



FACULTAD DE POSTGRADO

TRABAJO FINAL DE GRADUACION

**PRE-FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
CLOSET DE MELAMINA EN SAN PEDRO SULA.**

SUSTENTADO POR:

SILVIA JAMILETH MARTÍNEZ

JONATHAN DAVID GARRIDO RÍOS

PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE

MÁSTER EN DIRECCIÓN EMPRESARIAL

SAN PEDRO SULA, CORTÉS

HONDURAS, C.A.

MAYO 2021

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

UNITEC

FACULTAD DE POSTGRADO

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR

MARLON BREVÉ REYES

SECRETARIO GENERAL

ROGER MARTÍNEZ MIRALDA

VICERRECTORA CADEMICA

DESIREE TEJADA CALVO

VICEPRESIDENTE UNITEC, CAMPUS S.P.S

CARLA MARIA PANTOJA

DIRECTORA NACIONAL DE POSTGRADO

ANA DEL CARMEN RETTALLY

**PRE-FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
CLOSET DE MELAMINA EN SAN PEDRO SULA.**

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

**ASESOR METODOLÓGICO
JUAN JACOBO PAREDES HELLER**

ASESOR TEMÁTICO

DIANA BRIZUELA

MIEMBROS DE LA TERNA

MARTHA MARIA HERNANDEZ MARTINEZ

CARLOS ANTONIO TRIMINIO RODRIGUEZ

ALEX DOUGLAS BANEGAS

DERECHOS DE AUTOR

Copyright 2021

SILVIA JAMILETH MARTÍNEZ

JONATHAN DAVID GARRIDO RÍOS

Todos los derechos son reservados.



FACULTAD DE POSTGRADO

PRE-FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CLOSET DE MELAMINA EN SAN PEDRO SULA.

AUTORES:

SILVIA JAMILETH MARTÍNEZ Y JONATHAN DAVID GARRIDO RÍOS

Resumen

El objetivo del presente estudio de pre factibilidad es la creación de una empresa de closet de melamina en San Pedro Sula que proporcione diseños a la medida del espacio y del presupuesto de los clientes y además sea una fuente de ingresos sostenible para la familia. La empresa estará ubicada en Barrio El Centro. En Honduras son pocos los negocios que ofrecen muebles personalizados de acuerdo a las necesidades del cliente y los gustos por lo que será una ventaja competitiva. Mediante la metodología utilizada se realiza un estudio de mercado que incluye descripción del mercado de muebles, análisis de los hábitos de los clientes los medios comercialización el mercado meta que está ubicado en la ciudad de San Pedro Sula con un tamaño de 777,877 personas en una extensión territorial de 898 km², análisis técnico que nos ayuda a determinar el tamaño óptimo de la planta además del análisis financiero para determinar la inversión requerida así como la viabilidad del proyecto.

Para realizar el estudio de implementación de la fábrica de closet de melamina, se realizó la evaluación económica financiera, en una proyección de cinco años, en flujos anuales, con un financiamiento de entidad bancaria del 72% y un aporte de capital propio de un 28%, obteniendo indicadores económicos VAN L 183,658.47 y TIR 34.78 Los indicadores cumplen con las reglas para la viabilidad económica y como consecuencia es factible realizar el proyecto.

Palabras claves: Marketing mix, proceso productivo, capacidad instalada.



FACULTAD DE POSTGRADO

PREFACTIBILITY FOR THE CREATION OF A MELAMINE CLOSET COMPANY IN SAN PEDRO SULA.

AUTHORS:

SILVIA JAMILETH MARTÍNEZ & JONATHAN DAVID GARRIDO RÍOS

ABSTRACT

The objective of this pre-factibility study is the creation of a melamine closet company in San Pedro Sula that provides designs tailored to the space and budget of the clients and is also a source of sustainable income for the family. The company will be located in Barrio El Centro. In Honduras, there are few businesses that offer personalized furniture according to the client's needs and tastes, so it will be a competitive advantage. Through the methodology used, a market study is carried out that includes a description of the furniture market, analysis of the habits of customers, the means of marketing the target market, which is located in the city of San Pedro Sula with a size of 777,877 people in an area land area of 898 km², technical analysis that helps us determine the optimal size of the plant as well as the financial analysis to determine the investment required as well as the viability of the project. In order to carry out the implementation study of the melamine closet factory, the economic-financial evaluation was carried out, in a five-year projection, in annual flows, with a bank financing of 72% and a contribution of own capital of 28 %, obtaining economic indicators VAN L 183,658.47 and TIR 34.78% .The indicators comply with the rules for economic viability and as a consequence it is feasible to carry out the project.

Keywords: Marketing mix, production process, installed capacity.

DEDICATORIA

A mi esposo e Hijos que han estado conmigo durante este periodo de estudio dándome la oportunidad de demostrarles que el regalo más valioso que puedo darles es la oportunidad de estudiar, y así ser una buena profesional y excelente persona. A mis padres por estar a mi lado siempre. A mis maestros por haber compartido sus conocimientos durante toda mi carrera. (Silvia Martínez)

A mis padres por acompañarme a lo largo de mi vida. A mis maestros por haber compartido sus conocimientos durante toda mi carrera. (Jhonatan Garrido)

AGRADECIMIENTO

A Dios Todo Poderoso por ser quien guía los pasos que damos en la vida y por permitirnos alcanzar un sueño profesional más, por darnos entendimiento y sabiduría para llegar hasta este momento.

A la Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC) por habernos acogido en sus aulas para los estudios de postgrado.

A nuestro asesor metodológico PhD Juan Jacobo Paredes Heller, por su acompañamiento, en este proceso.

A cada docente que con sus enseñanzas han contribuido a nuestra formación profesional.

ÍNDICE DE CONTENIDO

1.1	INTRODUCCIÓN	1
1.2	ANTECEDENTES DEL PROBLEMA.....	2
1.3	DEFINICIÓN DEL PROBLEMA.....	7
1.3.1	ENUNCIADO DEL PROBLEMA	8
1.3.2	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	9
1.3.3	PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	9
1.4	OBJETIVOS DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	9
1.4.1	OBJETIVO GENERAL	9
1.4.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	10
1.5	JUSTIFICACIÓN	10
	CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....	12
2.1	ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL.....	12
2.1.1	ANÁLISIS DEL MACROENTORNO	13
2.1.2	ANÁLISIS DEL MICROENTORNO	15
2.1.3	ANÁLISIS INTERNO.....	17

2.2 TEORÍAS DE SUSTENTO	20
2.2.1 EVALUACIÓN DE PROYECTOS.....	20
2.3 CONCEPTUALIZACIÓN.....	23
2.3.1 EBANISTA.....	23
2.3.2 CLOSET	23
2.3.3 SERVICIO	23
2.3.4 PROYECTO DE INVERSIÓN	24
2.3.5 MAQUINARIA	24
2.3.6 BALANCE GENERAL.....	24
2.3.7 ESTADO DE RESULTADO.....	24
2.3.8 VALOR PRESENTE NETO (VPN).....	24
2.3.9 ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO	25
2.4 INSTRUMENTOS.....	25
2.5 MARCO LEGAL	25
2.5.1 FORMACIÓN LEGAL DE LA EMPRESA	25
2.5.2 LEY DE APOYO A LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA	30

2.5.3 REGLAMENTO DE RÉGIMEN DE FACTURACIÓN.....	31
2.5.4 PERMISOS MUNICIPALES	32
CAPÍTULO III. METODOLOGIA	33
3.1 CONGRUENCIA METODOLÓGICA.....	33
3.1.1 MATRIZ METODOLÓGICA	34
3.1.2 DEFINICIÓN OPERACIONAL	35
3.1.3 HIPÓTESIS	38
3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	38
3.3.1 POBLACIÓN.....	39
3.3.2 MUESTRA	39
3.3.3 UNIDAD DE ANÁLISIS	40
3.3.4 UNIDAD DE RESPUESTA.....	42
3.3.5 TABULACIÓN DE ENCUESTA	42
3.4 INSTRUMENTOS TECNICAS Y PROCEDIMIENTOS	42
3.5 FUENTES DE INFORMACIÓN.....	43
3.5.1 FUENTES PRIMARIAS	43
3.5.2 FUENTES SECUNDARIAS	43

3.6 LIMITANTES.....	44
CAPÍTULO IV: RESULTADO Y ANÁLISIS.....	45
4.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO.....	45
4.2 DEFINICIÓN DEL MODELO DE NEGOCIOS	46
4.3 FACTORES DE RIESGO	48
4.4 ESTUDIO DE MERCADO.....	49
4.4.1 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA E INDUSTRIA	49
4.4.2 ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR.....	50
4.4.3 ESTIMACIÓN DE TENDENCIAS DE MERCADO	50
4.4.4 ESTRATEGIA DE MERCADO Y VENTAS.....	52
4.4.5 VARIABLES DE MARKETING MIX.....	53
4.5 ESTUDIO DE PRODUCCIÓN Y OPERACIONES.....	56
4.5.1 DISEÑO DEL PRODUCTO O SERVICIO	56
4.5.2 INSTALACIONES Y PLANIFICACIÓN DE PRODUCCIÓN	57
4.5.3 TAMAÑO ÓPTIMO DEL PROYECTO.....	57
4.5.4 PROCESO PRODUCTIVO.....	58
4.6 ESTUDIO FINANCIERO.....	62

4.6.1 PLAN DE INVERSIÓN	62
4.6. 2 ESTRUCTURA DE CAPITAL (PLAN DE FINANCIAMIENTO).....	66
4.6.3 COSTO DE CAPITAL	67
4.6.4 PRESUPUESTO DE INGRESOS	69
4.6.5 PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS (SEPARAR COSTOS FIJOS Y COSTOS VARIABLES).....	69
4.6.6 ESTADO DE RESULTADOS	72
4.6.7 BALANCE GENERAL.....	73
4.6.8 INDICADORES FINANCIEROS	75
4.6.9 COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS.....	77
CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMEDACIONES	79
5.1 CONCLUSIONES	79
5.2 RECOMENDACIONES	80
CAPITULO V: APLICABILIDAD.....	81
6.1 TÍTULO DE LA PROPUESTA	81
6.2 INTRODUCCIÓN	81
6.3 OBJETIVO DEL PLAN.....	82

6.4 DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN	82
6.5 CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN	84
6.6 PRESUPUESTO	85
6.7 LA EMPRESA EN LA NUEVA NORMALIDAD	86
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	90
ANEXOS.....	92

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1 CLASIFICACIÓN DE MUEBLES	3
TABLA 2 DIFERENCIAS ENTRE LA MELAMINA Y MADERA	6
TABLA 3 VIVIENDAS PARTICULARES Y COLECTIVAS POR CONDICIÓN DE OCUPACIÓN, SEGÚN TOTAL NACIONAL, DEPARTAMENTO.....	16
TABLA 4 ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR POR RUBROS	17
TABLA 5 ANÁLISIS FODA	19
TABLA 6 RESUMEN DE TIPOS DE SOCIEDAD.....	30
TABLA 7 CONGRUENCIA METODOLÓGICA.....	33
TABLA 8 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES –MERCADO.....	35
TABLA 9 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES- TÉCNICO.....	36
TABLA 10 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES –FINANCIERAS.....	36
TABLA 11 TOTAL DE POBLACION AL 2018 EN EL ÁREA DE SAN PEDRO SULA.....	40
TABLA 12 MODELO DE NEGOCIO.....	47
TABLA 13 CÁLCULO DE LA DEMANDA EN SAN PEDRO SULA.....	51
TABLA 14 ANÁLISIS DE DEMANDA POTENCIAL.....	52
TABLA 15 OFERTA DE PRODUCTO..	52
TABLA 16 INVERSIÓN EN MAQUINARIA	63
TABLA 17 INVERSIÓN EN HERRAMIENTAS.....	63
TABLA 18 MUEBLES Y ENSERES	64
TABLA 19 INVERSIÓN EN EQUIPO DE OFICINA Y CÓMPUTO.....	65
TABLA 20 EQUIPO DE SEGURIDAD INDUSTRIAL	65
TABLA 21 INVERSIÓN TOTAL EN ACTIVO FIJO.....	66
TABLA 22 INVERSIÓN TOTAL.....	66
TABLA 23 ESTRUCTURA DE CAPITAL.....	66
TABLA 24 FINANCIAMIENTO DE CAPITAL	67
TABLA 25 COSTO DE CAPITAL	67
TABLA 26 COSTO DE CAPITAL PONDERADO.....	68

TABLA 27 PRESUPUESTO DE INGRESOS.....	69
TABLA 28 COSTO DE VENTAS.....	70
TABLA 29 PLANILLA.....	70
TABLA 30 RESUMEN DE GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS.....	71
TABLA 31 DETALLE DE GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS.....	71
TABLA 32 CUADRO DE DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES.....	72
TABLA 33 ESTADO DE RESULTADO.....	72
TABLA 34 BALANCE GENERAL ACTIVOS.....	74
TABLA 35 BALANCE GENERAL PASIVOS + PATRIMONIO.....	74
TABLA 36 FLUJO DE EFECTIVO.....	76
TABLA 37 RESULTADO DE INFORME FINANCIERO TIR Y VAN.....	77
TABLA 38 CUADRO DE COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS.....	77
TABLA 39 CONGRUENCIA DEL PLAN DE ACCIÓN.....	82
TABLA 40 CRONOGRAMA DEL PLAN DE ACCIÓN.....	84
TABLA 41 PRESUPUESTO INVERSIÓN INICIAL.....	85

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1	TABLERO CUBIERTO CON MELAMINA	5
FIGURA 2	ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL.....	12
FIGURA 3	CENTRO DE SAN PEDRO SULA	18
FIGURA 4	MAPA DE SAN PEDRO SULA	18
FIGURA 5	ESTRUCTURA GENERAL DE LA EVALUACIÓN DE PROYECTOS	20
FIGURA 6	MATRIZ METODOLÓGICA	34
FIGURA 7	CÁLCULO DE MUESTRA.	41
FIGURA 8	CLOSET ESTÁNDAR MODELO BÁSICO CON PUERTAS ABATIBLES	46
FIGURA 9	CLOSET ESTÁNDAR MODELO BÁSICO CON PUERTAS CORREDIZAS	46
FIGURA 10	ANÁLISIS PESTEL.....	48
FIGURA 11	GESTIÓN DE ESTRATEGIAS DE MARKETING Y DE LA MEZCLA DE MARKETING	53
FIGURA 12	PROPUESTA DE DISTRIBUCIÓN DE TALLER.....	58
FIGURA 13	FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO	59
FIGURA 14	TABLEROS DE MELAMINA COLORES CLAROS	60
FIGURA 15	PROCESO DE DISEÑO Y FABRICACIÓN DE CLOSET	61
FIGURA 16	PROCESO DE INSTALACION DE CLOSET	61

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

El presente trabajo tiene como objetivo conocer el panorama general de la investigación, abordando la temática principal, exponiendo los antecedentes, definiendo el problema, los objetivos de la investigación y la justificación del estudio tomando en cuenta el contexto en que se está desarrollando. Este proyecto tiene como propósito evaluar la pre-factibilidad sobre la rentabilidad de una empresa de fabricación de closet de melamina ubicada en San Pedro Sula.

La industria de los muebles ha experimentado una evolución con los procesos de fabricación avanzados y las ideas innovadoras. Los diseñadores de muebles no sólo se centran en los diseños, estilos, colores y calidad, sino que también están tratando de mejorar la funcionalidad de un elemento determinado.

1.1 INTRODUCCIÓN

En los últimos años en nuestro país se ha observado una mejora en el sector de la construcción lo que ha derivado en venta de viviendas o apartamentos en edificios multifamiliares. El crecimiento de este sector de la economía genera nuevas necesidades como la de adquirir closet ahorrador de espacio. En la actualidad el cliente es más exigente, valora mucho la funcionalidad y el diseño. Por otra parte, la renovación de muebles ya no es la misma que hace 20 años, en este momento los consumidores se ven impulsados por la moda a hacer compras más periódicas. En cuanto al material utilizado la melamina se ha posicionado en el gusto de las personas debido a las ventajas que ofrece en cuanto a colores, diseños, finos acabados.

Por tal motivo la empresa que se pretende desarrollar estará dedicada al diseño fabricación y comercialización de closet elaborados con tableros de melamina de acuerdo al espacio del cliente, cómodos y modernos de buena calidad y durabilidad. La producción de este tipo de muebles estará orientada a satisfacer la demanda de los clientes potenciales. La fabricación de este tipo de muebles

satisface diversas necesidades de las personas proporcionándoles confort y orden en el hogar, además de generar oportunidades de empleo a la población.

Para poder proyectar la demanda se ha tomado como base el censo poblacional, así como datos recopilados mediante la encuesta debido a que el mercado de muebles, en su mayoría informal, no cuenta con datos estadísticos que nos permitan analizar este sector.

1.2 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

Los muebles son enseres o artículos de utilidad para guardar materiales, para cumplir funciones como: sentarse o descansar. El mobiliario o mueble es definido como un conjunto de objetos fijos o móviles, decorativos o de uso, que forman parte de un ambiente con fines utilitarios o para embellecerlo (mesas, sillas, escritorios, camas, armarios, etc.).

Podemos fijar el origen del mueble en el Antiguo Egipto; aunque los restos de mobiliario de la época no son muy abundantes y corresponden casi en exclusiva a las clases más acomodadas. Los muebles egipcios se caracterizan por la sencillez en cuanto a la estructura; en cuanto a la decoración, los muebles los adornaban con formas geométricas en colores vivos. El mueble moderno, cabe destacar que comenzó a principio del Siglo XX con un estilo simple y totalmente opuesto al tradicional ornamentado. Algunos de sus principales exponentes son el finés Aalvar Aalto y el danés Poul Henningsen. Por último, el estilo de mueble contemporáneo que alcanzó su máxima cota entre los años 1940 y 1950 gracias a su estilo lleno de simplicidad y claridad. Su mayor referente es Ludwig Mies van der Rohe, quien realizó algunos diseños junto a la Escuela Bauhaus de Arte y Diseño en Alemania.

Para tener una idea más clara acerca de los tipos de muebles existentes a continuación se presenta un resumen de los mismos.

Tabla 1 Clasificación de Muebles

Por el material de elaboración	Muebles de madera, mimbre, plástico, metal, melamina, tapizados.
Por la función	Para almacenar productos (armarios, roperos) Muebles pequeños: mesitas Muebles para descansar: camas Muebles para sentarse: bancos, sillones, sofás y sillas.
Por su utilización en la habitación.	Muebles sueltos: cómodas, mesas. Muebles sistemáticos: suplementarios, de composición, de instalación, por módulos.
Por su construcción	Muebles de cuerpo: cómodas, armarios, mesas de escritorio, muebles de radio. Módulos: muebles con el frente abierto y cerrado. Mesas: muebles con un tablero horizontal que descansa sobre un bastidor.
Por su lugar de utilización	Muebles de hogar (sala, comedor, dormitorio, cocina, lavandería), cuarto de estar, de cocina, de colegio, de hospital, de laboratorio, de jardín y de oficina.

La melamina es un tablero aglomerado de partículas (astillas y serrín) recubierto con ambos lados de una película impregnada en resina cubriendo totalmente el tablero. La calidad del mueble variara respecto al tipo de resina que se utilice para cubrir el tablero y la consistencia de este tablero aglomerado, por lo que no todos los muebles de melamina tienen la misma calidad. Es muy resistente por lo que es el principal componente de pegamentos y adhesivos. Es utilizado para el acabado visual y de uso de mueble para la parte externa.

Existen algunas medidas estándar de tableros de melamina. Aunque pueden existir diferencias entre zonas y/o países. En Europa las medidas más habituales son:

244×122 cm.

285×210 cm.

Siendo los espesores más comercializados los de 5 mm, 16 mm y 19 mm. También se encuentran con relativa facilidad en 3 mm, 6 mm, 10 mm, 22 mm o 30 mm.

Ventajas de los muebles de melamina:

- 1) Precios económicos y asequibles.
- 2) Resistencia a la humedad, a las ralladuras, el sol, el fuego, y las altas temperaturas.
- 3) Resistencia a detergentes y agentes químicos.
- 4) Fortaleza contra parásitos o microorganismos como el moho.
- 5) Su resistencia hace que se pueda usar en múltiples estancias, incluidas baño y cocina.
- 6) Variedad de texturas y amplia gama de acabados estéticos: liso, rugoso, imitación de madera, mate, brillo, serigrafía.
- 7) Permite restaurarlos con las pinturas específicas disponibles en el mercado.
- 8) Acabados en estilo moderno y rústico.
- 9) Fácil de limpiar y mantener



Figura 1 Tablero Cubierto con Melamina

Desventajas de los Muebles de Melamina

1. Las esquinas de estos muebles sufren al igual que cualquier tipo de mueble los golpes y descuidos
2. Las vetas de estos muebles no son tan naturales que las de la madera natural, y aunque están muy bien diseñados, hay personas a las que les parece demasiado artificial.
3. A los muebles de madera se les puede cambiar el color con el tiempo si uno desea redecora necesita oscurecer el mueble o darle cierto acabado, a los de melamina también se le puede cambiar el color, encapándolo en formica.

Diseños y Colores de la melamina.

Las posibilidades son infinitas, prácticamente todo lo que se puede imprimir. Encontraremos colores y diseños que sean tendencia dentro del mundo de la decoración. La rotación de diseños es grande, y es muy posible que pasado un tiempo un tablero que se ha vendido muy bien pase a estar descatalogado por falta de demanda.

La mayoría de marcas y fabricantes clasifican los tableros melaminados en 3 grupos:

- Maderas. Diseños que imitan toda clase de maderas y acabados para estas.
- Colores lisos o unicolores. Blanco, gris, azul etc

- Creatividades o diseños originales. En esta sección no solo encontraríamos imitaciones de otros materiales como la piedra, el cemento o productos textiles, también diseños creados por la propia marca.

Gracias a la resistencia de la melamina los muebles fabricados con este material son elegidos para los proyectos de decoración del hogar. Para hablar de calidad de la melamina es necesario hacer un comparativo y para hacerlo usaremos la madera que es una la materia prima más conocida para la elaboración de muebles.

Tabla 2 Diferencias entre la melamina y madera

MELAMINA	MADERA
Resistente al agua, sol, altas temperatura, parásitos.	Puede sufrir ataques de parásitos, termitas o moho.
Impenetrable a varios tipos de rayones	Aislante térmico y acústico
Variedad de diseños y colores.	Acabado natural.
Fácil mantenimiento.	Mantenimiento cada cierto tiempo con productos especializados.
	Consistencia

Hace veinte años impulsado por la necesidad económica que existe en el país surge la posibilidad para el Señor Cruz de aprender ebanistería oficio al que se ha dedicado desde ese momento tratando de usar herramientas tecnológicas que permitan la fabricación de muebles con la calidad que el cliente requiere. En Honduras, el sector del mueble está formado por una industria tradicional que se caracteriza por poco avance tecnológico en el diseño y acabado de sus productos, y falta de modernidad.

En la actualidad los muebles diseñados de acuerdo con las necesidades del cliente están teniendo mucha aceptación debido a las preferencias de personalización y precios económicos. La finalidad de este estudio es brindar una solución integral de fabricación y diseño de closet de melamina dirigido a cumplir con las expectativas del cliente además de crear nuevas fuentes de empleo. La habitación es un lugar donde pasamos mucho tiempo, es por ello por lo que este espacio del hogar requiere una decoración con muebles confortables que permitan organizar todas las prendas de vestir.

Es muy difícil imaginarse al ser humano sin muebles alrededor. Los muebles siempre han acompañado al hombre desde su primera aparición en la tierra. Al principio los muebles no se construían, sino que eran objetos que su usaban para las funciones de un mueble. Con el paso de los años se empezó a utilizar la madera como material principal para construir los muebles que les permitirían ordenar y clasificar sus pertenencias al mismo tiempo que ganaban en comodidad. Los primeros datos de muebles se refieren al antiguo Egipto. Se caracterizaban por las estructuras sencillas, usando clavijas y ensamblajes sencillos.

1.3 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

“De nada sirve contar con un buen método y mucho entusiasmo si no sabemos qué investigar. En realidad, plantear el problema no es sino afinar y estructurar más formalmente la idea de investigación”. (Hernández Sampieri, 2014, p.36).

1.3.1 ENUNCIADO DEL PROBLEMA

La necesidad de contribuir con un porcentaje de producción a la demanda de muebles en el sector vivienda impulsa la idea del proyecto tomando en cuenta que existen recursos humanos específicamente Porfirio Cruz cuenta con los conocimientos y la experiencia en la elaboración de muebles de melamina desde hace veinte años; además de contar con un taller y herramientas los cuales están actualmente subutilizados, recursos que podrían facilitar la puesta en marcha de la empresa. La relación existente entre el proyecto y los investigadores se da por el vínculo familiar entre Silvia Martínez (investigadora) y Porfirio Cruz (propietario de los recursos mencionados en párrafo anterior además que la idea de negocio es una oportunidad para hacer un emprendimiento que permita generar rentabilidad para la familia .Por tales circunstancias, es necesario diseñar un plan de negocio para la creación de una empresa de closets en melamina en el barrio El Centro de la ciudad de San Pedro Sula, caracterizada por ofrecer productos de excelente calidad e innovadora en sus diseños a medida, que permita satisfacer las necesidades existentes en el mercado, buscando así generar empleo y de igual forma productividad y competitividad en sus procesos.

El Señor Porfirio Cruz ha obtenido su conocimiento gracias a la experiencia adquirida en una empresa dedicada al rubro y es todo un reto lograr implementar el conocimiento obtenido en además de agregar las labores relacionadas con la administración y las ventas del proyecto a emprender. Esta situación limita la oportunidad de crecimiento dentro de un mercado más competitivo que exige una actitud dispuesta al cambio para innovar, actualizarse, y aplicar tecnología constantemente. La producción que se ha logrado hasta el momento es de buena calidad. Sus muebles son reconocidos en el mercado por su buen precio. Él sabe que debe ser más organizado en la planeación de producción para cumplirles a sus clientes. También reconoce que debe vigilar más sus cuentas y que legalizar su negocio es una puerta abierta para comercializar en empresas establecidas legalmente. Por lo anterior, es necesario realizar un análisis de mercado, para diseñar un plan de negocios que permita generar rentabilidad a la empresa Inversiones Cruzmart por lo que partiendo de 4 preguntas básicas (¿Qué?, ¿Cómo?, ¿Para quién?, ¿Cuánto?) que reflejan las 4 áreas principales (Infraestructura, Oferta, Clientes, Ecuación de Beneficios) que configurarán la primera armadura del modelo de negocio del proyecto. De acuerdo con las

asociaciones de construcción cada año surge la necesidad de construir 25 mil viviendas en el país los cuales se convierten en clientes potenciales del proyecto.

1.3.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Para el caso de estudio la formulación presentada es la siguiente: ¿Cómo es la factibilidad desde el punto de vista de mercado, técnico y financiero la creación de una empresa comercializadora de closets en melamina en el Barrio El Centro de San Pedro Sula?

1.3.3 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

Después de haber formulado el problema es de suma importancia responder a las preguntas de investigación que permitirán plantear una solución al problema planteado.

- 1) ¿Cuáles son los aspectos de marketing a considerar para iniciar el proyecto?
- 2) ¿Cuáles son los aspectos técnicos para considerar para iniciar el proyecto?
- 3) ¿Cuánto es la inversión y la rentabilidad para la creación de la empresa de closet de melamina?

1.4 OBJETIVOS DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

“Los objetivos del proyecto están en función de las intenciones de quienes lo promueven, y se puede agregar cuáles son las limitaciones que se imponen, dónde sería preferible la localización de la planta, el tipo de productos primarios que se desea industrializar, el monto máximo de la inversión y otros elementos.” (Baca Urbina, 2010, p. 6). En el caso de este proyecto los objetivos son:

1.4.1 OBJETIVO GENERAL

El objetivo general debe reflejar la esencia del planteamiento del problema y la idea expresada en el título del proyecto de investigación. (Bernal, 2010, p.99). Por tal motivo el objetivo está planteado de la siguiente manera: Evaluar la pre-factibilidad desde el punto de vista de

mercado, técnico y financiero para la creación de una empresa comercializadora de closet en melamina en el Barrio El Centro de San Pedro Sula.

1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Para lograr mayor claridad del objetivo que se espera alcanzar con la investigación se han planteados los siguientes objetivos específicos los cuales se evaluarán en los estudios que se realizarán.

1. Analizar la demanda de closet en el área de San Pedro Sula y los aspectos del mix de marketing.
2. Identificar los aspectos técnicos necesarios para la creación de la empresa de closet.
3. Determinar la inversión y la rentabilidad para la creación de la empresa de closet.

1.5 JUSTIFICACIÓN

Es de vital importancia para la comodidad de las familias hondureñas poder contar con espacios adecuados y ordenados, la idea del negocio es ofrecer closet diseñados al gusto del cliente partiendo de un diseño estándar. Es una excelente idea de negocios implementar una empresa formal que ofrece closet de calidad a precios competitivos generados por un excelente proceso de producción al contar con equipo y herramientas adecuadas para la fabricación.

A continuación, se presenta una lista de beneficios que hacen viable el proyecto.

- Se encuentra disponible la materia prima e insumos necesarios para la elaboración de los muebles.
- No se requiere personal operativo especializado para las operaciones.
- Existen procesos para elaborar el producto que son fáciles de implementar.
- Contamos con acceso a la información acerca de la fabricación de muebles.
- Se cuenta con una gran cantidad de proveedores nacionales que ofrecen material de alta calidad y bajos costos.

- Se busca obtener una rentabilidad alta y sostenible a lo largo del tiempo.
- Se diseñará muebles personalizados para proyectos de construcción.
- El montaje de la empresa generara empleo, por la necesidad de mano de obra directa e indirecta.
- La utilización de la melamina reduce el consumo de madera lo cual ayuda a reducir la tala ilegal que es un gran problema en nuestro país.

La empresa propone un nuevo concepto de negocio en la cual el cliente podrá personalizar sus productos, escoger el color, el tipo de melamina. Las empresas informales tienden a desaparecer es por eso que es necesario crear una estructura organizativa funcional que garantice la permanencia en el mercado.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

El presente capítulo resume la literatura consultada para abordar y evaluar el estado actual y eventualidades que se registran sobre la temática definida, en el apartado previo; considerando una perspectiva a nivel macro, micro y local. Adicionalmente se expone acerca de las teorías que respaldan y contribuyen en el desarrollo de la investigación.

2.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

A continuación, se proporciona un resumen del entorno en el cual se desarrolla el tema de interés, industria de muebles de melamina. La melamina es un tipo de material plástico compuesto por resinas que se emplea para revestir muebles y se caracteriza por ser dura y resistente al calor, es un recubrimiento que va pegado. Este tipo de muebles resultan adecuados para utilizar en múltiples espacios ya que tiene algunas ventajas como diversidad de colores, texturas, resistentes al calor, aislante térmico. El análisis adecuado de la situación actual nos permitirá conocer el entorno de la investigación; tomando en cuenta diferentes perspectivas y puntos de vista, así como los aspectos que pueden generar alteración en las variables. Para ello se contempla un análisis visto desde tres enfoques distintos: Análisis Macro entorno, Análisis Micro entorno y Análisis Interno.



Análisis de Macroentorno



Análisis de Microentorno



Análisis Interno

Figura 2 Análisis de la situación actual

2.1.1 ANÁLISIS DEL MACROENTORNO

Al momento de emprender en un negocio nuevo, es muy importante analizar todas las variables y factores que podrían afectar al desempeño, desenvolvimiento y actividades del negocio. Estas variables y factores, pueden ser oportunidades o amenazas para el mismo. Como en todo negocio, el conocimiento del macro-entorno donde la actividad mercantil se va a desarrollar es sumamente importante ya que conociendo el entorno, podemos tomar ventajas sobre variables positivos los cuales podemos analizarlos como oportunidades que permitan a la empresa desenvolverse de una mejor manera en el mercado; de igual manera debemos conocer e identificar factores negativos que nos permitan prepararnos ante estas posibles amenazas y de una manera anticiparnos y encontrar maneras de prevenirlos. Se presentará un análisis de las posibles amenazas y oportunidades que se puedan encontrar en el ambiente externo de la empresa. Para esto, se hace un análisis individual de cada ámbito que compone el macro entorno los cuales son: económico, político, tecnológico, social y ambiental.

DEFINICIÓN DE LOS TABLEROS A BASE DE MADERA

A continuación, se muestra un listado de las definiciones de los distintos tipos de tableros que existen en la actualidad para favorecer la comprensión del tema.

Tableros contrachapados: Son paneles constituidos por chapas de madera encoladas entre SI y generalmente dispuestas perpendicularmente según la dirección de la veta.

Tableros de fibras: Son paneles de un espesor superior a 1,5 mm producidos a partir de fibras lignocelulo-sicas con aplicación de calor y presión. La unión entre las fibras se produce por:

-Las propiedades adhesivas inherentes a las fibras en el proceso húmedo.

-Por resinas sintéticas añadidas a las fibras. Después volveremos a hablar de este tipo de tableros que en su vertiente de proceso seco da origen al producto más moderno conocido como MDF.

Tableros aglomerados: Son paneles fabricados bajo presión y calor a partir de partículas de madera (en cualquier forma que se presenten) y otros materiales lignocelulosicos con la adición de un adhesivo.

Tableros madera cemento: Paneles fabricados bajo presión a partir de partículas de madera u otras partículas vegetales unidas con cemento hidráulico y posiblemente conteniendo aditivos.

HISTORIA DE LOS TABLEROS

El nacimiento industrial de todos estos tableros y el gran consumo de los mismos ha sido relativamente reciente. Los egipcios aplicaban chapas de madera decorativas sobre madera maciza como se ve en cuadros, muebles, ataúdes de esa época. La gran resistencia de estos tableros se consigue de forma natural gracias a las propiedades termoplásticas de la lignina con aplicación de presión y calor. El primer proceso para obtener fibras directamente de la madera fue el de MASONITE en 1924 en EE UU. La producción del tablero de fibras por procedimiento seco en su versión moderna dando lugar al tablero MDF es muy reciente y data de 1966 en USA. Aunque en principio se producían tableros de espesores entre 12 y 30 mm. pronto se instalaron procesos para tableros delgados de 1,8 a 10 mm. El primer tablero aglomerado comercial se fabricó en BREMEN Alemania en 1941.

Desde ese momento el tablero aglomerado creció rápidamente, ocupando en la actualidad la primera posición entre todos los tableros de madera con una producción de 56 millones m³ anuales en el mundo. El desarrollo explosivo de los tableros ha sido posible gracias al desarrollo a su vez de las modernas resinas termo-endurecibles. Durante siglos las colas para la madera se basaron en extractos animales o vegetales, Volviendo al tiempo de los faraones, los egipcios usaban una caseína obtenida de la leche cuajada. Hasta 1960 la albúmina de la sangre en combinación con algunos reactivos se usaba todavía para la fabricación del tablero contrachapado.

Esta resina era muy cara y se utilizó solo para la producción de tableros a utilizar en aviones y barcos. En 1930 aparecieron las resinas de urea-formaldehído que hoy se usan ampliamente en

todos los tipos de tablero. Recientemente se vienen usando también resinas de melamina-formaldehído con gran resistencia al agua. Un problema que desde hace años viene poniendo dificultades a la utilización en interiores es la emanación de gas formaldehído a partir de tableros fabricados con colas a base de formaldehído.

Sobre todo en los países del norte de Europa y a raíz de las reglamentaciones nacionales de conservación de la energía, con poca renovación del aire de los locales han hecho que se demande a los tableros de madera un contenido potencial de formaldehído libre capaz de ser emitido cada vez más bajo. La industria se ha ido adaptando a las exigencias hasta producir hoy tableros con contenidos de formaldehído libre tan bajos como 6,5 miligramos por 100 gramos de tablero. Naturalmente estas reglamentaciones no afectan al tablero de fibras duro porque su composición es absolutamente natural sin ningún tipo de adhesivos en su composición. En cada uno de los tipos de tableros se ha producido una gran especialización por aplicaciones de forma que hoy se fabrican tableros con calidades diferentes para muebles y construcción en ambientes secos y húmedos e incluso tableros ignífugo.

2.1.2 ANÁLISIS DEL MICROENTORNO

Honduras está organizada territorialmente en 18 departamentos y 298 municipios. La Constitución establece que “la forma de gobierno es republicana, democrática y representativa” El VI Censo de Vivienda de Honduras (año 2013) contabiliza un total de 2,158,042 viviendas en el país, de las cuales 314,525 están desocupadas, 1,838,527 son viviendas ocupadas y 4,990 viviendas colectivas. La mayoría de estas viviendas, un 55%, es decir 1,189,753, se localizan en zonas urbanas de país mientras que un 45% (968,289) están ubicadas en zonas rurales. En relación al área de Puerto Cortes hay un total de 427,022 viviendas de las cuales el área urbana hay 82% es decir 349,886 viviendas mientras que en el área rural 77,136 viviendas.

La pobreza afecta por igual a diferentes regiones del país, las familias no pobres representan la mitad de la población. Los hogares a nivel nacional viven en condiciones de pobreza o extrema pobreza al no satisfacer sus necesidades básicas, entre las más frecuentes es la dependencia económica. A pesar de que las perspectivas económicas son positivas, Honduras enfrenta los

niveles más altos de desigualdad económica de Latinoamérica. Otro de los grandes desafíos es el alto nivel de crimen y violencia, si bien en los últimos años, el número de homicidios ha disminuido, sigue teniendo una de las tasas más altas del mundo, según el Observatorio de la violencia de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras.

Tabla 3 Viviendas particulares y colectivas por condición de ocupación, según total nacional, departamento

Departamento, área	Viviendas						
	Total viviendas	Particulares					Colectivas
		Total	Ocupadas		Desocupadas		
			Con personas presentes	Con personas ausentes			
Total nacional	2,158,042	2,153,053	1,838,527	1,838,527	0	314,525	4,990
Área urbana	1,189,753	1,186,709	1,026,247	1,026,247	0	160,462	3,045
Área rural	968,289	966,344	812,280	812,280	0	154,063	1,945
05 Cortés	427,022	426,125	374,676	374,676	0	51,449	897
Área urbana	349,886	349,141	307,878	307,878	0	41,263	745
Área rural	77,136	76,984	66,798	66,798	0	10,186	152

Fuente: XVII Censo Nacional de Población y VI de Vivienda 2013. Instituto Nacional de Estadística.

Producto Interno Bruto

En el 2020 Honduras alcanzó un Producto Interno Bruto (PIB) de USD\$25,314 millones y un crecimiento real de 2.7 % en relación con el año anterior, el PIB per cápita ascendió a USD\$2,574.91.

“El crecimiento del índice de precios de los Muebles y artículos para la conservación del hogar fue de 0.62% en el mes analizado, derivado del encarecimiento en los precios de algunos electrodomésticos (ventiladores, licuadoras, refrigeradoras, planchas, estufa de gas y lavadora de ropa) y muebles (juegos de sala, comedor y camas)”. (BCH, Índice de Precios al consumidor, 2021.)

Tabla 4 Índice de Precios al Consumidor por Rubros

Índice de Precios al Consumidor, por Rubros
(Inflación en porcentajes y contribución en puntos porcentuales)

Rubros	Índices			Inflación		Contribución a la Inflación ^{1/} (Puntos porcentuales)	
	2020	2021		Interanual	Mensual	Interanual	Mensual
	Marzo	Febrero	Marzo				
Alimentos y Bebidas no Alcohólicas	288.0	296.4	297.5	3.30	0.37	1.08	0.11
Bebidas Alcohólicas y Tabaco	433.5	443.6	446.1	2.91	0.56	0.01	0.00
Prendas de Vestir y Calzado	317.7	327.5	328.5	3.40	0.31	0.29	0.02
Alojamiento, Agua, Electricidad, Gas y Otros Combustibles	396.2	399.5	400.9	1.19	0.35	0.24	0.07
Muebles y Artículos para la Conservación del Hogar	357.9	385.1	387.5	8.27	0.62	0.58	0.04
Salud ^{2/}	413.7	458.6	462.0	11.68	0.74	0.45	0.03
Transporte	367.7	389.9	392.8	6.83	0.74	0.65	0.07
Comunicaciones	76.9	76.5	76.4	-0.65	-0.13	-0.01	0.00
Recreación y Cultura	240.2	249.8	250.8	4.41	0.40	0.18	0.02
Educación ^{2/}	669.6	684.7	684.7	2.26	0.00	0.07	0.00
Hoteles, Cafeterías y Restaurantes	368.1	377.7	378.4	2.80	0.19	0.21	0.01
Cuidado Personal	323.1	333.9	334.2	3.44	0.09	0.19	0.00
Índice General	339.8	351.9	353.2	3.94	0.37	3.94	0.37

^{1/} La suma de las contribuciones no es igual al total, debido a las aproximaciones.

^{2/} Únicamente comprende los servicios privados de salud y educación.

2.1.3 ANÁLISIS INTERNO

Para el análisis interno se presenta información relevante sobre la ciudad de San Pedro Sula, donde estará llevándose a cabo la investigación.

San Pedro Sula es la segunda ciudad más grande de Honduras y la capital administrativa del departamento de Cortés. Entre otras muestras de su importancia, la ciudad es sede de las empresas industriales más importantes del país, por lo que también es conocida como la capital industrial del país, tiene una extensión territorial de 898.60 km², el Código Administrativo (Geo código) es 0501 y está ubicada en la porción oeste del Valle de Sula, en el norte del territorio hondureño y en el Departamento de Cortés, siendo su capital política desde el 4 de julio de 1893.

San Pedro Sula, conocida como la Capital Industrial de Honduras, fue fundada como Villa el 27 de junio de 1536 con el nombre de Villa de San Pedro de Puerto Caballos. La ciudad también es conocida como la Ciudad de los Zorzales debido a su gran cantidad y al canto del ave. San Pedro Sula cuenta con modernos centros de convenciones y ofrece diferentes opciones de alojamiento y

restaurantes para su elección. En la ciudad puede tomar un tour que parte del Parque Central, visitando la Iglesia Catedral en honor a San Pedro Apóstol, y a corta distancia la Plaza Típica, donde encontrará comidas típicas y artesanías, y el cercano Museo de Antropología. La ciudad también cuenta con un teatro maravilloso, donde se puede disfrutar del talento nacional e internacional. Su vida nocturna ofrece algo para todos los gustos y paladares



Figura 3 Centro de San Pedro Sula

Por la ubicación de San Pedro Sula es fácil desplazarse a las playas de Puerto Cortés, Omoa, Milla 3 y Masca, Puerto Cortés. Al mismo tiempo, a la entrada de la ciudad nos encontraremos con la Laguna de Alvarado, lugar donde se pueden observar especies propias de los humedales, y realizar pesca artesanal. Las playas municipales se encuentran a un lado de la ciudad, y frente a estas se encuentran diversos hoteles y restaurantes. A solo 20 minutos se encuentra Omoa, donde se edificó la fortaleza colonial de San Fernando de Omoa, construida a finales del siglo XVIII para contrarrestar y repeler los ataques de los piratas que asolaban el Puerto Real ubicado frente a la fortaleza de planta triangular, lo que la hace única.

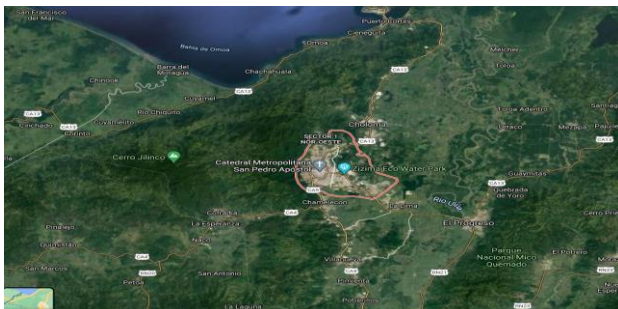


Figura 4 Mapa de San Pedro Sula

Se hará un análisis FODA para determinar cuáles son las fortalezas y debilidades del proyecto además de las oportunidades de mejora y las amenazas. “El análisis FODA es una herramienta sencilla pero poderosa para ponderar las fortalezas y debilidades de los recursos de una empresa, sus oportunidades comerciales y las amenazas externas a su bienestar futuro.” Thompson & Strickland, 2012, p.101)

Tabla 5 Análisis FODA

Análisis Interno	Análisis Externo
Fortalezas	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Amplia experiencia en la fabricación de muebles. ➤ Herramientas adecuadas ➤ Características personalizadas del producto ofertado. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Cambios en la legislación ➤ Competencia. ➤ Pérdida de recursos ➤ Productos sustitutos.
Debilidades	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Falta de recursos económicos. ➤ Infraestructura limitada. ➤ Falta de capacitación de personal. ➤ Deficientes habilidades gerenciales. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Generación de nuevos empleos. ➤ Incluir nuevos productos. ➤ Apoyo económico privado o gubernamental.

2.2 TEORÍAS DE SUSTENTO

Considerando la temática de la presente investigación se seleccionó la metodología evaluación de proyectos para desarrollar la estructura del estudio y el análisis de datos. A continuación, se presenta una breve explicación sobre cada una de ellas.

2.2.1 EVALUACIÓN DE PROYECTOS

“El termino factible proviene del latín medieval factibilis es decir que se puede realizar” (Real Academia Española, 2019). Este se encuentra relacionado con la finalidad del proyecto considerando que a través de él se espera determinar la factibilidad de implementarlo en un mediano plazo. El objeto de evaluar un proyecto de inversión es conocer su rentabilidad económica y social de tal manera que asegure resolver una necesidad humana en forma eficiente, segura y rentable. Sólo así es posible asignar los recursos económicos a la mejora alternativa. (Baca Urbina, 2010, p.2). Considerando la diversidad en los proyectos de inversión y la aplicación de estos no existe una metodología determinada que predomine en la toma de decisión, sino que sus criterios representan una base para el inversionista. La estructura recomendada por Baca Urbina contiene cuatro áreas de estudio: mercado, técnico, financiero y socio económico. El siguiente esquema nos muestra cómo se organiza el proyecto de estudio:

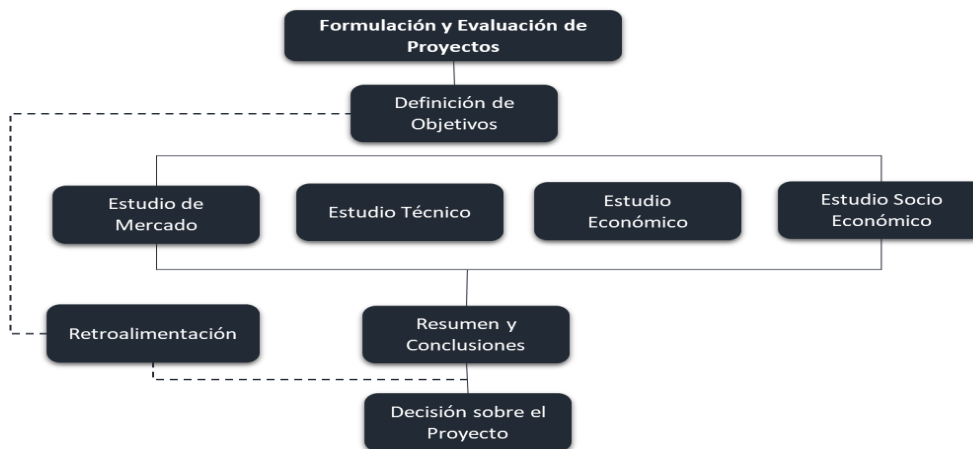


Figura 5 Estructura general de la evaluación de proyectos

Fuente: Baca Urbina (2010)

Es importante destacar que para efectos del presente proyecto no se llevará a cabo el estudio socioeconómico.

2.2.1.1 ESTUDIO DE MERCADO

“La determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, análisis de los precios y el estudio de la comercialización” (Baca Urbina, 2010, p.7). Adicionalmente Baca Urbina (2010) afirma: El objetivo general es verificar la posibilidad real de penetración del producto y/o servicio en un mercado determinado, por lo que el estudio debe contar con las siguientes características:

- 1) La recopilación de la información debe ser sistemática.
- 2) El método de recopilación debe ser objetivo y no tendencioso.
- 3) Los datos recopilados siempre deben ser información útil.
- 4) Debe servir como base para la toma de decisiones.

La información puede obtenerse de fuentes secundarias, sin embargo, al utilizar fuentes primarias se alcanzan enfoques más directos de la población en análisis (Baca Urbina, 2010). Estas pueden realizarse a través de:

- 1) Observación: Este consiste en acudir al sitio donde se encuentra el sujeto en análisis y observar sus hábitos de conducta. Las limitaciones de este es que no permite determinar los motivos reales de la conducta (Baca Urbina, 2010).
- 2) Experimentación: Bajo este mecanismo se implementan cambios en un producto y/o servicio para observar la conducta del usuario (Baca Urbina, 2010).
- 3) Aplicación de un cuestionario: Es el método más utilizado, ya que por medio de una encuesta se obtiene información acerca de los gustos y necesidades específicas de los usuarios; la cual puede implementarse para desarrollar productos y/o servicios que suplan esas brechas (Baca Urbina, 2010).

2.2.1.2 ESTUDIO TÉCNICO

Baca Urbina (2010) determina que se compone de cuatro segmentos:

- 1) Determinación de un tamaño óptimo de la planta: Puede determinarse una vez que se conozca el tipo de maquinaria y equipo que se utilizará para fabricar un producto o prestar un servicio (Baca Urbina, 2010).
- 2) Determinación de la localización óptima del proyecto: Bajo este factor se debe considerar aspectos cuantitativos como el costo de transporte de materia prima, así como cualitativos referentes al clima, la opinión de la comunidad en la que se estima desarrollar el proyecto, entre otros (Baca Urbina, 2010).
- 3) Ingeniería del Proyecto: Este hace referencia al tipo de procesos productivos, la distribución del equipo y las áreas que integraran la compañía para su óptimo funcionamiento (Baca Urbina, 2010).
- 4) Análisis organizativo, legal y administrativo: Lo que se pretende es definir los mecanismos para la selección del personal, las funciones que cada posición debe realizar e identificar las leyes que impactan en el funcionamiento del proyecto (Baca Urbina, 2010).

2.2.1.3 ESTUDIO FINANCIERO

Baca Urbina (2010) afirma:

El propósito del estudio es determinar el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, el costo total de la operación de la planta (abarcando las funciones de producción, administración y ventas), así como indicadores que servirán como base definitiva para la evaluación económica. (p.139)

2.3 CONCEPTUALIZACIÓN

Hernández, Fernández y Baptista (2014) afirman: “La conceptualización es detectar un fenómeno o problema de investigación que requiere indagarse en profundidad o aportarse mayor conocimiento o evidencia para conocerlo, definirlo, describirlo y/o comprenderlo”

2.3.1 EBANISTA

La Real Academia Española define el término como “Persona que tiene por oficio trabajar en ébano y otras maderas finas”.

2.3.2 CLOSET

“Voz tomada del inglés americano *closet* (‘armario’), que se usa en la mayor parte de América con el sentido de ‘armario construido en el hueco de una pared’. Es anglicismo asentado en el español americano. Su plural es *clósets* (→ PLURAL, 1h): «*No tocó la ropa de Gustavo, ordenada en los clósets, porque no quería que la acusara de entrometida*» (Donoso *Elefantes* [Chile 1995]). En español, ambas formas, singular y plural, deben escribirse con tilde (→ TILDE², 1.1.2). En los países del Río de la Plata se usa, con este sentido, el galicismo *placar* (→ placar), mientras que en España se emplea únicamente la expresión *armario empotrado*.” (RAE)

2.3.3 SERVICIO

Kotler y Armstrong (2007) afirman: “el servicio es cualquier actividad o beneficio que una parte ofrece a otra, y que básicamente es intangible y no tiene como resultado la posesión de algo” (p. G-9).

2.3.4 PROYECTO DE INVERSIÓN

“Proyecto de inversión es un plan que, si se le asigna determinado monto de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos, producirá un bien o un servicio, útil al ser humano o la sociedad” (Baca Urbina, 2010, p.2).

2.3.5 MAQUINARIA

“Una máquina es un conjunto de piezas o elementos móviles y fijos, cuyo funcionamiento posibilita aprovechar, dirigir, regular o transformar energía o realizar un trabajo con un fin determinado. Se denomina maquinaria al conjunto de máquinas que se aplican para un mismo fin y al mecanismo que da movimiento a un dispositivo.”

Para conseguir un producto de calidad se requiere maquinaria especializada en la fabricación de muebles y a continuación se detallan las mismas:

2.3.6 BALANCE GENERAL

Es uno de los principales reportes financieros que funge como una fotografía al reflejar la situación financiera de una empresa a una fecha determinada (Morales Castro & Morales Castro, 2014).

2.3.7 ESTADO DE RESULTADO

Es un reporte financiero que muestra los ingresos y egresos de una empresa en determinado periodo de tiempo (Morales Castro & Morales Castro, 2014).

2.3.8 VALOR PRESENTE NETO (VPN)

Cuando las empresas realizan inversiones, gastan el dinero que obtienen, de una u otra forma, de los inversionistas. Estos últimos esperan un rendimiento sobre el dinero que aportan a las empresas, de modo que una compañía debe efectuar una inversión solo si el valor presente del flujo

de efectivo que genera la inversión rebasa el costo de la inversión realizada en primer lugar (Gitman & Zutter, 2013).

2.3.9 ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO

Es un resumen de los flujos de efectivo de un periodo específico. Este método permite comprender mejor los flujos operativos, de inversión y financieros de la empresa, y los reconcilia con los cambios en su efectivo y sus valores negociables durante el periodo (Gitman & Zutter, 2013).

2.4 INSTRUMENTOS

Se investigó otros proyectos relacionados al enfoque de este estudio de pre factibilidad de proyecto de muebles en la ciudad de San Pedro Sula, Honduras.

2.5 MARCO LEGAL

“En toda nación existe una constitución o su equivalente que rige todos los actos relacionados con el poder de las instituciones o los habitantes. A esto le precede una serie de códigos, reglamentos y nomas de índole fiscal, comercial, civil, penal y sanitario y finalmente existe una serie de reglamentaciones regionales o locales casi siempre bajo los mismos aspectos.”(Baca Urbina, 2013, p. 103), Para la creación de una empresa en el país es necesario regirse por los reglamentos que establece el código de comercio.

2.5.1 FORMACIÓN LEGAL DE LA EMPRESA

Requisitos

1. Establecer la idea de negocio ya sea de producto o servicio, además de un plan de negocio para iniciar la empresa.

2. Definir la forma y tipo de sociedad la cual depende del número de socios, el capital social, las obligaciones fiscales, las responsabilidades frente a terceros y los trámites legales necesarios para la constitución.

Formas de Sociedad

- 2.1 Comerciante Individual: Es una persona física que realiza en nombre propio y por medio de una empresa una actividad comercial, industrial o profesional. El propietario de la misma ejerce el control total de la compañía y responde de las deudas frente a terceros con todo su patrimonio ya sea mercantil o personal.
- 2.2 Sociedad de Responsabilidad limitada: Es aquella sociedad mercantil en la que el capital social está dividido en participaciones iguales, acumulables e indivisibles, que no pueden incorporarse a títulos negociables ni denominarse acciones, y en la que la responsabilidad de los socios se encuentra limitada al capital aportado. El capital social no podrá ser inferior a L. 5,000.00, deberá estar totalmente desembolsado en el momento de la constitución y podrá ser constituida por dos socios.

Características de la sociedad

1. Tiene personalidad jurídica propia.
2. Su carácter es mercantil cualquiera que sea la naturaleza de su objeto.
3. Su constitución se formaliza a través de escritura pública siendo necesaria su posterior inscripción en el Registro Mercantil.
4. Nombre de la sociedad habrá de incorporar la expresión “Sociedad de Responsabilidad Limitada” o su abreviatura “S. de R.L.”
5. Capital social debe estar íntegramente suscrito y desembolsado en el momento de la constitución
6. El capital social está constituido por las aportaciones de los socios, que podrán ser en metálico, bienes o derechos.
7. Capital social no podrá ser inferior a L 5,000.00.
8. La transmisión de las participaciones sociales se formalizará en documento público.

Órganos de la Sociedad

1. La asamblea de socios
2. Gerente o Gerentes Generales

2.3 Sociedad Anónima

Puede ser constituido por dos socios y el capital mínimo para operar es de L 25,000.00 dividido en acciones y debe estar íntegramente suscrito por los socios y por lo menos el 25 % pagado. La responsabilidad de los socios estará limitada al capital que aporto a la sociedad.

Características de la sociedad

1. Tiene personalidad jurídica propia.
2. Su carácter es mercantil.
3. La constitución se formaliza a través de escritura pública además de la inscripción en el Registro Mercantil.
4. En el nombre de la sociedad debe figurar obligatoriamente la expresión “Sociedad Anónima” o su abreviatura “S.A.”
5. Puede ser constituida por dos socios.
6. Capital social no puede ser inferior a L 25,000.00 y está representado en acciones.
7. El capital debe estar íntegramente suscrito y desembolsado, al menos en un 25 % del valor nominal de las acciones.
8. Su capital está compuesto por las aportaciones de los socios que pueden realizarse en metálico, en bienes o en derechos.
9. Sólo pueden ser objeto de aportación los bienes o derechos patrimoniales susceptibles de valoración económica.
10. El accionista debe aportar a la sociedad la porción de capital no desembolsada en la forma y dentro del plazo previsto por los estatutos o, en su defecto, por acuerdo o decisión de los administradores.
11. Los fundadores responden solidariamente frente a la sociedad, los accionistas y los terceros, de las aportaciones sociales, de la valoración de las aportaciones que

no se realicen en dinero, de la adecuada inversión de los fondos destinados al pago de los gastos de constitución y de los datos inexactos o falsos que realicen en la escritura de constitución.

12. Las acciones pueden emitirse nominativas (a nombre de cada uno de los socios) o al portador.
13. Hasta la inscripción de la sociedad en el Registro Mercantil no puedan entregarse ni transmitirse acciones.
14. Sus acciones son indivisibles.

2.4 Sociedad Cooperativa

Se presenta como una asociación de personas físicas o jurídicas que, teniendo intereses o necesidades socio-económicos comunes, desarrollan una actividad empresarial, imputándose los resultados económicos a los socios, una vez atendidos los fondos comunitarios, en función la actividad cooperativa que realizan.

Se presenta como una sociedad con un marcado carácter social cuyo objeto es facilitar a sus socios determinados bienes o servicios al precio mínimo posible (cooperativas de consumo), o retribuir sus prestaciones al máximo posible (cooperativas de producción).

Características principales

1. Capital es variable.
2. La adhesión y baja de los socios es libre y voluntaria.
3. Su estructura y gestión son democráticas.
4. Pueden desarrollar cualquier actividad y, en los casos en los que la Ley lo permita, operaciones con terceros.
5. Todos los socios tienen los mismos derechos.
6. Tienen personalidad jurídica propia.

7. La constitución de la sociedad se realiza mediante escritura pública, que será inscrita en el Registro de Cooperativas del Ministerio de Trabajo.
8. El nombre de la sociedad incluirá “Sociedad Cooperativa” o su abreviatura “S. Coop.”
9. Los órganos de la Sociedad serán la Asamblea General, el Consejo Rector, el órgano de dirección unipersonal y el Comité de Recursos. Las cooperativas de primer grado, si lo prevén sus estatutos, constituirán este Comité, que tramitará y resolverá los recursos contra las sanciones impuestas a los socios.
10. Los socios no responderán personalmente de las deudas sociales, salvo que en los estatutos se disponga lo contrario, en cuyo caso se indicará el alcance de esta responsabilidad.
11. Existirá un Fondo de Reserva obligatorio, destinado a la consolidación, desarrollo y garantía de la cooperativa.
12. Todos los socios participan en los excedentes netos que puedan repartirse en concepto de retorno cooperativo.
13. De los excedentes, el 30 % se destinará al Fondo de Reserva obligatorio y / o al Fondo de Educación y Promoción.
14. En las cooperativas de trabajo asociado, el número de trabajadores asalariados con contrato por tiempo indefinido no podrá ser superior al 10 % del total de sus socios.

Las cooperativas pueden ser:

Primer grado: Sus socios son personas físicas o jurídicas, como, por ejemplo, las de trabajo asociado, de consumidores y usuarios, de viviendas, agrarias, de explotación comunitaria de la tierra, de servicios, del mar, transportistas, de seguros, sanitarias, de enseñanza o de crédito.

Segundo grado: Están constituidas por dos o más cooperativas de la misma o distinta clase.

El número de socios fundadores ha de ser como mínimo de 5 en las cooperativas de primer grado y de 2 en las de segundo o ulterior grado.

Tabla 6 Resumen de tipos de Sociedad

Tipo de empresa	Socios	Capital social minimo	Responsabilidad de socios
Comerciante Individual	1 Minimo	L5,000.00	Ilimitada
Sociedad de Responsabilidad Limitada	2-25 Maximo	L5,000.00	Limitada al capital asociado
Sociedad anónima	2 Minimo	L25,000.00	Limitada al capital asociado
Sociedad Cooperativa	2 Minimo	No esta establecido	Ilimitada. Todos los socios responden de modo subsidiario,ilimitada y solidariamente de las obligaciones sociales pero los socios entre sí pueden estipular que la responsabilidad de alguno o algunos de ellos se limite a una porción o cuota determinada.

2.5.2 LEY DE APOYO A LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA

Luego de la revisión de literatura se identificó que la Ley del Apoyo a la micro y pequeña empresa creada mediante decreto 145-2018 publicado en la Gaceta el 28 de noviembre 2018 favorece a las empresas que están surgiendo. A continuación, se describen los elementos más representativos:

- 1) Artículo 3. Beneficiarios: “Son beneficiarios de la presente Ley, las micro y pequeñas empresas que se constituyan, o aquellas que hayan venido operando informalmente y se formalicen, cumpliendo con lo señalado en la presente Ley, en un plazo de doce (12) meses contados a partir de la entrada en vigor del presente Decreto”.
- 2) Artículo 5. Beneficios a los Proyectos. Los beneficiarios de la presente Ley gozarán de los beneficios siguientes:
 - 2.1) “Exoneración del pago del Impuesto Sobre la Renta, impuesto al activo neto y aportación solidaria y sus conexos y cualquiera de sus retenciones sobre los pagos de servicios u honorarios contratados con personas naturales o jurídicas nacionales y extranjeras por un período de cinco (5) años”

2.2) “Exoneración del pago de Impuesto Personal y del Impuesto Sobre Industria, Comercio y Servicios de las Municipalidades, Asimismo, deben quedar exentas del pago de las tasas no tributarias, sobre tasas y derechos, por los permisos de operación, construcción, autorizaciones y licencias ambientales, asimismo se exime del cargo por registro de cualquier tipo que se tramiten ante el Gobierno Central y municipalidades. ”

2.3) “Exoneración del pago por concepto de tasas registrales relacionadas con el acto de constitución de la empresa, tasas municipales, cobro por cargos para la emisión de actos administrativos, licencias u otros conceptos necesarios para su operación.

2.5.3 REGLAMENTO DE RÉGIMEN DE FACTURACIÓN

Acuerdo N° 481-2017, 2017 Artículo 6 Comprobantes fiscales, Son Comprobantes Fiscales los siguientes:

- 1) Factura
- 2) Factura Pre valorada
- 3) Ticket
- 4) Recibo por Honorarios Profesionales
- 5) Boleta de Compra
- 6) Constancia de Donación
- 7) Los demás Comprobantes Fiscales que la Administración Tributaria autorice.

ARTÍCULO 7, documentos complementarios, son documentos complementarios los siguientes:

- 1) Notas de Crédito;
- 2) Notas de Débito;
- 3) Guías de Remisión;
- 4) Comprobantes de Retención;
- 5) Los demás Documentos Complementarios que la Administración Tributaria autorice.

2.5.4 PERMISOS MUNICIPALES

La ley de municipalidades tiene por objeto desarrollar los principios constitucionales referentes al régimen departamental y municipal, El permiso de operación es el documento que extiende la alcaldía municipal del domicilio de las empresas mercantiles, para garantizar que la empresa opera conforme a las leyes municipales .Las actividades comerciales se realizarán en la ciudad de San Pedro Sula por la cual se regirá por el plan de arbitrios de la municipalidad de esta ciudad.

CAPÍTULO III. METODOLOGIA

En este capítulo se ha desarrollado las teorías y conceptualizaciones que fundamentan el marco teórico de esta investigación, las cuales han fundamentado las variables que son parte de estudio y en este capítulo se planteó la metodología bajo la cual se regirá. Se detallan la congruencia metodológica, enfoque y métodos, el diseño de la investigación, los instrumentos y técnicas, las fuentes de información necesarias para el desarrollo de la investigación en mención.

3.1 CONGRUENCIA METODOLÓGICA

Con el fin de establecer la coherencia y la interrelación de los aspectos de la investigación se ha desarrollado la matriz de congruencia metodológica. Con esta tabla permite al investigador diseñar un proceso, analizando la relación entre variables y existiendo una congruencia de manera horizontal y vertical entre ellas, como respaldo para el análisis de pre-factibilidad de la empresa dedicada a la fabricación de closet de melamina. “Un aspecto que cabe destacar de todo informe es que debe haber una elevada congruencia entre las diferentes partes que integran el documento” (Hernández Sampieri et al., 2014)

Tabla 7 Congruencia Metodológica.

Análisis de pre-factibilidad para la creación de una empresa de closet de melamina en San Pedro Sula

Problema	Pregunta de Investigación	Objetivos		Variables	
		General	Específico	Independiente	Dependiente
¿Cómo es la factibilidad desde el punto de vista de mercado, técnico y financiero la creación de una empresa comercializadora de closets en melamina en el Barrio El Centro de San Pedro Sula?	¿Qué indicadores de mercado son necesarios para la creación de este producto?		Determinar los indicadores de mercado necesarios para el desarrollo de este producto.	Aspectos de mercado	
	¿Cuáles son los aspectos técnicos a considerar para iniciar el proyecto?	Fundamentar la factibilidad de mercado, técnica y financiera de una empresa de closet de melamina en San Pedro Sula, Honduras en el año 2021.	Identificar los elementos técnicos en cuanto a equipo y mano de obra que son necesarios para el desarrollo de este producto.	Elementos técnicos	Rentabilidad del proyecto.
	¿Qué indicadores financieros son necesarios para evaluar la rentabilidad de este producto?		Evaluar por medio de los indicadores financieros la rentabilidad del producto	Indicadores Financieros	

En la tabla 7 se interrelacionan las preguntas de investigación con los objetivos específicos y generando de esta manera la variable dependiente que es la rentabilidad para el producto closet de melamina midiéndola con las variables independientes mercado, técnico y financiero

3.1.1 MATRIZ METODOLÓGICA

A partir de la congruencia metodológica se hace un análisis de la forma como se medirán las variables de la problemática planteada, la variable dependiente para este estudio está siendo medida por las variables independientes mercado, técnica y financiera, pero estas quedan de manera muy general por lo que es necesario realizar un subgrupo que se definen como dimensiones. Las dimensiones permiten evaluar de una manera más específica cada una de las variables independientes con los indicadores que competen en la temática de cada una. En la figura 6 se presenta la matriz metodológica:

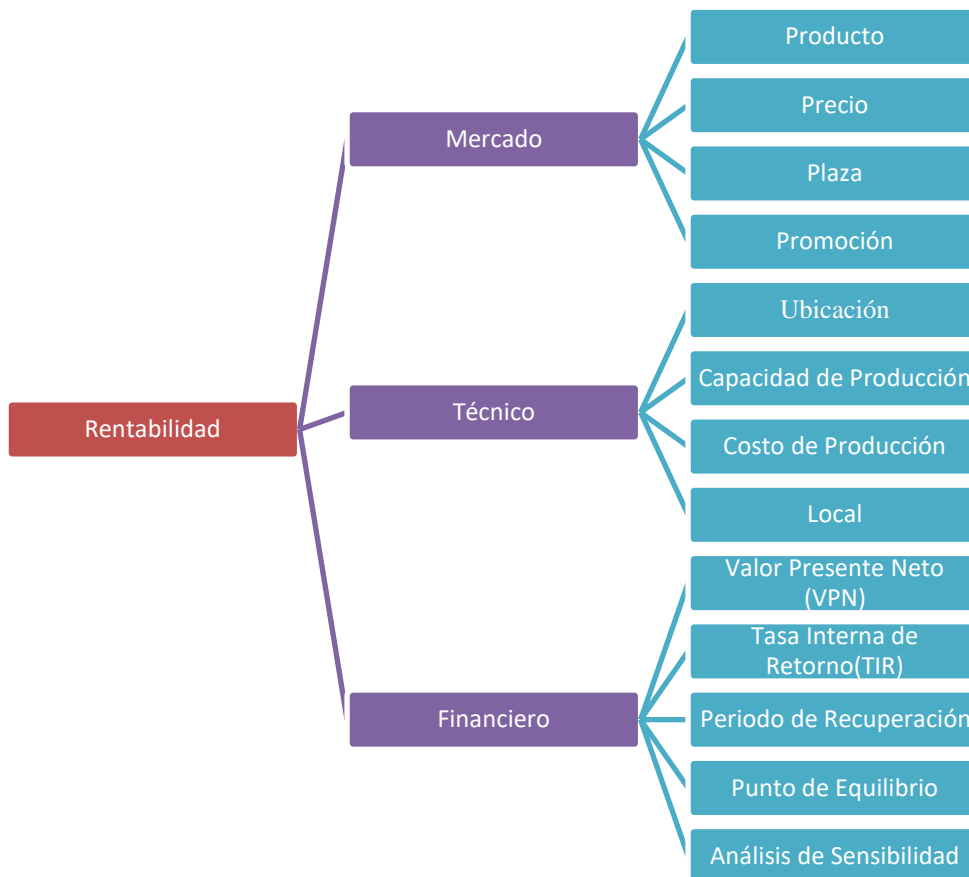


Figura 6 Matriz metodológica

Tabla 9 Operacionalización de variables- Técnico

Variables		Definición					
Dependiente	Independiente	Conceptual	Operacional	Dimensiones	Indicador	Items	Unidad
Rentabilidad	Técnico	Del estudio técnico se puede decir lo siguiente: en la evaluación de un proyecto tradicional la capacidad del equipo y la tecnología se seleccionan de acuerdo con las condiciones del mercado en el momento de hacer el estudio, disponiendo la distribución física de la planta de manera que sea flexible a futuras ampliaciones en el nivel productivo, ya que sería un error hacer una inversión cuantiosa para una planta grande, pensando siempre en la certeza de un futuro promisorio para la empresa.	Fabricación de closet de melamina en San Pedro Sula	Incluir y justificar en la medida de lo posible los recursos que sean necesarios para implementar el proyecto: equipo, maquinaria, procesos, personal, flujo del proceso etc.	Ubicación de la planta	1. ¿Que características debe tener el local ?	Entrevista
						2. ¿Cual es el tamaño ideal del local ?	Entrevista
					Recursos Humanos	3. ¿Cuántos personas se requieren para la fabricación de los muebles en un area de 70 mts ?	Entrevista
						4. ¿Cuántos personas se requieren para la instalación de los muebles ?	Entrevista
					Capacidad de Producción	5. ¿Cuántos closet se producen durante el día, semana , mes ?	Entrevista
					Mantenimiento de equipo	6. ¿Que tipo de mantenimiento se debe dar a las herramientas ?	Entrevista
						7. ¿Con que frecuencia se realizan los mantenimientos ?	Entrevista

Tabla 10 Operacionalización de variables –Financieras

Variable		Definición					Respuestas
Dependiente	Independiente	Conceptual	Operacional	Dimensiones	Indicador	Items	Técnica
Rentabilidad	Financiera	Estudio Financiero se puede referir como un proceso para comprender el riesgo y la rentabilidad de una empresa mediante el análisis de la información financiera reportada	Evaluación de estados financieros para conocer la rentabilidad del negocio	Evaluación financiera	Valor Presente Neto	¿Cuál es el valor de la inversión inicial ?	Cotizaciones
						¿Cuál es el valor del capital requerido ?	Análisis Financiero
						¿Cuál es el valor de los flujos de efectivo que se esperan para recuperar la inversion?	Análisis Financiero
					Tasa Interna de Retorno(TIR)	¿Cuál es la tasa de rendimiento minima para recuperar la inversion?	Análisis Financiero
					Recuperación de la Inversión	¿En cuanto tiempo se espera recuperar la inversion?	Análisis Financiero
					Punto de Equilibrio	¿Cuál es el punto de equilibrio en unidades del negocio?	Análisis Financiero
Análisis de sensibilidad	¿Cuál es escenario financiero pesimista / optimista del proyecto?	Análisis Financiero					

En la tabla 8,9 y 10 se planteó un detalle de cada una de las variables independientes estableciendo una definición conceptual y operacional. Partiendo de las dimensiones que fueron identificadas en la matriz metodológica se han asignado indicadores que permitan medir de una manera específica cada variable independiente. La variable de mercado está dimensionada bajo la teoría del mix del marketing o las 4p (producto, precio, plaza y

promoción). Los indicadores generaron ítems o preguntas de tipo cerrada, abierta y se utilizó la escala de Likert para determinar la demanda del nuevo producto. Para alcanzar los indicadores de la variable de mercado la información fue obtenida mediante la técnica encuesta.

La variable técnica los indicadores que se establecieron fueron: ubicación, capacidad de producción, mantenimiento de equipo. La variable financiera mediante la cual se evalúa la rentabilidad económica esperada del proyecto a través de los indicadores: Valor Presente Neto (VPN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI), Punto de Equilibrio y Análisis de Sensibilidad

3.1.3 HIPÓTESIS

Son las guías para una investigación o estudio. Las hipótesis indican lo que tratamos de probar y se definen como explicaciones tentativas del fenómeno investigado. Se derivan de la teoría existente (Williams, 2003) y deben formularse a manera de proposiciones. De hecho, son respuestas provisionales a las preguntas de investigación. (Hernández, Fernández y Baptista, 1991, p92.).

Para esta investigación las hipótesis planteadas son:

H₁: La Tasa Interna de Retorno (TIR) para la creación de empresa dedicada a la fabricación de closet en San Pedro Sula será mayor al costo de oportunidad.

H₀: La Tasa Interna de Retorno (TIR) para la creación de empresa dedicada a la fabricación de closet en San Pedro Sula será menor o igual al costo de oportunidad.

3.2 ENFOQUE Y MÉTODOS

El enfoque cuantitativo (que representa, como dijimos, un conjunto de procesos) es secuencial y probatorio. Cada etapa precede a la siguiente y no podemos “brincar o eludir” pasos el orden es riguroso, aunque, desde luego, podemos redefinir alguna fase. (Hernández, 1991, p.4). La investigación tiene un enfoque cuantitativo se utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente y confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población objeto de estudio. De igual forma se realizará un proceso inductivo es decir que se explorara y describirá el fenómeno en estudio para obtener perspectivas teóricas de la investigación que se realizara

3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Con el fin de resolver el problema de investigación y cumplir con los objetivos planteados se debe seleccionar un diseño de investigación específico.

“El término diseño se refiere al plan o estrategia concebida para obtener la información que se desea. Dentro del enfoque cuantitativo, la calidad de una investigación se encuentra relacionada en el grado en que apliquemos el diseño tal como fue preconcebido”. (Hernández et al., 2006)

El estudio se inicia con una investigación de tipo descriptiva la cual consiste en “buscar, especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población.

3.3.1 POBLACIÓN

La Población o Universo que se pretende estudiar debe definirse de forma rigurosa, para asegurar la calidad de la muestra y el éxito de los resultados (Benassini, 2009, p. 180). Para el desarrollo de esta estrategia de investigación se tomará para el estudio la cantidad de habitantes del área de San Pedro Sula.

3.3.2 MUESTRA

La muestra es una parte o porción de la población seleccionada para análisis (Levine, Krehbiel, & Berenson, 2006, p. 3). Se utiliza la técnica de muestra probabilística, en la cual todos los elementos del subgrupo tienen posibilidad de ser escogidos (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010, p. 176). Para poblaciones grandes, o que tienden a ser infinitas será necesario realizar más observaciones que en las poblaciones finitas o más pequeñas (Benassini, 2009, p. 197)

Para realizar el cálculo de la muestra se analizó y se utilizó el sistema de distribución normal para poblaciones finitas ($n < 1.000.000$). Dado lo anterior, la aplicación de la fórmula es la siguiente: Fórmula: $n = Npq(N - 1) e 2 4 + pq$

$$n = \frac{NZ^2pq}{E^2(N - 1) + Z^2pq}$$

Dónde:

N = población total

Z = distribución normalizada. Si $Z = 1.96$ el porcentaje de confiabilidad es de 95%

p = proporción de aceptación deseada para el producto

q = proporción de rechazo

E = porcentaje deseado de error

3.3.3 UNIDAD DE ANÁLISIS

Para la selección de una muestra, lo primero que hay que hacer es definir la unidad de análisis (individuos, organizaciones, periódicos, comunidades, situaciones, eventos). Una vez definida la unidad de análisis se delimita la población. Luego, se procede a la etapa de recolección de los datos pertinentes sobre los atributos, conceptos o variables de las unidades de análisis o casos (Hernández et al., 2010, p. 173).

Tomamos como base el informe publicado por el Instituto Nacional de Estadística sobre la población en San Pedro Sula. La población está formada por 777,877 habitantes sin embargo para nuestro estudio excluirémos la población menor a 19 años y mayor de 65 que equivale 345,403 quedando como dato final 432,474. (Excluimos la población mayor de 65 años ya que a pesar de ser usuarios del producto quienes compran son los hijos de estos para lograr habilitar una casa funcional para sus padres.)

Tabla 11 Total de Población al 2018 en el área de San Pedro Sula

TOTAL	TOTAL	HOMBRE	MUJER	URBANO	RURAL
	777,877	369,197	408,680	736,751	41,126
0-4	73,142	37,287	35,854	68,991	4,151
5-9	78,262	39,906	38,355	73,625	4,636
10-14	79,322	40,055	39,266	74,882	4,440
15-19	78,130	36,821	41,310	73,844	4,287
20-24	76,737	35,082	41,655	72,585	4,152
25-29	78,768	36,006	42,762	74,714	4,054
30-34	68,683	31,608	37,075	65,245	3,438
35-39	56,548	26,163	30,385	53,740	2,807
40-44	47,231	22,096	25,135	44,937	2,294
45-49	36,688	17,309	19,379	34,914	1,774
50-54	28,844	13,537	15,307	27,406	1,438
55-59	21,943	10,027	11,916	20,869	1,074
60-64	17,033	7,779	9,255	16,152	881
65-69	13,376	5,802	7,574	12,749	627
70-74	9,002	3,866	5,135	8,548	453
75-79	6,145	2,641	3,504	5,815	330
80+	8,024	3,210	4,814	7,734	290

Fuente : Proyeccion de Poblacion 2018 ,INE.

Cálculo de muestra para realizar encuesta.

$$N = 432,474$$

$$Z = 1.96$$

$$P = 0.5$$

$$Q = 0.5$$

$$E = 0.15$$

$$\text{Cantidad de muestra} = 384$$

Calculadora de muestra para proporciones

Calcula el tamaño de muestra que necesitas cuando tu encuesta mide un porcentaje o proporción (por ejemplo, el % de personas que fuman en la población). En esta calculadora avanzada podrás ver cómo se relacionan margen de error, nivel de confianza y tamaño de muestra. Más información sobre las fórmulas empleadas aquí.

Para usar la calculadora:

- Indica el tamaño del universo y qué grado de heterogeneidad hay en la población.
- Indica 2 de los 3 parámetros restantes. Por ejemplo, si indicas la muestra y el nivel de confianza, podrás calcular el margen de error.
- Pulsa en CALCULAR. El valor calculado quedará destacado.

432474

TAMAÑO DEL UNIVERSO

Número de personas que componen la población a estudiar.

5

MARGEN DE ERROR %

Menor margen de error requiere mayor muestra.

384

MUESTRA

Personas a encuestar.

50

HETEROGENEIDAD %

Es la diversidad del universo. Lo habitual es usar 50%, el peor caso.

95

NIVEL DE CONFIANZA %

Mayor nivel de confianza requiere mayor muestra. Lo habitual es entre 95% y 99%.

Figura 7 Cálculo de Muestra.

3.3.4 UNIDAD DE RESPUESTA

La unidad de respuesta está conformada por la cantidad de personas que conocen los muebles de melamina y están dispuestos a adquirirlos. Para el estudio se limitará la unidad de análisis de la población a una muestra de 384 encuestas presentando las posibles respuestas en formato de escala de Likert.

3.3.5 TABULACIÓN DE ENCUESTA

Se establece la metodología de recolección de información primaria, por medio de encuestas cuantitativas, con el fin de determinar las variables que permitan identificar el adecuado desarrollo del proyecto, así como también, obtener información necesaria de las expectativas y deseos de los consumidores frente a la propuesta de closet de melamina. Como instrumento para el estudio anterior se programa aplicar la encuesta de 12 preguntas, que se encuentra en el Anexo 1, a una muestra de 385 personas, pero sólo 242 respondieron el cuestionario y es la cantidad a partir de la cual se realizará el análisis de la investigación.

3.4 INSTRUMENTOS TECNICAS Y PROCEDIMIENTOS

Un instrumento de medición ideal es el que registra los datos observables que representa los conceptos o variables que el investigador tiene en su mente. Las técnicas se consideran un hecho, recursos o procedimiento de los cuales se vale el investigador para conocer y acceder a la información apoyados de instrumentos para almacenar la información (Hernández Sampieri et al., 2014). Con el objetivo de obtener la información necesaria para determinar las oportunidades del producto en el mercado se aplicó una encuesta para saber la opinión de las personas acerca de la aceptación del producto en cuestión.

3.5 FUENTES DE INFORMACIÓN

Las fuentes de información son aquellas que proporcionaran datos históricos y actuales sobre los cuales se puede hacer proyecciones en un futuro cercano. Sirven para identificar patrones de tendencia o estacionalidad. Las fuentes de información pueden clasificarse en fuentes internas y externas, cada una de las cuales se subdivide a la vez en primarias y secundarias.

3.5.1 FUENTES PRIMARIAS

Las fuentes de información primarias son la proporción de datos de primera mano, pues se trata de documentos que incluyen los resultados de estudios como libros, monografías, tesis y disertaciones, documentos oficiales, reportes de asociaciones, trabajos presentados en conferencias o seminarios, testimonios de expertos, documentales, videocintas en diferentes formatos, foros y páginas de internet, etc. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010)

Encuestas: Como fuente primaria para determinar el público objetivo, los gustos, el presupuesto y las necesidades del cliente con respecto a los closet de melamina.

3.5.2 FUENTES SECUNDARIAS

Las fuentes secundarias se organizan a partir de las primarias. Representan un conocimiento elaborado y organizado de forma conveniente para un acceso rápido. Ejemplos de estas son: literatura de consulta, revistas científicas, distintos tipos de índices entre otros. Sirven además para guiar hacia las fuentes originales o documentos primarios (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010). Se extraerá información de internet referente a estudios anteriores en cuanto a la fabricación de closet de melamina, así como la situación actual del mercado.

3.6 LIMITANTES

Se consideran como limitantes; los problemas o todos aquellos factores que limitan al investigador una adecuada recopilación de información para la elaboración de su investigación durante las diferentes etapas del proceso. Para el estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa para la fabricación de muebles de melamina en San Pedro Sula se han encontrado las siguientes limitantes:

- 1) Muy poca información sobre el tema melamina en Honduras.
- 2) El Instituto Nacional de Estadísticas (INE) no cuenta con información o datos más aproximados al año 2020.
- 3) Desconocimiento sobre el consumo de muebles de melamina.
- 4) El Banco Central de Honduras (BCH) no cuenta con información relacionada a la importación de tableros de melamina o comercialización en el país de muebles de melamina.

CAPÍTULO IV: RESULTADO Y ANÁLISIS

Este capítulo da a conocer el resultado de la metodología aplicada al estudio de mercado, arrojando posibles alternativas, comportamientos y pronóstico de las proyecciones de ventas de acuerdo a la muestra analizada mediante las diferentes técnicas utilizadas para obtener la información primaria. La encuesta nos permitió conocer la opinión de los posibles clientes, para determinar la demanda potencial, precio, plaza y canal de comunicación, para posteriormente definir mediante el estudio técnico lo necesario para establecer la empresa y hacer la evaluación financiera para conocer la prefactibilidad para fabricación de closet de melamina en San Pedro Sula. Se detallan las variables de mercado, técnicas y financieras que permitieron conocer la viabilidad del proyecto.

4.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

Closet de Melamina con diseños personalizados y novedosos. El producto se encuentra en el rubro de los muebles de Melamina que están marcando una tendencia en los hogares hondureños gracias a la calidad del insumo principal; también es una característica la variedad de textura, ya que se puede encontrar en textura rugosa, lisa, con mate o brillo, para evitar el deterioro de los materiales. Los productos se personalizan de acuerdo al espacio y gusto del cliente.

Roperos

4.1.1 Roperos con puertas corredizas.

4.1.2 Roperos con puertas abatibles.

Este material ha demostrado tener cierta resistencia a la luz solar, la humedad, al moho, los parásitos y a las hormigas. Además, es un producto no inflamable.



Figura 8 Closet Estándar Modelo Básico con puertas abatibles



Figura 9 Closet Estándar Modelo Básico con puertas correderas

4.2 DEFINICIÓN DEL MODELO DE NEGOCIOS

“El modelo de negocios es el esquema que la administración sigue para entregar un producto o servicio valioso a los clientes en una forma que genere bastantes ingresos para cubrir los costos y dejar una utilidad atractiva” (Thompson et al., 2013). A nivel general, las personas prefieren comprar productos exclusivos que estén a la medida de cada usuario, tanto en cuestión de colores como diseños elegidos por los mismos compradores. Otra oportunidad de negocio identificada es que actualmente la mayoría de las personas enfrentan un problema de espacio en sus hogares, la tendencia a adquirir departamentos pequeños es cada vez mayor y por lo tanto se requiere aprovechar la mayor cantidad de espacio en los diferentes ambientes disponibles, por eso la opción que ofrece Inversiones Cruzmart también incluye muebles multipropósito en donde una sola pieza puede cumplir varias funciones.

La implementación de este modelo de negocio está basada en la fabricación y ventas basado en los aspectos siguientes:

Detectar las necesidades del cliente: a través de la investigación de mercados, mediante la encuesta se logró determinar la necesidad del consumidor referente a la preferencia del producto, considerando el espacio, la frecuencia de compra. Se cuenta con

una ventaja y es que las casas cuentan con varias habitaciones lo que permite una mayor demanda aun tomando en cuenta que son productos durables por lo que el cambio de este producto seria por moda y estilo.

Producto: una vez determinada la demanda se ofrece al cliente un producto de calidad.

Precio: se ofrece al cliente un precio de trece mil lempiras (L 13,000.00) por closet tomando en cuenta un closet estándar.

Plaza: el canal para llegar al cliente final debe ser diseñado de manera que le permita observar las características del producto.

Publicidad y marketing: siendo que las estrategias de publicidad y mercado son las alternativas para poder llegar aquel segmento del mercado que desconoce los beneficios de un producto para la promoción de estos productos se utilizarán las tendencias actuales, siendo estas las redes sociales, a través de este canal de comunicación se logrará llegar a un segmento del mercado que no utiliza otros canales de comunicación.

Tabla 12 Modelo de Negocio

Fabricación		Comercialización	
Se cuenta con un local adecuado para las instalaciones ubicación de las oficinas administrativas y sala de ventas y el medio de transporte para movilizar el producto al domicilio de los clientes sera arrendado.	Se trabaja bajo cotización	Relación con los constructores.	Los muebles son importantes para mantener el orden en el hogar
	Se cuenta con recursos(Materia prima, electricidad y personal)	Canales de comunicación y distribución: Entrega a domicilio.	
Estructura de costos: Se maneja precio con los clientes finales .		El cliente final está dispuesto a pagar arriba de Lps 10,000.00 por closet	

La tabla anterior muestra el modelo de negocio a implementar, considerando que como capacidad instalada se cuenta con el local para el funcionamiento de la sala de

exhibición y oficinas administrativas sin embargo el equipo de transporte que servirá para iniciar el proyecto será arrendado de acuerdo a la entrega del producto

4.3 FACTORES DE RIESGO

Con el fin de determinar los factores potenciales presente o futuros que afectarían el giro del proyecto se hizo un estudio que muestre información suficiente a los socios que le permitan tomar las acciones preventivas y correctivas para que el impacto sea tolerable en las operaciones del negocio. Para conocer los factores del entorno que rodean lo concerniente al rubro de la industria del mueble se realizó un análisis PESTEL, que permitió identificar de manera positiva o negativa los factores que intervienen en la puesta en marcha del proyecto, describiéndose a continuación:

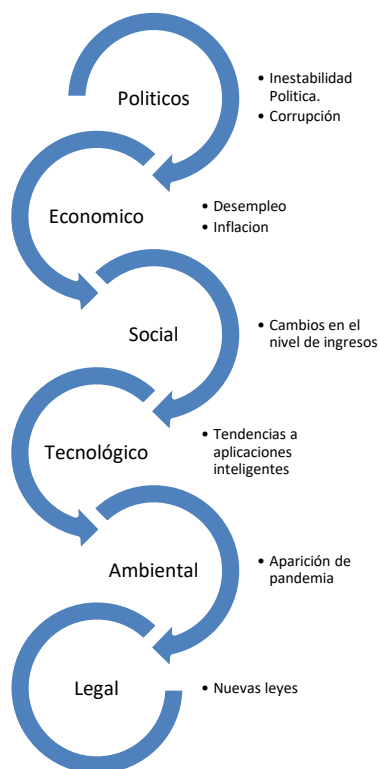


Figura 10 Análisis PESTEL

En la figura 10 se estudian los diferentes factores externos que se deberán enfrentar en el corto, mediano o largo plazo por parte de la empresa. El análisis de estos factores de manera minuciosa permite identificar eficiente y eficaz estrategias de negocios que se

deben seguir para evitar que se conviertan en un riesgo o amenaza. A continuación, se describen las estrategias para enfrentar los factores identificados:

- 1) Posicionar en la mente el consumidor la tendencia de usar muebles de melamina mediante una estrategia de diferenciación, entregando a los clientes closet con diseños únicos.
- 2) Mejorar las negociaciones con los proveedores para reducir costos y generar valor tanto a los clientes como a los socios.

4.4 ESTUDIO DE MERCADO

“El Estudio de mercado consiste en un análisis profundo, sistemático y ordenado de los hechos que afectan al mercado y que tiene una seria incidencia sobre las empresas dedicadas a la venta de determinados productos o a la prestación de servicios”. A través del estudio de mercado, se podrá identificar los mercados potenciales hacia los cuales se orientará los closets que se fabricaran.

“Un estudio de mercado debe servir para tener una noción clara de la cantidad de consumidores que habrán de adquirir el bien o servicio que se piensa vender, dentro de un espacio definido, durante un periodo de mediano plazo y a qué precio están dispuestos a obtenerlo. Adicionalmente, el estudio de mercado va a indicar si las características y especificaciones del servicio o producto corresponden a las que desea comprar el cliente. Nos dirá igualmente qué tipo de clientes son los interesados en nuestros bienes, lo cual servirá para orientar la producción del negocio. Finalmente, el estudio de mercado nos dará la información acerca del precio apropiado para colocar nuestro bien o servicio y competir en el mercado, o bien imponer un nuevo precio por alguna razón justificada”

4.4.1 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA E INDUSTRIA

En la industria de muebles de la melamina sobresalen las siguientes: Euro cocinas, Interior, Better kitchen, Elements, Monterroso, Diarse, etc. Estas compañías poseen una estructura administrativa muy bien elaborada.

4.4.2 ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR

Con el objetivo de hacer un análisis del consumidor revisaremos la demanda. Es el proceso mediante el cual, lograremos determinar las condiciones que afectan el consumo de la fabricación de closet. La proyección de la demanda constituye uno de los aspectos fundamentales del proyecto, por la incidencia de ella en la decisión de implementar y desarrollar el proyecto.

4.4.2.1 USO DEL PRODUCTO.

El uso más importante y trascendental de un closet es que permite el fácil acceso a los artículos que diariamente utilizamos permite optimizar espacio, además se utilizan para guardar artículos tales como: zapatos, maletas, accesorios

4.4.2.2 PRODUCTOS SUSTITUTOS

El producto a fabricar tiene sustitutos en relación al material a utilizar como son el metal, el plástico, el vidrio; con los cuales se podrían fabricar un closet, a diferencia que su terminado no sería igual al presentado en el proyecto. Ya que los tableros con los que se trabajaran los muebles tienen un terminado que garantiza un mueble fino y comfortable.

4.4.2.3 PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS

Para el buen funcionamiento del closet existen productos complementarios que son fundamentales para la presentación de un producto final de calidad y estos son los siguientes: Las rieles para cajones, vidrios, herrajes permitiendo un producto de calidad.

4.4.3 ESTIMACIÓN DE TENDENCIAS DE MERCADO

“Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado” (Baca Urbina, 1987, p15). La demanda es el proceso mediante el cual se logra determinar las condiciones que afectan el consumo de un bien o un servicio.

La proyección de la demanda constituye uno de los aspectos centrales del proyecto, por la incidencia de ella en la decisión de implementación o no. Para efectos del proyecto se trabajará con datos obtenidos de la encuesta realizada a los posibles compradores.

La demanda para el producto por vivienda fue determinada mediante la fórmula:

$$D = n \times q \times p$$

En donde:

d = Demanda Potencial

n = Número de compradores en el mercado.

q = Cantidad comprada por comprador promedio

p = Precio promedio por unidad

Tabla 13 Cálculo de la demanda en San Pedro Sula

Cálculo de la demanda para proyecto de San Pedro Sula		
178,333 viviendas ocupadas		
178,333 * 60 % = 106999 Hogares		
106999 * 50 % que comprarían = 53499 Hogares		
Cálculo de la demanda		
Cálculo de "n"		
Demanda total potencial	53499	Viviendas
(-) Demanda actual competencia	26750	
(=) Demanda Potencial	26750	
(-) Margen de error (5%)	1337	
(-) Fallan en la intención de compra (5%)	1337	
(=) Demanda disponible proyecto	24075	
10% Que la empresa desea cubrir	2407	Viviendas

San Pedro Sula posee una extensión territorial de 898 km². Según INE para el año 2018 la población era de 777,877 y para este proyecto será el mercado objetivo.

El mercado meta se segmenta de acuerdo a lo siguiente; hombres y mujeres que habitan en la ciudad de San Pedro Sula, entre los 20 y 64 años, que habitan solos, con pareja o son padres de familia y que además cuentan con una vivienda según INE para el año 2013.

Tabla 14 Análisis de Demanda Potencial.

Resumen

<i>Estadísticas de la regresión</i>	
Coefficiente de correlación	0.99993
Coefficiente de determinaci	0.99986
R ² ajustado	0.99982
Error típico	0.02139
Observaciones	5

ANÁLISIS DE VARIANZA

	Grados de libertad	Suma de cuadrados	Media cuadrada	F	Valor crítico de F
Regresión	1	9.99862784	9.998627835	21860.26529	6.82207E-07
Residuos	3	0.00137216	0.000457388		
Total	4	10			

	Coefficientes	Error típico	Estadístico t	Probabilidad	Inferior 95%	Superior 95%	Inferior 95.0%	Superior 95.0%
Intercepción	-47.5	0.34169126	-139.0143844	8.20749E-07	-48.58741408	-46.412586	-48.587414	-46.412586
Variable X 1	0.02015787	0.00013634	147.8521738	6.82207E-07	0.019723982	0.02059176	0.01972398	0.02059176

Periodo (X)	Demanda (Y)
1	2,407
2	2,455
3	2,504
4	2,554
5	2,605

Análisis de la Oferta

De acuerdo con el análisis de la demanda anterior, la empresa se encargará de satisfacer el 5% de la demanda del mercado objetivo ubicado en San Pedro Sula debido a la capacidad de producción alrededor de 144 unidades para el primer año de operación.

Tabla 15 Oferta de Producto..

Periodo	Mercado Potencial	Oferta	% de Oferta
1	2,407	144	6%
2	2,455	151	6%
3	2,504	159	6%
4	2,554	167	7%
5	2,605	175	7%

4.4.4 ESTRATEGIA DE MERCADO Y VENTAS

La estrategia de ventas va relacionada con la estrategia de servicio y la estrategia de calidad, a fin de lograr una buena captación de clientes que nos permitan mantener una

alta producción de muebles, para ello se tiene dos posibles canales de captación de clientes como se mencionan a continuación:

- El local de exhibición permitirá al cliente tener un mejor panorama de los productos ofrecidos y motivará al cliente la aceptación del servicio y producto.
- Se visitará obras en proceso de construcción llevando catálogos de los productos, con la finalidad de presentar al cliente el trabajo que realiza la empresa.

4.4.5 VARIABLES DE MARKETING MIX

Para llegar al mercado meta es necesario definir un canal óptimo de comunicación que mezcle herramientas tácticas y que la empresa pueda controlar ante la respuesta de los clientes. Para tal efecto revisaremos cuatro categorías llamadas las 4P (Producto, Precio, Plaza o Distribución y Promoción).

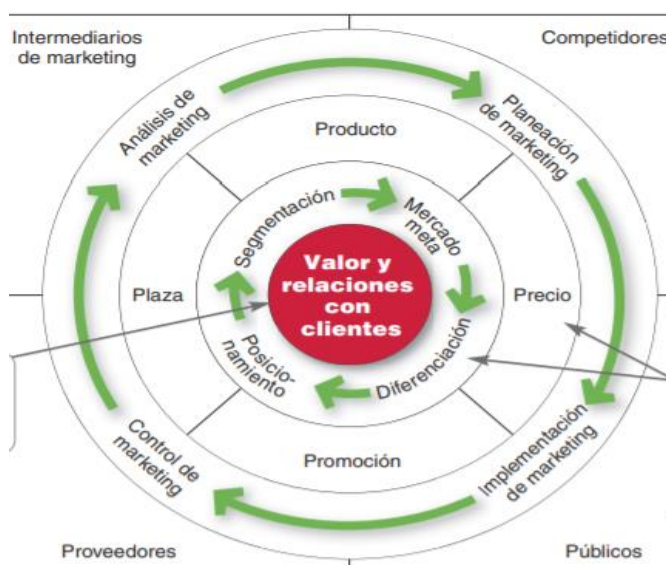


Figura 11 Gestión de estrategias de marketing y de la mezcla de marketing

Fuente: (Kotler et al., 2007)

4.4.5.1 PRODUCTO

“En Marketing un producto se concibe como una propuesta de valor, es decir, un conjunto de ventajas que contribuyen a satisfacer las necesidades” (Monferrer, 2013, p.20). Para diseñar cualquier estrategia ya sea de distribución, precio o presentación es indispensable conocer al producto.

Características del Producto:

- Closet
- Muebles diseñados y fabricados con tableros de Melamína.
- Sistema Modular (modular con cajones, con repisas)
- Diseños ajustables al área del dormitorio.
- Colores a escoger

4.4.5.2 LA MARCA

La marca (marca comercial) es un nombre, término, palabra, signo, símbolo, diseño, o una combinación de ellos que se le asigna a un producto, principalmente para poder diferenciarlo de los demás productos que existan en el mercado. Además de poder distinguir o diferenciar un producto de los demás, otras razones o funciones de la marca son:

- función distintiva: la marca nos permite diferenciar nuestro producto o servicio de los de la competencia.
- función de indicación de calidad: la marca nos permite hacer notar a los consumidores la calidad del producto, por ejemplo, si nuestros productos son de buena calidad, un nuevo producto que lancemos al mercado que cuente con la misma marca que los demás, tendrá una buena acogida por parte del público.
- función de indicación del origen empresarial: la marca nos permite hacer conocer a los consumidores la procedencia del producto, es decir, el negocio o empresa que los produce o comercializa.

- función publicitaria: usando la marca de nuestro producto, es que podemos realzar nuestra publicidad, y tratar de persuadir y familiarizar nuestros productos o servicios al consumidor.

4.4.5.3 EMBALAJE Y TRANSPORTE A

DESTINO FINAL.

“Es el conjunto de elementos de protección necesarios para el almacenamiento, la identificación o el transporte (ej.: caja de gran tamaño en la que se depositan numerosas cajitas de perfume para su transporte).” (Monferrer, 2013, p.108). Hay que tomar en cuenta que este y muchos de los procesos para la protección del producto dependen de aspectos técnicos como temperatura y los materiales en los que está realizado el producto.

Para el embalaje de cada closet desde la fábrica hasta el área del dormitorio donde será su destino final, se utilizará rollos de plástico llamado wrap, el cual permitirá tener protección al momento de su traslado.

4.4.5.4 PRECIO

“El precio es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o por un servicio, o la suma de todos los valores que los consumidores intercambian por el beneficio de poseer o utilizar productos”. (Monferrer, 2013, p.117). Los precios son la clave para los ingresos, que a su vez son la clave para obtener utilidades en una empresa. Es importante mencionar que el precio es el único elemento del Marketing Mix que proporciona ingresos, ya que los otros elementos proporcionan costos. De acuerdo a investigaciones realizadas los precios de closet se determinan por metro y por material a ser fabricado. Para determinar el precio de cada metro de closet se ha realizado previamente el cálculo de costos y un porcentaje de utilidad en mano de obra.

Para efecto del proyecto el precio establecido para un closet estándar de 2.00 X 1.30 X 0.60 es de L. 13,000.00 (Trece mil lempiras exactos).

4.4.5.5 PLAZA

“La plaza o distribución se define como: donde comercializar el producto o servicio que se ofrece, considerando el manejo efectivo del canal de distribución, logrando que el producto llegue al lugar adecuado, en el momento adecuado y en las condiciones adecuadas”. Para una efectiva comercialización de los closets se llegará al sector de la construcción de viviendas sean estas casas o departamentos.

4.4.5.6 PROMOCIÓN

“La promoción de ventas engloba al conjunto de actividades de corta duración dirigidas a intermediarios, vendedores o consumidores que, mediante incentivos (económicos o materiales) o realización de actividades, tratan de estimular la demanda a corto plazo o aumentar la eficacia de intermediarios o vendedores”. (Monferrer, 2013, p.163). Con el objetivo de mantener a los clientes interesados tendremos una promoción por el espacio de 6 meses en los cuales los clientes que recomienden la empresa recibirán un cupón con porcentaje de descuento del 5% en su próxima compra.

4.5 ESTUDIO DE PRODUCCIÓN Y OPERACIONES

El estudio técnico que permite describir los diferentes requerimientos como ser maquinaria, herramientas, mano de obra, materia prima que fueron el punto de partida para establecer los costos de producción de closet de melamina y a la vez determinar la inversión inicial requerida para la puesta en marcha del proyecto.

4.5.1 DISEÑO DEL PRODUCTO O SERVICIO

“Los aspectos relacionados con la ingeniería del proyecto son probablemente los que tienen mayor incidencia sobre la magnitud de los costos e inversiones que deberán efectuarse si se implementa el proyecto. De ahí la importancia de estudiar con especial énfasis la valorización económica de todas sus variables técnicas.” (Sapag, 2008, p.144)

El Estudio Técnico se realiza al cubrir los siguientes aspectos:

1. Localización óptima del proyecto.
2. Tamaño óptimo del proyecto.
3. Proceso productivo.
4. Implementación

4.5.2 INSTALACIONES Y PLANIFICACIÓN DE PRODUCCIÓN

La localización es determinar donde se instalará la planta, para determinar el lugar óptimo se utilizará el método cualitativo por puntos. Baca Urbina (2013) lo define “consiste en asignar factores cuantitativos a una serie de factores que se consideran relevantes para la localización

4.5.2.1 LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO

“La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital u la obtención de un costo unitario mínimo” (G. Baca Urbina). El objetivo que persigue la localización de un proyecto es lograr una posición de competencia basada en menores costos de transporte y en la rapidez del servicio. Esta parte es fundamental y de consecuencias a largo plazo, ya que una vez ubicada la empresa, no es cosa simple cambiar de domicilio. En el caso de la empresa de closet de melamina el taller donde se elaboran los mismos está ubicado en Barrio El Centro. Se paga alquiler mensual.

4.5.3 TAMAÑO ÓPTIMO DEL PROYECTO.

“El tamaño del proyecto hace referencia a la capacidad de producción de un bien o prestación de un servicio durante la vida útil del proyecto”

Los factores que determinan el tamaño de un proyecto son:

- La demanda actual y futura del mercado
- Los suministros de materiales y materia prima
- La tecnología y los equipos

- Los recursos financieros
- Personal necesario para llevar a cabo las actividades dentro de la empresa

Factores que determinan el tamaño de una planta.

Determinar el tamaño de una nueva unidad de producción es una tarea limitada por las relaciones que existen entre el tamaño y la demanda, la disponibilidad de las materias primas, la tecnología, los equipos y el financiamiento, los mismos que se analizan a continuación:

El tamaño del proyecto y la demanda. La demanda es uno de los factores más importantes para condicionar el tamaño de un proyecto. El tamaño solo puede aceptarse en caso de que la demanda sea superior a dicho tamaño. Debemos tener en cuenta que el tamaño propuesto solo pretende cubrir un bajo porcentaje de la demanda, por lo general no mayor al 10%, siempre y cuando haya libertad de mercado.

La medida del espacio donde está ubicado el taller es de 18 metros por 6 de fondo los cuales se dividen en área de corte y área de armado de muebles.

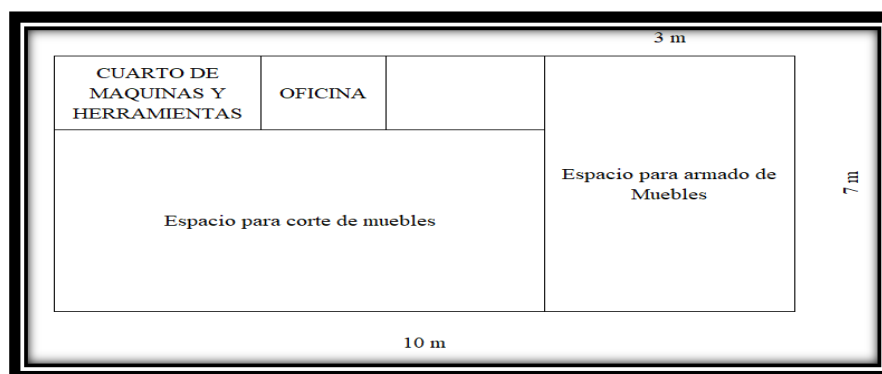


Figura 12 Propuesta de distribución de taller.

4.5.4 PROCESO PRODUCTIVO

“Se entiende como proceso productivo a la producción de bienes y servicios que consiste básicamente en un proceso de transformación que sigue unos planes organizados de actuación y según el cual las entradas de factores de

producción, como materiales, conocimientos y habilidades, se convierten en los productos deseados mediante la aplicación de mano de obra, de una determinada tecnología y de la aportación necesaria de capital.”

Análisis del producto.

La empresa diseña, fabrica y vende closet de melamina los cuales dependerán del espacio del cliente.

FICHA TECNICA DEL PRODUCTO	
Nombre de la empresa	Inversiones Cruzmart S de R.L.
Direccion	Barrio El Centro ,unacudra debajo de Diario La Prensa
Ciudad	San Pedro Sula
Contacto	
Telefono	3**8398
Correo electronico	cruzmarthn@gmail.com
Nombre Comercial del producto	Closet de melamina
Descripcion del producto	La finalidad de estos muebles contribuir con la organización de los dormitorios.
Materia prima	Melamina
Materiales	Tornillos ,Bisagras, Llamadores.
Color	De acuerdo a solicitud de cliente.
Tamaño	De acuerdo al espacio del cliente

Figura 13 Ficha técnica del producto

Materia Prima

La melamina es un compuesto orgánico que, debido a su unión con otros materiales, produce un material sintético muy resistente, comúnmente conocido como resina melamínica el cual es el principal componente de pegamentos y adhesivos.

Es utilizado principalmente para la fabricación de tableros impregnados por resina, es decir, lo utilizamos para el acabado visual y de uso del mueble, para la parte externa.



Figura 14 Tableros de melamina colores claros

Ventajas de los muebles de melamina

- Precios económicos y asequibles.
- Resistencia a la humedad, a las rayaduras, el sol, el fuego, y las altas temperaturas.
- Resistencia a detergentes y agentes químicos.
- Fortaleza contra parásitos o microorganismos como el moho.
- Su resistencia hace que se pueda usar en múltiples estancias, incluidas baño y cocina.
- Variedad de texturas y amplia gama de acabados estéticos: liso, rugoso, imitación de madera, mate, brillo, serigrafía
- Permite restaurarlos con las pinturas específicas disponibles en el mercado.
- Acabados en estilo moderno y rústico.
- Fácil de limpiar y mantener, más adelante te mostramos cómo.

Diseño y Fabricación

Una vez establecido el diseño solicitado por el cliente, se selecciona el color a utilizar se selecciona la materia prima y se ubica en los mesones de corte.

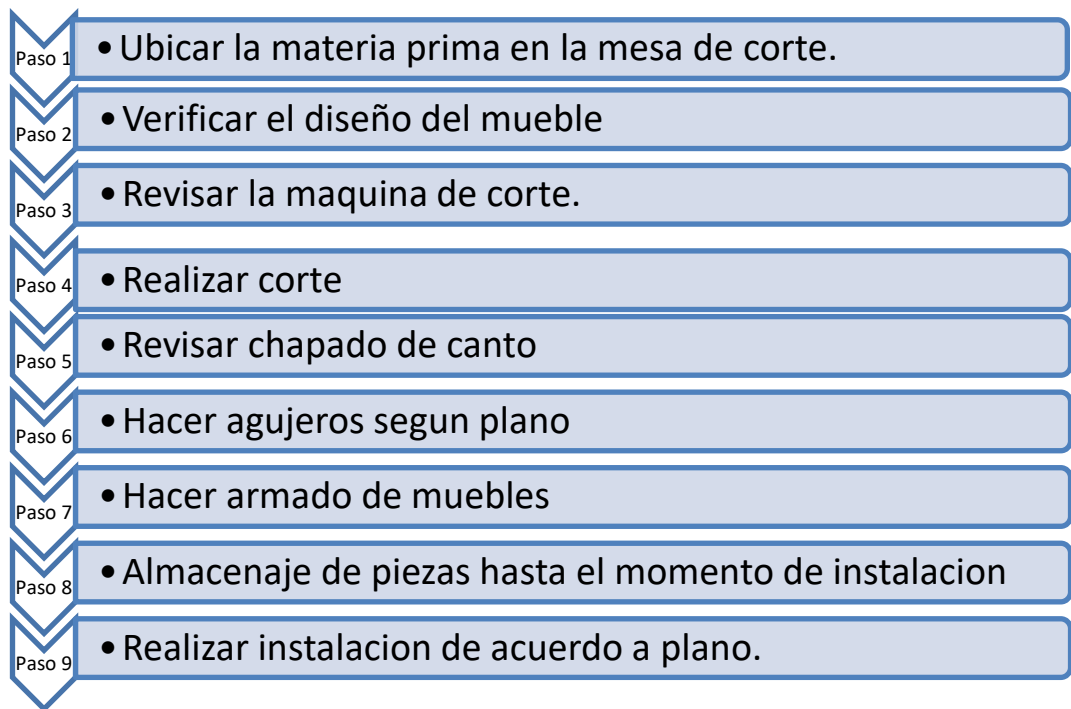


Figura 15 Proceso de Diseño y Fabricación de closet.

Instalación

Este proceso es considerado la etapa final y es el momento en el que el cliente mira por primera vez el producto terminado y se produce de la siguiente manera:

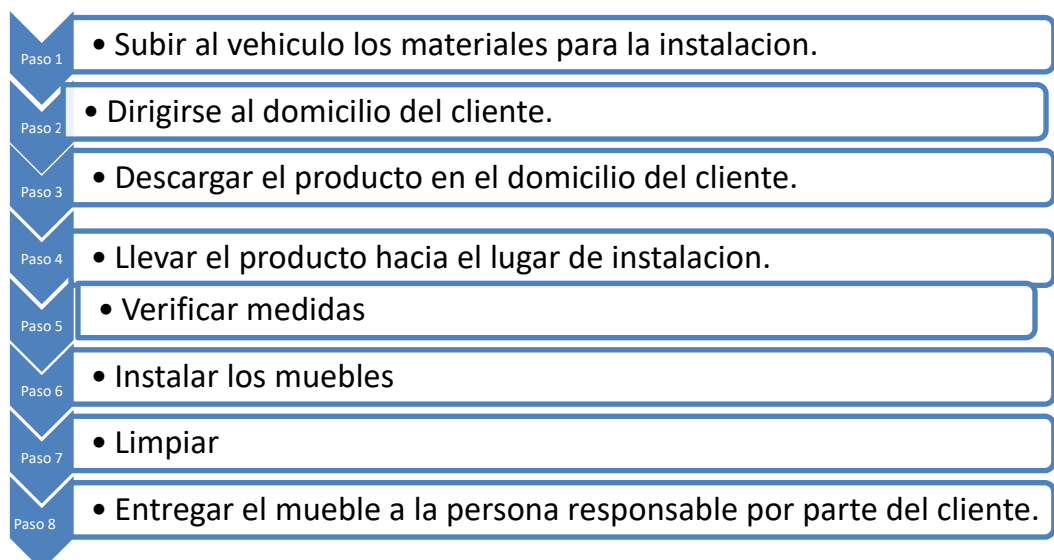


Figura 16 Proceso de Instalación de closet

4.6 ESTUDIO FINANCIERO

El Estudio Financiero trata de determinar cuánto dinero se necesita para que la empresa empiece a operar, se determinarán los costos necesarios para el funcionamiento de la empresa, durante la etapa de operación.

El Estudio Financiero tiene como objetivo presentar en forma detallada cada uno de los componentes de la estructura financiera del proyecto: presupuesto de inversiones, presupuesto de costos y presupuesto de gastos e ingresos del proyecto. Por lo tanto, este estudio nos permitirá determinar qué tan viable es el proyecto, en términos financieros, para la producción y comercialización de closet de melamina en San Pedro Sula, sistematizando la información de los estudios anteriores en términos monetarios y determinar las fuentes de financiamiento para su posterior evaluación.

4.6.1 PLAN DE INVERSIÓN

La inversión inicial es el punto de partida para poner a funcionar la empresa, se ha considerado el capital de trabajo necesario para el primer año, el mobiliario y equipo necesario para el funcionamiento de la oficina administrativa y las herramientas necesarias para la fabricación del producto. En la tabla se presenta el desglose del plan de inversión inicial requerido por el proyecto:

4.6.1. 1 INVERSIÓN DE ACTIVOS FIJOS

El activo fijo representa el principal elemento para la creación de una empresa, este está compuesto de maquinaria y equipo, muebles y enseres, equipo de oficina y equipo de computación.

Inversión en Maquinaria

Son todos los valores por compra de maquinaria que se utilizará en la fabricación de muebles para efecto del proyecto debemos adquirir lo siguiente:

Tabla 16 Inversión en Maquinaria

ÁREAS	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
ÁREA DE CORTE Y ENSAMBLAJE	Taladro Portátil	4	5000	20,000.00
	Caladora	1	4000	4,000.00
	Sierra circular portátil	1	5000	5,000.00
	Ingleteadora	1	7000	7,000.00
	Maquina Tupi	1	8000	8,000.00
PROCESO DE INSTALACIÓN	Taladro Portátil	2	5000	10,000.00
	Sierra circular portátil	2	5000	10,000.00
	Taladro Rotamartillo	2	5000	10,000.00
Sub- Total				74,000.00
Imprevistos (5%)				3,700.00
TOTAL				77,700.00

Inversión en Herramientas

“La expresión del aparato incluida del latín ferramentum, hecha de las palabras ferrum, "hierro" y mentum, "instrumento" esto se debe a que, en primer lugar, los dispositivos se utilizaron con precisión y cada uno de ellos estaba hecho de hierro” (Lehnert,2003, p. 202). Es necesario contar con las herramientas necesarias para desarrollar el trabajo de forma eficiente.

Tabla 17 Inversión en Herramientas

ÁREAS	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
ÁREA DE CORTE Y ENSAMBLAJE	Martillo de orejas	2	200	400.00
	Kit de destornilladores	2	500	1,000.00
	Escuadras	2	200	400.00
	Nivel de burbuja	2	200	400.00
	Sargento (Prensa)	2	200	400.00
PROCESO DE INSTALACIÓN	Martillo de orejas	2	200	400.00
	Kit de destornilladores	2	500	1,000.00
	Escuadras	2	200	400.00
	Nivel de burbuja	2	200	400.00
	Sargento (Prensa)	2	200	400.00
Sub- Total				5,200.00
Imprevistos (5%)				260.00
TOTAL				5,460.00

INVERSIÓN EN MUEBLES Y ENSERES

Es todo el mobiliario que utiliza la compañía para realizar sus actividades, por ejemplo, estanterías, mobiliario para almacenes, maquinaria para almacenes, etc. Se detallan los muebles y enseres necesarios para la operación.

Tabla 18 Muebles y enseres

ÁREAS	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
ÁREA DE CORTE Y ENSAMBLAJE	Mesa de trabajo de madera	2	3000	6,000.00
	Escritorio de oficina	1	2000	2,000.00
ÁREA ADMINISTRATIVA Y VENTAS	Silla secretarial	2	900	1,800.00
	Microondas	2	2500	5,000.00
	Closet de exhibición	2	8000	16,000.00
	Sillas de espera	6	650	3,900.00
	Sub- Total			34,700.00
	Imprevistos (5%)			1,735.00
	TOTAL			36,435.00

INVERSIÓN EN EQUIPO DE OFICINA Y COMPUTACION.

Las computadoras se usan en una gran cantidad de tareas básicas en la oficina. Permiten el acceso a internet, que proporciona herramientas de comunicación internas y externas en forma de correo electrónico, así como inmensas capacidades de investigación. El tipo de computadora utilizada por una oficina puede variar dependiendo de lo requerido en el trabajo. Para el desarrollo de las actividades administrativas es necesario asignar el equipo pertinente para desarrollarlos de la mejor manera posible.

Tabla 19 Inversión en equipo de oficina y cómputo

ÁREAS	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
ÁREA ADMINISTRATIVA Y VENTAS	Computadora	2	9000	18,000.00
	Teléfono	2	3300	6,600.00
	Impresora	2	2000	4,000.00
	Sub- Total			28,600.00
	Imprevistos (5%)			1,430.00
	TOTAL			30,030.00

INVERSIÓN EN EQUIPO DE SEGURIDAD INDUSTRIAL

La Seguridad Industrial es el sistema de disposiciones obligatorias que tienen por objeto la prevención y limitación de riesgos, así como la protección contra accidentes capaces de producir daños a las personas, a los bienes o al medio ambiente derivados de la actividad industrial o de la utilización, funcionamiento y mantenimiento de las instalaciones o equipos y de la producción, uso o consumo, almacenamiento o rehecho de los productos industriales.

Tabla 20 Equipo de seguridad industrial

ÁREAS	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
ÁREA DE CORTE Y ENSAMBLAJE				
	Extintor de Polvo químico	1	1300	1,300.00
ÁREA ADMINISTRATIVA Y VENTAS				
	Extintor de Polvo CO2	1	2200	2,200.00
	Sub- Total			3,500.00
	Imprevistos (5%)			175.00
	TOTAL			3,675.00

INVERSIÓN TOTAL EN ACTIVO FIJO

La inversión en activos fijos debe estar relacionada con el volumen de producción y ventas de la compañía, depende de la actividad que desarrolle la empresa y puede ser determinante en la evaluación financiera que se haga de ella ya que tiene como objetivo principal generar utilidades. Después de revisar lo necesario para iniciar operaciones se llegó al siguiente detalle.

Tabla 21 Inversión Total en Activo Fijo

Descripción	Cantidad
Maquinaria	77,700.00
Herramientas	5,460.00
Muebles y Enseres	36,435.00
Equipo de oficina y ventas	30,030.00
Equipo Industrial	3,675.00

TOTAL 153,300.00

INVERSIÓN TOTAL

La inversión total está formada por la inversión en equipo fijo además de los gastos de constitución del negocio y el capital de trabajo según muestra en la siguiente tabla.

Tabla 22 Inversión total

Descripción	Cantidad
Inversión Fija	153,300.00
Activos Diferidos	25,000.00
Capital de Trabajo	100,000.00

TOTAL 278,300.00

4.6. 2 ESTRUCTURA DE CAPITAL (PLAN DE FINANCIAMIENTO)

El plan de inversiones permite cuantificar la inversión inicial requerida para el proyecto, es decir, consiste en determinar monetariamente la inversión fija, la inversión diferida y el capital de trabajo necesario en el año cero.

Tabla 23 Estructura de Capital

CAPITAL SOCIAL	MONTO	PORCENTAJE
APORTACIÓN DE SOCIO	78,300.00 HNL	28%
PRÉSTAMO	200,000.00 HNL	72%
TOTAL	278,300.00 HNL	100%

El financiamiento del proyecto constituye una parte muy importante ya que el porcentaje de la inversión proveniente de préstamo se convierte en un pasivo o deuda a largo plazo además representa un gasto adicional por la utilización de dichos recursos financieros. Para el proyecto se plantea que el 28 % será el capital aportado por los socios y el 72 % financiado a través de un banco. En este caso se ha inclinado por un banco estatal Banco Banrural ya que esta institución financiera apoya al sector productivo considerando las siguientes tasas de interés 16 % para Capital de trabajo hasta 60 meses.

Para la amortización de la deuda se establece de la siguiente manera:

Préstamo = 200,000 Interés anual = 16% Plazo = 60 Pagos = mensualidades

Tabla 24 Financiamiento de Capital

AÑO	Pago de Intereses	Pago de Principal
AÑO 1	29978.13	28,385.19
AÑO 2	25088.18	33,275.14
AÑO 3	19355.85	39,007.47
AÑO 4	12636.01	45,727.31
AÑO 5	4758.53	53,604.89
TOTAL	91,816.70	200,000.00

4.6.3 COSTO DE CAPITAL

Al asumir deudas, una empresa corre el riesgo de caer en la situación de no poder pagar intereses o principal en algunas situaciones. En orden de prioridad, en caso de una liquidación de la empresa, se pagan primero las deudas de los trabajadores, después al Fisco, después deudas contraídas con y sin garantías, y por último a los socios.

Tabla 25 Costo de Capital

WACC					
COSTO DE CAPITAL	MONTO	COSTO	PARTICIPACIÓN	COSTO PONDERADO	
PRÉSTAMO	L. 200,000.00	12.00%	71.86%	8.62%	
APORTACIONES	L. 78,300.00	10.00%	28.14%	2.81%	
TOTAL	L. 278,300.00		100.00%	11.44%	WACC
Préstamo costos financiero(1-tasa impuesto)					
	16.00%	75.00%			

La tabla 25, describe el cálculo del rendimiento mínimo esperado por el inversionista, tomando como base la tasa de interés que genera un depósito a plazo fijo en un año, más la inflación anual y una tasa de riesgo país. Con estos factores antes mencionados, da como resultado la tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR) siendo de 11.44% (Baca Urbina, 2013). Una vez determinada la TMAR, se procedió a realizar el cálculo del costo de capital ponderado en vista que son diferentes fuentes los fondos para el proyecto. En la tabla siguiente se muestra el cálculo del costo de capital ponderado (CCP).

Tabla 26 Costo de Capital Ponderado

DESCRIPCIÓN	VALOR	PARTICIPACIÓN	COSTO	PROMEDIO PONDERADO
DEUDA	L. 200,000.00	72%	12%	8.62%
RECURSOS PROPIOS	L. 78,300.00	28%	7%	1.97%
TOTAL	L. 278,300.00	100%		10.59%

TASA DE INTERÉS	16%
IMPUESTOS	25%
COSTO DE LA DEUDA	12%

En la tabla 26, el costo de capital ponderado se obtiene luego de ponderar las dos fuentes de fondos del proyecto, prorateado en base al porcentaje de participación. Es

importante señalar que a la tasa del financiamiento se reduce el 25% de la tasa del impuesto sobre la renta, lo que actúa como escudo fiscal. El CCP obtenido para este proyecto es de 10.59%.

4.6.4 PRESUPUESTO DE INGRESOS

Para iniciar operaciones tenemos la siguiente proyección de ingresos la cual nos servirá para cubrir los costos y los gastos propios de la operación. El ingreso en un proyecto está constituido por el valor monetario de las ventas que arroja la producción de un bien o un servicio por una empresa. El presupuesto de ingresos, “consiste en la predicción de las ventas de la empresa que tiene como prioridad determinar el nivel de ventas real proyectado por una empresa.

Para determinar los ingresos por ventas de closet, se tomó en cuenta la capacidad de producción de la planta, además de la información recabada en la encuesta en donde los clientes adquirirían closet dentro del año siguiente.

Tabla 27 Presupuesto de Ingresos

Descripción	Crecimiento	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidades		144	151	159	167	175
Precio de Venta	4%	13,000.00	13,520	14,061	14,623	15,208
Total de Venta		1,872,000.00	2,044,224.00	2,232,324.36	2,437,624.85	2,661,900.34

4.6.5 PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS (SEPARAR COSTOS FIJOS Y COSTOS VARIABLES)

La empresa proyecta como costo de venta únicamente el costo de compra de los materiales, ya que no manejará inventarios iniciales ni finales. El costo de compra de los materiales (materia prima y accesorios) tendrá una estimación entre 52% Y 54% de la

venta neta ya que depende la cantidad que se requiera de materia prima para cada producto.

Tabla 28 Costo de Ventas

CLOSET DE MELAMINA	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
CLOSETS DE VENTA	144	151	159	167	175
PRECIO DE COMPRA 5.00%	L. 6,800	L. 7,140	L. 7,497	L. 7,872	L. 8,266
TOTAL COSTO DE VENTA LPS.	L. 979,200	L. 1,079,568	L. 1,190,224	L. 1,312,247	L. 1,446,822
% DE COSTO EN RELACION A VENTA	52%	53%	53%	54%	54%

Los gastos operacionales para la empresa son los costos fijos es decir los que incurren en las actividades regulares del negocio, los cuales son gastos administrativos (personal y servicios), gastos de ventas, gastos de producción y gastos por depreciación, los cuales se describirán a continuación:

Gastos de personal. Son aquellos gastos que hacen referencia al salario que devengará la persona encargada de la elaboración de los muebles.

Tabla 29 Planilla

Descripción	Total Año 1	Total Año 2	Total Año 3	Total Año 4	Total Año 5
Total Salarios	314,521.60	322,384.64	330,444.28	338,705.48	347,173.16

Gastos de servicios. Los cuales son los gastos por arrendamiento de local y servicios del local en donde la empresa produce producirá los closets de melamina.

Tabla 30 Resumen de gastos de Administración y ventas.

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	-	-	-	-	-
Admon	40,998.32	43,048.24	45,204.15	44,814.32	49,839.96
Venta	67,001.68	70,351.76	73,871.85	72,269.68	81,452.04
TOTAL	108,000.00	113,400.00	119,076.00	117,084.00	131,292.00

Dichos gastos se desglosan a continuación distribuidos entre gastos de venta y gastos de administración según la tabla siguiente:

Tabla 31 Detalle de gastos de Administración y ventas.

Gasto de Venta	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Energía	21,000.00	22,050.00	23,154.00	24,312.00	25,530.00
Agua	6,400.00	6,720.00	7,056.00	7,408.00	7,776.00
Teléfono	6,000.00	6,300.00	6,612.00	6,948.00	7,296.00
Alquiler	33,601.68	35,281.76	37,049.85	33,601.68	40,850.04
Total	67,001.68	70,351.76	73,871.85	72,269.68	81,452.04

Gasto de Administración	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Energía	21,000.00	22,050.00	23,154.00	24,312.00	25,530.00
Agua	3,200.00	3,360.00	3,528.00	3,704.00	3,888.00
Alquiler	16,798.32	17,638.24	18,522.15	16,798.32	20,421.96
Total	40,998.32	43,048.24	45,204.15	44,814.32	49,839.96

El costo actual de la bodega para la empresa es de Lps 50,400.00 en el primer año, para efectos del estudio se asigna el 33% como gasto de Administración y 67% a gastos de venta. Los servicios utilizados como ser el agua y la luz, al igual que los gastos de personal se hace un incremento promedio de 5% anual para obtener el valor de los siguientes años.

Gastos de depreciación: Es el valor en el que se deprecia las herramientas que inicialmente la empresa comprará en la vida útil que tengan las mismas, para ello se tomó en cuenta las máquinas y herramientas, así como los gastos de constitución de la empresa.

Tabla 32 Cuadro de Depreciaciones y Amortizaciones.

Descripción	VL Activo	Valor Residual	Valor a Depreciar	Año Vida Útil	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Valor En Libros
Total Maquinaria	77,700.00	777.00	76,923.00	5.00	15,384.60	15,384.60	15,384.60	15,384.60	15,384.60	777.00
Total Herramientas	5,460.00	54.60	5,405.40	5.00	1,081.08	1,081.08	1,081.08	1,081.08	1,081.08	54.60
Total Muebles y Enseres	36,435.00	364.35	36,070.65	5.00	7,214.13	7,214.13	7,214.13	7,214.13	7,214.13	364.35
Activos de Producción	119,595.00	1,195.95	118,399.05	5.00	23,679.81	23,679.81	23,679.81	23,679.81	23,679.81	1,195.95
Total Mobiliario y Equipo de oficina	30,030.00	300.30	29,729.70	30.00	2,972.97	2,972.97	2,972.97	2,972.97	2,972.97	15,165.15
Total Equipo de seguridad Industrial	3,675.00	36.75	3,638.25	10.00	363.83	363.83	363.83	363.83	363.83	1,855.85
Activos de Administración	33,705.00	337.05	33,367.95	10.00	3,336.80	3,336.80	3,336.80	3,336.80	3,336.80	17,021.00
Total de Activos No corrientes	153,300.00	1,533.00	151,767.00	15.00	27,016.61	27,016.61	27,016.61	27,016.61	27,016.61	18,216.95
Gastos de Constitución	25,000.00		25,000.00	5.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	-

4.6.6 ESTADO DE RESULTADOS

El estado de resultados es un estado financiero que muestra ordenada y detalladamente la forma en cómo se comportó y como se obtuvo un resultado durante un periodo determinado, en este caso también se proyectarán en los próximos 5 años como se realizó con el balance general con el fin de analizar de manera más correcta el negocio en sus respectivos años. (Ver tabla 33)

Tabla 33 Estado de Resultado

ESTADO DE RESULTADO	Año 1			Año 2			Año 3			Año 4			Año 5		
	Valor en Lps	Var. Vert.		Valor en Lps	Var. Vert.	Var.Hor.	Valor en Lps	Var. Vert.	Var.Hor.	Valor en Lps	Var. Vert.	Var.Hor.	Valor en Lps	Var. Vert.	Var. Hor.
PRESUPUESTO DE VENTA	L. 1,872,000.00	100%		L. 2,044,224.00	100%	9%	L. 2,232,324.36	100%	9%	L. 2,437,624.85	100%	9%	L. 2,661,900.34	100%	9%
COSTO DE VENTA	L. 979,200.00	52%		L. 1,079,568.00	53%	10%	L. 1,190,223.72	53%	10%	L. 1,312,246.66	54%	10%	L. 1,446,821.95	54%	10%
UTILIDAD BRUTA	L. 892,800.00	48%		L. 964,656.00	47%	8%	L. 1,042,100.64	47%	8%	L. 1,125,378.19	46%	8%	L. 1,215,078.39	46%	8%
GASTOS OPERATIVOS															
GASTOS DE VENTA	L. 381,523.28	20%		L. 392,736.40	19%	3%	L. 404,316.13	18%	3%	L. 410,975.16	17%	2%	L. 428,625.20	16%	4%
GASTOS DE ADMON.	L. 264,995.92	14%		L. 275,796.08	13%	4%	L. 274,881.87	12%	0%	L. 280,025.50	11%	2%	L. 290,723.02	11%	4%
GASTOS DE PRODUCCION	L. 23,679.81	1%		L. 23,679.81	1%	0%	L. 23,679.81	1%	0%	L. 23,679.81	1%	0%	L. 23,679.81	1%	0%
UTILIDAD OPERATIVA	L. 222,600.99	12%		L. 272,443.71	13%	22%	L. 339,222.83	15%	25%	L. 410,697.72	17%	21%	L. 472,050.36	18%	15%
GASTOS FINANCIEROS	L. 29,978.13	2%		L. 25,088.18	1%	-16%	L. 19,355.85	1%	-23%	L. 12,636.01	1%	-35%	L. 4,758.53	0%	-62%
UTILIDAD GRAVABLE	L. 192,622.86	10%		L. 247,355.53	12%	28%	L. 319,866.98	14%	29%	L. 398,061.71	16%	24%	L. 467,291.83	18%	17%
IMPUESTO SOBRE LA RENTA	L. 48,155.72	3%		L. 61,838.88	3%	28%	L. 79,966.75	4%	29%	L. 99,515.43	4%	24%	L. 116,822.96	4%	17%
UTILIDAD DEL PERIODO	L. 144,467.14	8%		L. 185,516.65	9%	28%	L. 239,900.23	11%	29%	L. 298,546.28	12%	24%	L. 350,468.87	13%	17%

En el estado de resultados se observa el comportamiento que tendrá la empresa para 5 años.

Los ingresos por venta para la empresa están basados en la encuesta realizada a la población de San Pedro Sula, de la cual se recolectaron datos correspondientes al valor que están dispuestos a pagar los usuarios o futuros clientes tomando como base un promedio de L 13,000.00 para lo cual se estima o se proyecta ventas totales por L1,872,000.00 en el primer año de venta del producto.

Para los años posteriores se proyecta un incremento del 5% respecto al primer año en unidades vendidas los cuales indican que las ventas totales serán por L. 2,044,224.00, 2,232,324.36, 2437,624.85 y L2,661,900.34 respectivamente, teniendo estos presupuestos como metas de la empresa lo cual representara el 100% de ingresos para el estado de resultados. Para llegar a esto, la empresa tendrá que darse a conocer mediante sus estrategias de mercadeo y los buenos trabajos que realice en el primer año.

Al observar la utilidad neta para cada uno de los años se evidencia que desde el primer año existirán ganancias con un 8% es decir una utilidad de L 144,467.14. Para el segundo año, el porcentaje de rentabilidad es parecido al del primer año con un 9% y utilidad en pesos de L185,516.65. Para el tercer la utilidad es del 11 % y en L239,900.23. Para el cuarto año la utilidad es de 12% que corresponde a L. 298,546.28 y para el quinto año es del 13% que equivale a L. 350,468.87.

4.6.7 BALANCE GENERAL

El balance general para la empresa se proyectará a 5 años con el fin de evidenciar la evolución y el avance que lleve el proyecto en estudio. El balance general está compuesto por los **ACTIVOS, PASIVOS Y PATRIMONIO**. La tabla que se presenta a continuación del balance general de la nueva línea producción mostrará el valor económico de cada rubro y el peso (porcentaje) que tiene cada uno para el total.

Tabla 34 Balance general Activos.

BALANCE GENERAL	Año 0	%	Año 1	%	Año 2	%	Año 3	%	Año 4	%	Año 5	%
ACTIVOS												
ACTIVOS CORRIENTES												
EFFECTIVO	L. 100,000.00	36%	L. 317,590.92	68%	L. 516,407.13	82%	L. 767,952.57	90%	L. 1,072,963.58	96%	L. 1,420,480.60	99%
CUENTAS POR COBRAR		0%	L. -	0%	L. -	0%	L. -	0%	L. -	0%	L. -	0%
TOTAL DE ACTIVOS CORRIENTES	L. 100,000.00	36%	L. 317,590.92	68%	L. 516,407.13	82%	L. 767,952.57	90%	L. 1,072,963.58	96%	L. 1,420,480.60	99%
ACTIVOS NO CORRIENTES		0%		0%		0%		0%		0%		0%
ACTIVOS DE PRODUCCIÓN	119,595.00	43%	119,595.00	26%	119,595.00	19%	119,595.00	14%	119,595.00	11%	119,595.00	8%
DEPRECIACION ACUM.PRODUCCIÓN		0%	- 23,679.81	-5%	- 47,359.62	-8%	- 71,039.43	-8%	- 94,719.24	-8%	- 118,399.05	-8%
ACTIVOS DE ADMINISTRACIÓN	L. 33,705.00	12%	L. 33,705.00	7%	L. 33,705.00	5%	L. 33,705.00	4%	L. 33,705.00	3%	L. 33,705.00	2%
DEP.ACUM.ADMÓN.		0%	L. -3,336.80	-1%	L. -6,673.60	-1%	L. -10,010.40	-1%	L. -13,347.20	-1%	L. -16,684.00	-1%
ACTIVOS DE VENTA	L. -	0%	L. -	0%	L. -	0%	L. -	0%	L. -	0%	L. -	0%
DEP.ACUM.VENTA		0%	L. -	0%	L. -	0%	L. -	0%	L. -	0%	L. -	0%
TOTAL PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	L. 153,300.00	55%	L. 126,283.39	27%	L. 99,266.78	16%	L. 72,250.17	8%	L. 45,233.56	4%	L. 18,216.95	1%
OTROS ACTIVOS		0%		0%		0%		0%		0%		0%
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	L. 25,000.00	9%	L. 25,000.00	5%	L. 25,000.00	4%	L. 25,000.00	3%	L. 25,000.00	2%	L. 25,000.00	2%
AMORTIZACIÓN GASTOS DE CONSTITUCIÓN		0%	L. -5,000.00	-1%	L. -10,000.00	-2%	L. -15,000.00	-2%	L. -20,000.00	-2%	L. -25,000.00	-2%
PUBLICIDAD PREOPERATIVA	L. -	0%	L. -	0%	L. -	0%	L. -	0%	L. -	0%	L. -	0%
AMORTIZACIÓN GASTOS PUBLICIDAD		0%	L. -	0%	L. -	0%	L. -	0%	L. -	0%	L. -	0%
TOTAL OTROS ACTIVOS	L. 25,000.00	9%	L. 20,000.00	4%	L. 15,000.00	2%	L. 10,000.00	1%	L. 5,000.00	0%	L. -	0%
		0%		0%		0%		0%		0%		0%
TOTAL DE ACTIVOS	L. 278,300.00	100%	L. 463,874.31	100%	L. 630,673.91	100%	L. 850,202.74	100%	L. 1,123,197.14	100%	L. 1,438,697.55	100%

Tabla 35 Balance general Pasivos + Patrimonio

BALANCE GENERAL	Año 0	%	Año 1	%	Año 2	%	Año 3	%	Año 4	%	Año 5	%
PASIVO												
PASIVO CORRIENTES												
CUENTAS POR PAGAR		0%	L. 28,560.00	6%	L. 31,487.40	5%	L. 34,714.78	4%	L. 38,273.83	3%	L. 42,198.86	3%
IMPUESTO SOBRE LA RENTA		0%	L. 40,932.36	9%	L. 52,563.05	8%	L. 67,971.74	8%	L. 84,588.12	8%	L. 99,299.52	7%
PRESTAMO	L. 28,385.19	10%	L. 33,275.14	7%	L. 39,007.47	6%	L. 45,727.31	5%	L. 53,604.89	5%	L. -	0%
TOTAL DE PASIVO Corrientes	L. 28,385.19	10%	L. 102,767.50	22%	L. 123,057.92	20%	L. 148,413.83	17%	L. 176,466.84	16%	L. 141,498.38	10%
		0%		0%		0%		0%		0%		0%
PASIVO NO CORRIENTES		0%		0%		0%		0%		0%		0%
PRESTAMO	L. 171,614.81	62%	L. 138,339.67	30%	L. 99,332.20	16%	L. 53,604.89	6%	L. -	0%	L. -	0%
TOTAL PASIVO no corrientes	L. 171,614.81	62%	L. 138,339.67	30%	L. 99,332.20	16%	L. 53,604.89	6%	L. -	0%	L. -	0%
		0%		0%		0%		0%		0%		0%
TOTAL DE PASIVO	L. 200,000.00	72%	L. 241,107.17	52%	L. 222,390.12	35%	L. 202,018.72	24%	L. 176,466.84	16%	L. 141,498.38	10%
		0%		0%		0%		0%		0%		0%
CAPITAL		0%		0%		0%		0%		0%		0%
CAPITAL SOCIAL	L. 78,300.00	28%	L. 78,300.00	17%	L. 78,300.00	12%	L. 78,300.00	9%	L. 78,300.00	7%	L. 78,300.00	5%
UTILIDAD DEL PERIODO		0%	L. 144,467.14	31%	L. 185,516.65	29%	L. 239,900.23	28%	L. 298,546.28	27%	L. 350,468.87	24%
UTILIDAD ACUMULADA		0%	L. -	0%	L. 144,467.14	23%	L. 329,983.79	39%	L. 569,884.02	51%	L. 868,430.30	60%
TOTAL DE CAPITAL	L. 78,300.00	28%	L. 222,767.14	48%	L. 408,283.79	65%	L. 648,184.02	76%	L. 946,730.30	84%	L. 1,297,199.17	90%
		0%		0%		0%		0%		0%		0%
TOTAL PASIVO Y CAPITAL	L. 278,300.00	100%	L. 463,874.31	100%	L. 630,673.91	100%	L. 850,202.74	100%	L. 1,123,197.14	100%	L. 1,438,697.55	100%

Con la tabla de balance general se pueden analizar rubros como lo es el ACTIVO de la empresa, es importante evidenciar y conocer el efectivo o disponible con el que cuenta la empresa que representa más del 36 % de activos de la empresa al iniciar el

proyecto, aunque para el primer año es del 68 % y para los siguientes años aumenta debido a las condiciones de pago contra-entrega que tiene la empresa no maneja cuentas por cobrar. En los activos fijos, las herramientas están basadas al presupuesto propuesto en el presupuesto de inversión, en esto van incluido las máquinas y/o equipos necesarios para la producción, los respectivos accesorios para cada una y las herramientas de protección para el personal encargado.

Respecto a los pasivos para el año 1 se evidencia el préstamo solicitado a Banrural con una tasa de interés del 16% a un plazo de 5 años, ya que tal como se comentó inicialmente la empresa requerirá adquirir un crédito con una entidad financiera ya que los socios solo pueden aportar una parte de la inversión inicial. Para los siguientes años se estima que la empresa tenga deudas con los proveedores de la materia prima, aunque estas deudas no serán tan altas.

Para el patrimonio de la empresa, se evidencian el capital o efectivo con el que cuenta la empresa para subsistir cualquier inconsistencia que llegara a suceder que corresponde a L.78,300.00. Respecto a la Utilidad, se realizará el respectivo análisis con los datos cuando se evidencia la tabla de estado de resultados.

4.6.8 INDICADORES FINANCIEROS

Los indicadores presentados a continuación permiten observar y definir el compartimiento del dinero que presenta la empresa durante el funcionamiento que tenga lo cual permitirá tomar decisiones y las acciones a realizar (correctivas y mejoras).

4.6.8.1 FLUJO DE EFECTIVO

Según la tabla 36, se detallan los flujos esperados a cinco años el cual indica que el proyecto es viable para invertir en la fabricación de closet de melamina, tomando en cuenta este escenario se evidencia los ingresos que se deben generar año con año para cubrir los gastos fijos, en el caso del año 1 se necesita una cantidad mínima de L. 892,800.00

Tabla 36 Flujo de Efectivo

FLUJO DE CAJA		Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
SALDO INICIAL		L. -	L. 100,000.00	L. 317,590.92	L. 516,407.13	L. 767,952.57	L. 1,072,963.58
PRESTAMO		L. 200,000.00					
APORTACIÓN		L. 78,300.00					
TOTAL DE VENTAS			L. 1,872,000.00	L. 2,044,224.00	L. 2,232,324.36	L. 2,437,624.85	L. 2,661,900.34
VENTA DE	100%		L. 1,872,000.00	L. 2,044,224.00	L. 2,232,324.36	L. 2,437,624.85	L. 2,661,900.34
Ventas al Credito							
Recuperación 1 mes	0%		L. -	L. -	L. -	L. -	L. -
Recuperación 2 mes	0%		L. -	L. -	L. -	L. -	L. -
Recuperación 3 mes	0%		L. -	L. -	L. -	L. -	L. -
TOTAL DE ENTRADAS		L. 278,300.00	L. 1,872,000.00	L. 2,044,224.00	L. 2,232,324.36	L. 2,437,624.85	L. 2,661,900.34
DISPONIBLE		L. 278,300.00	L. 1,972,000.00	L. 2,361,814.92	L. 2,748,731.49	L. 3,205,577.42	L. 3,734,863.92
SALIDAS							
Activos de Producción		L. 119,595.00					
ACTIVOS DE ADMINISTRACIÓN		L. 33,705.00					
GASTOS DE CONSTITUCIÓN		L. 25,000.00					
PUBLICIDAD PREOPERATIVA		L. -					
TOTAL DE COMPRAS DE CONTADO	80%		L. 783,360.00	L. 863,654.40	L. 952,178.98	L. 1,049,797.33	L. 1,157,457.56
Compras al Credito							
PAGOS 1 MES	50%		L. 89,760.00	L. 107,120.40	L. 118,100.23	L. 130,207.82	L. 143,560.74
PAGOS 2 MES	25%		L. 40,800.00	L. 53,142.00	L. 58,589.10	L. 64,595.44	L. 71,219.68
PAGOS 3 MES	25%		L. 36,720.00	L. 52,723.80	L. 58,128.03	L. 64,087.02	L. 70,658.94
MOD			L. -	L. -	L. -	L. -	L. -
CIF			L. -	L. -	L. -	L. -	L. -
GASTOS DE VENTA			L. 381,523.28	L. 392,736.40	L. 404,316.13	L. 410,975.16	L. 428,625.20
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN			L. 256,659.12	L. 267,459.28	L. 266,545.07	L. 271,688.70	L. 282,386.22
GASTOS FINANCIEROS			L. 29,978.13	L. 25,088.18	L. 19,355.85	L. 12,636.01	L. 4,758.53
ABONO A CAPITAL PRINCIPAL			L. 28,385.19	L. 33,275.14	L. 39,007.47	L. 45,727.31	L. 53,604.89
IMP. S/ RENTA DEL AÑO	15%		L. 7,223.36	L. 9,275.83	L. 11,995.01	L. 14,927.31	L. 17,523.44
IMP. S/ RENTA AÑO ANTERIOR	10%			L. 40,932.36	L. 52,563.05	L. 67,971.74	L. 84,588.12
PAGO DE	0%			L. -	L. -	L. -	L. -
TOTAL DE SALIDAS		L. 178,300.00	L. 1,654,409.08	L. 1,845,407.79	L. 1,980,778.92	L. 2,132,613.84	L. 2,314,383.32
SALDO DE EFECTIVO		L. 100,000.00	L. 317,590.92	L. 516,407.13	L. 767,952.57	L. 1,072,963.58	L. 1,420,480.60

PRESUPUESTO DE CAJA OPERATIVO (Nacional)							
Entradas de Caja		278,300.00 HNL	1,872,000.00 HNL	2,044,224.00 HNL	2,232,324.36 HNL	2,437,624.85 HNL	2,661,900.34 HNL
Salidas de Caja			1,654,409.08 HNL	1,845,407.79 HNL	1,980,778.92 HNL	2,132,613.84 HNL	2,314,383.32 HNL
Flujo financiero			217,590.92 HNL	198,816.21 HNL	251,545.44 HNL	305,011.01 HNL	347,517.02 HNL
Punto de Equilibrio (PE)			892,800.00 HNL	964,656.00 HNL	1,042,100.64 HNL	1,125,378.20 HNL	1,215,078.39 HNL

4.6.8.2 TIR Y VAN

Según la tabla 37, de acuerdo con los resultados que muestra el estudio financiero con el escenario de fondos propios con un costo de oportunidad de 12 %, genera una TIR del 34.78 % y un VAN de L. 183,658.47 se detallan los flujos esperados a cinco años el

cual indica que el proyecto es viable para invertir en la fabricación de closet de melanina. Para el cálculo se tomó en cuenta los ingresos proyectados menos una disminución del 5% por cualquier variación que pueda surgir en las ventas y se rebajo

Tabla 37 Resultado de Informe financiero TIR y VAN

**DETERMINACIÓN FLUJOS DE BENEFICIOS
PARA CÁLCULO DE VAN Y TIR**

CONCEPTO	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN	L. -278,300.00					
ENTRADAS DE EFECTIVO		L. 1,778,400.00	L. 1,942,012.80	L. 2,120,708.14	L. 2,315,743.61	L. 2,528,805.32
SALIDAS DE EFECTIVO		L. 1,654,409.08	L. 1,845,407.79	L. 1,980,778.92	L. 2,132,613.84	L. 2,314,383.32
FLUJO DE EFECTIVO		L. 123,990.92	L. 96,605.01	L. 139,929.22	L. 183,129.77	L. 214,422.00
(mas) VALOR EN LIBROS DE ACTIVOS FIJOS (CUADRO DE DEPRECIACIÓN)						L. 18,216.95
(menos) PASIVOS CIRCULANTES(BALANCE GENERAL)						L. 141,498.38
FLUJO DE EFECTIVO NETO	L. -278,300.00	L. 123,990.92	L. 96,605.01	L. 139,929.22	L. 183,129.77	L. 91,140.57

Costo de capital 11.44%
 VPN L. 183,658.47
 TIR 34.78%

Análisis Tradicional Optimista	Bajar un Porcentaje
-----------------------------------	---------------------

5%

4.6.9 COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS

Para la comprobación de la hipótesis planteada se presenta el siguiente cuadro resumen de las condiciones esperadas y los resultados bajo escenario de fondos propios combinado con financiamiento.

Tabla 38 Cuadro de comprobación de hipótesis.

Descripción	%	Plan Inicial	Plan obtenido con financiamiento 72% / 28%
Inversión Total		278,300.00	278,300.00
Costo de Capital	11.44%		
% de deuda	72%	200,000.00	200,000.00
% de fondos propios	28%	78,300.00	78,300.00
TIR esperada		12%	34.78%
VAN esperada		> 0.00	L. 183,658.47
Punto de Equilibrio año 1			892,800.00
Periodo de recuperación de la inversión			1 año , 3 meses

En la tabla 38, se muestra que la Hi: La Tasa Interna de Retorno (TIR) en la fabricación de closet de melanina en San Pedro Sula será mayor al costo de oportunidad, se aprueba dado que la TIR resulto mayor que el costo de oportunidad por lo que la Ho se rechaza. Mediante estos resultados queda demostrado que el proyecto es viable y adicional se muestra el VAN es mayor que cero conforme a los flujos esperados por lo que se recomienda ejecutar el proyecto, para fines de informativos se muestra el punto de equilibrio para el año uno expresado en lempiras para cubrir los costos fijos si no se alcanzará la proyección de ventas estimadas.

CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMEDACIONES

Una vez analizado los resultados obtenidos mediante la metodología que fue propuesta para esta investigación a las variables de mercado, técnica y financiera, se procede a concluir los resultados más significativos. A través de las conclusiones se da un enfoque del análisis que genera la integración de las variables y en las recomendaciones las posibles alternativas que generen la viabilidad del proyecto.

5.1 CONCLUSIONES

Las conclusiones se hacen en base al análisis de las variables resueltas en cada uno de los objetivos planteados. Mediante estas se pretenden dar respuesta las preguntas de investigación planteadas en el capítulo I y dan el origen a las recomendaciones de esta investigación acerca de la pre-factibilidad para la creación de una empresa de muebles de melamina en San Pedro Sula.

- 1) Mercado: Se identificó una demanda potencial de closet de melamina ya que la demanda de viviendas va en aumento a medida crece la población lo que genera una demanda del producto ofrecido.
- 2) Técnico: Se identificó que se puede establecer una fábrica de muebles y con el estudio de la localización del proyecto se demuestra que el barrio el Centro es el lugar más óptimo para la puesta en marcha del proyecto ya que según la encuesta a los clientes potenciales les interesa un lugar físico para visualizar el producto terminado.
- 3) Financiero: El monto de la inversión inicial requerida es de L278,300.00, la variable financiera estudiada por medio del Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR) que arrojó como resultado un 34.78%, lo que indica la pre factibilidad del proyecto desde el punto de vista financiero pues los beneficios que se recibirán en dado caso que se logre llevar a cabo la implementación y ejecución de este proyecto son realizables. Las ganancias esperadas superan el Punto de equilibrio, la TIR es mayor al costo de oportunidad del 7 % esperado por los inversionistas dando como resultado que la hipótesis HI fue aceptada.

5.2 RECOMENDACIONES

El proyecto demuestra su pre factibilidad, sin embargo, aunque esta conclusión ayuda a disminuir el riesgo y la incertidumbre acerca del desarrollo del proyecto, en el mundo empresarial, existen otros factores que intervienen para la ejecución y puesta en marcha de un proyecto, por ejemplo: un alto grado de compromiso, responsabilidad constante por parte de los involucrados, cumplimiento de las normas y políticas de la empresa. En base al desarrollo del estudio se plantean algunas sugerencias derivadas de las conclusiones anteriores para cada variable de estudio se presentan las siguientes recomendaciones:

- 1) Se recomienda un enfoque en el mercado meta del proyecto considerando las tendencias muebles que están dirigidos a una clase media quienes realizan sus compras en de este tipo de artículos.
- 2) La empresa debe trabajar con muebles de buena calidad con el objetivo de poder ofrecer precios competitivos en el mercado y así lograr crear una ventaja competitiva frente a los competidores. También es importante tener en cuenta la puntualidad con la entrega del producto, pues éste es otro de los aspectos que más tienen en cuenta los clientes a la hora de efectuar sus compras.
- 3) Se sugiere la puesta en marcha del proyecto dado que desde el punto de vista financiero que fue estudiado mediante le Valor Presente Neto y la Tasa Interna de Retorno se concluyó que es viable financieramente, se recomienda bajo la estructura de capital del 72% con financiamiento y el 28% con fondos propios.

CAPITULO V: APLICABILIDAD

Este último capítulo de la investigación toma en cuenta los resultados de los capítulos anteriores en referencia a las conclusiones y recomendaciones. Se pretende establecer acciones para la creación de la empresa dedicada a la fabricación de muebles de melamina en la ciudad de San Pedro Sula para alcanzar los objetivos de estudio sobre las variables de mercado, técnico y financiero que sirvan de apoyo para la implementación del proyecto antes mencionado.

6.1 TÍTULO DE LA PROPUESTA

El título propuesto es: “Plan de acción para la creación de empresa dedicada a la fabricación de closet de melamina ubicada en San Pedro Sula”

6.2 INTRODUCCIÓN

Con el objetivo de guiar la puesta en marcha del proyecto, se presenta un plan que analiza la congruencia entre el título del proyecto, objetivos, conclusiones y recomendaciones sobre las variables de mercado, técnico y financiero que fueron establecidas. Con el objetivo de participar en el mercado y cubrir un porcentaje de la demanda de closet con la propuesta de un plan de acción para creación de empresa dedicada a la fabricación de closet de melamina, en la siguiente tabla se demuestra la relación y concordancia de este estudio:

Tabla 39 Congruencia del plan de acción

Título	Objetivos		Conclusiones	Recomendaciones	Plan de Acción
	General	Específico			
Pre-factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la fabricación de closets en melamina en el Barrio El Centro de San Pedro Sula.	Fundamentar la factibilidad de mercado, técnica y financiera de una empresa de closet de melamina en San Pedro Sula, Honduras en el año 2021.	Determinar los indicadores de mercado necesarios para el desarrollo de este producto.	Existe demanda del producto en San Pedro Sula.	Establecer la publicidad del negocio en los medios propuestos por el mercado meta identificado en la encuesta.	Plan de Acción para la creación de una empresa dedicada a la fabricación de closet de melamina.
		Identificar los elementos técnicos en cuanto a equipo y mano de obra que son necesarios para el desarrollo de este producto.	Establecer el negocio en el Centro de San Pedro Sula de acuerdo a las especificaciones necesarias para la fabricación de closet.	Trabajar con el personal en capacitaciones técnicas para lograr ofrecer un producto de calidad y cumplir con las entregas a tiempo.	
		Evaluar por medio de los indicadores financieros la rentabilidad del producto	El valor de la inversión inicial es de L.278,300.00. Los indicadores financieros estudiados son el valor actual neto(VAN), la tasa interna de retorno(TIR) y el punto de equilibrio(PE) las cuales reflejan que el proyecto es viable desde el punto de vista financiero. La TIR (34.78 %) es mayor al costo de oportunidad esperado por los inversionistas dando como resultado que la HI fue aceptada.	Se sugiere poner en marcha el proyecto ya que desde el punto de vista financiero estudiado mediante VAN y TIR reflejan que es viable financieramente. Así mismo se recomienda una estructura de capital del 72 % financiado y 28% con fondos propios.	

6.3 OBJETIVO DEL PLAN

El objetivo del plan es posicionar en el mercado de San Pedro Sula 141 closet de melamina en el primer año llegando a los clientes potenciales por medio de los supermercados.

6.4 DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN

A continuación, se describe el plan de acción propuesto a seguir para el desarrollo del proyecto de la empresa para fabricar closet de melamina en San Pedro Sula.

1) Constitución legal de la empresa: mediante el portal de www.miempresaenlinea.org portal mediante el cual según el Decreto 284-2013 (2013) ha sido habilitado para simplificar el proceso de constitución de una empresa apoyando de esta manera a la pequeña y mediana empresa. Esta opción ha venido a simplificar este proceso debido al Estado de emergencia que vive el país la mayoría de trámites se están haciendo en línea.

2) Acondicionar el local para que funcione el negocio de acuerdo a las especificaciones recomendadas en el estudio técnico teniendo un espacio para oficina y el espacio para la fabricación y manejo de los muebles.

3) Gestión del financiamiento bancario: con los documentos de constitución y los demás documentos necesarios para formalizar un crédito, se deben presentar a la entidad bancaria en este caso BANRURAL con quien se solicitará el préstamo para la inversión. El banco indica que los requisitos mínimos para un préstamo en específico se pueden enunciar:

3.1 Copia identidad

3.2 Copia RTN

3.3 Presentar estados financieros emitidos por contador colegiado

3.4 Documentar el plan de Inversión (en caso de que aplique)

3.5 Copia de escritura de constitución de sociedad o comerciante individual y reformas correspondientes

3.6 Estados de cuentas de los últimos 3 meses

3.7 Permiso de operación vigente

3.8 Documentos de la garantía (prendaria, hipotecaria, fiduciaria)

4) Contratación del personal: es necesario seguir los pasos de reclutamiento y selección adecuado para contratar el personal adecuado para el proyecto

5) Compra de herramientas y mobiliario: esto incluye lo relacionado a las herramientas para el taller de corte y armado de muebles así como la oficina administrativa.

6) Adquisición de materia prima: específicamente melamina la cual se puede adquirir en comercios locales.

7) Capacitación del personal de acuerdo a las necesidades del negocio en este caso en la fabricación de muebles específicamente.

8) Inicio de operaciones: Después de finalizado todo el proceso de creación de la empresa y el cumplimiento de las recomendaciones anteriores se procederá a iniciar operaciones, en el mes de septiembre 2021.

6.5 CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN

El cronograma de ejecución muestra las actividades a desarrollar en concordancia al plan de acción que se está recomendado para la implementación de la empresa de fabricación de closet en San Pedro Sula se desglosan las fechas tentativas por cada actividad, a continuación, se desglosa cada actividad:

Tabla 40 Cronograma del Plan de Acción

DETALLE	2021			
Actividad	MAYO	JUNIO	JULIO	SEPTIEMBRE
Presentación de la propuesta				
Análisis de la propuesta				
Aprobación de la propuesta				
Constitución de la empresa				
Solicitud de prestamo bancario				
Adquisición de equipo				
Adquisición de materia prima				
Contratación de Mano de obra				
Capacitación de personal				
Inicio de operaciones				

En la tabla 40, destalla las actividades a realizar siguiendo los objetivos de la constitución de la empresa de fabricación de closet de melamina para que inicie operaciones en Septiembre 2021.

6.6 PRESUPUESTO

La tabla siguiente muestra el presupuesto de inversión inicial del proyecto para la puesta en marcha de la empresa de fabricación de muebles de melamina tomando en cuenta las herramientas, maquinas, equipo y mobiliario para la oficina y el capital de trabajo.

Tabla 41 Presupuesto Inversión Inicial

Tipo	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
MAQUINARIA	Taladro Portátil	4	5000	20,000.00
	Caladora	1	4000	4,000.00
	Sierra circular portátil	1	5000	5,000.00
	Ingleteadora	1	7000	7,000.00
	Maquina Tupi	1	8000	8,000.00
	Taladro Portátil	2	5000	10,000.00
	Sierra circular portátil	2	5000	10,000.00
	Taladro Rotamartillo	2	5000	10,000.00
HERRAMIENTAS	Martillo de orejas	2	200	400.00
	Kit de destornilladores	2	500	1,000.00
	Escuadras	2	200	400.00
	Nivel de burbuja	2	200	400.00
	Sargento (Prensa)	2	200	400.00
	Martillo de orejas	2	200	400.00
	Kit de destornilladores	2	500	1,000.00
	Escuadras	2	200	400.00
	Nivel de burbuja	2	200	400.00
	Sargento (Prensa)	2	200	400.00
MUEBLES Y ENSERES	Mesa de trabajo de madera	2	3000	6,000.00
	Escritorio de oficina	1	2000	2,000.00
	Silla secretarial	2	900	1,800.00
	Microondas	2	2500	5,000.00
	Closet de exhibición	2	8000	16,000.00
	Sillas de espera	6	650	3,900.00
	Computadora	2	9000	18,000.00
EQUIPO DE OFICINA	Teléfono	2	3300	6,600.00
	Impresora	2	2000	4,000.00
EQUIPO DE SEGURIDAD INDUSTRIAL	Extintor de Polvo químico	1	1300	1,300.00
	Extintor de Polvo CO2	1	2200	2,200.00
	Sub- Total			146,000.00
	Imprevistos (5%)			7,300.00
	TOTAL			153,300.00
Tramite legal para formalización de empresa				25,000.00
Capital de Trabajo				100,000.00
TOTAL INVERSION				278,300.00

6.7 LA EMPRESA EN LA NUEVA NORMALIDAD

Debido a la difícil situación generada por la pandemia es necesario que las empresas busquen mecanismos de protección para sus colaboradores, clientes y proveedores y esta empresa deberá cumplir con las siguientes medidas:

1. Distanciamiento o aislamiento de personas.

Sensibilización sobre el manteniendo de las distancias de seguridad recomendadas entre personas (entre 1,5 y 2 metros).

Creación de estrategias para el uso de Lugares o áreas comunes, de reunión o concentración de personas.

2. Normas de etiqueta respiratoria. Son un conjunto de medidas recomendadas para evitar transmisiones respiratorias de agentes biológicos.

- Las medidas son: – Toser y estornudar cubriéndose la nariz y la boca con el ángulo interno del codo flexionado (fosa del codo o cubital).
- Utilizar pañuelos o toallas desechables, y desecharlos tras su uso.
- Depositar los pañuelos o toallas desechables en recipientes con este fin, con tapas de pedal.
- Evitar tocarse la nariz, la boca y los ojos de manera innecesaria.
- Lavarse y desinfectarse las manos antes y después de tocarse la nariz, la boca y los ojos.
- Lavarse las manos de manera frecuente, en especial cuando se han manipulado objetos o se ha tenido contacto con superficies.
- Conversar manteniendo distancias de seguridad, en especial cuando se realice con personas con síntomas respiratorios.
- Evitar entrar en contacto con personas sospechosas o con síntomas y signos respiratorios.
- Evitar lugares o espacios con aglomeraciones de personas.

- Informar y buscar ayuda médica si se presentan síntomas o signos respiratorios o si se ha estado en contacto directo con personas sospechosas o con síntomas respiratorios.
- Informar sobre la presencia de personas sospechosas o con síntomas respiratorios, en especial en lugares y centros de trabajo.

3. Lavado de manos.

- Capacitación sobre la técnica adecuada para el lavado de las manos. Por lo general, se recomiendan la técnica establecida por la Organización Mundial de la Salud (OMS). La duración mínima es de un (1) minuto
 - Mojar las manos con agua y jabón.
 - Enjabonar muy bien la palma, el dorso, entre los dedos y las uñas.
 - Aclarar bien los restos de jabón y si es necesario, repetir el proceso.
 - Secar adecuadamente las manos con una toalla de papel.

El lavado y desinfección debe de ser frecuente, mientras desarrollan la actividad laboral. La frecuencia debe de ser establecida de acuerdo al tipo de actividad. Cada institución, asociaciones sin fines de lucro deberá garantizar el abastecimiento de agua y demás insumos.

- Capacitación sobre los productos adecuados para el lavado y desinfección de las manos (agua y jabón, alcohol con glicerina, alcohol gel). Estos productos deben de ser suministrados por el empleador. Los centros y puestos de trabajo deben contar con instalaciones para el lavado de manos que dispongan de agua y jabón, dispensadores de alcohol en gel o en glicerina. El lavado de las manos se realizará de manera obligatoria, antes de colocarse el EPP y después de su retirada. Cuando las manos están visiblemente limpias, la higiene de manos se hará con productos con base alcohólica; si estuvieran sucias o manchadas se hará con agua y jabón antiséptico. La utilización de guantes nunca exime de realizar un correcto lavado de las manos luego de su retirada. Las uñas deben estar cortas y bien cuidadas.

Lavarse o desinfectarse las manos deberá de ser una medida necesaria en las siguientes situaciones:

- Luego de toser o estornudar. – Antes y después de tocarse o sonarse la nariz.
- Antes y después de utilizar cualquier medio de transporte, en especial si es colectivo o público.
- Antes y después de visitar lugares públicos.
- Antes y después de manipular objetos, desechos sólidos o líquidos, dinero.
- Antes y después de tocar animales o personas.
- Antes y después de comer.
- Antes y después de utilizar los servicios sanitarios.
- Antes y después de la realización del trabajo.
- Durante la realización del trabajo, la frecuencia dependerá del lugar de trabajo y el tipo de actividades y tareas que se desarrollan. Estará definida en cada organización o centro de trabajo.

4. Limpieza y desinfección de objetos y superficies.

Aseguramiento de una correcta limpieza de los objetos y las superficies. El procedimiento de limpieza y desinfección de objetos y superficies relacionados con el trabajador se realizará de acuerdo con la manera habitual de limpieza y desinfección del centro de trabajo. Garantizando que la frecuencia esté relacionada con el uso de los mismos. Luego de la limpieza y desinfección los mismos deben de quedar sin humedad.

Para la limpieza y desinfección se pueden emplear toallas con desinfectante, agua y jabón o los detergentes y desinfectantes que de manera habitual se encuentran autorizados para tal fin (con efecto viricida) y para las superficies se utilizará material textil desechable. La limpieza general se hará siempre en húmedo, desde las zonas más limpias a las más sucias, desde adentro hacia afuera.

- Se debe de evitar en lo posible el uso de escoba en áreas de mayor riesgo.
- El material utilizado que sea desechable, se introducirá en un contenedor de residuos con tapa y etiquetado con las advertencias precisas.

5. Manipulación y uso de Equipo de Protección Personal. Capacitación sobre el uso y manipulación (puesta y retirada) de los EPP. Los EPP de un solo uso o los desechables, debe de ser eliminado bajo los estándares establecidos para evitar la contaminación cruzada de otros sitios, objetos, productos o superficies.

Gestión de visitas y atención

- Fomentar las visitas a través de una conexión remota, cuando esta sea una opción factible.
- Cuando se requieran visitas a las instalaciones, se debe explicar a los visitantes la orientación de las mismas sobre el aislamiento social y la higiene antes de la llegada.
- Limitar el número de visitantes en cualquier momento.
- Limitar los tiempos de visitas a una ventana de tiempo específica y restringir el acceso solo a visitantes obligados.
- Determinar si los horarios de los servicios esenciales y las visitas a los contratistas se pueden revisar para reducir la interacción y la superposición entre las personas, por ejemplo, de ser posible, la realización de servicios por la noche.
- Mantener un registro de todos los visitantes, si esto es práctico.
- Revisar los arreglos de los visitantes para garantizar el distanciamiento social y la higiene, por ejemplo, donde alguien se registra físicamente con el mismo bolígrafo en las recepciones.
- Al realizar visita a los proyectos seguir las normas de bioseguridad establecidas por la empresa antes durante y después de la visita.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- BACA Gabriel. Evaluación de Proyectos. Cuarta Edición. McGraw-Hill. Págs. 107-108. 20
- CANELOS, Ramiro Econ. Formulación y Evaluación de un Plan de Negocios. Pág. 90 Primera Edición Año 2003.LERC
- BACA URBINA, Gabriel; Evaluación de Proyectos, Editorial Mc. Graw – Hill tercera edición
- Congreso Forestal Español ,1993, Ponencias y Comunicaciones Tomo IV.
- Bernal, Cesar A., Metodología de la Investigación Tercera Edición 2010.
- Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2013). *Principios de administración financiera (12a. Ed.)*. Pearson Educación.
- Hernández Sampieri, Roberto; Método de la investigación 6ta edición 2014.
- Kotler Phillip y Armstrong Gary, Fundamentos del Marketing, Decimoprimer edición, 2013.
- R. Leonera La construcción de Herramientas, Editorial Reverté s.a. 2003
- MIRANDA, Juan José. Gestión de Proyectos Pág. 119. Tercera Edición Año 2005. Editorial MM Editores. Bogotá-Colombia 72
- Monferrer Tirado, Diego; Fundamentos de Marketing, Unión de Editoriales Universitarias Españolas, Primera Edición, 2013
- Morales Castro, A., & Morales Castro, J. A. (2014). *Finanzas: Orientaciones teórico-prácticas*. <http://site.ebrary.com/id/11013826>
- OCÉANO. La pequeña y la mediana empresa Págs., 5-10 Volumen I Año 1993. Editorial Océano Barcelona –España

Porter, Michael; Ser Competitivo, Edición Actualizada y Aumentada, 2008.

Protocolo de Bioseguridad por motivo de la pandemia de Covid19.
www.sedh.gob.hn/documentos2/archivos-varios/283-protocolo-de-bioseguridad-por-motivo-de-la-pandemia-de-covid-19-para-oficinas-generales-asociaciones-o-instituciones-sin-fines-de-lucro/file.

Sapag Chain, Nassir; Preparación y evaluación de Proyectos, Quinta Edición 2008.

Tipo de Melamina, <https://miroytengo.es/blog>

Tipos de Melamina <https://maderame.com/clases-de-tableros/melamina/>

Thompson I Peteraf & Gamble I Strickland, (2012) Administración Estratégica (12a Ed.)

ANEXOS

Anexo 1. CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CLOSET DE MELAMINA.

Buen día, somos estudiantes de Maestría en dirección empresarial y estamos realizando una investigación sobre pre factibilidad de una empresa dedicada a la elaboración de closet de melamina por tal razón solicitamos su apoyo respondiendo la siguiente encuesta.

Genero *

Masculino

Femenino

Estado Civil

Soltero

Casado

Unión libre

Edad

Menos de 21

De 22 a 31 años

De 32 a 41 años

De 42 a 51 años

Mayor a 52

1 ¿Conoce los closet elaborados de melamina?

Sí

No

2 ¿Tiene en su hogar muebles de este tipo?

Sí

No

3 ¿Tiene planificado adquirir closet de este tipo?

Sí

No

4 ¿Cuándo tiene planificado comprar closet?

1 año

6 meses

3 meses

1 mes

5 ¿Que colores prefiere?

Blanco

Negro

Caoba

Beige

Otros

6 ¿Cuántas habitaciones tiene en su hogar?

1

2

3

4 o más

7 ¿Que diseño le gustaría para su closet?

Closet

Walking closet

8 ¿Porque considera que no ha comprado un closet de melamina?

No lo necesito

Precios elevados

Desconocimiento del producto

Otros

9 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por obtener un closet de melamina?

Lps. _____

10 Que condiciones de pago le gustaría tener para comprar un closet.

Contado

50 % de anticipo ,50 % contra entrega.

Crédito

11 Como le gustaría que sea la tienda para comprar un closet?

Sala de exhibición

Tienda Virtual

12 ¿Por cuál medio de comunicación, le gustaría recibir información del producto closet de melamina?

Periódicos

Redes Sociales

Correo electrónico

WhatsApp

Anexo 2 : Momentos para lavado y desinfección de las manos.



Fuente: Organización Panamericana de la Salud / Organización Mundial de la Salud.

Anexo 3 . Medidas de protección



Fuente: Organización Panamericana de la Salud / Organización Mundial de la Salud

Anexo 5. Eficiencia de las mascarillas naso bucales



Fuente: VARSOY Healthcare.