDGOAL	116
TABLA 59: PLAN DE INVERSIÓN INICIAL Y PRESUPUESTO	124
TABLA 60: ESTADO DE RESULTADO ANUAL 2023-2027	126
TABLA 61: BALANCE GENERAL ANUAL 2023-2027	127
TABLA 62: ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO ANUAL 2023-2027	128
TABLA 63: ESTADO DE RESULTADO MENSUAL 2023-SENSIBILIZADO ESCENARIO 1 OPTIMISTA	129
TABLA 64: ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA MENSUAL 2023-SENSIBILIZADO ESCENARIO 1 OPTIMISTA	130
TABLA 65: ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO MENSUAL 2023-SENSIBILIZADO ESCENARIO 1 OPTIMISTA	131

TABLA 66: ESTADO DE RESULTADO MENSUAL 2023-SENSIBILIZADO ESCENARIO 2 PESIMISTA	132
TABLA 67: ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA MENSUAL 2023-SENSIBILIZADO ESCENARIO 2 PESIMISTA	133
TABLA 68: ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO MENSUAL 2023-SENSIBILIZADO ESCENARIO 2 PESIMISTA	134
TABLA 69: PLAN DE INVERSIÓN INICIAL Y PRESUPUESTO	143
TABLA 70: NORMATIVAS LEGALES	152

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1: NUEVAS TENDENCIAS EN LOS RESTAURANTES	20
FIGURA 2: INDICE MENSUAL DE ACTIVIDAD ECONOMICA	21
FIGURA 3: FRED HARVEY, PRIMERO EN ABRIR AUTOSERVICIO DEL QUE SE TIENE NOTICIA	25
FIGURA 4: PRIMER AUTOSERVICIO EN ESPAÑA	28
FIGURA 5: ORDEN PARA AUTOSERVICIO O DELIVERIES	29
FIGURA 6: ESQUEMA DE VARIABLES DE ESTUDIO	49
FIGURA 7: ENFOQUE Y MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN	51
FIGURA 8: PRINCIPALES ACTIVIDADES ECONOMICAS	53
FIGURA 9: PERSONAS CON AUTOMOVILES PROPIOS	54
FIGURA 10 : PERSONAS CON AUTOSERVICIO PROPIO	61
FIGURA 11: CUAL ES SU RANGO DE EDAD	62
FIGURA 12: EN QUÉ CATEGORÍA ENTRA SU NEGOCIO	62
FIGURA 13: CUANTO TIEMPO TIENE SU NEGOCIO DE OPERAR	63
FIGURA 14: EL ESTABLECIMIENTO DONDE OPERA SU NEGOCIO	63
FIGURA 15: SU NEGOCIO CUENTA CON UN ÁREA DE AUTOSERVICIO	64
FIGURA 16: CONSIDERA NECESARIO EL USO DE SISTEMAS TECNOLÓGICOS PARA LA ATENCIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE	64
FIGURA 17: SU CANAL DE AUTOSERVICIO ES:	65
FIGURA 18: SU CANAL DE AUTOSERVICIO ES LA QUE MÁS ATIENDE CLIENTES	65
FIGURA 19: EN QUE RANGO ESTA SU PORCENTAJE DE INGRESO POR EL ÁREA DE AUTOSERVICIO	66
FIGURA 20: CUANTO CUESTA EL MANTENIMIENTO DE SU EQUIPO DE AUTOSERVICIO MENSUALMENTE	66
FIGURA 21: LE GUSTARIA LA INSTALACION DE EQUIPOS DE AUTOSERVICIO A BAJO COSTO	67
FIGURA 22: SU NEGOCIO CUENTA CON UN AREA DE AUTOSERVICIO	67
FIGURA 23: LE GUSTARIA LA INSTALACION DE EQUIPOS DE AUTOSERVICIO A BAJO COSTO	68

FIGURA 24: LE GUSTARIA LA INSTALACION DE EQUIPOS DE AUTOSERVICIO A BAJO COSTO	.68
FIGURA 25: MAPA DE HONDURAS73
FIGURA 26: LE GUSTARIA LA INSTALACION DE EQUIPOS DE AUTOSERVICIO A BAJO COSTO	.73
FIGURA 27: MPA DE LA CIUDAD DE SAN PEDRO SULA74
FIGURA 28: VISTA SATELITAL DE LA COLONIA TREJO74
FIGURA 29: ORGANIGRAMA79
FIGURA 30: MODELO DE NEGOCIO117
FIGURA 31: (LOGO)117
FIGURA 32. ANÁLISIS FODA119
FIGURA 33. DIAGRAMA DE FLUJO DE LA PROPUESTA120
FIGURA 34: CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN DE LA PROPUESTA RAPIDGOAL122
FIGURA 35: MATRIZ DE CONCORDANCIA123

CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 INTRODUCCIÓN

La presente tesis tiene como finalidad evaluar la factibilidad del uso de autoservicios a bajo costo para el rubro de restaurantes y cafeterías. A continuación, se da un concepto de su importancia.

El sistema del autoservicio es clave para todas las empresas —sin importar su tamaño o sector— ya que permite optimizar la atención del cliente y, por lo tanto, mejorar sus experiencias. Al momento de responder qué es un sistema de autoservicio, es importante remarcar las diversas ventajas que implica; como la agilización de procesos, la atención inmediata o la reducción de costos. También, vale la pena destacar que es un complemento de la atención con agentes humanos.(ZENDESK, 2023)

Los sistemas de autoservicio son importantes para garantizar una atención primaria, inmediata y siempre disponible. Gracias a ello, los agentes tienen más tiempo y pueden concentrarse en solucionar los casos más complejos y brindar las mejores experiencias a los clientes.(ZENDESK, 2023)

El planteamiento del problema hoy en día surge de la necesidad de buscar alternativas para mejorar el área de autoservicios buscando mejorar atención al cliente, sus antecedentes históricos, así como también nuestras interrogantes de investigación, nuestro objetivo general como objetivos específicos y al final del mismo hacemos énfasis en la justificación de la factibilidad de la instalación de autoservicio a bajo costos en el departamento de Cortés, Honduras.

El autoservicio, sobre todo en los restaurantes de comida rápida, están en el ranking de las opciones más demandadas en restauración. López, (2019). En este estudio se busca brindar a los consumidores una alternativa en la búsqueda de sus productos preferidos en los restaurantes y cafeterías del departamento de Cortés.

En el capítulo 2 se habla acerca del marco conceptual, el cómo surge la necesidad de buscar alternativas en bajo costo de auto servicios dirigidos a restaurantes y cafeterías, sus antecedentes históricos, énfasis en la justificación del porque es necesario el estudio de la factibilidad de autoservicios a bajo costo en el departamento de Cortés.

En el capítulo 3 hacemos uso de nuestra metodología, desarrollamos un enfoque específico en el estudio de la factibilidad del proyecto, hacemos una investigación acerca de la población a nivel nacional de restaurantes y cafeterías a través de los datos que nos proporciona el INE (instituto nacional de la estadística), como técnica e instrumentos aplicados en nuestra investigación los cuales son las encuestas y desarrollamos un cronograma acerca de todas las actividades que hemos realizado.

En el capítulo 4 hacemos un análisis profundo de los datos obtenidos en las encuestas y realizamos la correspondiente factibilidad a través del VAN y TIR, estos nos darán los resultados finales acerca de si es factible o no el proyecto de autoservicios a bajo costo.

En el capítulo 5 se muestra tanto las conclusiones y recomendaciones que hacemos de acuerdo los objetivos específicos que se trazó en el proyecto, acerca de si es factible o no el proyecto de autoservicios a bajo costo

En el capítulo 6 se presenta la propuesta de aplicabilidad , donde se define el nombre y logo de la empresa , así como el método de negocio y factores de riesgo a los cuales se les aplica las medidas de control.

1.2 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

En el mes de marzo del año 2020, la Organización Mundial de la Salud (OMS), declaró al nuevo coronavirus SARS-COVID-s, también conocido como Covid-19, pandemia y paralizó la economía mundial de la noche a la mañana. (Salud, 2020)

El virus Covid-19 se transmite principalmente entre personas a través minúsculas gotas respiratorias, que tienen una dimensión de entre 5 a 10 micrómetros, que son producidas por personas que tienen sinología respiratoria. También es posible que el virus se transmita cuando una persona contagiada habla, ya que al hacerlo produce gotículas más pequeñas de 5 micrómetros; estas pueden subsistir en el aire en periodos largos de tiempo y llegar a más de un metro de distancia.

El 10 de febrero del año 2020, se dio un brote de Covid-19 en un restaurante en la ciudad de Guanzhou, China, que involucró a 3 grupos familiares. Los contagios dentro de lugares cerrados y sin ventilación son más comunes. (Qu, 2021)

Una de las industrias más afectadas es la del turismo, donde entra el sector de la hostelería y la alimentación.

El Comercio de bienes y servicios aumentó 2.8% (3.8% a septiembre de 2018), atribuido a mayores ventas de productos alimenticios, bebidas y maquinarias para la agricultura, industria y construcción. En tanto, la actividad de Hoteles y Restaurantes se incrementó 5.6% (4.7% en 2018), explicado por el dinamismo en los ingresos por el suministro de comidas y bebidas, aunado al alza en los servicios de hospedaje, principalmente en las ciudades turísticas del país. De acuerdo con la secretaria de turismo, el total de sitios registrados en el año 2019 es de 11,021, y el 71% corresponden a establecimientos de alojamiento y servicios de comida, con un crecimiento promedio de 4.5% promedio entre 2015 y 2019. (Banco Central de Honduras, 2019)

El gobierno implementó estrategias para disminuir el número de contagios de Covid-19. Una de las medidas tomadas fueron el distanciamiento social, regulaciones sobre la movilidad de las personas dentro del territorio nacional, aforos reducidos en lugares cerrados y exigencias sobre los horarios de atención al público, ocasionando una disminución de los ingresos, lo que ha llevado que muchos negocios, como hoteles y restaurantes cierren sus puertas de forma temporal, y en el peor de los casos, de manera definitiva. Secretaría de trabajo y seguridad social, (2020)

Antes de la pandemia por el COVID-19, los restaurantes manejaron los procesos de facturación y atención de forma manual, como la toma de pedidos y la generación de facturas. Con el comienzo de la pandemia esto aumentó las posibilidades de contagios de Covid-19 tanto al personal como a los clientes del restaurante, donde el personal de caja se hace cargo de tomar los pedidos de los clientes, estando expuestos a las gotículas de saliva y al contagio. El elemento utilizado de visualización de los productos por parte de los clientes es la carta o menú físico. Este elemento es manipulado diariamente por decenas de personas, que, descuidadamente y sin importar la higiene de sus manos, se convierte en un foco de contaminación del virus, y la desinfección del menú con lo que resulta casi imposible realizarse regularmente, ya que debido a la cantidad de personal es mínima y la cantidad de menús es mucha.

Junto con apoyo de la Unión Europea, el gobierno de Honduras por su secretaría de Trabajo y Seguridad Social, emitieron el 15 de abril del 2020, el “Protocolo general de medidas de bioseguridad para establecimientos de alimentos y bebidas (restaurantes y cafeterías) como una necesidad a la reapertura de la economía. Estos lineamientos tienen como función, proteger a las personas que dan el servicio y las personas que son clientes, mediante la utilización de equipos de protección, como mascarillas, protectores visuales, guantes, con el objetivo de fortalecer y proteger la seguridad y la no propagación del virus.

Como inicial del protocolo para las reaperturas de los restaurantes, se tomaron medidas de reducir la capacidad establecida de asientos y mesas, reduciéndolo a la mitad (50%), en otros casos, se buscaba instalar sillas y mesas en el exterior, para una mayor seguridad. Se usaba delimitadores dentro de los comedores, para tener distancias de 2 metros, y en el exterior se usaba de 1 metro.

El uso de mascarillas es una norma exigida y la atención de las cajeras dando del servicio no debía ser más de lo habitual, siguiendo una norma de rápida y corta atención e interacción con el cliente.

Para enfrentar la crisis sanitaria, el uso de técnicas de ventas se diversificó y fue muy bien recibido, tanto los canales de venta por deliverys, como el canal de autoservicio en comidas rápidas. Se implementa tecnologías que permitieron que los clientes tengan un mínimo contacto entre personal de atención y los clientes, surgiendo una necesidad de una atención sin mucho contacto, ganando fuerza la filosofía de la implementación de la palabra “contactless” o “sin contacto” en

todos los establecimientos de restaurantes y demás comercios. (Diego Coquillat, 2020). Ver anexo n. 2



Figura 1: Nuevas tendencias en los restaurantes

Fuente: (Tendencias en los restaurantes de comida rápida (king, 2022)

Tabla 1: clasificación de población macroeconómica

Clasificación	2017	2018	2019	2020 (A)	2021 (p)
Total de visitantes	2,144,212	2,323,396	2,314,664	669,273	816,492
Turistas	850,191	846,788	724,225	204,257	459,172
Cruceros	1104,354	1288,516	1395,311	393,251	304,399
Visitantes del día	189,667	188,092	195,128	71,765	52,921

P Cifras preliminares
A: Actualizado

Fuente: (Instituto Nacional de Estadística INE, 2021)

En el tercer trimestre del 2022 se observó que la actividad económica fue impulsada especialmente por el aporte favorable en las actividades de intermediación financiera, seguros y

fondos de pensiones, la industria manufacturera, transporte y almacenamiento, el comercio, así como hoteles y restaurantes, esto da como resultado en la recuperación económica del país, retornando a los niveles previos a la crisis sanitaria, incluso superándolos en la mayoría de las actividades, excepto en agricultura, minas, canteras, y el sector construcción. (Banco Central de Honduras, 2022)

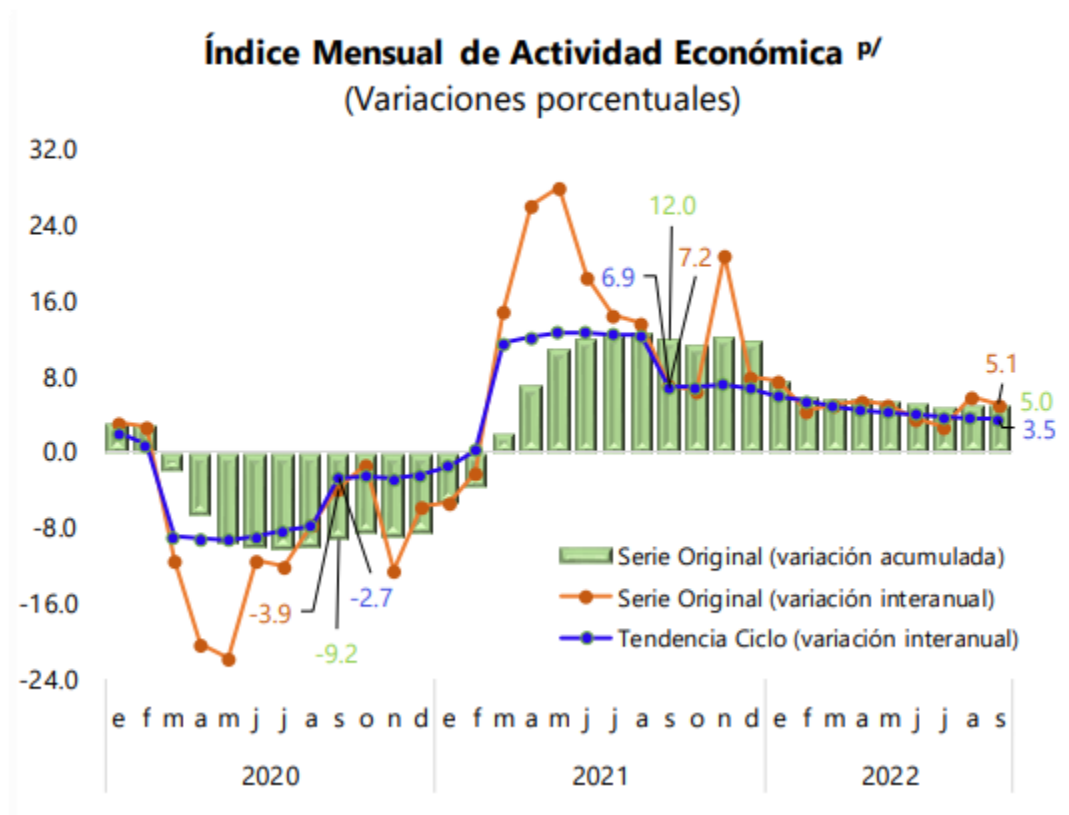


Figura 2: Índice mensual de actividad económica

Fuente: (Departamento macroestadística BCH, 2023)

1.3 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

Los autoservicios se centran en la distribución y venta de productos a terceros generando una rentabilidad (Credit Rating Agency, 2016). Tienen un propósito, el cual consiste en proporcionar a sus clientes un servicio eficiente, eficaz y con las mismas características de un servicio interno del restaurante o cafetería, es decir, que los clientes encuentren los productos disponibles tanto internamente, como en el canal de autoservicio, a un mismo costo, y con mayor rapidez, y el nivel de atención en el menor tiempo posible. Cabe destacar que, con estas actividades

los autoservicios buscan fidelizar a sus clientes, usar eficientemente los recursos con los que cuenta, y ser más competitivos en el mercado, algo que los restaurantes de comidas rápidas tienen muy bien definido y planificado.

Se debe de tener en mente y considerarse que la sociedad y el mercado actual ha tenido significantes cambios respecto a los hábitos alimenticios, ya que existen muchos horarios laborales muy justos, teniendo posibles veces de no contar con el tiempo suficiente para preparar la comida en la casa. Ahora las personas buscan formas en cómo pueden compensar el tiempo que se llevaba hacer comida y comer sin perder el tiempo en el proceso.

En la actualidad, las empresas para llegar a ser competitivas tienen que pasar por una transición que les permita poner a disposición del consumidor sus productos y tener una mayor presencia en el mercado, esto se logra a través de diferentes herramientas tecnológicas. Las pequeñas y medianas empresas convencionales enfrentan un problema en común sobre no tener un mayor alcance en el mercado y ser poco competitivas. Para realizar el análisis del problema nos basaremos en el proceso normal de compra/venta de una pequeña empresa dedicada al rubro de Restaurante y cafetería en Honduras, en los cuales, se presentan oportunidades en el sector PYME en departamentos con considerable cantidad de restaurantes y cafeterías en el país.

Tabla 2: Censo de restaurantes, bares y cantinas

Código	Descripcion de Departamento	Hoteles; Campamentos Y Otros Tipos De Hospedaje Temporal	Restaurantes, Bares Y Cantinas	Total
01	Atlantida	136	1,696	1,832
02	Colon	67	768	835
03	Comayagua	82	1,264	1,346
04	Copan	106	806	912
05	Cortes	319	4,646	4,965
06	Choluteca	67	1,598	1,665
07	El Paraiso	58	523	581
08	Francisco Morazan	185	2,778	2,963
10	Intibuca	40	189	229
12	La Paz	18	282	300
13	Lempira	29	137	166
14	Ocotepeque	23	329	352
15	Olancho	50	497	547
16	Santa Barbara	39	762	801
17	Valle	35	638	673
18	Yoro	50	1,004	1,054
TOTAL		1,304	17,917	19,221

Fuente: (Instituto nacional de estadísticas, 2023)

1.3.1 ENUNCIADO DEL PROBLEMA

Se formulan las siguientes preguntas para poder justificar el alcance y la viabilidad del proyecto ¿Es viable en las condiciones actuales del mercado, tanto técnicamente, como económicamente la captación de Pymes como restaurantes y cafeterías optando por adherir a sus canales de ventas la implementación de sistemas y equipos de autoservicio a bajos costos en Honduras?

Preguntas de investigación

1. ¿Cuáles son las condiciones del mercado para una empresa proveedora de sistemas de autoservicio?
2. ¿Qué requerimientos técnicos y legales se necesitan para comenzar a operar un emprendimiento de proveer y dar el servicio al mercado de sistemas y equipos de autoservicio en el sector Pyme?
3. ¿Es viable financieramente ser proveedor de sistemas y equipos de autoservicio en el sector Pyme en Honduras?
4. ¿Qué tipos de estrategias se pueden usar para comercializar los equipos y sistema de autoservicio y ser proveedores exclusivos?

1.4 OBJETIVOS DEL PROYECTO

1.4.1 OBJETIVO GENERAL

Determinar la viabilidad económica de una empresa proveedora de sistemas y equipos de autoservicio con precios competitivos, dirigida al sector Pyme en restaurantes y cafeterías en el departamento de Cortés para el periodo tiempo del 2023- 2027

1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Determinar las condiciones del mercado para una empresa proveedora de sistemas y equipos de autoservicio en el departamento de Cortés.
2. Conocer los términos técnicos y legales que son necesarios para el inicio de operación de una empresa proveedora de sistemas y equipos de autoservicio en el departamento de Cortés.
3. Evaluar en base a análisis financieros y sensibles, la rentabilidad en ser proveedor de sistemas y equipos de autoservicio en el departamento de Cortés.
4. Desarrollar estrategias para comercializar, e instalar y ser proveedores exclusivos de los equipos y sistemas en el departamento de Cortés.

1.5 JUSTIFICACIÓN

Cada día con las nuevas formas de servicio y ventas se crea una necesidad de entregar comida más rápida sin necesidad que el cliente utilice las instalaciones o bien por la necesidad del cliente de ahorrar tiempo durante su día a día, por lo cual, el aumento en el uso de autoservicios y deliverys ha aumentado significativamente, causando que los restaurantes y cafeterías tengan dos áreas nuevas de atención al cliente, por lo cual algunos restaurantes y cafeterías han apostado por solo tener área de autoservicio en ciertas áreas de la ciudad para descongestionar sus restaurantes y darle una alternativa sus clientes de poder adquirir sus productos.

Esto genera un gasto en la instalación de un sistema de autoservicio como un local y terreno para instalar, por lo cual se debe buscar alternativas de ahorro en la instalación de estos sistemas.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL.

Hasta su aparición, los únicos establecimientos que servían comidas eran los restaurantes propiamente dichos. Ofrecían cartas relativamente variadas y cuyo servicio se confiaba íntegramente a un personal cualificado. Estos establecimientos tienen su origen en los Estados Unidos, donde recibieron su primitiva designación de *self-service* («autoservicio»).

Los primeros de los que se tiene noticia parecen ser los que abrió Fred Harvey, comisionista de la línea férrea Chicago-Burlington-Quincy en 1876. Se instalaron en las estaciones de la célebre línea ferroviaria Archison-Topeka-Santa Fe.

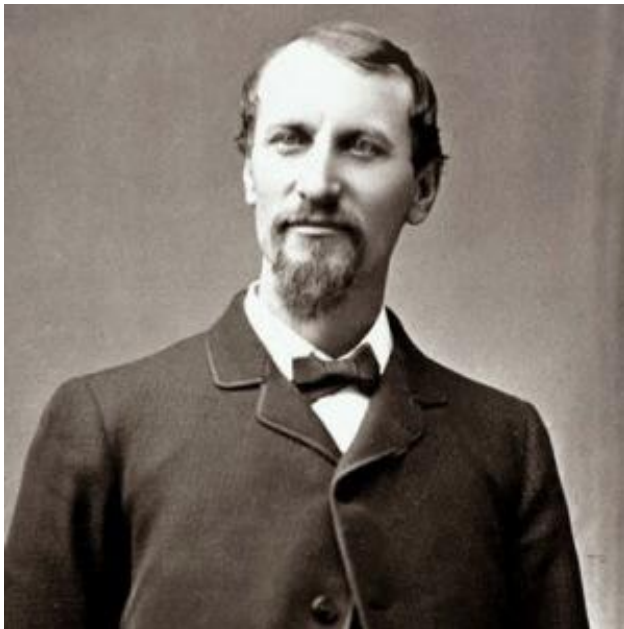


Figura 3: Fred Harvey, primero en abrir autoservicio del que se tiene noticia

Fuente: (Wikipedia)

Ofrecían a los viajeros la posibilidad de comer de forma rápida y satisfactoria, sin tampoco gastar demasiado. Eran en cierto modo cafés modificados. De ahí que posteriormente algunos países hayan adoptado el término español de cafetería para designarlos, aun cuando no se corresponda exactamente con el modelo de establecimiento que en España recibe este nombre.

Es interesante como se crea esta idea, ya que existe la probabilidad según nos menciona Rhode Island, un escrito de 1872, que Harvey se haya inspirado en los vehículos de restauración tirados por caballos que vendían lonchas de pollo frío, huevos duros y bocadillos a los viandantes y que habían aparecido en Providence, Rhode Island, en 1872.

Mediante una serie de factores sociales aportaron en gran medida a la expansión de estos establecimientos y su rápida aceptación, su enfoque era dar una seguridad en cada establecimiento, donde no aceptaban vender bebidas alcohólicas, la comida era sana y las instalaciones estaban impecablemente limpias. Pero, sobre todo su moralidad era irreprochable y en aquel momento, la seguridad de la familia lo era todo, sobre todo la seguridad de las mujeres.

La clientela femenina no disfrutaba de la misma seguridad en otros establecimientos de restauración. Como era el caso de los saloons(salones), donde comer algo era accesorio ya que en realidad se iba a consumir alcohol, o incluso de los restaurantes, donde las mujeres solían llamar la atención de los clientes masculinos.

Los self-service(autoservicio) eran por tanto establecimientos “burgueses”, y de hecho la burguesía norteamericana de la época, tanto pequeña como mediana, imbuida de respetabilidad, les aseguró una clientela numerosa y estable. El hecho de no servir alcohol respondía al puritanismo de esta clientela. Según los historiadores Jane y Michel Stem, en Nueva York, la Church Temperance Society (liga protestante de templanza) abrió ocho self-service como alternativa a los saloons.

Otro factor social que favoreció igualmente la expansión de estos establecimientos fue la aceleración del ritmo de vida urbano. Ello, acompañado por un aumento de la población trabajadora empleada en oficinas.

Los “cuellos blancos”, era una expresión muy utilizada en los Estados Unidos para designar a los oficinistas, que no disponían de tiempo suficiente para regresar a su casa para el almuerzo. Y, tampoco tenían medios necesarios para frecuentar los restaurantes. Ellos normalmente deseaban mantenerse sobrios para continuar su trabajo sin tropiezos, por lo que fueron encontrados cada vez más self-service a su disposición. Y, cerca de sus lugares de trabajo.

Las fórmulas variaban según los establecimientos y las ciudades. En el Middle West, los clientes se servían en un mostrador. Pasaban por la caja y a continuación se instalaban en alguna mesa vacía donde daban cuenta de sus consumiciones.

En Nueva York, en cambio, el Exchange Buffet introdujo desde 1890 la fórmula de comer de pie. Ante el mostrador eliminando incluso la instalación de mesas individuales y permitiendo por tanto una explotación mucho más rentable de la superficie de los locales. Esta fórmula ha tenido mucho éxito en la mayoría de los países occidentales.

A finales de la década de los setenta surgieron tres factores nuevos que llevaron a pensar que la fórmula de los self-service se había quedado obsoleta:

- El primer factor fue el aumento del nivel de vida, al menos en los Estados Unidos. Hizo que el carácter excesivamente «funcional» de este tipo de establecimientos comenzará a perder su atractivo, siendo desplazados en el favor del público por los restaurantes propiamente dichos.
- El segundo, paradójicamente, fue el éxodo de los ciudadanos hacia zonas residenciales de la periferia; en efecto, la reducción de la jornada laboral, que a su vez redujo a media hora la pausa estipulada para el almuerzo, hizo que se extendiera la costumbre de sustituir la comida por un sándwich o un tentempié consumido en el mismo lugar de trabajo.
- El tercer factor fue la introducción de los platos cocinados en la industria conservera y la clara diversificación de la conservería alimentaria, lo que favoreció que un sector de la clientela habitual de los self-service, que acudían a estos establecimientos porque detestaban comer en su casa dándole al abrelatas, cambiaran de actitud.

A finales de la década de los ochenta, los self-service habían cedido una parte de su mercado a la fórmula derivada de los distribuidores de platos para llevar. Conocida como fast-food.

CURIOSFERA-HISTORIA.COM, (2020)



Figura 4: Primer autoservicio en España

Fuente: (Wikipedia)

Cómo la pandemia alteró la industria de los restaurantes

Según cifras tomadas del Washington Post, en Estados Unidos, comer fuera de las instalaciones cerradas de un local ha aumentado considerablemente y casi el 40 por ciento de los clientes hacen filas con sus vehículos, para llevar a su casa o hacer deliveries.

Ir a un restaurante durante la pandemia era raro. Primero, estaban cavernosamente vacíos por mandato mientras los añorábamos. Luego nos asustamos de estar cara a cara con otros clientes. A medida que los clientes volvían, la escasez de trabajadores desequilibraba las cosas. Y a medida que disminuyó la escasez de trabajadores, la inflación impidió que muchos comensales abandonaran los niveles de gastos previos a la pandemia.

En la mayoría de restaurantes, aún no se vuelve del todo a la normalidad los restaurantes todavía ven un 16 por ciento menos de personas cenando en las instalaciones en comparación con antes de la pandemia. Sin embargo, las comidas fuera de las instalaciones han aumentado precisamente eso, según la Asociación Nacional de Restaurantes. Pero la forma en que se desglosa es reveladora: las entregas han subido más del 5 por ciento, mientras que la comida para llevar ha bajado un 3. ¿El gran ganador? el autoservicio, hasta un 13 por ciento.

En este momento, el 39 por ciento de todo el tráfico de restaurantes se mide por las largas filas de los autos en un carril de acceso directo, dijo Hudson Riehle, economista de la Asociación Nacional de Restaurantes. Operacionalmente, muchos restaurantes funcionan de manera diferente

a como lo hacían hace tres años, con una mayor dependencia de la integración tecnológica y del mercado fuera de las instalaciones”, dijo.

¿Qué significa esto?

La industria de los restaurantes se ha bifurcado entre dos tipos de lugares: los que atienden a la multitud “hambrienta”, que debe comer ahora y aquellos que quieren ser nutridos y entretenidos.

“Hay una dicotomía en lo que quieren los consumidores. Quieren valor y conveniencia, pero también anhelan una experiencia”, dijo David Henkes, analista senior de la firma de investigación de mercado Technomic. “Los restaurantes de servicio rápido están apostando mucho dinero a que esos cambios sean permanentes”.

Taco Bell señala un concepto que debutó en un suburbio de Minneapolis en junio, con cuatro carriles de acceso para vehículos, una cocina en el segundo piso y pedidos, con carriles dedicados únicamente a los repartidores o pedidos realizados a través de la aplicación móvil de Taco Bell. entregado hacia abajo a través de tubos que parecen de la era espacial a los automóviles de los clientes en aproximadamente dos minutos desde el momento del pedido. No hay comedor.

Tanto Taco Bell como McDonald’s intensifican sus esfuerzos en la búsqueda de mayor eficiencia en entregas y mayor facilidad para ordenarlas



Figura 5 orden para autoservicio o deliverys

Fuente: (Wikipedia 2023)

Los consumidores se sienten limitados, pero los restauradores están más presionados: según datos del gobierno, los precios de los alimentos consumidos en el hogar aumentaron un 12 por ciento en los últimos 12 meses, mientras que los alimentos consumidos fuera de casa aumentaron un 8,5 por ciento en el mismo tiempo. Esto significa que los dueños de restaurantes se están comiendo parte de ese aumento en los costos de los alimentos y no se lo están pasando a los clientes para seguir siendo competitivos.

Una forma en que los restaurantes enfrentan la incertidumbre es reducir las ofertas y simplificar los menús, enfocándose más en los alimentos que tienen una vida útil más larga, un mayor margen de ganancias o que requieren menos mano de obra para prepararse. (Los costos laborales de los restaurantes aumentaron un 9,8 por ciento este año y un 9 por ciento el año pasado, según la Asociación Nacional de Restaurantes). Los menús se convirtieron en ejercicios de brevedad en medio de la pandemia, y aunque ya no son haiku, siguen siendo reducidos...

Debido a que los chefs y propietarios redujeron los platos principales de 10 opciones a, digamos, seis, y tienen que cubrir las categorías más populares como pollo, carne de res, salmón, camarones y algo vegetariano, la variedad se ha visto afectada y las comidas más creativas se han quedado cortas. (Laura Reiley, 2022)

2.2 CONCEPTUALIZACIÓN

A Continuación, se define algunos conceptos claves de la investigación con el objetivo de que el lector tenga una mejor comprensión del texto.

Autoservicio: “Canal de servicio al cliente, donde se debe de pasar con el automóvil en una sección del restaurante, donde será atendido y posteriormente se entrega su orden.”(Thru, 2020)

Kioscos digitales: “es una solución innovadora y versátil para empresas y organizaciones que buscan interactuar con los clientes de formas nuevas y emocionantes. así evitando hacer fila para ser atendido por un cajero o cajera.”(WADATEC, 2023)

Mercado: “Sector en específico donde se realizan procesos y transacciones, con el fin de llegar a un acuerdo entre el producto o servicio teniendo en concordancia el precio que se pagará o cobrará por este.”(Sernac, s. f.)

Activos: todos aquellos bienes, recursos y servicios que puede poseer una empresa.(GBM, 2022)

Demanda: “La cantidad total de un bien o servicio que la gente desea adquirir.”(Alfonso, s. f.)

Contabilidad: “sistema de control y registro de los gastos e ingresos y demás operaciones económicas que realiza una empresa o entidad.”(Infoautonomos, s. f.)

Espacio comercial: instalación o ambiente habilitado para desarrollar en él actividades comerciales.(<https://sde.gob.hn>, 2023)

Encuesta: “serie de preguntas que se hace a muchas personas para reunir datos o para detectar la opinión pública sobre un asunto determinado.”(Brainly, s. f.)

Financiamiento: “mecanismo por medio del cual se aporta dinero o se concede un crédito a una persona, empresa u organización para que esta lleve a cabo un proyecto, adquiera bienes o servicios, cubra los gastos de una actividad u otra, o cumpla sus compromisos con sus proveedores.” (GRAUZ, 2021)

Proyecto:” idea de una cosa que se piensa hacer y para la cual se establece un modo determinado y un conjunto de medios necesarios.”(Brainly, s. f.)

Riesgo: “combinación de la probabilidad de que se produzca un evento y sus consecuencias negativas.” (CIIFEN, 2022)

Publicidad: herramienta tradicional directa del marketing y tiene objetivos de divulgar un producto para estimular su consumo, transmitir un mensaje positivo con relación a una marca, y fortalecer la presencia de una empresa en el mercado. (Content, 2019)

Parlante: Dispositivo destinado a la conversión de ondas eléctricas en energía mecánica y de mecánica en acústica.(Wikipedia, 2021)

Cable TSJ: es un multiconductor eléctrico flexible, formado por cordones de hilos de cobre suave trenzados en haz, aislados con termoplástico de cloruro de polivinilo (PVC) y cubierta de nylon, reunidos helicoidalmente y con una cubierta externa termoplástica color negro resistente a la intemperie también de cloruro de polivinilo (PVC).(Wikipedia, 2021)

PYMES: es el termino como se cual designa a las pequeñas y medianas empresas en los países.(Certus, 2019)

Restaurante. Se trata del comercio que ofrece diversas comidas y bebidas para su consumo en el establecimiento. Dicho consumo debe ser pagado por el cliente, que suele ser conocido como comensal.(CIIFEN, 2022).

Cafetería: Se enfoca específicamente en el café, té o chocolate con leche. Otras opciones pueden variar entre pan, caldo, sándwiches, y postres que complementan su comercio.(Wikipedia, 2021).

2.3 TEORÍAS DE SUSTENTO

2.3.1 BASES TEÓRICAS

2.3.1.1 ECONOMIA DE HONDURAS

Honduras tiene una economía pequeña, abierta, en gran medida agrícola e informal. Dada su ubicación estratégica, una base industrial sólida, amplios recursos productivos y una creciente población joven, el país tiene el potencial para acelerar su crecimiento y hacerlo de forma resiliente e inclusiva.

En la actualidad, Honduras sigue siendo uno de los países más pobres y desiguales del hemisferio occidental. En 2019, alrededor de la mitad de la población hondureña (49,5 por ciento) vivía con menos de 6,85 dólares al día (US\$6,85 por persona por día en Paridad del Poder Adquisitivo, PPA, de 2017). Esta proporción fue mucho más alta que los promedios de América Latina y el Caribe y Centroamérica para 2019, situados en 27,8 por ciento y 25,6 por ciento, respectivamente. La pobreza extrema alcanzó 12,7 por ciento (US\$2,15 por día PPA 2017) y la desigualdad, medida por el Índice de Gini, llegó a 48,2 ese mismo año.

La pandemia de COVID-19 y los huracanes consecutivos Eta e Iota impactaron significativamente la economía hondureña en 2020. El PIB real se contrajo un 9 por ciento y la pobreza (línea de US\$6,85) aumentó 8,2 puntos porcentuales hasta el 57,7 por ciento en 2020. Una respuesta de política contra cíclica amortiguó los efectos de estos múltiples choques; sin embargo, sus programas de asistencia social tuvieron un impacto de mitigación relativamente pequeño. El impacto fue restringido debido a su baja cobertura limitada de programas de asistencia social. Durante ese año, unas 400.000 personas perdieron su trabajo y aproximadamente el 70 por ciento de los hogares reportaron una caída en su ingreso, de acuerdo con las encuestas telefónicas de alta frecuencia en la región del Banco Mundial.

Impulsado por el consumo privado, la reconstrucción posterior a los huracanes Eta y Iota y la fuerte demanda de exportaciones, la economía hondureña se recuperó en un 12,5 por ciento en 2021, alcanzando el nivel previo a la crisis. Asimismo, y a pesar de los desafíos globales en contra y los impactos del huracán Julia (1,2 por ciento del PIB de 2021), el PIB real anual se expandió un

4 por ciento en 2022, según datos preliminares del Banco Central de Honduras. Las previsiones de crecimiento para son del 3,5 por ciento. Para generar más oportunidades para la población más vulnerable en Honduras, se requiere promover un mayor crecimiento económico, mejorar la productividad y competitividad, y promover la inclusión mediante la mejora del acceso a servicios y empleos de calidad. Para alcanzar un crecimiento más inclusivo es necesario implementar reformas institucionales en temas clave como: la sostenibilidad del sector eléctrico, la gobernanza y el clima de negocios.

De igual modo, Honduras tiene el desafío de fortalecer su resiliencia al cambio climático y mejorar la gobernabilidad y la calidad de las instituciones, incluyendo la transparencia e independencia de poderes constitucionales. (*Banco Mundial – Desarrollo sostenible, resiliencia y crecimiento económico, 2023*)

2.3.1.2 LA TEORÍA ECONÓMICA NEOCLÁSICA

Es un concepto utilizado en economía para referirse a un enfoque económico que intenta integrar el análisis marginalista a algunas de las percepciones provenientes de la economía clásica.

Este enfoque incluye, en gran principio la consideración y análisis de la oferta como la demanda en la determinación a la inflación de los precios, así como da importancia al dinero en asuntos económicos. Los neoclásicos extendieron el análisis económico a otras situaciones consideradas, tanto por los clásicos como los marginalistas, es decir, examinaron situaciones de competencia perfecta y competencia imperfecta (monopolio, duopolio). Se podría agregar que los neoclásicos reintroducen el estudio de los grupos o agregados.

El término generalmente se emplea en dos acepciones: para referirse a los desarrollos en el pensamiento económico entre 1870 y/o 1920 y para referirse críticamente a lo que se considera el pensamiento económico ortodoxo o dominante (mainstream) en la actualidad. En las palabras de E. Roy Weintraub: "Todos somos neoclásicos ahora, incluso los keynesianos, porque lo que se enseña a los estudiantes, lo que es la economía principal (mainstream), es economía neoclásica".

El economista neoclásico por excelencia es Alfred Marshall (fundador de la teoría del equilibrio parcial). Otra de las grandes figuras es León Walras, fundador de otra de las grandes aproximaciones (fundador de la teoría del equilibrio general). Otros neoclásicos de gran

importancia incluyen a los monetaristas Knut Wicksell e Irving Fisher, y los economistas del bienestar Arthur Pigou y Vilfredo Pareto, entre otros.

Como lo anterior sugiere, la escuela neoclásica ejerció gran influencia en los desarrollos posteriores del pensamiento económico durante el siglo xx, por ejemplo, a través de la conocida síntesis clásico-keynesiana o Neokeynesianismo e incluso en el presente, a través de los nuevos clásicos. Notando que el uso del término se da principalmente entre pedagogos, algunos han cuestionado si su uso es adecuado, dado que puede confundir a estudiantes y otros no expertos en el tema.

Sin embargo, la posición generalmente aceptada es que, de hecho, hay un grupo de economistas que pueden ser descritos como neoclásicos en la medida que comparten una serie de asunciones generales. De acuerdo a David Colander, las características del pensamiento neoclásico; en su acepción más restringida, es decir, como extendiéndose desde aproximadamente 1870 a 1930; son:

- Se centra en la asignación de recursos en un momento determinado, es decir, se refiere a la elección y disposición de recursos escasos entre posibles alternativas.

Acepta alguna variedad del utilitarismo como jugando un papel central para comprender la economía.

Se centra en alternativas marginales. El neoclasicismo se interesa en las alternativas y los cambios "marginales" que son el objeto del cálculo.

Asume una racionalidad de largo plazo.

Acepta el individualismo metodológico. Está estructurada alrededor de un concepto de equilibrio general en la economía. Sin embargo, como se ha notado, algunos consideran que la escuela se puede encontrar incluso en el presente. Desde ese punto de vista, Christian Arnsperger y Yanis Varufakis sugieren que los neoclásicos (y solo los neoclásicos) comparten tres meta-axiomas:

- Individualismo metodológico: los fenómenos a ser estudiados lo son centrándose en los individuos. (sin embargo, hay que notar que estos no son los individuos del lenguaje común y corriente, sino individuos metodológicos o agentes económicos: "Un agente económico es la unidad básica de operación en el modelo. Generalmente consideramos que el agente

económico es un individuo.... Sin embargo, en algunos modelos económicos, se considera como un agente una nación, una familia o un gobierno. En otras ocasiones, el "individuo" es disuelto en una colección de agentes económicos, cada uno actuando en circunstancias diferentes y cada uno considerado un agente económico". El punto es importante. Los neoclásicos reintroducen a la disciplina el estudio de grupos o clases, tanto de individuos como de fenómenos, bajo la forma de agregados.)

- Instrumentalismo metodológico: por lo que entienden que todo comportamiento es guiado por preferencias, es decir, es instrumental. (nótese que esto modifica sutilmente el problema de la racionalidad económica. Los neoclásicos no asumen que los individuos persiguen únicamente su interés propio, pero, cualquiera que sea el motivo por el cual escogen perseguir algún objetivo, lo hacen racionalmente (véase homo economicus).
- Equilibrio metodológico: lo que quiere decir que los neoclásicos asumen que el comportamiento agregado oscila alrededor de o tiende a un punto de equilibrio económico. Esto, a diferencia de, por lo menos algunos marginalistas (por ejemplo, Carl Menger), para los cuales no hay razón alguna por lo cual el mercado deba estar en equilibrio: los individuos buscan maximizar utilidad o beneficios, no equilibrio. Además, hay problemas con la asunción de la información perfecta.

Sin embargo, cualquier profundización del área revela diferencias de fondo entre los autores neoclásicos. Esta es, obviamente, un área compleja. Simplificando mucho se podría postular a nivel introductorio varios "tipos" de neoclasicismo (Manténgase presente que los autores que serán mencionados no contribuyeron exclusivamente en un área):

Las aproximaciones del equilibrio, que, a su vez, se pueden dividir en:

- La aproximación de Marshall que algunos consideran representa el origen del pensamiento ortodoxo en la economía actual. Marshall introdujo a la disciplina el uso formal de modelos económicos conceptuales y diagramáticos, basados en análisis lógicos (el concepto de *Cæteris paribus* es un ejemplo), dejando las matemáticas para demostraciones en notas o apéndices. Marshall creía que el propósito de la economía, como ciencia, era "eliminar la pobreza". Desde ese punto de vista, Marshall transformó el concepto de plusvalía en el conocido como "Plusvalía o Excedente de Marshall", constituido por el Excedente del

productor y Excedente del consumidor. Marshall asumió que la utilidad es aditiva (es decir, que la relación “ingreso-utilidad” de un individuo es la suma de funciones de utilidad independientes). Esto significa que las curvas de indiferencia adquieren gran importancia y el concepto de utilidad marginal pierde algo del papel central que juega en el trabajo de los marginalistas propiamente tales. Finalmente, Marshall introdujo tanto el principio de la oferta y demanda como el concepto de equilibrio parcial: “El equilibrio parcial se concentra en el equilibrio en un solo mercado, usando el análisis de la oferta y la demanda como el punto de partida para analizar el funcionamiento y eficiencia del mercado. Se entiende por equilibrio la situación en la cual los planes de los productores y los consumidores son equiparables o los mismos en términos monetarios.

La aproximación de Walras que dio origen a una visión de la economía que es percibida por algunos como dominante en el presente. Walras buscó dar a la disciplina el mayor grado posible de precisión y generalización, para lo cual abandono cualquier presupuesto ético y basó su análisis en las matemáticas. Partiendo de la asunción que el precio de los bienes no se debe ni a la voluntad del vendedor ni la del comprador, sino en el hecho que los bienes económicos son tanto útiles como limitados (es decir, escasos) sugiere que eso establece una relación que se puede estudiar objetivamente, como en una "ciencia fisicomatemática". Eso le permite sugerir que todos los actores económicos son "aceptadores de precios" (Price takers, en inglés), lo que, a su vez, le permite establecer una condición, asumiendo los precios como dados y que los actores actúan racionalmente (ver homo economicus), en la cual todo lo que se produce se vende, es decir, se establece un equilibrio general. En orden a determinar teóricamente esa condición, propuso la llamada Ley de Walras, que establece que, al considerar un mercado cualquiera en particular, si todos los demás mercados en una economía están en equilibrio, entonces ese mercado también debe estar en equilibrio. Esto significa que, en una economía con "n" mercados, de los cuales uno está en equilibrio, es suficiente resolver n-1 ecuaciones simultáneas para establecer las condiciones de vaciamiento del mercado del resto de los mercados, y así determinar las condiciones (precios, niveles de producción, etc.) del equilibrio general.³⁷ Los actores individuales, que no son capaces de efectuar ese cálculo, determinan los equilibrios en cada mercado específico a través de un proceso de tanteo walrasiano. Desde el punto de vista de Walras, esa situación es esencialmente ética, en que logra el máximo de satisfacción de necesidades dada las condiciones reales. (ver primer teorema fundamental de la economía del bienestar).

- Las aproximaciones de la economía del bienestar; que buscan relacionar las cuestiones de eficiencia económica con las del bienestar social, representadas por las obras de Pigou, Edgeworth y Pareto. (ver, por ejemplo, eficiencia de Pareto.)

Las aproximaciones que se centran en la relación entre la economía real y el dinero, representada principalmente por la obra de Knut Wicksell e Irving Fisher, etc., que dieron origen al monetarismo y la economía monetaria.

Las aproximaciones centradas en extender el análisis más allá del área de estudio tradicional (tanto de los clásicos como de los marginalistas): los monopolios y competencia perfecta a situaciones de competencia imperfecta, Aquí encontramos nuevamente a Wicksell, pero hay que agregar a Edward Hastings Chamberlain (ambos fundamentales para la teoría de la Competencia monopolística), Piero Sraffa y Joan Robinson (teoría del oligopolio), etc.(Roldán, 2023)

2.3.2 METODOLOGÍAS DESARROLLADAS

2.3.2.1 TEORÍA DE LA RENTABILIDAD

Sánchez (2002) explica que la rentabilidad financiera o del capital, denominada en la literatura anglosajona return on equity (ROE), es una medida, referida a un determinado periodo de tiempo, del rendimiento obtenido por sus capitales propios, generalmente con independencia de la distribución del resultado.

La rentabilidad financiera puede considerarse así una medida de rentabilidad más cercana a los accionistas o propietarios que la rentabilidad económica, y de ahí que teóricamente, y según la opinión más extendida, sea el indicador de rentabilidad que los directivos buscan maximizar en interés de los propietarios.

En este sentido, Sánchez (2002) agrega que la rentabilidad financiera debería estar en consonancia con lo que el inversor puede obtener en el mercado más una prima de riesgo como accionista. Sin embargo, esto admite ciertas matizaciones, puesto que la rentabilidad financiera sigue siendo una rentabilidad referida a la empresa y no al accionista, ya que aunque los fondos propios representen la participación de los socios en la empresa, en sentido estricto el cálculo de la rentabilidad del accionista debería realizarse incluyendo en el numerador magnitudes tales como beneficio distribuable, dividendos, variación de las cotizaciones, etc., y en el denominador la

inversión que corresponde a esa remuneración, lo que no es el caso de la rentabilidad financiera, que, por tanto, es una rentabilidad de la empresa.

La rentabilidad financiera es, por ello, un concepto de rentabilidad final que al contemplar la estructura financiera de la empresa (en el concepto de resultado y en el de inversión), viene determinada tanto por los factores incluidos en la rentabilidad económica como por la estructura financiera consecuencia de las decisiones de financiación (Sánchez, 2002).

Por otro lado, el índice de rentabilidad financiera, según Aguirre et al. (1997) evalúa la rentabilidad obtenida por los propietarios de una empresa; el rendimiento obtenido por su inversión. Su fórmula es la siguiente:

$$\text{Beneficio neto} / \text{Recursos propios medios}$$

Este cálculo permite medir la capacidad de la empresa para la remuneración de sus accionistas, que puede ser vía dividendos o mediante la retención de los beneficios, para el incremento patrimonial. Este índice es importante por una serie de causas (Aguirre et al., 1997):

- Contribuye a explicar la capacidad de crecimiento de la empresa.
- Los accionistas apoyarán la gestión realizada a medida que se satisfaga la rentabilidad de sus inversiones.
- Permite comparar desde la perspectiva del accionista, rendimientos de inversiones alternativas.

Adicionalmente, Van Horne y Wachowicz (2002), mencionan que el rendimiento del capital es otro parámetro resumido del desempeño general de una empresa. Este índice compara la utilidad neta después de impuestos con el capital que invierten en la empresa los accionistas. Agregan, además, que la rentabilidad financiera indica el poder productivo sobre el valor contable de la inversión de los accionistas y se calcula aplicando la siguiente fórmula:

$$\text{Utilidad neta después de impuestos} / \text{Capital de los accionistas}$$

En contraposición con lo mencionado por Sánchez (2002), la rentabilidad financiera no es una medida referida propiamente a la empresa, tal y como él lo expone, sino más bien a los

accionistas, ya que mide el poder productivo del valor contable de la inversión de propietarios de una empresa. Una vez que se divide el beneficio neto entre los recursos propios medios, se obtiene un cociente que claramente mide la capacidad de la empresa para remunerar a sus accionistas. En general, entre más alto es dicho rendimiento, mejor para los propietarios, pues esto muchas veces refleja la aceptación de otras oportunidades de inversión por parte de la empresa y una mejor administración de sus gastos, que a la larga los beneficia particularmente a ellos. (De La Hoz Suárez et al., 2008)

2.3.2.2 TEORIA DE PLANIFICACION FINANCIERA

La Planeación Financiera es la organización de la manera en que las empresas administrarán sus recursos financieros para lograr sus objetivos empresariales; en general, el resultado de dicha planeación será un Plan Financiero en donde se detalla la táctica financiera empresarial y se hacen previsiones dados los diferentes estados contables y financieros.

Planear financieramente implica proyectar en términos monetarios los resultados a futuro que quiera alcanzar la empresa identificando los recursos necesarios para lograrlo, el Plan Financiero tratará de analizar el impacto de las diversas estrategias posibles de la empresa y las posibles contingencias que se puedan presentar. Algunas de las ventajas de hacer un Plan Financiero son:

- Tener la opción de prever los diferentes escenarios que pueda enfrentar la organización.
- Tener un informe o diagnóstico de la situación financiera de la empresa que servirá también como apoyo a la toma de decisiones en la organización.
- Marcar una hoja de ruta base para el crecimiento y desarrollo de la organización.

Concepto de Planeación Financiera

Brindaremos a continuación definiciones de varios autores que pueden servir para fortalecer el concepto. Para Diego Francisco Gutiérrez: “La planeación financiera se entenderá como las actividades que se deben realizar para asegurar la supervivencia de la empresa y garantizar a los propietarios que sus planes crearán valor en el futuro”.

Para Pilar Cibrán Ferraz y otros: «Por planificación financiera se entiende la información cuantificada de los planes de la empresa que tienen incidencia en los recursos financieros».

Pedro Arroyo, Ruth Vásquez y Agustín Villanueva: «El planeamiento es una actividad que implica diseñar una secuencia de actividades e identificar los recursos requeridos para su desarrollo a fin de alcanzar las metas u objetivos que una organización desea conseguir en un futuro».

Características de la Planeación Financiera

- La Planificación financiera genera las reglas para el desarrollo, cambio y crecimiento de la empresa.
- Se preocupa por las decisiones en los procesos de crecimiento, desarrollo, evolución, logística o diversificación de la empresa.
- Exprésalos objetivos financieros que desea alcanzar la empresa.
- Genera la distribución de los recursos financieros de la empresa dadas las políticas establecidas de gasto e inversión.
- Plantea unos objetivos a cumplir (posibles y óptimos) para ser evaluados con posterioridad.

Elementos de la Planeación Financiera

Para desarrollar un Plan Financiero y tomar las mejores decisiones para el manejo de la organización es necesario primero analizar la situación financiera de la empresa y para esto se deben usar elementos como el análisis de flujos financiero, el análisis de la información financiera, el diagnóstico financiero y los estados futuros o previsiones.

- Análisis de Flujos: Consiste en el análisis de los movimientos del dinero en la empresa, tanto entrantes como salientes con el objetivo de mantener recursos disponibles para el correcto funcionamiento de la empresa.
- Análisis de la información financiera: Es el análisis de la información contable de la empresa, que generalmente utiliza indicadores de gestión o ratios que servirán para identificar la situación general de la empresa.

- El diagnóstico financiero: Consiste en el informe inicial de la situación económica y financiera de la empresa y en donde se recopilan los indicadores más relevantes del comportamiento o desempeño de la firma.
- Estados futuros o previsiones: Es la estimación del posible desempeño futuro de la empresa en términos de ventas, costos, indicadores financieros y rentabilidad que pueda tener la empresa en unas condiciones dadas. (*La planeación financiera* • Gestipolis, 2023)

2.3.2 INSTRUMENTOS UTILIZADOS

Dentro de la investigación del proyecto de viabilidad del sistema y equipos para autoservicio en restaurantes y cafeterías en Honduras, se implementarán las siguientes técnicas para poder tener datos de diferentes características y calidad, por lo que se propone el uso de:

2.3.3.1 ENCUESTA

QuestionPro (2022) Las encuestas son un método de investigación y recopilación de datos utilizadas para obtener información de personas sobre diversos temas. Las encuestas tienen una variedad de propósitos y se pueden llevar a cabo de muchas maneras dependiendo de la metodología elegida y los objetivos que se deseen alcanzar. Dentro de esta investigación se buscará la información necesaria para establecer la demanda y las preferencias de los consumidores por lo cual se realizará encuestas al comercio intermediario y encuestas a los consumidores finales.

2.3.3.2 ENTREVISTA

Hernández Sampieri et al. (2014) Se define como una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados). En 44 la entrevista, a través de las preguntas y respuestas se logra una comunicación y la construcción conjunta de significados respecto a un tema (Janesick, 1998). Las entrevistas se dividen en estructuradas, semiestructuradas y no estructuradas o abiertas (Ryen, 2013; y Grinnell y Unrau, 2011). En las primeras, el entrevistador realiza su labor siguiendo una guía de preguntas específicas y se sujeta exclusivamente a esta (el instrumento prescribe qué cuestiones se preguntarán y en qué orden). Las entrevistas semiestructuradas se basan en una guía de asuntos o preguntas y el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener más información. Las entrevistas abiertas se fundamentan en una guía general de contenido y el

entrevistador posee toda la flexibilidad para manejarla. Para este estudio realizaremos entrevista semiestructurada.

2.3.1.3 GRUPO FOCAL

Hernández Sampieri & Mendoza Torres (2018) Un método de recolección de datos cuya popularidad ha crecido son los grupos de enfoque. Algunos autores los consideran como una especie de entrevistas grupales, que consisten en reuniones de grupos pequeños o medianos (tres a 10 personas), en las cuales los participantes conversan a profundidad en torno a uno o varios temas en un ambiente relajado e informal bajo la conducción de un especialista en dinámicas grupales (Krueger y Casey, 2015 y The SAGE Glossary of the Social and Behavioral Sciences, 2009). Más allá de hacer la misma pregunta a varios participantes, su objetivo es generar y analizar la interacción entre ellos y cómo se construyen colectivamente significados (Morgan, 2008; y Barbour, 2007). Esta actividad se realizará con mínimo de 8 personas en la cual se harán preguntas y degustación del producto.

2.4 MARCO LEGAL

2.4.1 REGLAMENTO PARA EL CONTROL SANITARIO DE ESTABLECIMIENTOS, PRODUCTOS FARMACÉUTICOS Y OTROS DE INTERÉS SANITARIO.

Artículo 1. El presente Reglamento tiene por objeto, establecer las disposiciones para la regulación, control y fomento sanitario que deben cumplir las personas naturales o jurídicas bajo las cuales se otorgarán las autorizaciones sanitarias a los alimentos y bebidas, sus materias primas y establecimientos dedicados a la fabricación, elaboración, manipulación, expendio, envasado, conservación, importación, exportación, almacenamiento, transporte, distribución, comercialización y otros de interés sanitario relacionados a los mismos en los que se incluyen servicios de hostelería; así como la publicidad de los mismos, con el fin de proteger la salud de la población. (<https://sde.gob.hn>, 2023)

2.4.2 PERMISO DE OPERACIÓN

Este permiso es necesario para el funcionamiento de la empresa, y para poder realizar cualquier transacción entre clientes.

Requisitos para el Permiso de Operación:

- Solicitud de permiso de operación. (solicitar formulario en el departamento de tributación)

- Declaración jurada (solicitar formulario departamento de tributación).
- Copia de constitución de Sociedad o Escritura de comerciante individual.
- Copia de recibo de pago de bienes inmuebles al día. (inmueble donde operará el negocio).
- Copia de RTN del negocio, propietario o representante legal.
- Copia de identidad del propietario o representante legal.
- Licencia sanitaria vigente o constancia en trámite. (comestibles).
- Hoja de antecedentes penales propietario o representante.
- Copia del contrato de arrendamiento vigente del local o fotocopia de la escritura en caso de ser propietario. (contrato de arrendamiento debidamente inscrito en el Departamento de Justicia)
- Pago de inspección.
- Solvencia municipal vigente.
- Rótulo de madera obligatorio (casco histórico)
- Croquis de ubicación del negocio.
- Fotografías de afuera del local.

Afiliación en el IHSS.

- Documento que acredite el nombre del patrono (escritura de comerciante individual o sociedad)
- Documento que acredite al representante legal del patrono. (copia de identidad y R.T.N)
- R.T.N. Del comerciante individual o de la sociedad
- Dirección exacta del patrono (croquis en hoja aparte de la ubicación del negocio)
- Tarjeta de identidad de cada uno de los socios o pasaporte o carnet de residencia en el caso que sean extranjeros
- Copia recibo de teléfono de las oficinas de la empresa de Hondutel, Tigo o Claro.
- Fotografías de la fachada en donde está ubicado el negocio u oficina a una distancia adecuada.
- Copia de permiso de operación de la alcaldía municipal vigente.
- Llenar solicitud para la creación de la aplicación ATEMED (sistema de consultas en línea) y actualización de datos para envío de planilla electrónica.
- Listado en Excel de los trabajadores indicando su puesto.

- Descargar y llenar el formulario
- Enviar el formulario al correo electrónico rosa.maradiaga@ihss.hn
- Registro en Régimen de Aportaciones Privadas (RAP).
- Fotocopia del Acta de Constitución o documento que ampare a la Personería Jurídica y sus respectivas reformas que han tenido.
- Fotocopia del Poder Legal de Administración y Representación.
- Fotocopia de tarjeta de DNI del Representante Legal y contacto de la empresa
- Fotocopia del RTN de la empresa y del Representante Legal
- Completar Formulario de Inscripción y Actualización (RAP EMPRESAS)
- Permiso de Operaciones Vigente.
- Completar y firmar el Contrato de Uso Portal Empresarial (para carga de planillas).
- Fotocopia de DNI de cada colaborador
- Fotocopia de la planilla del mes anterior de los salarios pagados a los colaboradores (firmada y sellada)
- Adjuntar una copia de la planilla del Seguro Social del mes anterior a la Inscripción Empresarial.
- Llenar el formulario de Afiliación y Actualización (Posterior a la entrega de los documentos).
- Recibir una charla informativa sobre los beneficios de ser aportantes al RAP, para lo cual la Empresa debe indicar la fecha donde todos o la mayoría de los colaboradores deberán estar presentes.
- Croquis del domicilio de la Empresa.
- Completar el Registro de Firmas.

Importante: Todo documento elaborado por la empresa deberá presentarse al RAP debidamente sellado y firmado.

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA

3.1 CONGRUENCIA METODOLÓGICA

Una matriz de congruencia consiste en presentar y resumir en forma adecuada, general y sucinta los elementos básicos del proyecto de investigación, la cual mide, evalúa y presenta una visión panorámica elabora al inicio del proceso; si sólo formulamos variables, no tiene utilidad; tenemos que integrar directamente al “objetivo y al problema”, pues la integración o sistematización de ellos es la base de la investigación; en conclusión, la matriz de congruencia posibilita el análisis e interpretación de la operatividad teórica del Proyecto de Investigación. (Pérez & Ortiz, 2016)

En el siguiente apartado se ha de mostrar la congruencia con la que cuenta la investigación partiendo desde el título, la problemática encontrada, así como los objetivos que se plantearon, a la vez que las variables encontradas por medio del total de la congruencia, misma que se presenta a continuación:

3.1.1 MATRIZ METODOLÓGICA

El método utilizado para el presente proyecto de pre factibilidad estará enfocado en un método cuantitativo, ya que se requiere de variables numéricas para encontrar magnitudes numéricas que logren crear razonamiento en los datos que se obtendrán en el estudio.

El método cuantitativo se caracteriza, ante todo, porque requiere variables numéricas para poder expresar el problema de la investigación. Es decir que los datos analizados deben de ser siempre cuantificables, o en términos generales, expresables en una cantidad.

Entre sus técnicas suelen emplearse encuestas, experimentos e incluso predicciones, una vez obtenido un primer resultado, ya que los datos cuantitativos suelen ser generalizables.

Otra característica importante es se trata de un método objetivo, significa que la interpretación y los puntos de vista no tienen cabida en él, sino la relación demostrable entre cifras y modelos matemáticos.

En el presente proyecto de equipos y sistema de autoservicio para la PYME en el rubro de restaurantes y cafeterías, se usará la investigación descriptiva y la investigación analítica, ya que ambas permiten especificar propiedades, características y rasgos importantes del fenómeno

estudiado, mediante análisis y demostración en el análisis descriptivo; mientras que en la investigación analítica no experimental se revisarán y compararán variables determinadas entre grupos de control y de estudio. Permitiendo comprobar o refutar alguna hipótesis previamente establecida. (Hernandez, 2010)

En el desarrollo de la investigación, se definió el uso de la investigación de tipo transversal, “En este diseño se recolectan datos en un solo momento en un tiempo único” (Hernandez, 2010)

En el desarrollo del proyecto se utilizó la investigación de tipo transversal, ya que “se define como un tipo de investigación observacional que analiza datos de variables recopiladas en un periodo de tiempo o en el transcurso de un periodo corto sobre una población muestra o subconjunto predefinido. Se definió la necesidad de realizar un diagrama, que muestra el enfoque y los métodos de los temas de investigación que se realizarán

Tabla 3. Matriz metodológica

Título de la Investigación	Problema	Objetivo General	Preguntas de Investigación	Objetivos específicos	Variables
<p>AUTOSERVICIO A BAJO COSTO PARA RESTAURANTES Y CAFETERIAS</p>	<p>¿Son altos los costos por la instalación de autoservicio para restaurantes cafeterías?</p>	<p>Determinar la viabilidad económica de una empresa proveedora de sistemas y equipo de autoservicio con precios competitivos, dirigida al sector Pyme en restaurantes y cafeterías en el departamento de Cortés</p>	<p>¿Cuáles son las condiciones del mercado para una empresa proveedora de sistemas de autoservicio?</p>	<p>. Determinar las condiciones del mercado para una empresa proveedora de sistemas y equipos de autoservicio en el departamento de Cortés</p>	<p>Finanzas personales</p>

			¿Qué requerimientos técnicos y legales se necesitan para comenzar a operar un emprendimiento de proveer y dar el servicio al mercado de sistemas y equipos de autoservicio en el sector Pyme?	. Conocer los conocimientos técnicos y legales que son necesarios para el inicio de operación de una empresa proveedora de sistemas y equipos de autoservicio en el departamento de Cortés.	Situación Económica
			Evaluar en base a análisis financieros y sensibles, la rentabilidad en ser proveedor de sistemas y equipos de autoservicio en el departamento de Cortés.	. Evaluar en base a análisis financieros y sensibles, la rentabilidad en ser proveedor de sistemas y equipos de autoservicio en el departamento de Cortés.	Decisiones Financieras
			¿Qué tipos de estrategias se pueden usar para comercializar los equipos y sistema de autoservicio y ser proveedores exclusivos?	Desarrollar estrategias para comercializar, instalar y ser proveedores exclusivos de los equipos y sistemas en el departamento de Cortés.	Salario

Fuente:(Elaboración propia

3.1.2 ESQUEMA DE VARIABLES DE ESTUDIO

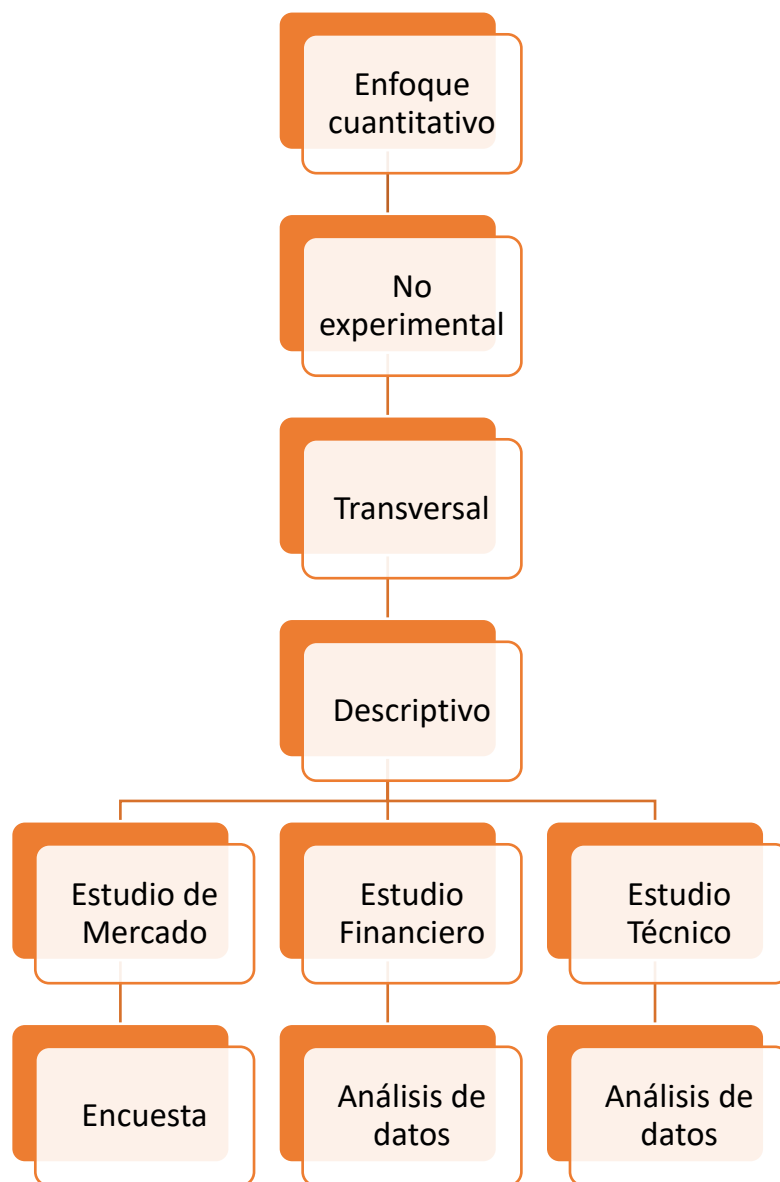


Figura 6 Esquema de variables de estudio

Fuente: Elaboración propia

3.1.3 HIPÓTESIS

La hipótesis se puede definir como una predicción o explicación provisoria (mientras no sea contrastada) de la relación entre 2 o más variables. Así pues, el problema-pregunta precede a la hipótesis-respuesta que, a su vez, deriva del/los objetivo/s de la investigación. (Atención Primaria Práctica, 1998)

El nivel de competitividad en las empresas PYMES de comida ha creado grandes brechas entre costo-beneficio comparándose contra las grandes empresas de franquicias que hay en Honduras, donde sus canales de ventas como ser los autoservicios aportan mayor preferencia a la hora de elegir el cliente. Adicional, los costos que se incurren en las instalaciones de equipos de autoservicio hacen que se reduzcan posibilidades de adquirirlos a corto plazo

En la presente hipótesis se realizarán sus respectivos análisis de datos, con el fin de responder a la hipótesis sobre si es viable y factible, o si no lo es la propuesta de equipos y sistema de autoservicio para PYMES a bajos costos.

3.2 ENFOQUE Y MÉTODOS

Se entiende por métodos de investigación, aquellos procedimientos lógicos y rigurosos que siguen los investigadores para obtener conocimiento, debemos recordar que la palabra método también se puede definir como camino o ruta. Toda investigación nace a partir de una situación observada o sentida, que genera una serie de inquietudes o preguntas que no se pueden responder de forma inmediata, sino que requiere establecer un proceso de desarrollo para dar solución.

3.2.1 ¿POR QUÉ ES ENFOQUE CUANTITATIVO?

Los datos son cuantitativos, ya que permite para medir variables concretas y obtener una visión general de nuestro mercado meta que podemos abarcar, así como los diferentes rubros donde se podría tener una oportunidad

3.2.2 ALCANCE DESCRIPTIVO

Es un alcance descriptivo, ya que permitirá a través de la información obtenida para conocer las necesidades de los clientes al momento de adquirir o no los equipos o sistemas de autoservicio.

3.2.3 NO EXPERIMENTAL

Es no experimental ya que los datos se obtuvieron con la aplicación de la encuesta, se analizaron sin manipularlos deliberadamente, para medir y comprender las necesidades de los clientes.

3.2.4 TRANSVERSAL

La encuesta fue aplicada una sola vez, obteniendo los datos en una sola ocasión.

Respecto a la forma como se adquiere la información encontramos la siguiente clasificación:

- Enfoque Cuantitativo: Parte del estudio del análisis de datos numéricos, a través de la estadística, para dar solución a preguntas de investigación o para refutar o verificar una hipótesis.
- Enfoque Cualitativo: Parte del estudio de métodos de recolección de datos de tipo descriptivo y de observaciones para descubrir de manera discursiva categorías conceptuales.
- Enfoque Mixto: Consiste en la integración de los métodos cuantitativo y cualitativo, a partir de los elementos que integran la investigación. (*Métodos, tipos y enfoques de investigación*, 2014)

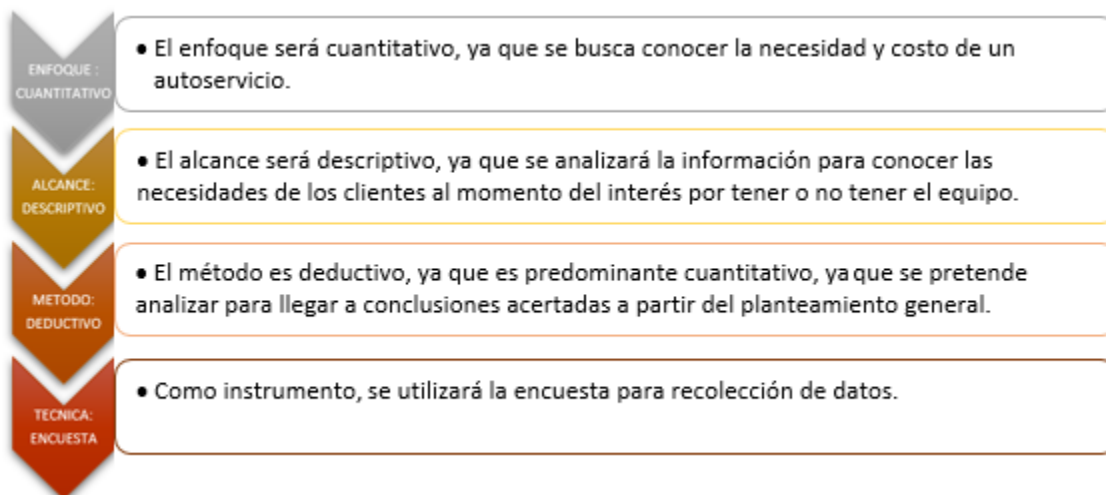


Figura 7 Enfoque y métodos de investigación

Fuente: Elaboración propia

3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Las unidades de análisis estadístico deben definirse en relación con el tipo de investigación que se desea realizar. Es en función del tema y la problemática de tu trabajo que determinarás los rasgos que las unidades de tus análisis estadísticos deban tener.

En este sentido, la definición de las unidades de análisis se empareja con la selección de la población a estudiar.

¿Qué es la población? Una población es el conjunto de casos o sujetos que se amoldan a ciertos criterios de exclusión o inclusión. Además, una población también debe limitarse a un entorno de tiempo-espacio. Claro que una población suele tener cierta extensión que no siempre facilita que se trabaje por completo con ella. Por lo tanto, luego de definir la población, el investigador decidirá si trabajar con ella o solo con una muestra, dependiendo de sus recursos. A la hora de determinar la muestra de una población total, debe considerarse:

El tipo de muestreo. Puede ser probabilístico o no probabilístico. Es importante seleccionar la muestra buscándose que sea lo más fiel posible a la unidad de análisis considerada. El tamaño de la muestra. Es necesario calcular el tamaño mínimo. En este paso se deben utilizar fórmulas estadísticas que incluyan, además, un margen de error. (Malena, 2022).

3.3.1 POBLACIÓN

Una población es un conjunto de individuos que habita en un espacio geográfico determinado.

Para la investigación se tomó como población los restaurantes y cafeterías en el departamento de Cortés que son un total de 4,646 Pymes.

Del total de establecimientos económicos de este municipio el 56.2% pertenece al sector comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos. (INE – Instituto Nacional de Estadística Honduras, 2023)

Tabla 2: Censo de restaurantes, bares y cantinas

Código	Descripción de Departamento	Hoteles; Campamentos Y Otros Tipos De Hospedaje Temporal	Restaurantes, Bares Y Cantinas	Total
01	Atlantida	136	1,696	1,832
02	Colon	67	768	835
03	Comayagua	82	1,264	1,346
04	Copan	106	806	912
05	Cortes	319	4,646	4,965
06	Choluteca	67	1,598	1,665
07	El Paraiso	58	523	581
08	Francisco Morazan	185	2,778	2,963
10	Intibuca	40	189	229
12	La Paz	18	282	300
13	Lempira	29	137	166
14	Ocotepeque	23	329	352
15	Olancho	50	497	547
16	Santa Barbara	39	762	801
17	Valle	35	638	673
18	Yoro	50	1,004	1,054
TOTAL		1,304	17,917	19,221

Fuente: (Instituto nacional de estadísticas, 2023)

3 principales actividades económicas, según el directorio de establecimiento



Figura 8: Principales actividades económicas

Fuente: registros de alcaldía municipales INE

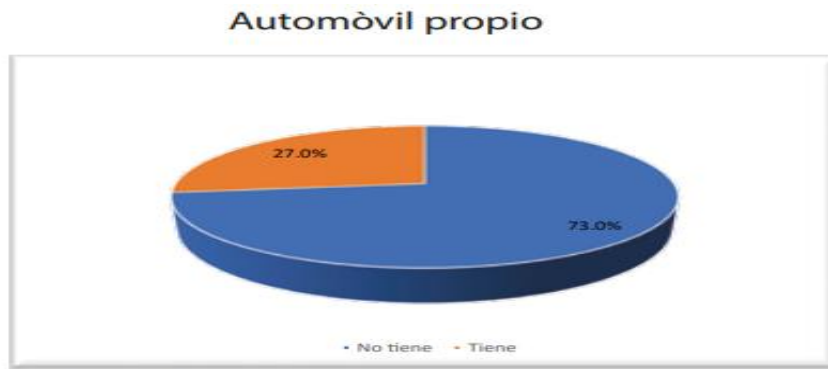


Figura 9: Personas con automóviles propios

Fuente:registros de alcaldía municipal INE

3.3.2 MUESTRA

Una muestra es un subconjunto de la población que está siendo estudiada. Representa la mayor población y se utiliza para sacar conclusiones de esa población. Es una técnica de investigación ampliamente utilizada en las ciencias sociales como una manera de recopilar información sin tener que medir a toda la población.(Muguira, 2017)

$$n = \frac{N * z^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Ecuación de muestreo

Donde

N: es el tamaño de la población o universo (total de hogares posibles a encuestar).

Z: es una constante que depende del nivel de confianza que se asignó por el equipo.

e: es el error muestra deseado

p: Probabilidad de que ocurra el evento estudiado (éxito)

q: Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado, es decir, es (1-p).

n: es el tamaño de la muestra (número de hogares a encuestar).

Se realizó el cálculo de la muestra tomando del total de población de los restaurantes y cafeterías en el departamento de Cortés, siendo una muestra total 354.

3.3.3 TÉCNICAS DE MUESTREO

Las técnicas de muestreo o muestreo estadístico se basan en un conjunto de técnicas estadísticas orientadas a estudiar y seleccionar una muestra probabilística que represente a la población y la comunidad a la cual se le está tomando la misma por conveniencia, la cual nos permite conocer sus opiniones de manera comunitaria.

Sin embargo, cuando hablamos de llevar a cabo lo que son las técnicas de muestreo e intentamos buscar el máximo de información y datos, se encuentra un problema en cuanto a la elección de los participantes, ya que no podemos tomarlos a todos debido a varias razones, como lo serían: procesos extendidos, costos y cantidad de individuos, entre otros. Por este motivo se debe de tomar a un pequeño grupo selecto que represente a toda la comunidad y que permita extrapolar los resultados obtenidos.

Tipos de muestreo existentes

- Muestreo aleatorio simple: Como su nombre lo indica, este es un método completamente aleatorio para seleccionar una muestra y consiste en asignar números a los participantes y seleccionarlos de manera automatizada creando una auditoría.
- Muestreo estratificado: Este comprende una población la cual ya lleva una convivencia y es dividida en dos partes al momento de realizarse la encuesta. Gracias a este proceso se pueden obtener resultados distintos para conocer distintas perspectivas.
- Muestreo por conglomerados: Ocupa un método en el cual son seleccionados una gran cantidad de participantes distribuidos por distintas zonas geográficas de un país. Para llevar esto a cabo es necesario dividir la selección en pequeños grupos de participantes con un equipo de trabajo organizado.
- Muestreo sistemático: Este tipo extiende la oportunidad igualitaria para que cada miembro de la población sea seleccionado. Por ejemplo, en el muestreo no

probabilístico, la población seleccionada es la que cubre los elementos estudiados y por ello se tiene que tener cierto cuidado al seleccionar a los participantes.

- Muestreo intencional: Dentro de lo que es una técnica de muestreo y sus tipos, en esta, el encargado de ejecutar la encuesta se basa en el juicio propio para seleccionar o elegir a los integrantes que formarán parte de las estadísticas finales.
- Muestreo aleatorio sistemático: En este tipo de muestreo se asigna un número a cada participante de la población y se utiliza después un procedimiento sencillo de selección utilizando ese número para agrupar las muestras de una forma ordenada y sistemática.

Por supuesto, en el libro "Técnicas de muestreo", del experto César Pérez podrás conocer más acerca del tema. Aunque si te interesa ser un profesional en la realización de este tipo de acciones, entonces tenemos que hacerte una invitación. (School, 2023).

3.4 TÉCNICAS, INSTRUMENTOS Y PROCEDIMIENTOS APLICADOS

3.4.1 TÉCNICA

Existen diferentes técnicas y metodologías que, según el área de negocio y las necesidades, pueden aplicarse para analizar los datos en sus diferentes formas; estas se basan tanto en aspectos matemático-estadísticos como visuales. Hoy en día no hay ningún ámbito de aplicación en el que no se utilice el análisis de datos día tras día, para proporcionar información significativa y apoyar/guiar al personal de todos los niveles de la empresa para tomar decisiones basadas en datos y hechos. En algunos contextos este análisis ya está consolidado y ha pasado a formar parte de los mecanismos organizativos, mientras que en otros todavía hay aspectos éticos y culturales que deben madurar para que sea plenamente aceptado.(análisis de datos, 2022)

En la tesis correspondiente al equipo y sistema para auto servicio a bajo costo en Honduras las técnicas que se utilizarán serán las siguientes:

3.4.1.1 ENCUESTA

La técnica de encuesta es ampliamente utilizada como procedimiento de investigación, ya que permite obtener y elaborar datos de modo rápido y eficaz. En el ámbito sanitario son muy numerosas las investigaciones realizadas utilizando esta técnica, como queda demostrado en los

294 artículos encontrados en la base de datos Medline Express, con el descriptor survey, para los años 1997-2000 y en castellano. De éstos, en los años 1999 y 2000 se han publicado en España 72 investigaciones que abarcan una gran variedad de temas: encuestas de salud general, sobre temas específicos de salud, consumo de alcohol, tabaco y otras drogas, consumo de fármacos, hábitos higiénicos, hábitos alimentarios, satisfacción de los usuarios con los servicios sanitarios, satisfacción del personal sanitario, etc. Esto puede ofrecer una idea de la importancia de este procedimiento de investigación que posee, entre otras ventajas, la posibilidad de aplicaciones masivas y la obtención de información sobre un amplio abanico de cuestiones a la vez.

Con este trabajo se plantea el objetivo de familiarizar al lector con esta técnica de investigación, describiendo brevemente los pasos que deben seguirse en la realización de una encuesta, centrandó el interés fundamentalmente en la elaboración de su instrumento básico, el cuestionario. Por limitaciones de espacio, el tema va a ser tratado en dos partes. En esta primera se van a tratar los aspectos preliminares de la investigación y el diseño del cuestionario, y en la segunda parte se analizarán los aspectos referentes al trabajo de campo y análisis estadístico de los datos.

Se puede definir la encuesta, siguiendo a García Ferrando¹, como «una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se recoge y analiza una serie de datos de una muestra de casos representativa de una población o universo más amplio, del que se pretende explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características». Para Sierra Bravo², la observación por encuesta, que consiste igualmente en la obtención de datos de interés sociológico mediante la interrogación a los miembros de la sociedad, es el procedimiento sociológico de investigación más importante y el más empleado.(Casas Anguita et al., 2003)

3.4.1.2 ANÁLISIS DE DATOS

El análisis de datos es la ciencia que se encarga de examinar un conjunto de datos con el propósito de sacar conclusiones sobre la información para poder tomar decisiones, o simplemente ampliar los conocimientos sobre diversos temas.

El análisis de datos consiste en someter los datos a la realización de operaciones, esto se hace con la finalidad de obtener conclusiones precisas que nos ayudarán a alcanzar nuestros

objetivos, dichas operaciones no pueden definirse previamente ya que la recolección de datos puede revelar ciertas dificultades.

Actualmente, muchas industrias usan el análisis de datos para sacar conclusiones y decidir acciones a implementar. Cabe mencionar que la ciencia también usa el análisis de datos para comprobar o descartar teorías o modelos existentes.

Daniel Burrus, asesor de negocios y orador de temas empresariales y de innovación dice en referencia al análisis de datos: "Mucho de esto ayudará a los humanos a trabajar más, de forma inteligente y rápida, porque tenemos datos sobre todo lo que ocurre".(análisis de datos, 2023)

3.4.2 INSTRUMENTOS

Una técnica o instrumento de recolección de datos consiste en una herramienta de la cual se vale un investigador para obtener información que le permita desarrollar su proyecto investigativo. Su principal función es la de extraer o construir datos de primera mano de la población o los fenómenos que se desean conocer. A su vez, deben ser sistemáticos y organizados, característica esencial estrechamente vinculada con la utilidad y fiabilidad de la información recolectada para su posterior análisis.(Rodrigo, 2022)

3.4.2.1. BASE DE DATOS

La base de datos fue obtenida de diferentes fuentes, entre ellas tenemos la base de datos de INE (Instituto Nacional de Estadística), siendo esta la principal. Se realizó una búsqueda, de esquemas e instalación de autoservicio.

3.4.3 PROCEDIMIENTO

Para la elaboración de la investigación se ha llevado una serie de pasos en las que se hace necesario para la finalización del estudio, el procedimiento realizado es el presentado a continuación:

Tabla 4: Cronograma de recolección de datos

PLANTEAMIENTO					
Tareas	Responsable	Fecha Inicio	Lugar	Medios utilizados	Estado
Recopilación de la información	ROMÁN ÁVILA	10/06/2023	S.P. S	encuesta	
Aplicación de cuestionarios	GUSTAVO SOTO	13/06/2023	S.P. S	Vía link	
Análisis y procesado de la información	ROMÁN ÁVILA	19/06/2023	S.P. S	No aplica	
Análisis de Estados Financieros	GUSTAVO SOTO	23/06/2023	S.P. S	No aplica	
Presentación de resultados	ROMÁN ÁVILA	25/06/2023	S.P. S	No aplica	

Fuente: Elaboración propia

3.5 FUENTES DE INFORMACIÓN

Las fuentes de información son instrumentos para el conocimiento, búsqueda y acceso a la información. La difusión del uso de la comunicación a través del ordenador y de flujos de información a través de Internet, adquiere una importancia estratégica decisiva en las sociedades desarrolladas. Esta importancia será cada vez mayor para dar forma a la cultura futura y aumentará la ventaja estructural de las elites que han determinado su formato. Debido a la novedad histórica del medio y a la cierta mejoría de la posición relativa de poder de los grupos tradicionalmente subordinados, como las mujeres, la comunicación a través del ordenador ofrece una posibilidad para invertir los tradicionales juegos de poder en el proceso de la comunicación. (Muñoz, 2004)

3.5.1 FUENTES PRIMARIAS

Las fuentes primarias: 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. (Biblioteca virtual, 2023). En el presente estudio las fuentes primarias han de estar constituidas por :

- Entrevista
- Encuesta

3.5.2. FUENTES SECUNDARIAS

Las fuentes secundarias: 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.(Biblioteca virtual, 2023).

Dentro de las fuentes secundarias se tiene.

- Empresas de ventas de equipos de autoservicios.
- Sitios web oficiales.
- Instituto Nacional de Estadística INE.
- Cámara de comercia e industria de Cortés.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS

4.1 INFORME DE PROCESO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Para comenzar con el proceso de recolección de datos se partió de los datos de la Cámara de comercio e industrias de Cortés con la finalidad de realizar un estudio de prefactibilidad y análisis de los datos. Las técnicas aplicadas para la recopilación de datos utilizadas para el desarrollo de este estudio de prefactibilidad de investigación son las encuestas, el análisis de datos.

Para la aplicación de las encuestas se procedió a encuestar los restaurantes y cafeterías en el departamento de Cortés que según la muestra rondan en un total de 354 empresas de rubro de venta de comida de manera digital, por medio de la herramienta Microsoft Forms y visitas algunas de estas Pymes. Posterior a esto se tabularon los resultados para su análisis, los cuales se presentan en este capítulo. Las encuestas aplicadas sirvieron de base para el desarrollo del estudio de mercado.



Figura 10 : PYMES con autoservicio propio

Fuente:Fotos tomadas en campo

4.2 RESULTADOS Y ANÁLISIS DE LAS TÉCNICAS APLICADAS

Los potenciales clientes varían en diversas características de un cliente a otro, con una segmentación de diferentes rubros se pueden delimitar grupos afines que reúnan ciertas características de diferentes rubros. A continuación, se presentan los resultados de investigación de mercado donde se definió y especificó sobre el perfil del cliente para la instalación de equipos

de bajo costo de autoservicios. Los resultados obtenidos durante el estudio de prefactibilidad son en base a una muestra 354 empresas y PYMES encuestadas.

4.2.1. ESTUDIO DE MERCADO

Este estudio de mercado se baso en la evidencia obtenida mediante una investigación de mercados, a través de una encuesta aplicada a un grupo de empresa teniendo como objetivo recabar información importante para identificar y analizar las necesidades del cliente, tamaño del mercado y la competencia.

¿Cuál es su rango de edad?
354 respuestas

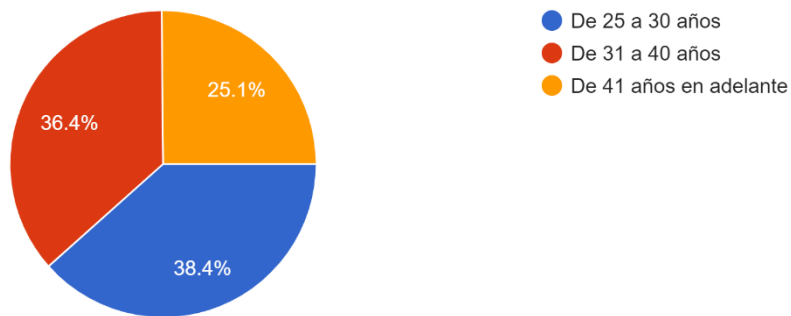


Figura 11: Cual es su rango de edad

Fuente:(Elaboración propia)

Según se observa en la figura 11 los datos muestran una tendencia en la cual las personas que manejan o son dueños de una empresa oscila entre los 31 a 40 años.

En qué categoría entra su negocio

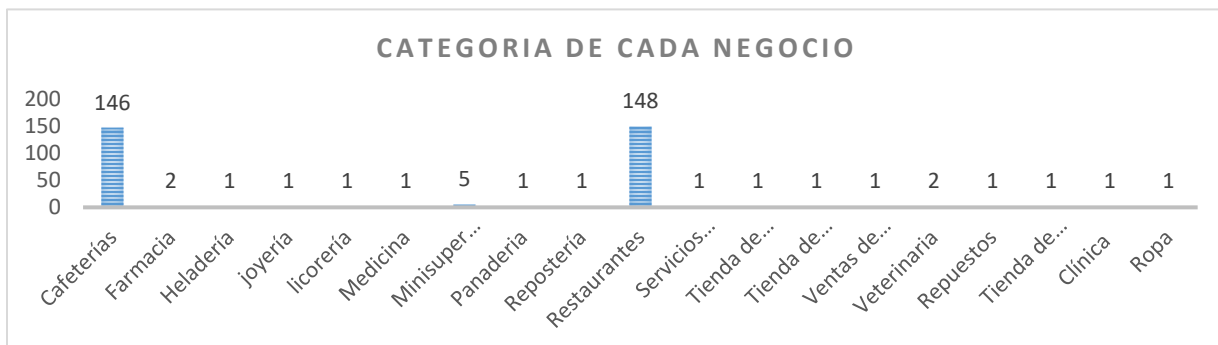


Figura 12: En qué categoría entra su negocio

Fuente:(Elaboración propia)

Según la figura 12 nos muestra que los mayores rubros a los que se dedican los encuestados son cafeterías equivalentes a 146 empresas y restaurante equivalente a 148 empresas y otros que son 60 empresas definen sus empresas en otros rubros tomando esto a futuro como una oportunidad dentro del negocio.

¿Cuánto tiempo tiene su negocio de operar?

354 respuestas

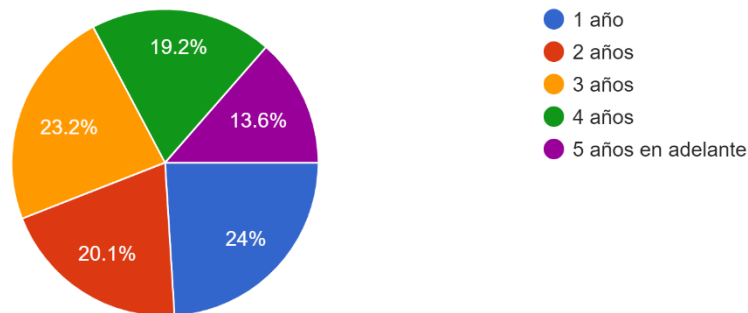


Figura 13: Cuanto tiempo tiene su negocio de operar

Fuente:(Elaboración propia)

Según la figura 13, el 56% de las empresas encuestadas tienen más de 3 años de operar, lo cual se vuelve importante debido a que el periodo de recuperación de la inversión de una empresa oscila de los 3 años en adelante lo que le permite invertir en nuevas tecnologías. (Hormar, s. f.)

El establecimiento donde opera su negocio es:

354 respuestas

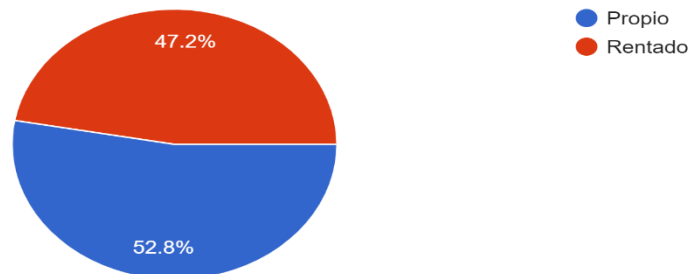


Figura 14: El establecimiento donde opera su negocio

Fuente:(Elaboración propia)

La figura 14, muestra que más de la mitad de las empresas operan en local propio, lo cual podría beneficiar en la propuesta de invertir en autoservicios a bajo costo.

3.2.1.1 EMPRESAS CON AUTOSERVICIO

A continuación, se muestra un segmento de la encuesta aplicada que muestra que establecimientos cuenta con un área de autoservicio con el objetivo recabar información importante para identificar las oportunidades y amenazas.

¿Su negocio cuenta con un área de autoservicio?

354 respuestas

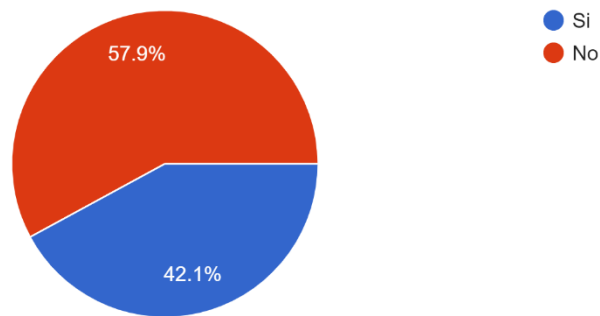


Figura 15: Su negocio cuenta con un área de autoservicio

Fuente:(Elaboración propia)

La figura 15 muestra que, el 42.1% de las empresas cuenta con un área de autoservicio lo que nos muestra una oportunidad para ofrecer servicio de mantenimiento o bien para la actualización con equipo moderno.

¿Considera necesario el uso de sistemas tecnológicos para la atención y servicio al cliente?

205 respuestas

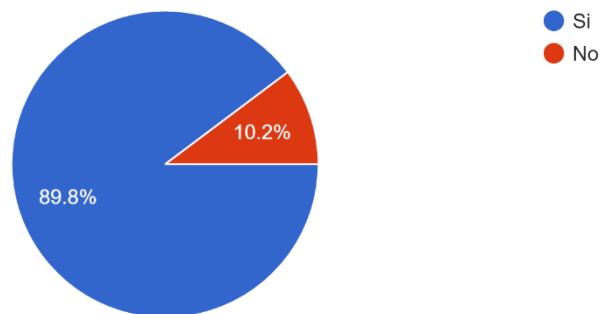


Figura16: Considera necesario el uso de sistemas tecnológicos para la atención y servicio al cliente

Fuente:(Elaboración propia)

La figura 16 muestra que, el 89.8% de las empresas encuestadas que cuentan con autoservicio básico indicaron que están de acuerdo en instalar sistemas tecnológicos para la

atención de los clientes. Esto indica que son clientes potenciales para mejorar el servicio que ya tienen.

Su canal de autoservicio es:

149 respuestas

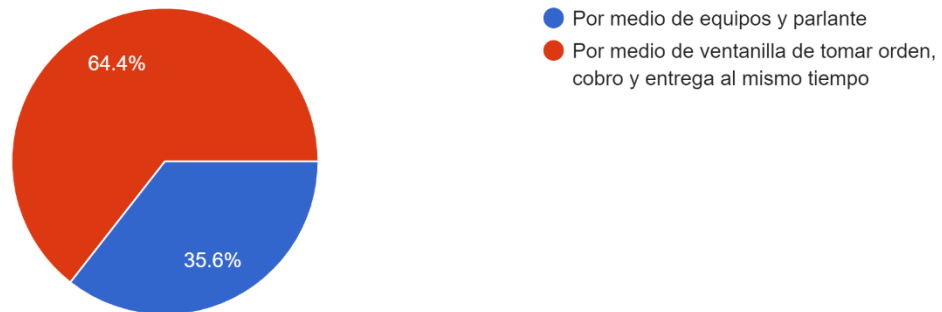


Figura 17: Su canal de autoservicio es:

Fuente:(Elaboración propia)

En la figura 17, se puede observar que en los establecimientos donde se tiene autoservicio su canal de ventas es por ventanilla donde se toma la orden se cobra y se entrega ahí mismo con 64.4%. Y no cuenta con tecnología para el autoservicio.

¿Su canal de autoservicio es la que más atiende clientes?

149 respuestas

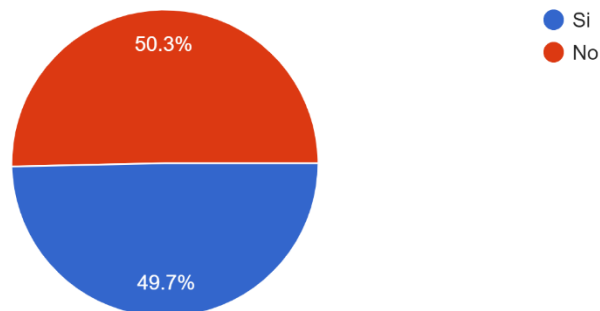


Figura 18: Su canal de autoservicio es la que más atiende clientes

Fuente:(Elaboración propia)

En la figura 18 se muestra que la mayoría de las empresas encuestadas que tienen autoservicios, nos indican que no es su canal de ventas que más ingresos recibe.

¿En qué rango está su porcentaje de ingreso por el área de autoservicio?

149 respuestas

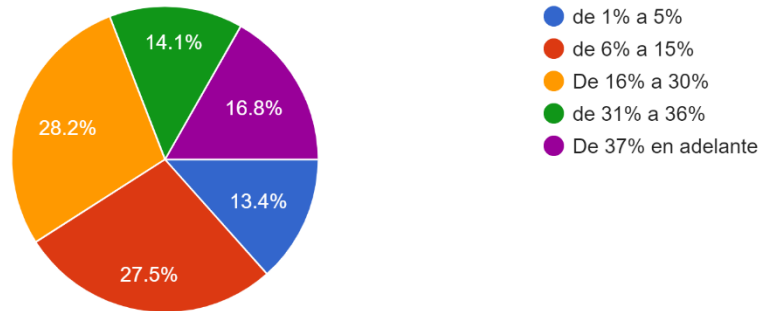


Figura 19: En que rango esta su porcentaje de ingreso por el área de autoservicio

Fuente:(Elaboración propia)

Según la figura 19, el 69.1% de las empresas encuestadas que ofrecen autoservicio reportan que el área de autoservicio contribuye con un porcentaje de ventas que oscila entre el 1% y el 30% de los ingresos totales del negocio.

¿Cuánto cuesta el mantenimiento de su equipo de autoservicio mensualmente?

149 respuestas

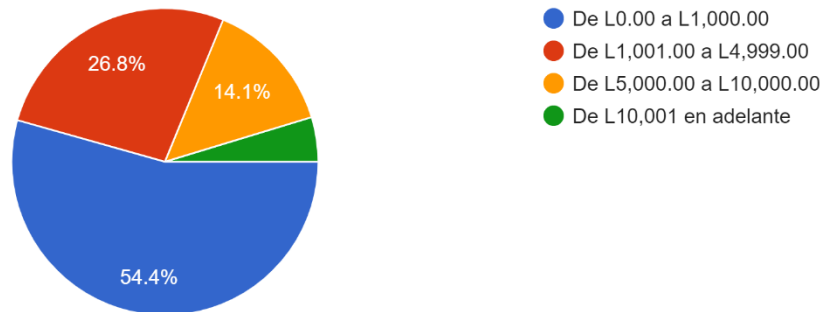


Figura 20: Cuanto cuesta el mantenimiento de su equipo de autoservicio mensualmente

Fuente:(Elaboración propia)

Según la figura 20, los dueños de las empresas gastan un promedio de L0.00 a L1,000.00 en el mantenimiento, en su área de autoservicio. Que son el 64.4% en su mayoría que solo tiene como autoservicio la ventanilla

¿Le gustaría la instalación de equipos de autoservicio a bajo costo?
185 respuestas

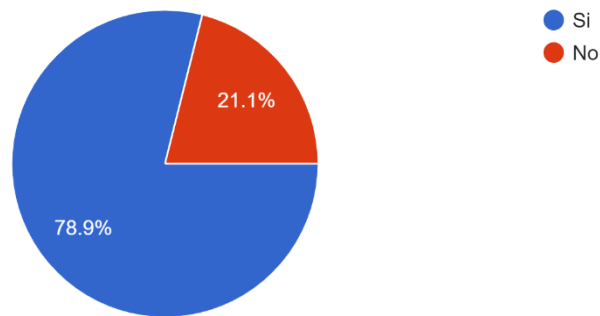


Figura 21: le gustaria la instalacion de equipos de autoservicio a bajo costo.

Fuente:(Elaboración propia)

La figura 21 nos muestra en un 78.9% de los encuestados muestran interés en la instalación de equipos de autoservicio a bajo costo.

4.2.1.2 EMPRESAS QUE NO TIENEN AUTOSERVICIO

A continuación, se muestra un segmento de la encuesta aplicada que muestra que establecimientos que no cuenta con un área de autoservicio con el objetivo recabar información importante para identificar las oportunidades y amenazas.

¿Su negocio cuenta con un área de autoservicio?
354 respuestas

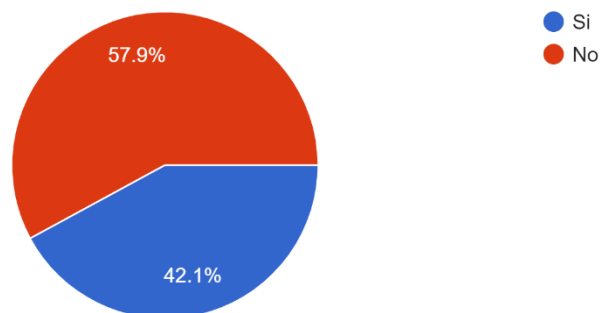


Figura 22: su negocio cuenta con un area de autoservicio

Fuente:(Elaboración propia)

La figura 22 muestra que, la mayoría de las empresas encuestadas un 57.9% indicaron que su empresa no tiene un área de autoservicio lo cual ofrece una la oportunidad de negocio muy favorable para la instalación de autoservicios.

¿Le gustaría la instalación de equipos de autoservicio a bajo costo?

149 respuestas

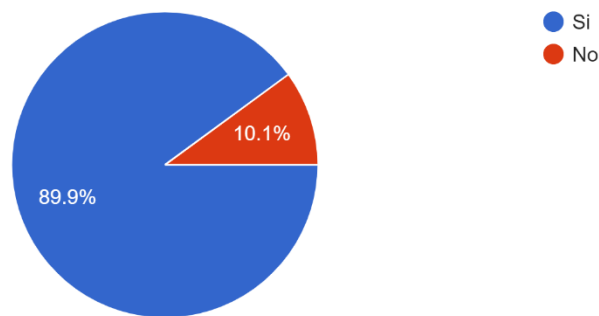


Figura 23: le gustaria la instalacion de equipos de autoservicio a bajo costo

Fuente:(Elaboración propia)

En la figura 23, la opción de preferencia es si, con un 89.9% donde los le gustaría la instalación de equipos de autoservicios a bajo costos.

¿Cuánto estaría dispuesto a invertir en la instalación de un autoservicio para su negocio?

281 respuestas

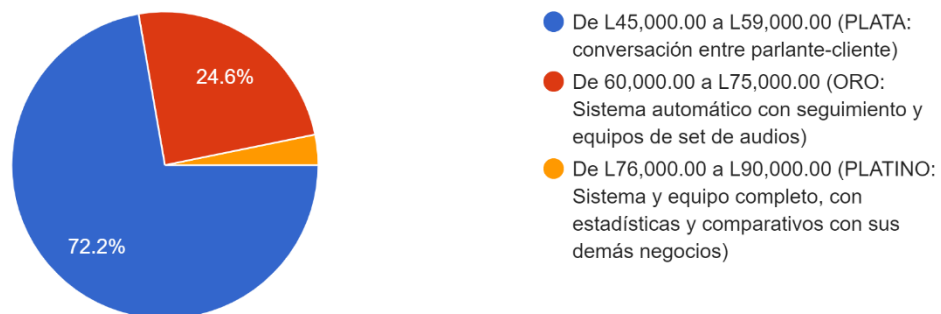


Figura 24: le gustaria la instalacion de equipos de autoservicio a bajo costo

Fuente:(Elaboración propia)

La figura 24, muestra que el 72.2% elegiría instalar la opción más económica (PLATA) y un 24.6% si invertiría en la opción de (ORO), y un 3.2% en la opción de (PLATINO) indicando de esta manera que existe una intención de compra por parte del mercado.

4.2.1.3 RESUMEN DE LA INTENCIÓN DE COMPRA

Una vez determinada la tendencia del mercado a través de la encuesta y con el fin de establecer una demanda del servicio de instalación de equipos de autoservicios a bajo costos en el departamento de Cortés se trabajó en un resumen con las respuestas más relevantes de la encuesta. Realizando la encuesta a 354 empresas.

Se conoció el promedio de empresas con autoservicio, la cantidad promedio de las empresas que no tiene autoservicio, así como la cantidad aproximada de quienes instalarían un autoservicio, para realizar los cálculos de la demanda potencial.

Tabla 5: Resultados relevantes de la encuesta

RESULTADOS RELEVANTES DE LA ENCUESTA EMPRESAS CON AUTOSERVICIO		
VARIABLES	ALTERNATIVAS	RES ULTADO
Rango de edad	De 25 años a 30 años	38.40%
	De 31 años a 40 años	36.40%
	De 41 años en adelante	25.10%
Categoría de negocio	Cafeterías	41.24%
	Restaurante	41.81%
	Otros	16.95%
Lugar donde opera el negocio	Rentado	47.20%
	Propio	52.80%
Empresa con autoservicio	SI	42.10%
	NO	57.90%
Cuanto cuesta el mantenimiento de su equipo de autoservicio	De L 0.00 a L1,000.00	54.40%
	De L 1,001.00 a L4,999.00	26.80%
	De L 5000.00 a L10,000.00	14.10%
	De L10,001.00 en adelante	5%
Le gustaria la instalacion de equipos de autoservicio a bajo costo	SI	78.90%
	NO	21.10%

Fuente: Elaboración propia

Tomando en cuenta las relaciones entre las variables conductuales con respecto a la intención de compra, buscando conocer el mercado meta. Al introducir un nuevo producto O servicio al mercado genera cierta incertidumbre y manifiesta errores altamente notables con la estimación de los pronósticos de venta. Tratando de minimizar ese error, se aplica la siguiente ecuación para cada uno de los productos a lanzar en el mercado con el propósito de determinar la intención de compra (Ulrich & Eppinger, 2013, p. 176):

$P = C \text{ definitivamente} \times F \text{ definitivamente} + C \text{ probablemente} \times F \text{ probablemente}$ Donde:

P: es a probabilidad de que el producto sea comprado.

F: definitivamente es la fracción de los encuestados que definitivamente si comprarían.

F probablemente es la fracción de los encuestados que indican que probablemente comprarían.

C definitivamente y C probablemente son constantes de calibración de 0.4 y 0.2 respectivamente.

Considerando esta teoría se formulan los cálculos de la siguiente manera:

Intención de compra

$$P = (0.40) (0.4210) + (0.20) (0.7890)$$

$$P = 31.02\%$$

Se observa con la ecuación anterior, que la probabilidad de intención de compra sufre un cambio porcentual en el caso de instalación de autoservicio de 78.9% a 32.62%. Este cálculo se realiza para las proyecciones de venta del servicio.

Tabla 6: Resultados relevantes de la encuesta

RESULTADOS RELEVANTES DE LA ENCUESTA EMPRESAS QUE NO CUENTAN CON AUTOSERVICIO		
VARIABLES	ALTERNATIVAS	RESULTADO
Rango de edad	De 25 años a 30 años	38.40%
	De 31 años a 40 años	36.40%
	De 41 años en adelante	25.10%
Categoría de negocio	Cafeterías	41.24%
	Restaurante	41.81%
	Otros	17%
Lugar donde opera el negocio	Rentado	47.20%
	Propio	52.80%
Empresas interesadas en la instalación de autoservicio	SI	89.90%
	NO	10.10%
Cuanto estaría dispuesto en invertir en instalación de autoservicios	De L 45,000 a L59,000	72.20%
	De L 60,000 a L 75,000	24.60%
	De L 76,000 a L 90,000	4.20%

Fuente: Elaboración propia

Considerando esta teoría se formulan los cálculos de la siguiente manera:

Intención de compra

$$P = (0.40) (0.899) + (0.20) (0)$$

$$P = 35.96\%$$

Se observa con la ecuación anterior, que la probabilidad de intención de compra sufre un cambio porcentual en el caso de instalación de autoservicio de 95.60% a 35.96%. Este cálculo se realiza para las proyecciones de venta del servicio.

4.2.1 ESTRATEGIA DE MERCADO Y VENTAS

Por ser productos y servicios que forman parte de un mercado relativamente pequeño y variado la estrategia de mercadeo debe enfocarse en hacer notar los beneficios que el producto y su costo bajo se estará ofreciendo al cliente, enfocando de esta manera la promoción y publicidad en hacer notar que es un producto diferenciado en comparación con el producto tradicional. Dado que la tendencia de compra por parte del cliente es directamente a los productos que son más económicos tomando en cuenta su capacidad de pago.

4.2.2 PRODUCTO

Los equipos de autoservicio por ser productos que complementan los medios de venta o canales de venta, según los encuestados prefieren un valor bajo costo, fácil de manejar y calidad en los dispositivos con manejo flexible.

4.2.3. PRECIO

El precio de los equipos de autoservicio para el mercado actual tomado de nuestra encuesta ronda entre L45,000.00 a L60,000.00 se maneja mediante los resultados obtenidos. Por lo cual se debe analizar los costos de instalación e inventario disponible, referente a la demanda calculada potencial.

4.2.4. PLAZA

El producto puede ser adquirido y visto a través de publicaciones de internet, solicitar cotización del mismo. Para efectos de esta investigación el producto se comercializará directamente con el cliente en el departamento de Cortés. La cadena de suministros se hará compra directa sin intermediarios.

4.2.5 PROMOCIÓN

Basados en los resultados de la encuesta para este tipo de productos el consumidor prefiere la utilización de las redes sociales para la promoción de la venta de estos. Se establecerá una estrategia de promoción enfocada a la población meta de manera que se pueda mantener actualizada sobre la venta de los productos y las nuevas líneas de producción que en su momento llegaran a surgir.

4.3 ESTUDIO TÉCNICO

4.3.1 GENERALIDADES

El estudio técnico es una etapa clave en la evaluación de la factibilidad y viabilidad de un proyecto de inversión, ya que permite analizar los aspectos técnicos, operativos y administrativos del proyecto. Durante esta parte de la fase se logran identificar los procesos de instalación.

4.3.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

4.3.2.1 MACRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Equipos y sistema de autoservicio será implementado en:

País: Honduras

Departamento: Cortés

Municipio: San Pedro Sula

Sector: Colonia Trejo, 12 calle S.O, 16 avenida B

Mapa de Honduras



Figura 25: Mapa de Honduras

Fuente:(Wikipedia 2023)

4.3.3.2 MICRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Mapa del departamento de Cortés



Figura 26: Departamento de Cortés, Honduras.

Fuente:(Wikipedia, 2023)

El proyecto se desarrollará en el municipio de San Pedro Sula, en la colonia Trejo que limita con:

Al norte: Municipio de Omoa

Al sur: Municipio de Villanueva

Al este: Municipio de Choloma y La Lima

Al oeste: Departamento de Santa Bárbara

Mapa del municipio de San Pedro Sula, Cortés.

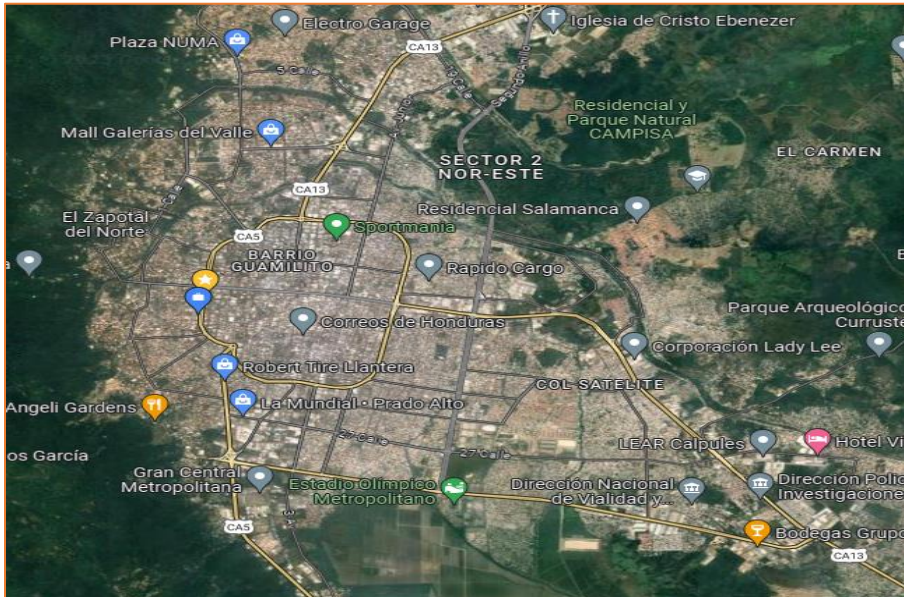


Figura 27: Mapa de la ciudad de San Pedro Sula

Fuente:(Google Maps)

Área de las oficinas y bodega

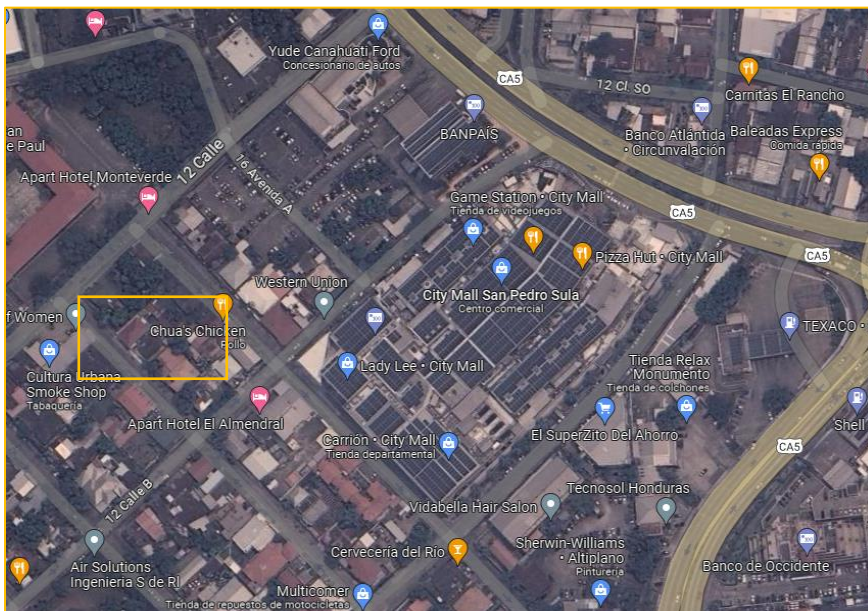


Figura 28: Vista satelital de la colonia Trejo

Fuente:(Google Maps)

4.3.4 TOPOGRAFÍA

La topografía es de muy fácil acceso, con calles pavimentadas, dentro del casco urbano, y cercano a carretera CA5.

4.3.5 VÍAS DE ACCESO

La zona de la colonia Trejo, tiene una ubicación estratégica de alto tráfico de vehículos, ya que por adicional a la autopista CA5, tiene también centros comerciales, la banca, hoteles y restaurantes. Su fácil acceso le permite que el personal de los proyectos pueda movilizarse sin ningún contratiempo e ir a todas partes de la ciudad sin ningún problema.

4.4 BIENES QUE COMPONEN EL PROYECTO

Para simplificar y crear mayor enfoque en las diferentes necesidades que conlleva un comienzo de un proyecto, se divide en categorías, las cuales constan de equipos de oficina, equipo de prevención, papelería y útiles, equipo para transportar, instalar y armar.

4.4.1 EQUIPO DE OFICINA

Para el acondicionamiento de oficina, bodega, y el comienzo del proyecto, es necesario proyectar un estimado de inversión, para lo cual, se recurre a realizar minutas de equipos, materiales, mobiliarios y herramientas, que acondicionen y pueda realizar las operaciones, transacciones sin ninguna dificultad. Ver anexo 5.

Tabla 7: Equipo de oficina

Equipo de Oficina			
Equipo	Cantidad	Precio Unitario	Total
Estacion Punto de Venta	1	L 16,718.00	L 16,718.00
Sistema de camaras	1	L 6,953.00	L 6,953.00
Carro Pick Up	1	L 650,000.00	L 650,000.00
Escritorio Gaming	1	L 3,600.00	L 3,600.00
Silla ejecutiva	1	L 1,600.00	L 1,600.00
Mejoras inmuebles arrendados	1	L 947,410.46	L 947,410.46
Baterias UPS para computadora	1	L 3,568.00	L 3,568.00
Archivador 4 cabetas	1	L 6,899.00	L 6,899.00
Panel Solar 400kw	10	L 7,934.31	L 79,343.10
Laptop, Disco solido de 256 gb.ram 8	1	L 13,040.00	L 13,040.00
Total Equipo de Oficina			L 1,729,131.56

Fuente: Elaboración propia

4.4.2 EQUIPO DE PREVENCIÓN

En cumplimiento a las leyes de prevención y seguridad industrial, es necesario aplicar la instalación de extintores, e insumos por cualquier accidente laboral.

Tabla 8: Mobiliario y equipo de Prevención

Mobiliario y Equipo de Prevención				
Equipo de prevención	Cantidad		Costo Unitario	Costo Total
Extintor- De polvo químico ABC 10 lbs.	1	L	1,368.50	L 1,368.50
Extintor- De CO2 20 lbs.	1	L	2,173.50	L 2,173.50
Botiquin con llave	1	L	1,300.00	L 1,300.00
Medicamento para botiquin	1	L	2,500.00	L 2,500.00
Equipo de señalizacion	1	L	3,000.00	L 3,000.00
Extractor de humo 24	1	L	3,450.00	L 3,450.00
Alarma	1	L	3,700.00	L 3,700.00
Total Mobiliario y Equipo de prevención				L. 17,492.00

Fuente: Elaboración propia

4.4.3 PAPELERIA Y UTILES

Es necesario contar con equipo e insumos para la parte administrativa, contable y operativa, debido a los trámites, soportes, reportes diarios que se deben de realizar. Ver anexo 5

Tabla 9: Papelería y útiles

Papelería y Útiles				
Equipo	Medida	Unidades	Costo unitario	Total
Papel para el facturador	Unidades	50	18.84	942.00
Resmas de papel blanco t/c	Unidades	2	123.00	246.00
Portalápices	Unidades	3	36.00	108.00
Caja de Bolígrafos (Tinta negra)	Unidades	6	48.00	288.00
Grapadora	Unidades	3	58.00	174.00
Saca Grapas	Unidades	2	9.75	19.50
Grapas	Unidades	5	18.45	92.25
Tape	Unidades	5	4.75	23.75
Porta tape	Unidades	2	43.00	86.00
Calculadora manual	Unidades	2	42.00	84.00
Totales				2,063.50

Fuente: Elaboración propia

4.4.4. EQUIPO PARA INSTALACIÓN DE AUTOSERVICIO

Dentro de las necesidades de equipos, es necesario identificar las herramientas que son parte fundamental en la construcción y puesta en marcha en el amado de los equipos de autoservicio.

Tabla 10: Equipo para instalación

Equipo para instalación			
Descripción	Unidades	Costo Unitario	Costo Total
Tenazas	3	L 810.00	L 2,430.00
Taladro atornillador juego	2	L 5,650.00	L 11,300.00
Taladro perforador	2	L 4,275.00	L 8,550.00
Esmeril angular	2	L 6,100.00	L 12,200.00
Desarmador de mano - juego	3	L 375.00	L 1,125.00
Compresor de aire	1	L 16,000.00	L 16,000.00
			L -
Totales			L 51,605.00

Fuente: Elaboración propia

4.4.5. EQUIPO INSTALARSE POR CADA OPCIÓN QUE ELIJA EL CLIENTE

Mediante el análisis del mercado, se parte de tres opciones que se acoplen a las necesidades de cada PYME en el mercado, partiendo de equipos prácticos a equipos más complejos y con mayor detalle de lo que demanda cada cliente.

Tabla 11: Equipo opción plata

Opción Plata				
Equipo	Unidad de medida	Cantidad	Precio unitario	Precio total por cada item
Parlante	Unidad	1	L 980.00	L 980.00
Timbre con video	Unidad	1	L 7,000.00	L 7,000.00
Base elaborada en ACM	Unidad	1	L 3,700.00	L 3,700.00
Juego de tornillos	unidad	1	L 250.00	L 250.00
Cable TSJ #12	Pies	50	L 49.00	L 2,450.00
Cable intercomunicador	Mts	10	L 16.00	L 160.00
Flejes	Mts	10	L 20.00	L 200.00
Costo total				L 14,740.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 12: Equipo opción oro

Opción Oro				
Equipo	Unidad de medida	Cantidad	Precio unitario	Precio total por cada item
Parlante	Unidad	1	L 980.00	L 980.00
Base 3M	Unidad	1	L 12,300.00	L 12,300.00
Diademas	Unidad			L -
Base elaborada en ACM	Unidad	1	L 3,700.00	L 3,700.00
Sensor de movimiento automovil	Unidad	1	L 4,500.00	L 4,500.00
Cable TSJ #12	Pies	50	L 49.00	L 2,450.00
Cable intercomunicador	Mts	10	L 16.00	L 160.00
Juego de tornillos	Unidad	1	L 250.00	L 250.00
Flejes	Mts	10	L 20.00	L 200.00
Costo total				L 24,540.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 13: Equipo opción platino

Opción Platino				
Equipo	Unidad de medida	Cantidad	Precio unitario	Precio total por cada item
Parlante	Unidad	1	L 980.00	L 980.00
Base 3M	Unidad	1	L 12,300.00	L 12,300.00
Diademas	Unidad			L -
Base elaborada en ACM	Unidad	1	L 3,700.00	L 3,700.00
Sensor de movimiento	Unidad	2	L 4,500.00	L 9,000.00
Cable TSJ #12	Pies	50	L 49.00	L 2,450.00
Cable intercomunicador	Mts	10	L 16.00	L 160.00
Juego de tornillos	Unidad	1	L 250.00	L 250.00
Monitor de seguimiento en linea	Unidad	1	L 4,000.00	L 4,000.00
Flejes	Mts	10	L 20.00	L 200.00
				L -
Costo total				L 33,040.00

Fuente: Elaboración propia

4.5 ORGANIZACIÓN DE RECURSOS HUMANOS

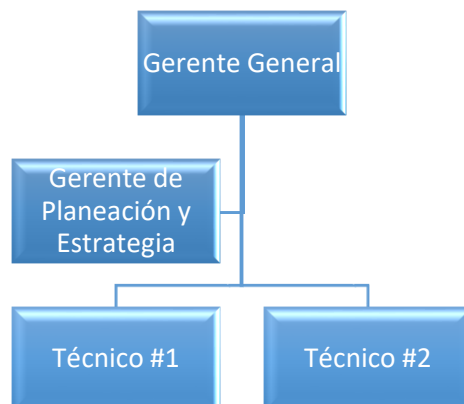


Figura 29: Organigrama

Fuente.(Elaboracion propia)

4.5.1 PERFIL DEL GERENTE GENERAL

Tabla 14: Perfil del gerente general

Perfil de Puesto	
Nombre del Cargo	Gerente General
Nivel Educativo	Licenciatura en Contaduría Pública y Finanzas, Maestría en Finanzas, indispensable
Rango Salarial	L20,000.00 a L22,000.00 (mensual)
Área a la que pertenece	Departamento de Administración
Personal a cargo	Todas las dependencias
Experiencia	2 años en posiciones similares
Edad	De 30 a 50 años
Sexo	Indistinto
Funciones Básicas	*Planificar, organizar, dirigir y controlar las operaciones del negocio.
	*Coordinar junto con el Gerente de Planificación y Estrategia los nuevos proyectos
Responsabilidades	*Supervisar todas las áreas del negocio.
	*Vigilar el cumplimiento de políticas y procedimientos establecidos, así mismo con las normativas y los estándares de seguridad.
	*Elaboración de planes operativos, presupuestos y su seguimiento
	*Planificar, administrar, ejecutar y controlar las actividades administrativas contables.
Habilidades Requeridas	*Realizar gestiones de pagos empleados y proveedores así como las compras de insumos y materiales.
	*Facilidad de expresión y atención al cliente
	*Capacidad para resolver problemas
	*Liderazgo

Fuente: Elaboración propia

4.5.2 PERFIL DE GERENTE DE PLANEACIÓN Y ESTRATEGIA

Tabla 15: Perfil Gerente de planeación y estrategia

Perfil de Puesto	
Nombre del Cargo	Gerente de Planificación y Estrategia
Nivel Educativo	Ingeniería Eléctrica con Maestría en Finanzas
Rango Salarial	L20,000.00 a L22,000.00 (mensual)
Área a la que pertenece	Departamento de Administración
Personal a cargo	Todas las dependencias
Experiencia	2 años en posiciones similares
Edad	De 30 a 50 años
Sexo	Indistinto
Funciones Básicas	*Planificar, organizar, dirigir y controlar las compras y proyectos
	*Coordinar junto con el Gerente General los nuevos proyectos
Responsabilidades	*Supervisar todas las áreas del negocio.
	*Vigilar el cumplimiento de políticas y procedimientos establecidos, así mismo con las normativas y los estándares de seguridad.
	*Elaboración de cronograma en los proyectos
	*Planificar, administrar, ejecutar y controlar las actividades operativas.
Habilidades Requeridas	*Realizar gestiones de pagos empleados y proveedores así como las compras de insumos y materiales.
	*Facilidad de expresión y atención al cliente
	*Capacidad para resolver problemas
	*Liderazgo

Fuente: Elaboración propia

4.5.3 PERFIL DE TÉCNICOS

Tabla 16: Perfil del Técnicos

Perfil de Puesto	
Nombre del Cargo	Técnico
Nivel Educativo	Secundaria completa en Técnico en electricidad y o electrónica
Rango Salarial	L11,266.31 (Mensual)
Área a la que pertenece	Departamento de Administración
Personal a cargo	N/A
Experiencia	1 año de experiencia
Edad	19 años en adelante
Sexo	Indistinto
Funciones Básicas	*Instalación
	*Instalación de los equipo y sistemas de autoservicio
Responsabilidades	*Revisión e instalación de los equipos en los diferentes lugares de la ciudad
	*Documentar los trabajos y tiempo realizado
	* Presentar informe de avances
	* Entrega de trabajo terminado
Habilidades Requeridas	*Conocimiento en electrónica no avanzada
	*Trabajo en equipo
	*Proactivo
	*Liderazgo

Fuente: (Elaboración propia)

4.5.4 MANO DE OBRA DEL PRIMER AÑO PRODUCTIVO

Tabla 17: Detalle de mano de obra del primer año productivo

No. Empleados	Puesto	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	13 Mes de Salario	14 Mes de Salario	Sueldo Anual Neto
1	Gerente General	L. 22,000.00	L. 264,000.00	L. 22,000.00	L. 22,000.00	L. 255,641.88
1	Gerente de planeación y estrategia	L. 22,000.00	L. 264,000.00	L. 22,000.00	L. 22,000.00	L. 255,641.88
1	Técnico #1	L. 11,266.31	L. 135,195.72	L. 11,266.31	L. 11,266.31	L. 128,769.66
1	Técnico #2	L. 11,266.31	L. 135,195.72	L. 11,266.31	L. 11,266.31	L. 128,769.66
			L. 0.00	L. 0.00	L. 0.00	L. 0.00
Total		L. 66,532.62	L. 798,391.44	L. 66,532.62	L. 66,532.62	L. 768,823.09

Fuente: (Elaboración propia)

4.5.5 CAPACIDAD DE INSTALACIÓN

Tabla 18: Capacidad máxima de instalaciones de equipos de autoservicio

Capacidad Anual Máxima de instalación de equipos					
Producto	Horas por proyecto	Proyectos diarios	Proyectos semanales	Cantidad total mensual	Capacidad Anual
Plata	8	1.0	6	26	309
Oro	8	1.0	6	26	309
Platino	16	0.5	3	13	154

Fuente: (Elaboración propia)

Supuestos

- Se estimó que las horas laborales son 8 diarias desde el inicio del proyecto
- Los productos estimados que se tienen son los siguientes: Plata: 8 horas (1 día laboral); Oro: 1 día laboral (8 horas); Platino: 16 horas (2 días laborales)
- Los días laborales de RAPIDGOAL se determinaron en base a los 6 días laborables a la semana, siendo un total de 312 días al año. También quitando los 11 días feriados en el año.

4.5.6. PROYECCIONES DE VENTA

Tabla 19: Proyección de venta de sistemas de autoservicio por opciones

Proyección anual de unidades a vender				
Años	Plata	Oro	Platino	Total
2023	56	3	1	60
2024	56	3	1	60
2025	56	4	1	61
2026	111	6	1	119
2027	134	6	1	141

Fuente: (Elaboración propia)

Supuestos:

- Se estimó que en base a los resultados de la encuesta: el 72.2% se inclina por la opción Plata, mientras que la opción Oro el 24.6%, y la opción platino representa el 3.2% de los encuestados
- Datos de inflación tomados del BCH.
- Precio sin impuesto sobre venta

- Variación interanual de inflación (IPC) 2022-2023 es de 5.15%
- Tasa de crecimiento 1.005632929

4.5.7 SISTEMA DE AUTOSERVICIO POR OPCIÓN

Tabla 20: Proyección de precio de opción Plata

Plata			
Años	Tasa Inflación	Tasa de Crecimiento	Precio
2017	1.0473		
2018	1.0422		
2019	1.0408		
2020	1.0401		
2021	1.0532		
2022	1.0939		
2023	1.0893	1.005632929	L 51,304.35
2024		1.005632929	L 51,593.34
2025		1.005632929	L 51,883.96
2026		1.005632929	L 52,176.22
2027		1.005632929	L 52,470.13

Fuente: (Elaboración propia)

Tabla 21: Proyección de precio de opción Oro

Oro			
Años	Tasa Inflación	Tasa de Crecimiento	Precio
2017	1.0473		
2018	1.0422		
2019	1.0408		
2020	1.0401		
2021	1.0532		
2022	1.0939		
2023	1.0893	1.005632929	L 65,217.39
2024		1.005632929	L 65,584.76
2025		1.005632929	L 65,954.19
2026		1.005632929	L 66,325.71
2027		1.005632929	L 66,699.31

Fuente: (Elaboración propia)

Tabla 22: Proyección de precio de opción Platino

Platino			
Años	Tasa Inflación	Tasa de Crecimiento	Precio
2017	1.0473		
2018	1.0422		
2019	1.0408		
2020	1.0401		
2021	1.0532		
2022	1.0939		
2023	1.0893	1.005632929	L 78,260.87
2024		1.005632929	L 78,701.71
2025		1.005632929	L 79,145.03
2026		1.005632929	L 79,590.85
2027		1.005632929	L 80,039.18

Fuente: (Elaboración propia)

4.5.8 VENTAS TOTALES PROYECTADAS DEL 2023 AL 2027

Tabla 23: Proyección de ventas totales

Consolidado de Ingresos Anuales				
Años	Plata	Oro	Patino	Ingresos total
2023	L 2,844,071	L 225,834	L 77,478	L 3,147,383
2024	L 2,860,091	L 227,106	L 77,915	L 3,165,112
2025	L 2,876,202	L 249,148	L 78,354	L 3,203,703
2026	L 5,784,807	L 417,585	L 78,795	L 6,281,187
2027	L 6,980,871	L 419,937	L 79,239	L 7,480,047
Total	L 21,346,043	L 1,539,609	L 391,780	L 23,277,433

Fuente: (Elaboración propia)

4.5.9 BENCHMARKING DE LOS EQUIPOS Y SISTEMAS

El benchmarking es una técnica de marketing que consiste en realizar un análisis sistemático y en profundidad de una empresa con respecto a su competencia. El objetivo es comparar diferentes elementos entre la propia marca y los competidores para detectar oportunidades de mejora y extraer conclusiones. (Salesforce, 2021)

Tabla 24: Benchmarking contra la competencia REDTEC



Plata	L59,000.00	L0.00
Oro	L75,000.00	L0.00
Platino	L90,000.00	L220,143.47

Fuente: (Elaboración propia)

Dentro de las opciones que proporciona la competencia REDTEC, no ofrece las opciones para las PYMES, sino, para las grandes empresas, lo que da un margen de oportunidad para entrar al mercado.

4.6 ESTUDIO FINANCIERO

En el estudio financiero está integrado por elementos informativo cuantitativo que permiten decidir y observar la viabilidad de un plan de negocios, en ellos se integra el comportamiento de las operaciones necesarias para que una empresa marche y visualizando a su vez el crecimiento de la misma en el tiempo. De ahí la importancia que al iniciar cualquiera idea de proyecto o negocio contemple las variables que intervienen en el desarrollo e implementación, consideran el costo efectivo que con lleva el operar el proyecto en términos financieros que implica el costo de capital de trabajo, adquisiciones de activo fijo y gastos pre operativo hasta obtener los indicadores financieros en los Estados Financieros como son. El Balance General, Estado de Pérdidas y Ganancias y Flujo de Efectivo.(Navarro, 2023)

4.6.1 INVERSIÓN INICIAL

Se hará una inversión inicial de L1,847,462.32 del cual el 79% será financiado por Banco Atlántida, el monto del préstamo será pagado durante el periodo de 60 meses, con una cuota nivelada de L30,360.53, a una tasa de interés del 16% anual. RAPIDGOAL será constituida como

una S.A. conformada por 2 socios, quienes aportaran L192,092.63 lempiras cada uno, constituyendo un capital social de L384,185.25.

Tabla 25: Plan de inversión

Plan de Inversión			
Detalle	Inversión Total	Fondos Propios	Financiamiento
Adecuación	L 321,410.46	L 50,000.00	L 271,410.46
Equipo de Oficina	L 152,586.75	L 50,000.00	L 102,586.75
Mobiliario y Equipo de Prevención	L 17,492.00		L 17,492.00
Automovil Pick Up	L 679,134.35	L 100,000.00	L 579,134.35
Equipo de Producción	L 51,605.00	L 51,605.00	L -
Total Activos No Corrientes	L 1,222,228.56	L 251,605.00	L 970,623.56
Imprevistos en la Inversión 5%	L 61,111.43	L 12,580.25	L 48,531.18
Total Activos No Corrientes e Imprevistos	L 1,283,339.99	L 264,185.25	L 1,019,154.74
Equipos de sistema de autoservicio	L 250,940.00	L 50,000.00	L 200,940.00
Material y Equipo de Limpieza (3 meses)	L 2,612.21	L -	L 2,612.21
Sueldos y Salarios (2 meses)	L 66,532.62	L -	L 66,532.62
Pepelería y Útiles (3 meses)	L 2,063.50	L -	L 2,063.50
Gastos Operativos (2 meses)	L 241,974.01	L 70,000.00	L 171,974.01
Total Capital de Trabajo	L 564,122.34	L 120,000.00	L 444,122.34
Inversión Total	L 1,847,462.32	L 384,185.25	L 1,463,277.08

Fuente: (Elaboración propia)

4.6.2 BASES Y SUPUESTO

- El desarrollo de este proyecto necesitará una inversión en activos fijos (no corrientes) de L1,222,228.56, integrado por la adecuación de local por un monto de L321,410.46, equipo de oficina por la cantidad de L152,586.75, equipo de prevención por un valor de L17,492.00 y el equipo de producción asciende a L51,605.00, el método de depreciación utilizado es el de línea recta, la vida útil se determinó según el reglamento de depreciaciones de Honduras.
- Los imprevistos ascienden a un valor de L61,111.43 equivalente al 5% de la inversión en activos fijos, dicho monto es para cubrir cualquier eventualidad que pudiera surgir.
- La planilla asciende a L 66,532.62 en el primer año sin retenciones, la cual incluye sueldos administrativos y del personal de producción. Se consideró un incremento del 5% anual. Los sueldos y salarios fueron determinados tomando como referencia

el salario mínimo promedio vigente del periodo 2023, de acuerdo con el giro comercial del negocio. Las retenciones del Instituto Hondureño de Seguridad Social, Régimen de Aportaciones Privadas e Instituto de Formación Profesional fueron calculadas en base a los techos y porcentajes vigentes.

- El gasto por compra de papelería y útiles conforma un monto de L2,063.50, el material y equipo de limpieza L2,612.21, ambos en el primer año de operación, teniendo los mismos un incremento del 1.5% anual, las compras en ambos rubros se realizan en forma trimestral.
- Los gastos administrativos del primer año ascienden a L243,698.25, teniendo los mismos un incremento del 4% anual, los gastos legales de constitución son de L 24,040.00 los cuales fueron reconocidos al gasto administrativo del periodo 1.
- En el primer año de operaciones se realizará compra de mobiliario equipo por un valor de L152,586.75, el cual se reconoció en el gasto de este mismo periodo.
- Las ventas se proyectaron para 5 años, considerando una tasa de crecimiento 1.00563292909099 interanual, la cual fue determinada considerando las tasas de inflación históricas comprendidas del periodo 2017 al 2022 y la estimación de la tasa de inflación brindada por el Banco Central de Honduras (BCH) para el periodo 2023.
- El Impuesto sobre la Renta, fue calculado considerando la tasa impositiva del 25%, más el 5% de aportación solidaria temporal sobre las utilidades mayores a L1,000.000.00 conforme a la legislación vigente.
- La tasa de rendimiento esperada mínima aceptada (TREMA) es de 16.50%, la cual está compuesta por: El Costo Promedio de Capital Ponderado de fondos propios 3.83% y el de financiamiento por 12.67%.
- El periodo de recuperación de la inversión (PRI) es de: 3 años 8 mes con 17 días

4.6.3 PROYECCIONES MENSUALES

Estado de resultado mensual 2023

Se proyecta el primer año mensualmente, para medir los desempeños de cada Estado Financiero, y comprender los desempeños de cada cuenta.

Tabla 26: Estado de Resultados mensual 2023

Detalle	Meses												Totales	
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre		
Ingresos por Venta	L 262,281.93	L 262,281.93	L 262,281.93	L 262,281.93	L 262,281.93	L 262,281.93	L 262,281.93	L 262,281.93	L 262,281.93	L 262,281.93	L 262,281.93	L 262,281.93	L 262,281.93	L 3,147,383.14
(-)Costo de Producción	L 120,987.01	L 120,987.01	L 120,987.01	L 120,987.01	L 120,987.01	L 120,987.01	L 120,987.01	L 120,987.01	L 120,987.01	L 120,987.01	L 120,987.01	L 120,987.01	L 120,987.01	L 1,451,844.09
Utilidad Bruta en Ventas	L 141,294.92	L 141,294.92	L 141,294.92	L 141,294.92	L 141,294.92	L 141,294.92	L 141,294.92	L 141,294.92	L 141,294.92	L 141,294.92	L 141,294.92	L 141,294.92	L 141,294.92	L 1,695,539.05
Gastos Operativos														L -
Sueldos y Salarios Administrativos	L 33,266.31	L 33,266.31	L 33,266.31	L 33,266.31	L 33,266.31	L 33,266.31	L 33,266.31	L 33,266.31	L 33,266.31	L 33,266.31	L 33,266.31	L 33,266.31	L 33,266.31	L 399,195.72
Decimo Tercer mes de Salarios	L 2,772.19	L 2,772.19	L 2,772.19	L 2,772.19	L 2,772.19	L 2,772.19	L 2,772.19	L 2,772.19	L 2,772.19	L 2,772.19	L 2,772.19	L 2,772.19	L 2,772.19	L 33,266.31
Decimo Cuarto mes de Salarios	L 2,772.19	L 2,772.19	L 2,772.19	L 2,772.19	L 2,772.19	L 2,772.19	L 2,772.19	L 2,772.19	L 2,772.19	L 2,772.19	L 2,772.19	L 2,772.19	L 2,772.19	L 33,266.31
Cuotas Patronales de IHSS,RAP INPOP	L 2,339.10	L 2,339.10	L 2,339.10	L 2,339.10	L 2,339.10	L 2,339.10	L 2,339.10	L 2,339.10	L 2,339.10	L 2,339.10	L 2,339.10	L 2,339.10	L 2,339.10	L 28,069.17
Gastos Por Depreciación Administravo	L 18,603.79	L 18,603.79	L 18,603.79	L 18,603.79	L 18,603.79	L 18,603.79	L 18,603.79	L 18,603.79	L 18,603.79	L 18,603.79	L 18,603.79	L 18,603.79	L 18,603.79	L 223,245.50
Papelería y Útiles de Oficina	L 2,063.50			L 2,063.50			L 2,063.50				L 2,063.50			L 8,254.00
Material y equipo de limpieza	L -			L -			L -				L -			L -
Utensilios de cocina	L -													L -
Software contable	L 11,500.00													L 11,500.00
Gastos Por préstamo	L 19,510.36	L 19,296.05	L 19,078.87	L 18,858.80	L 18,635.80	L 18,409.82	L 18,180.83	L 17,948.79	L 17,713.65	L 17,475.38	L 17,233.93	L 16,989.26	L 16,750.00	L 219,331.55
Gastos por publicidad	L 10,000.00	L 10,000.00	L 10,000.00	L 10,000.00	L 10,000.00	L 10,000.00	L 10,000.00	L 10,000.00	L 10,000.00	L 10,000.00	L 10,000.00	L 10,000.00	L 10,000.00	L 120,000.00
Gastos administrativos	L 44,348.19	L 20,308.19	L 20,308.19	L 20,308.19	L 20,308.19	L 20,308.19	L 20,308.19	L 20,308.19	L 20,308.19	L 20,308.19	L 20,308.19	L 20,308.19	L 20,308.19	L 267,738.25
Total Gastos Operativos	L 147,175.63	L 109,357.82	L 109,140.64	L 110,984.07	L 108,697.57	L 108,471.59	L 110,306.10	L 108,010.56	L 107,775.42	L 107,537.15	L 109,359.20	L 107,051.03	L 107,051.03	L 1,343,866.81
Utilidad antes del Impuesto	-L 5,880.71	L 31,937.10	L 32,154.28	L 30,310.85	L 32,597.35	L 32,823.33	L 30,988.82	L 33,284.36	L 33,519.50	L 33,757.77	L 31,935.72	L 34,243.89	L 34,243.89	L 351,672.24
Impuesto Sobre la Renta (25%)	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L 87,918.06
Utilidad (Perdida) NETA	-L 5,880.71	L 31,937.10	L 32,154.28	L 30,310.85	L 32,597.35	L 32,823.33	L 30,988.82	L 33,284.36	L 33,519.50	L 33,757.77	L 31,935.72	L 34,243.89	L 34,243.89	L 263,754.18

Fuente: (Elaboración propia)

Balance General mensual 2023

Tabla 27: Estado de Situación Financiera mensual 2023

Detalle	Meses											
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
ACTIVOS												
Activos Corrientes												
Caja y Bancos	L 674,763.53	L 715,412.29	L 756,061.04	L 794,646.29	L 835,295.05	L 859,310.64	L 897,895.90	L 938,544.65	L 979,193.40	L 1,019,842.15	L 1,058,427.41	L 1,065,809.85
Total Activo Corriente	L 674,763.53	L 715,412.29	L 756,061.04	L 794,646.29	L 835,295.05	L 859,310.64	L 897,895.90	L 938,544.65	L 979,193.40	L 1,019,842.15	L 1,058,427.41	L 1,065,809.85
Activos No Corrientes												
Mobiliario y equipo de Oficina	L 1,153,131.56	L 1,153,131.56	L 1,153,131.56	L 1,153,131.56	L 1,153,131.56	L 1,153,131.56	L 1,153,131.56	L 1,153,131.56	L 1,153,131.56	L 1,153,131.56	L 1,153,131.56	L 1,153,131.56
Depreciación de mobiliario y equipo de Oficina	-L 18,315.17	-L 36,630.35	-L 54,945.52	-L 73,260.69	-L 91,575.87	-L 109,891.04	-L 128,206.21	-L 146,521.39	-L 164,836.56	-L 183,151.73	-L 201,466.91	-L 219,782.08
Mobiliario y equipo de Prevención	L 17,492.00	L 17,492.00	L 17,492.00	L 17,492.00	L 17,492.00	L 17,492.00	L 17,492.00	L 17,492.00	L 17,492.00	L 17,492.00	L 17,492.00	L 17,492.00
Depreciación de mobiliario y equipo de Prevención	-L 288.62	-L 577.24	-L 865.85	-L 1,154.47	-L 1,443.09	-L 1,731.71	-L 2,020.33	-L 2,308.94	-L 2,597.56	-L 2,886.18	-L 3,174.80	-L 3,463.42
Equipo de Producción	L 51,605.00	L 51,605.00	L 51,605.00	L 51,605.00	L 51,605.00	L 51,605.00	L 51,605.00	L 51,605.00	L 51,605.00	L 51,605.00	L 51,605.00	L 51,605.00
Depreciación Acumulada de Equipo de Producción	-L 851.48	-L 1,702.97	-L 2,554.45	-L 3,405.93	-L 4,257.41	-L 5,108.90	-L 5,960.38	-L 6,811.86	-L 7,663.34	-L 8,514.83	-L 9,366.31	-L 10,217.79
Total Activo No Corrientes	L 1,202,773.29	L 1,183,318.01	L 1,163,862.74	L 1,144,407.46	L 1,124,952.19	L 1,105,496.92	L 1,086,041.64	L 1,066,586.37	L 1,047,131.09	L 1,027,675.82	L 1,008,220.55	L 988,765.27
TOTAL ACTIVOS	L 1,877,536.82	L 1,898,730.30	L 1,919,923.78	L 1,939,053.76	L 1,960,247.24	L 1,964,807.56	L 1,983,937.54	L 2,005,131.02	L 2,026,324.50	L 2,047,517.97	L 2,066,647.95	L 2,054,575.12
PASIVOS												
Pasivos Corrientes												
Impuestos Sobre Renta Por Pagar	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L 87,918.06
Prestamos por Pagar	L 191,603.42	L 175,315.41	L 158,810.23	L 142,084.97	L 125,136.72	L 107,962.48	L 90,559.26	L 72,923.99	L 55,053.59	L 36,944.92	L 18,594.79	L 243,453.82
Decimo Tercer mes de Salarios	L 2,772.19	L 5,544.39	L 8,316.58	L 11,088.77	L 13,860.96	L 16,633.16	L 19,405.35	L 22,177.54	L 24,949.73	L 27,721.93	L 30,494.12	L -
Decimo Cuarto mes de Salarios	L 2,772.19	L 5,544.39	L 8,316.58	L 11,088.77	L 13,860.96	L -	L 2,772.19	L 5,544.39	L 8,316.58	L 11,088.77	L 13,860.96	L 16,633.16
Retenciones Por Pagar	L 7,142.22	L 7,142.22	L 7,142.22	L 7,142.22	L 7,142.22	L 7,142.22	L 7,142.22	L 7,142.22	L 7,142.22	L 7,142.22	L 7,142.22	L 7,142.22
Impuesto sobre venta a pagar	L 39,342.29	L 39,342.29	L 39,342.29	L 39,342.29	L 39,342.29	L 39,342.29	L 39,342.29	L 39,342.29	L 39,342.29	L 39,342.29	L 39,342.29	L 39,342.29
Total Pasivo Corriente	L 243,632.32	L 232,888.69	L 221,927.89	L 210,747.03	L 199,343.15	L 171,080.15	L 159,221.31	L 147,130.43	L 134,804.41	L 122,240.12	L 109,434.39	L 394,489.54
Pasivos No Corrientes												
Prestamos por Pagar	L 1,255,599.96	L 1,255,599.96	L 1,255,599.96	L 1,255,599.96	L 1,255,599.96	L 1,255,599.96	L 1,255,599.96	L 1,255,599.96	L 1,255,599.96	L 1,255,599.96	L 1,255,599.96	L 1,012,146.15
Total Pasivo No Corriente	L 1,255,599.96	L 1,255,599.96	L 1,255,599.96	L 1,255,599.96	L 1,255,599.96	L 1,255,599.96	L 1,255,599.96	L 1,255,599.96	L 1,255,599.96	L 1,255,599.96	L 1,255,599.96	L 1,012,146.15
TOTAL PASIVOS	L 1,499,232.28	L 1,488,488.66	L 1,477,527.86	L 1,466,346.99	L 1,454,943.12	L 1,426,680.12	L 1,414,821.28	L 1,402,730.40	L 1,390,404.38	L 1,377,840.09	L 1,365,034.35	L 1,406,635.69
PATRIMONIO												
Capital Contable	L 384,185.25	L 384,185.25	L 384,185.25	L 384,185.25	L 384,185.25	L 384,185.25	L 384,185.25	L 384,185.25	L 384,185.25	L 384,185.25	L 384,185.25	L 384,185.25
Reserva Legal												L 13,187.71
Total Capital Contable	L 384,185.25	L 384,185.25	L 384,185.25	L 384,185.25	L 384,185.25	L 384,185.25	L 384,185.25	L 384,185.25	L 384,185.25	L 384,185.25	L 384,185.25	L 397,372.96
Resultados Acumulados												
Utilidad (Pérdida) acumulada	L -	L 5,880.71	L 26,056.39	L 58,210.67	L 88,521.52	L 121,118.87	L 153,942.19	L 184,931.01	L 218,215.37	L 251,734.87	L 285,492.64	L 216,322.58
Utilidad/Pérdida del periodo	-L 5,880.71	L 31,937.10	L 32,154.28	L 30,310.85	L 32,597.35	L 32,823.33	L 30,988.82	L 33,284.36	L 33,519.50	L 33,757.77	L 31,935.72	L 34,243.89
Total Resultados Acumulados	-L 5,880.71	L 26,056.39	L 58,210.67	L 88,521.52	L 121,118.87	L 153,942.19	L 184,931.01	L 218,215.37	L 251,734.87	L 285,492.64	L 317,428.35	L 250,566.47
Total Patrimonio	L 378,304.54	L 410,241.64	L 442,395.92	L 472,706.77	L 505,304.12	L 538,127.44	L 569,116.26	L 602,400.62	L 635,920.12	L 669,677.89	L 701,613.60	L 647,939.43
TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO	L 1,877,536.82	L 1,898,730.30	L 1,919,923.78	L 1,939,053.76	L 1,960,247.24	L 1,964,807.56	L 1,983,937.54	L 2,005,131.02	L 2,026,324.50	L 2,047,517.97	L 2,066,647.95	L 2,054,575.12

Fuente: (Elaboración propia)

Flujo de efectivo mensual 2023

Tabla 28: Estado de Flujo de Efectivo mensual 2023

Detalle	Mes													Total
	Pre-Operativo	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
Saldo inicial de efectivo		L 625,233.77	L 674,763.53	L 715,412.29	L 756,061.04	L 794,646.29	L 835,295.05	L 859,310.64	L 897,895.90	L 938,544.65	L 979,193.40	L 1,019,842.15	L 1,058,427.41	L 625,233.77
Ingresos por Venta		L 301,624.22	L 301,624.22	L 301,624.22	L 301,624.22	L 301,624.22	L 301,624.22	L 301,624.22	L 301,624.22	L 301,624.22	L 301,624.22	L 301,624.22	L 301,624.22	L 3,619,490.61
Financiamiento	L 1,463,277.08	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -
Fondos Propios	L 384,185.25	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -
Total Origenes	L 1,847,462.33	L 926,857.99	L 976,387.75	L 1,017,036.50	L 1,057,685.26	L 1,096,270.51	L 1,136,919.26	L 1,160,934.86	L 1,199,520.11	L 1,240,168.87	L 1,280,817.62	L 1,321,466.37	L 1,360,051.62	L 4,244,724.37
Menos:														
Compra de Activo	L 900,818.10	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -
Sueldos y Salarios	L -	L 32,034.30	L 32,034.30	L 32,034.30	L 32,034.30	L 32,034.30	L 32,034.30	L 32,034.30	L 32,034.30	L 32,034.30	L 32,034.30	L 32,034.30	L 32,034.30	L 384,411.54
Costos fijos de producción		L 42,235.32	L 42,235.32	L 42,235.32	L 42,235.32	L 42,235.32	L 42,235.32	L 42,235.32	L 42,235.32	L 42,235.32	L 42,235.32	L 42,235.32	L 42,235.32	L 506,823.87
Costos variables		L 74,329.09	L 74,329.09	L 74,329.09	L 74,329.09	L 74,329.09	L 74,329.09	L 74,329.09	L 74,329.09	L 74,329.09	L 74,329.09	L 74,329.09	L 74,329.09	L 891,949.08
Papelaría y Útiles de Oficina	L -	L 2,063.50	L -	L -	L 2,063.50	L -	L -	L 2,063.50	L -	L -	L -	L 2,063.50	L -	L 8,254.00
Gastos por publicidad		L 10,000.00	L 10,000.00	L 10,000.00	L 10,000.00	L 10,000.00	L 10,000.00	L 10,000.00	L 10,000.00	L 10,000.00	L 10,000.00	L 10,000.00	L 10,000.00	L 120,000.00
Presupuesto de Adecuación	L 321,410.46													L 321,410.46
Utensilios de cocina	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -
Materiales y equipo de limpieza	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -
Software contable	L -	L 11,500.00	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L 11,500.00
Gastos administrativos		L 44,348.19	L 20,308.19	L 20,308.19	L 20,308.19	L 20,308.19	L 20,308.19	L 20,308.19	L 20,308.19	L 20,308.19	L 20,308.19	L 20,308.19	L 20,308.19	L 267,738.25
Pago de ISR	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -
Impuesto sobre ventas cobrado			L 39,342.29	L 39,342.29	L 39,342.29	L 39,342.29	L 39,342.29	L 39,342.29	L 39,342.29	L 39,342.29	L 39,342.29	L 39,342.29	L 39,342.29	L 432,765.18
Pago de Intereses	L -	L 19,510.36	L 19,296.05	L 19,078.87	L 18,858.80	L 18,635.80	L 18,409.82	L 18,180.83	L 17,948.79	L 17,713.65	L 17,475.38	L 17,233.93	L 16,989.26	L 219,331.55
Pago de capital de financiamiento		L 16,073.69	L 16,288.01	L 16,505.18	L 16,725.25	L 16,948.26	L 17,174.23	L 17,403.22	L 17,635.27	L 17,870.40	L 18,108.67	L 18,350.12	L 18,594.79	L 207,677.11
Decimo Tercer mes de Salarios	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L 33,266.31	L 33,266.31
Decimo Cuarto mes de Salarios	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L 16,633.16
Retenciones Por Pagar	L -	L -	L 7,142.22	L 7,142.22	L 7,142.22	L 7,142.22	L 7,142.22	L 7,142.22	L 7,142.22	L 7,142.22	L 7,142.22	L 7,142.22	L 7,142.22	L 78,564.47
Total Aplicaciones	L 1,222,228.56	L 252,094.45	L 260,975.46	L 260,975.46	L 263,038.96	L 260,975.46	L 277,608.62	L 263,038.96	L 260,975.46	L 260,975.46	L 260,975.46	L 263,038.96	L 294,241.77	L 3,500,324.99
Saldo Final	L 625,233.77	L 674,763.53	L 715,412.29	L 756,061.04	L 794,646.29	L 835,295.05	L 859,310.64	L 897,895.90	L 938,544.65	L 979,193.40	L 1,019,842.15	L 1,058,427.41	L 1,065,809.85	L 744,399.39
Flujo Netos de Ingresos y Egresos		L 49,529.77	L 40,648.75	L 40,648.75	L 38,585.25	L 40,648.75	L 24,015.60	L 38,585.25	L 40,648.75	L 40,648.75	L 40,648.75	L 38,585.25	L 7,382.44	-L 321,410.46

Fuente: (Elaboración propia)

4.6.4. PROYECCIONES ANUALES

Estado de resultado anual 2023 – 2027

La participación en el análisis vertical en el estado de pérdidas y ganancias, se detalla en la siguiente manera, costo de producción representa un 42%; el total de gastos operativos representa un 28%; impuestos y la reserva legal representa un 8% y 1% respectivamente, y la utilidad da un margen de 21%. Ver tabla en anexo 1

Tabla 29: Estado de Resultado anual 2023-2027

Detalle	Resultado	Resultado %
Ingresos por Venta	L 23,277,432.70	100%
(-)Costo de Producción	L 9,778,098.03	42%
Utilidad Bruta en Ventas	L 13,499,334.67	58%
Total Gastos Operativos	L 6,411,931.80	28%
Impuesto Sobre la Renta (25%)+Aportacion solidaria (exceso de L1,000,000)	-L 1,970,796.91	8%
Utilidad (Perdida) NETA	L 5,116,605.97	22%
Reserva Legal	L 255,830.30	1%
Utilidad antes de distribucion de dividendos	L 4,860,775.67	21%

Fuente: (Elaboración propia)

Balance General anual 2023 – 2027

Realizando el análisis vertical se puede observar lo siguiente, los activos representan L6.542 M (M = millones), el total de pasivos es de L1.09M (Representando un 16.6%) y L5.5M total de patrimonio (Representando un 83.38%) Ver tabla en anexo 1.

Tabla 30: Balance General anual 2023-2027

Detalle	Resultado
ACTIVOS	
Total Activo Corriente	6,542,142.29
Total Activo No Corrientes	54,912.10
TOTAL ACTIVOS	6,597,054.39
Total Pasivo Corriente	1,096,263.17
Total Pasivo No Corriente	0.00
TOTAL PASIVOS	1,096,263.17
Total Capital Contable	640,015.55
Total Resultados Acumulados	4,860,775.67
Total Patrimonio	5,500,791.22
TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO	6,597,054.39

Fuente: (Elaboración propia)

Flujo de efectivo anual 2023 – 2027

El gasto pre-operativo parte de la distribución de compra de activos, tanto de transporte, como herramientas y mobiliarios. Pasando a realizar la adecuación del local y oficina. Ver anexo n.1

Tabla 31: Estado de Flujo de Efectivo anual 2023-2027

Detalle	Pre-Operativo	Año 5
Saldo inicial de efectivo		L. 3,987,521
Ingresos por Venta		L. 8,602,054
Financiamiento	L. 1,463,277	
Fondos Propios	L. 384,185	
Total Orígenes	L. 1,847,462	L. 12,589,575
Menos:		
Compra de Activo	L. 900,818	
Sueldos y Salarios		L. 469,150
Costos fijos de producción		L. 626,432
Costos variables		L. 2,150,812
Papelería y Útiles de Oficina		L. 8,762
Presupuesto de adecuación	L. 321,410	L. 0
Software contable		L. 0
Gastos Administrativos		L. 244,328
Gastos por publicidad		L. 122,727
Pago de ISR		L. 718,848
Impuesto sobre ventas cobrado/Pagado		L. 1,107,021
Pago de Intereses		L. 34,815
Pago de capital del financiamiento		L. 392,194
Decimo Tercer mes de Salarios		L. 40,435
Decimo Cuarto mes de Salarios		L. 39,473
Retenciones Por Pagar		L. 92,435
Total Aplicaciones	L. 1,222,229	L. 6,047,433
Saldo Final	L. 625,234	L. 6,542,142

Fuente: (Elaboración propia)

4.6.5 ANALISIS HORIZONTAL Y VERTICAL

En los análisis horizontal y vertical se constata que la variación es mínima en los primeros dos años, conforme a la inflación y al incremento en los precios de los equipos, variando ligeramente los costos de producción. Se mantienen las proyecciones de cantidad de unidades vendida en 2024.

Tabla 32: Análisis Horizontal y Vertical del Estado de Resultado 2023-2027

Detalle	1	%	2	%	Variaciones		
					Absoluta	Relativa	
Ingresos							
Ingresos por Venta	L 3,147,383.14	100.00%	L 3,165,112.12	100.00%	L 17,728.99	0.56%	
(-)Costo de Producción	L 1,451,844.09	46.13%	L 1,497,619.94	47.32%	L 45,775.85	3.15%	
Utilidad Bruta en Ventas	L 1,695,539.05	53.87%	L 1,667,492.18	52.68%	-L 28,046.86	-1.65%	
Gastos Operativos							
Sueldos y Salarios Administrativos	L 399,195.72	12.68%	L 419,155.51	13.24%	L 19,959.79	5.00%	
Decimo Tercer mes de Salarios	L 33,266.31	1.06%	L 34,929.63	1.10%	L 1,663.32	5.00%	
Decimo Cuarto mes de Salarios	L 33,266.31	1.06%	L 34,929.63	1.10%	L 1,663.32	5.00%	
Cuotas Patronales de IHSS,RAP INFOP	L 28,069.20	0.89%	L 28,568.17	0.90%	L 498.96	1.78%	
Gastos Por Depreciación	L 223,245.50	7.09%	L 223,245.50	7.05%	L -	0.00%	
Papelería y Útiles de Oficina	L 8,254.00	0.26%	L 8,378.18	0.26%	L 124.18	1.50%	
Amortización de software contable	L 11,500.00	0.37%	L -	0.00%	-L 11,500.00	-100.00%	
Gastos Por Intereses	L 219,331.55	6.97%	L 183,554.85	5.80%	-L 35,776.70	-16.31%	
Gastos administrativos	L 267,738.25	8.51%	L 243,846.56	7.70%	-L 23,891.69	-8.92%	
Gastos por publicidad	L 120,000.00	3.81%	L 120,675.95	3.81%	L 675.95	0.56%	
Total Gastos Operativos	L 1,343,866.84	42.70%	L 1,297,283.96	40.99%	-L 46,582.88	-3.47%	
Utilidad Antes del Impuesto	L 351,672.21	11.17%	L 370,208.22	11.70%	L 18,536.01	5.27%	
Impuesto Sobre la Renta	-L 87,918.05	-2.79%	-L 92,552.06	-2.92%	-L 4,634.00	5.27%	
Utilidad (Perdida) NETA	L 263,754.16	8.38%	L 277,656.17	8.77%	L 13,902.01	5.27%	

Fuente: (Elaboración propia)

Al igual que en el resultado de perdida y ganancia, en el análisis de los dos primeros años, se mueven las depreciaciones y cae el pasivo no corriente conforme al proyectado.

Tabla 33: Análisis Horizontal y Vertical del Balance General 2023-2024

Detalle	1	%	2	%	Variaciones	
					Absoluta	Relativa
ACTIVOS						
Activos Corrientes						
Caja y Bancos	L 1,065,809.85	51.87%	L 1,339,295.82	63.94%	L 273,485.98	25.66%
Total Activo Corriente	L 1,065,809.85	51.87%	L 1,339,295.82	63.94%	L 273,485.98	25.66%
Activos No Corrientes						
Mobiliario y equipo de Oficina y Mejoras propiedad	L 1,153,131.56	56.13%	L 1,153,131.56	55.05%	L -	0.00%
Depreciación de mobiliario y equipo de Oficina y Mejoras	-L 219,782.11	-10.70%	-L 439,564.20	-20.99%	-L 219,782.09	100.00%
Mobiliario y equipo de Prevención	L 17,492.00	0.85%	L 17,492.00	0.84%	L -	0.00%
Depreciación de mobiliario y equipo de Prevención	-L 3,463.42	-0.17%	-L 6,926.83	-0.33%	-L 3,463.42	100.00%
Equipo de Producción	L 51,605.00	2.51%	L 51,605.00	2.46%	L -	0.00%
Depreciación Acumulada de Equipo de Producción	-L 10,217.79	-0.50%	-L 20,435.58	-0.98%	-L 10,217.79	100.00%
Total Activo No Corrientes	L 988,765.24	48.13%	L 755,301.95	36.06%	-L 233,463.30	-23.61%
TOTAL ACTIVOS	L 2,054,575.09	100.00%	L 2,094,597.78	100.00%	L 40,022.69	1.95%
PASIVOS						
Pasivos Corrientes						
Impuestos Sobre Renta Por Pagar	L 87,918.05	4.28%	L 92,552.06	4.42%	L 4,634.00	5.27%
Prestamos por Pagar	L 243,453.82	11.85%	L 285,393.80	13.63%	L 41,939.98	17.23%
Decimo Tercer mes de Salarios	L -	0.00%	L -	0.00%	L -	0.00%
Decimo Cuarto mes de Salarios	L 16,633.16	0.81%	L 17,464.81	0.83%	L 831.66	5.00%
Retenciones Por Pagar	L 7,142.22	0.35%	L 7,275.29	0.35%	L 133.07	1.86%
Impuesto sobre venta a pagar	L 39,342.29	1.91%	L 39,563.90	1.89%	L 221.61	0.56%
Total Pasivo Corriente	L 394,489.54	19.20%	L 442,249.86	21.11%	L 47,760.32	12.11%
Pasivos No Corrientes						
Prestamos por Pagar	L 1,012,146.15	49.26%	L 726,752.35	34.70%	-L 285,393.80	-28.20%
Total Pasivo No Corriente	L 1,012,146.15	49.26%	L 726,752.35	34.70%	-L 285,393.80	-28.20%
TOTAL PASIVOS	L 1,406,635.69	68.46%	L 1,169,002.21	55.81%	-L 237,633.48	-16.89%
PATRIMONIO						
Capital Contable	L 384,185.25	18.70%	L 384,185.25	18.34%	L -	0.00%
Reserva Legal	L 22,599.30	1.10%	L 52,127.68	2.49%	L 29,528.38	130.66%
Total Capital Contable						
Resultados Acumulados						
Utilidad (Pérdida) acumulada	L -	0.00%	L 250,566.45	11.96%	L 250,566.45	0.00%
Utilidad/Pérdida del período	L 250,566.45	12.20%	L 263,773.36	12.59%	L 13,206.91	5.27%
Total Resultados Acumulados	L 250,566.45	12.20%	L 514,339.81	24.56%	L 263,773.36	105.27%
Total Patrimonio	L 647,939.41	31.54%	L 925,595.57	44.19%	L 277,656.17	42.85%
TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO	L 2,054,575.09	100.00%	L 2,094,597.78	100.00%	L 40,022.69	1.95%

Fuente: (Elaboración propia)

4.6.6 INDICADORES FINANCIEROS

Los 3 primeros años van conforme al supuesto de una venta del 25% de la capacidad de unidades vendidas proyectadas, siendo el cuarto y quinto año los que llevan un crecimiento de un 50% y 60%. Logrando un repunte en rentabilidad de doble dígito, igualmente en los índices de crecimiento.

Tabla 34: Indicadores Financieros

Índice	Año					Fórmula
	1	2	3	4	5	
Índices de Rentabilidad						
Rentabilidad Neta	8.38%	8.77%	9.05%	29.36%	32.64%	U.N./Ingresos
Rentabilidad Sobre Capital Social	68.65%	72.27%	75.47%	479.97%	635.44%	U.N/ Capital Contable
Rentabilidad Sobre Patrimonio	40.71%	30.00%	23.85%	60.27%	44.38%	U.N./ Patrimonio
Rentabilidad Sobre Activos	12.84%	13.26%	13.78%	43.12%	37.01%	U.N/ Activos Totales
Índices de Solvencia						
Liquidez	2.70	3.03	3.18	3.28	5.97	Act. Corrientes. / Pasivo Corrientes
Índices de Endeudamiento						
Corriente	60.88%	47.78%	40.89%	39.76%	19.93%	Pasivo Corrientes/Patrimonio
No Corriente	156.21%	78.52%	32.26%	0.00%	0.00%	Pasivo no Corrientes/Patrimonio
Índice de Apalancamiento						
Índice de Apalancamiento	1.46	1.79	2.37	3.52	6.02	Activo/Pasivo
Índices de Crecimiento						
Crecimiento en Ingresos	N/A	0.56%	1.22%	96.06%	19.09%	Ingresos 2/ Ingresos 1
Crecimiento en Utilidades	N/A	5.27%	4.43%	535.97%	32.39%	Utilidades 2/ Utilidades año 1
Crecimiento en Activos	N/A	1.95%	0.48%	103.15%	54.28%	Activos 2 / Activos 1
Crecimiento en Pasivos	N/A	-16.89%	-23.94%	36.79%	-9.87%	Pasivos 2/ Pasivos 1
Crecimiento en Patrimonio	N/A	42.85%	31.33%	151.70%	79.79%	Patrimonio 2/ Patrimonio 1
Otros Indicadores						
Capacidad de Pago	L. 487,326.62	L. 511,119.45	L. 523,412.30	L. 2,077,441.95	L. 2,674,731.25	Utilidades Neta + Depreciaciones
Capital de Trabajo	L. 671,320.31	L. 897,045.97	L. 1,085,899.44	L. 2,771,147.87	L. 5,445,879.12	Activo Corriente - Pasivo Corriente

Fuente: (Elaboración propi

4.6.7. EVALUACION TIR, VAN y PRI

Evaluación financiera del proyecto

Tabla 35: Evaluación Financiera TIR y VAN

Fuentes	Monto	% Participación	TREMA Individual	CCP
Fondos propios	L 384,185.25	21%	18.40%	3.83%
Préstamo bancario	L 1,463,277.08	79%	16%	12.67%
Total	L 1,847,462.32	100%		16.50%

Fuente: (Elaboración propia)

Tabla 36: Evaluación Financiera TIR y VAN

Determinación de la Tasa de retorno esperada mínima aceptable	
Inflación del proyecto 2022	9.39%
Bonos BCH 2023	4.25%
Rendimiento accionistas	4.76%
TREMA fondos propios	18.40%

Fuente: (Elaboración propia)

PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION

Tabla 37: Periodo de Recuperación de la Inversión

Detalle	0	1	2	3	4	5
Utilidad Neta		L 250,566.45	L 263,773.36	L 275,451.56	L 1,751,779.73	L 2,319,204.57
Depreciación		L 223,245.50	L 223,245.50	L 223,245.50	L 223,245.50	L 223,245.50
Depreciación de Producción		L 326.97	L 326.97	L 326.97	L 326.97	L 326.97
Flujo Neto de caja	-L 1,847,462.32	L 474,138.92	L 487,345.82	L 499,024.02	L 1,975,352.20	L 2,542,777.04
TREMA	16.50%	116.5%	116.5%	116.5%	116.5%	116.5%
TREMA ACUMULADA		116.5%	136%	158%	184%	215%
Flujo de caja Descantado	-L 1,847,462.32	L 406,989.38	L 359,080.82	L 315,612.28	L 1,072,394.18	L 1,184,938.11
Flujo de Caja Desc. Acum.		L 406,989.38	L 766,070.20	L 1,081,682.47	L 2,154,076.66	L 3,339,014.77
Inversión	-L 1,847,462.32	-L 1,440,472.94	-L 1,081,392.12	-L 765,779.84	L 306,614.34	L 1,491,552.45
VAN		-L 1,440,472.94	-L 1,081,392.12	-L 765,779.84	L 306,614.34	L 1,491,552.45
TIR	37.88%					

Periodo de recuperación de la inversión						
Inversión	-L 1,847,462.32	-L 1,847,462.32	-L 1,847,462.32	-L 1,847,462.32	-L 1,847,462.32	-L 1,847,462.32
Flujo de caja Desc. Acum.	L 406,989.38	L 766,070.20	L 1,081,682.47	L 2,154,076.66	L 3,339,014.77	L 4,523,952.88
	-L 1,440,472.94	-L 1,081,392.12	-L 765,779.84	L 306,614.34	L 1,491,552.45	L 2,983,025.33
	1	2	3	4	5	

	Años	Meses	Días
Periodo de Recuperación de la Inversión	3	8	17

Periodo de Recuperación de la Inversión	-L 765,779.84 X 12 =	-8.569011514 =	8 mes
	L 1,072,394.18		
	-0.569011514 X 30 =	-17 =	17 días

Periodo de recuperacion está ocurriendo en 3 años 8 meses y 17 días

Fuente: (Elaboración propia)

4.6.8 VALOR ECONÓMICO AGREGADO

Tabla 38: Valor Económico Agregado

Detalle	1	2	3	4	5
Ingresos	L. 3,147,383.14	L. 3,165,112.12	L. 3,203,703.27	L. 6,281,187.08	L. 7,480,047.09
Insumos					
Suministros y gastos	1,859,336.33	1,870,520.63	1,909,686.62	2,833,884.04	3,209,573.75
Total Insumos	1,859,336.33	1,870,520.63	1,909,686.62	2,833,884.04	3,209,573.75
(+) Valor Agregado a Precio de Mercado	1,288,046.80	1,294,591.49	1,294,016.65	3,447,303.04	4,270,473.34
(-) Depreciación	(223,245.50)	(223,245.50)	(223,245.50)	(223,245.50)	(223,245.50)
(-) Amortización	-	-	-	-	-
Valor Agregado a Precio de Factores	1,064,801.31	1,071,346.00	1,070,771.15	3,224,057.54	4,047,227.84

Fuente: (Elaboración propia)

Tabla 39: Composición del Valor Económico Agregado

COMPOSICIÓN DEL VALOR AGREGADO										
Detalle	1	%	2	%	3	%	4	%	5	%
Sueldos/Salarios	493,797.54	46.37	517,582.92	48.31	542,557.61	50.67	568,781.02	17.64	596,315.61	14.73
Entidad Financiera	219,331.55	20.60	183,554.85	17.13	141,614.87	13.23	92,449.85	2.87	34,815.14	0.86
Estado (ISR)	87,918.05	8.26	92,552.06	8.64	96,649.67	9.03	718,848.00	22.30	974,829.13	24.09
Utilidades Netas	L. 263,754.16	24.77	L. 277,656.17	25.92	L. 289,949.01	27.08	L. 1,843,978.67	57.19	L. 2,441,267.97	60.32
Total	1,064,801.31	100.00	1,071,346.00	100.00	1,070,771.15	100.00	3,224,057.54	100.00	4,047,227.84	100.00

Fuente: (Elaboración propia)

4.7 SENSIBILIZADO ESCENARIO 1

Supuesto de proyección: En el caso del optimista: Las ventas crecen a un 75% de la venta esperada los 2 primeros años, y un 100% los próximos 3 años

4.7.2. PROYECCIONES ANUALES

Tabla 40: Estado de Resultado anual 2023-2027-Sensibilizado Escenario 1

Detalle	Años				
	1	2	3	4	5
Ingresos					
Ingresos por Venta	L 8,917,646.59	L 8,967,879.06	L 11,998,408.12	L 12,065,994.31	L 12,133,961.20
Ingresos por Venta					
(-)Costo de Producción	L 3,116,976.86	L 3,172,132.29	L 4,077,367.87	L 4,121,055.84	L 4,170,850.01
Utilidad Bruta en Ventas	L 5,800,669.73	L 5,795,746.77	L 7,921,040.25	L 7,944,938.47	L 7,963,111.18
Gastos Operativos					
Sueldos y Salarios Administrativos	L 399,195.72	L 419,155.51	L 440,113.28	L 462,118.95	L 485,224.89
Decimo Tercer mes de Salarios	L 33,266.31	L 34,929.63	L 36,676.11	L 38,509.91	L 40,435.41
Decimo Cuarto mes de Salarios	L 33,266.31	L 34,929.63	L 36,676.11	L 38,509.91	L 40,435.41
Cuotas Patronales de IHSS,RAP INFOP	L 28,069.20	L 28,568.17	L 29,092.11	L 29,642.25	L 30,219.90
Gastos Por Depreciación Administrativo	L 223,245.50	L 223,245.50	L 223,245.50	L 223,245.50	L 223,245.50
Papelería y Útiles de Oficina	L 8,254.00	L 8,378.18	L 8,504.23	L 8,632.18	L 8,762.05
Material y equipo de limpieza	L -	L -	L -	L -	L -
Utensilios de cocina	L -	L -	L -	L -	L -
Software contable	L 11,500.00				
Gastos Por Intereses	L 260,929.53	L 218,367.49	L 168,473.25	L 109,983.70	L 41,418.10
Gastos administrativos	L 267,738.25	L 243,846.56	L 244,000.82	L 244,161.26	L 244,328.14
Gastos por publicidad	L 120,000.00	L 120,675.95	L 121,355.71	L 122,039.30	L 122,726.74
Total Gastos Operativos	L 1,385,464.81	L 1,332,096.60	L 1,308,137.11	L 1,276,842.95	L 1,236,796.13
Utilidad Antes del Impuesto	L 4,415,204.92	L 4,463,650.17	L 6,612,903.14	L 6,668,095.51	L 6,726,315.05
Impuesto Sobre la Renta (25%)+Aportacion solidaria (exceso de L.1,000,000)	-L 1,274,561.47	-L 1,289,095.05	-L 1,933,870.94	-L 1,950,428.65	-L 1,967,894.52
Utilidad (Perdida) NETA	L 3,140,643.44	L 3,174,555.12	L 4,679,032.20	L 4,717,666.86	L 4,758,420.54
Reserva Legal	L 157,032.17	L 158,727.76	L 233,951.61	L 235,883.34	L 237,921.03
Utilidad antes de distribucion de dividendos	L 2,983,611.27	L 3,015,827.37	L 4,445,080.59	L 4,481,783.52	L 4,520,499.51

Fuente: (Elaboración propia)

Tabla 41: Estado de Situación Financiera anual 2023-2027-Sensibilizado Escenario 1

Detalle	Años				
	1	2	3	4	5
ACTIVOS					
Activos Corrientes					
Caja y Bancos	L 5,439,605.36	L 8,574,123.21	L 13,830,768.16	L 18,402,353.89	L 22,947,093.80
Total Activo Corriente	L 5,439,605.36	L 8,574,123.21	L 13,830,768.16	L 18,402,353.89	L 22,947,093.80
Activos No Corrientes					
Mobiliario y equipo de Oficina y Mejoras en propiedad arrendada(adequacion)	L 1,153,131.56	L 1,153,131.56	L 1,153,131.56	L 1,153,131.56	L 1,153,131.56
Depreciación de mobiliario y equipo de Oficina y mejoras en propiedad arrendada)	-L 219,782.11	-L 439,564.20	-L 659,346.27	-L 879,128.35	-L 1,098,910.43
Mobiliario y equipo de Prevención	L 17,492.00	L 17,492.00	L 17,492.00	L 17,492.00	L 17,492.00
Depreciación de mobiliario y equipo de Prevención	-L 3,463.42	-L 6,926.83	-L 10,390.25	-L 13,853.66	-L 17,317.08
Equipo de Producción	L 51,605.00	L 51,605.00	L 51,605.00	L 51,605.00	L 51,605.00
Depreciación Acumulada de Equipo de Producción	-L 10,217.79	-L 20,435.58	-L 30,653.37	-L 40,871.16	-L 51,088.95
Total Activo No Corrientes	L 988,765.24	L 755,301.95	L 521,838.67	L 288,375.38	L 54,912.10
TOTAL ACTIVOS	L 6,428,370.61	L 9,329,425.17	L 14,352,606.82	L 18,690,729.27	L 23,002,005.89
PASIVOS					
Pasivos Corrientes					
Impuestos Sobre Renta Por Pagar	L 1,274,561.47	L 1,289,095.05	L 1,933,870.94	L 1,950,428.65	L 1,967,894.52
Prestamos por Pagar	L 289,626.77	L 339,521.00	L 398,010.56	L 466,576.15	L -
Decimo Tercer mes de Salarios	L -	L -	L -	L -	L -
Decimo Cuarto mes de Salarios	L 16,633.16	L 17,464.81	L 18,338.05	L 19,254.96	L 20,217.70
Retenciones Por Pagar	L 7,142.22	L 7,275.29	L 7,415.01	L 7,561.71	L 7,715.75
Impuesto sobre venta a pagar	L 111,470.58	L 112,098.49	L 149,980.10	L 150,824.93	L 151,674.51
Total Pasivo Corriente	L 1,699,434.20	L 1,765,454.65	L 2,507,614.66	L 2,594,646.40	L 2,147,502.49
Pasivos No Corrientes					
Prestamos por Pagar	L 1,204,107.71	L 864,586.71	L 466,576.15	L -	L -
Total Pasivo No Corriente	L 1,204,107.71	L 864,586.71	L 466,576.15	L -	L -
TOTAL PASIVOS	L 2,903,541.91	L 2,630,041.35	L 2,974,190.81	L 2,594,646.40	L 2,147,502.49
PATRIMONIO					
Capital Contable	L 384,185.25	L 384,185.25	L 384,185.25	L 384,185.25	L 384,185.25
Reserva Legal	L 157,032.17	L 315,759.93	L 549,711.54	L 785,594.88	L 1,023,515.91
Total Capital Contable					
Resultados Acumulados					
Utilidad (Pérdida) acumulada	L -	L 2,983,611.27	L 5,999,438.63	L 10,444,519.22	L 14,926,302.74
Utilidad/Pérdida del período	L 2,983,611.27	L 3,015,827.37	L 4,445,080.59	L 4,481,783.52	L 4,520,499.51
Total Resultados Acumulados	L 2,983,611.27	L 5,999,438.63	L 10,444,519.22	L 14,926,302.74	L 19,446,802.25
Total Patrimonio	L 3,524,828.69	L 6,699,383.81	L 11,378,416.01	L 16,096,082.87	L 20,854,503.41
TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO	L 6,428,370.61	L 9,329,425.17	L 14,352,606.82	L 18,690,729.27	L 23,002,005.89

Fuente: (Elaboración propia)

Tabla 42: Flujo de efectivo anual 2023-2027-Sensibilizado Escenario 1

Detalle	Años					
	Pre-Operativo	1	2	3	4	5
Saldo inicial de efectivo		L. 902,755.90	L. 5,439,605.36	L. 8,574,123.21	L. 13,830,768.16	18,402,353.89
Ingresos por Venta		L 10,255,293.58	L 10,313,060.92	L 13,798,169.34	L 13,875,893.45	13,954,055.38
Financiamiento	L 1,740,799.21					
Fondos Propios	L 384,185.25					
Total Orígenes	L 2,124,984.46	L 11,158,049.48	L 15,752,666.28	L 22,372,292.55	L 27,706,661.61	32,356,409.27
Menos:						
Compra de Activo	L 900,818.10					
Sueldos y Salarios		L 384,411.54	L 404,071.93	L 424,715.34	L 446,390.92	469,150.28
Costos fijos de producción		L 506,823.87	L 547,334.05	L 572,432.20	L 596,434.67	626,432.45
Costos variables		L 2,557,081.85	L 2,570,928.71	L 3,450,227.84	L 3,469,033.11	3,487,905.25
Papelería y Útiles de Oficina		L 8,254.00	L 8,378.18	L 8,504.23	L 8,632.18	8,762.05
Presupuesto de adecuación	L 321,410.46	L -	L -	L -	L -	-
Utensilios de cocina		L -	L -	L -	L -	-
Materiales y equipo de limpieza		L -	L -	L -	L -	-
Software contable		L 11,500.00	L -	L -	L -	-
Gastos Administrativos		L 267,738.25	L 243,846.56	L 244,000.82	L 244,161.26	244,328.14
Gastos por publicidad		L 120,000.00	L 120,675.95	L 121,355.71	L 122,039.30	122,726.74
Pago de ISR		L -	L 1,274,561.47	L 1,289,095.05	L 1,933,870.94	1,950,428.65
Impuesto sobre ventas cobrado/Pagado		L 1,226,176.41	L 1,344,553.95	L 1,761,879.61	L 1,809,054.32	1,819,244.59
Pago de Intereses		L 260,929.53	L 218,367.49	L 168,473.25	L 109,983.70	41,418.10
Pago de capital del financiamiento		L 247,064.73	L 289,626.77	L 339,521.00	L 398,010.56	466,576.15
Decimo Tercer mes de Salarios		L 33,266.31	L 34,929.63	L 36,676.11	L 38,509.91	40,435.41
Decimo Cuarto mes de Salarios		L 16,633.16	L 34,097.97	L 35,802.87	L 37,593.01	39,472.66
Retenciones Por Pagar		L 78,564.47	L 87,170.42	L 88,840.38	L 90,593.85	92,434.99
Total Aplicaciones	L 1,222,228.56	L 5,718,444.11	L 7,178,543.07	L 8,541,524.40	L 9,304,307.72	9,409,315.47
Saldo Final	L 902,755.90	L 5,439,605.36	L 8,574,123.21	L 13,830,768.16	L 18,402,353.89	22,947,093.80
Flujo Netos de Ingresos y Egresos		L 4,536,849.47	L 3,134,517.85	L 5,256,644.94	L 4,571,585.74	4,544,739.90

Fuente: (Elaboración propia)

4.7.4. INDICADORES FINANCIEROS

Tabla 43: Flujo Financiero Anual-Sensibilizado Escenario 1

Índice	Año					Fórmula
	1	2	3	4	5	
Índices de Rentabilidad						
Rentabilidad Neta	35.22%	35.40%	39.00%	39.10%	39.22%	U.N./Ingresos
Rentabilidad Sobre Capital Social	817.48%	826.31%	1217.91%	1227.97%	1238.57%	U.N/ Capital Contable
Rentabilidad Sobre Patrimonio	89.10%	47.39%	41.12%	29.31%	22.82%	U.N./ Patrimonio
Rentabilidad Sobre Activos	48.86%	34.03%	32.60%	25.24%	20.69%	U.N/ Activos Totales
Índices de Solvencia						
Liquidez	3.20	4.86	5.52	7.09	10.69	Act. Corrientes. / Pasivo Corrientes
Índices de Endeudamiento						
Corriente	48.21%	26.35%	22.04%	16.12%	10.30%	Pasivo Corrientes/Patrimonio
No Corriente	34.16%	12.91%	4.10%	0.00%	0.00%	Pasivo no Corrientes/Patrimonio
Índice de Apalancamiento						
Índice de Apalancamiento	2.21	3.55	4.83	7.20	10.71	Activo/Pasivo
Índices de Crecimiento						
Crecimiento en Ingresos	N/A	0.56%	33.79%	0.56%	0.56%	Ingresos 2/ Ingresos 1
Crecimiento en Utilidades	N/A	1.08%	47.39%	0.83%	0.86%	Utilidades 2/ Utilidades año 1
Crecimiento en Activos	N/A	45.13%	53.84%	30.23%	23.07%	Activos 2 / Activos 1
Crecimiento en Pasivos	N/A	-9.42%	13.09%	-12.76%	-17.23%	Pasivos 2/ Pasivos 1
Crecimiento en Patrimonio	N/A	90.06%	69.84%	41.46%	29.56%	Patrimonio 2/ Patrimonio 1
Otros Indicadores						
Capacidad de Pago	L. 3,364,215.91	L. 3,408,018.41	L. 4,912,495.48	L. 4,951,130.15	L. 4,991,883.82	Utilidades Neta + Depreciaciones
Capital de Trabajo	L. 3,740,171.16	L. 6,808,668.57	L. 11,323,153.49	L. 15,807,707.49	L. 20,799,591.31	Activo Corriente - Pasivo Corriente

Fuente: (Elaboración propia)

4.7.5. EVALUACIÓN TIR, VAN y PRI

Tabla 44, 45 y 46: Evaluación TIR, VAN y PRI

Fuentes	Monto	% Participación	TREMA Individual	CCP
Fondos propios	L 384,185.25	18%	18.40%	3.326617%
Préstamo bancario	L 1,740,799.21	82%	16%	13.107290%
Total	L 2,124,984.45	100%		16.433907%

Determinación de la Tasa de retorno esperada mínima aceptable	
Inflación del proyecto 2022	9.39%
Bonos BCH 2023	4.25%
Rendimiento accionistas	4.76%
TREMA fondos propios	18.40%

Detalle	0	1	2	3	4	5
Utilidad Neta		L 2,983,611.27	L 3,015,827.37	L 4,445,080.59	L 4,481,783.52	L 4,520,499.51
Depreciación		L 223,245.50	L 223,245.50	L 223,245.50	L 223,245.50	L 223,245.50
Depreciación de Producción		L 326.97	L 326.97	L 326.97	L 326.97	L 326.97
Flujo Neto de caja	-L 2,124,984.45	L 3,207,183.74	L 3,239,399.83	L 4,668,653.05	L 4,705,355.98	L 4,744,071.97
TREMA	16.43%	116.4%	116.4%	116.4%	116.4%	116.4%
TREMA ACUMULADA		116.4%	136%	158%	184%	214%
Flujo de caja Descontado	-L 2,124,984.45	L 2,754,510.12	L 2,389,492.20	L 2,957,693.68	L 2,560,204.22	L 2,216,939.92
Flujo de Caja Desc. Acum.		L 2,754,510.12	L 5,144,002.31	L 8,101,696.00	L 10,661,900.21	L 12,878,840.13
Inversión	-L 2,124,984.45	L 629,525.67	L 3,019,017.87	L 5,976,711.55	L 8,536,915.77	L 10,753,855.69
VAN		L 629,525.67	L 3,019,017.87	L 5,976,711.55	L 8,536,915.77	L 10,753,855.69
TIR	159.73%					

Fuente: (Elaboración propia)

4.7.6 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Tabla 47 y 48: Periodo de recuperación de la inversión

Periodo de recuperación de la inversión					
Inversión	-L 2,124,984.45	-L 2,124,984.45	-L 2,124,984.45	-L 2,124,984.45	-L 2,124,984.45
Flujo de caja Desc. Acum.	L 2,754,510.12	L 5,144,002.31	L 8,101,696.00	L 10,661,900.21	L 12,878,840.13
	L 629,525.67	L 3,019,017.87	L 5,976,711.55	L 8,536,915.77	L 10,753,855.69
	1	2	3	4	5

	Años	Meses	Días
Periodo de Recuperación de la Inversión	0	3	8

$$\begin{aligned} \text{Periodo de Recuperación de la Inversión} &= \frac{-L 2,124,984.45}{L 2,754,510.12} \times 12 = -9.257476753 = 9 \text{ mes} \\ &= \frac{-0.257476753 \times 30}{-8} = 8 \text{ días} \end{aligned}$$

Periodo de recuperacion está ocurriendo en 9 meses con 8 días

Fuente: (Elaboración propia)

4.8 SENSIBILIZADO ESCENARIO 2

Supuesto de proyección: En el escenario pesimista: El costo de los equipos que se adquieren del extranjero suben un 15% y ocasiona una caída de un 50% en la venta igual cada año, afectando al producto que más demanda tiene (opción Plata).

4.7.2. PROYECCIONES ANUALES

Tabla 49: Estado de Resultado anual 2023-2027-Sensibilizado Escenario 2 pesimista

Detalle	Años				
	1	2	3	4	5
Ingresos					
Ingresos por Venta	L 1,725,347.62	L 1,735,066.38	L 2,628,462.83	L 3,967,264.19	L 6,316,568.56
Ingresos por Venta					
(-)Costo de Producción	L 1,084,424.38	L 1,128,130.58	L 1,430,621.10	L 1,884,785.26	L 2,638,153.01
Utilidad Bruta en Ventas	L 640,923.24	L 606,935.80	L 1,197,841.74	L 2,082,478.93	L 3,678,415.55
Gastos Operativos					
Sueldos y Salarios Administrativos	L 399,195.72	L 419,155.51	L 440,113.28	L 462,118.95	L 485,224.89
Decimo Tercer mes de Salarios	L 33,266.31	L 34,929.63	L 36,676.11	L 38,509.91	L 40,435.41
Decimo Cuarto mes de Salarios	L 33,266.31	L 34,929.63	L 36,676.11	L 38,509.91	L 40,435.41
Cuotas Patronales de IHSS,RAP INFOP	L 28,069.20	L 28,568.17	L 29,092.11	L 29,642.25	L 30,219.90
Gastos Por Depreciación Administrativo	L 223,245.50	L 223,245.50	L 223,245.50	L 223,245.50	L 223,245.50
Papelería y Útiles de Oficina	L 8,254.00	L 8,378.18	L 8,504.23	L 8,632.18	L 8,762.05
Material y equipo de limpieza	L -	L -	L -	L -	L -
Utensilios de cocina	L -				
Software contable	L 11,500.00				
Gastos Por Intereses	L 210,152.76	L 175,873.27	L 135,688.43	L 88,580.92	L 33,358.16
Gastos administrativos	L 267,738.25	L 243,846.56	L 244,000.82	L 244,161.26	L 244,328.14
Gastos por publicidad	L 120,000.00	L 120,675.95	L 121,355.71	L 122,039.30	L 122,726.74
Total Gastos Operativos	L 1,334,688.04	L 1,289,602.38	L 1,275,352.29	L 1,255,440.17	L 1,228,736.19
Utilidad Antes del Impuesto	-L 693,764.80	-L 682,666.58	-L 77,510.56	L 827,038.76	L 2,449,679.36
Impuesto Sobre la Renta (25%)+Aportacion solidaria (exceso de L.1,000,000)	L -	L -	L -	-L 206,759.69	-L 684,903.81
Utilidad (Perdida) NETA	-L 693,764.80	-L 682,666.58	-L 77,510.56	L 620,279.07	L 1,764,775.55
Reserva Legal	-L 34,688.24	-L 34,133.33	-L 3,875.53	L 31,013.95	L 88,238.78
Utilidad antes de distribucion de dividendos	-L 659,076.56	-L 648,533.25	-L 73,635.03	L 589,265.11	L 1,676,536.78

Fuente: (Elaboración propia)

Tabla 50: Estado de Situación Financiera anual 2023-2027-Sensibilizado Escenario 2 pesimista

Detalle	Años				
	1	2	3	4	5
ACTIVOS					
Activos Corrientes					
Caja y Bancos	-L 49,948.15	-L 731,330.76	-L 836,647.98	-L 78,905.19	L 2,052,180.22
Total Activo Corriente	-L 49,948.15	-L 731,330.76	-L 836,647.98	-L 78,905.19	L 2,052,180.22
Activos No Corrientes					
Mobiliario y equipo de Oficina y Mejoras en propiedad arrendada(adequacion)	L 1,153,131.56	L 1,153,131.56	L 1,153,131.56	L 1,153,131.56	L 1,153,131.56
Depreciación de mobiliario y equipo de Oficina y mejoras en propiedad arrendada)	-L 219,782.08	-L 439,564.20	-L 659,346.27	-L 879,128.35	-L 1,098,910.43
Mobiliario y equipo de Prevención	L 17,492.00	L 17,492.00	L 17,492.00	L 17,492.00	L 17,492.00
Deprecación de mobiliario y equipo de Prevención	-L 3,463.45	-L 6,926.83	-L 10,390.25	-L 13,853.66	-L 17,317.08
Equipo de Producción	L 51,605.00	L 51,605.00	L 51,605.00	L 51,605.00	L 51,605.00
Depreciación Acumulada de Equipo de Producción	-L 10,217.79	-L 20,435.58	-L 30,653.37	-L 40,871.16	-L 51,088.95
Total Activo No Corrientes	L 988,765.24	L 755,301.95	L 521,838.67	L 288,375.38	L 54,912.10
TOTAL ACTIVOS	L 938,817.09	L 23,971.19	-L 314,809.31	L 209,470.19	L 2,107,092.31
PASIVOS					
Pasivos Corrientes					
Impuestos Sobre Renta Por Pagar	L -	L -	L -	L 206,759.69	L 684,903.81
Prestamos por Pagar	L 233,265.53	L 273,450.37	L 320,557.88	L 375,780.64	L -
Decimo Tercer mes de Salarios	L -	L -	L -	L -	L -
Decimo Cuarto mes de Salarios	L 16,633.16	L 17,464.81	L 18,338.05	L 19,254.96	L 20,217.70
Retenciones Por Pagar	L 7,142.22	L 7,275.29	L 7,415.01	L 7,561.71	L 7,715.75
Impuesto sobre venta a pagar	L 21,566.85	L 21,688.33	L 32,855.79	L 49,590.80	L 78,957.11
Total Pasivo Corriente	L 278,607.75	L 319,878.80	L 379,166.73	L 658,947.80	L 791,794.37
Pasivos No Corrientes					
Prestamos por Pagar	L 969,788.89	L 696,338.52	L 375,780.64	L -	
Total Pasivo No Corriente	L 969,788.89	L 696,338.52	L 375,780.64	L -	L -
TOTAL PASIVOS	L 1,248,396.64	L 1,016,217.32	L 754,947.37	L 658,947.80	L 791,794.37
PATRIMONIO					
Capital Contable	L 384,185.25	L 384,185.25	L 384,185.25	L 384,185.25	L 384,185.25
Reserva Legal	-L 34,688.24	-L 68,821.57	-L 72,697.10	-L 41,683.14	L 46,555.63
Total Capital Contable					
Resultados Acumulados					
Utilidad (Pérdida) acumulada	L -	-L 659,076.56	-L 1,307,609.81	-L 1,381,244.84	-L 791,979.72
Utilidad/Pérdida del período	-L 659,076.56	-L 648,533.25	-L 73,635.03	L 589,265.11	L 1,676,536.78
Total Resultados Acumulados	-L 659,076.56	-L 1,307,609.81	-L 1,381,244.84	-L 791,979.72	L 884,557.06
Total Patrimonio	-L 309,579.55	-L 992,246.13	-L 1,069,756.68	-L 449,477.61	L 1,315,297.94
TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO	L 938,817.09	L 23,971.19	-L 314,809.31	L 209,470.19	L 2,107,092.31

Fuente: (Elaboración propia)

Tabla 51: Flujo de efectivo anual 2023-2027-Sensibilizado Escenario 2 pesimista

Detalle	Años					
	Pre-Operativo	1	2	3	4	5
Saldo inicial de efectivo		L. 563,997.15	L. -49,948.15	L. -731,330.76	L. -836,647.98	- 78,905.19
Ingresos por Venta		L. 1,984,149.77	L. 1,995,326.34	L. 3,022,732.26	L. 4,562,353.82	7,264,053.85
Financiamiento	L. 1,402,040.46					
Fondos Propios	L. 384,185.25					
Total Orígenes	L. 1,786,225.71	L. 2,548,146.92	L. 1,945,378.19	L. 2,291,401.50	L. 3,725,705.84	7,185,148.65
Menos:						
Compra de Activo	L. 900,818.10					
Sueldos y Salarios		L. 384,411.54	L. 404,071.93	L. 424,715.34	L. 446,390.92	469,150.28
Costos fijos de producción		L. 506,823.87	L. 547,334.05	L. 572,432.20	L. 596,434.67	626,432.45
Costos variables		L. 524,529.37	L. 526,927.00	L. 803,481.06	L. 1,232,762.52	1,955,208.25
Papelaría y Útiles de Oficina		L. 8,254.00	L. 8,378.18	L. 8,504.23	L. 8,632.18	8,762.05
Presupuesto de adecuación	L. 321,410.46	L. -	L. -	L. -	L. -	-
Utensilios de cocina		L. -	L. -	L. -	L. -	-
Materiales y equipo de limpieza		L. -	L. -	L. -	L. -	-
Software contable		L. 11,500.00	L. -	L. -	L. -	-
Gastos Administrativos		L. 267,738.25	L. 243,846.56	L. 244,000.82	L. 244,161.26	244,328.14
Gastos por publicidad		L. 120,000.00	L. 120,675.95	L. 121,355.71	L. 122,039.30	122,726.74
Pago de ISR		L. -	L. -	L. -	L. -	206,759.69
Impuesto sobre ventas cobrado/Pagado		L. 237,235.30	L. 260,138.47	L. 383,101.97	L. 578,354.61	918,118.98
Pago de Intereses		L. 210,152.76	L. 175,873.27	L. 135,688.43	L. 88,580.92	33,358.16
Pago de capital del financiamiento		L. 198,986.04	L. 233,265.53	L. 273,450.37	L. 320,557.88	375,780.64
Decimo Tercer mes de Salarios		L. 33,266.31	L. 34,929.63	L. 36,676.11	L. 38,509.91	40,435.41
Decimo Cuarto mes de Salarios		L. 16,633.16	L. 34,097.97	L. 35,802.87	L. 37,593.01	L. 39,472.66
Retenciones Por Pagar		L. 78,564.47	L. 87,170.42	L. 88,840.38	L. 90,593.85	92,434.99
Total Aplicaciones	L. 1,222,228.56	L. 2,598,095.06	L. 2,676,708.95	L. 3,128,049.48	L. 3,804,611.03	5,132,968.44
Saldo Final	L. 563,997.15	-L. 49,948.15	-L. 731,330.76	-L. 836,647.98	-L. 78,905.19	2,052,180.22
Flujo Netos de Ingresos y Egresos		-L. 613,945.30	-L. 681,382.61	-L. 105,317.22	L. 757,742.79	2,131,085.41

Fuente: (Elaboración propia)

4.8.4. INDICADORES FINANCIEROS

Tabla 52: Flujo Financiero Anual-Sensibilizado Escenario 2 Pesimista

Índice	Año					Fórmula
	1	2	3	4	5	
Índices de Rentabilidad						
Rentabilidad Neta	-40.21%	-39.35%	-2.95%	15.63%	27.94%	U.N./Ingresos
Rentabilidad Sobre Capital Social	-180.58%	-177.69%	-20.18%	161.45%	459.36%	U.N/ Capital Contable
Rentabilidad Sobre Patrimonio	224.10%	68.80%	7.25%	-138.00%	134.17%	U.N./ Patrimonio
Rentabilidad Sobre Activos	-73.90%	-2847.86%	24.62%	296.12%	83.75%	U.N/ Activos Totales
Índices de Solvencia						
Liquidez	-0.18	-2.29	-2.21	-0.12	2.59	Act. Corrientes. / Pasivo Corrientes
Índices de Endeudamiento						
Corriente	-90.00%	-32.24%	-35.44%	-146.60%	60.20%	Pasivo Corrientes/Patrimonio
No Corriente	-313.26%	-70.18%	-35.13%	0.00%	0.00%	Pasivo no Corrientes/Patrimonio
Índice de Apalancamiento						
Índice de Apalancamiento	0.75	0.02	-0.42	0.32	2.66	Activo/Pasivo
Índices de Crecimiento						
Crecimiento en Ingresos	N/A	0.56%	51.49%	50.93%	59.22%	Ingresos 2/ Ingresos 1
Crecimiento en Utilidades	N/A	-1.60%	-88.65%	-900.25%	184.51%	Utilidades 2/ Utilidades año 1
Crecimiento en Activos	N/A	-97.45%	-1413.28%	-166.54%	905.92%	Activos 2 / Activos 1
Crecimiento en Pasivos	N/A	-18.60%	-25.71%	-12.72%	20.16%	Pasivos 2/ Pasivos 1
Crecimiento en Patrimonio	N/A	220.51%	7.81%	-57.98%	-392.63%	Patrimonio 2/ Patrimonio 1
Otros Indicadores						
Capacidad de Pago	-L. 470,192.33	-L. 449,203.29	L. 155,952.73	L. 853,742.36	L. 1,998,238.84	Utilidades Neta + Depreciaciones
Capital de Trabajo	-L. 328,555.90	-L. 1,051,209.56	-L. 1,215,814.71	-L. 737,853.00	L. 1,260,385.85	Activo Corriente - Pasivo Corriente

Fuente: (Elaboración propia)

4.8.5. EVALUACION TIR, VAN y PRI

Tabla 53, 54 y 55: Evaluación TIR, VAN y PRI

Fuentes	Monto	% Participación	TREMA Individual	CCP
Fondos propios	L 384,185.25	22%	18.40%	3.96%
Préstamo bancario	L 1,402,040.46	78%	16%	12.56%
Total	L 1,786,225.70	100%		16.52%

Determinación de la Tasa de retorno esperada mínima aceptable	
Inflación del proyecto 2022	9.39%
Bonos BCH 2023	4.25%
Rendimiento accionistas	4.76%
TREMA fondos propios	18.40%

Detalle	0	1	2	3	4	5
Utilidad Neta		-L 659,076.56	-L 648,533.25	-L 73,635.03	L 589,265.11	L 1,676,536.78
Depreciación		L 223,245.50	L 223,245.50	L 223,245.50	L 223,245.50	L 223,245.50
Depreciación de Producción		L 326.97	L 326.97	L 326.97	L 326.97	L 326.97
Flujo Neto de caja	-L 1,786,225.70	-L 435,504.09	-L 424,960.78	L 149,937.44	L 812,837.58	L 1,900,109.24
TREMA	16.52%	116.5%	116.5%	116.5%	116.5%	116.5%
TREMA ACUMULADA		116.5%	136%	158%	184%	215%
Flujo de caja Descontado	-L 1,786,225.70	-L 373,771.29	-L 313,023.00	L 94,787.52	L 441,020.29	L 884,803.97
Flujo de Caja Desc. Acum.		-L 373,771.29	-L 686,794.29	-L 592,006.76	-L 150,986.48	L 733,817.49
Inversión	-L 1,786,225.70	-L 2,159,996.99	-L 2,473,019.99	-L 2,378,232.46	-L 1,937,212.18	-L 1,052,408.21
VAN		-L 2,159,996.99	-L 2,473,019.99	-L 2,378,232.46	-L 1,937,212.18	-L 1,052,408.21
TIR	1.92%					

Fuente: (Elaboración propia)

4.8.6 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Tabla 56 y 57: Periodo de recuperación de la inversión

Periodo de recuperación de la inversión					
Inversión	-L 1,786,225.70	-L 1,786,225.70	-L 1,786,225.70	-L 1,786,225.70	-L 1,786,225.70
Flujo de caja Desc. Acum.	-L 373,771.29	-L 686,794.29	-L 592,006.76	-L 150,986.48	L 733,817.49
	-L 2,159,996.99	-L 2,473,019.99	-L 2,378,232.46	-L 1,937,212.18	-L 1,052,408.21
	1	2	3	4	5

	Años	Meses	Días
Periodo de Recuperación de la Inversión	6	2	25

Periodo de Recuperación de la Inversión	-L 1,052,408.21	X 12 =	-14.27310346 =	2 mes
	L 884,803.97			
		-0.273103462 X 30 =	-8 =	8 días

Periodo de recuperacion está ocurriendo en 6 años 2 mes con 8 días

Fuente: (Elaboración propia)

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

A continuación, se detallan las conclusiones y recomendaciones en base a los resultados obtenidos en el estudio de mercado, técnico y económico.

5.1 CONCLUSIONES

1. El estudio de mercado concluye que existe una demanda significativa de la necesidad o intención de implementar sistemas y equipos de autoservicios en los locales de los encuestados, sobresaliendo dos grupos de empresas, entre ellas son las que cuentan con autoservicio, cuya una tendencia es del 86.3% interesadas que se instale un equipo a bajo costo; y el segundo grupo, son las empresas que no cuentan con un área de autoservicio, con un resultado de 89.9% a favor en que se instale un equipo a bajo costo. Referente a objetivo específico n.1 de sección 1.4.2
2. Se concluye que, es necesaria la realización de trámites legales y la gestión de permisos para la puesta en marcha de la empresa, así como las normas técnicas, las cuales, deben realizarse de acuerdo a lo estipulado por ley en el departamento de Cortés. Referente a objetivo específico n.2 de sección 1.4.2
3. En la evaluación económica se concluye que le proyecto de prefactibilidad de instalación de equipos de autoservicio a bajo costo en el departamento de Cortés es rentable por los siguientes puntos:
 - El periodo de recuperación está ocurriendo en 3 años 3 mes con 12 días.
 - La TIR es del 37.88%, lo que indica que la inversión generará un retorno anual sobre el capital invertido. Esta tasa de retorno es superior la TREMA que es del 16.50% lo que indica que el proyecto es rentable. Referente a objetivo específico n.3 de sección 1.4.2
4. Se destinará un 4% de los ingresos mensuales en publicidad anual, a través de canales digitales y centro de atención al cliente en redes sociales, midiendo por medio de evaluaciones de experiencia al cliente en el servicio, evaluando los tiempos de respuestas. Referente a objetivo específico n.4 de sección 1.4.2

5.2 RECOMENDACIONES

1. Aplicar una encuesta de mayor alcance a nivel nacional en periodo de tres años, debido a que según los resultados obtenidos, se conoció la demanda de otros pymes en diferentes rubros, aumentando el número de ventas.
2. Actualizar constantemente a través de los canales digitales sobre las nuevas políticas comerciales en sistemas, equipos y servicio de RAPIDGOAL, dentro de un periodo de tres años para ofrecer nuevas opciones al cliente para mantenerlo informado.
3. Invertir en equipos de menor costo, ya que al obtener una Tasa Interna de Retorno mayor que la Tasa esperada, se tiene margen para poder llegar a microempresas mediante facilidades de pago.
4. Realizar un estudio técnico y económico para analizar los diferentes rubros comerciales donde se puede instalar equipos de autoservicio en un periodo de tres años.

CAPÍTULO VI. APLICABILIDAD

6.1 NOMBRE DE LA PROPUESTA

Apertura de empresa para instalación de sistemas y equipos de autoservicio a bajo costo para restaurantes y cafeterías en el departamento de Cortés.

6.2 JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA

En base al análisis realizado de los resultados obtenidos en la encuesta aplicada a diferentes empresas y PYMES de los rubros específicamente en cafeterías y restaurantes se dio a conocer que un porcentaje alto de empresas están interesadas en desarrollar un área de autoservicio en sus respectivos locales.

La propuesta que se presenta hace referencia dos grupos de posibles clientes, los cuales serían las empresas que cuentan con autoservicio y las empresas que no tiene autoservicio, específicamente un porcentaje que posee y no posee ya el canal de autoservicio, siendo un 78.90% y un 89.90% respectivamente, los cuales dentro de las encuestas indicaron desearían se les brindarán este servicio como tal, ya sea para actualizar con equipo moderno su área y el caso de las empresas que no tiene área de autoservicio sería la instalación de un sistema y equipo a bajo costo por lo cual se propuso tres opciones las cuales se detallan a continuación:

- Opción plata: con un precio de L49,000.00, ofreciendo un seguimiento normal y exacto en atención entre cajero-servicio – cliente.
- Opción Oro: con un precio de L75,000.00, ofreciendo un seguimiento ya entre 2 personas y el cliente, para una mejor comunicación y entrega precisa.
- Opción Platino: con un precio de L90,000.00, ofreciendo un seguimiento mediante un equipo que da los tiempos, almacena y mide dependiendo su programación.

Mediante los análisis financieros, se llega a la conclusión que existe una demanda para el proyecto RAPIDGOAL en el sector de las PYMES; en términos de mercado, existe una necesidad de que el cliente llegue a captar más mercado y se adapte a los grandes competidores; en términos técnicos y de mercado, los bajos costos de instalaciones no se comparan con la competencia, haciendo benchmarking nos muestran precios que superan más de un 142% la opción platino, mientras que, en las dos primeras opciones la competencia no contemplan aún. Esto mediante los resultados

obtenidos en los ejercicios financieros como ser una tasa interna de retorno (TIR) de 37.88% contra una meta de 16.50%; un periodo de recuperación de la inversión de tres años, ocho meses y diez y siete días; una VAN de L306,614.34 para el cuarto año. Esto mediante los supuestos de 25% de ventas de unidades en los tres primeros años, para el cuarto año aumenta a un 50% y para el quinto año un 60% de la capacidad de producción.

6.3 ALCANCE DE LA PROPUESTA

Los principales puntos de alcance de RAPIDGOAL es lograr llegar al mercado aplicando los siguientes puntos de análisis:

Analizar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del proyecto RAPIDGOAL al target de las PYMES, utilizando el método FODA.

Dar a conocer las opciones que se tienen a los clientes potenciales y su capacidad de alcance de cada uno. Y así mismo poder implementar la propuesta, para posteriormente desarrollar los análisis pertinentes

Elaborar una serie de propuestas para la comodidad del cliente que satisfagan sus necesidades, captando la atención del mercado y volviendo rentable el proyecto de prefactibilidad RapidGoal

6.4 DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO A DETALLE DE LA PROPUESTA

A continuación, se detallan las acciones a implementar para llevar a cabo la apertura de un Empresa que instala sistemas y equipos de autoservicio a bajo costos en el departamento de Cortés

- Constitución de la empresa y permisos legales: Realizar la constitución formal de la empresa, gestionar el permiso de operación y los permisos sanitarios. Anexo 2.
- Acuerdo del arrendamiento del espacio: formalizar el arrendamiento del espacio mediante un contrato de arrendamiento para firma del arrendador y arrendatario, con un acuerdo de alquiler de L20,000.00 mensuales por un periodo de contrato de 5 años.
- Adquisiciones de equipo, maquinaria, transporte y mobiliario: realizar la compra de equipo, maquinaria y mobiliario, tomando en cuenta la calidad de estos para el mejor funcionamiento y elaboración de las opciones. Ver anexo 5.

- Reclutamiento y capacitación: realizar un proceso de selección de personal mediante entrevistas y posterior a su contratación proceder a capacitar al equipo en cuanto a servicio al cliente, la instalación de las opciones, así como higiene y seguridad.
- Adquisición de materia prima e insumos: realizar la compra de materia prima e insumos, logrando alianzas estratégicas para lograr precios diferenciados y productos de calidad. Ver anexo 5
- Desarrollo de un plan de marketing y publicidad: crear una campaña publicitaria efectiva para llegar a las empresas en el rubro. Establecer una presencia en línea, incluyendo un sitio web y perfiles de redes sociales.

6.4.1 DEFINICIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

Nuestro producto son tres opciones para su selección de acuerdo sea la necesidad del cliente. Estas opciones son las siguientes:

- Opción Plata: con un precio de L49,000.00 que incluye la conversación entre cajera y cocina-cliente
- Opción Oro: con un precio de L75,000.00 que incluye un sistema automático con seguimiento y equipos de set de audios.
- Opción Platino: con un precio de L90,000.00 que incluye un sistema y equipo completo, con estadísticas y comparativos con sus demás negocios.

Tabla 58: Detalle de equipos por las opciones que brinda RAIDGOAL

Opciones RAPIDGOAL				
Equipo	Unidad de medida	Plata	Oro	Platino
Parlante	Unidad	1	1	1
Timbre con video	Unidad	1		
Base elaborada en ACM	Unidad	1	1	1
Juego de tornillos	unidad	1	1	1
Cable TSJ #12	Pies	50	50	50
Cable intercomunicador	Mts	10	10	10
Flejes	Mts	10	10	10
Base 3M	Unidad		1	1
Sensor de movimiento automóvil	Unidad		1	2
Monitor de seguimiento en línea	Unidad			1
Costo Total		L14,740	L24,540	L33,040
Costo %		29%	38%	42%

Fuente: (Elaboración propia)

Los precios de las opciones se calcularon entre, los costos de los equipos, la trena mínima que se solicita, mano de obra y los costos operativos.

Todo lo antes descrito será complementado brindando un excelente servicio al cliente. El personal será altamente capacitado para atender de manera eficiente y eficaz al cliente, con el objetivo de respetar su tiempo.

6.4.2. DEFINICIÓN DEL MODELO DE NEGOCIOS

A continuación, se presenta el modelo de negocio de RAPIDGOAL, el cual busca potencializar el funcionamiento de la empresa, tomando en cuenta un área importante de un negocio para ser competitiva en el mercado.

MODELO DE NEGOCIO: RAPIDGOAL



Figura 30: Modelo de negocio

Fuente:(CANVA)

6.4.3 PROPIEDAD INTELECTUAL

1. Nombre Comercial:

La empresa tendrá el nombre comercial “RAPIDGOAL”, el mismo ha sido revisado en el Instituto de la Propiedad, confirmando que no existe ninguna empresa con ese mismo nombre operando en Honduras.

2. Logo de RAPIDGOAL



Figura 31: (Logo)

Fuente: (Elaboración propia)

Una idea de empresa que ha sido desarrollada para darle más valor a las pequeñas empresas en el rubro de restaurantes y cafeterías, volviéndolas más competitivas en el mercado, al dar una opción de canal de ventas, buscando que la atención al cliente sea rápida y efectiva. Naciendo con las iniciales de los primeros nombres de sus accionistas Román (RAPID) y Gustavo (GOAL).

6.4.4 FACTORES DE RIESGO

A continuación, se detalla una serie de factores de riesgo con el objetivo de analizar aquellos que puedan tener un impacto en la operatividad y éxito de la empresa.

- **Competencia:** La existencia de competencia en las grandes marcas de restaurantes, (franquicias internacionales) puede afectar el flujo de clientes. Es importante evaluar la calidad del producto ofrecido, el precio, y la experiencia del cliente para destacarse de la competencia.
- **Cambios en las tendencias del mercado:** Las tendencias cambian según se la necesidades y nuevas tecnologías creando nuevas herramientas para compra de productos.
- **Cambios en el comportamiento del consumidor:** Los cambios en los hábitos y preferencias de los consumidores pueden afectar la demanda y a su vez la forma que se compran los productos y servicios. Es necesario estar al tanto de las tendencias y adaptarse a las necesidades del mercado.
- **Alquiler elevado:** Los alquileres del local pueden ser altos, debido a la zona donde se encuentre el mismo lo que puede aumentar los costos fijos del negocio. Esto podría dificultar la rentabilidad de la empresa, especialmente si las ventas no son lo suficientemente altas.
- **Cumplimiento normativo:** Es importante cumplir con las regulaciones y requisitos legales para evitar sanciones y multas. Es necesario asegurarse de obtener los permisos necesarios y cumplir con los estándares de higiene y seguridad.
- **Recesión económica:** En tiempos de recesión económica, las empresas pueden tener menos dinero para poder invertir en equipos modernos.

El análisis FODA es brindar datos para la toma de decisiones y diseñar un plan estratégico de negocio. Los datos surgen a partir del análisis, tanto de las ventajas competitivas y las debilidades de la organización, como de las oportunidades y las amenazas del mercado que pueden impactar en el negocio.(«humanidades, 2021», s. f.)

Considerando lo antes expuesto, se realiza un análisis FODA el cual evalúa las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la empresa.



Figura 32. Análisis FODA

Fuente: (Elaboración propia)

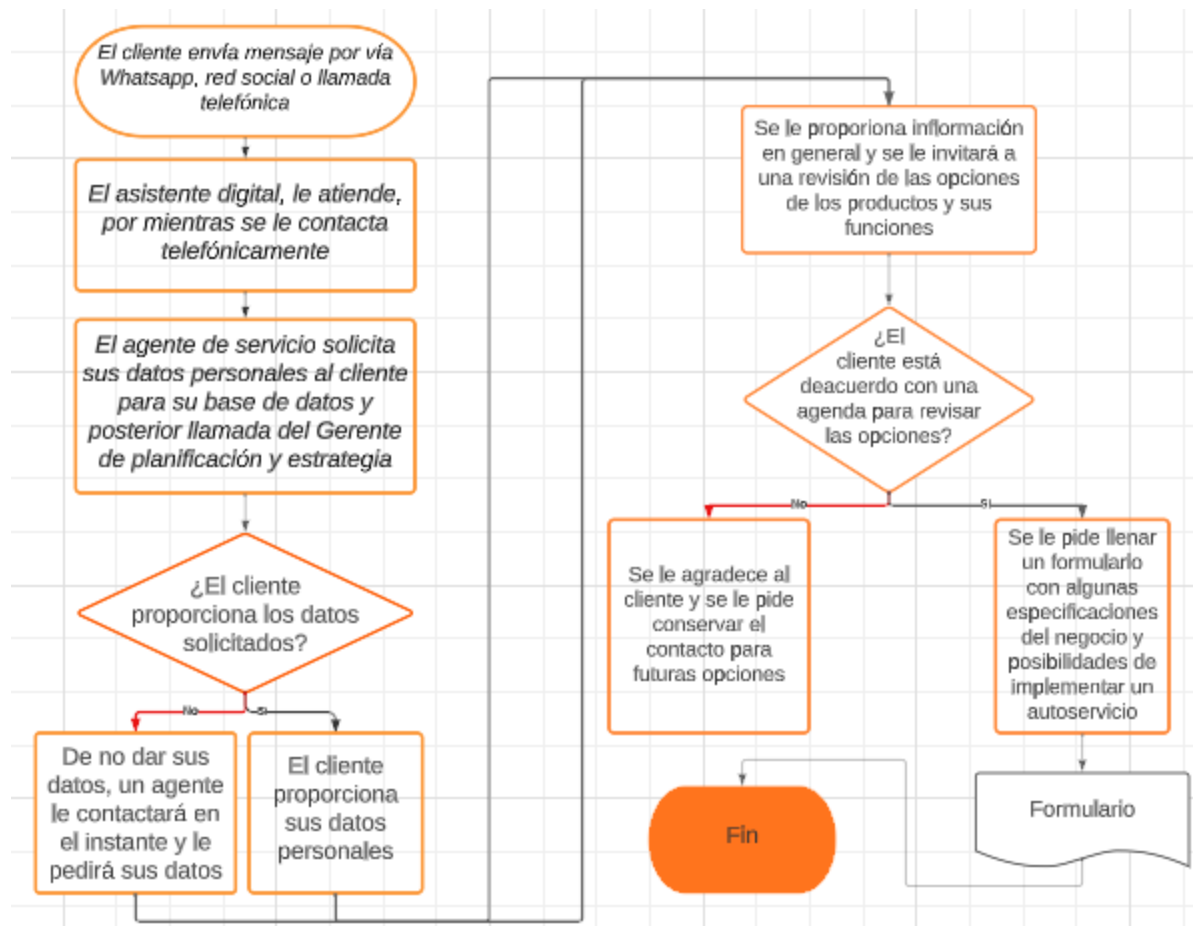


Figura 33. Diagrama de flujo de la propuesta

Fuente: (Elaboración propia)

PASO A PASO

- El cliente contacta por WhatsApp con el asistente digital de RAPIDGOAL a los números (504) 3363-3461 / 9885-7715
- El asistente digital responde al cliente con un menú de opciones que desee consultar, en ellas tenemos, como funciona y se solicita sus datos personales.
- El cliente elige la opción dejar sus datos para agendar cita.
- Cliente que está indeciso, se contacta en el momento para lograr captar su atención y conseguir sus datos y agendar una cita

- Un agente le menciona un resumen de las opciones con la que RAPIDGOAL cuenta para los autoservicios, y solicita un día al cliente para presentar el equipo en físico y las funciones
- El cliente termina llenando un formulario con datos que nos ayuden a identificar la necesidad de su empresa y lugar donde desea instalarlo.
- Termina la conversación

6.5 MEDIDAS DE CONTROL

KPIS aplicados al cliente

Índice de satisfacción: Kotler y Armstrong (2003), definen la satisfacción del cliente como el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas.

Debido a la mejora continua, se aplicarán encuestas de satisfacción cuando el cliente finalice de realizar su gestión y consultas por parte del agente digital y por parte de quien le contactó La encuesta consta de 3 preguntas orientadas a conocer el grado de satisfacción del cliente con el servicio brindado, 1. Facilidad de la atención del agente digital, 2. Si la información de los productos cumple con lo buscado, 3. Si se logró agendar una cita para mostrarle nuestros equipos.

Con esto se pretende medir la cantidad de solicitudes, satisfacción de nuestro servicio en línea, y la aceptación de nuestros equipos y sistemas.

6.6 CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN Y PRESUPUESTO

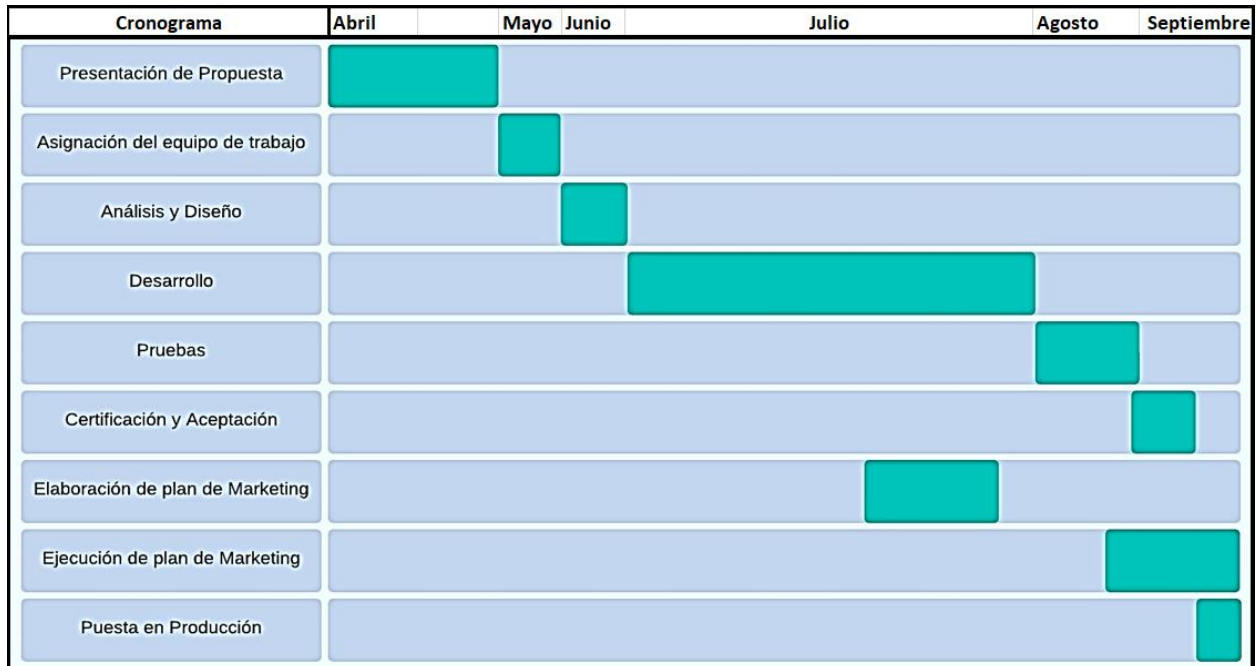


Figura 34: Cronograma de implementación de la propuesta RAPIDGOAL.

Fuente: (Elaboración propia)

- Se comienza con el plan de acción de la propuesta en la que se da a conocer detalladamente el alcance y otros aspectos importantes de la misma.
- Posteriormente se seleccionará y se asignará el equipo de trabajo que estará a cargo de llevar a cabo las actividades para implementación de la propuesta. Entre ellos, dos técnicos de electrónica y uno Ing. eléctrico.
- El desarrollo estará a cargo de un técnico en electrónica y el Ing. en electricidad, quienes se centrarán en adicionar la funcionalidad de los equipos y su sincronización.

Una vez finalizado el desarrollo, se pasa a un periodo de pruebas para certificar que los equipos cumplen con los resultados esperados y sigue flujo de lo esperado.

6.7 CONCORDANCIA DE LOS SEGMENTOS DE LA TESIS CON LA PROPUESTA

Titulo de la investigación	CAPITULO 1		CAPITULO 2	CAPITULO 3			CAPITULO 5	CAPITULO 6	
	Objetivo General	Objetivos específicos	Teoría de sostenibilidad de sustento	Variables	Poblacion	Técnicas	Conclusiones	Nombre de la propuesta	Propuesta
Estudio de prefactibilidad del uso de autoservicios a bajo costo para el rubro de restaurantes y cafeterías	Determinar la viabilidad económica de una empresa proveedora de sistemas y equipo de autoservicio con precios competitivos, dirigida al sector Pyme en restaurantes y cafeterías en el departamento de Cortes.	1. Determinar las condiciones del mercado para una empresa proveedora de sistemas y equipos de autoservicio en el departamento de Cortes.	Teoría teoricas	Finanzas personales	Según el instituto Nacional Estadística muestra que la población de Restaurantes y Cafeterías es de 4646 locales	Encuesta	1. El estudio de mercado concluye que existe una demanda significativa de la necesidad o intención de implementar sistemas y equipos de autoservicios en los locales de los encuestados sobresaliendo dos grupos las empresas que cuentan con autoservicio que muestra una tendencia del 86.3% interesadas que se instale un equipo a bajo costo, y el segundo grupo que son las empresas que no cuentan con una área de autoservicio con una tendencia 89.9% en que se instale un equipo a bajo costo.	Apertura de una Empresa que instale sistemas y equipos de autoservicios a bajo costo para el rubro de restaurantes y cafeterías	Constitución de la empresa y permisos legales: Realizar la constitución formal de la empresa, gestionar el permiso de operación y los permisos sanitarios.
		2. Conocer los términos técnicos y legales que son necesarios para el inicio de operación de una empresa proveedora de sistemas y equipos de autoservicio en el departamento de Cortes.	Teoría de la rentabilidad	Situación Económica			2. Se concluye que es necesario la realización de trámites legales y la gestión de permisos para la puesta en marcha de la empresa, así como las normas técnicas los cuales deben realizarse de acuerdo a lo estipulado por ley en el departamento de Cortes.		Aquisiciones de equipo, maquinaria y mobiliario: realizar la compra de equipo, maquinaria y mobiliario, tomando en cuenta la calidad de estos para el mejor funcionamiento y elaboración de las opciones.
		3. Evaluar en base a análisis financieros y sensibles, la rentabilidad en ser proveedor de sistemas y equipos de autoservicio en el departamento de Cortes.	Planificación Financiera	Decisiones financieras		3. En la evaluación económica se concluye que el proyecto de prefactibilidad de instalación de equipos de autoservicio a bajo costo en el departamento de Cortes es rentable por los siguientes puntos:	Reclutamiento y capacitación: realizar un proceso de selección de personal mediante entrevistas y posterior a su contratación proceder a capacitar al equipo en cuanto a servicio al cliente, la instalación de la opciones, así como higiene y seguridad.		
		4. Desarrollar estrategias para comercializar, e instalar y ser proveedores exclusivos de los equipos y sistemas en el departamento de Cortes.		Salarios		4. Se destinará un 4% de los ingresos mensuales en publicidad a través de canales digitales ya que estamos en una era digital y tecnológica lo cual se tiene competencia alta en estos ámbitos, así mismo hacer evaluaciones periódicas de la experiencia del cliente en cuanto a los canales físicos, evaluando los tiempos de respuestas.	Desarrollo de un plan de marketing y publicidad: crear una campaña publicitaria efectiva para llegar a las empresas en el rubro. Establecer una presencia en línea, incluyendo un sitio web y perfiles de redes sociales.		

Figura 35: Matriz de concordancia

Fuente: (Elaboración propia)

6.8 PRESUPUESTO

Tabla 59: Plan de Inversión Inicial y Presupuesto

Plan de Inversión			
Detalle	Inversión Total	Fondos Propios	Financiamiento
Adecuación	L 321,410.46	L 50,000.00	L 271,410.46
Equipo de Oficina	L 152,586.75	L 50,000.00	L 102,586.75
Mobiliario y Equipo de Prevención	L 17,492.00		L 17,492.00
Automovil Pick Up	L 679,134.35	L 100,000.00	L 579,134.35
Equipo de Producción	L 51,605.00	L 51,605.00	L -
Total Activos No Corrientes	L 1,222,228.56	L 251,605.00	L 970,623.56
Imprevistos en la Inversión 5%	L 61,111.43	L 12,580.25	L 48,531.18
Total Activos No Corrientes e Imprevistos	L 1,283,339.99	L 264,185.25	L 1,019,154.74
Equipos de sistema de autoservicio	L 250,940.00	L 50,000.00	L 200,940.00
Material y Equipo de Limpieza (3 meses)	L 2,612.21	L -	L 2,612.21
Sueldos y Salarios (2 meses)	L 66,532.62	L -	L 66,532.62
Pepelería y Útiles (3 meses)	L 2,063.50	L -	L 2,063.50
Gastos Operativos (2 meses)	L 241,974.01	L 70,000.00	L 171,974.01
Total Capital de Trabajo	L 564,122.34	L 120,000.00	L 444,122.34
Inversión Total	L 1,847,462.32	L 384,185.25	L 1,463,277.08

Fuente: (Elaboración propia)

Para la puesta en marcha se detalla cada cuenta del plan de inversión inicial

Adecuación: Parte de la inversión de adecuar una bodega y oficina para el inicio de operación de la empresa RAPIDGOAL, buscando opción de elaboración del trabajo y compra de mobiliario y equipos para acondicionarlo. Anexo 5, tabla 79

Se calcula un 5% como reserva por algún imprevisto

Se solicita equipos de autoservicio comprados en el extranjero, y materiales para su instalación para un tiempo de 2 meses como capital de trabajo, adicional, se solicita inversión para papelería y material de limpieza para el comienzo de operación.

SÍNTESIS de RAPIDGOAL

Todo comienza con una idea de crear mayor valor y competitividad en las pequeñas empresas de nuestro país Honduras, principalmente en el departamento de Cortés. Enfocando a las PYMES de restaurantes y cafeterías (4,646 población meta) a tener un canal extra de venta, a un precio que se adapten al presupuesto de cada una de ellas cuyas opciones son: Plata: L59,000.00; Oro:

L75,000.00; Platino: L90,000.00, y acercarlas a su principal competencia como son las empresas de comidas rápidas. Mediante un instrumento como lo es la encuesta (354 encuestas), se logra conocer la aceptación de los restaurantes y cafeterías en adquirir los equipos, teniendo una aceptación de un 89.9% en empresas que no cuentan con canal de autoservicio, y un 78.90% en empresas que, si cuentan con canal, pero, mediante una ventanilla de entrega y cobro. Mediante el análisis técnico se identificó los costos de los equipos, siendo los siguientes: Plata: 29%; Oro: 38%; Platino: 42%. Mostrando la organización óptima en personal operativo, con el supuesto de venta de proyectar una venta de un 25% (60 unidades) de su capacidad de instalación de equipos en los primeros tres años, pasando a un 50% (119 unidades) y 60% (141 unidades) el cuarto y quinto año, alcanzando ventas de 3.1 el primer año, hasta llegar a 7.4 millones el quinto año. Sustentado por el estudio financiero, se concluye que el proyecto es viable y factible, mostrando una TREMA de 37.88%, un +21.3% que la TREMA esperada (16.50%), recuperando la inversión en tres años, ocho meses y diez y siete días, contra un escenario pesimista (+15% en costo de equipos y -50% en caída de ventas de opción Plata) de 1.92% en TREMA, y en el escenario optimista (75% de venta de unidades los tres primeros años, 100% los dos siguientes años), se proyecta una TREMA de 159%. La estructura del plan estratégico constó del seguimiento de los objetivos específicos trazados, creando el valor de la empresa como lo fue su logo y hacia donde se encaminaba, mediante el análisis del modelo de negocios canvas y la atención inigualable de brindar al cliente de forma cortés, clara y enfocada en la necesidad y proyección que ellos desean lograr con la implementación de este nuevo canal.

ANEXOS

Anexo 1 Estudio Financiero

Tabla 60: Estado de Resultado anual 2023-2027

Detalle	Años				
	1	2	3	4	5
Ingresos					
Ingresos por Venta	L 3,147,383.14	L 3,165,112.12	L 3,203,703.27	L 6,281,187.08	L 7,480,047.09
Ingresos por Venta					
(-)Costo de Producción	L 1,451,844.09	L 1,497,619.94	L 1,535,825.86	L 2,459,051.31	L 2,833,756.83
Utilidad Bruta en Ventas	L 1,695,539.05	L 1,667,492.18	L 1,667,877.41	L 3,822,135.77	L 4,646,290.26
Gastos Operativos					
Sueldos y Salarios Administrativos	L 399,195.72	L 419,155.51	L 440,113.28	L 462,118.95	L 485,224.89
Decimo Tercer mes de Salarios	L 33,266.31	L 34,929.63	L 36,676.11	L 38,509.91	L 40,435.41
Decimo Cuarto mes de Salarios	L 33,266.31	L 34,929.63	L 36,676.11	L 38,509.91	L 40,435.41
Cuotas Patronales de IHSS,RAP INFOP	L 28,069.20	L 28,568.17	L 29,092.11	L 29,642.25	L 30,219.90
Gastos Por Depreciación Administrativo	L 223,245.50	L 223,245.50	L 223,245.50	L 223,245.50	L 223,245.50
Papelería y Útiles de Oficina	L 8,254.00	L 8,378.18	L 8,504.23	L 8,632.18	L 8,762.05
Material y equipo de limpieza	L -	L -	L -	L -	L -
Utensilios de cocina	L -				
Software contable	L 11,500.00				
Gastos Por Intereses	L 219,331.55	L 183,554.85	L 141,614.87	L 92,449.85	L 34,815.14
Gastos administrativos	L 267,738.25	L 243,846.56	L 244,000.82	L 244,161.26	L 244,328.14
Gastos por publicidad	L 120,000.00	L 120,675.95	L 121,355.71	L 122,039.30	L 122,726.74
Total Gastos Operativos	L 1,343,866.84	L 1,297,283.96	L 1,281,278.73	L 1,259,309.10	L 1,230,193.17
Utilidad Antes del Impuesto	L 351,672.21	L 370,208.22	L 386,598.68	L 2,562,826.67	L 3,416,097.10
Impuesto Sobre la Renta (25%)+Aportacion solidaria (exceso de L.1,000,000)	-L 87,918.05	-L 92,552.06	-L 96,649.67	-L 718,848.00	-L 974,829.13
Utilidad (Perdida) NETA	L 263,754.16	L 277,656.17	L 289,949.01	L 1,843,978.67	L 2,441,267.97
Reserva Legal	L 13,187.71	L 13,882.81	L 14,497.45	L 92,198.93	L 122,063.40
Utilidad antes de distribucion de dividendos	L 250,566.45	L 263,773.36	L 275,451.56	L 1,751,779.73	L 2,319,204.57

Fuente: (Elaboración propia)

Tabla 61: Balance General anual 2023-2027

Detalle	Años				
	1	2	3	4	5
ACTIVOS					
Activos Corrientes					
Caja y Bancos	L 1,065,809.85	L 1,339,295.82	L 1,582,907.28	L 3,987,520.90	L 6,542,142.29
Total Activo Corriente	L 1,065,809.85	L 1,339,295.82	L 1,582,907.28	L 3,987,520.90	L 6,542,142.29
Activos No Corrientes					
Mobiliario y equipo de Oficina y Mejoras en propiedad arrendada(adecuacion)	L 1,153,131.56	L 1,153,131.56	L 1,153,131.56	L 1,153,131.56	L 1,153,131.56
Depreciación de mobiliario y equipo de Oficina y mejoras en propiedad arrendada)	-L 219,782.11	-L 439,564.20	-L 659,346.27	-L 879,128.35	-L 1,098,910.43
Mobiliario y equipo de Prevención	L 17,492.00	L 17,492.00	L 17,492.00	L 17,492.00	L 17,492.00
Deprecación de mobiliario y equipo de Prevención	-L 3,463.42	-L 6,926.83	-L 10,390.25	-L 13,853.66	-L 17,317.08
Equipo de Producción	L 51,605.00	L 51,605.00	L 51,605.00	L 51,605.00	L 51,605.00
Depreciación Acumulada de Equipo de Producción	-L 10,217.79	-L 20,435.58	-L 30,653.37	-L 40,871.16	-L 51,088.95
Total Activo No Corrientes	L 988,765.24	L 755,301.95	L 521,838.67	L 288,375.38	L 54,912.10
TOTAL ACTIVOS	L 2,054,575.09	L 2,094,597.78	L 2,104,745.95	L 4,275,896.29	L 6,597,054.39
PASIVOS					
Pasivos Corrientes					
Impuestos Sobre Renta Por Pagar	L 87,918.05	L 92,552.06	L 96,649.67	L 718,848.00	L 974,829.13
Prestamos por Pagar	L 243,453.82	L 285,393.80	L 334,558.82	L 392,193.53	L -
Decimo Tercer mes de Salarios	L -	L -	L -	L -	L -
Decimo Cuarto mes de Salarios	L 16,633.16	L 17,464.81	L 18,338.05	L 19,254.96	L 20,217.70
Retenciones Por Pagar	L 7,142.22	L 7,275.29	L 7,415.01	L 7,561.71	L 7,715.75
Impuesto sobre venta a pagar	L 39,342.29	L 39,563.90	L 40,046.29	L 78,514.84	L 93,500.59
Total Pasivo Corriente	L 394,489.54	L 442,249.86	L 497,007.84	L 1,216,373.04	L 1,096,263.17
Pasivos No Corrientes					
Prestamos por Pagar	L 1,012,146.15	L 726,752.35	L 392,193.53	L -	L -
Total Pasivo No Corriente	L 1,012,146.15	L 726,752.35	L 392,193.53	L -	L -
TOTAL PASIVOS	L 1,406,635.69	L 1,169,002.21	L 889,201.37	L 1,216,373.04	L 1,096,263.17
PATRIMONIO					
Capital Contable	L 384,185.25	L 384,185.25	L 384,185.25	L 384,185.25	L 384,185.25
Reserva Legal	L 13,187.71	L 27,070.52	L 41,567.97	L 133,766.90	L 255,830.30
Total Capital Contable					
Resultados Acumulados					
Utilidad (Pérdida) acumulada	L -	L 250,566.45	L 514,339.81	L 789,791.37	L 2,541,571.10
Utilidad/Pérdida del período	L 250,566.45	L 263,773.36	L 275,451.56	L 1,751,779.73	L 2,319,204.57
Total Resultados Acumulados	L 250,566.45	L 514,339.81	L 789,791.37	L 2,541,571.10	L 4,860,775.67
Total Patrimonio	L 647,939.41	L 925,595.57	L 1,215,544.58	L 3,059,523.25	L 5,500,791.22
TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO	L 2,054,575.09	L 2,094,597.78	L 2,104,745.95	L 4,275,896.29	L 6,597,054.39

Fuente: (Elaboración propia)

Tabla 62: Estado de Flujo de Efectivo anual 2023-2027

Detalle	Años					
	Pre-Operativo	1	2	3	4	5
Saldo inicial de efectivo		L. 625,233.77	L. 1,065,809.85	L. 1,339,295.82	L. 1,582,907.28	3,987,520.90
Ingresos por Venta		L. 3,619,490.61	L. 3,639,878.94	L. 3,684,258.76	L. 7,223,365.14	8,602,054.15
Financiamiento	L. 1,463,277.08					
Fondos Propios	L. 384,185.25					
Total Orígenes	L. 1,847,462.33	L. 4,244,724.37	L. 4,705,688.79	L. 5,023,554.58	L. 8,806,272.43	12,589,575.06
Menos:						
Compra de Activo	L. 900,818.10					
Sueldos y Salarios		L. 384,411.54	L. 404,071.93	L. 424,715.34	L. 446,390.92	469,150.28
Costos fijos de producción		L. 506,823.87	L. 547,334.05	L. 572,432.20	L. 596,434.67	626,432.45
Costos variables		L. 891,949.08	L. 896,416.36	L. 908,685.83	L. 1,807,028.58	2,150,812.07
Papelería y Útiles de Oficina		L. 8,254.00	L. 8,378.18	L. 8,504.23	L. 8,632.18	8,762.05
Presupuesto de adecuación	L. 321,410.46	L. -	L. -	L. -	L. -	-
Utensilios de cocina		L. -	L. -	L. -	L. -	-
Materiales y equipo de limpieza		L. -	L. -	L. -	L. -	-
Software contable		L. 11,500.00	L. -	L. -	L. -	-
Gastos Administrativos		L. 267,738.25	L. 243,846.56	L. 244,000.82	L. 244,161.26	244,328.14
Gastos por publicidad		L. 120,000.00	L. 120,675.95	L. 121,355.71	L. 122,039.30	122,726.74
Pago de ISR		L. -	L. 87,918.05	L. 92,552.06	L. 96,649.67	718,848.00
Impuesto sobre ventas cobrado/Pagado		L. 432,765.18	L. 474,545.21	L. 480,073.10	L. 903,709.51	1,107,021.31
Pago de Intereses		L. 219,331.55	L. 183,554.85	L. 141,614.87	L. 92,449.85	34,815.14
Pago de capital del financiamiento		L. 207,677.11	L. 243,453.82	L. 285,393.80	L. 334,558.82	392,193.53
Decimo Tercer mes de Salarios		L. 33,266.31	L. 34,929.63	L. 36,676.11	L. 38,509.91	40,435.41
Decimo Cuarto mes de Salarios		L. 16,633.16	L. 34,097.97	L. 35,802.87	L. 37,593.01	L. 39,472.66
Retenciones Por Pagar		L. 78,564.47	L. 87,170.42	L. 88,840.38	L. 90,593.85	92,434.99
Total Aplicaciones	L. 1,222,228.56	L. 3,178,914.53	L. 3,366,392.97	L. 3,440,647.30	L. 4,818,751.52	6,047,432.76
Saldo Final	L. 625,233.77	L. 1,065,809.85	L. 1,339,295.82	L. 1,582,907.28	L. 3,987,520.90	6,542,142.29
Flujo Netos de Ingresos y Egresos		L. 440,576.08	L. 273,485.98	L. 243,611.46	L. 2,404,613.62	2,554,621.39

Fuente: (Elaboración propia)

Tabla 63: Estado de Resultado Mensual 2023-Sensibilizado Escenario 1 optimista

Detalle	Meses												Totales
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
Ingresos por Venta	L 743,137.22	L 743,137.22	L 743,137.22	L 743,137.22	L 743,137.22	L 743,137.22	L 743,137.22	L 743,137.22	L 743,137.22	L 743,137.22	L 743,137.22	L 743,137.22	L 8,917,646.59
(-)Costo de Producción	L 259,748.07	L 259,748.07	L 259,748.07	L 259,748.07	L 259,748.07	L 259,748.07	L 259,748.07	L 259,748.07	L 259,748.07	L 259,748.07	L 259,748.07	L 259,748.07	L 3,116,976.86
Utilidad Bruta en Ventas	L 483,389.14	L 483,389.14	L 483,389.14	L 483,389.14	L 483,389.14	L 483,389.14	L 483,389.14	L 483,389.14	L 483,389.14	L 483,389.14	L 483,389.14	L 483,389.14	L 5,800,669.73
Gastos Operativos													L -
Sueldos y Salarios Administrativos	L 33,266.31	L 33,266.31	L 33,266.31	L 33,266.31	L 33,266.31	L 33,266.31	L 33,266.31	L 33,266.31	L 33,266.31	L 33,266.31	L 33,266.31	L 33,266.31	L 399,195.72
Decimo Tercer mes de Salarios	L 2,772.19	L 2,772.19	L 2,772.19	L 2,772.19	L 2,772.19	L 2,772.19	L 2,772.19	L 2,772.19	L 2,772.19	L 2,772.19	L 2,772.19	L 2,772.19	L 33,266.31
Decimo Cuarto mes de Salarios	L 2,772.19	L 2,772.19	L 2,772.19	L 2,772.19	L 2,772.19	L 2,772.19	L 2,772.19	L 2,772.19	L 2,772.19	L 2,772.19	L 2,772.19	L 2,772.19	L 33,266.31
Cuotas Patronales de IHSS,RAP INFOP	L 2,339.10	L 2,339.10	L 2,339.10	L 2,339.10	L 2,339.10	L 2,339.10	L 2,339.10	L 2,339.10	L 2,339.10	L 2,339.10	L 2,339.10	L 2,339.10	L 28,069.17
Gastos Por Depreciación Administravo	L 18,603.79	L 18,603.79	L 18,603.79	L 18,603.79	L 18,603.79	L 18,603.79	L 18,603.79	L 18,603.79	L 18,603.79	L 18,603.79	L 18,603.79	L 18,603.79	L 223,245.50
Papelera y Útiles de Oficina	L 2,063.50			L 2,063.50			L 2,063.50				L 2,063.50		L 8,254.00
Material y equipo de limpieza	L -			L -			L -				L -		L -
Utensilios de cocina	L -												L -
Software contable	L 11,500.00												L 11,500.00
Gastos Por préstamo	L 23,210.66	L 22,955.69	L 22,697.33	L 22,435.52	L 22,170.23	L 21,901.39	L 21,628.97	L 21,352.92	L 21,073.19	L 20,789.73	L 20,502.48	L 20,211.41	L 260,929.53
Gastos por publicidad	L 10,000.00	L 10,000.00	L 10,000.00	L 10,000.00	L 10,000.00	L 10,000.00	L 10,000.00	L 10,000.00	L 10,000.00	L 10,000.00	L 10,000.00	L 10,000.00	L 120,000.00
Gastos administrativos	L 44,348.19	L 20,308.19	L 20,308.19	L 20,308.19	L 20,308.19	L 20,308.19	L 20,308.19	L 20,308.19	L 20,308.19	L 20,308.19	L 20,308.19	L 20,308.19	L 267,738.25
Total Gastos Operativos	L 150,875.93	L 113,017.46	L 112,759.10	L 114,560.80	L 112,232.00	L 111,963.16	L 113,754.24	L 111,414.69	L 111,134.96	L 110,851.50	L 112,627.76	L 110,273.18	L 1,385,464.78
Utilidad antes del Impuesto	L 332,513.22	L 370,371.68	L 370,630.04	L 368,828.35	L 371,157.15	L 371,425.98	L 369,634.90	L 371,974.45	L 372,254.18	L 372,537.65	L 370,761.39	L 373,115.96	L 4,415,204.95
Impuesto Sobre la Renta (25%)	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L 1,103,801.24
Utilidad (Perdida) NETA	L 332,513.22	L 370,371.68	L 370,630.04	L 368,828.35	L 371,157.15	L 371,425.98	L 369,634.90	L 371,974.45	L 372,254.18	L 372,537.65	L 370,761.39	L 373,115.96	L 3,311,403.71

Fuente: (Elaboración propia)

Tabla 64: Estado de Situación Financiera Mensual 2023-Sensibilizado Escenario 1 optimista

Detalle	Meses											
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
ACTIVOS												
Activos Corrientes												
Caja y Bancos	L 1,359,759.38	L 1,735,753.56	L 2,111,747.74	L 2,485,678.41	L 2,861,672.59	L 3,221,033.61	L 3,594,964.29	L 3,970,958.47	L 4,346,952.64	L 4,722,946.82	L 5,096,877.50	L 5,439,605.36
Total Activo Corriente	L 1,359,759.38	L 1,735,753.56	L 2,111,747.74	L 2,485,678.41	L 2,861,672.59	L 3,221,033.61	L 3,594,964.29	L 3,970,958.47	L 4,346,952.64	L 4,722,946.82	L 5,096,877.50	L 5,439,605.36
Activos No Corrientes												
Mobiliario y equipo de Oficina	L 1,153,131.56	L 1,153,131.56	L 1,153,131.56	L 1,153,131.56	L 1,153,131.56	L 1,153,131.56	L 1,153,131.56	L 1,153,131.56	L 1,153,131.56	L 1,153,131.56	L 1,153,131.56	L 1,153,131.56
Depreciación de mobiliario y equipo de Oficina	-L 18,315.17	-L 36,630.35	-L 54,945.52	-L 73,260.69	-L 91,575.87	-L 109,891.04	-L 128,206.21	-L 146,521.39	-L 164,836.56	-L 183,151.73	-L 201,466.91	-L 219,782.08
Mobiliario y equipo de Prevención	L 17,492.00	L 17,492.00	L 17,492.00	L 17,492.00	L 17,492.00	L 17,492.00	L 17,492.00	L 17,492.00	L 17,492.00	L 17,492.00	L 17,492.00	L 17,492.00
Depreciación de mobiliario y equipo de Prevención	-L 288.62	-L 577.24	-L 865.85	-L 1,154.47	-L 1,443.09	-L 1,731.71	-L 2,020.33	-L 2,308.94	-L 2,597.56	-L 2,886.18	-L 3,174.80	-L 3,463.42
Equipo de Producción	L 51,605.00	L 51,605.00	L 51,605.00	L 51,605.00	L 51,605.00	L 51,605.00	L 51,605.00	L 51,605.00	L 51,605.00	L 51,605.00	L 51,605.00	L 51,605.00
Depreciación Acumulada de Equipo de Producción	-L 851.48	-L 1,702.97	-L 2,554.45	-L 3,405.93	-L 4,257.41	-L 5,108.90	-L 5,960.38	-L 6,811.86	-L 7,663.34	-L 8,514.83	-L 9,366.31	-L 10,217.79
Total Activo No Corrientes	L 1,202,773.29	L 1,183,318.01	L 1,163,862.74	L 1,144,407.46	L 1,124,952.19	L 1,105,496.92	L 1,086,041.64	L 1,066,586.37	L 1,047,131.09	L 1,027,675.82	L 1,008,220.55	L 988,765.27
TOTAL ACTIVOS	L 2,562,532.67	L 2,919,071.57	L 3,275,610.47	L 3,630,085.88	L 3,986,624.78	L 4,326,530.53	L 4,681,005.93	L 5,037,544.83	L 5,394,083.74	L 5,750,622.64	L 6,105,098.04	L 6,428,370.64
PASIVOS												
Pasivos Corrientes												
Impuestos Sobre Renta Por Pagar	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L 1,103,801.24
Prestamos por Pagar	L 227,942.53	L 208,565.37	L 188,929.85	L 169,032.52	L 148,869.89	L 128,438.43	L 107,734.54	L 86,754.61	L 65,494.94	L 43,951.81	L 22,121.44	L 289,626.77
Decimo Tercer mes de Salarios	L 2,772.19	L 5,544.39	L 8,316.58	L 11,088.77	L 13,860.96	L 16,633.16	L 19,405.35	L 22,177.54	L 24,949.73	L 27,721.93	L 30,494.12	L -
Decimo Cuarto mes de Salarios	L 2,772.19	L 5,544.39	L 8,316.58	L 11,088.77	L 13,860.96	L -	L 2,772.19	L 5,544.39	L 8,316.58	L 11,088.77	L 13,860.96	L 16,633.16
Retenciones Por Pagar	L 7,142.22	L 7,142.22	L 7,142.22	L 7,142.22	L 7,142.22	L 7,142.22	L 7,142.22	L 7,142.22	L 7,142.22	L 7,142.22	L 7,142.22	L 7,142.22
Impuesto sobre venta a pagar	L 111,470.58	L 111,470.58	L 111,470.58	L 111,470.58	L 111,470.58	L 111,470.58	L 111,470.58	L 111,470.58	L 111,470.58	L 111,470.58	L 111,470.58	L 111,470.58
Total Pasivo Corriente	L 352,099.72	L 338,266.95	L 324,175.81	L 309,822.86	L 295,204.62	L 263,684.39	L 248,524.89	L 233,089.34	L 217,374.06	L 201,375.32	L 185,089.33	L 1,528,673.97
Pasivos No Corrientes												
Prestamos por Pagar	L 1,493,734.48	L 1,493,734.48	L 1,493,734.48	L 1,493,734.48	L 1,493,734.48	L 1,493,734.48	L 1,493,734.48	L 1,493,734.48	L 1,493,734.48	L 1,493,734.48	L 1,493,734.48	L 1,204,107.71
Total Pasivo No Corriente	L 1,493,734.48	L 1,493,734.48	L 1,493,734.48	L 1,493,734.48	L 1,493,734.48	L 1,493,734.48	L 1,493,734.48	L 1,493,734.48	L 1,493,734.48	L 1,493,734.48	L 1,493,734.48	L 1,204,107.71
TOTAL PASIVOS	L 1,845,834.20	L 1,832,001.42	L 1,817,910.29	L 1,803,557.34	L 1,788,939.10	L 1,757,418.87	L 1,742,259.37	L 1,726,823.82	L 1,711,108.54	L 1,695,109.79	L 1,678,823.81	L 2,732,781.68
PATRIMONIO												
Capital Contable	L 384,185.25	L 384,185.25	L 384,185.25	L 384,185.25	L 384,185.25	L 384,185.25	L 384,185.25	L 384,185.25	L 384,185.25	L 384,185.25	L 384,185.25	L 384,185.25
Reserva Legal												L 165,570.19
Total Capital Contable	L 384,185.25	L 384,185.25	L 384,185.25	L 384,185.25	L 384,185.25	L 384,185.25	L 384,185.25	L 384,185.25	L 384,185.25	L 384,185.25	L 384,185.25	L 549,755.44
Resultados Acumulados												
Utilidad (Pérdida) acumulada	L -	L 332,513.22	L 702,884.90	L 1,073,514.94	L 1,442,343.29	L 1,813,500.43	L 2,184,926.41	L 2,554,561.31	L 2,926,535.77	L 3,298,789.95	L 3,671,327.60	L 2,772,717.56
Utilidad/Pérdida del periodo	L 332,513.22	L 370,371.68	L 370,630.04	L 368,828.35	L 371,157.15	L 371,425.98	L 369,634.90	L 371,974.45	L 372,254.18	L 372,537.65	L 370,761.39	L 373,115.96
Total Resultados Acumulados	L 332,513.22	L 702,884.90	L 1,073,514.94	L 1,442,343.29	L 1,813,500.43	L 2,184,926.41	L 2,554,561.31	L 2,926,535.77	L 3,298,789.95	L 3,671,327.60	L 4,042,088.99	L 3,145,833.52
Total Patrimonio	L 716,698.47	L 1,087,070.15	L 1,457,700.19	L 1,826,528.54	L 2,197,685.68	L 2,569,111.66	L 2,938,746.86	L 3,310,721.02	L 3,682,975.20	L 4,055,512.85	L 4,426,274.24	L 3,695,588.96
TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO	L 2,562,532.67	L 2,919,071.57	L 3,275,610.47	L 3,630,085.88	L 3,986,624.78	L 4,326,530.53	L 4,681,005.93	L 5,037,544.83	L 5,394,083.74	L 5,750,622.64	L 6,105,098.04	L 6,428,370.64

Fuente: (Elaboración propia)

Tabla 65: Estado de flujo de efectivo Mensual 2023-Sensibilizado Escenario 1 optimista

Detalle	Mes												Total	
	Pre-Operativo	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre		Diciembre
Saldo inicial de efectivo		L. 902,755.90	L. 1,359,759.38	L. 1,735,753.56	L. 2,111,747.74	L. 2,485,678.41	L. 2,861,672.59	L. 3,221,033.61	L. 3,594,964.29	L. 3,970,958.47	L. 4,346,952.64	L. 4,722,946.82	L. 5,096,877.50	L. 902,755.90
Ingresos por Venta		L. 854,607.80	L. 854,607.80	L. 854,607.80	L. 854,607.80	L. 854,607.80	L. 854,607.80	L. 854,607.80	L. 854,607.80	L. 854,607.80	L. 854,607.80	L. 854,607.80	L. 854,607.80	L. 10,255,293.58
Financiamiento	L. 1,740,799.21	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -
Fondos Propios	L. 384,185.25	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -
Total Origenes	L. 2,124,984.46	L. 1,757,363.70	L. 2,214,367.18	L. 2,590,361.36	L. 2,966,355.53	L. 3,340,286.21	L. 3,716,280.39	L. 4,075,641.41	L. 4,449,572.09	L. 4,825,566.26	L. 5,201,560.44	L. 5,577,554.62	L. 5,951,485.29	L. 11,158,049.48
Menos:														
Compra de Activo	L. 900,818.10	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -
Sueldos y Salarios	L. -	L. 32,034.30	L. 32,034.30	L. 32,034.30	L. 32,034.30	L. 32,034.30	L. 32,034.30	L. 32,034.30	L. 32,034.30	L. 32,034.30	L. 32,034.30	L. 32,034.30	L. 32,034.30	L. 384,411.54
Costos fijos de producción		L. 42,235.32	L. 42,235.32	L. 42,235.32	L. 42,235.32	L. 42,235.32	L. 42,235.32	L. 42,235.32	L. 42,235.32	L. 42,235.32	L. 42,235.32	L. 42,235.32	L. 42,235.32	L. 506,823.87
Costos variables		L. 213,090.15	L. 213,090.15	L. 213,090.15	L. 213,090.15	L. 213,090.15	L. 213,090.15	L. 213,090.15	L. 213,090.15	L. 213,090.15	L. 213,090.15	L. 213,090.15	L. 213,090.15	L. 2,557,081.85
Papelería y Útiles de Oficina	L. -	L. 2,063.50	L. -	L. -	L. 2,063.50	L. -	L. -	L. 2,063.50	L. -	L. -	L. -	L. 2,063.50	L. -	L. 8,254.00
Gastos por publicidad		L. 10,000.00	L. 10,000.00	L. 10,000.00	L. 10,000.00	L. 10,000.00	L. 10,000.00	L. 10,000.00	L. 10,000.00	L. 10,000.00	L. 10,000.00	L. 10,000.00	L. 10,000.00	L. 120,000.00
Presupuesto de Adecuación	L. 321,410.46													L. 321,410.46
Utensilios de cocina	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -
Materiales y equipo de limpieza	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -
Software contable	L. -	L. 11,500.00	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. 11,500.00
Gastos administrativos		L. 44,348.19	L. 20,308.19	L. 20,308.19	L. 20,308.19	L. 20,308.19	L. 20,308.19	L. 20,308.19	L. 20,308.19	L. 20,308.19	L. 20,308.19	L. 20,308.19	L. 20,308.19	L. 267,738.25
Pago de ISR	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -
Impuesto sobre ventas cobrado			L. 111,470.58	L. 111,470.58	L. 111,470.58	L. 111,470.58	L. 111,470.58	L. 111,470.58	L. 111,470.58	L. 111,470.58	L. 111,470.58	L. 111,470.58	L. 111,470.58	L. 1,226,176.41
Pago de Intereses	L. -	L. 23,210.66	L. 22,955.69	L. 22,697.33	L. 22,435.52	L. 22,170.23	L. 21,901.39	L. 21,628.97	L. 21,352.92	L. 21,073.19	L. 20,789.73	L. 20,502.48	L. 20,211.41	L. 260,929.53
Pago de capital de financiamiento		L. 19,122.20	L. 19,377.16	L. 19,635.52	L. 19,897.33	L. 20,162.63	L. 20,431.46	L. 20,703.88	L. 20,979.93	L. 21,259.67	L. 21,543.13	L. 21,830.37	L. 22,121.44	L. 247,064.73
Decimo Tercer mes de Salarios	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. 33,266.31	L. 33,266.31
Decimo Cuarto mes de Salarios	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. 16,633.16
Retenciones Por Pagar	L. -	L. -	L. 7,142.22	L. 7,142.22	L. 7,142.22	L. 7,142.22	L. 7,142.22	L. 7,142.22	L. 7,142.22	L. 7,142.22	L. 7,142.22	L. 7,142.22	L. 7,142.22	L. 78,564.47
Total Aplicaciones	L. 1,222,228.56	L. 397,604.31	L. 478,613.62	L. 478,613.62	L. 480,677.12	L. 478,613.62	L. 495,246.78	L. 480,677.12	L. 478,613.62	L. 478,613.62	L. 478,613.62	L. 480,677.12	L. 511,879.93	L. 6,039,854.57
Saldo Final	L. 902,755.90	L. 1,359,759.38	L. 1,735,753.56	L. 2,111,747.74	L. 2,485,678.41	L. 2,861,672.59	L. 3,221,033.61	L. 3,594,964.29	L. 3,970,958.47	L. 4,346,952.64	L. 4,722,946.82	L. 5,096,877.50	L. 5,439,605.36	L. 5,118,194.90
Flujo Netos de Ingresos y Egresos		L. 457,003.48	L. 375,994.18	L. 375,994.18	L. 373,930.68	L. 375,994.18	L. 359,361.02	L. 373,930.68	L. 375,994.18	L. 375,994.18	L. 375,994.18	L. 373,930.68	L. 342,727.87	-L. 321,410.46

Fuente: (Elaboración propia)

Tabla 66: Estado de Resultado Mensual 2023-Sensibilizado Escenario 2 Pesimista

Detalle	Meses												Totales	
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre		
Ingresos por Venta	L 143,778.97	L 143,778.97	L 143,778.97	L 143,778.97	L 143,778.97	L 143,778.97	L 143,778.97	L 143,778.97	L 143,778.97	L 143,778.97	L 143,778.97	L 143,778.97	L 143,778.97	L 1,725,347.62
(-)Costo de Producción	L 90,368.70	L 90,368.70	L 90,368.70	L 90,368.70	L 90,368.70	L 90,368.70	L 90,368.70	L 90,368.70	L 90,368.70	L 90,368.70	L 90,368.70	L 90,368.70	L 90,368.70	L 1,084,424.38
Utilidad Bruta en Ventas	L 53,410.27	L 53,410.27	L 53,410.27	L 53,410.27	L 53,410.27	L 53,410.27	L 53,410.27	L 53,410.27	L 53,410.27	L 53,410.27	L 53,410.27	L 53,410.27	L 53,410.27	L 640,923.24
Gastos Operativos														L -
Sueldos y Salarios Administrativos	L 33,266.31	L 33,266.31	L 33,266.31	L 33,266.31	L 33,266.31	L 33,266.31	L 33,266.31	L 33,266.31	L 33,266.31	L 33,266.31	L 33,266.31	L 33,266.31	L 33,266.31	L 399,195.72
Decimo Tercer mes de Salarios	L 2,772.19	L 2,772.19	L 2,772.19	L 2,772.19	L 2,772.19	L 2,772.19	L 2,772.19	L 2,772.19	L 2,772.19	L 2,772.19	L 2,772.19	L 2,772.19	L 2,772.19	L 33,266.31
Decimo Cuarto mes de Salarios	L 2,772.19	L 2,772.19	L 2,772.19	L 2,772.19	L 2,772.19	L 2,772.19	L 2,772.19	L 2,772.19	L 2,772.19	L 2,772.19	L 2,772.19	L 2,772.19	L 2,772.19	L 33,266.31
Cuotas Patronales de IHSS,RAP INPOP	L 2,339.10	L 2,339.10	L 2,339.10	L 2,339.10	L 2,339.10	L 2,339.10	L 2,339.10	L 2,339.10	L 2,339.10	L 2,339.10	L 2,339.10	L 2,339.10	L 2,339.10	L 28,069.17
Gastos Por Depreciación Administravo	L 18,603.79	L 18,603.79	L 18,603.79	L 18,603.79	L 18,603.79	L 18,603.79	L 18,603.79	L 18,603.79	L 18,603.79	L 18,603.79	L 18,603.79	L 18,603.79	L 18,603.79	L 223,245.50
Papelería y Útiles de Oficina	L 2,063.50			L 2,063.50			L 2,063.50				L 2,063.50			L 8,254.00
Material y equipo de limpieza	L -			L -			L -				L -			L -
Utensilios de cocina	L -													L -
Software contable	L 11,500.00													L 11,500.00
Gastos Por préstamo	L 18,693.87	L 18,488.53	L 18,280.44	L 18,069.58	L 17,855.91	L 17,639.39	L 17,419.98	L 17,197.65	L 16,972.35	L 16,744.05	L 16,512.71	L 16,278.28	L 16,054.97	L 210,152.76
Gastos por publicidad	L 10,000.00	L 10,000.00	L 10,000.00	L 10,000.00	L 10,000.00	L 10,000.00	L 10,000.00	L 10,000.00	L 10,000.00	L 10,000.00	L 10,000.00	L 10,000.00	L 10,000.00	L 120,000.00
Gastos administrativos	L 44,348.19	L 20,308.19	L 20,308.19	L 20,308.19	L 20,308.19	L 20,308.19	L 20,308.19	L 20,308.19	L 20,308.19	L 20,308.19	L 20,308.19	L 20,308.19	L 20,308.19	L 267,738.25
Total Gastos Operativos	L 146,359.14	L 108,550.30	L 108,342.21	L 110,194.85	L 107,917.68	L 107,701.16	L 109,545.26	L 107,259.42	L 107,034.13	L 106,805.83	L 106,637.98	L 106,340.05	L 106,172.12	L 1,334,688.01
Utilidad antes del Impuesto	-L 92,948.87	-L 55,140.03	-L 54,931.94	-L 56,784.58	-L 54,507.41	-L 54,290.89	-L 56,134.98	-L 53,849.15	-L 53,623.86	-L 53,395.56	-L 53,227.71	-L 52,929.78	-L 52,701.91	-L 693,764.77
Impuesto Sobre la Renta (25%)	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -
Utilidad (Pérdida) NETA	-L 92,948.87	-L 55,140.03	-L 54,931.94	-L 56,784.58	-L 54,507.41	-L 54,290.89	-L 56,134.98	-L 53,849.15	-L 53,623.86	-L 53,395.56	-L 53,227.71	-L 52,929.78	-L 52,701.91	-L 693,764.77

Fuente: (Elaboración propia)

Tabla 67: Estado de Situación Financiera Mensual 2023-Sensibilizado Escenario 2 pesimista

Detalle	Meses											
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
ACTIVOS												
Activos Corrientes												
Caja y Bancos	L 509,355.98	L 463,609.24	L 417,862.49	L 370,052.25	L 324,305.51	L 261,925.61	L 214,115.37	L 168,368.63	L 122,621.89	L 76,875.14	L 29,064.90	L 49,948.15
Total Activo Corriente	L 509,355.98	L 463,609.24	L 417,862.49	L 370,052.25	L 324,305.51	L 261,925.61	L 214,115.37	L 168,368.63	L 122,621.89	L 76,875.14	L 29,064.90	L 49,948.15
Activos No Corrientes												
Mobiliario y equipo de Oficina	L 1,153,131.56	L 1,153,131.56	L 1,153,131.56	L 1,153,131.56	L 1,153,131.56	L 1,153,131.56	L 1,153,131.56	L 1,153,131.56	L 1,153,131.56	L 1,153,131.56	L 1,153,131.56	L 1,153,131.56
Depreciación de mobiliario y equipo de Oficina	-L 18,315.17	-L 36,630.35	-L 54,945.52	-L 73,260.69	-L 91,575.87	-L 109,891.04	-L 128,206.21	-L 146,521.39	-L 164,836.56	-L 183,151.73	-L 201,466.91	-L 219,782.08
Mobiliario y equipo de Prevención	L 17,492.00	L 17,492.00	L 17,492.00	L 17,492.00	L 17,492.00	L 17,492.00	L 17,492.00	L 17,492.00	L 17,492.00	L 17,492.00	L 17,492.00	L 17,492.00
Depreciación de mobiliario y equipo de Prevención	-L 288.62	-L 577.24	-L 865.85	-L 1,154.47	-L 1,443.09	-L 1,731.71	-L 2,020.33	-L 2,308.94	-L 2,597.56	-L 2,886.18	-L 3,174.80	-L 3,463.42
Equipo de Producción	L 51,605.00	L 51,605.00	L 51,605.00	L 51,605.00	L 51,605.00	L 51,605.00	L 51,605.00	L 51,605.00	L 51,605.00	L 51,605.00	L 51,605.00	L 51,605.00
Depreciación Acumulada de Equipo de Producción	-L 851.48	-L 1,702.97	-L 2,554.45	-L 3,405.93	-L 4,257.41	-L 5,108.90	-L 5,960.38	-L 6,811.86	-L 7,663.34	-L 8,514.83	-L 9,366.31	-L 10,217.79
Total Activo No Corrientes	L 1,202,773.29	L 1,183,318.01	L 1,163,862.74	L 1,144,407.46	L 1,124,952.19	L 1,105,496.92	L 1,086,041.64	L 1,066,586.37	L 1,047,131.09	L 1,027,675.82	L 1,008,220.55	L 988,765.27
TOTAL ACTIVOS	L 1,712,129.26	L 1,646,927.25	L 1,581,725.23	L 1,514,459.72	L 1,449,257.70	L 1,367,422.53	L 1,300,157.01	L 1,234,955.00	L 1,169,752.98	L 1,104,550.97	L 1,037,285.45	L 938,817.12
PASIVOS												
Pasivos Corrientes												
Impuestos Sobre Renta Por Pagar	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -
Prestamos por Pagar	L 183,585.02	L 167,978.64	L 152,164.18	L 136,138.86	L 119,899.87	L 103,444.37	L 86,769.45	L 69,872.20	L 52,749.66	L 35,398.81	L 17,816.62	L 233,265.53
Decimo Tercer mes de Salarios	L 2,772.19	L 5,544.39	L 8,316.58	L 11,088.77	L 13,860.96	L 16,633.16	L 19,405.35	L 22,177.54	L 24,949.73	L 27,721.93	L 30,494.12	L -
Decimo Cuarto mes de Salarios	L 2,772.19	L 5,544.39	L 8,316.58	L 11,088.77	L 13,860.96	L -	L 2,772.19	L 5,544.39	L 8,316.58	L 11,088.77	L 13,860.96	L 16,633.16
Retenciones Por Pagar	L 7,142.22	L 7,142.22	L 7,142.22	L 7,142.22	L 7,142.22	L 7,142.22	L 7,142.22	L 7,142.22	L 7,142.22	L 7,142.22	L 7,142.22	L 7,142.22
Impuesto sobre venta a pagar	L 21,566.85	L 21,566.85	L 21,566.85	L 21,566.85	L 21,566.85	L 21,566.85	L 21,566.85	L 21,566.85	L 21,566.85	L 21,566.85	L 21,566.85	L 21,566.85
Total Pasivo Corriente	L 217,838.47	L 207,776.48	L 197,506.41	L 187,025.47	L 176,330.87	L 148,786.59	L 137,656.06	L 126,303.20	L 114,725.04	L 102,918.57	L 90,880.77	L 278,607.75
Pasivos No Corrientes												
Prestamos por Pagar	L 1,203,054.42	L 1,203,054.42	L 1,203,054.42	L 1,203,054.42	L 1,203,054.42	L 1,203,054.42	L 1,203,054.42	L 1,203,054.42	L 1,203,054.42	L 1,203,054.42	L 1,203,054.42	L 969,788.89
Total Pasivo No Corriente	L 1,203,054.42	L 1,203,054.42	L 1,203,054.42	L 1,203,054.42	L 1,203,054.42	L 1,203,054.42	L 1,203,054.42	L 1,203,054.42	L 1,203,054.42	L 1,203,054.42	L 1,203,054.42	L 969,788.89
TOTAL PASIVOS	L 1,420,892.89	L 1,410,830.90	L 1,400,560.82	L 1,390,079.89	L 1,379,385.29	L 1,351,841.01	L 1,340,710.48	L 1,329,357.61	L 1,317,779.45	L 1,305,972.99	L 1,293,935.19	L 1,248,396.64
PATRIMONIO												
Capital Contable	L 384,185.25	L 384,185.25	L 384,185.25	L 384,185.25	L 384,185.25	L 384,185.25	L 384,185.25	L 384,185.25	L 384,185.25	L 384,185.25	L 384,185.25	L 384,185.25
Reserva Legal												-L 34,688.24
Total Capital Contable	L 384,185.25	L 384,185.25	L 384,185.25	L 384,185.25	L 384,185.25	L 384,185.25	L 384,185.25	L 384,185.25	L 384,185.25	L 384,185.25	L 384,185.25	L 349,497.01
Resultados Acumulados												
Utilidad (Pérdida) acumulada	L -	-L 92,948.87	-L 148,088.90	-L 203,020.84	-L 259,805.42	-L 314,312.84	-L 368,603.73	-L 424,738.71	-L 478,587.86	-L 532,211.72	-L 585,607.28	-L 606,146.75
Utilidad/Pérdida del periodo	-L 92,948.87	-L 55,140.03	-L 54,931.94	-L 56,784.58	-L 54,507.41	-L 54,290.89	-L 56,134.98	-L 53,849.15	-L 53,623.86	-L 53,395.56	-L 55,227.71	-L 52,929.78
Total Resultados Acumulados	-L 92,948.87	-L 148,088.90	-L 203,020.84	-L 259,805.42	-L 314,312.84	-L 368,603.73	-L 424,738.71	-L 478,587.86	-L 532,211.72	-L 585,607.28	-L 640,834.99	-L 659,076.53
Total Patrimonio	L 291,236.38	L 236,096.35	L 181,164.41	L 124,379.83	L 69,872.41	L 15,881.52	-L 40,553.46	-L 94,402.61	-L 148,026.47	-L 201,422.03	-L 256,649.74	-L 309,579.52
TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO	L 1,712,129.26	L 1,646,927.25	L 1,581,725.23	L 1,514,459.72	L 1,449,257.70	L 1,367,422.53	L 1,300,157.01	L 1,234,955.00	L 1,169,752.98	L 1,104,550.97	L 1,037,285.45	L 938,817.12

Fuente: (Elaboración propia)

Tabla 68: Estado de flujo de efectivo Mensual 2023-Sensibilizado Escenario 2 pesimista

Detalle	Mes												Total	
	Pre-Operativo	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre		Diciembre
Saldo inicial de efectivo		L. 563,997.15	L. 509,355.98	L. 463,609.24	L. 417,862.49	L. 370,052.25	L. 324,305.51	L. 261,925.61	L. 214,115.37	L. 168,368.63	L. 122,621.89	L. 76,875.14	L. 29,064.90	L. 563,997.15
Ingresos por Venta		L 165,345.81	L 165,345.81	L 165,345.81	L 165,345.81	L 165,345.81	L 165,345.81	L 165,345.81	L 165,345.81	L 165,345.81	L 165,345.81	L 165,345.81	L 165,345.81	L 1,984,149.77
Financiamiento	L 1,402,040.46	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -
Fondos Propios	L 384,185.25	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -
Total Origenes	L 1,786,225.71	L 729,342.96	L 674,701.79	L 628,955.05	L 583,208.31	L 535,398.07	L 489,651.32	L 427,271.43	L 379,461.18	L 333,714.44	L 287,967.70	L 242,220.96	L 194,410.72	L 2,548,146.92
Menos:														
Compra de Activo	L 900,818.10	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -
Sueldos y Salarios	L -	L 32,034.30	L 32,034.30	L 32,034.30	L 32,034.30	L 32,034.30	L 32,034.30	L 32,034.30	L 32,034.30	L 32,034.30	L 32,034.30	L 32,034.30	L 32,034.30	L 384,411.54
Costos fijos de producción		L 42,235.32	L 42,235.32	L 42,235.32	L 42,235.32	L 42,235.32	L 42,235.32	L 42,235.32	L 42,235.32	L 42,235.32	L 42,235.32	L 42,235.32	L 42,235.32	L 506,823.87
Costos variables		L 43,710.78	L 43,710.78	L 43,710.78	L 43,710.78	L 43,710.78	L 43,710.78	L 43,710.78	L 43,710.78	L 43,710.78	L 43,710.78	L 43,710.78	L 43,710.78	L 524,529.37
Papelería y Útiles de Oficina	L -	L 2,063.50	L -	L -	L 2,063.50	L -	L -	L 2,063.50	L -	L -	L -	L 2,063.50	L -	L 8,254.00
Gastos por publicidad		L 10,000.00	L 10,000.00	L 10,000.00	L 10,000.00	L 10,000.00	L 10,000.00	L 10,000.00	L 10,000.00	L 10,000.00	L 10,000.00	L 10,000.00	L 10,000.00	L 120,000.00
Presupuesto de Adecuación	L 321,410.46													L 321,410.46
Utensilios de cocina	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -
Materiales y equipo de limpieza	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -
Software contable	L -	L 11,500.00	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L 11,500.00
Gastos administrativos		L 44,348.19	L 20,308.19	L 20,308.19	L 20,308.19	L 20,308.19	L 20,308.19	L 20,308.19	L 20,308.19	L 20,308.19	L 20,308.19	L 20,308.19	L 20,308.19	L 267,738.25
Pago de ISR	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -
Impuesto sobre ventas cobrado			L 21,566.85	L 21,566.85	L 21,566.85	L 21,566.85	L 21,566.85	L 21,566.85	L 21,566.85	L 21,566.85	L 21,566.85	L 21,566.85	L 21,566.85	L 237,235.30
Pago de Intereses	L -	L 18,693.87	L 18,488.53	L 18,280.44	L 18,069.58	L 17,855.91	L 17,639.39	L 17,419.98	L 17,197.65	L 16,972.35	L 16,744.05	L 16,512.71	L 16,278.28	L 210,152.76
Pago de capital de financiamiento		L 15,401.03	L 15,606.37	L 15,814.46	L 16,025.32	L 16,238.99	L 16,455.51	L 16,674.92	L 16,897.25	L 17,122.55	L 17,350.85	L 17,582.19	L 17,816.62	L 198,986.04
Decimo Tercer mes de Salarios	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L 33,266.31
Decimo Cuarto mes de Salarios	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L 16,633.16	L -	L -	L -	L -	L -	L -	L 16,633.16
Retenciones Por Pagar	L -	L -	L 7,142.22	L 7,142.22	L 7,142.22	L 7,142.22	L 7,142.22	L 7,142.22	L 7,142.22	L 7,142.22	L 7,142.22	L 7,142.22	L 7,142.22	L 78,564.47
Total Aplicaciones	L 1,222,228.56	L 219,986.99	L 211,092.56	L 211,092.56	L 213,156.06	L 211,092.56	L 227,725.71	L 213,156.06	L 211,092.56	L 211,092.56	L 211,092.56	L 213,156.06	L 244,358.87	L 2,919,505.52
Saldo Final	L 563,997.15	L 509,355.98	L 463,609.24	L 417,862.49	L 370,052.25	L 324,305.51	L 261,925.61	L 214,115.37	L 168,368.63	L 122,621.89	L 76,875.14	L 29,064.90	L 49,948.15	L 371,358.61
Flujo Netos de Ingresos y Egresos		-L 54,641.17	-L 45,746.74	-L 45,746.74	-L 47,810.24	-L 45,746.74	-L 62,379.90	-L 47,810.24	-L 45,746.74	-L 45,746.74	-L 45,746.74	-L 47,810.24	-L 79,013.05	-L 321,410.46

Fuente: (Elaboración propia)

Anexo 2 Drive-Thru ejemplo de equipo a usar para recibir al cliente



Fuente: Tendencias en los restaurantes de comida rápida (king, 2022)



Fuente: Tendencias en los restaurantes de comida rápida (TNE, 2019)

Anexo 3 Encuesta utilizada para la muestra de la población en el departamento de Cortés

Encuesta de prefactibilidad para instalación y readecuación de canal autoservicio

Somos estudiantes de la Universidad Tecnológica Centroamericana, de la facultad de Postgrado de la Maestría en Finanzas, estamos realizando una encuesta para un estudio de prefactibilidad sobre la implementación de instalación de equipos de autoservicio a bajo costo en restaurantes y cafeterías

Agradeceríamos responder de forma objetiva, pues de ello depende la validez de los resultados de nuestro estudio.

* Indica que la pregunta es obligatoria

.. ¿Cuál es su rango de edad? *

Marca solo un óvalo.

- De 25 a 30 años
 De 31 a 40 años
 De 41 años en adelante

!. ¿En qué categoría entra su negocio? *

Marca solo un óvalo.

- Restaurantes
 Cafeterías
 Otro: _____

i. ¿Cuánto tiempo tiene su negocio de operar? *

Marca solo un óvalo.

- 1 año
 2 años
 3 años
 4 años
 5 años en adelante

4. El establecimiento donde opera su negocio es: *

Marca solo un óvalo.

- Propio
 Rentado

5. ¿Su negocio cuenta con un área de autoservicio? *

Marca solo un óvalo.

- Sí Salta a la pregunta 22
 No Salta a la pregunta 19

Encuesta de prefactibilidad para instalación y readecuación de canal autoservicio

6. ¿Cuál es su rango de edad? *

Marca solo un óvalo.

- De 25 a 30 años
 De 31 a 40 años
 De 41 años en adelante

7. ¿En qué categoría entra su negocio? * Marca solo un óvalo.

- Restaurantes
 Cafeterías
 Otro: _____

8. ¿Cuánto tiempo tiene su negocio de operar? * Marca solo un óvalo.

- Sí
 No

Sección sin título

13. ¿Cuánto estaría dispuesto a invertir en la instalación de un autoservicio para su negocio? *

Marca solo un óvalo.

- De L45,000.00 a L59,000.00 (PLATA: conversación entre parlante-cliente)
 De 60,000.00 a L75,000.00 (ORO: Sistema automático con seguimiento y equipos de set de audios)
 De L76,000.00 a L90,000.00 (PLATINO: Sistema y equipo completo, con estadísticas y comparativos con sus demás negocios)

Sección sin título

14. Su canal de autoservicio es: *

Marca solo un óvalo.

- Por medio de equipos y parlante
 Por medio de ventanilla de tomar orden, cobro y entrega al mismo tiempo

15. ¿Su canal de autoservicio es la que más atiende clientes? *

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No

16. ¿En qué rango está su porcentaje de ingreso por el área de autoservicio? *

- 1 año
 2 años
 3 años
 4 años
 5 años en adelante

9. El establecimiento donde opera su negocio es: * Marca solo un óvalo.

- Propio
 Rentado

10. ¿Su negocio cuenta con un área de autoservicio? *

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No

Sección sin título

11. ¿Considera necesario el uso de sistemas tecnológicos para la atención y servicio al cliente? *

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No

Sección sin título

12. ¿Le gustaría la instalación de equipos de autoservicio a bajo costo? *

Marca solo un óvalo.

24. ¿En qué rango está su porcentaje de ingreso por el área de autoservicio? *

Marca solo un óvalo.

- de 1% a 5% de
- 6% a 15% De
- 16% a 30% de
- 31% a 36%
- De 37% en adelante

25. ¿Cuánto cuesta el mantenimiento de su equipo de autoservicio * mensualmente?

Marca solo un óvalo.

- De L0.00 a L1,000.00
- De L1,001.00 a L4,999.00
- De L5,000.00 a L10,000.00
- De L10,001 en adelante

26. ¿Le gustaría la instalación de equipos de autoservicio a bajo costo? *

Marca solo un óvalo.

- Si *Salta a la pregunta 21*
- No

Fuente: (propia)

Anexo 4 Cotización de empresa distribuidor e instalación de equipo autoservicio

RedTec, S.A.
 Blvd. Centro America, Primera
 entrada col. Las Colinas, Edificio
 Copemh, Tegucigalpa, Honduras
 CAI>1D8088-34CBE4-AC45AF-
 E8E100-138431-D2
 RTN> 08019017950072, FL
 redtec@totalsb.com

Cotización 2396



ADDRESS	DATE	TOTAL
	01/08/2023	HNL 220,143.47

DESCRIPTION	QTY	RATE	AMOUNT
Equipo 3M Audio de Autoservicios	1	151,429.10	151,429.10
Bateria 3M G5	6	1,600.00	
3M G5 Cargador de Baterías - Estacion	1	12,436.20	
3M Cable de Poder Cargador y/o Base	2	3,625.02	
3M G5 Carrier - Diadema	3	4,357.20	
3M G5 Pod - Control de Diadema	3	15,170.40	
3M G5 Estacion Base sin cable de poder	1	40,572.00	
3M G5 Detector Loop Magnetico	1	3,131.10	
3M Microfono Duplex con Ensemble	1	3,439.80	
3M Bocina Duplex de Poste	1	3,100.00	
3M Protector Ambiental Bocina	1	1,217.16	
3M 3 Pair Twisted Cable Duplex	1	4,900.00	
Envio	1	7,200.00	
Instalacion de sensor de vehiculos	1	16,000.00	16,000.00T
Servicios de Instalación y Configuración	1	24,000.00	24,000.00T
Solicitado por Hector		SUBTOTAL	191,429.10
		TAX	28,714.37

Observaciones>

- Equipo 3M/PAR con garantía de 2 años por desperfecto de fabrica.
- Cotización valida por 15 días.
- Requerimos de OC y 70% de adelanto para pedido.
- Tiempo estimado de entrega de 17 días hábiles luego de recibir

TOTAL HNL 220,143.47

THANK YOU.

Fuente: Cotización realizada con empresa REDTEC para instalación

Anexo 5 Imágenes de los Equipos a necesitar y cotizados



Base de intercomunicador inalámbrico
3M XT-1 + detector de vehículo y
saludador XTI - mostrar título original

Precio: **US \$599.99**
Aproximadamente L 14 817.86

[¡Cómpralo ahora!](#)

[Agregar al carro de compras](#)

The image shows a white, vertical 3M XT-1 wireless intercomunicador base. It features a small LCD screen at the top, a numeric keypad, and several function buttons. The 3M logo is visible at the top. To the left of the main image is a vertical strip of five smaller thumbnail images showing different views of the device.

Fuente: Cotizaciones realizadas en línea (Ebay, 2023)



Estación base y fuente de alimentación
HME inalámbrica IQ BASE 6000 unidad
a través del sistema de
intercomunicación - mostrar título original

Precio: **US \$199.00**
Aproximadamente L 4 914.67

[¡Cómpralo ahora!](#)

[Agregar al carro de compras](#)

[Agregar a la Lista de favoritos](#)

Pasa el cursor por encima para ampliar

The image displays the HME IQ BASE 6000 wireless base station, which consists of two stacked metal chassis. The top chassis contains a power supply unit and other electronic components, while the bottom chassis houses the main control and communication circuitry. A yellow ribbon cable is connected between the two units. The device is shown against a dark background. Navigation arrows are visible on the left and right sides of the image frame.

Fuente: Cotizaciones realizadas en línea (Ebay, 2023)



Fuente: Cotizaciones realizadas en línea (Ebay, 2023)



Estación base de intercomunicación HME System 400 unidad inalámbrica a través de SYS400 Clear-sound Plus -
mostrar título original

"HME System 400 Wireless Drive Thru SYS400 Clear-sound Plus Intercom Base Station in good working"... [Más información](#)

Precio: **US \$275.00**
Aproximadamente L 6 791.63

[¡Cómpralo ahora!](#)

[Agregar al carro de compras](#)

Fuente: Cotizaciones realizadas en línea (Ebay, 2023)



Resistente al agua y al polvo.

El timbre exterior está construido con un panel frontal de aluminio para protección contra el vandalismo, mientras que la impermeabilización protege de la lluvia o la nieve. Con una cubierta a prueba de lluvia para evitar el agua y proteger la cámara exterior de daños.

Fuente: Cotizaciones realizadas en línea (Ebay, 2023)

AMOCAM®

Professional Video Doorbell Solution Provider

Este sistema de teléfono de puerta de video intercomunicador es un sistema con cable, incluye 1 cámara de color exterior, 1 pantalla LCD de 7 pulgadas.

Con un diseño ultra plano, gran calidad de sonido, pantalla regulable y 16 tonos de timbre seleccionables para personalización adicional, videoportero integrado y control de acceso, aporta más comodidad en el uso diario.

La cámara exterior proporciona un ángulo de visión de 92 grados, aluminio duradero y panel frontal de acrílico para proteger contra posibles vandalismos. Además, la impermeabilización y la proyección LED IR proporcionan durabilidad e imágenes claras sin importar el clima o la hora del día/noche.

El monitor interior proporciona brillo de la pantalla, color de la pantalla, volumen y ajustes de música, fácil montaje en superficie, para elegir el cable, por favor consulte esta información: Cable RVV4*0.012 in o cable de red CAT para 98.4 ft (95 pies) entre la cámara y el monitor, RVV4*0.020 in cable para 164.0 ft (150 pies), RVV4* 0.039 in cable para 328.1 ft (320 pies)



7-Inch Wired Video Doorphone

convenient way to add security to your home

Fuente: Cotizaciones realizadas en línea (Ebay, 2023)



Pasa el mouse encima de la imagen para aplicar zoom



Sistema de teléfono de puerta de portero de video, cámara exterior + monitor interior + control de fuente de alimentación para casa apartamento oficina

Visita la tienda de toncont

El paquete costaba: ~~US\$91.26~~
Precio en Paquete: **US\$86.66**
Ahorras: **US\$4.60 (5%)**

Usos Recomendados Para Producto	Communicate,Indoor,Outdoor
Marca	toncont
Tecnología de conectividad	Wireless
Características especiales	Night Vision
Uso en interiores y exteriores	Exterior

Sobre este artículo

- Soporta intercomunicador manos libres, voz clara y buena calidad de sonido. Muy fácil de ajustar el brillo, volumen, contraste y 7 tonos de llamada de selección, intercomunicador manos libres, funciones de desbloqueo eléctrico, monitorea la vista exterior.
- Cámara con cubierta de lluvia, resistente a la lluvia y diseño antivandalístico. Sensor infrarrojo integrado y cámara de ángulo de visión amplio de 92°, proporciona una visión clara de los visitantes incluso en la oscuridad de la noche.
- Cuando alguien pulsa el botón de llamada, puedes ver y escuchar y comunicarte con cualquier persona que esté al aire libre. Simplemente pulsa el botón "UNLOCK" del monitor interior para dar la bienvenida a tus visitantes.
- Control de fuente de alimentación fácil de instalar y fácil de usar: el rango de voltaje de 100 V-240 V a uso normal, adecuado para todos los países del mundo.
- Se puede utilizar en apartamentos, villas, hoteles, oficinas, edificios públicos.

Fuente: Cotizaciones realizadas en línea (Ebay, 2023)



Pasa el mouse encima de la imagen para aplicar zoom



Fuente: Cotizaciones realizadas en línea (Ebay, 2023)

Anexo 6 Imágenes de cotizaciones locales de mobiliario de oficina

Tabla 69: Plan de Inversión Inicial y Presupuesto

Compra de Herramientas			
Descripción	Unidades	Costo Unitario	Costo Total
Tenazas	3	L 810.00	L 2,430.00
Taladro atornillador juego	2	L 5,650.00	L 11,300.00
Taladro perforador	2	L 4,275.00	L 8,550.00
Esmeril angular	2	L 6,100.00	L 12,200.00
Desarmador de mano - juego	3	L 375.00	L 1,125.00
Compresor de aire	1	L 16,000.00	L 16,000.00
			L -
Totales			L 51,605.00

Compra de Automovil			
Descripción	Unidades	Costo Unitario	Costo Total
Automovil Pick Up	1	L 679,134.35	L 679,134.35
			L -
			L -
Totales			L 679,134.35

Acondicionamiento de local			
Unidades	Unidades	Costo Unitario	Costo Total
1	Proyecto RAPIDGOAL instalación de sistemas de autoservicio, acondicionar bodega, oficina y area de docking.	L 221,962.72	L 221,962.72
1	Elaboración de 1 portón metálico abatible	L 25,217.39	L 25,217.39
1	Elaboración de seis puertas metálicas	L 28,693.83	L 28,693.83
1	Elaboración de cortina metálica	L 8,900.00	L 8,900.00
1	Elaboración de 8 mts. De balcones y pasamanos (con líneas de tubo de 1 x1)	L 12,636.52	L 12,636.52
1	Sistema de cableado	L 12,000.00	L 12,000.00
1	Area de pintura	L 12,000.00	L 12,000.00
Totales			L 321,410.46
Total Adecuacion			L 1,052,149.81

Fuente: (Elaboración propia)

MEGATK
Soluciones Tecnológicas Para Su Empresa

COTIZACIÓN

FACTURAR A:	FECHA	NÚMERO
Acavba Julio Moran RTN: 080190022630689	08/03/2023 16:40:39	COT. 37973

CAI: 0164A4-3337C2-554799-E18564-042AA4-16

TERMINOS	VALIDO	VENDEDOR
Contado	5 días	Darwin Argueta

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	CANTIDAD	P.U.	ISV	MONTO
[MK-X7] POS SYSTEM(3 4Gb Ram+128Gb Computadora Todo en uno, Procesador® CORE™ i3-3227U CPU @1.90Gz., RAM 4.00 GB sistema Operativo de X64 Windows 10PRO Disco Duro de 120SSD	1.00	12,650.0000	ISV	L 12,650.00
[MK-80K] Desktop 80mm thermal printer(USB+LAN) Impresora Térmica de Recibos, conexión USB+LAN, área de impresión 80mm, velocidad 300 mm/s, cortador automático.	1.00	2,420.0000	ISV	L 2,420.00
[MK-1901L] 1D Wireless 2.4GHz CCD barcode scanner Lector de código de barras con sensor CCD alámbrico, lectura unidireccional (1D)	1.00	564.3000	ISV	L 564.30
[MCK-S1] STAND Base para lector de código de barras	1.00	97.9000	ISV	L 97.90
[MK-420] Cash drawer(7B3C) Gaveta de Dinero, de acero y textura resistente a los arañazos. Diseño: 7 billetes con clips de alambre de metal, 3 monedas; Cerradura del cajón: 3 posiciones. Color: negro + línea azul.	1.00	984.5000	ISV	L 984.50
ODOO Software 6 meses gratis del sistema, despues de ese tiempo 50 dolares mensuales.	1.00	1,371.9000	ISV	L 1,371.90
Subtotal				L 16,718.07
ISV 15% on L 16,718.07				L 2,507.71
Total				L 19,225.78

SE COBRARA UN 5% MENSUAL DE RECARGO POR RETRASO EN LA FECHA DE PAGO Y UN CARGO POR CHEQUE DEVUELTO DE LPS. 1,000.00 ** NO SE ACEPTAN CAMBIOS NI DEVOLUCIONES **

Tegucigalpa Francisco Morazán, Colonia Casafé Sur, Avenida Las Palomas, Blvd Morazán, Contiguo a REASA
San Pedro Sula, Honduras: Boulevard del norte, contiguo a Wendy's, contiguo a ferreteria Faraj
Telefono: (TGP) +504 2269-4416 / (SPS) +504 2553-0895 Correo: info@megatk.com Web: http://www.megatk.com RTN: 080190022630689

Original-Cliente Pag. 1 / 1

Fuente: Cotizaciones realizadas proyecto clase de finanzas de proyecto (Propio)



cotización realizada en:	Medida	Precio Real	Fecha de cotización
Walmart	Unidad	L1,600.00	8/08/2023

Fuente: Cotizaciones realizadas proyecto clase de finanzas de proyecto (Propio)

Vendedor : 1455104 OMAR ALJANDRO SIERRA Tienda : RSC MALL LAS CASCADAS

COTIZACION 31518231

Nombre : MORAN, JULIO Fecha Cotizacion : 08/03/2023
 Contribuyente : NORMAL Fecha Actual : 08/03/2023
 Orden de Compra:


UPC	MARCA	C I	DESCRIPCION	UNE	VALOR CONTADO	DESCUENTO	IMPUESTO	TOTAL
45742500015	SHANN	S N	COMB STARLIGHT DVR KIT	1	6.952.95	0.00	1.042.09	7.997.00
429821400004	RADIO SHACK	S N	SILLA PARA GAMING TOP RAC	1	3.925.43	0.00	586.56	4.496.99
429296100000	RADIO SHACK	S N	PARLANTE AMP 20000WTS 1M	1	4.345.22	0.00	651.78	4.997.00
482204900019	ACER	S N	ASPIRE 3 SILVER 25 RS 7TH	1	13.040.87	0.00	1.954.13	14.997.00
427194200006	RADIO SHACK	S N	UPS 2000VA 85K 120VAC 6	2	4.000.00	0.00	600.00	4.600.00
434293700000	EGARA	S N	GA COMPUTER RADIO SHACK X	2	1.615.06	0.00	242.34	1.858.00
481148800015	RADIO SHACK	S N	ESCRITORIO GAMING NEGRO Y	1	3.425.06	0.00	521.85	3.997.00
						0.00	5.601.28	42.942.99

Precios incluyen ISV Precios en Lempiras Precio valido por 7 días
 Precios y Planes de Ventas sujetos a Cambios A precio Normal

Plan de Ventas : RS CONTADO
 Periodo : DIARIO
 Tasa de Financiamiento : 0%
 Prima de : 0.00
 No. de Cuota(s) : 0

OMAR Sierra
31518231

Fuente: Cotización sobre equipo (Propio)

			
<p>🟢 Disponible</p> <p>Lysol Limpiador Desinfectante Multiusos Clean and Fresh 6.21 L / 210 oz L 379.95</p>			
cotización realizada en:	Medida	Precio Real	Fecha de cotización
Pricesmart	Unidad	L379.95	8/08/2023

Fuente: Cotizaciones realizadas proyecto clase de finanzas de proyecto (Propio)

LARACH & CIA S. DE R.L. SALA #2 Tegucigalpa, M.D.C., Fco. Morazán, R.T.N. 08019000235234 Col. Miramontes calle La Salud #1347 larachco@larachycia.com / cotizaciones@larachycia.com / www.larachycia.com		 #1 en Ferrería Tel. 2290-1100
COTIZACION No.: S02T42CO498183 Page 1 of 1		

CUENTE: C9999S02 RTN: 08019018033078 SECRETARIA DE ESTADO EN EL DESPACHO DE ENERGIA (SEN)	Fecha: 08 marzo 2023 Valida por cinco (5) días Cotizado Por: elix Ricardo Martínez Ramos
---	---

CÓDIGO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO	DSCTO	I.S.V.	TOTAL
1	55020099 PAPELERA 2805-00 WHT 21-QT BLANCA	2.00	UNID	269.57	0.00	80.87	620.00
2	11100302 BASURERO 377EP8990 64LTS. PLAST. C/TAPA ECOLOGICO	3.00	UNID	317.39	0.00	142.83	1,095.00
3	11100331 BASURERO FG5L5806CSHM 49.2LTS. NEGRO C/TAPA RUBBERMAID	2.00	UNID	747.83	0.00	224.35	1,720.00
4	11100097 BOLSA P/BASURA MOBY DICK 24x30-PLG (50C/PAQ) NEGRA PLAST	30.00	PAQ	42.17	0.00	189.78	1,455.00
5	55010072 PAPEL HIGIENICO SCOTT (6C/PAQ)-1000 HOJAS SENCILLAS	24.00	PAQ	147.83	0.00	532.17	4,080.00
6	11150119 JABON LIQ.PURIDERM 1 GLN.FRAMBUESA COOL P/MANOS	12.00	UNID	260.87	0.00	469.57	3,600.01
7	11130603 LIMPIADOR AREX GLN. DESINF.MANZANA Y CANELA	15.00	UNID	108.70	0.00	244.57	1,875.01
8	11130263 LIMPIADOR 26825 (614-8514) 25-ONZ.SPRAY-NINE QUITAGRASA	60.00	UNID	208.70	0.00	1,878.26	14,400.00
9	11150135 JABON AXION 115GRS. (DISCO) LIMON	24.00	UNID	7.39	0.00	26.61	204.00
10	11130516 CLORO MAGIA BLANCA TRADIC.GLN.	36.00	UNID	89.00	0.00	0.00	3,204.00
11	11120098 PASTE 3M 96L VERDE DOBLE USO	10.00	UNID	40.00	0.00	60.00	460.00
12	11170123 ESCOBA SUPER TINA (KIKI) PLAST.SURT.COLOR	4.00	UNID	53.91	0.00	32.35	248.00
13	11170118 CABO P/TRAPEADOR ETERNA 48PLG (SIN MECHA) SURT. COLORES	5.00	UNID	100.00	0.00	75.00	575.00
14	11170121 MECHA P/TRAPEADOR IREX N.16 COLOR	20.00	UNID	64.35	0.00	193.04	1,480.00
15	08160114 PAÑO 383834 (10PZS) MICROFIBRA SURT.COLOR (MULTIUSOS)	5.00	JUEG	160.87	0.00	120.65	925.00
16	11230149 DELANTAL CUERINA MEDIANO SURT.COLOR	10.00	UNID	77.39	0.00	116.09	890.00
17	12032777 PAPEL P/SUMADORA 242404 PREMIUN 2.1/4x2.5/8CM	50.00	ROLLO	16.39	0.00	122.93	942.50
18	12032320 PAPEL BOND B/20 T/C 81/2X11-PLG. CHAMEX (500 HOJAS C/RESMA)	2.00	RSMA	134.78	0.00	40.43	310.00
19	12270003 PAPELERA P/ESCRIT.OIC 21102 BLACK T/LEGAL	3.00	UNID	234.78	0.00	105.65	810.00
20	12080451 BOLIGRAFO BPT-P-FC-B NEGRO 0.7MM	6.00	UNID	3.95	0.00	0.00	23.70
21	12170093 ENGRAPADORA F6 (5000269) AZUL RAPID	3.00	UNID	121.74	0.00	54.78	420.00
22	45020183 SACAGRAPA C2 NEGRO RAPID	2.00	UNID	22.61	0.00	6.78	52.00
23	11710100 GRAPAS 26/6 24861800 GALV.(5,000 C/CAJA)	5.00	CAJA	33.04	0.00	24.78	190.00
24	46010103 CINTA ADH.3M 5910-1/2x36YDS TRANSP.	5.00	ROLLO	31.30	0.00	23.48	180.00
25	12260084 BASE P/TAPE D444 GRANDE NEGRA BARRILITO	2.00	UNID	165.22	0.00	49.57	380.00
26	12060107 CALCULADORA CALC-15E (60481) 15CM P/ESCRITORIO	2.00	UNID	36.52	0.00	10.96	84.00

Comentario:	SUB-TOTAL : 35,397.72 EXENTO : 3,227.70 DESCUENTOS Y REBAJAS : 0.00 IMPUESTO 15% : 4,825.50 TOTAL : 40,223.22
-------------	---

* Cemento y hierro no aplican para esta validad *Precios sujetos a cambio sin previo aviso.
 *Pago de cemento con tarjeta solo Ficohsa (débito y crédito) * Favor CONFIRMAR EXISTENCIAS, antes de realizar cualquier método de pago. *

IMPORTANTE: En cumplimiento al acuerdo 481-2017 Régimen de Facturación, Otros documentos fiscales y Registro fiscal de imprentas, para cada retención de impuesto a Larach & Cia. S de R L de CV, es obligatorio la presentación del documento Comprobante de Retención Original ; este deberá cumplir con todos los requisitos estable en el presente reglamento según Art.33, caso contrario favor de emitir pago completo. Lo anterior incluye las instituciones de gobierno.

Fuente: Cotización sobre equipo y mobiliario (Propio)

Anexo 7 Imágenes del estudio financiero y legal

Sección A. Acuerdos y Leyes	
REPUBLICA DE HONDURAS - TEGUCIGALPA, M. D. C., 21 DE FEBRERO DEL 2023 No. 36,161 La Gaceta	
<p>AMILCAR VIRGILIO ZUNIGA AMADOR Miembro Suplente SETRASS</p>	<p><i>Secretaría de Estado en los Despachos de Trabajo y Seguridad Social</i></p> <p>ACUERDO No. SETRASS 014-2023</p> <p>LA SECRETARÍA DE ESTADO EN LOS DESPACHOS DE TRABAJO Y SEGURIDAD SOCIAL.</p> <p>CONSIDERANDO: Que la Constitución de la República y las Leyes Laborales vigentes, garantizan el derecho de todo trabajador a devengar un salario mínimo, entendiéndose como tal, el ingreso base que recibe un trabajador para satisfacer sus necesidades económicas y coadyuvar al ingreso familiar.</p> <p>CONSIDERANDO: Que la inflación oficial interanual registrada por el Banco Central de Honduras (BCH) al mes de diciembre del año dos mil veintidós (2022), alcanzó el porcentaje de 9,80%, siendo superior a los porcentajes de ajuste acordados para el año dos mil veintitrés (2023), de 5,32% en la categoría de 1 a 10 trabajadores, de 5,50% de 11 a 50 trabajadores, de 6,50% de 51 a 150 trabajadores y de 8,00% de 151 trabajadores en adelante, plasmados en el Acuerdo Ejecutivo No. STSS 308-2022 publicado en el Diario Oficial La Gaceta No.35,892 del 06 de abril del 2022.</p> <p>CONSIDERANDO: Que el artículo 5 del referido Acuerdo, establece la obligación de esta Secretaría de Estado, de emitir el Acuerdo contentivo del ajuste salarial con los valores actualizados, para lo cual mediante Acuerdo Número SETRASS 013-2023 se nombró a la Comisión para la Revisión del Salario Mínimo del año 2023, integrada por los representantes del interés Patronal, interés Obrero e interés Público, quienes demostraron una verdadera voluntad de diálogo basado en la confianza y entendimiento mutuo más allá de sus diferencias generando resultados positivos a la nación acordando por consenso y forma tripartita el ajuste al Salario Mínimo para el año 2023, de conformidad a las actividades económicas, tamaño de empresa y montos, tal cual consta en</p>
<p>MARÍA UBALDINA MARTINEZ MOLINA Miembro Propietario SETRASS</p>	
<p>HARY YUBINY LÓPEZ MEJÍA Miembro Suplente SETRASS</p>	
<p>MARÍA JOSÉ PAGOADA GÓMEZ Miembro Propietario SETRASS</p>	
<p>NELSON JEOVANNY HERNÁNDEZ RÍOS Miembro Suplente SETRASS</p>	
<p>LESLY SARAHI CERNA Secretaría de Estado en los Despachos de Trabajo y Seguridad Social</p>	
<p>RAÚL ENRIQUE SALGADO ZELAYA Secretario de Actas</p>	

Fuente: Secretaría del trabajo (trabajo, s.f.)

Acta de la Sesión celebrada el día ocho (08) de febrero de dos mil veintitrés (2023).

POR TANTO: En uso de sus facultades y en aplicación de lo dispuesto en los artículos 128 numeral 5) y 245 numeral 42), 246, 247, 248 y 255 de la Constitución de la República; 317, 381, 382 y 383 del Código de Trabajo; 1, 2 y 15 de la Ley de Salario Mínimo 117, 118 y 119 de la Ley General de la Administración Pública, Acuerdo Ejecutivo No. 25-2022 de fecha 27 de enero de año 2022 publicado en el Diario Oficial La Gaceta No. 35,855 de fecha 22 de febrero de 2022 y artículo 5 del Acuerdo Ejecutivo No. STSS-308-2022 de fecha 01 de abril 2022, publicado en el Diario Oficial La Gaceta No. 35,892 de fecha 6 abril de 2022.

ACUERDA:

ARTÍCULO 1.- Aprobar en todo y cada una de sus partes el Acuerdo Tripartito en el marco de la Revisión del Salario

Mínimo para el año 2023, que fue suscrito y aprobado por los representantes del Sector Patronal, Sector Obrero y Sector Público, fijándose el ajuste de Salario Mínimo a nivel nacional de conformidad con el porcentaje que se detalla a continuación:

CATEGORÍAS	AÑO 2023
De 1 a 10 Trabajadores	9.80%
De 11 a 50 Trabajadores	9.80%
De 51 a 150 Trabajadores	9.80%
De 151 Trabajadores en Adelante.	9.80%

ARTÍCULO 2.- Aprobar la nueva tabla de Salario Mínimo que regirá en todo el país, de conformidad a las actividades económicas, tamaño de empresa y montos, la cual entrará en vigencia a partir del (01) de enero del año dos mil veintitrés (2023) en la forma siguiente:

No.	RAMA DE ACTIVIDAD ECONOMICA	TAMAÑO DE LAS EMPRESAS POR NÚMERO DE TRABAJADORES	SALARIO MÍNIMO MENSUAL 2023	SALARIO MÍNIMO 2023 JORNADA ORDINARIA DE 8 HORAS LABORABLES	SALARIO MÍNIMO POR HORA 2023
1	Agricultura, silvicultura, caza y pesca	De 1 a 10	8,134.08	271.14	33.89
		De 11 a 50	8,592.12	286.40	35.80
		De 51 a 150	9,322.06	310.74	38.84
		De 151 en adelante	10,080.87	336.03	42.00
2	Explotación de minas y canteras	De 1 a 10	11,112.67	370.42	46.30
		De 11 a 50	11,465.63	382.19	47.77
		De 51 a 150	13,388.27	446.28	55.78
		De 151 en adelante	15,126.16	504.21	63.03
3	Industria Manufacturera	De 1 a 10	10,907.84	363.59	45.45
		De 11 a 50	11,624.12	387.47	48.43
		De 51 a 150	13,573.34	452.44	56.56
		De 151 en adelante	15,335.27	511.18	63.90
4	Electricidad, gas y agua	De 1 a 10	11,471.15	382.37	47.80
		De 11 a 50	11,835.46	394.52	49.31
		De 51 a 150	13,820.13	460.67	57.58
		De 151 en adelante	15,614.11	520.47	65.06

Fuente: Secretaría del trabajo (trabajo, s.f.)

5	Construcción	De 1 a 30	11,266.31	375.54	46.94
		De 11 a 30	11,624.12	387.47	48.43
		De 51 a 150	13,573.34	452.44	56.56
		De 151 en adelante	15,335.27	511.18	63.90
6	Comercio al por mayor y menor	De 1 a 30	11,266.31	375.54	46.94
		De 11 a 30	11,624.12	387.47	48.43
		De 51 a 150	13,573.34	452.44	56.56
		De 151 en adelante	15,335.27	511.18	63.90
7	Restaurantes y hoteles	De 1 a 30	11,266.31	375.54	46.94
		De 11 a 30	11,624.12	387.47	48.43
		De 51 a 150	13,445.36	448.18	56.02
		De 151 en adelante	14,768.72	492.29	61.54
8	Transporte, almacenamiento y comunicaciones	De 1 a 30	11,968.75	378.96	47.37
		De 11 a 30	11,729.78	390.99	48.87
		De 51 a 150	13,696.73	456.56	57.07
		De 151 en adelante	15,474.67	515.82	64.48
9	Establecimientos financieros, bienes inmuebles y servicios prestados a las empresas	De 1 a 30	11,573.55	385.79	48.22
		De 11 a 30	11,941.14	398.04	49.75
		De 51 a 150	13,943.53	464.78	58.10
		De 151 en adelante	15,753.50	525.12	65.64
10	Servicios comunales, sociales y personales, seguridad y limpieza	De 1 a 30	11,061.47	368.72	46.09
		De 11 a 30	11,412.79	380.43	47.55
		De 51 a 150	13,326.55	444.22	55.53
		De 151 en adelante	15,056.46	501.88	62.74
11	Actividades de hospitales	De 1 a 30	11,061.47	368.72	46.09
		De 11 a 30	11,412.79	380.43	47.55
		De 51 a 150	13,166.40	438.88	54.86
		De 151 en adelante	14,596.76	486.56	60.82

ARTÍCULO 4.- Que el ajuste antes acordado correspondiente al mes de enero de 2023, podrá ser pagado de forma total o de manera diferida a más tardar el 31 de marzo de 2023.

ARTÍCULO 5.- La Dirección General de Salarios y la Dirección General de Inspección del Trabajo, serán responsables de vigilar el estricto cumplimiento del pago de los Salarios Mínimos de acuerdo a las normas legales establecidas; garantizando en todo caso, la aplicación a todos los trabajadores del principio de igualdad de remuneración entre la mano de obra masculina y la mano de obra femenina por un trabajo de igual valor.

ARTÍCULO 6.- Quedan excluidos de este Acuerdo los Trabajadores del Sector Textil Maquilador Hondureño y demás Empresas de Zona Libre en virtud del Acuerdo vigente suscrito en fecha trece (13) de diciembre del año dos mil dieciocho (2018).

ARTÍCULO 7.- El presente Acuerdo deberá publicarse en el Diario Oficial La Gaceta.

Dado en la ciudad de Tegucigalpa, municipio del Distrito Central, a los trece días del mes de febrero de año dos mil veintitres (2023).

COMUNIQUESE Y PUBLÍQUESE

LESLY SARAHÍ CERNA

SECRETARIA DE ESTADO EN LOS DESPACHOS
DE TRABAJO Y SEGURIDAD SOCIAL

MARIA UBALDINA MARTINEZ

SECRETARIA GENERAL

Tabla 70: Normativas legales

Normativa legal				
Nº	Regulación	Decreto	Artículos	Descripción
1	Constitucion de la Republica	131-182	100,137,331,332,334	Libros de comerciantes, libertad para ejercer el comercio, organo supervisor de sociedades.
2	Código de Comercio	73-50	1, 14, 431, 432, 433	Regulacion actos de comercio, constitucion de sociedades, libros de fuerza legal y forma de llevarlos
3	Código Tributario	170-	29, 160,	Obligados tributarios, sanciones, procedimientos administrativos en materia triburaria
4	Código de Salud	65-91	76, 77	Prohibición de venta de artículos comestibles alterados, obligatoriedad de obtener licencia Sanitaria
5	Código del Trabajo	189-	1,87, 56	Obligaciones de patrones, trabajadores, contrato de trabajo, permisos, vacaciones, etc.
6	Ley de Impuesto sobre Renta	25-2004	1,11,22,50	Impuesto sobre renta su determinacion, gastos de deducibles,ISR natural, retenciones servicios
7	Ley de Impuesto sobre Venta	24	1,6,15	Impuesto sobre ventas, determinacion creditos/debitos fiscales, tasas aplicables, articulos exentos
8	Reglamento de Facturacion	181-	1, 5, 2006	Obligatoriedad de expedir documentos fiscales (facturas, notas de credito, debito) y sus respectivos
9	Ley de Municipalidades	134-90.	75, 77	Impuesto de industria Comercio y Servicio, Impuesto personal, plazos de presentacion, calculos
10	Plan de Arbitrios (Santa Lucia)	2018	17, 18,19, 20, 82	Tasas aplicables, requisitos y obligatoriedad de permiso de operacion,construcción, rotulos
11	Ley de Proteccion al consumidor	24-2008	21	Libro de quejas y sugerencias
12	Reglamento Sanitario de Alimentos	91-2005	2,7	Control sanitario, inocuidad
13	Ley del RAP	107-	42,43,44	Obligatoriedad de inscripcion, pago de retenciones
14	Ley del IHSS	080-	1,3	Obligatoriedad de inscripcion, pago de retenciones
15	Ley del INFOP	10-1972.	17,22,23,24	Obligatoriedad de inscripcion, pago de retenciones

Fuente: (propia)

Requisitos que debe cumplir para su afiliación:

- Aviso de Operación - Cuenta en BAC

Credomatic con los siguientes requisitos:

REQUISITOS APERTURA DE CUENTA

PERSONA JURÍDICA Copia de documento de

identificación (firmantes, RL, Presidente,

Secretario, Apoderado, o Accionistas) 1

Referencia bancaria (titular y firmantes)

Certificado de Registro Público actualizado

(hasta 3 meses hacia atrás.) Estados

Financieros, Declaración de Rentas o

cualquier otro documento que evidencie los

ingresos Copia del Pacto Social y enmiendas

(si tiene), Licencias comerciales (si aplica)

Certificación de Acciones Nominativas, firmado

por el Presidente y Secretario de la Sociedad

Copia del Certificado de Acción Nominativa

(***No se aceptan certificados de acciones al

portador) Recibo de utilidad y carné de

migración (en el caso de extranjeros)

REQUISITOS APERTURA DE CUENTA

PERSONA NATURAL Documento de

identidad personal (cédula) Referencia

personal o APC Evidencia de Ingresos

Adicional los extranjeros deben presentar:

Carné de migración o permiso de trabajo

vigente Recibo de agua, luz o teléfono

Fuente: Requisitos BAC para POS tarjetas de crédito

Anexo 8 Imágenes de los lugares encuestados y restaurantes que se han adaptado



Fuente: Comidas rápidas se adaptan a tener autoservicio (propia)



Fuente: Comidas rápidas se adaptan a tener autoservicio (propia)



Fuente: Comidas rápidas se adaptan a tener autoservicio (propia)



Fuente: Comidas rápidas se adaptan a tener autoservicio (propia)



Fuente: Comidas rápidas se adaptan a tener autoservicio (propia)



Fuente: Comidas rápidas se adaptan a tener autoservicio (propia)



Fuente: Comidas rápidas se adaptan a tener autoservicio (propia)



Fuente: Comidas rápidas se adaptan a tener autoservicio (propia)



Fuente: Comidas rápidas se adaptan a tener autoservicio (propia)



Fuente: Comidas rápidas se adaptan a tener autoservicio (propia)



Fuente: Comidas rápidas se adaptan a tener autoservicio (propia)



Fuente: Comidas rápidas se adaptan a tener autoservicio (propia)



Fuente: Comidas rápidas se adaptan a tener autoservicio (propia)



Fuente: Comidas rápidas se adaptan a tener autoservicio (propia)



Fuente: Comidas rápidas se adaptan a tener autoservicio (propia)



Fuente: Imágenes de Pymes interesadas en adquirir equipos y sistema de autoservicio (propia)

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Atención Primaria Práctica. (Febrero de 1998). *Suplemento especial La atención primaria y comunitaria española en la encrucijada*. Obtenido de <https://www.elsevier.es/es-revista-atencion-primaria-27-articulo-el-uso-hipotesis-investigacion-cientifica-15038#:~:text=La%20hip%C3%B3tesis%20se%20puede%20definir,objetivo%2Fs%20e%20la%20investigaci%C3%B3n>.
- Banco Central de Honduras. (2019). *Comportamiento de la economía hondureña*. Banco Central de Honduras.
- Banco Central de Honduras. (2022). *Comportamiento económico de Honduras*. Banco Central de Honduras.
- Credit Rating Agency. (2016). *Industria de autosrvicio*. Daniel Salim.
- Diego Coquillat. (30 de julio de 2020). Los nuevos quioscos de autopedido con pantalla táctil proyectada. *Diego Coquillat*.
- Ebay. (2023). *Ebay*. Obtenido de https://hn.ebay.com/b/Drive-Thru-Systems/bn_7024958509
- Hernandez, F. y. (2010). *Metodología de la investigación*.
- Instituto Nacional de Estadística INE. (2021). *Turismo del 2017 al 2021*. INE.
- Instituto nacional de estadísticas. (2023). *Directorio de establecimientos económicos*. Directorio de establecimientos económicos.
- king, B. (10 de Noviembre de 2022). *Drive-thrus*. Obtenido de https://www.bensonbingham.com/wp-content/uploads/2019/12/burger_king.png.webp
- Laura Reiley. (27 de Diciembre de 2022). *Infobae*. Obtenido de <https://www.infobae.com/america/wapo/2022/12/27/como-la-pandemia-altero-la-industria-de-los-restaurantes/>
- Qu, J.-M. C.-C. (2021). Respiratory virus and COVID-19. *World Health Organization*, 1-6.
- Salesforce. (20 de Agosto de 2021). *Salesforce*. Obtenido de [https://www.salesforce.com/mx/blog/2021/08/que-es-benchmarking-y-como-aplicarlo.html#:~:text=El%20benchmarking%20\(en%20espa%C3%B1ol%20punto,a traer%20al%20p%C3%BAblico%20y%20reconquistarlo](https://www.salesforce.com/mx/blog/2021/08/que-es-benchmarking-y-como-aplicarlo.html#:~:text=El%20benchmarking%20(en%20espa%C3%B1ol%20punto,a traer%20al%20p%C3%BAblico%20y%20reconquistarlo).
- Salud, O. P. (2020). La OMS caracteriza a COVID-19 como una pandemia.
- TNE, N. (9 de 11 de 2019). *The Tecnología negocios Estrategia*. Obtenido de <https://circulotne.com/mcdonalds-usara-inteligencia-artificial.html>
- trabajo, S. d. (s.f.). *Secretaría del trabajo*. Obtenido de <https://www.trabajo.gob.hn/100 Ejemplos de Poblaciones>. (2023). <https://www.ejemplos.co/poblaciones/>
- Alfonso. (s. f.). *Demanda*. Economipedia. Recuperado 16 de septiembre de 2023, de <https://economipedia.com/definiciones/demanda.html>
- análisis de datos. (2022, septiembre 7). Análisis de datos: Concepto, metodología y técnicas | *InnovaciónDigital360*. <https://www.innovaciondigital360.com/big-data/analisis-de-datos-tecnicas-y-metodologias-para-la-aplicacion-de-analytics/>
- análisis de datos. (2023). *Análisis de Datos | QuestionPro*. <https://www.questionpro.com/es/analisis-de-datos.html>
- Banco Mundial – Desarrollo sostenible, resiliencia y crecimiento económico*. (2023). <https://www.bancomundial.org/es/home>
- Biblioteca vityual. (2023). *Clasificación general de las fuentes de información | Biblioteca*

Virtual del Sistema de Universidad Virtual.

<http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/portal/clasificacion-general-de-las-fuentes-de-informacion>
Brainly. (s. f.). *serie de preguntas que se hace a muchas personas para reunir datos o para detectar la opinión pública sobre—Brainly.lat*. Recuperado 16 de septiembre de 2023, de <https://brainly.lat/tarea/12365745>

Casas Anguita, J., Repullo Labrador, J. R., & Donado Campos, J. (2003). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I). *Atención Primaria*, 31(8), 527-538.

Certus. (2019, julio 25). *¿Qué significa MIPYMES? | Certus*.

<https://www.certus.edu.pe/blog/que-significa-mipymes/>

CIIFEN. (2022). *Definición de Riesgo | CIIFEN*. <https://ciifen.org/definicion-de-riesgo/>

Content. (2019, agosto 23). *¿Qué es publicidad? Definición, historia y usos importantes*. *Rock Content - ES*. <https://rockcontent.com/es/blog/publicidad/>

CURIOSFERA-HISTORIA.COM. (2020). *Origen del restaurante autoservicio*. Curiosfera.

<https://curiosfera-historia.com/historia-del-restaurante-autoservicio-selfservice/#:~:text=Origen%20del%20restaurante%20selfservice&text=Estos%20establecimientos%20tienen%20su%20origen,%20DBurlington%20Quincy%20en%201876>.

De La Hoz Suárez, B., Ferrer, M. A., & De La Hoz Suárez, A. (2008). Indicadores de rentabilidad: Herramientas para la toma de decisiones financieras en hoteles de categoría media ubicados en Maracaibo. *Revista de Ciencias Sociales*, 14(1), 88-109.

GBM. (2022, febrero 18). *¿Qué es un activo?: Definición, tipos y cómo se calcula*. GBM Academy. <https://gbm.com/academy/que-es-un-activo-definicion-tipos-y-como-se-calcula/>

GRAUZ. (2021). *¿Qué es el Financiamiento*. Significados.

<https://www.significados.com/financiamiento/>

Hotmart, 2023. (s. f.). *Descubre qué es una startup y cómo empezar la tuya*. Descubre qué es una startup y cómo empezar la tuya. Recuperado 31 de agosto de 2023, de

<https://hotmart.com/es/blog/que-es-una-startup>

<https://sde.gob.hn>. (2023).

<https://sde.gob.hn>. (2023).

<https://sde.gob.hn>. (2023).

Humanidades.2021. (s. f.). En <https://humanidades.com/>. Recuperado 14 de septiembre de 2023, de <https://humanidades.com/analisis-foda/>

INE – Instituto Nacional de Estadística Honduras. (2023). <https://www.ine.gob.hn/V3/>

Infoautonomos. (s. f.). Introducción a la contabilidad. *Infoautonomos*. Recuperado 16 de septiembre de 2023, de <https://www.infoautonomos.com/contabilidad/introduccion-la-contabilidad/>

La planeación financiera • gestiopolis. (2023). <https://www.gestiopolis.com/la-planificacion-financiera/>

López, C. (2019, septiembre 17). Autoservicio en restaurantes. *Autoservicio en restaurantes*. <https://mapal-os.com/es/recursos/blog/autoservicio-en-restaurantes-ventajas-y-desafios-para-triunfar>

Malena. (2022, septiembre 14). *¿Te preguntas qué es una unidad de análisis estadístico? ¿Te lo explicamos! Tesis y Másters Chile*. <https://tesisymasters.cl/unidad-de-analisis/>

Métodos, tipos y enfoques de investigación. (2014).

<http://sanjahingu.blogspot.com/2014/01/metodos-tipos-y-enfoques-de.html>

Muguirra, A. (2017, agosto 21). Tipos de muestreo: Cuáles son y en qué consisten. *QuestionPro*. <https://www.questionpro.com/blog/es/tipos-de-muestreo-para-investigaciones-sociales/>

Muñoz, A. M. M. (2004). Representación de los Estudios de Género en los índices temáticos. *El*

Profesional de la Información, 13(1), 47-60. <https://doi.org/10.1076/epri.13.1.47.29025>

Navarro, M. N. G. (2023). *Que integra el estudio financiero en un plan de Negocios*.

Rodrigo. (2022, septiembre 13). Conoce las mejores técnicas e instrumentos de recolección de datos. *Tesis y Másters México*. <https://tesisymasters.mx/instrumentos-de-recoleccion-de-datos/>

Roldán, P. N. (2023). *Economía Neoclásica—Definición, qué es y concepto*. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/economia-neoclasica.html>

School, E. B. (2023). *Qué son las técnicas de muestreo*. Euroinnova Business School. <https://www.euroinnova.hn/blog/que-son-las-tecnicas-de-muestreo>

Secretaría de trabajo y seguridad social. (2020). *Protocolo de bioseguridad por motivo de la pandemia COVID-19*. Secretaría de trabajo y seguridad social. <https://fundahrse.org/wp-content/uploads/2020/05/Protocolo-Restaurantes-min.pdf>

Sernac. (s. f.). *El mercado y su funcionamiento—SERNAC: Educación*. Recuperado 16 de septiembre de 2023, de <https://www.sernac.cl/portal/607/w3-propertyvalue-21057.html>

Thru, master. (2020, mayo 8). Conoce la diferencia entre el servicio de Drive In, Take Out y Drive Thru en un restaurante. *Sistema POS ICG Master Colombia - Software de punto de venta*. <https://icgmaster.net/diferencia-drive-thru-drive-in-y-take-out/>

WADATEC, wavete. (2023, junio 15). *¿Que es un Kiosco? Una guía para los kioscos digitales*. <https://www.wavetec.com/es/blog/que-es-un-kiosco/>

wikipedia, 2023. (2021). Parlante. En *Wikcionario, el diccionario libre*. <https://es.wiktionary.org/w/index.php?title=parlante&oldid=5002158>

ZENDESK. (2023, junio 17). *¿Qué es un sistema de autoservicio? 6 ventajas clave*. Zendesk MX. <https://www.zendesk.com.mx/blog/sistema-de-autoservicio/>