



**FACULTAD DE POSTGRADO**

**TESIS DE POSTGRADO**

**“CENTRO DE TRABAJO DENOMINADO PUNTO DE  
ENCUENTRO EN TEGUCIGALPA, DISTRITO CENTRAL,  
FRANCISCO MORAZÁN”**

**SUSTENTADO POR:**

**HEYDY PAOLA OBANDO**

**PAOLA FERNANDA LARIOS CASTILLO**

**PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE  
MÁSTER EN ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS**

**TEGUCIGALPA, FRANCISCO MORAZÁN, HONDURAS,  
C.A.**

**JULIO 2016**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA**

**UNITEC**

**FACULTAD DE POSTGRADO**

**AUTORIDADES UNIVERSITARIAS**

**RECTOR**

**LUIS ORLANDO ZELAYA MEDRANO**

**SECRETARIO GENERAL**

**ROGER MARTÍNEZ MIRALDA**

**VICERRECTOR ACADÉMICO**

**MARLON BREVÉ REYES**

**DECANO DE LA FACULTAD DE POSTGRADO**

**JOSÉ ARNOLDO SERMEÑO LIMA**

**CENTRO DE TRABAJO DENOMINADO PUNTO DE  
ENCUENTRO EN TEGUCIGALPA, DISTRITO CENTRAL,  
FRANCISCO MORAZÁN**

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

**MÁSTER EN  
ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS**

**ASESOR METODOLÓGICO  
JUAN ALBERTO SOLANO**

**ASESOR TEMÁTICO  
YESSSENIA BARAHONA IRÍAS**

**MIEMBROS DE LA TERNA:**

**JUAN MARTÍN HERNÁNDEZ**

**CINTHIA BUSTILLO BERHARD**

**JULIO LÓPEZ ZERON**



## **FACULTAD DE POSTGRADO**

# **“CENTRO DE TRABAJO DENOMINADO PUNTO DE ENCUENTRO EN TEGUCIGALPA, DISTRITO CENTRAL, FRANCISCO MORAZÁN”**

**NOMBRE LOS MAESTRANTES:  
HEYDY PAOLA OBANDO GARCÍA  
PAOLA LARIOS CASTILLO**

### **Resumen**

En esta tesis se realizó un análisis de antecedentes, la problemática, los objetivos generales y específicos de la investigación, se analizó el macro y micro entorno con el objetivo de identificar las empresas que proveen en servicio igual o similar al del centro de trabajo, como respaldo de los planteamientos realizados se colocaron teorías de sustento. La metodología se realizó a través de un enfoque cualitativo y para sustentar la investigación se aplicó una encuesta como instrumento. Se determinó la factibilidad de la implementación del centro de trabajo “Punto de encuentro” luego de realizar el estudio de mercado, técnico y financiero. Al determinar la factibilidad del centro de trabajo, se hizo una propuesta de proyecto el cual consistió utilizar las áreas de conocimiento del PMBOK, enfocándose únicamente en la gestión del alcance, gestión del tiempo y gestión de costos del proyecto.

**Palabras claves:** cubículos, estudio de mercado, espacio físico, pre-factibilidad.



## **FACULTAD DE POSTGRADO**

### **“CENTRO DE TRABAJO DENOMINADO PUNTO DE ENCUENTRO EN TEGUCIGALPA, DISTRITO CENTRAL, FRANCISCO MORAZÁN”**

**NOMBRE LOS MAESTRANTES:  
HEYDY PAOLA OBANDO GARCÍA  
PAOLA LARIOS CASTILLO**

#### **Abstract**

In this thesis it has being done an analysis of history, the main problems, the general and specific objectives of the research, it has being analyzed the macro and micro environment with the objective of identifying companies that provide service equal or similar to the work center “Punto de Encuentro”, as support of the proposals it was included sustenance theories. The methodology was performed using a qualitative approach and it was applied a survey as an instrument to support the research. After determined the feasibility of the implementation of the work center "Punto de Encuentro", by making a marketing, technical and financial research, a project plan was recommended to be applied using the PMBOK knowledge areas, focusing solely on scope management , time management and cost management.

**Key words:** marketing research, physical space, pre-feasibility, work cubicles.

## **DEDICATORIA**

Dedicamos la elaboración del presente trabajo a nuestros padres con mucho respeto y cariño, por el apoyo incondicional que han mostrado durante el recorrido de esta etapa de aprendizaje, pero sobre todo por inculcarnos el hábito del estudio y perseverancia, por los principios transmitidos como ser honradez y esfuerzo, por la constante motivación y amor sin condición que nos ofrecen.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios todo poderoso quien me ha dado la oportunidad de vida, salud y entendimiento, a mi familia por el apoyo, en especial a mis padres quienes ha sido pilar fundamental en el camino de mi vida generando amor, comprensión y paciencia, a los catedráticos que me han brindado sus conocimientos para poder desarrollar mis habilidades, a mi compañera Paola Larios con quien he recorrido esta trayectoria y quien ha sido apoyo importante en esta etapa de aprendizaje.

Heydy Obando

Agradezco a Dios todo poderoso quien me genero la oportunidad de vida, dándome salud, seguridad, paz y entendimiento, a mis familiares por el apoyo constante, a mis padres quienes se han encargado de formarme con buenos principios dándome apoyo, amor, paciencia y comprensión, a mi compañera Heydy Obando con quien he compartido esta etapa y a cada uno de los catedráticos que me brindaron su conocimiento preparándome en este camino de aprendizaje.

Paola Larios

# ÍNDICE DE CONTENIDO

CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	1
1.1. INTRODUCCIÓN .....	1
1.2. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA.....	2
1.3. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA.....	5
1.3.1. ENUNCIADO DEL PROBLEMA .....	5
1.3.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....	5
1.3.3. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN .....	6
1.4. OBJETIVOS DEL PROYECTO .....	6
1.4.1. OBJETIVO GENERAL .....	6
1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	6
1.5. JUSTIFICACIÓN .....	7
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO .....	8
2.1. ENTORNO.....	8
2.1.1. LAS BIBLIOTECAS EN LA ACTUALIDAD .....	8
2.1.2. LA NECESIDAD DE UN ESPACIO FÍSICO .....	10
2.2. TEORÍAS DE SUSTENTO.....	12
2.3. CONCEPTUALIZACIÓN .....	15
2.3.1. ADMINISTRACIÓN.....	15
2.3.2. ESTRATEGIA.....	15
2.3.3. VENTAJA COMPETITIVA.....	16
2.3.4. FUERZAS COMPETITIVAS DE PORTER .....	17
2.3.5. PLAN DE NEGOCIO .....	17
2.3.6. PRODUCTO O SERVICIO .....	18
2.3.7. ANÁLISIS PEST.....	18
2.3.8. ETAPA DE PRE-INVERSIÓN.....	19
2.3.9. ESTUDIO A NIVEL DE PERFIL .....	19
2.3.10. ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD .....	20

2.3.11. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD .....	20
2.3.12. ESTUDIO DE MERCADO .....	21
2.3.13. ESTUDIO TÉCNICO .....	22
2.3.14. ESTUDIO FINANCIERO .....	23
CAPÍTULO III.    METODOLOGÍA .....	24
3.1. CONGRUENCIA METODOLÓGICA .....	24
3.1.1. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES .....	26
3.2. ENFOQUE Y MÉTODOS .....	29
3.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN .....	30
3.3.1. POBLACIÓN .....	30
3.3.2. MUESTRA .....	31
3.3.3. UNIDAD DE ANÁLISIS .....	32
3.3.4. UNIDAD DE RESPUESTA .....	32
3.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS APLICADOS .....	32
3.4.1. INSTRUMENTOS .....	33
3.4.2. TÉCNICAS .....	33
3.5. FUENTES DE INFORMACIÓN .....	34
3.5.1. FUENTES PRIMARIAS .....	34
3.5.2. FUENTES SECUNDARIAS .....	35
CAPÍTULO IV.    RESULTADOS Y ANÁLISIS .....	36
4.1. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO .....	36
4.2. DEFINICIÓN DEL MODELO DE NEGOCIOS .....	37
4.3. ESTUDIO DE MERCADO .....	38
4.3.1. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA .....	39
4.3.2. ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR .....	46
4.3.3. ESTIMACIÓN DE TENDENCIAS DE MERCADO .....	47
4.3.4. ESTRATEGIA DE MERCADO Y VENTAS .....	49
4.4. ESTUDIO TÉCNICO .....	54
4.4.1. DISEÑO DEL SERVICIO .....	54
4.4.2. INSTALACIONES DEL SERVICIO .....	61

4.4.3. PLANIFICACIÓN ORGANIZACIONAL .....	65
4.4.4. FACTORES LEGALES.....	70
4.4.5. FACTORES AMBIENTALES .....	71
4.5. ESTUDIO FINANCIERO .....	73
4.5.1. PLAN DE INVERSIÓN .....	73
4.5.2. PLAN DE FINANCIAMIENTO .....	74
4.5.3. PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS.....	74
4.5.4. CUADRO DE DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN .....	74
4.5.5. FLUJO DE CAJA PROYECTADO .....	74
CAPÍTULO V.    CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	75
5.1. CONCLUSIONES .....	75
5.2. RECOMENDACIONES .....	78
CAPÍTULO VI.    APLICABILIDAD .....	79
CAPÍTULO VII.    BIBLIOGRAFÍA .....	101
ANEXO 1. DATOS DE LA POBLACIÓN .....	109
ANEXO 2. FORMATO DE ENCUESTA .....	111
ANEXO 3. EJEMPLO DE LA COMPETENCIA INDIRECTA .....	114
ANEXO 4. OPCIONES DE LOCALIZACIÓN DEL CENTRO DE TRABAJO .....	115
ANEXO 5. DESGLOSE DE GASTOS DE ADECUACIÓN Y EQUIPAMIENTO ...	118
ANEXO 6. DESGLOSE GASTOS ADMINISTRATIVOS MENSUALES .....	122
ANEXO 7. SOLICITUD PARA EL REGISTRO DE MARCA.....	124
ANEXO 8. REGISTRO EN LA CCIT Y PAGO CORRESPONDIENTE .....	128
ANEXO 9. FORMULARIO PARA SOLICITAR EL PERMISO DE OPERACIÓN ..	130
ANEXO 10. PLAN DE INVERSIÓN .....	131
ANEXO 12. PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS .....	133
ANEXO 13. DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN .....	133
ANEXO 14. FLUJO DE CAJA PROYECTADO .....	134
ANEXO 15. CRONOGRAMA DEL PROYECTO .....	135
ANEXO 16. PLANOS.....	138

## ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1 TEORÍAS DE SUSTENTO .....	13
TABLA 2 MATRIZ DE CONGRUENCIA.....	24
TABLA 3 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES .....	27
TABLA 4 ANÁLISIS DE OBSERVACIÓN DE CAFÉS EN TEGUCIGALPA.....	44
TABLA 5 ANÁLISIS DE OBSERVACIÓN DE BIBLIOTECAS EN TEGUCIGALPA .....	45
TABLA 6 CÁLCULO DE LA DEMANDA.....	48
TABLA 7 PRECIOS ESTABLECIDOS .....	54
TABLA 8 OPCIONES PARA LA UBICACIÓN DEL CENTRO DE TRABAJO .....	59
TABLA 9 MÉTODO CUALITATIVO PARA LA LOCALIZACIÓN DEL CENTRO .....	59
TABLA 10 COSTO TOTAL DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL CENTRO DE TRABAJO.....	65
TABLA 11 PERFIL Y FUNCIONES DE LOS EMPLEADOS .....	67
TABLA 12 DESGLOSE DE COSTOS ADMINISTRATIVOS MENSUALES.....	69
TABLA 13 DICCIONARIO DE LA EDT ENTREGABLE DE INSTALACIONES .....	90
TABLA 14 DICCIONARIO DE LA EDT CONTINUACIÓN .....	91
TABLA 15 DICCIONARIO DE LA EDT ENTREGABLE DE EQUIPO.....	92
TABLA 16 DICCIONARIO DE LA EDT ENTREGABLE DE CONTRATACIÓN DEL RECURSO HUMANO .....	93
TABLA 17 DURACIÓN DE CADA ACTIVIDAD ENTREGABLE DE INSTALACIONES ..	94
TABLA 18 DURACIÓN DE CADA ACTIVIDAD CONTINUACIÓN ENTREGABLE DE INSTALACIONES.....	95
TABLA 19 DURACIÓN DE CADA ACTIVIDAD ENTREGABLE DE EQUIPO Y CONTRATACIÓN DEL RECURSO HUMANO .....	96
TABLA 20 COSTO POR ACTIVIDAD DEL ENTREGABLE DE INSTALACIONES .....	98
TABLA 21 COSTO POR ACTIVIDAD CONTINUACIÓN DEL ENTREGABLE DE INSTALACIONES.....	99
TABLA 22 COSTO POR ACTIVIDAD DEL ENTREGABLE DE EQUIPO Y CONTRATACIÓN DEL RECURSO HUMANO .....	100

TABLA 23 POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA.....	109
TABLA 24 POBLACIÓN UNIVERSITARIA .....	110
TABLA 25 COSTOS DE LA ADECUACIÓN DEL LOCAL .....	118
TABLA 26 CONTINUACIÓN COSTOS DE LA ADECUACIÓN DEL LOCAL .....	119
TABLA 27 COSTO DE EQUIPAMIENTO .....	119
TABLA 28 CONTINUACIÓN COSTO DE EQUIPAMIENTO .....	120
TABLA 29 CONTINUACIÓN COSTO DE EQUIPAMIENTO .....	121
TABLA 30 GASTOS ADMINISTRATIVOS COMPRADOS UNA SOLA VEZ .....	122
TABLA 31 DESGLOSE DE GASTOS DE PAPELERÍA Y UTILERÍA .....	123
TABLA 32 ESCENARIO 3 DEL PLAN DE INVERSIÓN .....	131
TABLA 33 ESCENARIO 2 DEL PLAN DE INVERSIÓN .....	131
TABLA 34 ESCENARIO 1 DEL PLAN DE INVERSIÓN .....	131
TABLA 35 TMAR .....	132
TABLA 36 COSTO DE CAPITAL PROMEDIO .....	132
TABLA 37 PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS.....	133
TABLA 38 DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN.....	133
TABLA 39 FLUJO DE CAJA PROYECTA-CAPACIDAD AL 100% .....	134
TABLA 40 FLUJO DE CAJA PROYECTA-CAPACIDAD AL 70% .....	134
TABLA 41 FLUJO DE CAJA PROYECTA-CAPACIDAD AL 30% .....	134

## ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1 DIAGRAMA DE VARIABLES .....	26
FIGURA 2 ECUACIÓN PARA EL CÁLCULO DE LA MUESTRA .....	31
FIGURA 3 PERSONAS QUE REALIZAN TRABAJOS EN EQUIPO .....	39
FIGURA 4 TABLA DE FRECUENCIA DE REUNIONES DE TRABAJO .....	40
FIGURA 5 HORAS DEDICADAS A REUNIONES DE TRABAJO .....	41
FIGURA 6 LUGARES MÁS FRECUENTES PARA REALIZAR REUNIONES DE TRABAJO .....	42
FIGURA 7 PERSONAS QUE ESTÁN DISPUESTAS A VISITAR EL CENTRO DE ESTUDIO EN TEGUCIGALPA.....	46
FIGURA 8 SERVICIOS REQUERIDOS EN EL CENTRO DE TRABAJO.....	49
FIGURA 9 PRECIO QUE EL CONSUMIDOR ESTÁ DISPUESTO A PAGAR POR CUBÍCULOS .....	52
FIGURA 10 PRECIO QUE EL CONSUMIDOR ESTÁ DISPUESTO A PAGAR POR LA SALA DE CONFERENCIA .....	53
FIGURA 11 MACRO LOCALIZACIÓN-HONDURAS .....	57
FIGURA 12 MACRO LOCALIZACIÓN-DEPARTAMENTO DE FRANCISCO MORAZÁN .....	58
FIGURA 13 UBICACIÓN ÓPTIMA DEL CENTRO DE TRABAJO "PUNTO DE ENCUENTRO" .....	60
FIGURA 14 UBICACIÓN DE LA UNIVERSIDADES DE TEGUCIGALPA Y EL "PUNTO DE ENCUENTRO" .....	60
FIGURA 15 DISTRIBUCIÓN DE LAS INSTALACIONES Y ÁREAS CORRESPONDIENTES .....	64
FIGURA 16 ORGANIGRAMA .....	66
FIGURA 17 LOGO DEL "PUNTO DE ENCUENTRO" .....	80
FIGURA 18 VALORES DEL "PUNTO DE ENCUENTRO .....	82
FIGURA 19 EDT ENTREGABLE DE LAS INSTALACIONES.....	88

FIGURA 20 EDT ENTREGABLE DEL EQUIPO Y CONTRATACIÓN DEL R.R.H.H.....	89
FIGURA 21 EQUIPO QUE PRESTA ESPRESSO AMERICANO .....	114
FIGURA 22 EQUIPO QUE PRESTA ESPRESSO AMERICANO .....	114
FIGURA 23 OPCIÓN 1: COLONIA LOMAS DEL GUIJARRO .....	115
FIGURA 24 OPCIÓN 2: COLONIA MIRAMONTES .....	116
FIGURA 25 OPCIÓN 3: BOULEVARD LA HACIENDA .....	117
FIGURA 26 FORMULARIO PARA EL REGISTRO DE MARCA EN LA DIGEPIH .....	127
FIGURA 27 FORMULARIO REGISTRO EN LA CCIT .....	128
FIGURA 28 PAGO DEL REGISTRO AL CCIT SEGÚN CAPITAL MÁXIMO AUTORIZADO .....	129
FIGURA 29 FORMULARIO PERMISO DE OPERACIÓN .....	134
FIGURA 30 CRONOGRAMA DEL PROYECTO .....	137
FIGURA 31 PLANO ARQUITECTÓNICO DEL CENTRO DE TRABAJO "PUNTO DE ENCUENTRO" .....	138
FIGURA 32 PLANO SISTEMA DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO SANITARIO DEL CENTRO DE TRABAJO "PUNTO DE ENCUENTRO" .....	139

# **CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

## **1.1. INTRODUCCIÓN**

La evolución del internet de los últimos años ha aumentado la cantidad usuarios en un 37% para el 2011 a nivel Latinoamericano y en específicamente en Honduras el 13% de la población tiene acceso al Internet (Aberastegue, 2012). Las universidades en Honduras se han visto impactadas por los cambios tecnológicos de los últimos años.

El acceso a la información está al alcance de todo aquel que tenga internet y el equipo necesario para su búsqueda. Por esta razón el trabajo en equipo, como metodología de enseñanza, ha generado que las universidades de Honduras la apliquen con mayor frecuencia en todas las carreras, con el fin de mejorar la comunicación, coordinación y equilibrio de los aportes de cada miembro. Para poder realizar los trabajos en equipo es necesario reunirse en un espacio físico amplio, seguro, cómodo y con las herramientas necesarias, y es por ello que han surgido negocios, como ser cafés o restaurantes, acercándose al cumplimiento de algunas necesidades de los estudiantes (acceso a wi-fi y espacio físico). Pero a pesar de la existencia de estos lugares en Tegucigalpa, no logran cubrir la población ni las necesidades de los estudiantes.

El objetivo de esta investigación es determinar la factibilidad de la creación del centro de trabajo “Punto de Encuentro” dirigidos a todas aquellas personas que tengan la necesidad de un espacio físico para poder realizar sus trabajos y reuniones, principalmente dirigido a estudiantes de Educación Superior y profesionales, en el Municipio del Distrito Central, Departamento de Francisco Morazán.

## **1.2.ANTECEDENTES DEL PROBLEMA**

El equipo investigador, mediante la técnica de observación, concluyó que existen lugares en los cuales puedan trabajar grupos pequeños de personas pero éstos no satisfacen todas sus necesidades como ser acceso a internet, computadoras, equipo didáctico, espacio amplio, privacidad, entre otros.

En las Universidades se ha fomentado la realización de trabajos en equipo con el objetivo de crear en el estudiante una combinación de comunicación, coordinación y equilibrio de los aportes de cada miembro, utilizando el aprendizaje basado en proyectos y basado en la solución de problemas

En 1870 dio comienzo la metodología de investigación en la universidad de Harvard la cual consistía en enseñar a los estudiantes a través de casos que los obligaba a realizar análisis grupales con el objetivo de identificar y dar resolución a problemas planteados (Castro García del Valle, 2013).

La investigación de casos es una metodología que consiste en dar acción a las múltiples y complejas realidades que hay que dar respuesta, es por ello que las bibliotecas con espacios amplios se convierten en uno de los lugares más indicados para desarrollar las actividades de investigación.

Las bibliotecas surgieron cuando nació la propia escritura, las primeras bibliotecas eran hechas de arcilla, la más importante de las bibliotecas de la antigüedad fue la fundada por los griegos en Alejandría, en la Edad Media los Europeos se preocuparon por la copia de Obras Clásicas y Científicas, entre los siglos X y XIV fue un periodo importante para el establecimiento de bibliotecas en Europa y en los siglos XVII Y XVIII empezaron a crearse las Bibliotecas Nacionales (Corporation, 1993).

Las bibliotecas antiguas se consideraban más como escondrijos para acumular y proteger los libros. Construidas normalmente como anexos a un santuario, un templo o un sepulcro de un

personaje ilustre, solían tener carácter monumental, con ornamentación de estatuas, medallones o pinturas (Romero, 2003).

La Biblioteca Real de Alejandría fue en su época la más grande del mundo. Este santuario acogía una gran sala para reuniones, que fue conocida en el mundo intelectual de la antigüedad al ser única y se consideraba el edificio del Museo como un verdadero templo dedicado al saber (Moreno Villa, 2003).

En el año 2011 el equipo de investigación de Sulá Batsú, realizaron una investigación sobre “los puntos de acceso a la información y a las tecnologías de información y comunicación” (Sulá Batsú, 2011) en los países centroamericanos. De esta se concluyó que estos países carecen del uso de las bibliotecas como fuente de información y espacio en el cual los estudiantes pueden ir a realizar sus trabajos grupales.

Durante el transcurso del tiempo las bibliotecas se convirtieron en lugares para adecuados para la lectura, sin embargo con la creación de las cafeterías las personas frecuentaban dichos lugares para desarrollar lecturas, convirtiéndose en “Cafés Literarios”

Un café literario es "un lugar para la soledad reflexiva, la grata compañía de la lectura y la concentración en la escritura", define el poeta, narrador, ensayista y traductor Marco Antonio Campos. Las primeras cafeterías dieron comienzo en el año 1550, lugares que eran utilizados para reuniones para discutir de temas. Entre las 5 mejores cafeterías en el mundo el primer lugar es para “Café Europa” en Praga el cual abrió sus puertas en el año de 1906. (Alonso, 2014)

En Venecia fue abierto en el año de 1775 el café “Quadri” posicionándose en el tercer lugar por su música clásica al aire libre. En el cuarto lugar esta Els Quatre Gats en Barcelona caracterizado por tener exposiciones de Arte de Pablo Picasso contando con Sala musical y literaria y Les Deux Magots en Paris abriendo el negocio en el año de 1686 Entre los artistas y literatos que lo visitaron esta Jean Paul Sartre, Simone de Beauvoir, Ernesto Sábato, Pablo Picasso, siendo la quinta mejor cafetería a nivel mundial. (Alonso, 2014)

La literatura y una cafetería se encuentran ligadas por la comodidad y relajación mental que da un libro y la comodidad de un espacio en una cafetería. Existe una ciencia que estudia el entorno físico de un lugar determinado como ser una cafetería, un centro de trabajo, una biblioteca , un restaurante , entre otras, se basa según las características y condiciones con las que se desea contar en la cual se toma en cuenta la iluminación , el mobiliario, el sonido, etc. Esta ciencia es denominada Ergonomía

Una vez identificada la competencia potencial es fundamental analizar la importancia de adaptar un espacio adecuado a las necesidades del negocio que se desea poner en marcha, es por ello que la ergonomía tiene como objetivo adaptar los elementos de trabajo de acuerdo a quienes los van a utilizar, por lo tanto la implementación de un centro de trabajo debe ser diseñado en función de las características y las necesidades de las personas que lo integren. (Ergonomia).

La ergonomía estudia al hombre en su área de trabajo para entender los compromisos cognitivos, físicos y sociales necesarios para el logro de los objetivos, se tiene como fin transformar la situación, mejorando las condiciones de trabajo. (Castillo, 2010)

La primera vez que se utilizó el término ergonomía fue en 1857 por el científico polaco W. Jastrzebowski, en su obra Esbozo de la Ergonomía o ciencia del trabajo. (Alvarez, 2009)

La Ergonomía está compuesta por tres elementos básicos los cuales son el ser humano, objeto/máquina y espacio físico los cuales se encuentran relacionados entre si las cuales interactúan para efectuar trabajos u actividades de forma eficaz. (Saravia Pinilla, 2006)

La ergonomía Ambiental se encarga del estudio de los factores ambientales como ser físicos, químicos y biológicos los cuales se encuentran divididos en ambiente térmicos, visual, acústico, Mecánico (Vibraciones), electromagnéticos (Radiación) y Ventilación. (Gonzalez, 2000)

Para la aplicación de un centro de trabajo es fundamental la aplicación de un buen Ambiente Sonoro ya que es necesario para la concentración, El ruido interfiere la comunicación verbal sin embargo también altera diferentes funciones del sistema nervioso.

### **1.3.DEFINICIÓN DEL PROBLEMA**

#### **1.3.1. ENUNCIADO DEL PROBLEMA**

La metodología de enseñanza que utiliza la UNAH, que por ley deberían de utilizarla todas las universidades, es la metodología constructivista y las técnicas de aprendizaje basado en proyectos y basado en problemas con el fin de realizar trabajos en equipo (Williams Mayorga, 2008), por lo que los estudiantes de Educación Superior y profesionales en general requieren de un espacio amplio, seguro y privado para efectuar dichas asignaciones o reuniones y/o conferencias para los profesionales.

De acuerdo a visitas realizadas a diferentes negocios de Tegucigalpa relacionados con espacios que son visitados por estudiantes de Educación Superior y profesionales para realizar sus proyectos y reuniones de trabajo, se ha identificado la existencia de lugares que adaptan características similares a un Centro de trabajo o estudio, como ser: bibliotecas en las universidades, cafés, cafeterías, restaurantes o centros de tutorías, pero de las cuales no cubren, en su totalidad, las necesidades de los estudiantes como ser: espacio privado y seguro, cómodo, ubicación céntrica, equipo y tecnología básica y sobretodo que le permita, al alumno y profesionales, la concentración que requiere para realizar sus actividades y programar reuniones o conferencias.

#### **1.3.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Es pre-factible como oportunidad de negocio, desde el punto de vista de Mercado, Técnico y Financiero, la creación del centro de trabajo “Punto de Encuentro” dirigido a todas aquellas personas que requieran de un espacio físico, en Tegucigalpa, Francisco Morazán?

### **1.3.3. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN**

- ¿Es pre-factible la creación del Centro de trabajo “Punto de Encuentro”, desde el punto de vista de mercado?
- ¿Es pre-factible la creación del Centro de trabajo “Punto de Encuentro”, desde el punto de vista técnico?
- ¿Es pre-factible la creación del Centro de trabajo “Punto de Encuentro”, desde el punto de vista de financiero?

## **1.4.OBJETIVOS DEL PROYECTO**

### **1.4.1. OBJETIVO GENERAL**

Determinar si es pre-factible desde el punto de vista del mercado, técnico y financiero la creación del centro de trabajo “Punto de Encuentro” mediante el desarrollo de un plan de negocio, el cual será dirigido a estudiantes de Educación Superior y profesionales de Tegucigalpa, Municipio del Distrito Central, Francisco Morazán, iniciando en el trimestre I del 2016 y finalizando en el Trimestre II 2016.

### **1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Determinar la pre-factibilidad, desde el punto de vista de mercado, la creación del Centro de trabajo “Punto de Encuentro” analizando el mercado meta, competencia y estrategias de venta.
- Determinar la pre-factibilidad técnica para la creación del Centro de trabajo “Punto de Encuentro” mediante un estudio de localización, entorno y definición del servicio.
- Determinar la pre-factibilidad de la creación del Centro de trabajo “Punto de Encuentro” desde el punto de vista financiero analizando variables de ingresos y costos.
- Realizar un plan de proyectos para la creación del Centro de trabajo “Punto de Encuentro”.

## **1.5. JUSTIFICACIÓN**

Según datos estadísticos del Banco Central de Honduras la cobertura de educación superior en Honduras es de 15.7% de la población entre edades de 18 y 24 años, por lo tanto gracias al crecimiento las universidades cuentan con mayor cantidad de alumnos en sus instalaciones.

La INE determino que para el 2014 la población económicamente activa en el Municipio del Distrito Central fue de 470,256 personas. Con ello se analizó que la población estudiantil y la económicamente activa requieren de un espacio para desarrollar actividades laborales en un lugar amplio y con el equipo necesario. Según los datos estadísticos mencionados anteriormente, se observa que el mercado potencial es amplio, por lo que esta investigación surge por una oportunidad de negocio para satisfacer las necesidades de los clientes.

Con el desarrollo de esta investigación se analizaran estudios de mercado, técnicos y financieros los cuales ayudaran a determinar la pre factibilidad de crear un Centro de trabajo dedicado a brindar un espacio físico dirigido a las personas que tengan la necesidad de un lugar tranquilo para hacer sus actividades académicas o laborales.

La propuesta de negocio busca ofrecer un lugar ideal que le permita al cliente una concentración total, un equipo óptimo y mobiliario adecuado. El presente documento será fuente de consulta para personas interesadas en desarrollar una investigación relacionada con la apertura de un negocio similar en el país.

## **CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO**

### **2.1. ENTORNO**

Para el desarrollo de un análisis de pre-factibilidad para la implementación de un negocio de centro de trabajo con cafetería como valor agregado en la ciudad de Tegucigalpa, Municipio del Distrito Central, Francisco Morazán, Honduras, será necesario realizar un estudio de la situación actual de las variables competitivas que tiene el negocio analizando macro/micro entorno y análisis interno.

#### **2.1.1. LAS BIBLIOTECAS EN LA ACTUALIDAD**

En la actualidad las bibliotecas a nivel mundial se enfrentan a un gran reto debido a la evolución de la tecnología. Ahora los estudiantes encuentran la información que necesitan en documentos electrónicos y de forma virtual. Con el internet y los teléfonos inteligentes la información está a la mano de los usuarios, por lo que ha disminuido, en gran cantidad, los lectores dentro de las bibliotecas. Para aumentar la frecuencia de visita de los usuarios y su satisfacción, toda biblioteca debe proporcionar un ambiente acogedor y cómodo, cumpliendo con sus necesidades informativas e intereses.

Los elementos indispensables que debe tener una biblioteca se encuentran: libros interesantes, acceso a internet y excelente atención al cliente; incorporar área verdad dentro y fuera de la edificación; la edificación debe tener buena ventilación, distribución apropiada de los muebles, área de lectura y estantería; decoración moderada; y considerar todos los lineamientos de seguridad (salida de emergencias, precauciones para evitar incendios, inundaciones) y área de acceso.

(Rodríguez Borrell & Montes de Oca Montano, 2012)

En muchas partes del mundo, existen bibliotecas modernas que han venido a dar un giro a las bibliotecas antiguas. Estas bibliotecas tienen una arquitectura impresionante no solo cumplen con todas las necesidades de los usuarios sino que a su vez cuentan con un espacio para el desarrollo cultural, como ser "galerías que acogen varias exposiciones al año, así como otras manifestaciones culturales, conferencias, coloquios, jornadas de investigación y conciertos" (Sánchez Gómez, 2014) como es el caso de la Biblioteca Nacional de Francia (François Mitterrand). Entre otras bibliotecas modernas se encuentran la Biblioteca Nacional de España y la Biblioteca Nacional de México.

La frecuencia de visita a las bibliotecas en los países Centroamericanos ha disminuido a medida la tecnología se ha ido desarrollando, pero de igual manera cada país cuenta con redes de bibliotecas estatales y no estatales, con el fin de proporcionar acceso a información, inculcar el hábito a la lectura y el mejorar el nivel educativo de los estudiantes. Guatemala cuenta con tres sistemas de bibliotecas, Bibliotecas del Banco de Guatemala (BANGUAT), Proyecto de Bibliotecas de Guatemala (PROBIGUA) y Bibliotecas de la Fundación Riecken; los sistemas de Nicaragua son Bibliotecas del Instituto Nicaragüense de Cultura (INC) y Bibliotecas de la Alcaldía de Managua; Costa Rica, Sistema Nacional de Bibliotecas (SINABI) y Red de Bibliotecas de la Municipalidad de San José; Panamá con el sistema de Bibliotecas adscritas a la Fundación Pro Biblioteca Nacional y Bibliotecas de la Alcaldía de la Provincia de Panamá; y Honduras con las Bibliotecas de la Fundación Riecken y Red de Bibliotecas Públicas. (Sulá Batsú, 2011)

En Honduras existen 53 bibliotecas públicas de la fundación Riecken, las cuales cuentan con espacio físico para niños y jóvenes, espacio para reuniones y un espacio que cuenta con computadoras e internet. También Honduras cuenta con 140 bibliotecas públicas, las cuales se encuentran distribuidas en los 18 departamentos, dentro de ellas se encuentra la Biblioteca Benjamín Franklin en San Pedro Sula, Biblioteca de la Escuela Agrícola Panamericana "Wilson Popenoe", Biblioteca Juan Ramón Molina en la ceiba.

Tegucigalpa cuenta con 14 bibliotecas públicas y privadas, dentro de ellas se encuentran: Biblioteca Nacional, la biblioteca de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras (UNAH), la del Banco Centroamericano de Integración Económica, Banco Central de Honduras “Roberto Ramírez”, la del Instituto Hondureño de Cultura Interamericana (IHCI), Sistema Bibliotecario de la Universidad Pedagógica Nacional, Hemeroteca Nacional “Ramón Rosa”, Centro de Información de las Naciones Unidas; y las bibliotecas de todas las universidades privadas como ser la Biblioteca de la Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC), José Cecilio del Valle, Universidad Católica, entre otra. (Mejía & Mancía, 2004)

### **2.1.2. LA NECESIDAD DE UN ESPACIO FÍSICO**

Las cafeterías proveen un espacio físico para realizar reuniones, discutir temas o pasar tiempo, en algunos casos las cafeterías tienen características que se asimilan a servicios proporcionados en bares o restaurantes lo que permite tener mayor segmentación del mercado y como valor agregado se encuentran incorporando espacios literarios con el objetivo de generar mayor comodidad y la tranquilidad para que los usuarios puedan desarrollar lecturas.

Las cafeterías se clasifican en tres categorías las cuales se diferencian según las condiciones con las que cuentan: Primero la especial debe contener entrada independiente para la clientela y el personal, guardarropa, teléfono, calefacción y refrigeración, servicios sanitarios independientes para señoras y caballero, decoración, cafetera, plancha, cámara frigorífica, fregadero y local para almacén, vestuarios y aseos independientes para el personal masculino y femenino; segundas, cuentan con las misma características a excepción de la entrada independiente para la clientela y el personal; y terceras cuentan con sanitarios independientes para señoras y caballeros, cubertería inoxidable, vajilla y cristalería en buen estado de conservación, cafetera "expres", plancha, cámara frigorífica, fregadero, menaje de calidad, barra y mostrador adecuada a la capacidad del establecimiento. (Alonso Ureba, A.; Cayón Galiardo, A.; Díaz Alabart, S.; Gimeno Sendra, V.; González Tevijano Sánchez, P.; Luzón Peña, D.; Parejo Alfonso, L.; Pérez de los Cobos Orihuel, F.; Alcubilla, E., 2007)

Entre las Cafeterías más destacadas a nivel mundial han implementado un valor agregado al servicio que brindan como ser la cafetería ubicada en Milan llamada la Design Library Café es la primera dedicada al mundo del diseño (DesignPartner, 2015). La cafetería Cafac se encuentra ubicada en Santiago de Chile es reconocido como el centro bibliográfico que cuenta con colecciones audiovisuales, colecciones infantiles, salas de computación y acceso integral para discapacitados, un espacio de encuentro donde es posible ser parte de un entorno ameno. (Culturales, s.f.)

Mitte Barcena es una galería de arte con cafetería la cual es acogedora y cuenta con espacio amplio rodeado de arte, diseño y proyectos. (Timeout, 2014), Regus es un proveedor de espacios de trabajo cuenta con salas de reuniones en 550 ciudades de 95 países y dependiendo el perfil es la opción del espacio, las salas incluyen prestaciones gratuitas como Internet, rotafolios, pizarrón blanco, marcadores, agua, teléfono con altavoz, proyector, pantalla, plumas y libretas de notas, al igual que servicio de comida en caso de requerirlo. (Entrepreneur, 2012)

En el territorio Nacional, específicamente en Tegucigalpa, existen franquicias importantes como ser: Espresso Americano como que dio apertura de su primer local en el Centro Histórico de Tegucigalpa, actualmente cuenta con 150 locales en 25 ciudades en el País (Espresso Americano). Dunkin Donuts es otra franquicia ubicada en el territorio hondureño el cual se elabora con un café 100% hondureño. Mundo Literario es un Café librería el cual se encuentra situado en el Mall Novacentro, cuenta con una cantidad extensa de libros para la venta y un espacio dedicado para degustar repostería como ser pasteles y café (Literario, 2006). NORDIC Coffee Shoppes otra cafetería situada en la ciudad capital en el centro comercial las Hadas la cual cuenta con espacios amplios para los clientes (Shoppes, 2013).

Las bibliotecas y cafeterías mencionadas anteriormente tienen como características proporcionar un espacio físico para el consumidor final las cuales son generadoras de ambiente agradable para poder charlar, desarrollar actividades académicas o simplemente una manera de pasar el tiempo.

Es por ello que surge una idea de crear un centro de trabajo el cual contará con cafetería como valor agregado, se busca cumplir con todas las necesidades de los consumidores que desempeñan actividades académicas y literarias. Se tomaran en cuenta cada uno de los elementos necesarios para adaptar el espacio a condiciones y equipo adecuado el cual demanda el consumidor.

## **2.2. TEORÍAS DE SUSTENTO**

Las teorías que a continuación se mencionan ayudarán a orientar y sustentar la Tesis, la cual consiste en la Implementación del Centro de trabajo “Punto de Encuentro”. Estas teorías se encuentran en orden cronológico y abarca términos de economía, emprendimiento, Socialización, estrategia y ventaja competitiva.

**Tabla 1 Teorías de Sustento**

No.	Autor	Libro	Año	Teoría
1	Adam Smith	La Riqueza de las Naciones	1776	La política económica en una “ley natural” que implicaba la no intervención del Estado y la competencia no limitada.
2	Abraham Maslow Harold Maslow	Motivación y Personalidad	1991	La Pirámide de Maslow el cual represente las necesidades humanas de manera jerárquica, dividido en cinco categorías: fisiológicas, de seguridad, de afiliación, de reconocimiento y de autorrealización.
3	Andy Freire	Pasión por Emprender	2004	La teoría del triángulo invertido se refiere a que todo proceso emprendedor combina tres componentes: el punto de apoyo es el emprendedor, quien necesita dos componentes adicionales para llegar: la idea de negocio con viabilidad de mercado, y el capital. Cuando un emprendimiento no es exitoso, siempre se debe a la falla de una de estas tres variables, o la combinación entre ellas.
4	Eduardo Campos Bueno	Curso básico de Economía de la Empresa: Un enfoque de organización	2006	La estrategia es la capacidad que tiene ésta para competir en su medio económico. Se mide mediante la posición relativa que detenta la organización en relación a sus competidores.
5	Thompson, Peteraf, Gamble y Strickland	Administración Estratégica	2012	La estrategia tiene que ver con competir de manera diferente: hacer lo que los competidores no hacen o, mejor, hacer lo que no pueden hacer. Toda estrategia necesita un elemento distintivo que atraiga a los clientes y genere una ventaja competitiva.

Fuente: propia

La teoría de Adam Smith sustenta el Proyecto “Centro de trabajo “Punto de Encuentro”” ya que va orientado a la apertura de un negocio con fines de lucro, siendo una empresa privada. Este tipo de negocio tiene competencia directa e indirecta debido a que se generó una fusión entre dos líneas de servicio (centro de trabajo y cafetería, orientado más al primer servicio).

Andy Freire, con la teoría del triángulo invertido, sustenta la implementación el Centro de trabajo “Punto de Encuentro” ya que el enfoque que ha predominado, durante toda la maestría de Administración de Proyectos, va orientado al ser profesionales emprendedores.

Abraham Maslow en su libro “Motivación y Personalidad” dividió las necesidades humanas en categorías llamadas “Pirámide de Maslow”, las cuales la base de la pirámide son las necesidades más básicas y la punta las más complejas. Esta teoría sustenta la investigación ya que se tratará de cubrir algunas de éstas necesidades, principalmente de la categoría de afiliación ya que se refiere a la necesidad del ser humano de relacionarse con los demás perteneciendo a un grupo social, como ser compañeros de la universidad o de trabajo.

La teoría de Thompson, Peteraf, Gamble y Strickland y la teoría de Eduardo Bueno Campos sobre estrategia sustentan la implementación del centro de trabajo “Punto de Encuentro” ya que la ventaja competitiva que tendrá éste, será el tener un espacio amplio, cómodo y privado para que los estudiantes universitarios puedan realizar sus trabajos grupales además de contar con cafetería, red wi-fi y equipo necesario para realizar los mismos (computadoras y proyector), características que no cumple, en su totalidad, la competencia.

## **2.3. CONCEPTUALIZACIÓN**

### **2.3.1. ADMINISTRACIÓN**

Es el proceso de estructurar y utilizar conjunto de recursos orientados hacia el logro de metas para llevar a cabo las tareas en un entorno organizacional, este propósito y dirección podrían ser los del individuo, las organizaciones o combinación de ambos comprende los esfuerzos necesarios para completar las actividades Propuestas. (Hitt, 2006)

Consiste en coordinar actividades de trabajo de modo que se realicen de manera eficiente y eficaz con otras personas y a través de ellas (Robbins, 2005). Según Koontz y Weihrich, la administración es "el proceso de diseñar y mantener un entorno en el que, trabajando en grupos, los individuos cumplan eficientemente objetivos específicos" (Koontz, Weihrich, & Cannice, 2012, pág. 6 y 14).

Administración es saber utilizar los recursos con los que se cuentan de manera eficaz y eficiente con el fin de organizar y ejecutar un conjunto de tareas y actividades para poder cumplir el objetivo o la meta.

### **2.3.2. ESTRATEGIA**

Según Juan Carrion (2007) en su libro "Estrategia" se puede entender como un plan que mira hacia el futuro y no como un patrón modelo, un proceso de planificación analítico que nos permite la reducción de la incertidumbre al futuro.

La estrategia "es un plan de acción a largo plazo para conseguir una ventaja sostenible con respecto a los competidores, a través de una configuración adecuada de los recursos empresariales que satisfagan las necesidades y restricciones planteadas por el entorno" (Moyano Fuentes, Bruque Cámara, Maqueira Marín, & Martínez Jurado, 2011, pág. 49). La estrategia es ser únicos, es realizar acciones diferentes a las de la competencia, utilizando los recursos de la empresa.

La estrategia cuenta con 3 componentes los cuales son: ¿dónde actuar?, ¿qué hacer? y ¿con qué medios? se aplicará la estrategia dentro de la empresa. Además de componentes, la estrategia tiene diferentes niveles jerárquicos. El nivel más alto es la estrategia global o estrategia corporativa, el segundo nivel es la estrategia de negocio y el último nivel es la estrategia funcional. (Moyano Fuentes, Bruque Cámara, Maqueira Marín, & Martínez Jurado, 2011, pág. 50 y 51)

### **2.3.3. VENTAJA COMPETITIVA**

Michael E. Porter, en su libro “Estrategia Competitiva” (2007) define la estrategia competitiva como la “toma de acciones ofensivas o defensivas para crear una posición defendible en una industria, con la finalidad de hacer frente, con éxito, a las fuerzas competitivas y generar un retorno sobre la inversión”.

Es lo que le permite a una empresa obtener niveles de beneficios superiores al promedio de su sector. La Interrelación entre ventaja competitiva y rentabilidad es directa y bien conocida. (Schnaars, 1994)

Una ventaja competitiva es lograr que la empresa o negocio proporcione al mercado servicios o productos únicos en la industria, con el objetivo de posicionarse entre las principales empresas a nivel nacional o a nivel mundial.

Michael E. Porter, en su libro “Estrategia Competitiva” (2007) define la estrategia competitiva como la “toma de acciones ofensivas o defensivas para crear una posición defendible en una industria, con la finalidad de hacer frente, con éxito, a las fuerzas competitivas y generar un retorno sobre la inversión”.

Dentro de los tipos de ventaja competitiva se encuentra: liderazgo por costo el cual consiste en mantenerse en el mercado como el productor con los costos más bajos de la industria. La diferenciación es buscar que la empresa o negocio sea único en todas o algunos de los sectores de

la misma. Y el enfoque que es la posición en la que quiere estar posicionada la empresa en la industria. (Varcolaci, 2007)

#### **2.3.4. FUERZAS COMPETITIVAS DE PORTER**

Las fuerzas competitivas de Porter ayudan al investigador a poder analizar el entorno de la empresa o negocio, desde la competencia, cliente hasta proveedores y determinan la fuerza de la competencia y rentabilidad en la industria. Las 5 fuerzas competitivas son:

- Rivalidad entre Competidores en la industria: ayudará analizar que ofrecen el mismo producto o servicio.
- Amenaza de productos o servicios sustitutos: son aquellos que pueden surgir y sustituir los productos que actualmente existen en el mercado.
- Amenaza de nuevos ingresos en el sector: Aquellas empresas con la capacidad económica de entrar a competir en el sector.
- El poder negociados de los clientes: la facilidad con la que tendrá la empresa de negociar con los compradores del producto o servicio.
- El poder negociador de los proveedores: la facilidad o dificultad de poder negociar con los proveedores de la materia prima para producir un producto u ofrecer un servicio.

(Porter, 2000)

#### **2.3.5. PLAN DE NEGOCIO**

Puede definirse como el documento en el que va reflejar el contenido del proyecto empresarial que se va pretender poner en marcha y que abarca desde la definición de la idea a desarrollar hasta la forma concreta de llevarla a la aplicación (Naveros, 2009). Es el punto de partida para emprender un negocio y así poder alcanzar el éxito deseado y determinar el grado de viabilidad. (Almoguera, 2006).

El plan de negocio o plan de proyecto es el documento en el cual se encuentra descrito en qué consistirá el proyecto, dónde se realizará, quienes serán los involucrados, los recursos que se necesitaran para la ejecución y operación del proyecto y de definir de dónde se obtendrá el financiamiento para su implementación. En otras palabras es dar forma, definiendo los objetivos y el alcance, a la empresa o negocio que se desea crear antes de empezar su ejecución para determinar cuan pre-factible invertir en él. (PYMEHELP, Consultara de Servicios, 2008)

### **2.3.6. PRODUCTO O SERVICIO**

Son aquellos artículos que los consumidores finales compran, los cuales se pueden dividir en productos de convivencia, de compra, especialidad y productos no buscados. (Kotler, 2003)  
Precio: Es la parte monetaria que paga una persona a cambio de la adquisición de un producto o servicio. Es la única de las 7 P's que negara ingresos (Perez, 2004).

El producto o servicio es lo más indispensable para que una empresa salga a flote ya que se centra en satisfacer las necesidades del cliente. El producto real está compuesto por sus características, diseño, calidad, marca y empaque. Las características son todas aquellas que pueden ser percibidas por el cliente. El diseño es el para qué fue creado el producto, es la funcionalidad del mismo. Un producto o servicio se mantenga en el mercado es necesario que éste sea de la más alta calidad, la cual es determinada por el cliente. La marca ayuda a diferenciar el producto del de la competencia, por lo que se debe mantener un buen prestigio y calidad. El empaque ayuda a que el producto sea visto por el cliente. (Psicología y Empresa, 2010)

### **2.3.7. ANÁLISIS PEST**

Es una herramienta la cual consiste en examinar el análisis de los factores externos que están fuera de control de la empresa pero que pueden afectar al desarrollo al futuro, tiene cuatro variables que son factores políticos, económicos, socio-culturales, tecnológicos y ambientales. (Martinez, 2012)

Los factores políticos deben consideras las políticas del gobierno, políticas fiscales, tratados de libre comercio y ayudas. Para los factores económicos se debe considerar las políticas económicas del gobierno, intereses, factores macroeconómicos e inflación. El análisis de los gustos y necesidades de los consumidores, población e ingresos de los mismos son factores socio-culturales. Dentro de los factores tecnológicos se encuentra la tecnología que utilizará la empresa e innovación de la misma y cambios tecnológicos en el futuro. Los factores ambientales son las legislaciones hacia el medio ambiente, variación de temperaturas y el cambio climático. (Parada, 2013)

Dentro de las ventajas de utilizar el análisis PEST se encuentran: toma de decisiones eficaces al conocer el entorno del negocio, evaluación de riesgos y adaptación de cambios en el mercado. (Retos Directivos, 2015)

### **2.3.8. ETAPA DE PRE-INVERSIÓN**

Según Janneth Thompson B., “Es la Fase del Ciclo de vida en la que los proyectos son estudiados y analizados con el objetivo de obtener la información necesaria para la toma de decisiones de inversión” (Thompson J. , 2009). Es la fase en la cual se realizan todos los estudios necesarios con el fin de tomar la decisión si es conveniente o no invertir en el proyecto.

### **2.3.9. ESTUDIO A NIVEL DE PERFIL**

El estudio a nivel de perfil, según Nassir Sapag y Reinaldo Sapag, “busca determinar si existe alguna razón que justifique el abandono de una idea antes de que se destinen recursos, a veces de magnitudes importantes, para calcular la rentabilidad en niveles más acabados de estudio, como la pre-factibilidad y la factibilidad” (Nassir & R., 2003, p. Pág. 18).

El estudio a nivel de perfil “inicia con una idea basada en el juicio común y en términos monetarios sólo presenta cálculos globales” (Baca, 2010, p. Pág. 5). El estudio a nivel de perfil es investigar todos los elementos que son afectados por la falta del proyecto y como se verían beneficiados o solucionado el problema con el proyecto.

#### **2.3.10. ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD**

En el Estudio de pre-factibilidad “se perfeccionan los aspectos de mercado, técnicos, financieros, institucionales, administrativos y ambientales elaborados en la fase anterior y, si es preciso, se acude a información primaria para algunas variables consideradas” (Flórez, 2015). Según el autor Nassir y Reinaldo “este estudio profundiza la investigación, y se basa principalmente en información de fuentes secundarias para definir, con cierta aproximación, las variables principales referidas al mercado, a las alternativas técnicas de producción y a la capacidad financiera de los inversionistas” (Nassir & R., 2003, p. Pág. 18).

#### **2.3.11. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD**

El objetivo principal del estudio de factibilidad es “determinar si la oportunidad del proyecto o negocio es posible, práctico y viable” (Hoagland & Williamson, 2000). Alan Thompson define el estudio de factibilidad como un proceso de control para identificar los problemas y oportunidades, determinando objetivos, describiendo situaciones, definiendo las ventajas y desventajas de realizar el proyecto, determinando el costo y demostrando los beneficios de las diferentes alternativas para solucionar un problema. (Thompson A. , 2005)

Según Gabriel Baca, el estudio de factibilidad o proyecto definitivo “Contiene la información del ante-proyecto (estudio de pre-factibilidad) más los canales de comercialización para el producto, contratos de venta, actualización de las cotizaciones de la inversión y presenta planos arquitectónicos” (Baca, 2010, p. Pág. 5)

### **2.3.12. ESTUDIO DE MERCADO**

Al preguntarse qué es un mercado se debe definir desde el enfoque al cual se le quiere dar. Para un ama de casa el mercado es un lugar en el cual se puede ir a comprar productos para el hogar; desde el punto de vista de un economista es un lugar donde oferentes y demandantes determinan precios de los bienes y servicios; desde el punto de vista de un mercadólogo el mercado “está conformado por consumidores reales y potenciales de un producto o servicio determinado” (Fischer & Espejo, 2011, p. Pág. 58)

El Instituto Nacional del Emprendedor de México define mercado como “un lugar físico especializado en las actividades de vender y comprar productos y en algunos casos servicios, en tanto que ahí concurren los compradores con el fin de adquirir dichos bienes o servicios. (Instituto Nacional del Emprendedor, 2015)

El mercado se puede clasificar en: mercado potencial el cual es el consumidor con un alto grado de interés por una determinada oferta; mercado disponible es el que consumidores tienen interés por el producto, suficiente renta y acceso a una determinada oferta en el mercado; mercado atendido es al cual la empresa localiza sus esfuerzos; y mercado penetrado es el conjunto de consumidores que ya ha comprado el producto o servicio. Dentro de los componentes a ser investigados se encuentran el producto o servicio, demanda, precio o costo, comercialización y materia prima. (Barahona, Estudio de Mercado, 2014)

La demanda es la cantidad de un bien o servicio que los compradores están dispuestos a adquirir a un determinado precio. Oferta es la cantidad de un bien o servicio que los vendedores están dispuestos a ofrecer a un determinado precio.

### **2.3.13. ESTUDIO TÉCNICO**

El objetivo principal del estudio técnico es poder encontrar la función de producción óptima entre los medios y condiciones para llevar a cabo un proyecto. María López y Nora Gonzáles en el libro “Elemento Indispensable en la Evaluación de Proyectos de Inversión” (2008), afirman que la importancia de este estudio es debido a que “analizan elementos que tienen que ver con la ingeniería básica del producto y/o proceso que se desea implementar, para ello se tiene que hacer la descripción detallada del mismo con la finalidad de mostrar todos los requerimientos para hacerlo funcionar”. Según Luis Fernando,

Estudio técnico comprende todo aquello que tiene relación con el funcionamiento y operatividad del proyecto en el que se verifica la posibilidad técnica de fabricar el producto o prestar el servicio, y se determina el tamaño, localización, los equipos, las instalaciones y la organización requerida para realizar la producción.

(Fernando, 2008)

El estudio técnico “presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, la determinación de la localización óptima de la planta, la ingeniería del proyecto y el análisis organizativo, administrativo y legal” (Baca, 2010, p. Pág. 7)

Dentro de las dimensiones que se incluyen en un estudio técnico se encuentran: tamaño (magnitud o alcance del proyecto); localización (macro localización y micro localización); tecnología (la integración de medios, procedimientos y capacidades gerenciales para producir un bien o servicio); proceso productivo (pasos necesarios para transformar insumos en productos); ingeniería de proyectos (instalaciones, equipo y distribución de planta); costos (ejecución y operación); y organización (espacial, Procedimiento y división del trabajo). (Barahona, Estudio técnico, 2014)

#### **2.3.14. ESTUDIO FINANCIERO**

El estudio financiero consta de “elementos informativo cuantitativo que permiten decidir y observar la viabilidad de un plan de negocios, en ellos se integra el comportamiento de la operaciones necesarias para que un empresa marche y visualizando a su vez el crecimiento de la misma en el tiempo” (López Parra, Aceves López, Celaya Figueroa, & Beltrán Fraijo, 2008)

Dentro de este estudio se debe considerar las fuentes de financiamiento con la que ejecutará el proyecto, demostrar cómo será el flujo de fondos, indicadores de rentabilidad y análisis de sensibilidad para visualizar que tan sensible es el proyecto en diferentes escenarios.

## CAPÍTULO III. METODOLOGÍA

### 3.1. CONGRUENCIA METODOLÓGICA

La matriz de congruencia metodológica tiene como objetivo definir cuál será los pasos estratégicos a seguir para alcanzar los objetivos de la investigación. La matriz de congruencia es una herramienta que permite visualizar si hay o no hay congruencia entre las diferentes etapas de la investigación, desde el planteamiento del problema hasta la metodología a utilizar.

**Tabla 2 Matriz de Congruencia**

Título del Documento	Planteamiento del Problema	Preguntas de Investigación	Objetivo General	Objetivos Específicos
Centro de trabajo “Punto de Encuentro” en Tegucigalpa, Distrito Central, Francisco Morazán	¿Es pre-factible como oportunidad de negocio, desde el punto de vista de Mercado, Técnico y Financiero, la creación de un centro de trabajo dirigido a todas aquellas personas que requieran de un espacio físico, en Tegucigalpa, Francisco Morazán?	¿Es pre-factible la creación del Centro de trabajo “Punto de Encuentro”, desde el punto de vista de mercado? ¿Es pre-factible la creación del Centro de trabajo “Punto de Encuentro”, desde el punto de vista técnico? ¿Es pre-factible la creación del Centro de trabajo “Punto de Encuentro”, desde el punto de vista de financiero?	Los estudiantes de la Maestría de Administración de Proyectos tienen como objetivo determinar si es pre-factible desde el punto de vista del mercado, técnico y financiero la creación del Centro de trabajo “Punto de Encuentro” mediante el desarrollo de un plan de negocio, el cual será dirigido a estudiantes de Educación Superior y profesionales de Tegucigalpa, Municipio del Distrito Central, Francisco Morazán, iniciando en el trimestre I del 2016 y finalizando en el Trimestre II 2016.	Determinar la pre-factibilidad, desde el punto de vista de mercado, la creación del Centro de trabajo “Punto de Encuentro” analizando el mercado meta, competencia y estrategias de venta. Determinar la pre-factibilidad técnica para la creación del Centro de trabajo “Punto de Encuentro” mediante un estudio de localización, entorno y definición del servicio. Determinar la pre-factibilidad de la creación del Centro de trabajo “Punto de Encuentro” desde el punto de vista financiero analizando variables de ingresos y costos. Realizar un plan de proyectos para la creación del Centro de trabajo “Punto de Encuentro”.

Variables	Unidad de Análisis	Unidad de Respuesta	Marco Teórico	Tipo de Investigación
<p>Estudio de Mercado Estudio Técnico Estudio Financiero</p>	<p>Estudiantes de Educación Superior y profesionales de Tegucigalpa, Municipio del Distrito Central, Departamento de Francisco Morazán.</p>	<p>Los estudiantes de las universidades y profesionales de Tegucigalpa, Municipio del Distrito Central, Departamento de Francisco Morazán.</p>	<p>La política económica en una “ley natural” que implicaba la no intervención del Estado y la competencia no limitada. (Adam Smith) La Pirámide de Maslow el cual represente las necesidades humanas de manera jerárquica, dividido en cinco categorías: fisiológicas, de seguridad, de afiliación, de reconocimiento y de autorrealización. (Abraham Maslow) La teoría del triángulo invertido se refiere a que todo proceso emprendedor combina tres componentes: el punto de apoyo es el emprendedor, quien necesita dos componentes adicionales para llegar: la idea de negocio con viabilidad de mercado, y el capital. Cuando un emprendimiento no es exitoso, siempre se debe a la falla de una de estas tres variables, o la combinación entre ellas. (Andy Freire) La estrategia es la capacidad que tiene ésta para competir en su medio económico. Se mide mediante la posición relativa que detenta la organización en relación a sus competidores. (Yolanda Bueno Hernández y Begoña Santos Urda)</p>	<p>Enfoque: Cuantitativa Alcance: Exploratorio Diseño: No Experimental -Transversal</p>

Fuente: Propia

### 3.1.1. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Esta sección describe y define, de manera general, las variables independientes y las dependientes, con el fin de demostrar la relación entre las mismas y qué técnica será utilizada para medir cada una de ellas.

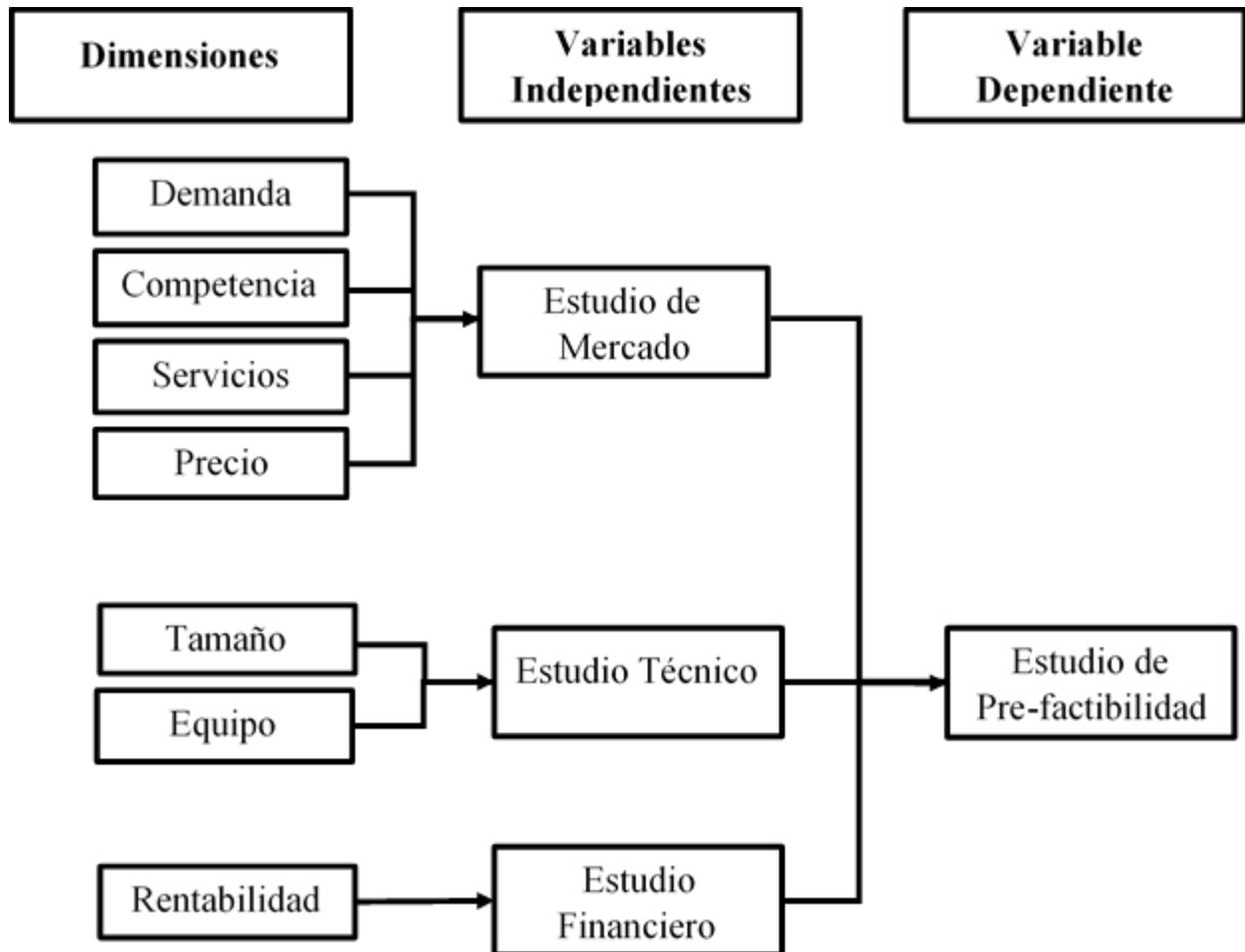


Figura 1 Diagrama de Variables

**Tabla 3 Operacionalización de las Variables**

Variable Independiente	Definición		Dimensión	Indicador	Preguntas
	Conceptual	Operacional			
Estudio de Mercado	Determinación del mercado potencial que utilizará un servicio o consumirá un producto y las necesidades que tiene ese mercado.	Análisis y estudio sobre la demanda, oferta, precio y promoción. Cantidad de personas que asistirán al centro de trabajo, mediante encuestas aplicadas.	Demanda	Nivel de aceptación por parte de los clientes.	1. ¿Actualmente estudia o trabaja? 2. ¿Realiza trabajos en equipo? 7. ¿Asistiría a un centro de trabajo que cuente con todos los recursos físicos y servicios que usted necesita?
			Competencia		3. ¿Cómo es su forma de reunirse con sus compañeros? 6. ¿Para realizar sus trabajos o proyectos en equipo que lugares frecuentan para reunirse?
			Servicios		9. ¿Qué servicios le gustaría que tuviera el Centro de trabajo? (Seleccione un máximo 5). 10. ¿Qué horario de atención le gustaría que tuviera el Centro de trabajo?
			Precio		4. ¿Con que frecuencia se reúne con sus compañeros para efectuar reuniones de trabajo? 5. ¿Cuántas horas dedica a las reuniones de trabajo? 11. ¿Cuánto estará dispuesto a pagar por el alquiler de cubículos? (Precio por Hora). 12. ¿Cuánto estará dispuesto a pagar por el alquiler de salas de conferencia?

Variable Independiente	Definición		Dimensión	Indicador	Preguntas
	Conceptual	Operacional			
Estudio Técnico	Determinar si es pre-factible fundar la empresa desde el punto de vista técnico en el cual se incluye tamaño, ubicación y costo de implementación.	Determinación del tamaño, distribución y ubicación estratégica de la empresa y el costo de implementación, utilizando técnicas de observación y realizando cotizaciones.	Tamaño	Costos presupuestados y espacio físico.	Entrevista a expertos
			Equipo		8. ¿Cuáles son los recursos físicos que requiere para el desarrollo de sus trabajos u/o proyectos? Enumere del 1 al 8, considerando 1 el más importante.
Estudio Financiero	Elegir el camino más accesible y económico para colocar la empresa.	Determinar el rendimiento de los recursos y recuperación de la inversión.	Rentabilidad	Indicadores financieros sobre la rentabilidad (VAN, TIR)	Flujo de caja
Variable Dependiente	Definición		Dimensión	Indicador	Preguntas
	Conceptual	Operacional			
Estudio de Pre-factibilidad	Es el primer paso que se debe realizar para la creación de una nueva empresa o proyecto.	Es la base para determinar si crea la empresa o ejecutar el proyecto es pre-factible o no.		Factibilidad del estudio de mercado, técnico y financiero	

Fuente: Propia

### 3.2. ENFOQUE Y MÉTODOS

El tipo de investigación científica es de tipo cuantitativa ya que se pretende validar datos, desde la observación, comprobación (aplicación de encuestas) y experiencia (entrevistas a expertos), por medio de la medición numérica y realizando análisis estadísticos para poder determinar la pre-factibilidad del centro de trabajo “Punto de Encuentro”. Según el tipo de conocimiento previo usado en la investigación es de tipo científica ya que se aplicará un instrumento para poder realizar los diferentes estudios. De acuerdo el tipo de pregunta de investigación el alcance es de tipo teórica descriptivas predictivas, no causales, ya que se pretende decir como es la realidad y según la naturaleza del objetivo de estudio es de tipo formal (Mejía E., 2005).

Las variables independientes para el “Centro de trabajo “Punto de Encuentro”” son estudio de mercado, técnico y financiero y la variable dependiente es estudio de pre-factibilidad.

El estudio de pre-factibilidad “profundiza la investigación, y se basa principalmente en información de fuentes secundarias para definir, con cierta aproximación, las variables principales referidas al mercado, a las alternativas técnicas de producción y a la capacidad financiera de los inversionistas” (Nassir & R., 2003, p. Pág. 18).

El estudio de mercado pretende investigar el producto o servicio, demanda, precio o costo, comercialización y materia prima (Barahona, Estudio de Mercado, 2014). El estudio técnico “presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, la determinación de la localización óptima de la planta, la ingeniería del proyecto y el análisis organizativo, administrativo y legal” (Baca, 2010, p. Pág. 7). El estudio financiero consta de “elementos informativo cuantitativo que permiten decidir y observar la viabilidad de un plan de negocios, en ellos se integra el comportamiento de la operaciones necesarias para que un empresa marche y visualizando a su vez el crecimiento de la misma en el tiempo” (López Parra, Aceves López, Celaya Figueroa, & Beltrán Fraijo, 2008).

### **3.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

El diseño de la investigación pretende determinar el proceso que se llevará a cabo para obtener los resultados del estudio de pre-factibilidad. En esta sección se determinará la población y muestra que será analizada por medio de encuestas con el fin de contestar y sustentar las preguntas de investigación y objetivos de la Tesis “Centro de trabajo “Punto de Encuentro””.

#### **3.3.1. POBLACIÓN**

La población objeto de estudio para el centro de trabajo “Punto de Encuentro”, fueron todas aquellas personas que tengan la necesidad de un espacio físico para desarrollar algún trabajo. El mercado meta potencial identificado son las personas que laboran y los estudiantes de Educación Superior, ya que ellos, por sus reuniones y trabajos académicos, necesitan un espacio físico para realizarlos. Por lo que la población que se consideró para aplicar el instrumento fueron la población económicamente activa y la población universitaria de Honduras.

Según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE) del 2014 la población económicamente activa del Municipio del Distrito Central es de 510,516 personas y Según datos de Honduras en Cifra la población de Educación Superior en el municipio del Distrito Central para el 2014 es de 71,585 personas, dando una población total de 582,101 personas. (Ver anexo 1)

### 3.3.2. MUESTRA

La muestra que se analizó es de tipo probabilística ya que todas las personas que requieren de un espacio físico participaron elaboración de encuesta, enfocándose principalmente en los estudiantes de Educación Superior y profesionales, ya que ellos requieren de un espacio en la cual puedan elaborar sus trabajos y reuniones. La muestra se obtuvo utilizando la siguiente ecuación:

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 N p q}{e^2 (N - 1) + Z_{\alpha}^2 p q}$$

Valor de $Z_{\alpha}$	1,15	1,28	1,44	1,65	1,96	2,24	2,58
Nivel de confianza	75%	80%	85%	90%	95%	97,5%	99%

#### Figura 2 Ecuación para el cálculo de la muestra

Fuente: (Levine, Krehbiel, & Berenson, 2006)

Donde:

n= tamaño necesario de la muestra; Z= margen de confiabilidad; p= probabilidad de que el evento ocurra; q= probabilidad de que el evento no ocurra; e= error de estimación; N= tamaño de la muestra.

De conformidad con el informe anual Honduras en Cifras 2012-2014, publicado por el Banco Central de Honduras, la población universitaria en el Distrito Central fue de 71,585 y la población económicamente activa en el Distrito Central fue de 510,516 por lo que el tamaño del universo es de 582,101 personas. El porcentaje estimado de la muestra (heterogeneidad) es del 50% ya que no existen marcos de muestreo previos se utiliza un porcentaje estimado del 50% el cual significa la certeza de ocurrencia y el otro 50% es la certeza de que no ocurra (Hernández Sampieri, 2014, pág. 179). El error máximo aceptable (margen de error) es del 5% y el nivel de confianza es del 95% .

$$n = \frac{1.96^2 \times 582,101 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2 (582,101 - 1) + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = 383.907 \sim 384$$

Al ingresar los datos en la formula anterior, el cálculo de la muestra es de 384 personas que deben ser encuestadas.

### **3.3.3. UNIDAD DE ANÁLISIS**

La unidad de análisis es la que se pretende estudiar y se encuentra establecida en el planteamiento del problema. La unidad de análisis para esta investigación fueron los estudiantes de Educación Superior, la cual tiene una población de 71,585, como se muestra en la tabla anterior y la población económicamente activa, la cual es una población de 470,256. Ambas poblaciones son datos del Municipio del Distrito Central, Francisco Morazán.

### **3.3.4. UNIDAD DE RESPUESTA**

La unidad de respuesta son todas aquellas personas que brindaron información al contestar las encuestas, la cual fueron estudiantes de Educación Superior y profesionales. Dicha información será utilizada para elaborar principalmente el estudio de mercado, pero a su vez ayuda a conformar parte del estudio técnico. Además de las encuestas, se realizó una entrevista a un arquitecto para poder definir las dimensiones de las instalaciones del centro de trabajo “Punto de Encuentro”. Las unidades de respuestas se obtuvieron en el Municipio del Distrito Central, Departamento de Francisco Morazán.

## **3.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS APLICADOS**

Los instrumentos y técnicas fueron utilizados en esta investigación para recolectar datos y analizarlos con el fin de definir elementos importantes en el estudio de mercado y parte del estudio técnico, que serán realizados ya que éstos deben estar vinculados con los objetivos de la investigación.

### **3.4.1. INSTRUMENTOS**

Los instrumentos que se utilizaron en esta investigación fueron: primero la encuesta, conformada por 15 preguntas (ver anexo 3), con el fin de obtener la información necesaria para elaborar el estudio de mercado y parte del técnico. Dichas preguntas se refirieron a las dimensiones, tal y como se especifica en la tabla de operacionalización de variables (ver tabla 3). Segundo la entrevista a un arquitecto en el cual se realizaron preguntas técnicas en cuanto a la distribución de espacio físico, dicha información se utilizó para realizar el estudio técnico.

Hernández Sampieri (2014) sugiere que los datos que fueron obtenidos por parte de la unidad de respuesta deben tener confiabilidad y validez. La confiabilidad se obtuvo mediante el método de formas alternativas o paralelas y la validez es de acuerdo al contenido ya que mide todas las dimensiones por el cual fue diseñado el instrumento.

### **3.4.2. TÉCNICAS**

Para obtener el instrumento final de la encuesta se realizó una prueba piloto, al aplicar la encuesta a 21 personas comprendidas en estudiantes de Educación Superior y profesionales del Distrito Central, de las cuales se recibió retroalimentación para mejorar el instrumento. Luego se se aplicó el instrumento final a un total de 384 encuestas, cantidad que fue establecida por la calculadora estadísticas de NETQUEST, a estudiantes de Educación Superior y profesionales en empresas del Distrito Central.

La entrevista fue realizada al Arquitecto Gabriela Zúniga Fú y su estructura fue con preguntas abiertas. El fin principal de este instrumento fue conocer las dimensiones que se deben considerar para poder realizar la distribución de las instalaciones del centro de trabajo “Punto de Encuentro”.

Se utilizó la técnica de observación la cual tomó lugar en uno de los establecimientos de Espresso Americano de Tegucigalpa. Se realizó en este establecimiento ya que es una de las competencias indirectas más fuertes que tendrá el centro de trabajo “Punto de Encuentro”. Al utilizar esta técnica

se pudo observar cual es el proceso del servicio, cuales son las comodidades e incomodidades que tiene el cliente, en otras palabras observar lo que ofrece y no ofrece la competencia, para poder determinar la ventaja competitiva y conocer las necesidades que tiene todas las personas que tienen la necesidad de un espacio físico para realizar sus trabajos y reuniones.

### **3.5. FUENTES DE INFORMACIÓN**

Las fuentes de información son las que proporcionaron sustento al documento de investigación. Las fuentes utilizadas para esta investigación fueron las primarias y secundarias. Las primarias son información de primera mano, incluye encuestas, entrevistas y libros no traducidos. Y las fuentes secundarias las cuales se incluyen revistas científicas, libros recopilados, tesis, (Hernández Sampieri, 2014).

#### **3.5.1. FUENTES PRIMARIAS**

Los datos obtenidos de las fuentes primarias en esta investigación fueron de las encuestas aplicadas a estudiantes de Educación Superior y profesionales en el Municipio del Distrito Central, siendo un total de 475 encuestas. Ver formato de encuesta en el anexo 3. Otra fuente de primera mano es la entrevista que se realizó a la Arquitecta Gabriela Zúniga Fú quien tiene el conocimiento de las dimensiones mínimas para realizar la distribución de las instalaciones. También se utilizaron libros, tanto físicos como electrónicos, principalmente los que han realizado estudios acerca de la formulación y evaluación de proyectos, ya que mencionan cómo se realiza un estudio de pre-factibilidad.

### **3.5.2. FUENTES SECUNDARIAS**

Las fuentes secundarias donde se recopiló información para ser utilizada en la investigación del centro de trabajo “Punto de Encuentro” fueron datos estadísticos del Instituto Nacional de Estadística (INE) y Honduras en Cifras elaborado por el Banco Central de Honduras. Otras fuentes secundarias en la cual se accedieron para obtener información fueron tesis, blogs, páginas de Internet e informes electrónicos.

## **CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS**

Este capítulo contiene el análisis de los instrumentos utilizados y además contiene la descripción detallada de todos los estudios que comprenden el análisis de pre-factibilidad, el cual incluye el estudio de mercado, técnico y financiero para determinar, si es pre-factible o no, la implementación del centro de trabajo “Punto de Encuentro”.

### **4.1. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO**

El centro de trabajo “Punto de encuentro” es un Negocio con fines de lucro el cual consiste en brindar un espacio físico a los estudianta y/o profesionales los cuales tengan la necesidad de un entorno tranquilo para desarrollar trabajos individuales o grupales en un lugar que cumpla con características que favorezcan la concentración como ser un espacio amplio, laminación adecuada y poco ruido.

Con la implementación del proyecto además del espacio físico se proporcionará el equipo tecnológico necesario para que se puedan lograr resultados más eficientes y eficaces.

Los beneficiarios directos de Punto de Encuentro serán los estudiantes y profesionales que se encuentran en Tegucigalpa Municipio del Distrito Central, Departamento de Francisco Morazán, población que desempeña actividades académicas en las distintas universidades de la capital y profesionales que realizan trabajos en empresas públicas y/o Privadas.

El consumidor final adquirirá el servicio visitando Punto de Encuentro a través del alquiler de cubículos o sala de conferencias, así mismo se contara con otros servicios como ser alquiler de computadoras, proyectores entre otros. El horario de atención al cliente será de 24 horas, los 7 días a la semana, considerando el 90% de la utilización del espacio quedando el 10% para limpieza y mantenimiento de las instalaciones y el equipo.

## 4.2. DEFINICIÓN DEL MODELO DE NEGOCIOS

El modelo de Negocio del Centro de trabajo “Punto de Encuentro” es denominado competencia Monopolista ya que existen empresas que ofrecen servicio similar sin embargo no es idéntico.

Para Paul Krugman, Robin Wells y Martha Olney en su libro Fundamentos de la economía denomina la competencia monopolística como una estructura de mercado en la que hay muchas empresas competidoras en una industria, cada productor vende su producto o servicio diferenciado y hay una libre entrada y salida de la industria.

Se definió este tipo de modelo bajo el fundamento que se venderá un servicio similar al de otras empresas pero no idéntico como lo define Gregory Mankiw en su libro principios de la economía.

Entre las características del modelo está la diferenciación de precios permitiendo la libertad de establecer precios mayor o menor a lo que se encuentra en el mercado, por lo tanto el precio es mayor al costo marginal ya que la empresa tiene cierto poder de mercado. (Mankiw, 2012)

El modelo permite que se establezcan diferenciales de precio lo que permite al consumidor final unir los bienes más satisfactorios que están disponibles con el dinero que pueden gastar.

### 4.3. ESTUDIO DE MERCADO

En el presente estudio se muestran los resultados de la investigación efectuada en el mercado realizada en el mes de Mayo del año 2016; el objetivo de dicho estudio es determinar si es pre-factible mercadológicamente la creación del Centro de trabajo “Punto de Encuentro” mediante el análisis del mercado , se identifica la existencia de un mercado potencial para la apertura del centro de trabajo el cual contara con espacio disponible para reuniones académicas o laborales en la ciudad de Tegucigalpa municipio del Distrito Central. Se analizó las dimensiones de producto, promoción, calidad, oferta, demanda, servicio y precio.

Las encuestas fueron aplicadas a clientes potenciales que requieren de un espacio de trabajo y en su mayoría fue a estudiantes y profesionales, durante la recolección de información se aplicaron encuestas electrónicas por medio de los formularios de Google Drive, así mismo se aplicaron en físico en Esspreso Americano el cual se consideró un punto estratégico.

Se aplicó un total de 475 encuestas entre hombres y mujeres, a continuación se presenta un análisis demográfico por género identificando el ingreso económico, edad y ocupación.

La población femenina encuestada fue de 309 de las cuales 150 tienen un ingreso salarial de L.15, 000.01 representada por el 49 %, Así mismo se encuestó a 99 mujeres que tienen un ingreso de L.0.00 a L.5, 000.00 representando el 32 %, la población del 19 % restante tienen ingresos entre L.5, 000.01 a L.15, 000.00

La población masculina encuestada fue de 166 personas de los cuales 63 tienen un ingreso salarial mayor de L.15,000.01 y 53 cuentan con un ingreso de L.0.00 a L.5,000.00 haciendo un total del 70 % , las encuestas restante corresponden al 30% de los hombres que reciben un ingreso salarial entre los rangos de L.5,000.01 a L.15,000.00. Con ello se concluye que se recibió mayor respuesta por parte del sexo femenino que del masculino sin embargo en ambos casos coincide que el porcentaje mayor de los encuestados tienen ingresos mayores de L.15, 000.01 en adelante entre edades de 17 a 34 años.

A continuación se presenta gráfica que demuestra la cantidad de personas que realizan trabajos en equipo.



**Figura 3 Personas que realizan trabajos en equipo**

Representativamente el 90 % de los encuestados es en el mercado meta al cual va dirigido el servicio ya que son las personas que realizan reuniones de trabajo, el 10 % restante no se reúne en equipo por lo tanto es un mercado que le resulta poco necesario un espacio físico para reuniones.

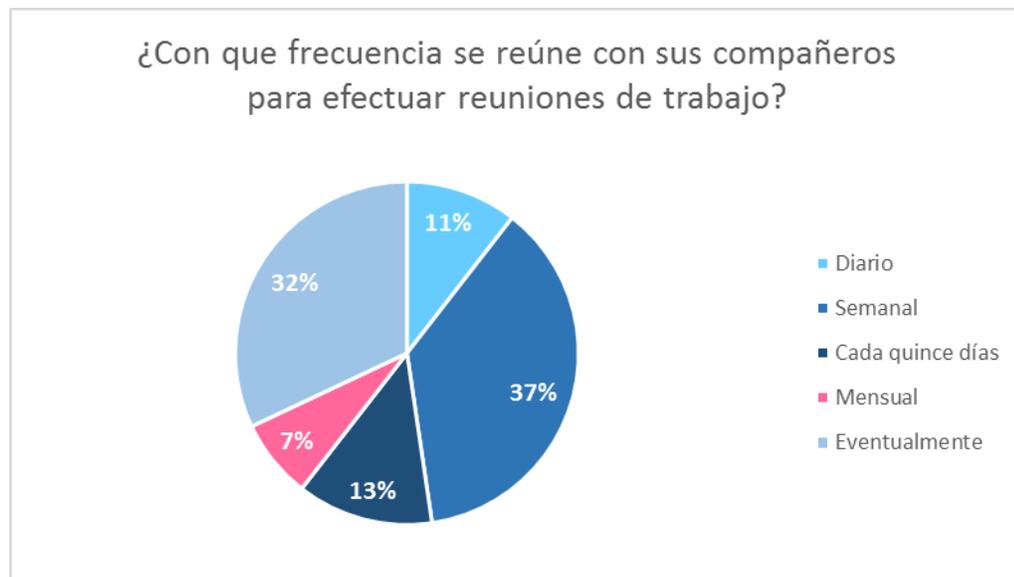
#### **4.3.1. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA**

En el siguiente apartado se define la competencia directa e indirecta para el centro de trabajo "Punto de Encuentro" en la cual podemos definir como competencia las empresas que ofrecen productos o servicios iguales o similares a los que proporciona el mercado.

#### 4.3.1.1. INDUSTRIA

La creación de un espacio para un centro de trabajo “Punto de Encuentro” tiene un crecimiento potencial, actualmente las universidades brindan un servicio similar, sin embargo la población también lo busca fuera de ellas.

Un factor importante a determinar es la frecuencia con la que se realizan reuniones de trabajo por lo tanto a continuación se presenta los resultados generados por los encuestados.



**Figura 4 Tabla de frecuencia de reuniones de trabajo**

El presente gráfico refleja la frecuencia con la que se reúne la población encuestada que realiza reuniones de trabajo, de 428 personas que se sometieron a la encuesta 159 se reúnen semanalmente obteniendo el 37.1 %, seguido por las reuniones eventuales realizadas por 137 encuestados con un porcentaje de 32 %, 55 contestaron que se reúnen cada quince días con un 12.9 % y finalmente de forma mensual se reúnen 32 personas con un 7.5 %.

Se concluye que el centro de trabajo “Punto de Encuentro” podría tener una asistencia semanal debido a la frecuencia de reuniones que tienen los encuestados.



**Figura 5 Horas dedicadas a reuniones de trabajo**

Con el presente gráfico se concluye que de los 428 encuestados 234 invierten un tiempo de 1 a 2 horas generando un 55 %, 148 respondieron que invierten de 3 a 4 horas con un porcentaje de 34 % y 46 se reúnen más de 4 horas proyectando un porcentaje de 11 % .

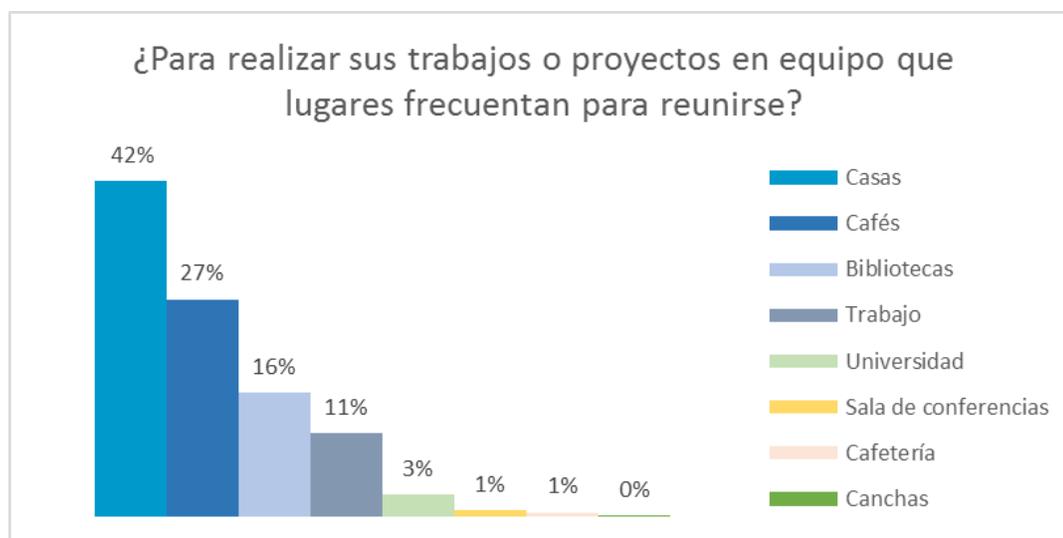
#### **4.3.1.2. COMPETENCIA DIRECTA E INDIRECTA**

Se define como competencia directa la que consiste en brindar productos o servicios similares y la competencia indirecta es la que está formada por productos sustitutos o los que actualmente no son competidores sin embargo pueden serlo a futuro. (Rivera.J & Garcillan.G, 2007)

La competencia directa: el centro de trabajo “Punto de Encuentro”, en la actualidad se considera como pionero en implementar un espacio físico dirigido especialmente a las personas que requieren de un lugar para realizar reuniones de trabajo.

La competencia indirecta del centro de trabajo son los lugares sustitutos utilizados por los estudiantes y/o profesionales para realizar reuniones académicas o laborales, de las cuales mediante

la encuesta implementada se identificó el lugar más frecuente para reunirse. (Ver ejemplo en anexo 4).



**Figura 6 Lugares más frecuentes para realizar reuniones de trabajo**

En el presente grafico se demuestra que las casas son es el lugar más frecuente para realizar reuniones de trabajo con un 42 % seguido de los cafés obteniendo el 27 % y posteriormente las bibliotecas con un 16 %.

En los lugares de trabajo, universidades y salas de conferencia se generan el 15% de las reuniones de la población encuestada.

Para conocer los servicios que ofrece la competencia se realizó una técnica de observación la cual consistió en visitar los lugares más frecuentados según la encuesta como ser cafés y bibliotecas los cuales generaron el 43% encuestado.

El análisis se realizó en tres cafés de la ciudad de Tegucigalpa Distrito Central; Espresso americano y Donkin Donuts los cuales fueron seleccionados por tener más puntos de venta y Mundo literario por ser una cafetería que tiene un valor agregado con la venta de libros y revistas.

Se realizó tres visitas a cada uno de los centros de servicio en horarios de 10:00 am, 2:00 pm y 7:00 pm los días 17, 18 y 19 de Mayo con el objetivo de identificar qué servicios proporcionan, tipo de tecnología, tipo de mobiliario y comodidad los cuales son factores determinantes con los que se desea competir e identificar tipo de cliente se atiende según la hora.

Con la investigación realizada en Espresso Americano bulevar Suyapa se concluye que los clientes que visitan el lugar en horario matutino en su mayoría es para realizar compras de productos de repostería y bebidas rubro al cual está dedicado el negocio, en horario de la tarde reciben clientela en su mayoría entre las edades de 16 a 22 años aproximadamente con apariencia de estudiantes y que adicionalmente portan equipos electrónicos como ser computadoras portátiles o tabletas, adquieren productos y utilizan los espacios del comercio.

Por la noche Espresso Americano recibe mayor clientela adulta, se observó que en la mayoría de las mesas habían más de 4 personas reunidas con equipos electrónico y el área especial de trabajo se encontraba un 80% cubierta, entre las desventajas identificadas en dicho horarios es que el local cierra a las 9:00 pm obligando a la clientela a desalojar el lugar, cuentan con sillas incómodas y el personal tiene poco tacto para atender al cliente.

Donkin Donuts se visitó en los mismos horarios sin embargo en su mayoría los clientes visita el comercio para adquirir los productos, sin embargo por la noche es cuando se tiene mayor demanda del consumidor siendo en su mayoría personas entre las edades de 20 a 34 años, el local no dispone de equipo ni espacio adecuado para desarrollar reuniones de trabajo.

Mundo literario es una cafetería y librería la cual es pequeña en comparación con Espresso Americano y Donkin Donuts sin embargo entre ellos es el único que proporciona venta de libros, dicho comercio cuenta con un espacio reducido lo que dificulta la concentración para desarrollar una reunión de trabajo, la clientela que recibe en su mayoría es a buscar libros y adquirir los productos de repostería y bebidas que proporciona el comercio, el local cuenta con un área de muebles en un segundo nivel la cual se encuentra aislada de las demás mesas, espacio que es favorable para leer libros pero no reuniones.

Con la investigación de los tres cafés seleccionado se concluye que Espresso Americano es quien proporciona mayor servicio, tecnología y mobiliario más adaptables a las condiciones necesarias para poder realizar reuniones de trabajo.

A continuación se muestra una tabla resumen de los servicios que proporcionan los cafés que se observaron.

**Tabla 4 Análisis de observación de Cafés en Tegucigalpa**

<b>Cafés</b>	<b>Producto</b>	<b>Servicio</b>	<b>Equipo Electrónico para el cliente</b>	<b>Mobiliario</b>
Espresso Americano	Repostería y panadería Bebidas heladas y calientes	Internet Gratis Área especial de trabajo con adaptadores para conectar equipos electrónicos (Bulevar Suyapa)	Tabletas disponibles para los clientes.	Mesas para grupos grande Mesas individuales
Donkin Donuts	Repostería y panadería Bebidas heladas y calientes	Internet Gratis	No tienen disponible equipos electrónicos	Mesas para grupos grande
Mundo Literario	Repostería y panadería Bebidas heladas y calientes	Internet Gratis Venta de Libros y revistas	No tienen disponible equipos electrónicos	Mesas para grupos grande

Fuente: Propia

El 16% de la población se reúne en bibliotecas por lo tanto el análisis de observación se realizó en cuatro bibliotecas de la ciudad de Tegucigalpa, las cuales dos son privadas y fueron seleccionadas por contar con más de una cede perteneciente a la universidad y las dos restantes son públicas.

La Universidad Tecnológica de Honduras fue seleccionada por considerarse que cuenta con el equipo más tecnológico de Honduras, se observó que es una biblioteca amplia, disponibilidad de mesas, cubículos privados para facilitar la concentración y privacidad en las reuniones, la población meta son alumnos de UNITEC y CEUTEC.<sup>1</sup>

La Universidad Católica de Honduras cuenta con una biblioteca emplea la cual tiene disponibilidad de mesas para los alumnos, internet gratis y préstamo de libros y atiende únicamente alumnos de la universidad. La Universidad Nacional Autónoma de Honduras y la Biblioteca Nacional de Honduras pertenecen al estado y cuentan con disponibilidad de libros y espacio para realizar reuniones de trabajos.

A continuación se muestra una tabla resumen de los servicios que proporcionan las bibliotecas que se observaron.

**Tabla 5 Análisis de observación de Bibliotecas en Tegucigalpa**

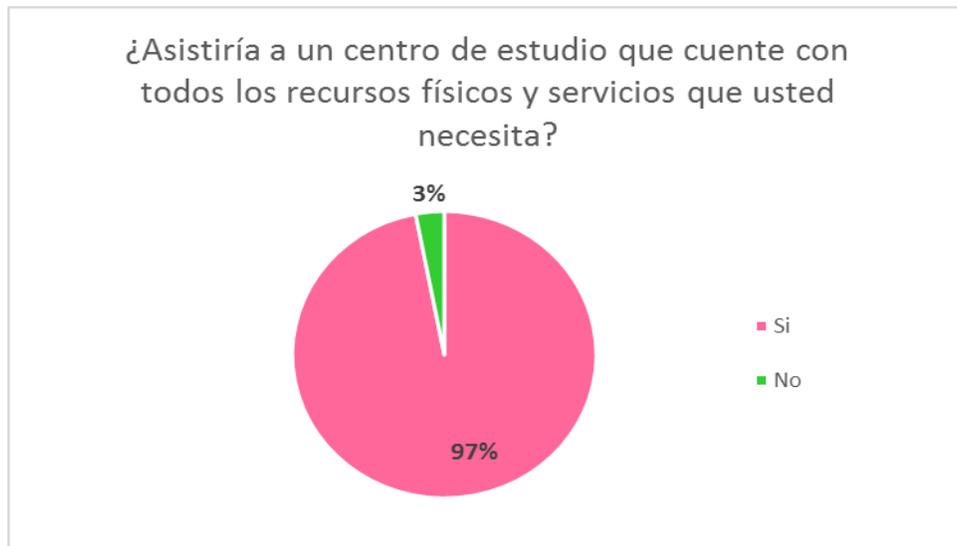
<b>Bibliotecas</b>	<b>Producto</b>	<b>Servicio</b>	<b>Equipo Electrónico para el cliente</b>	<b>Mobiliario</b>
Universidad Tecnológica de Honduras (UNITEC)	Venta de libros	Internet Gratis Préstamo de libros Espacio disponible para reuniones académicas Salas especiales para reuniones	Computadora para facilitar la búsqueda de libros.	Mesas para grupos grandes Cubículos individuales Pizarras
Universidad Católica de Honduras (UNICAH)	Venta de libros	Internet Gratis Préstamo de libros Espacio disponible para reuniones académicas	No tienen disponible equipos electrónicos	Mesas para grupos grandes
Universidad Autónoma de Honduras (UNAH)	Venta de Libros	Internet Gratis Préstamo de libros Espacio disponible para reuniones académicas	No tienen disponible equipos electrónicos	Mesas para grupos grandes

Fuente: Propia

<sup>1</sup> CEUTEC: Centro Universitario Tecnológico

### 4.3.2. ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR

En el siguiente apartado se describe el mercado meta del centro de trabajo “Punto de Encuentro”, se analizó el perfil del consumidor conforme a las necesidades identificadas por los encuestados.



**Figura 7 Personas que están dispuestas a visitar el centro de estudio en Tegucigalpa**

Se concluye que de las 428 personas que si se reúnen para desarrollar trabajos en equipo el 97 % de la población encuestada manifestó que si asistiría al centro de Trabajo de los cuales el 65 % corresponde al sexo Femenino lo que se indica que se tendría mayor demanda de mujeres, el 3% restante de la población encuestada indico que no visitaría el centro.

#### **4.3.2.1. MERCADO META**

Según la investigación realizada se concluye que el mercado meta del centro de trabajo “Punto de Encuentro” está dirigido a las personas que tienen la necesidad de un espacio físico para desarrollar trabajos, ubicado en Tegucigalpa municipio del Distrito Central, Departamento de Francisco Morazán, se atenderá a una población femenina y masculina, de las cuales un 85 % tienen un rango de edad entre 17 a 34 años y el 15 % restante son mayores de 34 años.

El 32 % de la población que se atenderá estudia y trabaja y el 35 % únicamente trabaja, de toda esta población el 69 % reciben ingresos de L.15, 000.01 en adelante. El 33 % de nuestra población meta no recibe ingresos salarial ya que únicamente se dedican al estudio.

#### **4.3.3. ESTIMACIÓN DE TENDENCIAS DE MERCADO**

La Demanda es un factor fundamental para determinar el mercado potencial que podrá adquirir el servicio de un espacio para realizar trabajos. En este apartado se evaluó la demanda del servicio para solventar la necesidad final del consumidor.

Para realizar el cálculo se identificó por medio del instrumento que el 53 % de la población desea que el tiempo de atención sea horario extendido es decir 24 horas los 7 días a la semana, el 55 % de los encuestados dedica una a dos horas de su tiempo para realizar reuniones de trabajo, el 35 % invierte de tres a cuatro horas y el 10 % restante más de cuatro horas.

En el estudio técnico se determinó que se tendrá un total de 446.98 m<sup>2</sup> entre las áreas de estudio, cubículos individuales, cubículos grupales y salas de conferencia cubriendo un total de 118 personas.

Por lo tanto se realizó un cruce de variables donde se identificó que cuando se atiende al 100% de su capacidad máxima, se contará con 21,899 personas diarias. Cabe aclarar que los primeros 3 meses de operación, se contará con el 50% de su capacidad máxima.

**Tabla 6 Cálculo de la demanda**

<b>Espacio</b>	<b>Área (m2)</b>	<b>Cantidad de Personas</b>	<b>Horas promedio/semana</b>	<b>Demanda diaria de clientes</b>	<b>Demanda semanal de clientes</b>	<b>Demanda anual de clientes</b>
Área de Estudio	31.50	12	2	96	672	32,928
Cubículos Individuales	91.35	8	2	48	336	16,464
Cubículos Grupales	248.28	78	3	560	3920	192,080
Sala de Conferencia	75.85	20	4	3	15	735
<b>Total</b>	<b>446.98</b>	<b>118</b>	<b>11</b>	<b>707</b>	<b>4943</b>	<b>242,207</b>

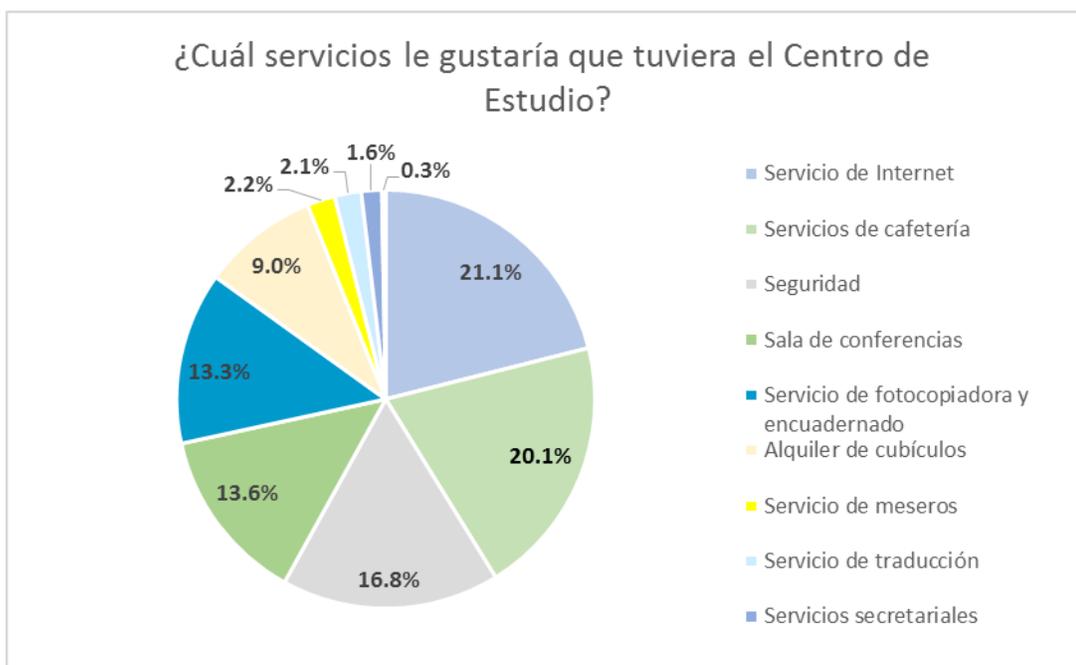
#### 4.3.4. ESTRATEGIA DE MERCADO Y VENTAS

En este apartado se determinó la estrategia de mercado a utilizar detallando el servicio a brindar y el método de publicidad a utilizar.

##### 4.3.4.1. SERVICIO

Para el centro de trabajo “Punto de Encuentro” cumplir con las necesidades del consumidor final es el enfoque principal con el cual se busca conseguir la satisfacción del cliente proporcionando un espacio adecuado y las condiciones necesarias para desarrollar reuniones de trabajo.

Por lo tanto en el instrumento se consultó a los encuestados cuales serían los servicios con los que le gustaría contar y se obtuvo los siguientes resultados.



**Figura 8 Servicios requeridos en el centro de trabajo**

Se tomó en cuenta la opinión reflejada por el encuestado por lo tanto se ofrecerá los servicios de internet, un área de cafetería, cubículos grupales e individuales , salas de conferencia, área de servicios especiales y seguridad en las instalaciones.

El servicio principal a ofrecer es un espacio con las condiciones necesario para concentración. Iluminación adecuada, privacidad, equipo tecnológico, mobiliario cómodo y un ambiente tranquilo para desarrollar reuniones grupales o asistencia individual.

El Internet a ofrecer en un factor importante ya que contara con la velocidad necesaria para que el consumidor final no tenga problemas de conectividad y el costo por uso estará incluido en el alquiler de los espacios a solicitar.

El área de cubículos grupales estará disponibles para las personas que deseen realizar reuniones, se dispondrá de 12 salas las cuales tendrán un espacio adecuado para la comodidad para cada uno de los integrantes, el cubículo incluirá la mesa y sillas para los miembros del equipo los cuales dependiendo de la cantidad será la asignación de la sala ya que se dispondrá de 8 salas para grupos no mayores de 6 personas y 4 salas para grupos no mayores de 8 de las cuales dos de ellas las dividirá una pared corrediza para aquellos grupos mayores de 8 personas con un máximo de 16 integrantes del equipo, adicionalmente podrá alquilar equipos tecnológicos los cuales serán fáciles de adaptar a las salas como ser: computadoras, cámaras Web, Micrófonos y proyectores, equipo que se consideró necesario por el consumidor a través del instrumento.

Se tendrá disponible una sala de conferencia para reuniones especiales con capacidad máxima de 20 personas, dicha sala tendrá incluido un equipo tecnológico de alta calidad como ser: Proyector, pantalla, teléfono, videocámara y televisor pantalla plana, los cuales son elementos fundamentales para poder realizar reuniones presenciales y virtuales.

Habrá un área disponible para grupos que no requieran privacidad la cual contara con cuatro espacios con muebles y pizarra cada uno, este lugar permitirá al cliente exteriorizar sus ideas y plasmarlas en las pizarras así mismo teniendo la comodidad que proporciona un mueble.

Para la población que simplemente busca un lugar tranquilo y cómodo para desarrollar trabajos individuales se dispondrá de un área de 8 cubículos personales, cada uno contara con su silla reclinable, brazo espacial para colocar objetos como ser computadoras portátiles o libros y una mesa para colocar pertenencias que lleve el cliente.

El centro de trabajo contara con un área de fotocopiadora y servicios secretariales disponibles para los clientes los cuales los cuales tendrán un costo por uso. Adicionalmente se tendrá un área de cafetería común para todos los clientes que visiten el local en el cual podrán adquirir productos de repostería y bebidas heladas o calientes. Al cliente se le dará atención inmediata, servicio de calidad, estacionamiento y seguridad tanto dentro como fuera de las instalaciones.

#### **4.3.4.2. PUBLICIDAD**

La publicidad es un factor importante para dar a conocer el centro de trabajo con el objetivo que se conozcan los beneficios que ofrece el centro, por lo tanto se establecerá una estrategia de marketing la cual consistirá en publicidad a través de redes sociales seleccionando Facebook, Twitter e Instagram ya que son sitios que permiten la interacción inmediata con el cliente, la cual será administrado y controlada diariamente por el personal del local publicando cada una de las promociones que se vayan generando.

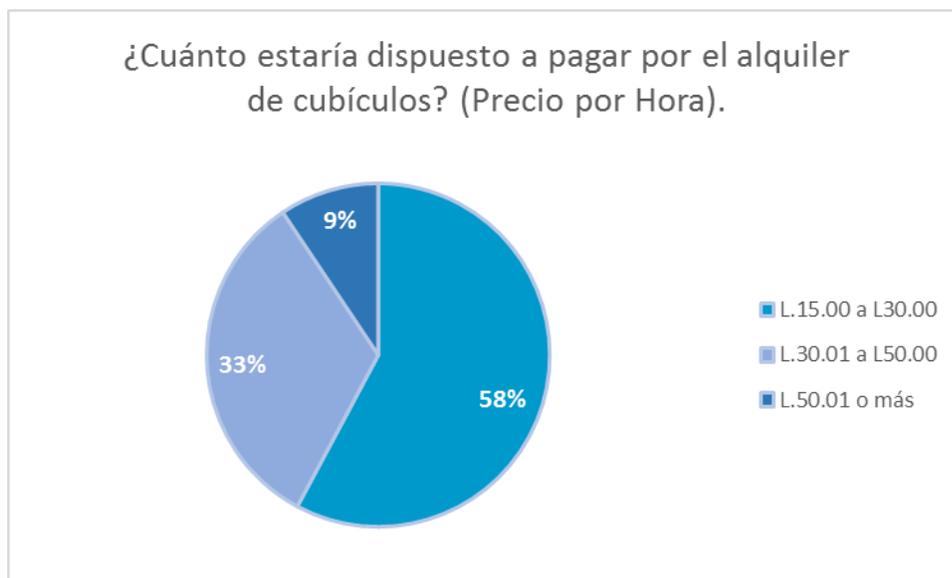
Se establecerá un plan de promociones con el fin de beneficiar al consumidor final como se descuento del 15% a los estudiantes que presenten su carnet al visitar las instalaciones, descuentos en días especiales como ser día del maestros, del estudiante, del contador entre otros.

#### **4.3.4.3. PLAZA**

La ubicación del centro de trabajo “Punto de Encuentro” estará en la colonia Miramontes antiguo local del centro comercial Unicentro, el cual fue seleccionado por considerarse un punto estratégico de acuerdo a factores como seguridad, tamaño accesibilidad entre otros, los cuales se detallan en el estudio técnico.

#### 4.3.4.4. PRECIO

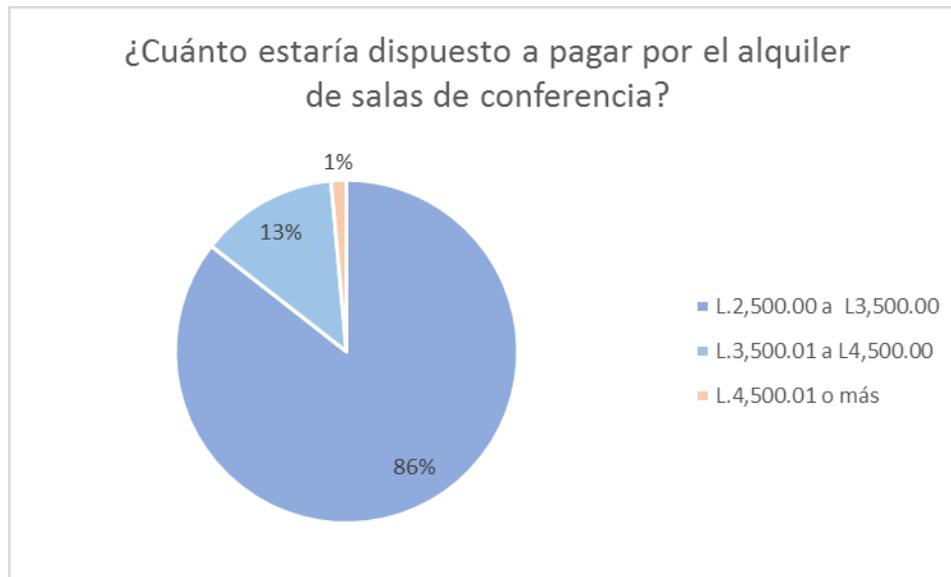
Punto de Encuentro proporciona un espacio físico para poder desarrollar actividades laborales, por lo que se le pregunto a la población encuestada cuanto está dispuesto a pagar por el alquiler de cubículos y salas de conferencias generando los siguientes resultados.



**Figura 9 Precio que el consumidor está dispuesto a pagar por cubículos**

De las 415 personas que si asistirán al centro de estudio 240 clientes están dispuestos a pagar un máximo de L.30.00 por hora para la utilización de los cubículos representando un 58 % de la población, 136 personas pagarían un monto de L.30.01 a L.50.00 siendo el 33 % de la población y el 10 % restante está dispuesto a pagar más de L.50.01 para la utilización de los cubículos.

A continuación se representan los resultados generados por el instrumento en el cual indica cuanto está dispuesto a pagar el consumidor final por salas de conferencias.



**Figura 10 Precio que el consumidor está dispuesto a pagar por la sala de conferencia**

Se concluye que 355 clientes están dispuestos a pagar un máximo de L.3,500.00 por sala de conferencia representando un 86 % de la población, 54 personas pagarían un monto de L.3,500.01 a L.4,500.00 siendo el 13 % de la población y el 1% restante está dispuesto a pagar más de L.4,500.01 para la utilización de los cubículos.

Por lo tanto para determinar costo por servicio se estableció según precio dispuestos a pagar por el consumidor final, en el cual se concluye que el área de estudio tendrá un costo de L.20.00 por personas, los cubículos individuales y grupales L.30.00 por persona y la sala de conferencia un costo de L.3, 000.00 por tres horas de uso, por lo tanto que si se cuenta con una cantidad de 896 clientes diarios se proyecta un ingreso total diario de L.116, 262.86.

**Tabla 7 Precios establecidos**

<b>Espacio</b>	<b>Área (m2)</b>	<b>Clientes Diarios</b>	<b>Precios por Hora/Persona en el día</b>	<b>Precio Fijo</b>	<b>Precio por persona a la semana</b>
Área de Estudio	31.5	144	L 20.00	-	L. 2,800.00
Cubículos Individuales	91.35	96	L 30.00	-	L. 4,200.00
Cubículos Grupales	248.28	640	L 30.00	-	L. 4,410.00
Sala de Conferencia	75.85	16	-	L 3,000.00	L. 252,000.00
<b>Total</b>	<b>446.98</b>	<b>896</b>	<b>L 80.00</b>	<b>L 3,000.00</b>	<b>L. 263,410.00</b>

#### **4.4. ESTUDIO TÉCNICO**

En este estudio se determinará el cómo, cuándo, dónde y con que se va ofrecer el servicio, con el objetivo de establecer el funcionamiento y operación de la empresa. Dentro de las salidas que se obtendrá de este estudio se encuentra el diseño, el tamaño, ubicación, instalaciones, planificación y estructura organizacional para poner en marcha el servicio.

##### **4.4.1. DISEÑO DEL SERVICIO**

###### **4.4.1.1. INSTALACIONES DEL SERVICIO**

El tamaño es la magnitud del proyecto, en la cual se determinará la capacidad ideal que debe tener el centro de trabajo “Punto de Encuentro” para poder atender la demanda potencial. Se debe tomar en cuenta que el tamaño del proyecto debe tener diferentes espacios físicos para poder atender las diferentes necesidades y comodidades de los estudiantes de Educación Superior y profesionales.

El centro de trabajo “Punto de Encuentro” tendrá una capacidad de atender a todas aquellas personas que requieran de un espacio físico, principalmente a estudiantes de Educación Superior y profesionales, con una cantidad máxima de 21,899 personas al día. Se tomó en consideración la demanda para poder determinar la capacidad instalada como punto de partida.

Los factores determinantes son la demanda y la materia prima disponible. En cuanto a la demanda, el mercado meta al cual va dirigido el servicio, son los estudiantes de Educación Superior y profesionales de Tegucigalpa, Municipio del Distrito Central, Francisco Morazán. En cuanto a la materia prima el centro de trabajo “Punto de Encuentro” tendrá la cantidad y calidad de equipo necesario para cubrir las necesidades del mercado como ser: computadoras, proyector, fotocopidora, impresora, equipo para encuadernados e internet wi-fi.

Los factores condicionantes son la disponibilidad de mano de obra, tecnología y espacio físico. En cuanto a la mano de obra, los profesionales y el personal que integraran el centro de trabajo “Punto de Encuentro” deberán cumplir con el perfil específico de acuerdo al área a la cual será asignado. La tecnología a utilizar es media, ya que solo se necesitará contar con computadoras portátiles, software, impresoras, entre otros.

La optimización del espacio físico para el centro de trabajo es indispensable, ya que se contarán con áreas para sala de conferencia, cubículos grupales, cubículos individuales, cafetería, área social, fotocopidora y encuadernado y estacionamiento. El centro de trabajo “Punto de Encuentro” estará capacitado para atender a 21,899 personas diarias que requieran de un espacio físico, considerando que éste es el número necesario para cubrir costos, gastos operacionales y ganancias. La construcción del centro de trabajo “Punto de Encuentro” tendrá un área de 925.20m<sup>2</sup>, las cuales son apropiadas para brindar un servicio de calidad y así cubrir las necesidades y expectativas de los clientes. Los espacios físicos serán distribuidos de la siguiente manera:

- Recepción: diseñado con un espacio de  $7.19\text{m}^2$ . Dicho espacio contará con todos los materiales y equipo necesario para realizar el registro de los clientes, ubicación de los mismos en el espacio solicitado, registro de alquiler de equipo, almacenamiento de equipo y efectuación del cobro correspondiente. Se incluye una sala de recepción con un área de  $7.75\text{m}^2$ .
- Oficina administrativa: será utilizada para la administración del centro de trabajo, en el cual se distribuye en un espacio para oficina de  $10.18\text{m}^2$ , un área para el RAK de  $1.43\text{m}^2$  y un baño de  $2.29\text{m}^2$ , dando un área total de  $13.90\text{m}^2$ .
- Área de estudio: estará conformado por  $31.50\text{m}^2$ , el cual tendrá 4 pizarras de formica y sillones para facilitar el estudio o explicación grupal.
- Cubículos individuales: en total son 8 cubículos en forma de "U", cada uno de  $5.25\text{m}^2$ , dando un área total de  $91.35\text{m}^2$ .
- Cubículos grupales: comprende dos tipos de cubículos, 8 para una capacidad máxima de 6 personas con dimensión de  $18\text{m}^2$  cada uno y 3 cubículos para 8 personas con dimensión de  $26.33\text{m}^2$  cada uno y uno cubículo para 8 personas de  $25.30\text{m}^2$ , 2 de ellos con paredes movibles, con el fin de optimizar el espacio que se requiera.
- Sala de conferencia: está diseñado con dimensión de  $74.39\text{m}^2$ , con una capacidad para 20 personas. Contará con equipo tecnológico como ser computadora, proyector, pizarra y micrófono.
- Baños: esta área contará con un baño para caballeros con un área de  $12.48\text{m}^2$  y uno para damas de  $12.41\text{m}^2$ . El baño de damas contará con 4 inodoros y 3 lavamanos y el de caballeros con 2 inodoros, 3 urinarios y 3 lavamanos. Ambos baños tendrá un espacio de inodoro para personas con capacidades especiales.
- Bodega: tendrá un área de  $4.89\text{m}^2$  el cual este espacio será utilizado para el almacenamiento del equipo de mantenimiento y limpieza.
- Estacionamiento: es de  $700\text{m}^2$  espacio suficiente para 40 vehículos.

Los espacios a ser alquilados a terceros serán:

- Área de cafetería: contará con un espacio para la cocina y mostrador de  $29.84\text{m}^2$ , destinado a la venta de bocadillos, postres y bebidas no alcohólicas; y un espacio de  $59.29\text{m}^2$  para mesas y sillas dando un área de  $89.13\text{m}^2$ .

- Área de fotocopidora y servicio secretariales: la dimensión destinada para esta área es de 13.90m<sup>2</sup>, la cual contará con el equipo necesario para brindar los diferentes servicios de fotocopiado, encuadernado y servicios secretariales, además contará con un armario para almacenar el equipo que será alquilado.

#### 4.4.1.2. LOCALIZACIÓN

La localización es uno de los factores importantes a ser considerados en cualquier tipo de negocio ya que debe estar situado en un punto estratégico, que esté lo más accesible al mercado. Por lo que la localización óptima del centro será seleccionada utilizando el método cualitativo por puntos el cual consiste en dar un valor ponderado, de acuerdo a la importancia de cada factor involucrado para la ubicación, seleccionando el que tengo el mejor puntaje.

La macro localización del centro de trabajo “Punto de Encuentro” en la ciudad de Tegucigalpa, Municipio del Distrito Central, Departamento de Francisco Morazán, Honduras.



**Figura 11 Macro Localización-Honduras**



**Figura 12 Macro Localización-Departamento de Francisco Morazán**

La micro localización será determinada mediante el método cualitativo, explicado anteriormente. Los factores que se tomarán en cuenta son: acceso al mercado para obtener la mayor afluencia de clientes en el centro de trabajo; servicios públicos ya que el centro debe contar con todos los servicios (energía eléctrica, agua potable, telefonía y alcantarillado sanitario) para los clientes se sientan a gusto; condiciones del edificio debe estar en buen estado y tener el espacio necesario para poder atender a todos los clientes; seguridad social; y costo de compra del edificio.

Las opciones que se consideraron para comprar la localización del centro de trabajo “Punto de Encuentro” son: Col. Lomas del Guijarro (antiguo local de Cafemania), Boulevard La Hacienda (antiguo local de Applebee’s) y Col. Miramontes (antiguo local de Carrión Unicentro), para su ubicación ver mapas en el anexo 5. A continuación se muestra el método y la selección de la ubicación óptima del centro de trabajo “Punto de Encuentro”.

**Tabla 8 Opciones para la Ubicación del Centro de Trabajo**

Ubicación	Costo de Alquiler	Área Edificio (M2)	Área Estacionamiento (M2)
Lomas del Guijarro	\$ 9,922.075	396.883	535.567
Colonia Miramontes	\$ 10,177.2	925.20	925.2
Boulevard La Hacienda	\$ 16,324.78	816.239	1921.587

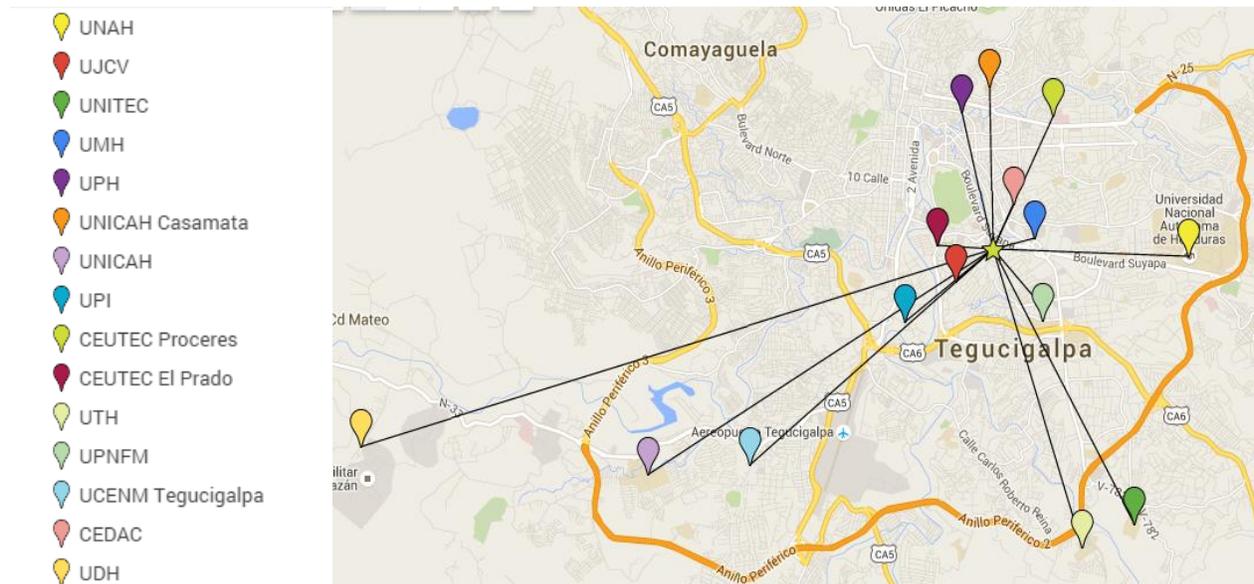
**Tabla 9 Método Cualitativo para la Localización del Centro**

Factores Relevantes	Peso Asignado	Colonia Lomas del Guijarro		Colonia Miramontes		Boulevard La Hacienda	
		Calificación	Calificación Ponderada	Calificación	Calificación Ponderada	Calificación	Calificación Ponderada
Acceso al Mercado	0.15	8	1.2	6	0.9	8	1.2
Servicios Públicos	0.16	6	0.96	8	1.28	7	1.12
Condiciones del Edificio	0.25	4	1	8	2	6	1.5
Seguridad	0.19	7	1.33	7	1.33	7	1.33
Costo de Alquiler	0.25	4	1	8	2	5	1.25
<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>5.49</b>		<b>7.51</b>		<b>6.4</b>

Al calificar los factores relevantes para la ubicación del centro de trabajo “Punto de Encuentro”, se determinó que la ubicación óptima es la ubicada en la colonia Miramontes, con latitud: 14° 5'9.34"N y longitud 87°11'42.44"W, exactamente en el Centro Comercial Unicentro, con el cual cuenta con suficiente tanto para las instalaciones como estacionamiento para los clientes, seguridad y es accesible para los potenciales clientes ya que queda ubicado cerca de diferentes universidad de Tegucigalpa, como se puede observar en la figura 5.



**Figura 13 Ubicación Óptima del Centro de Trabajo "Punto de Encuentro"**



**Figura 14 Ubicación de la Universidades de Tegucigalpa y el "Punto de Encuentro"**

#### **4.4.2. INSTALACIONES DEL SERVICIO**

La instalación del servicio se refiere a todas las especificaciones técnicas y el equipamiento que deberá tener el local del centro de trabajo “Punto de Encuentro” con el fin de poder cubrir todas las necesidades que el cliente requiera. Además de las instalaciones es muy importante conocer cuál será el costo para la implementación del centro de trabajo “Punto de Encuentro”.

##### **4.4.2.1. INSTALACIONES**

Las instalaciones del local de la colonia Miramontes tiene el espacio suficiente para poder implementar el “Punto de Encuentro”, sin embargo se debe adecuar el lugar para la puesta en marcha del servicio. Dentro de las remodelaciones que se deben realizar se encuentran:

- Paredes divisoras: el material con el que serán construidas las paredes es de tabla yeso y tendrán una la altura será de 3.5 metros. Este material será utilizado para todas las áreas a excepción de la pared frontal de los cubículos grupales ya que éstas serán construidas de vidrio para poder tener visibilidad hacia los cubículos.
- El piso estará cubierto por una alfombra la cual abarcará todas las áreas, a excepción de la cocina, cafetería, baños y bodega, ya que estos lugares se utilizará la cerámica.
- Instalaciones sanitarias: se debe realizar las conexiones para aguas negras de los baños y cocina con tubería PVC de 4” y 2” y para conexiones del sistema de agua potable y aguas lluvias se utilizará tubería PVC de 2”, 1” y ½”.
- Instalaciones eléctricas: se debe cambiar la iluminación del espacio total, enfocándose en la mejora de iluminación donde estarán ubicados los cubículos y sala de conferencia. Se reacomodaran los circuitos y se añadirán toma corrientes e interruptores.
- Puertas: la puerta de entrada será de 2 hojas con dimensiones de 1.6m de ancho y 2.10m de alto. 2 puertas de una hoja de 0.80m x 2.10m. Éstas 3 puertas serán de aluminio color blanco con vidrio en la parte central y 2 puertas de madera color blanco de 0.80m x 2.10m. La puerta para los todos los cubículos serán tipo corredizas con

material de aluminio color blanco y vidrio en el centro, las dimensiones serán de 1.3m de ancho y 2.10m de alto.

- Las ventanas serán tipo corredizas de aluminio color blanco y las dimensiones serán de 1mx0.80m.
- Los tabiques para los sanitarios y urinarios estarán compuestos por aluminio. Para los servicios sanitarios, tendrán dimensiones de 0.80m x 1.44m y de 1.27m x 1.44m para personas con capacidades especiales y los divisores para los urinarios tendrán una dimensión de 0.75 de longitud.
- Los cubículos individuales serán elaborados con polietileno y fibra de vidrio. Los cubículos tienen dimensiones de 2.5m x 2.1m cada uno.
- La pared divisora será elaborada de formica con una longitud 5.85m y 3.5m de altura.

#### 4.4.2.2. EQUIPO REQUERIDO

Para que el servicio que brindará el centro de trabajo “Punto de Encuentro” sea aceptado por el cliente, es necesario contar con equipos de calidad y en cantidad. A continuación se muestra la lista del equipo necesario.

<b>Espacio</b>	<b>Equipo Necesario</b>
Recepción	1 mostrador, 2 archiveros, 1 computadora de escritorio y una silla.
Oficina Administrativa	1 escritorio tipo cátedra, 1 computadora de escritorio, programas de Software, 1 impresora/Scanner, 1 teléfono, 3 sillas para atender visitas, 1 monitores para cámara de vigilancia, 3 cámara de vigilancia y 1 centro de datos para Internet.
Baño Administrativo	1 servicio sanitario, 1 lavamanos y un espejo.
Área de Estudio	4 pizarras estacionarias de 1.20m y 4 sillones para 3-4 personas.
Cubículos Individuales	4 sillones reclinables con mesa para colocar la computadora y 4 esquineras.
Cubículos Grupales	8 mesas redondas para 6 personas, 3 mesas rectangulares para 8 personas, 1 mesa redonda para 8 personas, 80 sillas y 12 pizarras de pared.
Sala de Conferencia	1 mesa para 20 personas, 20 sillas, 1 pizarra, 1 pantalla, 1 televisor pantalla plana de 42”, y mesa, 1 proyector, 1 computadora, 1 video cámara y 1 teléfono.
Baños	7 servicios sanitarios, 7 lavamanos, 3 urinarios, 2 espejos de 1.20m de largo y 1 de 0.2m de largo.
Bodega	1 escalera de aluminio, 2 estanterías.
Equipo que será Alquilado	2 computadoras portátiles, 2 proyectores y 1 video cámara.

### 4.4.2.3. DISTRIBUCIÓN DE LAS INSTALACIONES

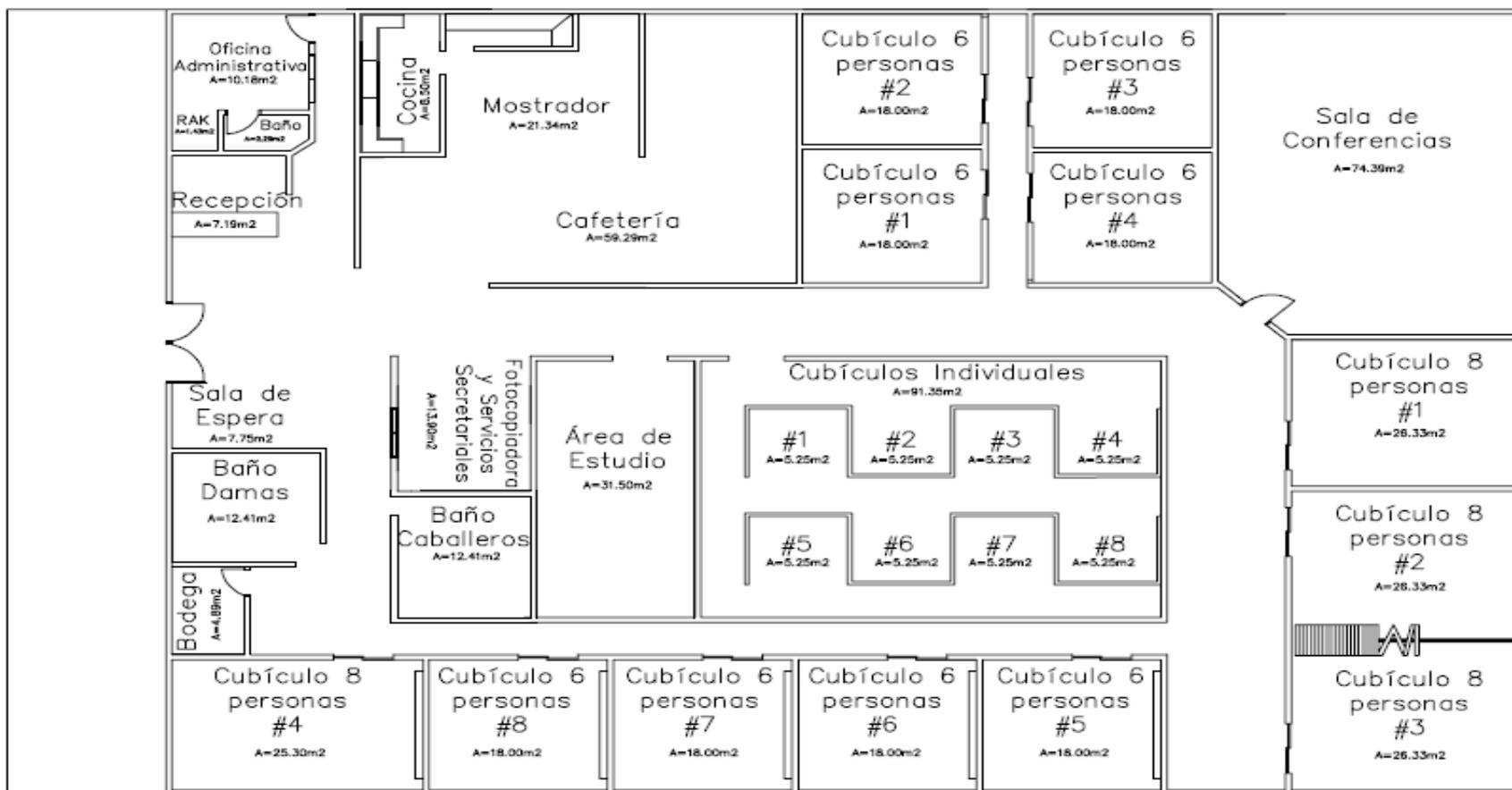


Figura 15 Distribución de las Instalaciones y Áreas Correspondientes

#### 4.4.2.4. COSTO DE LA INSTALACIÓN Y EQUIPAMIENTO

El costo de la instalación y equipamiento se refiere a la inversión inicial que tendrá el centro de trabajo “Punto de Encuentro” para poder iniciar su operación. En la siguiente se desglosa el costo que se necesitará para la implementación del “Punto de Encuentro”. Ver el desglose del costo de adecuación del lugar y del equipo en el anexo 6.

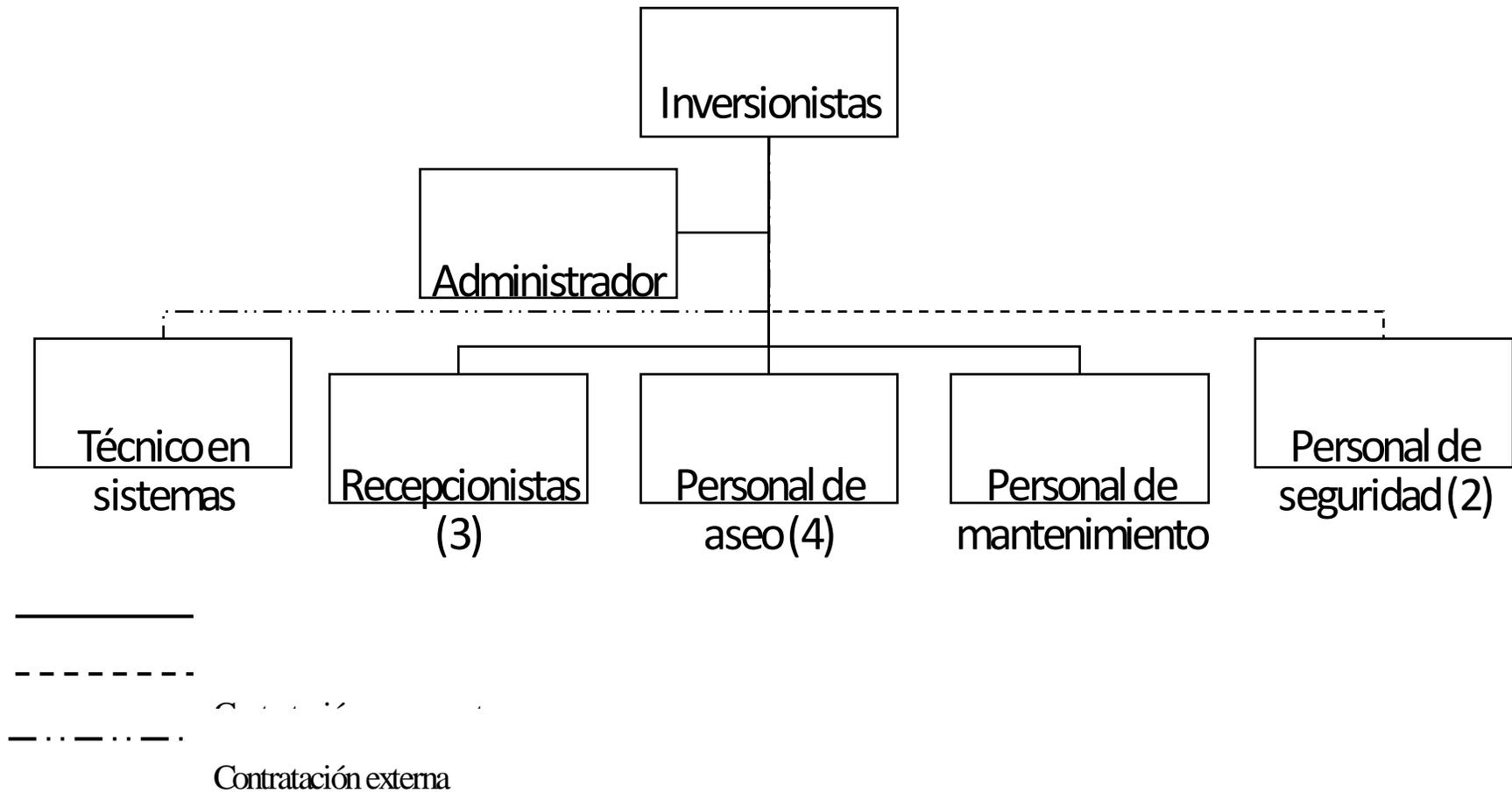
**Tabla 10 Costo total de la implementación del Centro de Trabajo**

<b>Concepto</b>	<b>Costo</b>
Documentos legales	L 100,000.00
Adecuación del lugar	L 598,059.00
Equipamiento	L 726,734.00
<b>Total</b>	L 1,424,793.00

#### 4.4.3. PLANIFICACIÓN ORGANIZACIONAL

La planificación organizacional se refiere al tipo de organización que tendrá la empresa, en el caso del centro de trabajo “Punto de Encuentro” será de tipo jerárquico, ya que contará con un administrador que manejará todo el personal y éste será supervisado por los inversionistas. El personal que será contratado será para las áreas de administración, recepción, aseo, y mantenimiento del equipo tecnológico. A continuación se grafica el organigrama del centro de trabajo “Punto de Encuentro”.

La cantidad del recurso humano a ser contratado será de 12, siendo 3 recepcionistas ya que habrá 3 turnos al día, 1 administrador, 4 aseadoras, una persona para el mantenimiento y 1 técnico en sistemas. Cabe mencionar que el personal de seguridad se realizará mediante contratación externa.



**Figura 16 Organigrama**

#### 4.4.3.1. ORGANIZACIÓN DE OPERACIÓN

En este inciso se describe el perfil base y las funciones que debe tener y cumplir, de acuerdo al área, cada empleado que será contratado por el centro de trabajo “Punto de Encuentro”.

**Tabla 11 Perfil y funciones de los empleados**

<b>Administrador</b>
<b>Perfil:</b> Profesional de entre 25 y 55 años de edad. Dispuesto a trabajar en equipo y con aptitudes de liderazgo. Responsable, organizado y capacidad de resolver problemas.
<b>Requerimientos:</b> Profesional en Administración de Empresas o contaduría pública. Experiencia mínima de 1 años de trabajo en administración de empresas y manejo de personal.
<b>Funciones:</b> Dirige y coordina el desarrollo de las actividades del centro de trabajo “Punto de Encuentro”. Manejo de personal. Control de inventario. Reportes quincenales a los inversionistas.
<b>Recepcionista</b>
<b>Perfil:</b> Hombre o mujer entre 20 y 45 años de edad. Responsable, organizado, paciente, y manejo de las relaciones humanas. Muy buena presencia.
<b>Requerimiento:</b> Estudios secretariales. Estudios en computación y manejo de programas. Experiencia mínima de 1 año de trabajo. Disponibilidad de trabajar en turno diurno y nocturno.
<b>Funciones:</b> Atención al cliente. Coordinación de reservaciones por parte de los clientes. Cobro de los servicios. Reporte diario al administrador.

<b>Técnico en Sistemas</b>
<b>Perfil:</b> Profesional de entre 25 y 55 años de edad. Responsable, organizado y capacidad de resolver problemas.
<b>Requerimientos:</b> Técnico en sistemas o carrera afín. Experiencia mínima de 1 años de trabajo en mantenimiento y reparación de equipos computacionales y similares.
<b>Funciones:</b> Dar el servicio de mantenimiento, un día al mes, a los equipos tecnológicos (computadoras portátiles y de escritorio, proyectores, impresoras y video cámaras).
<b>Personal de Aseo</b>
<b>Perfil:</b> Hombre o mujer de entre 20 y 50 años de edad. Disponibilidad de tiempo para trabajar en turno diurno y nocturno. Cualidades de limpieza, orden, honradez, responsabilidad, buen carácter y servicial.
<b>Requerimientos:</b> Estudios a nivel medio. Presentar carta de compromiso, honorabilidad y responsabilidad.
<b>Funciones:</b> Se encargara de realizar la limpieza de las oficinas administrativas y áreas del centro de trabajo “Punto de Encuentro”.
<b>Personal de Mantenimiento</b>
<b>Perfil:</b> Hombre entre 20 y 50 años de edad. Disponibilidad de tiempo. Cualidades de limpieza, orden, honradez, responsabilidad, buen carácter y servicial.
<b>Requerimientos:</b> Estudios a nivel medio. Presentar carta de compromiso, honorabilidad y responsabilidad.
<b>Funciones:</b> Se encargara de realizar la limpieza de las oficinas administrativas y áreas del centro de trabajo “Punto de Encuentro”.

#### 4.4.3.3. COSTOS ADMINISTRATIVOS

La importancia de los costos administrativos es conocer cuánto será el gasto mensual que deberá cubrir el centro de trabajo “Punto de Encuentro” y conocer el margen de utilidad que le quedará al centro. Dentro de los gastos administrativos se encuentran los sueldos de los empleados, pago de la contratación externa de la seguridad, servicios públicos, utilería de limpieza, gastos de papelería y un monto para imprevistos dando un costo mensual de L.130,863.96 el primer mes por gastos de papelería iniciales (ver anexo 7) y luego será un costo de L.127,738.76

**Tabla 12 Desglose de costos administrativos mensuales**

Concepto	Cantidad	Costo Unitario Mensual	Costo Total
Alquiler del Local	1	L232,050.00	L232,050.00
Administrador	1	L16,000.00	L16,000.00
Recepcionista	3	L8,000.00	L24,000.00
Técnico para el mantenimiento de equipo	1	L5,600.00	L5,600.00
Personal de Aseo	4	L7,324.00	L29,296.00
Personal de mantenimiento	1	L7,324.00	L7,324.00
Seguridad	2	L15,000.00	L30,000.00
Servicio de Internet	1	L3,000.00	L3,000.00
Servicio de agua potable y alcantarillado sanitario	1	L1,700.00	L1,700.00
Servicio de telefonía	1	L800.00	L800.00
Energía Eléctrica	1	L2,200.00	L2,200.00
Utilería de limpieza	1	L2,000.00	L2,000.00
Gastos de papelería (mensuales)	1	L4,818.76	L4,818.76
Gastos de papelería (una sola vez)	1	L3,125.20	L3,125.20
Imprevistos	1	L1,000.00	L1,000.00
<b>Total</b>			<b>L362,913.96</b>

#### **4.4.4. FACTORES LEGALES**

Para poder constituir legalmente el centro de trabajo “Punto de Encuentro”, se debe de realizar ciertos trámites de inscripciones y registros en instituciones gubernamentales.

Para el registro de la marca del centro de trabajo “Punto de Encuentro” en el Instituto de la Propiedad Dirección General de Propiedad Intelectual de Honduras (DIGEPIH), se necesita:

- Poder autenticado (representante legal)
- Escritura de constitución (fotocopia autenticada)
- 20 etiquetas (2 x 4 ) pulgadas
- Llenar la solicitud pre-elaborada con un timbre de 1.50.00. Ver anexo 8.

Para el registro en la Cámara de Comercio e Industria de Tegucigalpa (CCIT) se necesitan los siguientes requisitos:

- Presentar escritura original.
- Fotocopia de la escritura.
- Llenar formulario de ingreso. Ver anexo 9.
- Fotocopia de identidad del tramitador.
- Pago según capital máximo autorizado. Ver anexo 9.

Para la inscripción en la Dirección Ejecutiva de Ingresos (DEI) es necesario presentar:

- Escritura de comerciante individual o de sociedad mercantil
- Copia del RTN del representante legal
- Llenar el formulario CPAT-410 “Declaración jurada de inscripción e inicio de actividades”.

Para obtener el permiso de operación emitida por la Alcaldía Municipal del Distrito Central se necesita llevar a las instalaciones los siguientes documentos:

- Copia de identidad del propietario de la empresa
- Solvencia municipal
- RTN del propietario
- Estado de cuenta de bienes inmuebles al día
- Constitución de la empresa
- Formulario “Gerencia de Control de la Construcción”. Ver anexo 10.
- Croquis de ubicación
- Ticket del rubro otorgado por la Gerencia de Atención al Ciudadano

#### **4.4.5. FACTORES AMBIENTALES**

El objetivo principal de establecer los factores ambientales del proyecto, es poder identificar cuáles serán los riesgos que tendrá el proyecto y que acciones de mitigación se realizarán para minimizar el impacto de ellos.

El espacio donde estará ubicado el centro de trabajo “Punto de Encuentro” es uno de los locales del Centro Comercial Unicentro por lo que no se realizará una etapa de construcción, pero si se readecuará el mismo para poder realizar las divisiones de las diferentes áreas necesarias para el centro. Esta readecuación causará un impacto ambiental menor en comparación a la construcción de todo el edificio. Este local cuenta con todos los servicios públicos (agua potable y alcantarillado, energía eléctrica y telefonía), solo es necesario realizar las conexiones pertinentes. A continuación se detalla los impactos que generará la implementación del centro en las diferentes etapas y que acciones de mitigación se llevarán a cabo.

En la etapa de adecuación del local generará ruido, olores fuertes y polvo y estos factores podrían afectar la salud de los empleados que estén realizando las actividades de construcción de paredes de tabla yeso, pintura del local y conexiones a los sistemas de agua potable y alcantarillado. Para mitigar este problema y evitar que los empleados se enfermen se utilizará pintura que tengan la menor cantidad de ingredientes tóxicos, como el plomo. Se humedecerá el polvo reducir la cantidad de partículas en el ambiente.

En la etapa de equipamiento se provocará tráfico en el estacionamiento del centro comercial al momento de descargar los muebles grandes, generará ruido y basura. Las medidas de mitigación para esta etapa será descargar el equipo y mobiliario en horario donde la afluencia de personas en el centro comercial sea menor. Para disminuir la cantidad de basura, se clasificará la de acuerdo al tipo, si es o no es reciclable y se botará en los contenedores correspondientes.

En la etapa de operación del centro de trabajo “Punto de Encuentro”, los factores contaminantes que generarían impacto ambiental será la cantidad de basura que se recolectará diariamente, ya que el centro estará abierto las 24 horas. Otro factor sería el consumo de energía eléctrica ya que se contará con aires acondicionados en todo el centro de trabajo. Como medidas de mitigación será incentivar a los clientes a reciclar, colocando tres contenedores de basura (papel y cartón, latas y plástico y otro para todo lo que no se puede reciclar). Para el consumo de energía la medida de mitigación será tener un horario para encender los aires acondicionados, que a su vez dependerá de la cantidad de clientes en el centro de trabajo.

## **4.5. ESTUDIO FINANCIERO**

Para la realización del estudio financiero se recopiló información del estudio de mercado y estudio técnico con el fin de determinar si es rentable desde el punto de vista financiero llevar a cabo el proyecto. Como datos estadísticos se recopiló de la página del Banco central de Honduras la tasa de inflación de 9 años atrás y con ello se realizó una proyección para los próximos 5 años por medio de la herramienta de Excel.

### **4.5.1. PLAN DE INVERSIÓN**

Para el desarrollo del plan de inversión se realizó a través de tres escenarios en los cuales se realizó el cálculo de la inflación y con financiamiento proporcionado por la institución bancaria calculando intereses, se contempló realizando el primer escenario con el 100 % de la demanda obtenido ingresos por mantener el local a su capacidad máxima, el segundo escenario se calculó con una demanda del 70 % es decir que el que se va percibir un monto menor al esperado y un tercer escenario en el cual el local tendrá un ingreso únicamente del 30 % reflejando poca demanda en el negocio, el detalle de cada inversión se puede ver en el Anexo 11. Se detalla la utilidad neta de cada escenario:

- Inversión Escenario 1: L.11,806,426.00
- Inversión Escenario 2: L.7,002,154.58
- Inversión Escenario 3: L.115,361.36

#### **4.5.2. PLAN DE FINANCIAMIENTO**

Para la apertura del Centro de trabajo “Punto de Encuentro” como inversión inicial se dará uso del capital inicial de los socios con una aportación del 30% más un plan de financiamiento mediante un préstamo a través de una institución bancaria aporte correspondiente al 70% de la inversión el cual se obtuvo con una tasa de interés del 16.40% con un plazo de 5 años y capitalización anual, se obtiene un 32% de costos capital promedio ponderado. (Ver Anexo 11)

#### **4.5.3. PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS**

Para obtener los costos fijos se realizó el cálculo de pagos de planilla, mobiliario de oficina, costos por reinstalación y equipo electrónico en el cual se generó un total de costos Operativos de L.5,587,656.43 en el año 1. (Ver Anexo 5, 6 y 12)

#### **4.5.4. CUADRO DE DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN**

Se realizó el cálculo de la depreciación de acuerdo a la vida útil del equipo electrónico y el mobiliario de oficina generando un total del L. 139,454.13 y un plan de amortización de L.20,000.00. (Ver Anexo 13)

#### **4.5.5. FLUJO DE CAJA PROYECTADO**

Con el primer escenario se realizó tomando en cuenta que se mantendrá una asistencia del 100 % generando una TIR de 252 % y una van de L. 1,903,8841.09 lo que resulta realmente favorable para en centro de estudio recuperando la inversión a su totalidad en el primer año, considerando que se tendrá una demanda del 70 % se genera una TIR de 182 % y una VAN de L.13,573,203.14 aun siendo bastante favorable para el centro de trabajo, como tercer escenario se realizó con el 30 % se obtiene una TIR de 97 % y una VAN de L. 5673,853.56 obteniendo perdidas en el primer año recuperando la inversión hasta el año dos y generando ganancias hasta el año tres. (Ver Anexo 14)

## **CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **5.1. CONCLUSIONES**

- 1) Al realizar el estudio de mercado se concluye que la implementación del centro de trabajo “Punto de Encuentro” en la ciudad de Tegucigalpa, municipio del Distrito Central es pre-factible desde el punto de vista mercadológico, ya que cuenta con un 85 % de clientes potenciales los cuales son hombres y mujeres con edades entre 17 a 34 años, el 69 % cuenta con ingresos mayores a L.15,000.01 población que realizan reuniones de trabajo, se identificó la existencia de competencia indirecta como ser los hogares de los miembros del grupo, cafés, bibliotecas entre otros, sin embargo el centro es considerado pionero en la industria en ofrecer un espacio físico con todas las condiciones necesarias abierto al público en general.

Entre los servicios a proporcionar se contará con la implementación de Servicios de internet, alquiler de cubículos grupales e individuales, sala de conferencia, servicios de fotocopiado, encuadernado, área de cafetería y seguridad en las instalaciones del local.

Se atenderá una cantidad de 21,899 clientes diarios y semanalmente 6,270 estimación que se calculó con la realización del cruce de variables de la demanda con horas y tiempo invertido por la población y espacio por área, así mismo se estableció el precio a través de los resultados del instrumento determinando el costo en el cual el área de estudio tendrá un valor de L.20.00 por personas, los cubículos individuales y grupales L.30.00 por persona y la sala de conferencia un costo de L.3,000.00 por tres horas de uso.

El marketing publicitario a utilizar será a través de redes sociales seleccionando Facebook, Twitter e Instagram ya que son sitios que permiten la interacción inmediata con el cliente dando a conocer los servicios a brindar. Luego de realizar todos los análisis del estudio técnico se concluye que es pre-factible la implementación del centro de trabajo “Punto de Encuentro”, ya que mediante el método de puntaje cualitativo se encontró la ubicación óptima considerando factores de, acceso

al mercado, servicios públicos, condiciones del edificio, seguridad y costo, dicha ubicación se encuentra en la colonia Miramontes en el Centro Comercial Unicentro.

- 2) Luego de realizar todos los análisis del estudio técnico se concluye que es pre-factible la implementación del centro de trabajo “Punto de Encuentro”, ya que existe la disponibilidad del equipo, materia prima, mano obra calificada y semi-calificada y la tecnología necesaria para el buen funcionamiento del centro de trabajo.

Otro factor que ayudó a determinar la factibilidad del centro desde el punto de vista técnico, fue que, mediante el método de puntaje cualitativo, se encontró la ubicación óptima considerando factores de acceso al mercado, servicios públicos, condiciones del edificio, seguridad y costo, dicha ubicación se encuentra en la colonia Miramontes en el Centro Comercial Unicentro. Con la ayuda de expertos se consideraron todas las dimensiones necesarias para que las áreas de los servicios que brindará el centro las indicadas para la satisfacción del cliente, por lo que se determinó que éste tendrá un área de 925.20m<sup>2</sup>.

Al terminar los espacios y áreas se determinó que el costo que se necesitará para poner en funcionamiento el servicio será de L.1,424,793.00, en el cual se incluye gastos por compra del local, documentación legal, adecuación del lugar y equipamiento.

En cuanto al recurso necesario para el funcionamiento del centro de trabajo “Punto de Encuentro”, se requiere de 12 personas, siendo estas seleccionadas mediante el nivel educativo. Se necesitará mano de obra calificada para la plaza de un administrador, tres recepcionistas y mano de obra semi-calificada para 4 plazas en el área aseo y una para mantenimiento. Se contratará a empresas que brinden el servicio de mantenimiento, una vez al mes, a los equipos tecnológicos y la seguridad de 24 horas al día.

3) Se concluye que el centro de trabajo “Punto de encuentro” es pre-factible desde el punto de vista financiero ya que a pesar que el local se encuentre en una capacidad de 70% se obtienen ganancias considerables con una TIR de 182% y una VAN de L.13,573,203.14, considerándose ese un escenario intermedio.

Después de analizar factores determinantes para identificar que el centro de trabajo “Punto de Encuentro” es factibles desde el punto de vista financiero se identificó que la tasa de interés es un factor importante ya que es determinante para desarrollar una proyección a 5 años con el objetivo de calcular costos e ingreso estimados, a través de datos proporcionados por el Banco Central de Honduras se observó que entre el año 2011 al 2015 ha existiendo una tendencia a la baja.

Entre los gastos más representativos se encuentra el alquiler del local, la reinstalación para acondicionarlo, la adquisición del equipo y salarios, en el primer año se calcula un gasto por operación de L. 5, 587,656.43.

Entre los gastos administrativos se tomó como tercerización el servicio de mantenimiento de equipo tecnológico en vista que se realizara mensualmente el mantenimiento y no es necesario incluirlos en la planilla ya que es muy costoso.

Se realizó un caculo de la depreciación del equipo electrónico a 3 años y mobiliario a 10 años el cual reflejo un total de L. 139,454.13.

La suma total de la inversión inicial es de L. 5, 587,656.43 por lo tanto se tendrá una distribución de las aportaciones de 30% propietarios y 70 % con financiamiento de una institución con una tasa del 16.40 % capitalizable anualmente.

## **5.2. RECOMENDACIONES**

Al determinar que el centro de trabajo “Punto de Encuentro” es pre-factible de acuerdo a los estudios de mercado y técnico, se recomienda realizar un plan de proyecto para poder llevar a cabo su implementación. Éste plan incluye el alcance del producto y del proyecto, el costo que se requerirá para su ejecución y el tiempo que tomará para iniciar la operación del centro.

## **CAPÍTULO VI. APLICABILIDAD**

Al realizar los estudios de mercado, técnico y financiero se determinó que es pre-factible, bajo los 3 estudios, la implementación del centro de trabajo “Punto de Encuentro” por lo que en este capítulo se elaboró la propuesta, el cual consiste en un plan de proyecto para la operación del centro de trabajo. A continuación se detalla la estructura del contenido y las áreas de conocimiento, según PMBOK, que serán contempladas para la propuesta.

### **ESTRUCTURA DEL CAPÍTULO DE APLICABILIDAD**

#### **6.1. TÍTULO DE LA PROPUESTA**

#### **6.2. INTRODUCCIÓN**

#### **6.3. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO**

##### **6.3.1. MISIÓN**

##### **6.3.2. VISIÓN**

##### **6.3.3. VALORES**

#### **6.4. PLAN DE GESTIÓN DEL ALCANCE DEL PROYECTO**

##### **6.4.1. GESTIÓN DEL ALCANCE**

##### **6.4.2. EDT**

##### **6.4.3. DICCIONARIO DE LA EDT**

#### **6.5. PLAN DE GESTIÓN DEL TIEMPO**

#### **6.6. PLAN DE GESTIÓN DE COSTOS**

## 6.1. TÍTULO DE LA PROPUESTA

Implementación del Centro de Trabajo “Punto de Encuentro”.



**Figura 17 Logo del "Punto de Encuentro"**

## 6.2. INTRODUCCIÓN

El “Punto de Encuentro” es un centro de trabajo dedicado al alquiler de un espacio físico orientado a todas aquellas personas que requieran de uno para realizar sus trabajos grupales, individuales, reuniones y conferencias. En estos espacios serán de la más alta calidad al brindarle al cliente las necesidades y comodidades que requieren para realizar sus actividades con un bajo costo.

## **6.3. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO**

### **6.3.1. MISIÓN**

Somos una empresa dedicada a brindar un espacio físico a todas aquellas personas que requieran de uno, enfocado principalmente para estudiantes y profesionales, proporcionando un servicio de calidad, comodidad y condiciones especiales.

### **6.3.2. VISIÓN**

Para el 2027 el centro de trabajo “Punto de Encuentro”, ser una empresa reconocida a nivel global dedicada al alquiler de un espacio físico, para satisfacer las necesidades de los clientes, brindando un servicio de calidad y con las comodidades que se requieran.

### 6.3.3. VALORES

Los valores que definen el servicio que brindará el centro de trabajo “Punto de Encuentro”

son:

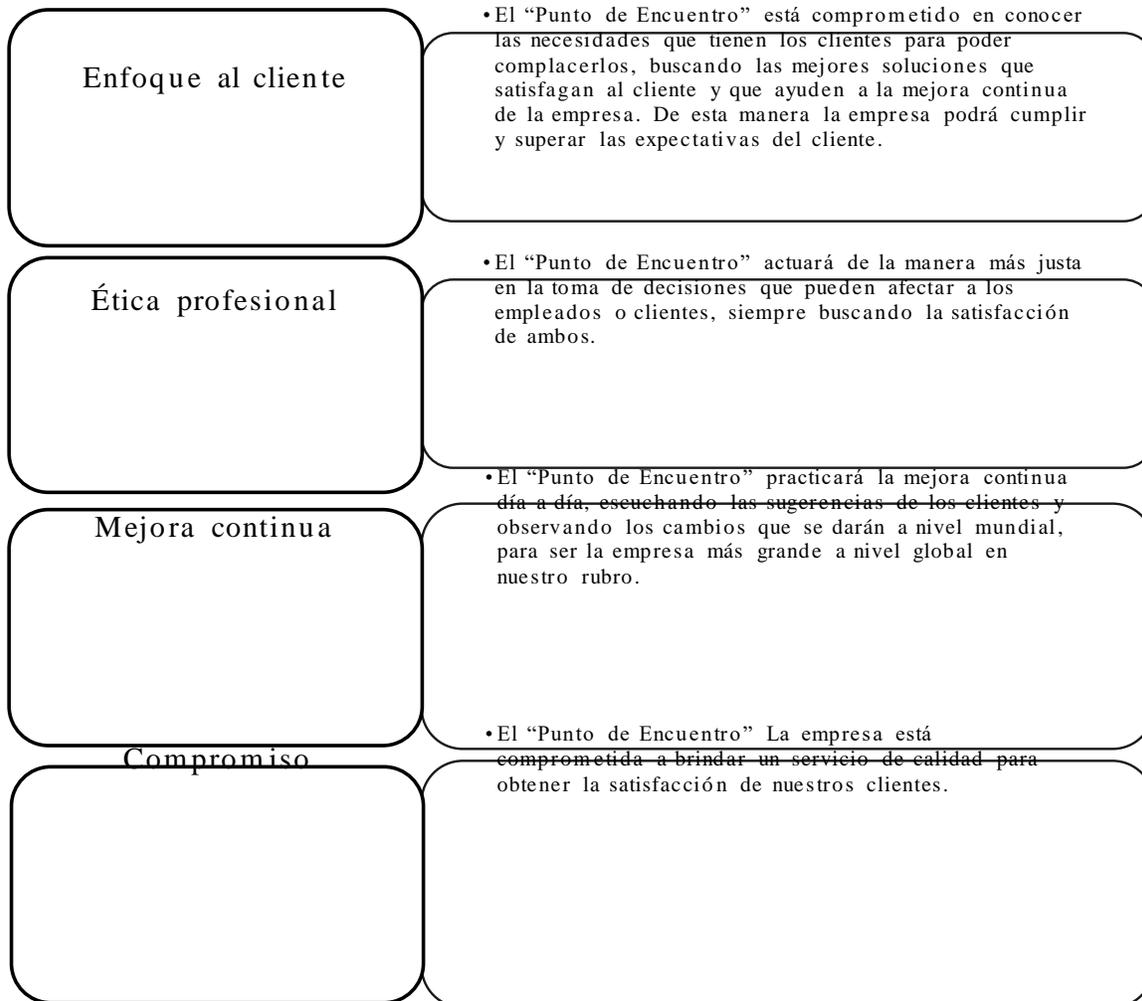


Figura 18 Valores del "Punto de Encuentro"

## **6.4. PLAN DE GESTIÓN DEL ALCANCE DEL PROYECTO**

El plan de gestión del alcance define cual es el alcance del proyecto el cual debe finalizarse en 129 días laborales y no debe excederse en costo de L. 1,424,793.00. El alcance del producto es brindar los servicios en 21 horas al día, 342 días del año y tendrá un área total de 925.20m<sup>2</sup>.

### **6.4.1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO**

El proyecto consiste en la implementación de un centro trabajo dedicado al alquiler de un espacio físico en la ciudad de Tegucigalpa, municipio de Distrito Central, Francisco Morazán. Para poder llegar a la apertura del centro se alquilará el local ubicado en el Centro Comercial Unicentro, se procederá a adecuar el local de acuerdo a las necesidades de espacio según los planos por parte de un ingeniero civil, se acondicionará el espacio con el mobiliario y equipo necesario y se realizará la contratación de los empleados. El proyecto tendrá una duración de 129 días laborales y un costo de L.1,424,793.00.

### **6.4.2. DESCRIPCIÓN DEL ALCANCE DEL PRODUCTO**

El producto a ser entregado será la implementación de un centro de trabajo llamado “Punto de Encuentro” el cual consiste en el alquiler de un espacio físico para clientes que necesiten un espacio en donde puedan elaborar sus trabajos y/o estudio de manera individual, grupal y espacio para realizar reuniones o conferencias. Dicho centro brindará los servicios en 21 horas al día, dejando 3 horas para mantenimiento y limpieza en diferentes momentos durante el día. Además el centro estará abierto 342 días del año, quitando los días de semana santa y la época navideña. El área total que tendrá el centro de trabajo es de 925.20m<sup>2</sup> distribuida en los siguientes espacios:

- Recepción: diseñado con un espacio de 7.19m<sup>2</sup>. Dicho espacio contará con 1 mostrador, 2 archiveros, 1 computadora de escritorio y una silla. Se incluye una sala de recepción con un área de 7.75m<sup>2</sup> el cual contará con 2 sillones para dos personas cada uno.
- Oficina administrativa: será utilizada para la administración del centro de trabajo, con un área de 11.48 m<sup>2</sup> el cual estará equipado por 1 escritorio tipo cátedra, 1

computadora de escritorio, programas de Software, 1 impresora/ Scanner, 1 teléfono, 3 sillas para atender visitas, 1 monitores para cámara de vigilancia, 3 cámara de vigilancia y 1 centro de datos para Internet. El baño administrativo tendrá un área de  $2.29\text{m}^2$  y estará equipado con 1 servicio sanitario, 1 lavamanos y un espejo y un área para el RAK de  $1.43\text{m}^2$ .

- Área de estudio: estará conformado por  $31.5\text{m}^2$ , el cual tendrá 4 pizarras de formica y sillones para 3-4 personas.
- Cubículos individuales: en total son 8 cubículos en forma de “U”, cada uno de  $5.25\text{m}^2$ , dando un área total de  $91.35\text{m}^2$  el cual será equipado con 4 sillones reclinables con mesa para colocar la computadora y 4 esquineras.
- Cubículos grupales: comprende dos tipos de cubículos, 8 para una capacidad máxima de 6 personas con dimensión de  $18\text{m}^2$  cada uno, 3 cubículos para 8 personas con dimensión de  $26.33\text{m}^2$  cada uno y uno de  $25.30\text{m}^2$ , 2 de ellos con paredes movibles, con el fin de optimizar el espacio que se requiera. Esta área estará equipado con 8 mesas redondas para 6 personas, 3 mesas rectangulares para 8 personas, 1 mesa redonda para 8 personas, 80 sillas y 12 pizarras de pared.
- Sala de conferencia: está diseñado con dimensión de  $74.39\text{m}^2$ , con una capacidad para 20 personas. Contará con 1 mesa para 20 personas, 20 sillas, 1 pizarra, 1 pantalla, 1 televisor pantalla plana de 42”, y mesa, 1 proyector, 1 computadora, 1 video cámara y 1 teléfono.
- Baños: esta área contará con un baño para caballeros con un área de  $12.48\text{m}^2$  y uno para damas de  $12.41\text{m}^2$ . El baño de damas contará con 4 inodoros, 3 lavamanos y 1 espejo y el de caballeros con 2 inodoros, 3 urinarios, 3 lavamanos y 1 espejo. Ambos baños tendrá un espacio de inodoro para personas con capacidades especiales.
- Bodega: tendrá un área de  $4.89\text{m}^2$  el cual este espacio contará con 1 escalera de aluminio, 2 estanterías.
- Estacionamiento: es de  $700\text{m}^2$  espacio suficiente para 40 vehículos.

Se realizará el alquiler de dos locales, uno orientado hacia cafetería y el otro para servicio de fotocopiadora y servicios secretariales, descritos a continuación:

- Área de cafetería: contará con un espacio para la cocina y mostrador de 29.84m<sup>2</sup>, destinado a la venta de bocadillos, postres y bebidas no alcohólicas; y un espacio de 50.29m<sup>2</sup> para mesas y sillas dando un área de 89.13m<sup>2</sup>. Este espacio será alquilado a un tercero con 1 mueble de cocina y 1 lavatrastos en la cocina; 1 Mostrador, 1 estante, 1 mueble de cocina y 1 silla en el mostrador; y 10 mesas redondas para 4 personas, 4 sillas, 2 desayunadores y 13 butacas en el área de cafetería.
- Área de fotocopiadora y servicio secretariales: la dimensión destinada para esta área es de 13.90m<sup>2</sup>, la cual estará destinada para brindar los diferentes servicios de fotocopiado, encuadernado y servicios secretariales. Este espacio será alquilado a un tercero y será entregado con 1 mostrador de vidrio, 1 silla y 1 mueble de oficina.

#### **6.4.3. CRITERIOS DE ACEPTACIÓN DEL PRODUCTO**

Los criterios de aceptación del producto identificados por el dueño del proyecto son:

- La adecuación del lugar debe cumplir con las remodelaciones especificadas en los planos, iluminación blanca fluorescente, y debe contar con todo el equipo necesario para la operación.
- Obtener el permiso de operación del centro de trabajo “Punto de Encuentro”.
- El centro de trabajo debe ser un lugar acogedor y agradable a la vista.

#### **6.4.4. ENTREGABLES DEL PROYECTO**

Al finalizar el proyecto se obtendrán tres entregables:

Entregable 1. Instalaciones: este entregable consiste en la adecuación del local dividiendo todo el espacio en las áreas de recepción, oficina administrativa, baño administrativo, cocina, mostrador, cafetería, fotocopiadora y servicios secretariales, área de estudio, cubículos individuales, cubículos grupales, sala de conferencia, baños para damas y caballeros y el área de bodega.

Entregable 2. Equipo: este entregable consiste en la adquisición de todo el mobiliario y equipo que se necesita para la operación del centro de trabajo "Punto de Encuentro". Dentro del mobiliario y equipo a ser adquirido se encuentran: mostrador para recepción, mueble con gavetas, archivero, computadora de escritorio, silla ejecutiva, silla de tela, sillas de plástico, escritorio tipo cátedra, impresora, monitores, cámara de vigilancia, centro de datos, mueble de cocina, mostrador de cafetería, estantes, silla alta, mesa redonda para 4 personas, mesa redonda para 6 personas, mesa redonda para 8 personas, mesa rectangular para 8 personas, mesa para 20 personas, mesa alta, butacas, mostrador de vidrio, pizarras, sillones, sillón reclinable con mesas incorporada, mesas esquineras pequeña, mesas esquinera grande, pantalla para proyectar, televisor pantalla plana de 42", proyector, computadora portátil, video cámara, escalera de aluminio, aire acondicionado, espejo grande, espejo pequeño, red de datos, teléfono y pared removible.

Entregable 3. Contratación del recurso humano el cual incluye un administrador, 3 recepcionistas ya que habrá tres turnos diarios, un técnico para el mantenimiento de equipo, 4 personas para el área de aseo ya que habrá dos turnos diarios, una persona para el mantenimiento del local y la contratación externa para el servicio de seguridad.

#### **6.4.5. EXCLUSIONES DEL PROYECTO**

- El área de cocina, cafetería y fotocopiadora no serán amuebladas por el centro de trabajo “Punto de Encuentro”, ya que será alquilado cada uno de ellos por un monto fijo durante 10 años.

#### **6.4.6. RESTRICCIONES DEL PROYECTO**

- En la etapa de la adecuación del local, el monto presupuestado para ellos, no debe excederse de un total de L.598,059.00 y para el equipamiento no debe excederse de un total de L.726,734.00
- Las empresas que suministraran el equipo deberán entregarlo en la fecha establecida en el contrato.
- Se deberá entregar las instalaciones en la fecha establecida para en el contrato.

#### **6.4.7. SUPUESTOS DEL PROYECTO**

- El dueño del local se encargará de realizar todos los trámites del contrato.
- El suministro de los materiales, equipos y mobiliarios serán llevados al lugar donde serán colocados.

### 6.4.8. EDT

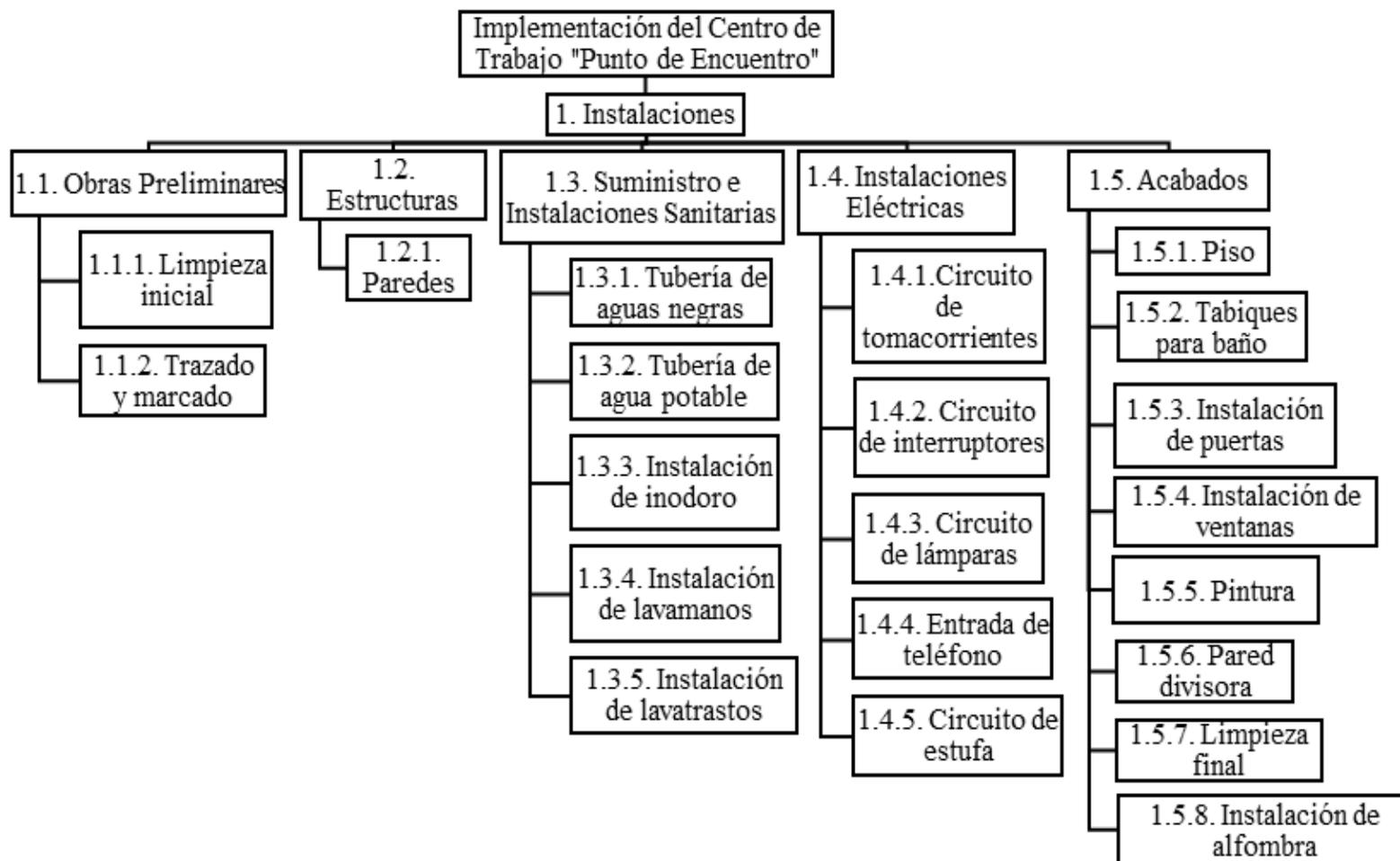


Figura 19 EDT entregable de las instalaciones

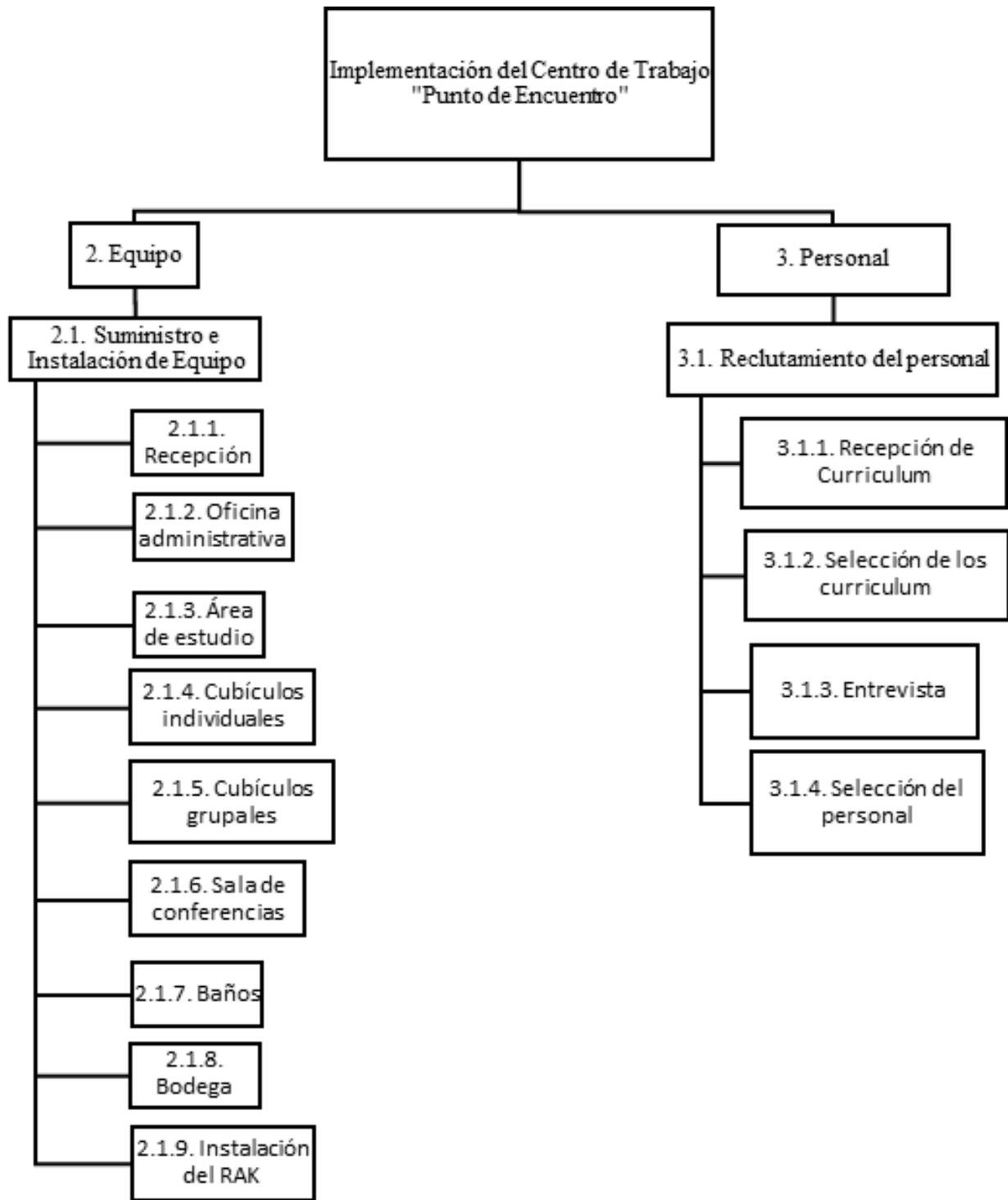


Figura 20 EDT entregable del equipo y contratación del R.R.H.H.

## 6.4.9. DICCIONARIO DE LA EDT

**Tabla 13 Diccionario de la EDT Entregable de Instalaciones**

Entregable	Paquete de Trabajo	Actividades	Descripción
<b>1. Instalaciones</b>	1.1. Obras preliminares	1.1.1. Limpieza inicial	Limpieza del predio para iniciar la colocación de la tabla yeso.
		1.1.2. Trazado y marcado	Trazado y marcado de la ubicación de las paredes de tabla yeso, según se encuentran establecidas en los planos.
	1.2. Estructuras	1.2.1. Paredes	Construcción de paredes de tabla yeso.
	1.3. Suministro e instalaciones sanitarias	1.3.1. Tubería de aguas negras	Suministro e instalación de tubería de PVC de 4" y 2" de diámetro.
		1.3.2. Tubería de agua potable	Suministro e instalación de tubería de PVC de 2", 1" y 1/2" de diámetro.
		1.3.3. Instalación de inodoro	Colocación de tubería de 4" y 1/2".
		1.3.4. Instalación de lavamanos	Colocación de tubería de 1" y 1/2".
		1.3.5. Instalación de lavatrastos	Colocación de tubería de 1" y 1/2".
	1.4. Instalaciones eléctricas	1.4.1. Circuito de tomacorrientes	Instalación del cableado para el circuito de tomacorrientes y los tomacorrientes.
		1.4.2. Circuito de interruptores	Instalación del cableado para el circuito de interruptores e interruptores.
		1.4.3. Circuito de lámparas	Instalación del cableado para lámpara y la instalación de lámparas de luz blanca.
		1.4.4. Entrada de teléfono	Instalación del cableado para los teléfonos.
		1.4.5. Circuito de estufa	Instalación del cableado para el tomacorriente especial para estufas y la colocación del mismo.

**Tabla 14 Diccionario de la EDT Continuación**

<b>Entregable</b>	<b>Paquete de Trabajo</b>	<b>Actividades</b>	<b>Descripción</b>
<b>1. Instalaciones</b>	1.5. Acabados	1.5.1. Piso	Instalación de cerámica de 40 x 40 cm en la cocina, cafetería, baños y bodega.
		1.5.2. Tabiques para baños	Suministro e instalación de las divisiones para los sanitarios y urinarios.
		1.5.3. Instalaciones de puertas	Suministro e instalación de los diferentes tipos de puerta.
		1.5.4. Instalaciones de ventanas	Suministro e instalación de las ventanas de 1x0.80m.
		1.5.5. Pintura	Pintado de todas las paredes del local, el cual incluye dos manos.
		1.5.6. Pared divisora	Suministro e instalación de la pared divisora ubicada entre los cubículos para 8 personas.
		1.5.7. Limpieza final	Limpieza de todo el local para poder iniciar operaciones en el "Punto de Encuentro".
		1.5.8. Instalación de alfombra	Suministro e instalación de la alfombra, la cual irá ubicada en todos los espacios a excepción de las áreas que llevará cerámica.

**Tabla 15 Diccionario de la EDT Entregable de Equipo**

<b>Entregable</b>	<b>Paquete de Trabajo</b>	<b>Actividades</b>	<b>Descripción</b>
<b>2. Equipo</b>	2.1. Suministro e instalación de equipo	2.1.1. Recepción	Suministro e instalación de 1 mostrador, 2 archiveros, 1 computadora de escritorio y una silla. Y el equipo a ser alquilado, 2 computadoras portátiles, 2 proyectores y 1 video cámara.
		2.1.2. Oficina administrativa	Suministro e instalación de 1 escritorio tipo cátedra, 1 computadora de escritorio, programas de Software, 1 impresora/ Scanner, 1 teléfono, 3 sillas para atender visitas, 1 monitores para cámara de e vigilancia, 3 cámara de vigilancia y 1 centro de datos para Internet y 1 servicio sanitario, 1 lavamanos y un espejo para el baño de administración.
		2.1.3. Área de estudio	Suministro e instalación de 4 pizarras estacionarias de 1.20m y 4 sillones para 3-4 personas.
		2.1.4. Cubículos individuales	Suministro e instalación de 4 sillones reclinables con mesa para colocar la computadora y 4 esquineras.
		2.1.5. Cubículos grupales	Suministro e instalación de 8 mesas redondas para 6 personas, 3 mesas rectangulares para 8 personas, 1 mesa redonda para 8 personas, 80 sillas y 12 pizarras de pared.
		2.1.6. Sala de conferencias	Suministro e instalación de 1 mesa para 20 personas, 20 sillas, 1 pizarra, 1 pantalla, 1 televisor pantalla plana de 42", y mesa, 1 proyector, 1 computadora, 1 video cámara y 1 teléfono.
		2.1.7. Baños	Suministro e instalación de 7 servicios sanitarios, 7 lavamanos, 3 urinarios, 2 espejos de 1.20m de largo y 1 de 0.2m de largo.
		2.1.8. Bodega	Suministro e instalación de 1 escalera de aluminio, 2 estanterías.
		2.1.9. RAK	Suministro e instalación de un centro de datos tener acceso a internet en todo el local.

**Tabla 16 Diccionario de la EDT Entregable de Contratación del Recurso Humano**

<b>Entregable</b>	<b>Paquete de Trabajo</b>	<b>Actividades</b>	<b>Descripción</b>
<b>3. Contratación del Recurso Humano</b>	3.1. Reclutamiento del personal	3.1.1. Recepción de Curriculum Vitae	Se realizará la convocatoria mediante redes sociales y se recibirán todos los curriculum vitae de las personas interesadas en el puesto.
		3.1.2. Selección de Curriculum Vitae	Se seleccionaran las personas que califican para el puesto, utilizando un perfil base que deberá cumplir el empleado.
		3.1.3. Entrevista	Se convocará a entrevista a las personas seleccionadas y se llevará a cabo la misma entre el participante y el dueño del proyecto.
		3.1.4. Selección del personal	Se seleccionará la persona que cumpla con la mayor cantidad de requisitos y que tenga la capacidad necesaria para el puesto aplicado.

## 6.5. PLAN DE GESTIÓN DEL TIEMPO

El proyecto de la implementación del centro de trabajo “Punto de Encuentro” dará inicio el 4 de julio de 2016 con el primer entregable que corresponde a las instalaciones del negocio y finalizará el día 29 de noviembre de 2016, siendo un total de 128.6 días laborales. En la siguiente tabla se muestra la duración que tendrá cada actividad para la implementación del centro de trabajo. Ver anexo 16.

**Tabla 17 Duración de cada actividad Entregable de Instalaciones**

Entregable	Paquete de Trabajo	Actividades	Duración (días)
<b>1. Instalaciones</b>	1.1. Obras preliminares	1.1.1. Limpieza inicial	1
		1.1.2. Trazado y marcado	1
	1.2. Estructuras	1.2.1. Paredes	35
	1.3. Suministro e instalaciones sanitarias	1.3.1. Tubería de aguas negras	20
		1.3.2. Tubería de agua potable	20
		1.3.3. Instalación de inodoro	5
		1.3.4. Instalación de lavamanos	5
		1.3.5. Instalación de lavatrastos	1
	1.4. Instalaciones eléctricas	1.4.1. Circuito de tomacorrientes	10
		1.4.2. Circuito de interruptores	10
		1.4.3. Circuito de lámparas	10
		1.4.4. Entrada de teléfono	2
		1.4.5. Circuito de estufa	2

**Tabla 18 Duración de cada actividad Continuación Entregable de Instalaciones**

<b>Entregable</b>	<b>Paquete de Trabajo</b>	<b>Actividades</b>	<b>Duración (días)</b>
	1.5. Acabados	1.5.1. Piso	14
		1.5.2. Tabiques para baños	5
		1.5.3. Instalaciones de puertas	1
		1.5.4. Instalaciones de ventanas	1
		1.5.5. Pintura	25
		1.5.6. Pared divisora	3
		1.5.7. Limpieza final	6
		1.5.8. Instalación de alfombra	3

**Tabla 19 Duración de cada actividad Entregable de Equipo y Contratación del Recurso Humano**

<b>Entregable</b>	<b>Paquete de Trabajo</b>	<b>Actividades</b>	<b>Duración (días)</b>
2. Equipo	2.1. Suministro e instalación de equipo	2.1.1. Recepción	1
		2.1.2. Oficina administrativa	1
		2.1.3. Área de estudio	2
		2.1.4. Cubículos individuales	20
		2.1.5. Cubículos grupales	4
		2.1.6. Sala de conferencias	3
		2.1.7. Baños	8
		2.1.8. Bodega	1
		2.1.9. RAK	8
3. Contratación del Recurso Humano	3.1. Reclutamiento del personal	3.1.1. Recepción de Curriculum Vitae	8
		3.1.2. Selección de Curriculum Vitae	3
		3.1.3. Entrevista	8
		3.1.4. Selección del personal	3

## **6.6. PLAN DE GESTIÓN DE COSTOS**

Para determinar el costo total para la implementación del centro de trabajo “Punto de Encuentro” se desglosó las actividades a realizar, correspondientes a cada entregable, siendo los del actual proyecto, las instalaciones, equipo y contratación del personal. Además se debe considerar el costo de los documentos legales y trámites para la operación del centro de trabajo. El costo para el entregable de las instalaciones es de L.598,059.00, el costo del equipo L.726,734.00 y para la documentación legal es de L.100,000.00, dando un total de L.1,424,793.00. En la siguiente tabla se encuentra desglosado los costos por las actividades de cada paquete de trabajo. Ver anexo 17 para la observación de la distribución del espacio.

**Tabla 20 Costo por actividad del Entregable de Instalaciones**

Entregable	Paquete de Trabajo	Actividades	Costo (Lempiras)
1. Instalaciones	1.1. Obras preliminares	1.1.1. Limpieza inicial	L 960.00
		1.1.2. Trazado y marcado	L 1,980.00
	1.2. Estructuras	1.2.1. Paredes	L 150,417.00
	1.3. Suministro e instalaciones sanitarias	1.3.1. Tubería de aguas negras	L 42,460.00
		1.3.2. Tubería de agua potable	L 29,490.00
		1.3.3. Instalación de inodoro	L 16,700.00
		1.3.4. Instalación de lavamanos	L 14,644.00
		1.3.5. Instalación de lavatrastos	L 2,348.00
	1.4. Instalaciones eléctricas	1.4.1. Circuito de tomacorrientes	L 29,500.00
		1.4.2. Circuito de interruptores	L 31,458.00
		1.4.3. Circuito de lámparas	L 33,100.00
		1.4.4. Entrada de teléfono	L 1,700.00
		1.4.5. Circuito de estufa	L 4,269.00

**Tabla 21 Costo por actividad Continuación del Entregable de Instalaciones**

Entregable	Paquete de Trabajo	Actividades	Costo (Lempiras)
1. Instalaciones	1.5. Acabados	1.5.1. Piso	L 67,150.00
		1.5.2. Tabiques para baños	L 25,000.00
		1.5.3. Instalaciones de puertas	L 50,484.00
		1.5.4. Instalaciones de ventanas	L 2,584.00
		1.5.5. Pintura	L 45,015.00
		1.5.6. Pared divisora	L 4,620.00
		1.5.7. Limpieza final	L 6,180.00
		1.5.8. Instalación de alfombra	L 38,000.00

**Tabla 22 Costo por actividad del Entregable de Equipo y Contratación del Recurso Humano**

<b>Entregable</b>	<b>Paquete de Trabajo</b>	<b>Actividades</b>	<b>Costo (Lempiras)</b>
2. Equipo	2.1. Suministro e instalación de equipo	2.1.1. Recepción	L 142,210.00
		2.1.2. Oficina administrativa	L 72,540.00
		2.1.3. Área de estudio	L 61,000.00
		2.1.4. Cubículos individuales	L 40,200.00
		2.1.5. Cubículos grupales	L 252,775.00
		2.1.6. Sala de conferencias	L 130,189.00
		2.1.7. Baños	L 1,620.00
		2.1.8. Bodega	L 1,200.00
		2.1.9. RAK	L 25,000.00
3. Contratación del Recurso Humano	3.1. Reclutamiento del personal	3.1.1. Recepción de Curriculum Vitae	L -
		3.1.2. Selección de Curriculum Vitae	L -
		3.1.3. Entrevista	L -
		3.1.4. Selección del personal	L -
<b>Total</b>			<b>L 1,324,793.00</b>

## CAPÍTULO VII. BIBLIOGRAFÍA

Urban Station. (2014). *Urban Station*. Recuperado el 21 de Marzo de 2016, de <http://chile.enjoyurbanstation.com>

Aberastegue, M. (28 de Febrero de 2012). *Daniel Rodríguez. Consultor de Negocios Digitales*. Recuperado el 15 de Mayo de 2016, de <http://www.danielrodriguez.guru/2012/06/17/infografia-latinoamerica-en-internet/>

Almoguera, J. (2006). *Plan de Negocio*.

Alonso Ureba, A.; Cayón Galiardo, A.; Díaz Alabart, S.; Gimeno Sendra, V.; González Tevijano Sánchez, P.; Luzón Peña, D.; Parejo Alfonso, L.; Pérez de los Cobos Orihuel, F.; Alcubilla, E.; (2007). *Código de Turismo*. Madrid España: La Ley.

Alonso, J. (14 de Julio de 2014). *Travel Report*. Obtenido de <http://travelreportmx.com/las-10-mejores-cafeterias-del-mundo/>

Alvarenga, C. (17 de Abril de 2014). *Presencia Universitaria*. Recuperado el 14 de Febrero de 2016, de <https://presencia.unah.edu.hk/academia/articulo/unah-tiene-el-41-de-la-poblacion-universitaria-en-el-ambito-nacional>

Alvarez, J. (2009). *Ergonomía y Psicología Aplicada*. Valladolid, España: LEX NOVA, S.A.

Antiguo, T. L. (2013). *Todo Libro Antiguo*. Recuperado el 12 de Febrero de 2016, de <http://www.todolibroantiguo.es/historia-bibliotecas/edad-media.html>

Baca, G. (2010). Evaluación de Proyectos. En G. B. Urbina, *Evaluación de Proyectos* (Sexta ed., págs. Pág. 5-20). México: McGraw Hill.

Barahona, Y. (2014). *Estudio de Mercado*. Presentación de clase.

Barahona, Y. (2014). *Estudio de Mercado*. Presentación de clase.

Barahona, Y. (2014). *Estudio técnico*. Presentación .

Biblioteca, C. (2012). *Cafe Biblioteca*. Recuperado el 20 de Marzo de 2016, de <http://www.cafebiblioteca.es/>

Carrion, J. (2007). *Estrategia*. Madrid: ESIC.

Castillo, J. (2010). *Fundamentos para el Desarrollo de Soluciones Ergonómicas*. Bogota: Editorial Universidad del Rosario.

Castro García del Valle, C. (2013). *Consultoria de Casos como Estrategia de Enseñanza*. Consultoría Estratégica en Educación. Recuperado el 12 de Febrero de 2016, de [http://sistemas2.dti.uaem.mx/evadocente/programa2/Agrop007\\_13/documentos/El\\_metodo\\_de\\_casos\\_como\\_estrategia\\_de\\_ensenanza.pdf](http://sistemas2.dti.uaem.mx/evadocente/programa2/Agrop007_13/documentos/El_metodo_de_casos_como_estrategia_de_ensenanza.pdf)

Corporation, M. (1993). *Enciclopedia Microsoft Encarta*.

Cruz, J. A., & Garnica, G. A. (2001). *Principios de la Ergonomia*. Bogota, Colombia: Jorge Tadeo Lozano.

Culturales, E. G. (s.f.). Recuperado el 21 de Marzo de 2016, de <http://www.espaciosgastronomicos.cl>

Dapena, M. (31 de Octubre de 2008). *Riesgos Ergonomios*. Recuperado el 26 de Marzo de 2016, de [http://solutions.productos3m.es/3MContentRetrievalAPI/BlobServlet?lmd=1244816263000&locale=es\\_ES&assetType=MMM\\_Image&assetId=1180606428534&blobAttribute=ImageFile](http://solutions.productos3m.es/3MContentRetrievalAPI/BlobServlet?lmd=1244816263000&locale=es_ES&assetType=MMM_Image&assetId=1180606428534&blobAttribute=ImageFile)

DesignPartner. (15 de Octubre de 2015). *disanolightingmagazine*. Recuperado el 21 de Marzo de 2016, de <http://www.disanolightingmagazine.info>

Entrepreneur. (13 de Septiembre de 2012). *entrepreneur*. Recuperado el 21 de Marzo de 2016, de <http://www.entrepreneur.com/article/265467>

Ergonomia, A. E. (s.f.). *Asociación Española de Ergonomia*. Recuperado el 25 de Marzo de 2016, de <http://www.ergonomos.es/ergonomia.php>

*Espresso Americano*. (s.f.). Obtenido de <http://www.espresso-americano.com/quienes-somos/nuestra-historia/>

Fernando, L. (Marzo de 2008). *Temas de Administración de Empresas Agropecuarias*. Recuperado el 27 de Marzo de 2016, de <http://admluisfernando.blogspot.com/>

Fischer, L., & Espejo, J. (2011). Mercadotécnica. En L. E. Fischer de la Vega, & J. Espejo Callado, *Mercadotécnica* (págs. Pág. 58-90). México: McGraw Hill.

Flórez, J. (2015). Proyectos de Inversión para las PYME. En J. A. Uribe, *Proyectos de Inversión para las PYME* (Tercera ed., pág. Pág. 7). Bogotá: Ecoe Ediciones.

Gonzalez, D. (2000). *Ergonomia y Psicología*. Madrid: FC Editorial.

Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw Hill Education.

Hitt, M. (2006). *Administración*. Distrito Central: PEARSON.

Hoagland, W., & Williamson, L. (11 de Octubre de 2000). *UK Cooperative Extension Service*. Obtenido de [http://www.uky.edu/Ag/AgEcon/pubs/feasibility\\_study.pdf](http://www.uky.edu/Ag/AgEcon/pubs/feasibility_study.pdf)

Honduras en Cifras. (2015). *Honduras en Cifras*. Tegucigalpa: Empresa Nacional de Artes Gráficas.

Instituto Nacional del Emprendedor, G. d. (2015). *Guías Empresariales*. Recuperado el 27 de Marzo de 2016, de <http://www.contactopyme.gob.mx/guiasempresariales/guias.asp?s=10&g=2&sg=9>

Jouvencel, M. (1994). *Ergonomia Basica*. Madrid, España: Ediciones Diaz de Santos S.A.

Koontz, H., Weihrich, H., & Cannice, M. (2012). *Administración Una Perspectiva Global*. México: McGraw Hill Interamericana.

Kotler, P. (2003). *Fundamentos de Marketing*. Madrid: Pearson.

Laurig, W. (2001). *Ergonomia*. Madrid.

Literario, M. (2006). *Mundo Literario*. Recuperado el 27 de Marzo de 2016

Lobato Paz, R., Sanchez Aparicio, M., & San Isidro, A. (30 de Abril de 2010). *Revista de Comunicación Digital*. Recuperado el 12 de Febrero de 2016, de <http://www.pantropia.ciberimaginario.es/index.php/innovacion/contenidos/item/238-historia-de-las-bibliotecas-virtuales>

López Parra, M., & Gonzáles Navarro, N. (31 de Julio de 2008). *Instituto Tecnológico de Sonora*. Obtenido de <http://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no56/estudiotecnico.pdf>

López Parra, M., Aceves López, J., Celaya Figueroa, R., & Beltrán Fraijo, N. (8 de Mayo de 2008). *Instituto Tecnológico de Sonora*. Obtenido de [http://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no56/estudio\\_financiero.pdf](http://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no56/estudio_financiero.pdf)

Mankiw, G. (2012). *Principios de la Economía*. Distrito Central, Mexico: Cengage Learning Editores.

Martinez, D. (2012). *Análisis del Entorno*. Madrid: Diaz de Santos.

Mejía, E. (2005). *Metodología de la Investigación Científica*. Lima: Centro de Producción Editorial e Imprenta de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

Mejía, M., & Mancía, H. (2004). *Organización de Estados Iberoamericanos (OEI)*. Recuperado el 25 de Marzo de 2016, de <http://www.oei.es/cultura2/honduras/creditos.htm>

Menendez, C. (2006). *Ergonomía para docentes*. Madrid: GRAO.

Mexicana, N. O. (2008). *Norma Oficial Mexicana*. NOM-025-STPS, Distrito Central.

Moreno Villa, M. (2003). *Filosofía* (Vol. III). Sevilla, España : MAD,S.L.

Moyano Fuentes, J., Bruque Cámara, S., Maqueira Marín, J., & Martínez Jurado, P. (2011). *Administración de Empresas. Un Enfoque Teórico-Práctico*. Madrid: Pearson Educación.

Nassir, & R. (2003). Preparación y Evaluación de Proyectos. En N. Sapag Chain, & R. Sapag Chain, *Preparación y Evaluación de Proyectos* (Cuarta ed., págs. Pág. 18-30). México: McGraw Hill Interamericana.

Naveros, J. (2009). *Plan de Negocio*. Madrid: VERTICE.

Parada, P. (10 de Enero de 2013). *Pascual Parada*. Obtenido de Análisis PESTEL, una herramienta de estrategia empresarial de estudio del entorno: <http://www.pascualparada.com/analisis-pestel-una-herramienta-de-estudio-del-entorno/>

Perez, L. (2004). *Marketing Social*. Pearson.

Porter, M. E. (2000). *Estrategia Competitiva: Técnicas para el Análisis de los Sectores Industriales y de la Competencia*. México: Grupo Editorial Patria.

Presencia Universitaria de la Unah. (10 de Junio de 2015). *Presencia Universitaria*. Recuperado el 14 de Febrero de 2016, de <https://presencia.unah.edu.hn/academia/articulo/anualmente-la-poblacion-estudiantil-en-la-unah-aumenta-un-4->

Psicología y Empresa. (25 de Agosto de 2010). *Psicología y Empresa. Renovando Empresas con Talento*. Obtenido de <http://psicologiayempresa.com/%C2%BFque-es-un-producto.html>

PYMEHELP, Consultara de Servicios. (2008). *¿Qué es un Plan de Negocio?* Buenos Aires.

Retos Directivos. (4 de Agosto de 2015). *Retos Directivos. Liderazgo Empresarial*. Obtenido de El análisis PEST, una herramienta para planificar tu estrategia: <http://retos-directivos.eae.es/el-analisis-pest-una-herramienta-para-planificar-tu-estrategia/>

Rivera, J. (2002). *La promoción de Venta*. Madrid: ESIC.

Rivera, J., & Garcillan, G. (2007). *Dirección de Marketing*. Madrid, España: ESIC EDITORIAL. Recuperado el 12 de Junio de 2016

Robbins, S. (2005). *Administración*. Distrito Central: Pearson.

Rodríguez Borrell, C., & Montes de Oca Montano, J. (Marzo de 2012). *Contribuciones a las Ciencias Sociales*. Recuperado el 15 de Marzo de 2016, de <http://www.eumed.net/rev/cccss/19/rbom.html>

Romero, S. (2003). *La Arquitectura de la Biblioteca* (Segunda ed.). Barcelona, España: Escola Srt. Recuperado el 15 de Marzo de 2016

Sánchez Gómez, L. (29 de Octubre de 2014). *GestioPolis*. Recuperado el 15 de Marzo de 2016, de <http://www.gestiopolis.com/principales-bibliotecas-del-mundo-antiguo-y-de-la-actualidad/>

Saravia Pinilla, M. (2006). *Ergonomia de Concepción*. Bogota: Pontificia Universidad Javeriana.

Schnaars, S. (1994). *Estrategia de Marketing*. Madrid: Diaz de Santos.

Shopes, N. C. (2013). *NORDIC Coffee Shopes* . Recuperado el 21 de Marzo de 2016

Starter Daily. (11 de Diciembre de 2014). *Starter Daily*. Recuperado el 21 de Marzo de 2016, de <http://starterdaily.com>

Sulá Batsú. (2011). *Las Bibliotecas Públicas: Una Mirada a los Sistemas de Bibliotecas en Centroamérica*. Sula Batsú, Cooperativa R.L.

Thompson, A. (2005). Entrepreneurship and Business Innovation. En A. Thompson, *Entrepreneurship and Business Innovation* (págs. 185-196).

Thompson, J. (17 de Abril de 2009). *Todo Sobre Proyectos*. Recuperado el 26 de Marzo de 2016, de <http://todosobreproyectos.blogspot.com/2009/04/etapas-de-la-fase-de-preinversion.html>

Timeout. (21 de Enero de 2014). *timeout el Periodico* . Recuperado el 21 de Enero de 2014, de <http://www.timeout.es/>

Vallejos, J. (Agosto de 2006). *Ergonomia Ocupacional S.C*. Recuperado el 26 de Marzo de 2016, de <http://www.ergocupacional.com/4910/35895.html>

Varcolaci. (2007). *Ventaja Competitiva (Porter)*.

Velasquez, M. (2006). *Ética en los Negocios*. Distrito Central, Mexico: Pearson Educación.

Williams Mayorga, A. (2008). *Programa de Profesionalización Didáctica con Énfasis en la Selección y Uso de Medios de Enseñanza en la Asignatura de Historia de Honduras en el Centro Universitario Regional del Litoral Pacífico*. Choluteca: Universidad Nacional Autónoma de Honduras.

## ANEXO 1. DATOS DE LA POBLACIÓN

**Tabla 23 Población económicamente activa**

Categorías	Cuadro No. 1. Población en Edad de Trabajar (PET), Población Económicamente Activa (PEA) y Tasa de Participación (TP) según dominio, quintil del ingreso de hogar, nivel educativo y rango de edad														
	Población en Edad de Trabajar (PET)						Población Económicamente Activa (PEA)						Tasa de Participación (TP)		
	Total	% 1/	Hombre	% 1/	Mujer	% 1/	Total	% 1/	Hombre	% 1/	Mujer	% 1/	Total	Hombre	Mujer
<b>Total Nacional 2/</b>	<b>6,521,491</b>	<b>100.0</b>	<b>3,059,715</b>	<b>46.9</b>	<b>3,461,776</b>	<b>53.1</b>	<b>3,655,099</b>	<b>100.0</b>	<b>2,251,283</b>	<b>61.6</b>	<b>1,403,816</b>	<b>38.4</b>	<b>56.0</b>	<b>73.6</b>	<b>40.6</b>
<b>Dominio</b>															
Urbano	3,531,712	54.2	1,596,597	52.2	1,935,115	55.9	1,968,182	53.8	1,092,926	48.5	875,256	62.3	55.7	68.5	45.2
<b>Distrito Central</b>	<b>942,316</b>	<b>14.4</b>	<b>413,319</b>	<b>13.5</b>	<b>528,997</b>	<b>15.3</b>	<b>510,516</b>	<b>14.0</b>	<b>270,258</b>	<b>12.0</b>	<b>240,258</b>	<b>17.1</b>	<b>54.2</b>	<b>65.4</b>	<b>45.4</b>
San Pedro Sula	550,917	8.4	253,046	8.3	297,871	8.6	310,840	8.5	172,850	7.7	137,990	9.8	56.4	68.3	46.3
Resto urbano	2,038,479	31.3	930,232	30.4	1,108,247	32.0	1,146,826	31.4	649,818	28.9	497,008	35.4	56.3	69.9	44.8
Rural	2,989,779	45.8	1,463,118	47.8	1,526,661	44.1	1,686,917	46.2	1,158,357	51.5	528,560	37.7	56.4	79.2	34.6
<b>Quintil de Ingreso</b>															
Quintil 1	1,389,475	21.3	650,717	21.3	738,758	21.3	697,202	19.1	485,878	21.6	211,325	15.1	50.2	74.7	28.6
Quintil 2	1,387,869	21.3	649,173	21.2	738,696	21.3	721,499	19.7	465,211	20.7	256,288	18.3	52.0	71.7	34.7
Quintil 3	1,297,809	19.9	616,091	20.1	681,718	19.7	711,372	19.5	448,077	19.9	263,295	18.8	54.8	72.7	38.6
Quintil 4	1,268,800	19.5	593,183	19.4	675,618	19.5	757,732	20.7	439,229	19.5	318,503	22.7	59.7	74.0	47.1
Quintil 5	1,142,207	17.5	531,455	17.4	610,753	17.6	751,783	20.6	402,181	17.9	349,602	24.9	65.8	75.7	57.2
No Declaran Ingresos	35,330	0.5	19,097	0.6	16,233	0.5	15,511	0.4	10,706	0.5	4,804	0.3	43.9	56.1	29.6

Fuente: INE 2014

**Tabla 24 Población universitaria**

<b>POBLACIÓN EDUCACIÓN SUPERIOR</b>	
<b>UNIVERSIDAD</b>	<b>POBLACIÓN SEDE EN DISTRITO CENTRAL (Año 2014)</b>
Universidad Nacional Autónoma de Honduras (UNAH)	47576
Universidad Privada José Cecilio del Valle (UJCV)	1074
Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC)	8901
Universidad Pedagógica Nacional "Francisco Morazán" (UPNFM)	4355
Universidad Tecnológica de Honduras (UTH)	2361
Universidad Católica Nuestra Señora Reina de la Paz (UNICAH)	2286
Universidad Cristiana Evangélica Nuevo Milenio (UCENM)	1626
Universidad Politécnica de Honduras (UPH)	137
Universidad Metropolitana de Honduras (UMH)	740
Seminario Mayor "Nuestra Señora de Suyapa (SMNSS)	182
Centro de Diseño, Arquitectura y Construcción (CEDAC)	120
Universidad de Defensa de Honduras (UDH)	903
Universidad Politecnica de Ingeniería (UPI)	905
<b>TOTAL</b>	<b>71585</b>

Fuente: Honduras en Cifra (2012-2014)

## ANEXO 2. FORMATO DE ENCUESTA



### ENCUESTA

Somos estudiantes de la Maestría de Administración de Proyectos de la Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC), estamos realizando el proyecto de tesis, la cual consiste en implementar un Centro de Estudio donde podrán realizar sus trabajos y reuniones en equipo con la privacidad que requieran, por lo que solicitamos su colaboración contestando las siguientes preguntas.

#### DATOS DEMOGRÁFICOS

¿Cuál es su sexo?

Femenino

Masculino

¿Cuál es su grupo de edad?

17-24 años       25-34 años

35-44 años       45 años o más

¿Cuál es su ingreso mensual?

Lps.0.00      -    Lps.5,000.00

Lps.5,000.01 - Lps.10,000.00

Lps.10,000.01 - Lps.15,000.00

Lps.15,000.01 en adelante.

#### PREGUNTAS

1. ¿Actualmente estudia o trabaja?

Estudio

Trabajo

Ambas

2. ¿Realiza trabajos en equipo para fines educativos y/o laborales?

Si

No. ¿Por qué? \_\_\_\_\_

*En caso que su respuesta sea NO, finaliza la encuesta.*

3. ¿Cómo es su forma de reunirse con sus compañeros?

Virtual

Presencial

Ambas

4. ¿Con qué frecuencia se reúne con sus compañeros para efectuar reuniones de trabajo?

Diario

Semanal

Cada quince días

Mensual

Eventualmente

5. ¿Cuántas horas dedica a las reuniones de trabajo?

1 a 2 horas

3 a 4 horas

Más de 4 Horas

6. ¿Para realizar sus trabajos o proyectos en equipo que lugares frecuentan para reunirse?

Casas

Cafés

Bibliotecas

Otros. ¿Cuáles? \_\_\_\_\_

7. ¿Asistiría a un centro de estudio que cuente con todos los recursos físicos y servicios que usted necesita?

Si

No, ¿Por qué? \_\_\_\_\_

8. ¿Cuáles son los recursos físicos que requiere para el desarrollo de sus trabajos u/o proyectos? Enumere del 1 al 5, considerando 1 el más importante.

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Computadora   | <input type="checkbox"/> Micrófonos            |
| <input type="checkbox"/> Impresora     | <input type="checkbox"/> Pizarra               |
| <input type="checkbox"/> Fotocopiadora | <input type="checkbox"/> Proyector             |
| <input type="checkbox"/> Internet      | <input type="checkbox"/> Otros. ¿Cuáles? _____ |
| <input type="checkbox"/> Cámara Web    |  |

9. ¿Qué servicios le gustaría que tuviera el Centro de Estudio? (Seleccione un máximo 5).

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Servicios de Cafeterías | <input type="checkbox"/> Servicio de Fotocopiadora y encuadernado |
| <input type="checkbox"/> Alquiler de Cubículos   | <input type="checkbox"/> Servicio de traducción                   |
| <input type="checkbox"/> Sala de Conferencias    | <input type="checkbox"/> Servicio de meseros                      |
| <input type="checkbox"/> Seguridad               | <input type="checkbox"/> Servicio de Internet                     |
| <input type="checkbox"/> Servicios secretariales | <input type="checkbox"/> Otros. ¿Cuál? _____                      |

10. ¿Qué horario de atención le gustaría que tuviera el Centro de Estudio?

- Lunes a Viernes (9 am a 12 pm)
- Lunes a Sábado (9 am a 12 pm)
- Horario extendido (24/7)
- Otro. ¿Cuál? \_\_\_\_\_

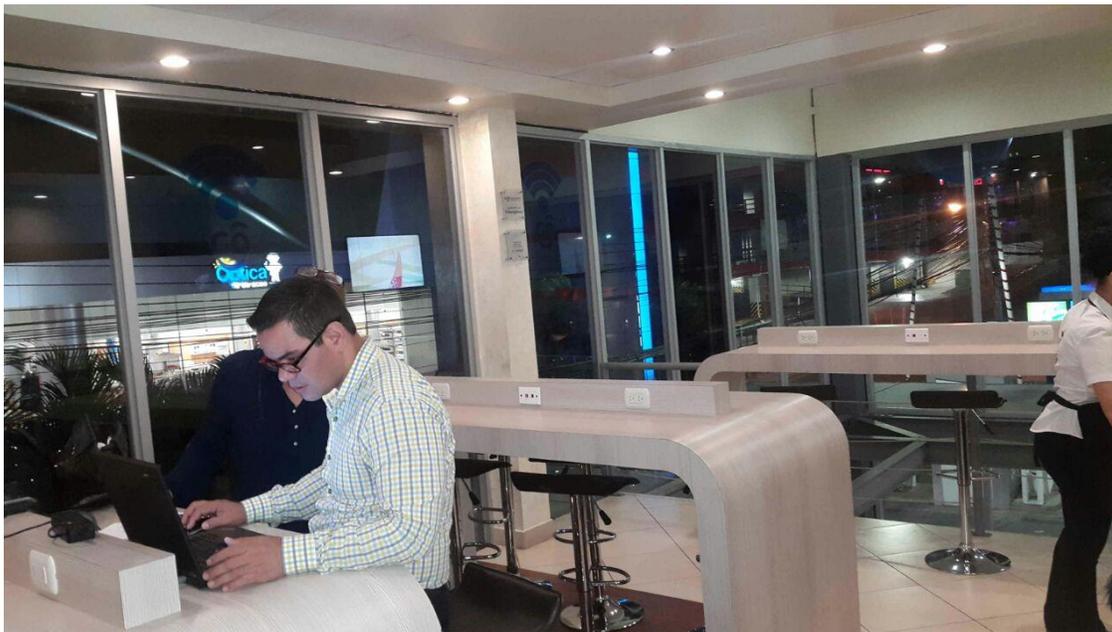
11. ¿Cuánto estará dispuesto a pagar por el alquiler de cubículos? (Precio por Hora).

- L.15.00 a L30.00
- L.30.01 a L50.00
- L.50.01 o más

12. ¿Cuánto estará dispuesto a pagar por el alquiler de salas de conferencias?

- L.2,500.00 a L3,500.00
- L.3,500.01 a L4,500.00
- L.4,500.01 o más

### ANEXO 3. EJEMPLO DE LA COMPETENCIA INDIRECTA



**Figura 21** Equipo que presta Espresso Americano



**Figura 22** Equipo que presta Espresso Americano

Fuente: Propia

**ANEXO 4. OPCIONES DE LOCALIZACIÓN DEL CENTRO DE TRABAJO**



**Figura 23 Opción 1: Colonia Lomas del Guijarro**

Fuente: Google Earth



**Figura 24 Opción 2: Colonia Miramontes**

Fuente: Google Earth



**Figura 25 Opción 3: Boulevard La Hacienda**

Fuente: Google Earth

## ANEXO 5. DESGLOSE DE GASTOS DE ADECUACIÓN Y EQUIPAMIENTO

**Tabla 25 Costos de la adecuación del local**

Actividad	Costo
<b>Obras Iniciales</b>	
Limpieza inicial	L960.00
Trazado y Marcado	L1,980.00
Paredes	L150,417.00
<b>Suministro e Instalaciones Sanitarias</b>	
Tubería de aguas negras	L42,460.00
Tubería de agua potable	L29,490.00
Inodoro	L16,700.00
Lavamanos	L14,644.00
Lavatrastos	L2,348.00
<b>Instalaciones eléctricas</b>	
Circuito de tomacorrientes dobles	L 29,500.00
Circuito de interruptores	L 31,458.00
Circuito de lámparas	L 33,100.00
Entrada de teléfono	L 1,700.00
Circuito de estufa	L 4,269.00

**Tabla 26 Continuación Costos de la adecuación del local**

<b>Acabados</b>	
Piso	L 67,150.00
Tabiques para baño	L 25,000.00
Puertas	L 50,484.00
Ventanas	L 2,584.00
Pintura	L 45,015.00
Pared divisora	L 4,620.00
Limpieza final	L 6,180.00
Alfombra	L 38,000.00
<b>Total</b>	<b>L 598,059.00</b>

**Tabla 27 Costo de equipamiento**

<b>Equipo</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Mostrador Recepción	Unidad	1	L 6,700.00	L 6,700.00
Mueble con gavetas	Unidad	1	L 5,300.00	L 5,300.00
Archivero	Unidad	2	L 7,505.00	L 15,010.00
Computadora de Escritorio	Unidad	2	L 13,900.00	L 27,800.00
Silla Ejecutiva	Unidad	1	L 3,500.00	L 3,500.00
Silla de tela	Unidad	37	L 1,120.00	L 41,440.00
Sillas de plástico	Unidad	80	L 600.00	L 48,000.00
Escritorio tipo cátedra	Unidad	1	L 5,000.00	L 5,000.00
Impresora	Unidad	2	L 4,000.00	L 8,000.00
Monitores	Unidad	1	L 2,700.00	L 2,700.00

**Tabla 28 Continuación Costo de equipamiento**

<b>Equipo</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Cámara de vigilancia	Unidad	4	L 4,000.00	L 16,000.00
RAK	Unidad	1	L 10,000.00	L 10,000.00
Silla alta	Unidad	1	L 2,500.00	L 2,500.00
Mesa redonda 6 personas	Unidad	8	L 5,000.00	L 40,000.00
Mesa redonda 8 personas	Unidad	3	L 7,800.00	L 23,400.00
Mesa rectangular 8 personas	Unidad	1	L 10,000.00	L 10,000.00
Mesa para 20 personas	Unidad	1	L 13,000.00	L 13,000.00
Pizarra	Unidad	17	L 4,000.00	L 68,000.00
Sillones	Unidad	4	L 9,000.00	L 36,000.00
Sillón reclinable con mesas incorporada	Unidad	4	L 7,000.00	L 28,000.00
Mesas esquineras pequeña	Unidad	4	L 800.00	L 3,200.00
Mesas esquinera grande	Unidad	1	L 989.00	L 989.00
Pantalla para proyectar	Unidad	1	L 2,900.00	L 2,900.00
Televisor pantalla plana de 42"	Unidad	1	L 19,600.00	L 19,600.00
Proyector	Unidad	3	L 17,700.00	L 53,100.00
Computadora portátil	Unidad	3	L 13,900.00	L 41,700.00

**Tabla 29 Continuación Costo de equipamiento**

Video cámara	Unidad	2	L 9,000.00	L 18,000.00
Escalera de aluminio	Unidad	1	L 1,200.00	L 1,200.00
Aire acondicionado	Unidad	10	L 9,000.00	L 90,000.00
Espejo Grande	Unidad	2	L 650.00	L 1,300.00
Espejo pequeño	Unidad	1	L 320.00	L 320.00
Red de datos	Unidad	1	L 25,000.00	L 25,000.00
Teléfono	Unidad	3	L 900.00	L 2,700.00
Pared removible	M2	20.5	L 2,750.00	L 56,375.00
<b>Total</b>				<b>L 726,734.00</b>

**ANEXO 6. DESGLOSE GASTOS ADMINISTRATIVOS MENSUALES**

**Tabla 30 Gastos administrativos comprados una sola vez**

<b>Papelería y Útiles Comprados Única vez</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Total</b>
Organizador de escritorio	L. 108.00	1	L. 108.00
Organizador de Lapiz	L. 37.90	1	L. 37.90
Guillotina	L. 869.00	1	L. 869.00
Archivador	L. 790.00	1	L. 790.00
Regla	L. 20.00	2	L. 40.00
Tijeras	L. 49.90	2	L. 99.80
Sellos	L. 149.00	2	L. 298.00
Grapadora	L. 119.00	2	L. 238.00
Perforadora	L. 119.00	2	L. 238.00
Dispensador de tape	L. 120.00	2	L. 240.00
Archivador de documento	L. 55.50	3	L. 166.50
<b>Total</b>			<b>L. 3,125.20</b>

**Tabla 31 Desglose de gastos de papelería y utilería**

<b>Papelería y Utilería</b>					
<b>Descripción</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Periodo de compra</b>	<b>Total</b>	<b>Total anual</b>
Clips	L. 80.00	1	Cada dos meses	L. 80.00	L. 480.00
Fostener	L. 49.80	1	Cada dos meses	L. 49.80	L. 298.80
Folder Manila Tamaño carta	L. 79.00	1	cada tres meses	L. 79.00	L. 316.00
Lapiz grafito	L. 3.82	3	mensual	L. 11.46	L. 137.52
Boligrafo	L. 6.00	4	mensual	L. 24.00	L. 288.00
Resaltador	L. 14.00	3	Cada dos meses	L. 42.00	L. 252.00
Post it	L. 8.97	2	mensual	L. 17.94	L. 215.28
Grapas	L. 78.00	1	Cada dos meses	L. 78.00	L. 468.00
Saca Grapas	L. 8.40	2	anual	L. 16.80	L. 16.80
Tape	L. 19.66	1	Cada dos meses	L. 19.66	L. 117.96
Barra de goma	L. 3.90	3	cada tres meses	L. 11.70	L. 46.80
Libreta	L. 11.30	2	cada tres meses	L. 22.60	L. 135.60
Papel Tamaño carta	L. 85.25	2	mensual	L. 170.50	L. 2,046.00
<b>Total</b>	L. 448.10	-----	-----	L. 623.46	L. 4,818.76

## ANEXO 7. SOLICITUD PARA EL REGISTRO DE MARCA



**INGIPI**



REPÚBLICA DE HONDURAS  
INSTITUTO DE LA PROPIEDAD  
DIRECCIÓN GENERAL DE PROPIEDAD INTELECTUAL  
REGISTRO DE PROPIEDAD INDUSTRIAL



**INSTITUTO  
DE LA PROPIEDAD**

MODALIDAD	
Marca de Fábrica	<input type="checkbox"/>
Marca de Servicio	<input type="checkbox"/>
Marca Colectiva	<input type="checkbox"/>
Marca de Certificación	<input type="checkbox"/>
Exposición o Festival de Propaganda	<input type="checkbox"/>
Nombre Comercial	<input type="checkbox"/>
Estilismo	<input type="checkbox"/>
Símbolo	<input type="checkbox"/>
Indicación Geográfica	<input type="checkbox"/>
Denominación de Origen	<input type="checkbox"/>

### SOLICITUD DE REGISTRO DE MARCA

TIMBRE  
Lps. 50.00

**A.- TITULAR**

Nombre, Razón o Denominación Social:

Domicilio:

Código País:

**B.- REGISTRO EXTRANJERO**

Registro Básico	Fecha	País de Origen	Código País	Renovación	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
		▼		Por un periodo de:	▼	años

**C.- ESPECIFICACIONES DE LA DENOMINACIÓN**

Denominación:

Reivindicaciones:

DISTINTIVO

Clase Internacional: ▼ Producto, Servicios y/o finalidad que distingue:  lista/Resumen de Clas ▼

Páginas Adicionales

Observaciones:

**D.- APODERADO LEGAL**

Nombre:		Firma y Sello
Domicilio:		
Teléfonos:		
E-Mail:		Colegiado No. <input style="width: 50px;" type="text"/>

**E.- SUSTITUYE PODER (Art. 97 Ley de Procedimiento Administrativo)**

Nombre:		Firma y Sello
Domicilio:		
Teléfonos:		
E-Mail:		Colegiado No. <input style="width: 50px;" type="text"/>

Receptor Formulario

Receptor

Impreso Formulario  
"Usar Papel Tamaño Legal"

www.gocieties.com/honduras
© Marvin Silva | msilvaandino@yahoo.com
Página 1

**F.- DOCUMENTOS QUE ACOMPAÑA Y/O COTEJADOS**

Poder <input type="checkbox"/>	Personería Jurídica <input type="checkbox"/>	Carta de Autorización <input type="checkbox"/>
Licencia de Uso <input type="checkbox"/>	Otros <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**G.- PROVIDENCIAS**

OFICINA DE REGISTRO DE PROPIEDAD INDUSTRIAL. Tegucigalpa, Municipio del Distrito Central. Admitase y NOTIFICADO de conformidad con el artículo No. 86 de la Ley de Propiedad Industrial.

\_\_\_\_\_  
Registrador(a)

OFICINA DE REGISTRO DE PROPIEDAD INDUSTRIAL. Tegucigalpa, Municipio del Distrito Central, a los \_\_\_\_\_. Admitase la solicitud que antecede, junto con los documentos acreditados y cotejados, o en su caso, razonados en autos, devuélvase al interesado. Continúese con las verificaciones y exámenes correspondientes. Téngase como Apoderado Legal de

a \_\_\_\_\_, con las facultades conferidas.

**CÚMPLASE.**

\_\_\_\_\_  
Registrador(a)

**H.- CLASIFICACIÓN**

Corresponde a la Clase Internacional <input type="text"/>	Corrección de la Clase Internacional _____
<input type="text"/>	_____
(En Letras)	(En Letras)
Fecha: _____	Fecha: _____
_____ Examinador(a)	_____ Examinador(a)

**I.- ANTERIORIDADES**

No. Registro	Situación	Denominación	CL	Titular
Existe Anterioridad: En Identidad <input type="checkbox"/>		No Existe Anterioridad <input type="checkbox"/>		
En Similitud <input type="checkbox"/>				
Siendo la(s) _____ del _____ año _____				
_____ Examinador(a)				



1) No. Solicitud: \_\_\_\_\_ 2) Fecha de Presentación: \_\_\_\_\_

De aquí en adelante la información es generada automáticamente cuando llenas la página 1 y si utilizas las páginas 4 - 5





REPÚBLICA DE HONDURAS  
INSTITUTO DE LA PROPIEDAD  
DIRECCIÓN GENERAL DE PROPIEDAD INTELECTUAL  
REGISTRO DE PROPIEDAD INDUSTRIAL

### AVISO 1) SOLICITUD DE REGISTRO DE

**A.- TITULAR**

1) Solicitante: \_\_\_\_\_

2) Domicilio: \_\_\_\_\_

3) Organizada bajo leyes de: \_\_\_\_\_

**B.- REGISTRO EXTRANJERO**

1) Registro Básico	2) Fecha	3) País de Origen	4) Código País
_____	_____	_____	_____

**C.- ESPECIFICACIONES DE LA DENOMINACIÓN**

<p>1) Denominación y 2) Distintivo: _____</p>	DISTINTIVO
<p>3) Reivindicaciones: _____</p>	
<p>4) Clase Internacional: _____ 5) Protege y distingue: _____</p>	
<p>6) _____ <input type="checkbox"/> 7) Página Adicional</p>	

**D.- APODERADO LEGAL**

1) Nombre: \_\_\_\_\_

**E.- SUSTITUYE PODER**

1) Nombre: \_\_\_\_\_

**USO EXCLUSIVO DE LA OFICINA**

Lo que se pone en conocimiento público para efectos de ley correspondiente. Artículo 88 de la Ley de Propiedad Industrial. Nota: deberán hacerse tres (3) publicaciones con intervalos de diez (10) días hábiles

1) Fecha de Emisión: \_\_\_\_\_

2) Reservas: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
Registrador(a) de la Propiedad Industrial

\* La información es para uso exclusivo de la ESAG.

**Figura 26 Formulario para el registro de marca en la DIGEPIH**

Fuente: Dirección General de Propiedad Intelectual de Honduras

## ANEXO 8. REGISTRO EN LA CCIT Y PAGO CORRESPONDIENTE



Fecha: \_\_\_\_\_

TIPO DE TRAMITE: Registro ( ) Afiliación ( ) Código _____					RTN: _____	
1. INFORMACIÓN GENERAL						
Denominación Social:				Nombre Comercial:		
Dirección Detallada:						
Representación Geográfica	Nacional	Regional	Local	Internacional		
Cantidad de establecimientos:			Número de empleados:			
Teléfonos:				Fax:		
E-mail (s):			Página Web:			
DATOS DE CONTACTO	NOMBRE	NO. DE IDENTIDAD	TELÉFONO	CORREO ELECTRÓNICO		
Representante Legal						
Gerente General						
Mercadeo						
Recursos Humanos						
Contabilidad						
Administrativo						
2. REGISTRO MERCANTIL	Matrícula	Inscripción	Ciudad	Capital Autorizado		
3. REGISTRO CCIT	No. De Registro	Folio	Tomo	Fecha	Ciudad	
4. ACTIVIDAD ECONÓMICA	Importa:		Exporta:			
	Comercio	Industria	Servicios	Marcas/ Franquicias:		
5. PAGO DE MEMBRÍA DE AFILIACION A CAMARA						
Forma de pago	Cobrador	Depósito	Transferencia electrónica	Cargo automático	Oficina	
Frecuencia de pago	Mensual	Trimestral	Semestral	Anual		
Observaciones:						
DOCUMENTOS ANEXOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>Escritura original y copia</li> <li>Copia de Identidad de la persona que realiza el tramite</li> </ul>					

El representante (Persona Natural o Persona Jurídica o su Representante Legal) manifiesta que la información consignada en este registro es fidedigna y se sujetara a las leyes- Decretos y actos administrativos que reglamenta el uso.

\_\_\_\_\_  
Firma / Sello de la empresa

Boulevard Centroamérica, Apdo.No. 3444 Contiguo a Emisoras Unidas, frente al plantel de Hondutel  
Tegucigalpa, M.D.C., Honduras, C.A.  
PBX: (504) 2232-4200, Fax (504) 2232-5764, www.ccit.hn

**Figura 27** Formulario registro en la CCIT

Fuente: Cámara de Comercio e Industria de Tegucigalpa

Capital desde	Capital Hasta	Pagará cada año 0 y 5
L. 1.00	L.200,000.00	L.590.00
L.200,001.00	L.400,000.00	L.850.00
L. 400,001.00	L.700,000.00	L.1,850.00
L.700,001.00	En adelante	L.3,000.00

**Figura 28 Pago del registro al CCIT según capital máximo autorizado**

Fuente: Cámara de Comercio e Industria de Tegucigalpa



## ANEXO 10. PLAN DE INVERSIÓN

**Tabla 34 Escenario 1 del plan de inversión**

ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO										
CON UTILIDAD 70% CONSTANTES										
VENTAS NETAS	L.	154054,656.00								
Gasto de producción	L.	1324,793.00	L.	747,050.11	L.	765,456.60	L.	780,476.56	L.	791,875.85
Utilidad Bruta	L.	152729,863.00	L.	153307,605.89	L.	153289,199.40	L.	153274,179.44	L.	153262,780.15
Gasto de Administración	L.	4126,170.76								
Gasto por Dep. Mobiliario y equipo	L.	44,918.13								
Gasto por Dep. Maquinaria	L.	94,536.00								
Gasto de Amort. Gasto Diferido	L.	20,000.00								
Utilidad Operativa	L.	148444,238.11	L.	149021,980.99	L.	149003,574.51	L.	148988,554.55	L.	148977,155.25
Gastos por intereses	L.	641,462.96	L.	548,922.97	L.	441,206.43	L.	315,824.37	L.	169,879.65
Utilidad/ Pérdida Antes del Impuesto	L.	148444,238.11	L.	149021,980.99	L.	149003,574.51	L.	148988,554.55	L.	148977,155.25
impuesto sobre la Renta (25%)	L.	37111,059.53	L.	37255,495.25	L.	37250,893.63	L.	37247,138.64	L.	37244,288.81
Utilidad Neta	L.	111333,178.58	L.	111766,485.74	L.	111752,680.88	L.	111741,415.91	L.	111732,866.44

**Tabla 33 Escenario 2 del Plan de inversión**

ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO										
CON UTILIDAD 70% CONSTANTES										
VENTAS NETAS	L.	14946,624.00								
Gasto de producción	L.	1324,793.00	L.	747,050.11	L.	765,456.60	L.	780,476.56	L.	791,875.85
Utilidad Bruta	L.	13621,831.00	L.	14199,573.89	L.	14181,167.40	L.	14166,147.44	L.	14154,748.15
Gasto de Administración	L.	4126,170.76								
Gasto por Dep. Mobiliario y equipo	L.	44,918.13								
Gasto por Dep. Maquinaria	L.	94,536.00								
Gasto de Amort. Gasto Diferido	L.	20,000.00								
Utilidad Operativa	L.	9336,206.11	L.	9913,948.99	L.	9895,542.51	L.	9880,522.55	L.	9869,123.25
Gastos por intereses	L.	641,462.96	L.	548,922.97	L.	441,206.43	L.	315,824.37	L.	169,879.65
Utilidad/ Pérdida Antes del Impuesto	L.	9336,206.11	L.	9913,948.99	L.	9895,542.51	L.	9880,522.55	L.	9869,123.25
impuesto sobre la Renta (25%)	L.	2334,051.53	L.	2478,487.25	L.	2473,885.63	L.	2470,130.64	L.	2467,280.81
Utilidad Neta	L.	7002,154.58	L.	7435,461.74	L.	7421,656.88	L.	7410,391.91	L.	7401,842.44

**Tabla 32 Escenario 3 del plan de inversión**

ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO										
CON UTILIDAD 30% CONSTANTES										
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5					
VENTAS NETAS	L.	6405,696.00	L.	42373,028.00	L.	42373,028.00	L.	42373,028.00	L.	42373,028.00
Gasto de producción	L.	1324,793.00	L.	747,050.11	L.	765,456.60	L.	780,476.56	L.	791,875.85
Utilidad Bruta	L.	5080,903.00	L.	41625,977.89	L.	41607,571.40	L.	41592,551.44	L.	41581,152.15
Gasto de Administración	L.	4126,170.76	L.	4259,933.92	L.	4399,538.03	L.	4532,556.81	L.	4646,116.86
Gasto por Dep. Mobiliario y equipo	L.	44,918.13	L.	44,918.13	L.	44,918.13	L.	44,918.13	L.	44,918.13
Gasto por Dep. Maquinaria	L.	94,536.00	L.	94,536.00	L.	94,536.00	L.	94,536.00	L.	94,536.00
Gasto de Amort. Gasto Diferido	L.	20,000.00	L.	20,000.00	L.	20,000.00	L.	20,000.00	L.	20,000.00
Utilidad Operativa	L.	795,278.11	L.	37206,589.83	L.	37048,579.23	L.	36900,540.50	L.	36775,581.16
Gastos por intereses	L.	641,462.96	L.	548,922.97	L.	441,206.43	L.	315,824.37	L.	169,879.65
Utilidad/ Pérdida Antes del Impuesto	L.	153,815.15	L.	36657,666.86	L.	36607,372.81	L.	36584,716.13	L.	36605,701.51
impuesto sobre la Renta (25%)	L.	38,453.79	L.	9164,416.71	L.	9151,843.20	L.	9146,179.03	L.	9151,425.38
Utilidad Neta	L.	115,361.36	L.	27493,250.14	L.	27455,529.61	L.	27438,537.10	L.	27454,276.13

## ANEXO 11. PLAN DE FINANCIAMIENTO

**Tabla 35 TMAR**

TMAR	
<b>Tmar inversionista</b>	34.03143967%
<b>Tmar Banco</b>	16.40%
<b>TMAR</b>	50.43%
<b>Prima de riesgo</b>	29.54%
<b>Inflacion</b>	3.47%
<b>Tasa activa del Banco</b>	16.40%

**Tabla 36 Costo de capital promedio**

Costo de Capital Promedio Ponderado					
	Monto		Compasicion	Costo	Costo Ponderado
<b>Aportaciones</b>	L.	1691,296.93	30%	50%	<b>15%</b>
<b>Financiamiento</b>	L.	3911,359.50	70%	16%	<b>16%</b>
<b>Total</b>	L.	5602,656.43	100%		
				<b>C.C.P.P</b>	<b>32%</b>

Descripcion	Monto	Participación
<b>Aportacion de los Socios</b>	L. 1691,296.93	<b>30%</b>
<b>Financiamiento</b>	L. 3911,359.50	<b>70%</b>
<b>Total</b>	L. 5602,656.43	

## ANEXO 12. PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS

**Tabla 37 Presupuesto de costos y gastos**

Costo total de Operación					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo Total de Instalación	L. 1461,485.67	L. 747,050.11	L. 765,456.60	L. 780,476.56	L. 791,875.85
Costo Total de Administrativo	L. 4126,170.76	L. 4259,933.92	L. 4399,538.03	L. 4532,556.81	L. 4646,116.86
<b>Total</b>	<b>L. 5587,656.43</b>	<b>L. 5006,984.04</b>	<b>L. 5164,994.63</b>	<b>L. 5313,033.37</b>	<b>L. 5437,992.71</b>

## ANEXO 13. DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN

**Tabla 38 Depreciación y amortización**

Activos Fijos					
Activos	Costo	Valor Residual	Años de Depreciación	Gasto Anual	
Equipo electrónico	L. 280,800.00	1% L. 2,808.00	3	L. 283,608.00	L. 94,536.00
Mobiliario y Equipo	L. 444,734.00	1% L. 4,447.34	10	L. 449,181.34	L. 44,918.13

Tabla de Depreciación					
Años de Depreciación	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Maquinaria	L. 94,536.00				
Mobiliario	L. 44,918.13				
<b>Total</b>	<b>L. 139,454.13</b>				

Amortización del Gasto Diferido			
Detalle	Valor	Tiempo de Amortización	Amortización
Gastos Diferidos (licencias, permisos)	L. 100,000.00	5	L. 20,000.00

Tabla de Amortización					
Años de Amortización	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Amort. Gasto Diferido	L. 20,000.00				

## ANEXO 14. FLUJO DE CAJA PROYECTADO

**Tabla 39 Flujo de Caja Proyecto-Capacidad al 100%**

100% de Capacidad	
<b>Calculos</b>	
<b>TMAR</b>	<b>50.43%</b>
<b>TIR</b>	<b>2939%</b>
<b>VAN</b>	<b>L. 338077,082.52</b>

Tablas de Flujo de Efectivo		
<b>Inversión Inicial</b>	L.	-5587,656.43
<b>Año 1</b>	L.	160460,932.50
<b>Año 2</b>	L.	271730,064.17
<b>Año 3</b>	L.	382877,674.44
<b>Año 4</b>	L.	493888,637.68
<b>Año 5</b>	L.	604745,106.73

**Tabla 40 Flujo de Caja Proyecto-Capacidad al 70%**

70% de Capacidad	
<b>Calculos</b>	
<b>TMAR</b>	<b>50.43%</b>
<b>TIR</b>	<b>2081%</b>
<b>VAN</b>	<b>L. 281279,010.09</b>

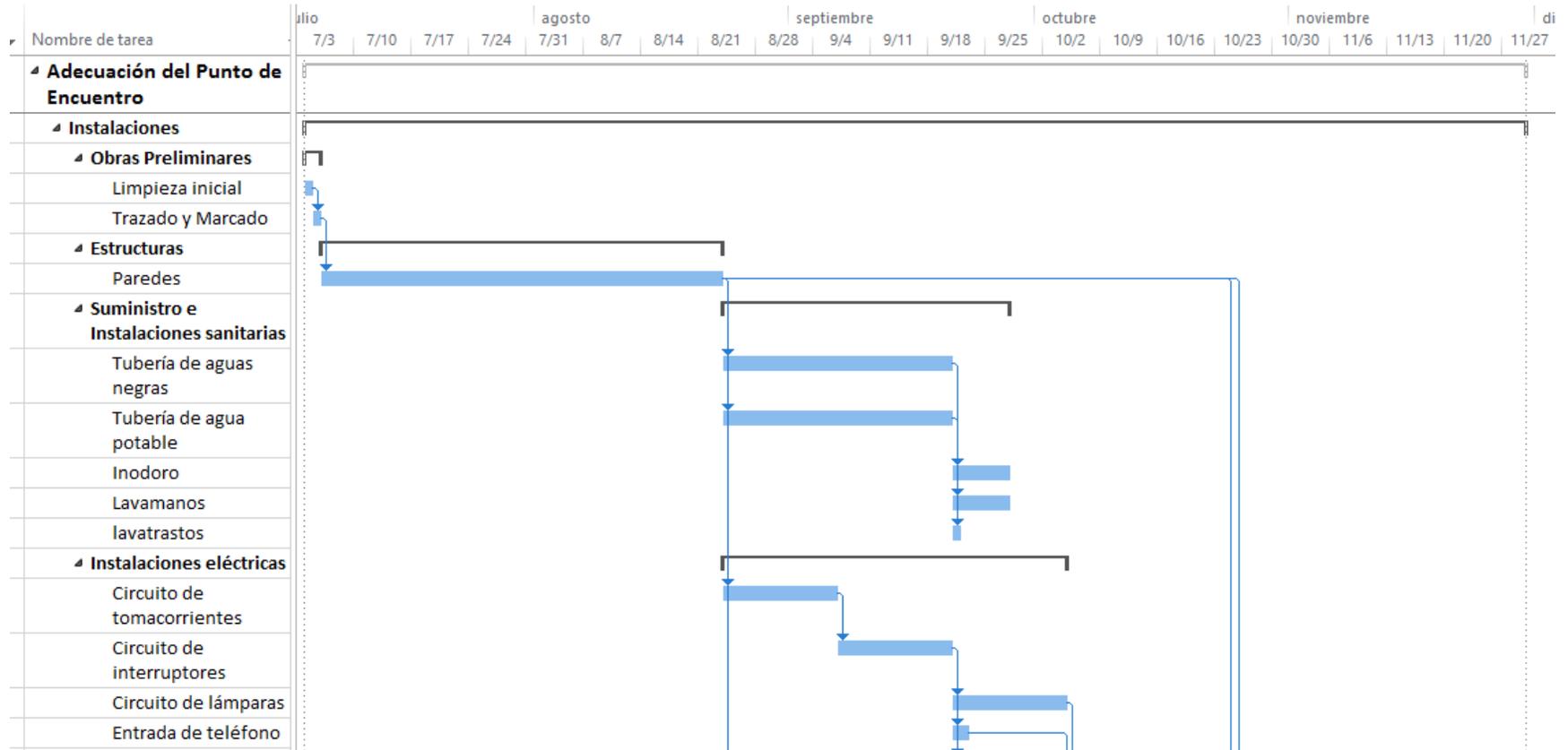
Tablas de Flujo de Efectivo		
<b>Inversión Inicial</b>	L.	-5587,656.43
<b>Año 1</b>	L.	110943,364.50
<b>Año 2</b>	L.	222212,496.17
<b>Año 3</b>	L.	333360,106.44
<b>Año 4</b>	L.	444371,069.68
<b>Año 5</b>	L.	555227,538.73

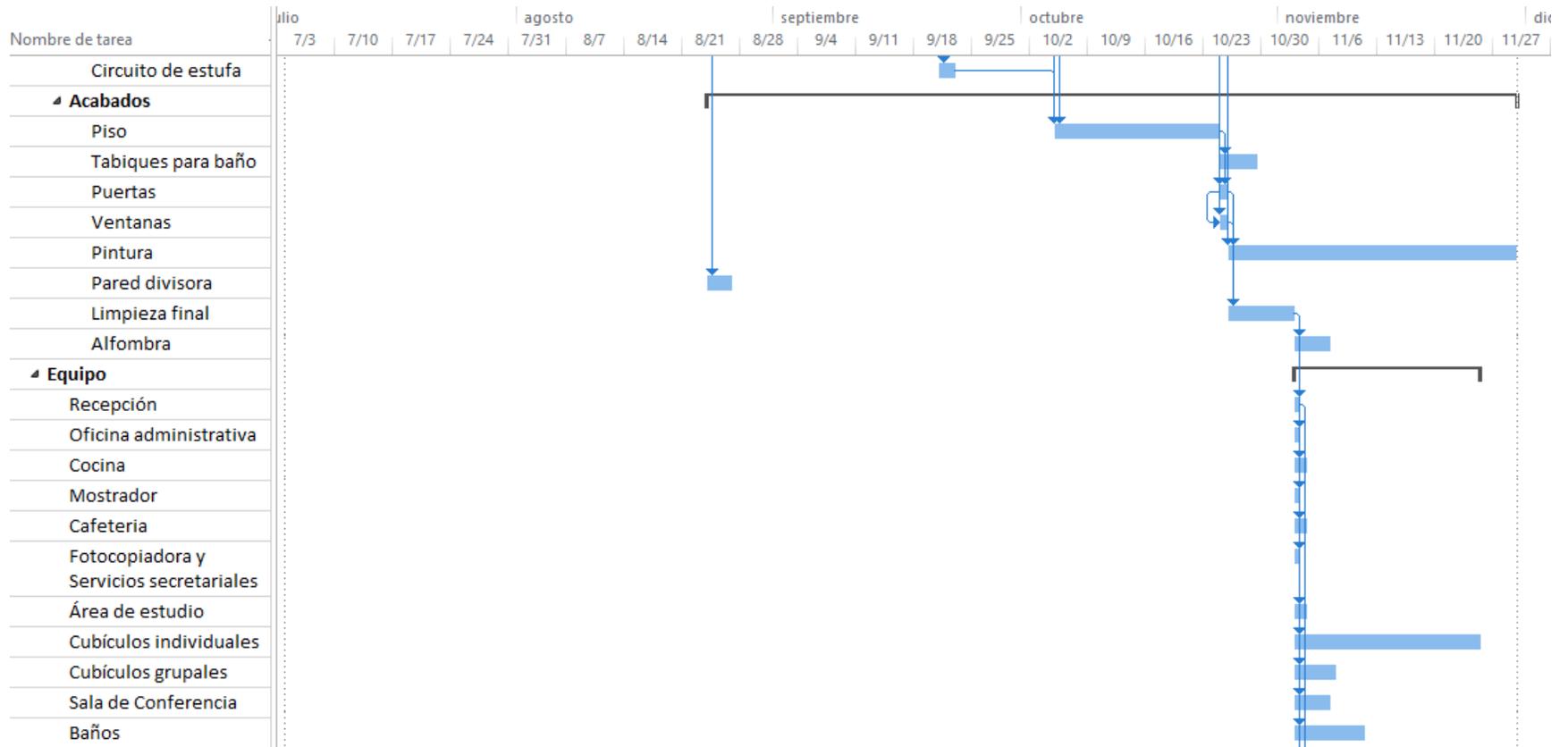
**Tabla 41 Flujo de Caja Proyecto-Capacidad al 30%**

30% de Capacidad	
<b>Calculos</b>	
<b>TMAR</b>	<b>50.43%</b>
<b>TIR</b>	<b>995%</b>
<b>VAN</b>	<b>L. 204996,414.52</b>

Tablas de Flujo de Efectivo		
<b>Inversión Inicial</b>	L.	-5587,656.43
<b>Año 1</b>	L.	44438,843.28
<b>Año 2</b>	L.	155707,974.95
<b>Año 3</b>	L.	266855,585.22
<b>Año 4</b>	L.	377866,548.46
<b>Año 5</b>	L.	488723,017.51

## ANEXO 15. CRONOGRAMA DEL PROYECTO

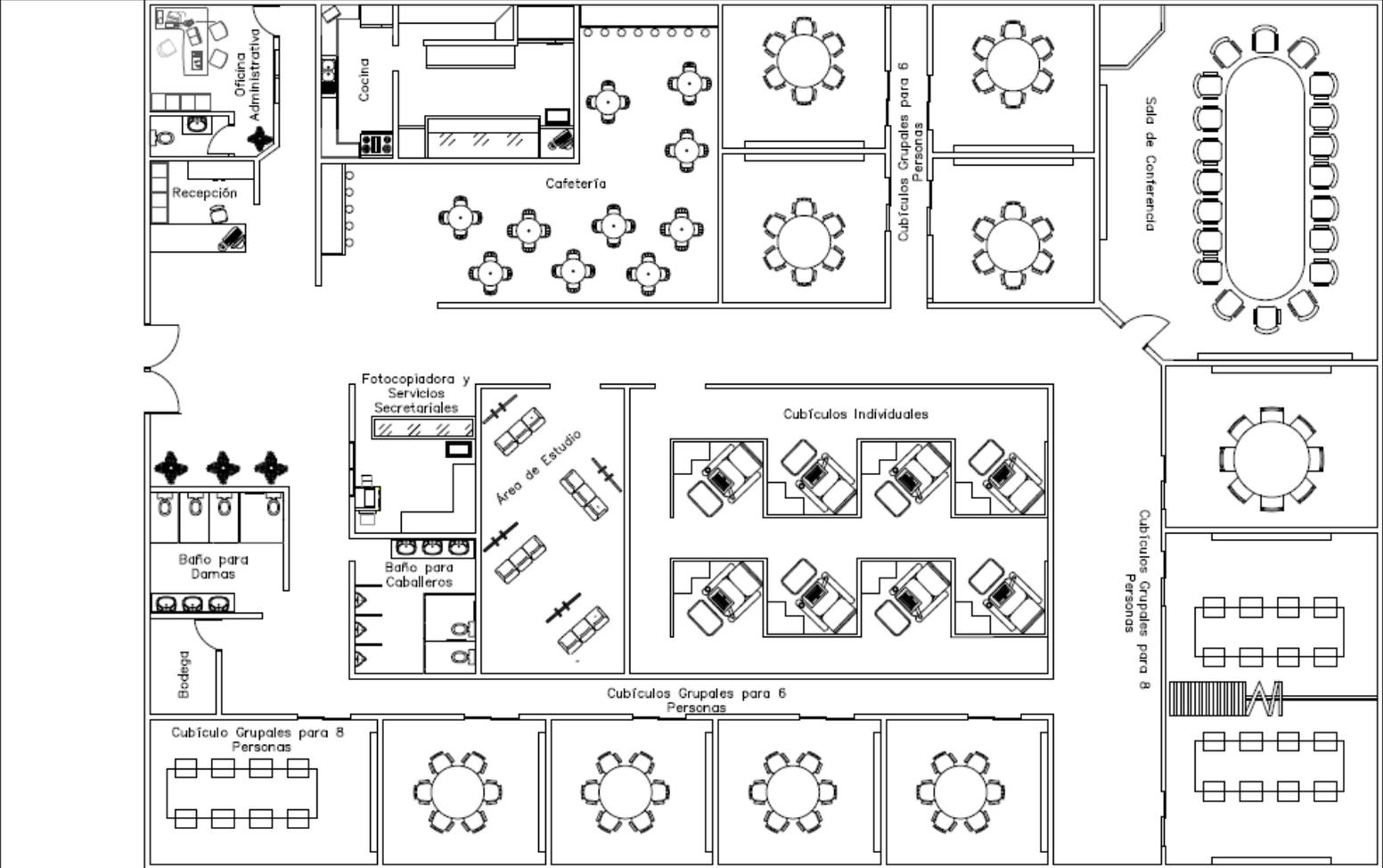






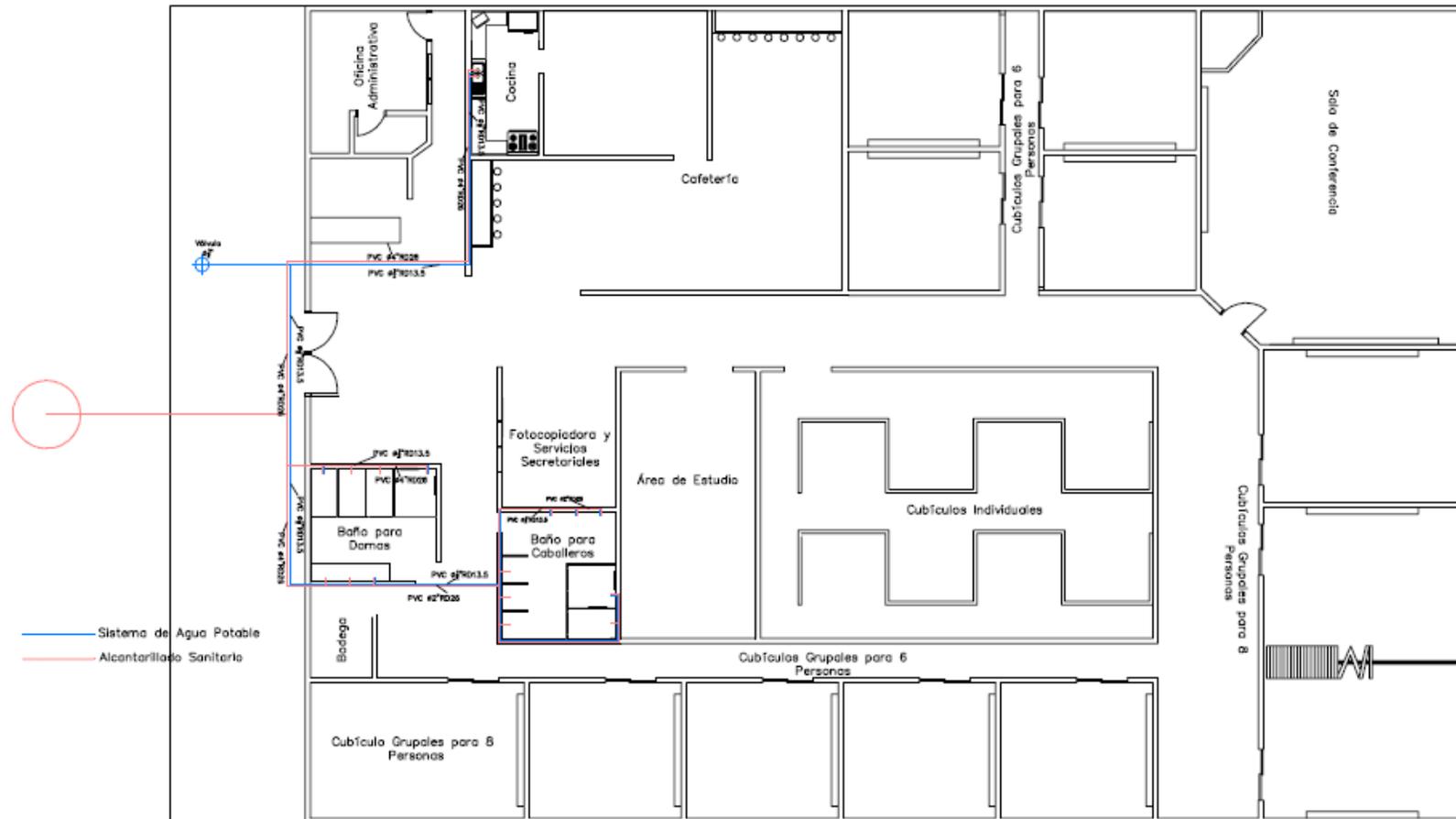
**Figura 30 Cronograma del proyecto**

**ANEXO 16. PLANOS**



**Figura 31 Plano Arquitectónico del Centro de Trabajo "Punto de Encuentro"**

## Sistema de Agua Potable y Alcantarillado Sanitario del Centro de Trabajo "Punto de Encuentro"



**Figura 32 Plano Sistema de Agua Potable y Alcantarillado Sanitario del Centro de Trabajo "Punto de Encuentro"**

**De:** SOLANO MENDEZ JUAN ALBERTO

**Enviado:** sábado, 25 de junio de 2016 11:24

**Para:** HEYDY PAOLA OBANDO GARCIA; PAOLA FERNANDA LARIOS CASTILLO

**Asunto:** Visto Bueno Tesis Heydy Paola Obando y Paola Fernanda Larios

Estimados Maestranes

**HEYDY PAOLA OBANDO GARCIA y PAOLA FERNANDA LARIOS CASTILLO**

Mediante la presente hago constancia que he revisado su Trabajo de Tesis, el cual han elaborado estos últimos 6 meses, expreso que han aplicado los aspectos metodológicos a su documento que hemos discutido en clase y en las sesiones particulares de revisión, Espero también que hayan incorporado las sugerencias y recomendaciones de su asesor temático.

Además de lo anterior he adjuntado mis comentarios y evaluación a su documento con el fin de que haga las revisiones y modificaciones finales para mejorar su documento.

Considero que el documento de tesis está elaborado en forma razonable y aceptable para ser presentado ante una terna evaluadora y que usted realice las explicaciones correspondientes a la misma. Y de acuerdo a mi criterio tiene el VISTO BUENO, para ser enviado a la Facultad de Postgrado para su revisión, la cual dará su opinión o instrucciones sobre la continuidad del proceso de graduación.

Por favor envíe esta comunicación junto con su documento final de tesis, a la Facultad de Postgrado al correo electrónico siguiente:

[ppostgrado@unitec.edu](mailto:ppostgrado@unitec.edu)

Les recuerdo que la Facultad de Postgrado ha enviado en forma oportuna las comunicaciones e instrucciones para realizar este proceso, las que puede encontrar con otras instrucciones enviadas por mi persona en las NOVEDADES, de la plataforma de la clase.

Espero estén bien

Saludos Cordiales

## ASESORÍA TÉCNICA



Yessenia Barahona <yessenia.barahona@gmail.com>

11/07/2016

PAOLA FERNANDA LARIOS CASTILLO ✉



Responder a todos ▾

A quien Corresponda

Por medio del presente correo, yo, Yessenia F, Barahona Irias, hago formal notificación que he asesorado tecnicamente a la alumnas de postgrado Heidi Paola Obando y Paola Fernanda Larios Castillo, en el proyecto Centro de trabajo denominado Punto de Encuentro en Tegucigalpa, Distrito Central, Francisco Morazan, en el período febrero a julio del 2016. La asesoría ha cubierto todos los segmentos de la investigación, acompañándoles desde la justificación de la investigación a la aplicabilidad del mismo.

--

Ingra.Yessenia Barahona Irias

Los pensamientos se convierten en palabras, las palabras en acciones, las acciones en costumbres o hábitos. las costumbres o hábitos forman tu carácter y el mismo define tu destino.

## Re: Tesis Heydy Paola Obando y Paola Fernanda Larios



PG Postgrado

vie 9:13

PAOLA FERNANDA LARIOS CASTILLO; HEYDY PAOLA OBANDO GARCIA



Responder a todos



Estimados maestrantes:

Reciban un cordial saludo, hemos revisado su tesis y cumple con lo solicitado, por lo que tienen el Vo.Bo. Para proceder de acuerdo a las instrucciones giradas en el Cronograma de Actividades.

Atentamente,



*Proyecto de Graduación y Trabajo de Tesis II*

Facultad Postgrado

Tel: 2268-1000, Ext. 1169, 1170, 1282

