



FACULTAD DE POSTGRADO

TESIS DE POSTGRADO

**CREACIÓN DE PANADERÍA “NUESTROS PEQUEÑOS
HERMANOS”, LA VENTA, F.M.**

SUSTENTADO POR:

JOSÉ GONZALO SALGADO HERRERA

**PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE
MÁSTER EN FINANZAS**

TEGUCIGALPA, M.D.C. HONDURAS, C.A.

ABRIL 2012

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA
UNITEC**

FACULTAD DE POSTGRADO

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR

LUIS ORLANDO ZELAYA MEDRANO

SECRETARIO GENERAL

JOSÉ LESTER LÓPEZ PINEL

VICERRECTOR ACADÉMICO

MARLON BREVÉ REYES

DECANO DE LA FACULTAD DE POSTGRADO

JEFFREY LANSDALE

**CREACIÓN DE PANADERÍA “NUESTROS PEQUEÑOS
HERMANOS”, LA VENTA, F.M.**

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

**MÁSTER EN
FINANZAS**

**ASESOR METODOLÓGICO
MARLON BREVÉ REYES**

**ASESOR TEMÁTICO
ANA MARGARITA MAIER**

**COMISIÒN EVALUADORA:
YESICA GOTI AGUILAR
HÉCTOR ORLANDO CÁRCAMO**

DEDICATORIA

Este peddaño más en mi vida lo dedico a mis padres, a mi hermana y a quienes en varios momentos les privé de compartir en nuestras reuniones familiares, a los que supieron comprenderme y me brindaron su apoyo para culminar con éxito este proyecto, y a aquellos que me incentivaron para continuar con este reto y lograr la meta trazada.

AGRADECIMIENTO

Principalmente a Dios Todo poderoso, dador de la vida, quien nos ilumina día a día, nos fortalece y brinda el don del raciocinio.

A mis Padres uno de los tesoros que Dios me ha dado, a mis hermanos por el apoyo y conocimiento brindado, así como sus contactos para facilitarme la labor.

A mis compañeros de trabajo de Nuestros Pequeños Hermanos por el apoyo proporcionado.

A mi asesor académico Dr. Brevé por la paciencia, el conocimiento que enriquecía el progreso del estudio.

A mi asesora temática Licda. Maier quien siendo muy solícita, ofreció sus asesorías, transmitiendo su experiencia y fortalezas, brindando dichos conocimientos con una gran calidad humana y que para mi obtuve su aporte, en el que es propicio emplear la frase “mas vale tarde que nunca” debido a que obtuve mi asesoría temática en los últimos pero sumamente importantes momentos del proceso del estudio.

A las atenciones recibidas por el personal del Departamento de Postgrado y del CRAI de la UNITEC.

Al Lic. Solano y Lic. Valladares quienes amable y sabiamente ofrecieron sugerencias oportunas.

En general a todos y cada una de las personas que fueron participes de este nuevo logro en mi vida profesional y personal por todas las experiencias vividas y momentos compartidos, ¡que Dios les bendiga hoy y siempre!



FACULTAD DE POSTGRADO

CREACIÓN DE PANADERÍA “NUESTROS PEQUEÑOS HERMANOS”, LA VENTA, F.M.

AUTOR:

JOSÉ GONZALO SALGADO HERRERA

RESUMEN

La finalidad de desarrollar el siguiente informe, es para ver la necesidad de instalar una panadería en el Rancho Santa Fe, de Nuestros Pequeños Hermanos.

A través de los estudios elaborados, se ha visto el auge que tendría este proyecto, las preferencias que tienen los consumidores al momento de realizar la compra del producto.

Al realizarse el estudio de factibilidad, observamos que el proyecto sería rentable y que reúne las condiciones primordiales como ser higiene, calidad y un precio accesible para la demanda del mercado.

Otro punto a tratar es que se elaboró un análisis FODA para la creación de la Panadería “Nuestro Pequeños Hermanos y fue de gran beneficio por que se evaluó las fortalezas y debilidades del respectivo proyecto de investigación.

Palabras claves: Estudios de mercado, técnico y financiero, fortalezas y debilidades.



FACULTY OF POSTGRADUATE

CREATION OF BAKERY "OUR SMALL BROTHERS", THE SALE, F. M.

AUTHOR:

JOSÈ GONZALO SALGADO HERRERA

ABSTRACT

The purpose of developing the next report, to see the need to install a bakery in Rancho Santa Fe, Our Small Brothers.

Through the studies carried out, has been the boom would this project; consumers have preferences when making the purchase.

In making the feasibility study, we observed that the project would be profitable and that meets the basic conditions such as hygiene, quality and affordable price to market demand.

Another point to make is that a SWOT analysis was developed for creating the Bakery "Our Little Brothers and was of great benefit to be assessed the strengths and weaknesses of the respective research project.

Keywords: Market research, technical and financial strengths and weaknesses.

INDICE

CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. INTRODUCCIÓN.....	1
1.2. ANTECEDENTES.....	2
1.3. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA.....	4
1.4. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.....	5
1.5 OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN.....	5
1.5.1. OBJETIVO GENERAL.....	5
1.5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	5
1.6. JUSTIFICACIÓN.....	6

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1.HISTORIA DEL PAN.....	7
2.2. EL PAN EN LA ACTUALIDAD.....	7
2.3 HISTORIA DE NUESTROS PEQUEÑOS HERMANOS.....	8
2.4 IMPORTANCIA DEL ESTUDIO DE MERCADO.....	11
2.4.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO.....	12
2.4.1.1.Objetivo de la Demanda	13
2.4.1.2. Objetivo de la Oferta.....	13
2.4.1.3.Objetivo de Precio	13
2.4.1.4. Objetivo de Comercialización.....	13
2.4.2 ANÁLISIS DE LA OFERTA DE MERCADO.....	14

2.4.3 ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE MERCADO.....	14
--	----

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA

3.1 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN.....	16
3.2. DISEÑO.....	16
3.2.1. ESTUDIO DE MERCADO.....	16
3.2.1.1.Población estimada sectores aledaños al Rancho Santa Fe.....	19
3.2.1.2. Estimación de la Demanda	19
3.2.1.3. Fuente de información.....	19
3.2.1.3.1 Modelo de la encuesta.....	19

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS

4.1. ANÁLISIS FODA.....	21
4.2. ESTUDIO DE LA DEMANDA DE MERCADO.....	22
4.2.1. POBLACIÓN (DEMANDA DE MERCADO).....	37
4.2.2. OFERTA DE MERCADO	39
4.2.3. BALANCE DEMANDA - OFERTA DEL MERCADO	40
4.2.4. COMERCIALIZACIÓN DEL MERCADO.....	42
4.2.4.1. Promociones de Venta.....	42
4.2.4.2. Precio de Venta.....	44
4.2.4.3. Logotipo.....	48
4.3. ESTUDIO TÉCNICO - ADMINISTRATIVO.....	48
4.3.1. DIMENSIONAMIENTO DE LA PANADERÍA.....	48
4.3.2. ELEMENTOS QUE INTERVIENEN EN LA ELABORACIÓN DEL PAN.....	51
4.3.3. GESTIÓN ADMINISTRATIVA.....	52
4.3.3.1. Mano de Obra.....	52
4.3.3.2 Maquinaria y Equipo.....	53
4.3.4. ASPECTOS LEGALES.....	55
4.3.5. FACTORES SOCIALES.....	56
4.3.6. FACTORES AMBIENTALES.....	56

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES.....57

5.2. RECOMENDACIONES.....58

CAPÍTULO VI. APLICABILIDAD:

ESTUDIO ECONÓMICO - FINANCIERO DE LA CREACIÓN DE UNA PANADERÍA EN EL RANCHO SANTA FE

6.1. INTRODUCCIÓN.....59

6.2. COSTOS ESTIMADOS.....60

6.3. INGRESOS PROYECTADOS.....61

6.4. ANÁLISIS FINANCIERO.....62

BIBLIOGRAFÍA.....68

ANEXOS

ANEXO # 1 ENCUESTA.....69

ANEXO # 2 PERMISO DE OPERACIÓN.....71

ANEXO # 3 GUÍA PARA PERMISO DE OPERACIÓN.....73

ANEXO # 4 SOLICITUD DE LICENCIA DE APERTURA DE NEGOCIO.....75

ANEXO # 5 RECETAS VARIAS.....74

CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 INTRODUCCIÓN

Existen diferentes estudios de gran utilidad mediante los cuales al emprender un proyecto, podemos efectuar un análisis para valorar anticipadamente los beneficios así como la evasión de riesgos.

Mediante estudios factibles es posible obtener una panorámica sobre los resultados de determinados proyectos, desde el punto de vista financiero, medimos la rentabilidad, solidez y fluidez del producto. Asimismo dentro del estudio orientado al mercado, evaluamos las preferencias del consumidor, competitividad, efectividad y ausencia de eficacia ante la oferta y demanda.

En la actualidad se deben de establecer objetivos, metas, políticas y estrategias cuantitativas que vayan de acuerdo a las competitividades dentro de los sectores productivos principalmente de la industria panificadora.

En el siguiente informe se empleó el método FODA para visualizar las fortalezas y debilidades de la panadería a implementarse dentro de las instalaciones de “Nuestros Pequeños Hermanos”.

Se planteó una breve reseña histórica de la empresa para conocer sobre las diferentes acciones sociales que se generan dentro y fuera de la misma.

Estos proyectos ejecutados y por ejecutarse en Nuestros Pequeños Hermanos, contribuyen a beneficiar el aspecto económico y social tanto del receptor de estos enriquecedores talleres, que procuran formar a futuros microempresarios así como para el facilitador quien incrementa su autorrealización.

Nos complace ser partícipe en este estudio de factibilidad que puede ser de gran provecho para emprender nuevas microempresas procurando su mejor logro.

Es importante mencionar que mediante el estudio económico – financiero se evaluó la factibilidad del proyecto, mediante cálculos financieros como el Valor Presente Neto y La Tasa Interna de Retorno que nos indicaron que es conveniente la ejecución en marcha de la panadería Nuestros Pequeños Hermanos.

Mediante los resultados obtenidos del estudio de mercado se conoció que en varios sectores no cuentan con un negocio que se dedique a la elaboración y distribución de pan y esto es un dato relevante para la instalación de la panadería en el Rancho Santa Fe, ya que se daría facilidades de distribuir el producto, y así ambos obtendría un beneficio.

En síntesis se realizó un análisis desde el punto de vista de mercado, técnico y financiero integrando todos los aspectos fundamentales para evaluar el proyecto.

1.2 ANTECEDENTES

El pan comienza en el Neolítico 6000 años a. C. En Egipto, se consumía el trigo triturado y calentado se pasaba con agua, esto cuando el hombre era recolector. Se tienen dos surgimientos del pan, el hombre recolectaba el trigo silvestre, lo ponía en piedras calientes lo trituraba y lo pasaba por agua, el hombre era recolector.

En el 4000 a. C. se cultiva el trigo por lo que se vuelve más suave, el trigo se molía con piedras formando una papilla con agua, se dejaba caer sobre unas piedras calientes y se formaba el pan tostado pero duro. En el 2400 el hombre olvida la papilla en una especie de olla, al volver encuentra una torta granulada, seca y aplastada, el primer pan acaba de tomar forma.(GSTRIATUM, 2010)

Los griegos agregan miel al pan y este determina las clases sociales en la mesa, el pan más suave y limpio era hecho para los gobernantes, y el sucio y más oscuro para las clases más bajas. El griego Alejandro Magno, quien en su época conquisto todo el mundo conocido distribuyo el pan en su imperio. Después el imperio romano crea y estructura el pan ya que este es adoptado de muchos lugares, así lo adapta a su propia cultura. En Roma las mujeres hacían su propio pan, el cual era muy duro en forma de bollo aplastado, la pieza promedio era de unos 500 gramos.

Comienzan a crearse los gremios de panaderos, los hornos públicos, es decir la gente hacia su pan y lo llevaba a hornear por una cierta cantidad de dinero poniéndole su marca de identificación. La base de nutrición en occidente era el pan, el vino y el aceite, por lo que el pan era muy importante

A la caída del imperio romano y el surgimiento de la edad media Europa se mezcla con los bárbaros y se dividen los lugares, Los germánicos añaden carne y grasa animal al pan como el cerdo. Por el mediterráneo llega la expansión Islámica, posesionándose la península ibérica y de la isla siciliana, ellos aportan el arroz, los cítricos, las almendras y una cantidad muy rica de especias rechazando el cerdo y sus derivados por ser un animal impuro por cuestiones de religión.

Los Persas introducen en Europa el molino de Viento por lo que la harina al no procesarse a mano adquiere una mayor calidad, comenzando aquí la industrialización del pan, lográndose un pan blanco y muy suave accesible a más personas.

Nace el feudalismo y así se distinguen más las clases sociales, El pan suave y blanco para los señores feudales y el pan oscuro y mezclado con otros cereales y el duro para los pobres. En esta época se usaba el pan como plata para las clases sociales más altas y después de que se comía en ellos eran arrojados a las mascotas de los señores feudales prefiriendo dárselos a los pobres.

En el renacimiento no hay una evolución del Pan y es hasta el siglo XIX en la revolución Industrial donde se mejoran los procesos de panificación y se fortalecen los molinos. Surgen muchísimos gremios de panaderos en toda Europa evolucionando hasta nuestros días.

Con respecto a la institución de Nuestros Pequeños Hermanos en 1954, un niño fue arrestado por robar la caja de limosnas de una parroquia en Cuernavaca, Morelos, México. Un joven sacerdote, de los Estados Unidos, Padre William Watson, no estuvo dispuesto a presentar cargos contra el joven, en lugar de hacerlo pidió la custodia del muchacho. Una semana después el juez le mandó ocho muchachos desamparados más. Al final del año, ya había 32 niños, y así nació "Nuestros Pequeños Hermanos

Más de 17,500 niños se han criado en la familia de NPH, la cual, ahora tiene casas operando en nueve países: México, Honduras, Haití, Nicaragua, Guatemala, El Salvador, República Dominicana, Perú y Bolivia. Actualmente más de 3300 niños/as son cuidados en un ambiente de amor y seguridad.(Hermanos, 2010)

Nuestros Pequeños Hermanos en base a las necesidades que se presentan, han pensado en un proyecto que ayude a generar nuevos ingresos y es aquí donde nace la idea de instalar una panadería que pueda suplir las necesidades del producto a las zonas aledañas a la institución; asimismo impulsar nuevos microempresarios que se dediquen al negocio de este rubro.

Anteriormente mediante un estudio de factibilidad en Nuestros Pequeños Hermanos se han desarrollado diversos proyectos tales como; guardería infantil casa pasionista, microempresa dedicada a la venta de condimentos, quesera y el sistema de riego de invernadero para facilitar la agricultura; los que han alcanzado el éxito requerido según las perspectivas de los estudios realizados con enfoques financieros técnicos - administrativos, legales y de mercado.

1.3. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

Han existido diversos proyectos ejecutados en Nuestros Pequeños Hermanos (NPH), los que satisfactoriamente han sido fructíferos, por lo que con el presente proyecto pretendemos contribuir al desarrollo del sector y bienestar de la comunidad, de tal forma que puedan satisfacer la demanda del producto solicitado por los habitantes de las zonas aledañas y del Rancho mismo.

Nuestros Pequeños Hermanos se han caracterizado por ser promotores en el desarrollo de diversos proyectos los que han generado utilidad, incrementando el comercio en esta zona, ejemplo de ello es la creación de microempresas de distribución de especias y condimentos, queseras, comedores infantiles, sistemas de riego de invernadero para facilitar la agricultura, entre otros. Este nuevo proyecto de la panadería, y los venderos, vendrían a suplir las necesidades así como favorecer el desarrollo de la actividad económica de la zona, y en particular a impulsar a nuevos microempresarios.

Como antecedentes podemos mencionar que dentro de las Comunidades que forman parte del estudio tenemos; La Venta, Tamal y Queso, Mata de Plátano, Monte Redondo, La Cañada, Las Flores entre otros.

1.4. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

- 1 ¿Qué diagnósticos se deben implementar para conocer la demanda y oferta del mercado de la industria panificadora?
- 2 ¿Qué estudios técnicos – administrativos se deben de seguir para la instalación de la Panadería Nuestros Pequeños Hermanos?
- 3 ¿De que manera evaluaremos la pre – factibilidad financiera de la creación de la panadería Nuestros pequeños Hermanos?
- 4 ¿Cuáles son las fortalezas y debilidades de la panadería Nuestros Pequeños Hermanos?

1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION

1.5.1. OBJETIVO GENERAL

Contribuir a mejorar la rentabilidad de la ONG “Nuestros Pequeños Hermanos” mediante un estudio de pre- factibilidad para establecer una panadería en Rancho Santa Fe, La Venta, FM, que conlleve a un beneficio social y empresarial.

1.5.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Realizar un análisis FODA de la creación de la panadería Nuestros Pequeños Hermanos.
- Realizar un diagnóstico de mercado de la comercialización de pan en las zonas aledañas a Rancho Santa Fe.
- Efectuar un estudio técnico-administrativo para la creación de una panadería en Rancho Santa Fe
- Evaluar la pre-factibilidad financiera de la creación de la panadería.

1.6. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

El estudio de la panadería es favorable debido a que generaría dos grandes beneficios; SOCIAL y ECONÓMICO.

Al hablar de lo social se refiere que al crear este proyecto se brindaría capacitaciones a los jóvenes, asimismo formarlos como microempresarios.

Otro sería que los mismos empleados fungirían como promotores de ventas ofreciendo el producto a sus familiares, vecinos, pulpería y centro de negocios cercanos a la comunidad donde residen. Esto generaría ahorros ya que el mismo personal y los jóvenes ofrecerían este servicio.

Un factor importante es que los ingresos generados de la venta del producto del pan, contribuirían a continuar impulsando los diferentes servicios sociales que se proporcionan en la Institución.

CAPÍTULO II.MARCO TEÓRICO

2.1. HISTORIA DEL PAN

El pan, el aceite y el vino quizás fueron los primeros alimentos procesados en la historia de la humanidad.

Los cereales, por sí solos, no pueden ser digeridos por el aparato digestivo humano, por esta razón los cereales son artificialmente procesados (molidos, remojados, etc.) y sólo a partir de este momento empezaron a convertirse en alimentos básicos para el hombre, aportando hidratos de carbono, los cuales se complementarían con las proteínas procedentes de las carnes (caza). Así pues, el pan primigenio (elaborado con especies antiguas de cebada) pudo haber sido uno de los primeros alimentos elaborados de la historia. Algunos autores afirman que el hombre empezó a cocinar los cereales antes que elaborar el pan.(UNIPAN, 2011)

A lo largo de la historia de las culturas, el pan se ha ido elaborando con el cereal disponible en la zona o con la variante modificada más resistente.

Un hecho social relativo al pan, es que históricamente se ha establecido una distinción social en función del color de la miga de pan que se haya comido.

El pan es entendido por muchas culturas como un sinónimo de alimento y es un ingrediente que forma parte de diversos rituales religiosos y sociales en gran parte del mundo, siendo además en la actualidad un elemento económico que influye en índices económicos tales como el IPC (Índice de Precios al Consumo), empleado para determinar la evolución del costo de vida en las naciones.

En el siglo XIX se inventa el molino de vapor y se dan nuevas técnicas para amasar el pan y la industria panificadora va mejorando en gran escala.

2.2. EL PAN EN LA ACTUALIDAD

En la actualidad existe preocupación por las diversas dietas hipocalóricas, lo que, junto a enfermedades autoinmunes como la celiaquía (intolerancia al gluten), hace que la visión popular que existía acerca de lo que es el pan vaya cambiando poco a poco.

Algunos autores culpan de la disminución del consumo a la poca calidad del pan moderno, debido en parte al empleo de aditivos y en parte a la elaboración del alimento de forma industrial, lo cual causa un aumento del número de consumidores descontentos. (UNIPAN, 2011)

El empleo de diversos aditivos en las masas antioxidantes, enzimas, emulsionantes, que suelen tener un nombre común, «mejoradores para pan», es una práctica habitual en la industria panadera y el objetivo de su uso es alargar la vida comestible de los panes. A pesar de este descenso, se puede decir que la industria panadera ocupa el segundo lugar de importancia dentro de la industria alimentaria.

Desde comienzos del siglo XXI, el 65% del pan que se consume en el mundo es de harina de trigo.

La tendencia a consumir otros cereales ha disminuido. No obstante, en los años 90 aparecen panaderías artesanales que van captando clientela enamorada por el «sabor clásico» del pan. Se van poco a poco introduciendo los panes integrales debido a los beneficios de la fibra.

A comienzos del siglo XXI se regresa al pan elaborado con harinas poco refinadas. En Estados Unidos se denomina a esta corriente Artisan Baking (panadería artesanal)

2.3. HISTORIA DE NUESTROS PEQUEÑOS HERMANOS

Nuestros Pequeños Hermanos (NPH), es una misión cristiana que anhela dar una familia y un hogar permanente a niños huérfanos o abandonados y a otros que viven en situación de riesgo que viven en condiciones en extrema pobreza.

La primera casa se fundó en México en 1954, seguida después por hogares en Honduras, Haití, Nicaragua, Guatemala, El Salvador, República Dominicana, Perú y Bolivia. Hasta la fecha se han cuidado a más de 17500 niños. A través de la

generosidad de una red mundial de organizaciones se les proporcionan alimentos, atención médica, albergue, vestuarios y sobre todo la educación que como dijo el fundador de Nuestros Pequeños Hermanos El Padre Guillermo D. Watson de origen Estadunidense “La educación sacará a mis hijos de la pobreza en la que nacieron”. (NPH HONDURAS, 2012)

Cada niño tiene un trabajo diario que realizar, desde quitar el polvo y trapear, hasta cocinar y trabajar en la granja.

Los mayores dan un año de servicio a la casa como encargados de dormitorio, auxiliares médicos, en oficinas y en otros papeles importantes. Como resultado, la familia necesita menos voluntarios y empleados pagados.

TABLA 1. CRONOLOGÍA NUESTROS PEQUEÑOS HERMANOS

1953 –	Padre William Watson, fundador de Nuestros Pequeños Hermanos, es ordenado en Cuernavaca, Morelos, México.
1954 –	Padre Watson recibe la custodia del primer niño después de haber sido detenido por robar la caja de limosnas de la iglesia porque "tenía hambre."
1959 –	Las niñas se incorporan a la familia de NPH.
1963 –	Nueve años después, 396 <i>pequeños</i> , forman la familia de niños huérfanos y abandonados de NPH.
1965 –	Se incorpora la primera de las oficinas de Friends of the Orphans (Amigos de Nuestros Pequeños Hermanos).
1969 –	Our Little Brothers and Sisters, Inc. se estableció en Virginia para recaudar fondos para NPH.
1970 –	Casa San Salvador en Miacatlán, Morelos, México es adquirida. Se inicia el trabajo para reparar la vieja plantación de azúcar - hoy es el hogar de aproximadamente 1,000 niños y niñas.
1972 –	Oficina recaudadora de fondos se abre en Canadá.
1984 –	Oficinas recaudadoras de fondos se abren en Austria y Alemania.
1985 –	Padre Watson abre una casa en Honduras y nombra Director a Reinhart Köhler. Oficina recaudadora de fondos se abre en Suiza.

1987 –	Padre Watson y Padre Rick Frechette viajan a Haití donde hay una abrumadora necesidad de un hospicio y orfanato. Nuestros Pequeños Hermanos Haití abren sus puertas.
1991 –	Oficina recaudadora de Fondos es abierta en Holanda.
1994 –	Oficina recaudadora de fondos es abierta en Bélgica.
1995 –	Padre Watson establece una casa de NPH en la Isla Ometepe en Nicaragua. Oficinas recaudadoras de fondos son abiertas en Francia e Irlanda.
1996 –	Guatemala se convierte en el tercer país de Centroamérica que se beneficia con un orfanato de NPH.
1999 –	Los niños heridos por la guerra en El Salvador son bienvenidos en el más reciente hogar de NPH para niños huérfanos y abandonados.
2000 –	Oficina recaudadora de fondos abre en Italia.
2002 –	NPH - República Dominicana abre sus puertas en San Pedro de Macorís con Kieran Rigney como director - antes en NPH - Haití.
2003 –	El 7 de junio Padre Watson celebró su 50 aniversario de sacerdocio. El 21 de diciembre Padre Watson festejó su cumpleaños 80.
2004 –	Padre Watson abre un hogar en Perú con Alfredo Hernández como Director Nacional. NPH cumple 50 años de servir a los niños.
2005 –	Bolivia es el más reciente hogar que se une a la familia de NPH. Germán Mercado es nombrado director.
2008 –	Se abre una oficina en Islandia por Jon Levy, voluntario de NPH México.

(Cronología, 2012)

El Rancho Santa Fe, una comunidad próspera y de mucho movimiento; el segundo hogar que fundó NPH. Aproximadamente 500 niños (as) tienen su hogar y hay otros 100 jóvenes que viven y estudian en la capital, Tegucigalpa.

Podemos escuchar los tractores en los campos de maíz y las vacas y pollos de donde obtenemos la carne, leche, huevos y maíz que necesitamos para producir las 45,000 tortillas que se consumen mensualmente. Además de la granja, NPH Honduras cuenta con un invernadero modelo y una huerta. En las tardes, los niños ayudan a cosechar pepinos o limpian la huerta antes de regresar a sus casas a terminar sus tareas

escolares y jugar. Un lugar único para la familia de Honduras es Casa Pasionista, que pertenece a los Sacerdotes Pasionistas. Es una residencia para adultos enfermos que se encuentran en fase terminal de VIH SIDA. Los padres enfermos pueden permanecer con sus hijos y tener la seguridad de que sus hijos tendrán un hogar seguro en NPH si ellos llegan a faltar.

Otra casa especial es Casa Eva, donde viven los abuelos que no tienen a nadie que se encargue de ellos.

Dos componentes muy importantes de nuestra familia se localizan en la capital. Nuestra Casa de los Ángeles provee atención médica las 24 horas del día a niños con discapacidades severas. Reciben fisioterapia, terapia ocupacional y logopedia. Pasos Pequeñitos, guardería para niños pequeños, busca ayudar a las madres solteras que se encuentran en circunstancias difíciles y necesitan apoyo extra para el cuidado de sus hijos. (NPH H. , 2012)

Para conocer sobre la institución se ha planteado los principales antecedentes y las respectivas labores sociales que se llevan a cabo dentro y fuera de la organización.

2.4. IMPORTANCIA DE ESTUDIO EN EL MERCADO

Es importante conocer sobre la oferta y demanda analizar las diversas condiciones que se presentan dentro del mercado

Con este estudio se buscará que existe un número suficientes de consumidores y de otros entes que en determinadas situaciones presentan una demanda que justifique la inversión.

Al mismo tiempo nos ayudará a tener un plan de acción para alcanzar las metas u objetivos planteados por la institución.

Con el análisis que se hace dentro del mercado y utilizando estrategias factibles nos proporcionaran ingresos, que crearan nuevas perspectivas para la aceptación de los consumidores del determinado producto.

Las normas de venta que pueden utilizarse durante un período considerable de tiempo, Las campañas de venta, resultarán inevitablemente infructuosas a menos que se trate de métodos precisos de análisis de datos sobre el mercado. El mercado es el objetivo de la producción y tiene que definirse, clasificarse, evaluarse, interpretarse y medirse antes de fabricar el producto que se va a comercializar.

Correlativamente hay que estudiar la competencia en relación con las posibilidades del mercado en general.

Uno de los aspectos más importantes para la realización de una inversión es el Estudio de Mercado, que constituye el espacio físico en donde convergen tantos productores u oferentes de un producto como los demandantes del mismo, entre ellos se ponen de acuerdo para finalmente determinar el precio, sus condiciones y formas de pago. Con un proyecto factible y analizando las preferencias de los clientes y generando estrategias efectivas nos ayudarán a obtener una tasa de rentabilidad positiva.

2.4.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

Estimar con la mayor aproximación posible las transacciones de bienes y servicios que la sociedad está dispuesta a adquirir a un precio y en un período determinado, con el objeto de establecer los gustos y preferencias del consumidor, de esta manera se define la demanda actual y proyectada



FI

Sabemos que la factibilidad técnica del estudio de investigación define como se hará la organización de la empresa, su planeación, estructura y lineamientos que se deben de seguir para la instalación de la panadería en el Rancho Santa Fe de Nuestros Pequeños Hermanos

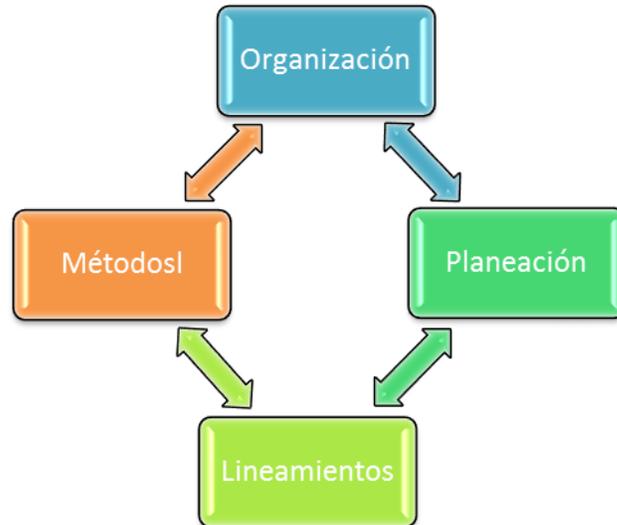


FIGURA 2. PROCESO PARA LA INSTALACIÓN DE LA PANADERÍA

2.4.1.1. Objetivo de la Demanda

Establecer la demanda actual del consumo de pan en las comunidades aledañas a NPH, que permita planificar para la captación del producto dentro del mercado

2.4.1.2. Objetivo de la Oferta

Demostrar que el proyecto de factibilidad de la panadería constituya una oferta efectiva dentro de la comunidad.

2.4.1.3. Objetivo del Precio

Establecer el precio conveniente para la venta del pan, analizando los gastos que se incurre en la producción de manera que permita obtener un nivel adecuado de rentabilidad y justificar el proyecto de factibilidad para dicho rubro.

2.4.1.4 Objetivo de Comercialización

Determinar los mecanismos en las que el producto llega al consumidor en el tiempo establecido.

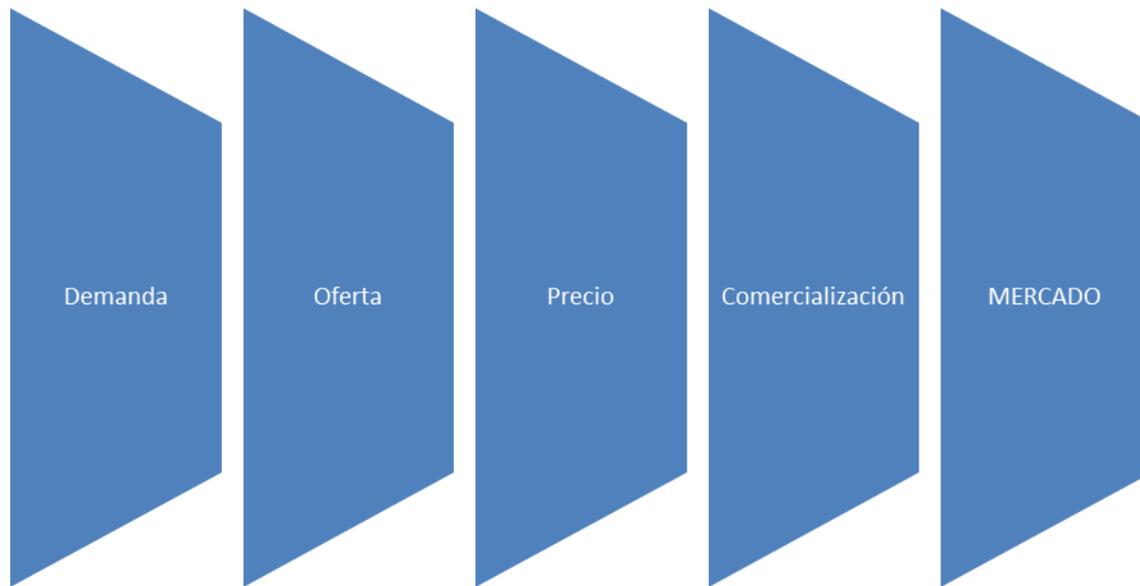


FIGURA 3. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

2.4.2. Análisis de la Oferta del Mercado (OM)

En el estudio de la oferta su pendiente es positiva puesto que a mayor precio el fabricante tratará de producir una mayor cantidad de bienes que genere mejores rendimientos para obtener un buen producto.

2.4.3. Análisis de la Demanda del Mercado (DM)

Esta función del mercado es inversa a la oferta por que a obtener un menor precio mayor será la demanda de sus productos.

Las diferencias en volumen y valor entre las dos variables, determinan la demanda indirecta; es decir, aquella que permite una cierta extensión para que las empresas existentes en el mercado puedan aumentar su brecha productiva y en este caso las microempresas podrá obtener un porcentaje equilibrado de la demanda indirecta con las que pueda comenzar sus operaciones

Más que el estudio del consumidor para determinar el precio del producto y la cantidad que se demandará para calcular los ingresos, se tendrá que analizar tanto los proveedores, consumidores y competidores de las zonas cercanas a la institución donde estará habilitada la panadería.

En cuanto a la estrategia comercial, deberá estudiarse cuatro variables principales: producto, precio, canales de distribución y promoción; sin embargo, la participación de este estudio en la determinación del precio es fundamental, ya que al ser el mercado el que determine en última instancia la validez del proyecto, deberá analizarse el precio al cual estará dispuesto a comprar el consumidor, los que ofrece la competencia por productos similares o sustitutos y los márgenes que exigen los distintos agentes del mercado distribuidor si se diese la situación dentro del sector a operar.

Aunque el mercado puede tener relevantes o irrelevantes tendencias económicas, la distribución de la población y otros factores concierne primordialmente al consumidor individual en sus formas y hábitos de compra.

El acceso al consumidor individual es en gran parte psicológico, por que se deben de analizar sus preferencias, gustos, estándares de vida, actitudes, expresiones en fin muchos factores de conducta humana por eso en diversas ocasiones es importante sustentar cualitativa y cuantitativamente cualquier estudio factible.

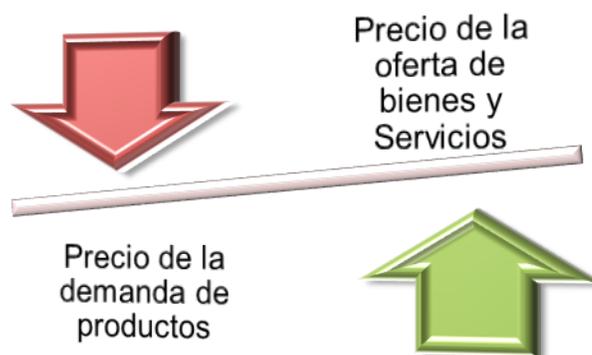


FIGURA 4. PRECIO DE LA OFERTA Y DEMANDA DEL PRODUCTO

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA

3.1 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

En el siguiente enfoque de investigación, observaremos mediante el instrumento de las encuestas hacer el análisis respectivo mediante datos estadísticos que nos generen información primordial y fiable para ver la variabilidad que tienen los clientes con respecto al producto a consumir.(Hernández Sampieri, 2008)

Otro punto es que al instalarse una panadería en el Rancho Santa Fe esto generaría grandes beneficios dentro de la institución por que además de lograr otros ingresos también ayudaría a muchos niños por medio de una merienda escolar y promovería microempresarios dentro de este rubro.

Método cuantitativo y descriptivo son los principales a utilizarse para el trabajo de investigación, nos ayudarían a obtener un enfoque más claro y preciso.

3.2 DISEÑO

3.2.1 Estudio de Mercado

Dentro del estudio del mercado a través de las investigaciones previstas hemos determinado la importancia que tienen la pronta apertura de la panadería Nuestros Pequeños Hermanos en el Rancho Santa Fe ubicada en el kilometro 36 carretera a Olancho.

Se han analizado las diversas panaderías que están ubicadas en diversos sectores, y a la vez las preferencias de los consumidores con relación al producto a implementarse.

En base al estudio del mercado analizaremos tanto la demanda como la oferta, para observar las preferencias de los clientes y al mismo tiempo en como proporcionar el producto hacia ellos y buscar las determinadas estrategias para acaparar el mercado.

3.2.1.1. Población Estimada En Los Sectores Aledaños Al Rancho Santa Fe

Las comunidades aledañas al Rancho Santa Fe de Nuestros Pequeños Hermanos son: Mata de Plátano, Tamal y Queso, La Venta Vieja y la Nueva, Monte Redondo, La Cañada, Los Llanos, Las Flores, Coa Abajo, y Coa Arriba.

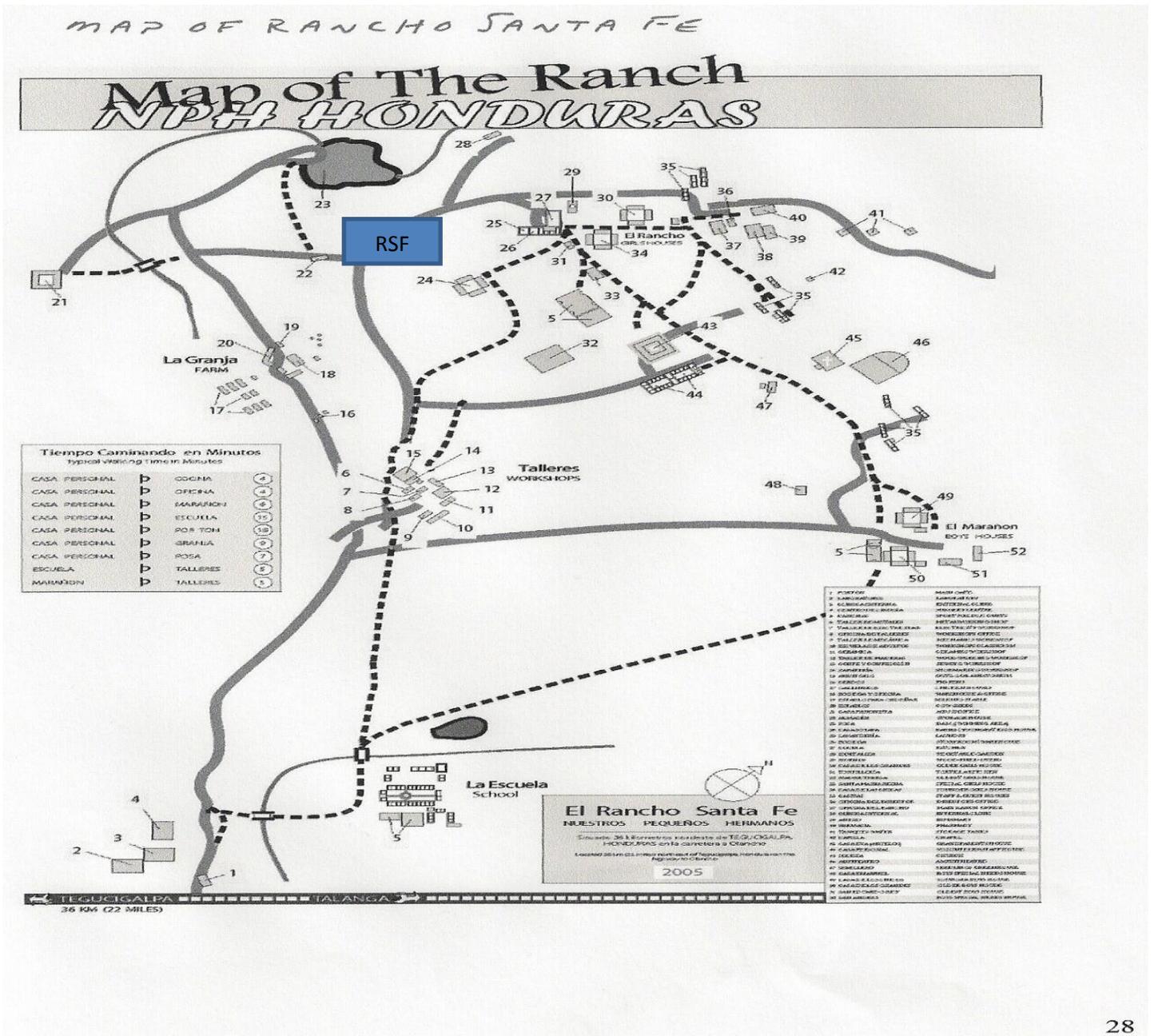


FIGURA 5. MAPA DEL RANCHO SANTA FE

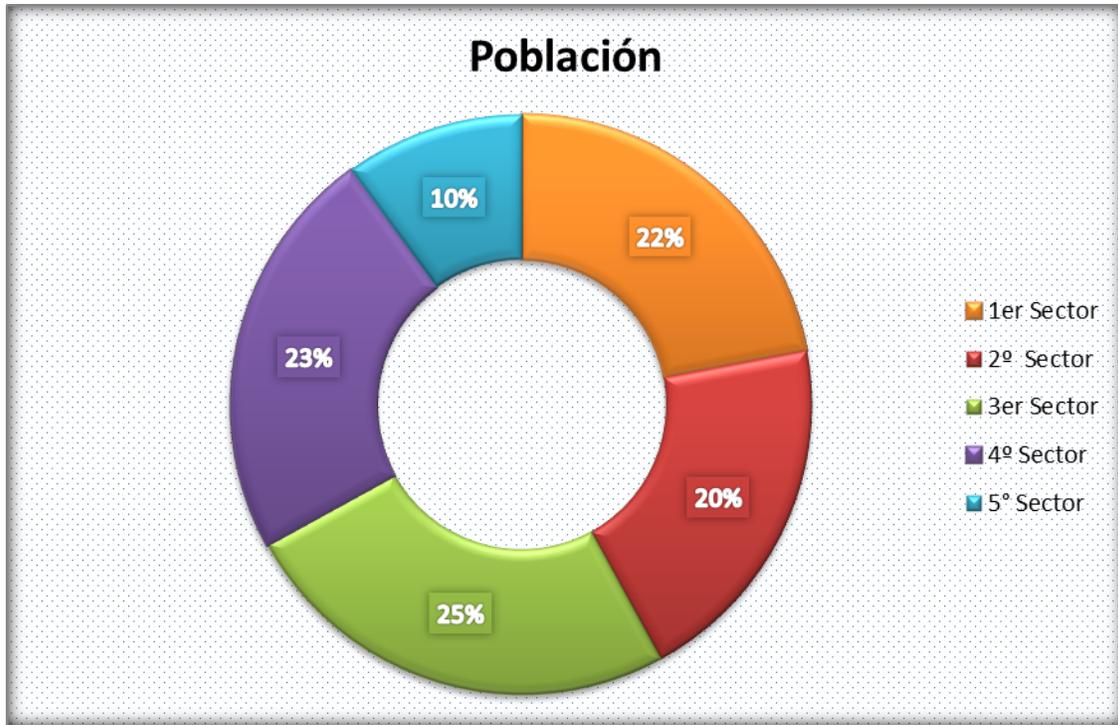


FIGURA 6. SECTORES ALEDAÑOS AL RANCHO SANTA FE.

- Sector 1: La Venta Vieja, Nueva, Tamal y Queso
- Sector 2: La Cañada, Los Llanos.
- Sector 3: Monte Redondo, Mata de Plátano Y La Colonia Carolina.
- Sector 4: Las Flores
- Sector 5: Coa Abajo y Coa Arriba.

TABLA 2. POBLACIÓN ESTIMADA SECTORES ALEDAÑOS AL RSF.

SECTOR	HOMBRES	MUJERES	POBLACIÓN
1	4954	4567	9521
2	2412	2718	5130
3	4254	3987	8241
4	3300	2895	6195
5	2656	3257	5913
TOTAL POBLACIÓN			35000

RSF: RANCHO SANTA FE.

El estudio del mercado nos ha permitido identificar en base a las encuestas aplicadas en los diferentes sectores contiguos al Rancho Santa Fe, una muestra de las preferencias por el tipo de pan que consumen, calidad, precio y principales sitios de consumo.

3.2.1.2. ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA

Para la estimación de la demanda se realizaron 100 encuestas en las que se proporcionaron preguntas concretas sobre el consumo de pan a un porcentaje de la población anteriormente estipulado. Por lo tanto se aplicó una fórmula que nos demuestre el tamaño de la muestra de los habitantes encuestados.

$$n = \frac{(QI \cdot N)}{(N-1) \cdot (M)^2} / (2PA) + QI$$

Donde:

- n= Número de Encuestas a efectuarse. (?)
- QI= Demanda Insatisfecha (20%)
- E^2 = Margen Máximo de Error (0.01)
- PA^2 = Nivel de la Población Aceptada
- N= Población (35000*10% = 3500)
- M^2 =Margen Mínimo de Error (0.10 – 0.01= 0.09)

$$n = \frac{(0.20 \cdot 3500)}{(3499) \cdot (0.0081)} / 4 + 0.20$$

$$n = 700 / 3499 \cdot (0.002) + 0.20$$

$$n = 700 / 7 + 0.20 \quad n = 100 + 0.20 \quad n = 100.20$$

De acuerdo a lo calculado anteriormente se obtiene una estimación de 100 encuestas a efectuarse para el estudio de investigación.

3.2.1.3. Fuente de Información

3.2.1.3.1. Modelo De La Encuesta

La encuesta es una técnica que consiste en obtener información precisa de una parte de la población mediante el uso de un cuestionario.

Donde se realizaron 14 preguntas las primeras cuatro son del aspecto socioeconómico y las restantes son de las preferencias del consumidor.

Por este método que se llevo a cabo nos indica varios factores que nos sirve para analizar las diferentes razones por la cual los consumidores optan por la compra del producto.

Es importante realizar estos estudios de factibilidad para darnos cuenta si es rentable o no, la instalación de la panadería en el Rancho Santa Fe en NPH.

Por lo tanto este instrumento es interesante y fiable para determinar los diversos factores que se requieren para la instalación y operación de la panadería nuestros pequeños hermanos.

Otra fuente es por medio de entrevistas a los diversos negocios para analizar la competencia pese a que estas investigaciones son restringidas por diversos aspectos como la seguridad debido a las condiciones que hemos vivido en estos últimos años.

En síntesis esto sería lo básico juntos con otros métodos como la recolección de datos sobre las diferentes panaderías que están en la zona para hacer las comparaciones y así obtener una valiosa información para el proyecto de investigación

Método cuantitativo y descriptivo son los principales a utilizarse para el trabajo de investigación.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS

4.1. ANÁLISIS FODA

Creación de la panadería Nuestros Pequeños Hermanos

Fortalezas

- La elaboración con calidad y su venta a precios convenientes, constituyen grandes beneficios para el negocio.
- Entre los socios existe un Chef profesional con especialidad en la industria panificadora.
- Por la característica del producto, la venta es al contado.
- Posibilidades de elaborar otros sustitutos (repostería, licuados)

Debilidades

- Escasez de recursos económicos de los principales inversionistas o donantes.
- Insuficiencia de mano de obra calificada

Oportunidades

- Al haber crecimiento de la población entonces se obtendrán mayor consumo de pan.
- A través de la instalación de la panadería generara mayores ingresos y aumentara el pleno empleo.
- Alto consumo de materia prima e insumos nacionales.
- Mayores iniciativas para la fabricación de cierta maquinaria y equipos.

Amenazas

- La competencia que existe en los sectores más próximos al Rancho Santa Fe.
- Demasiada libertad en la fijación de precios de los respectivos productos
- Deficiente disponibilidad de servicios básicos (luz, agua, telefonía)
- Constante fluctuación de los precios de las materias primas e insumos para su elaboración
- Elevados precios de las maquinarias, equipos e instalaciones requeridas

4.2. ESTUDIO DE LA DEMANDA DE MERCADO

A continuación se presentan los resultados de las encuestas aplicadas a las personas que residen en las zonas aledañas al Rancho Santa Fe, La Venta, F.M.

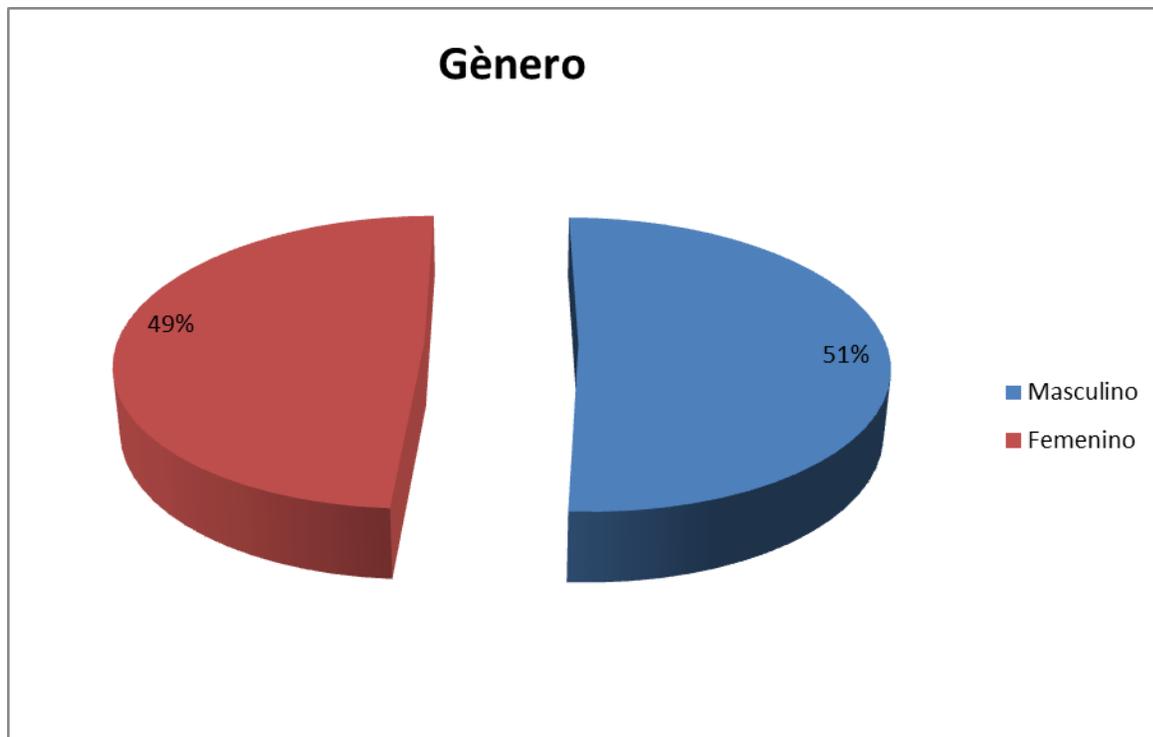


FIGURA 7. GÈNERO

Análisis: Con respecto al género existe un 51% de la población que corresponde al género masculino y el restante 49% al género femenino lo que nos indica que por cada hogar existe una diferencia de 2 varones por cada mujer.

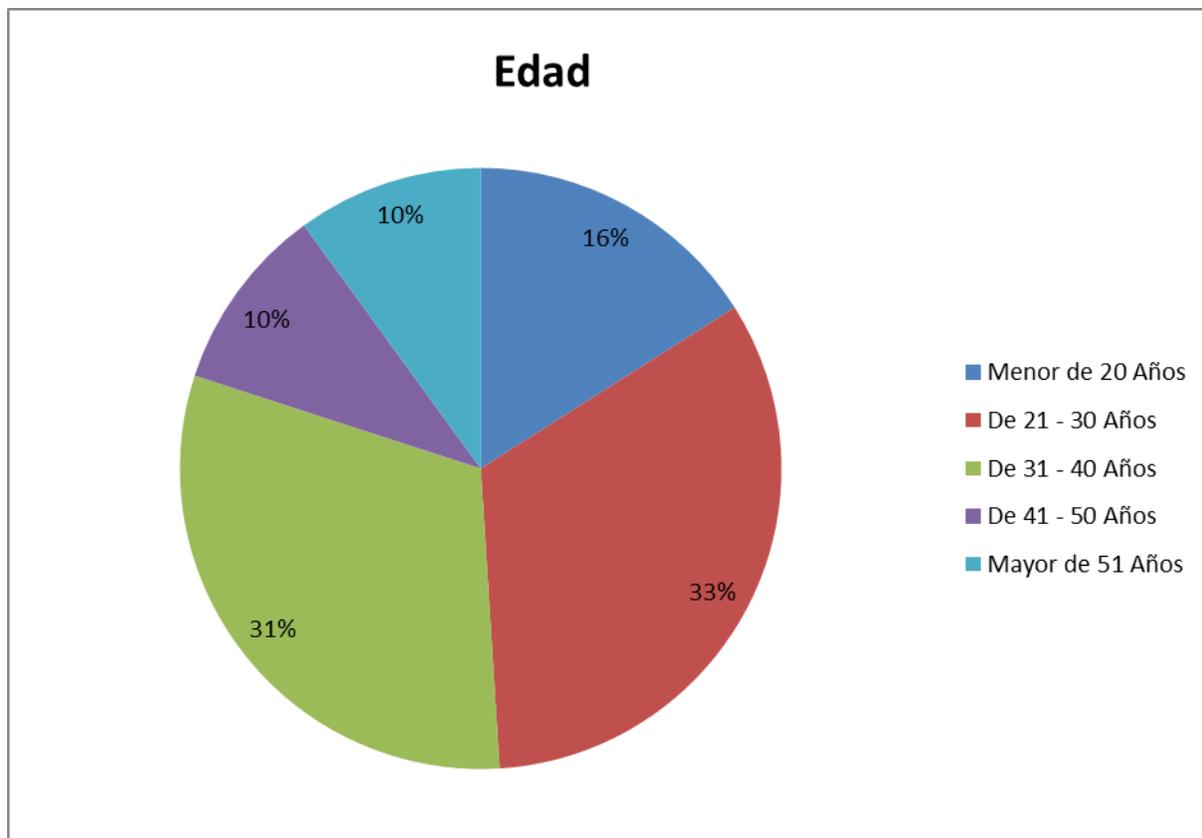


FIGURA 8. RANGO DE EDAD

Con respecto al rango de edad del total de la población encuestada el 33% oscila entre 21 a 30 años, mientras que las edades entre 31 – 40 años equivale al 31% de la población. Siendo el rubro de menor índice de edad los comprendidos entre 41 – 50 años y mayores de 51 años respectivamente, equivalente al 10% cada uno.

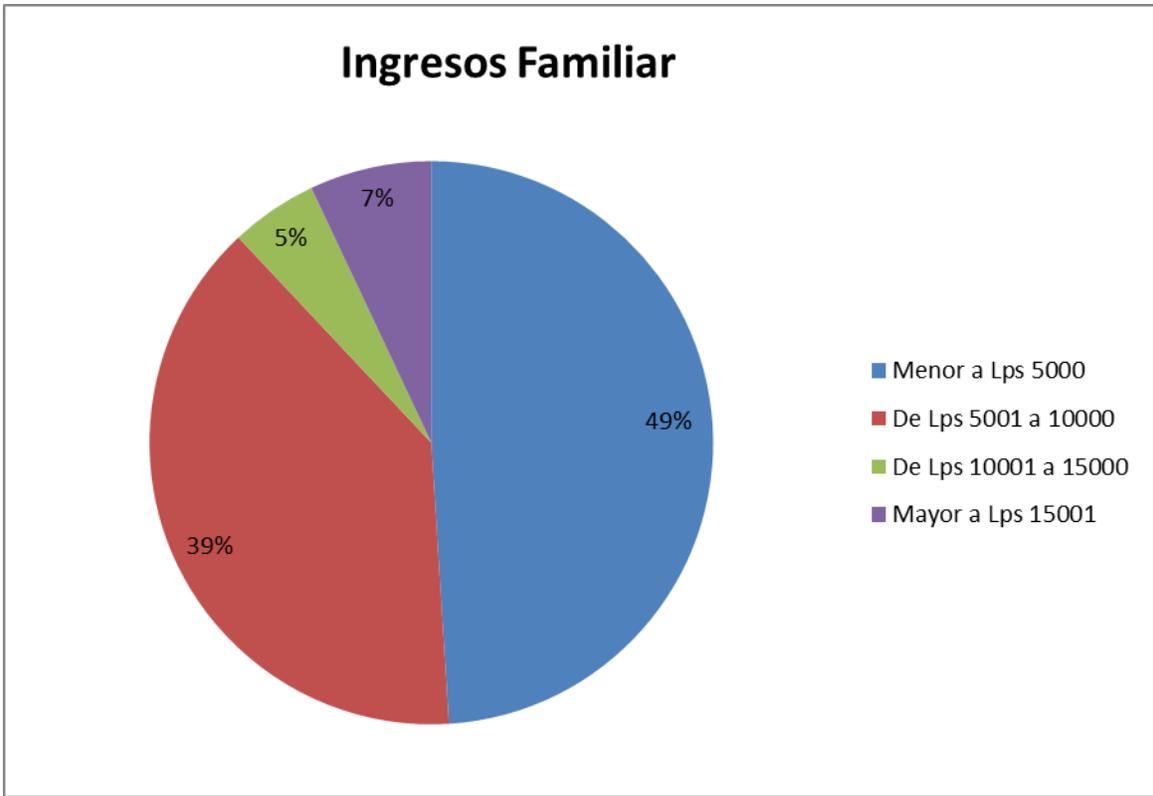


FIGURA 9. INGRESOS FAMILIARES

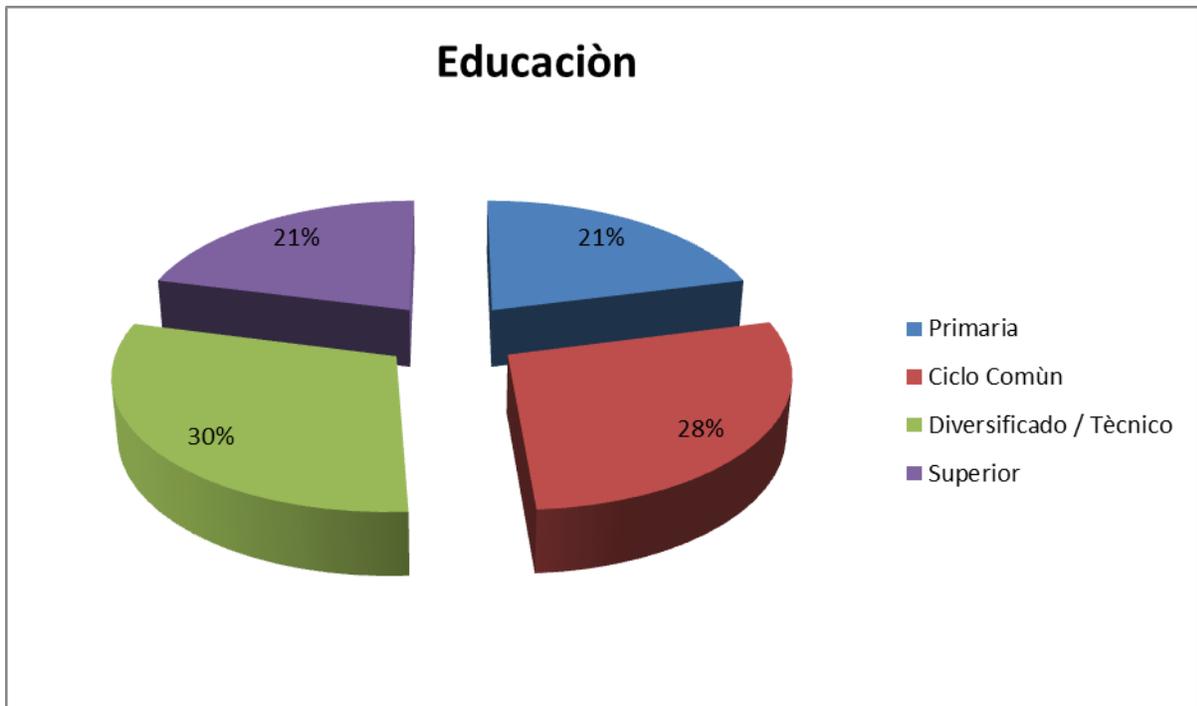


FIGURA 10. PROPORCIONAL EDUCATIVO.

Análisis: Notamos que el 30% de los encuestados sacaron diversificado o una carrera técnica, con esta interrogante tratamos de definir el grado de alfabetismo y observamos que el 100 % sabe leer y escribir, entonces obtenemos un nivel académico medio, y que a la mayoría el haber obtenido algún grado de escolaridad, les ha abierto la oportunidad de poder desempeñarse tanto en lo personal como profesional en las diferentes áreas existentes dentro del mercado.

Referente al ingreso familiar tenemos que el 49% devenga un salario menor a Lps 5000, lo que indica que es un nivel económico inferior y se necesita un rango superior a este ingreso por el excesivo aumento a las necesidades básicas como ser la alimentación, vivienda entre otros, mientras que el 39% se encuentra entre el rango salarial de Lps 5001 – 10000, lo que nos indica que el nivel de vida de los encuestados está ubicada en la categoría media baja. Esta interrogante es importante porque nos da la pauta que valor económico podemos ubicar a los diversos productos a elaborarse dentro de la Panadería Nuestros Pequeños Hermanos en base a una tasa promedio de precios.

Otro dato importante es que en los sectores existen varios centros escolares y la misma institución de Nuestros Pequeños Hermanos brinda la oportunidad de enriquecerse educativamente porque cuenta con un centro de estudio, vigente hasta el 9no grado y además, diversos talleres como ser carpintería, sastrería, electricidad, soldadura, entre otros. Asimismo posee un programa de Educatodos, en el que se les brinda educación a todas aquellas personas que en su infancia no tuvieron la oportunidad de recibir el pan del saber; mejorando el nivel educativo de la población brindándoles convenientemente el poder desarrollarse como ser humano en el aspecto académico

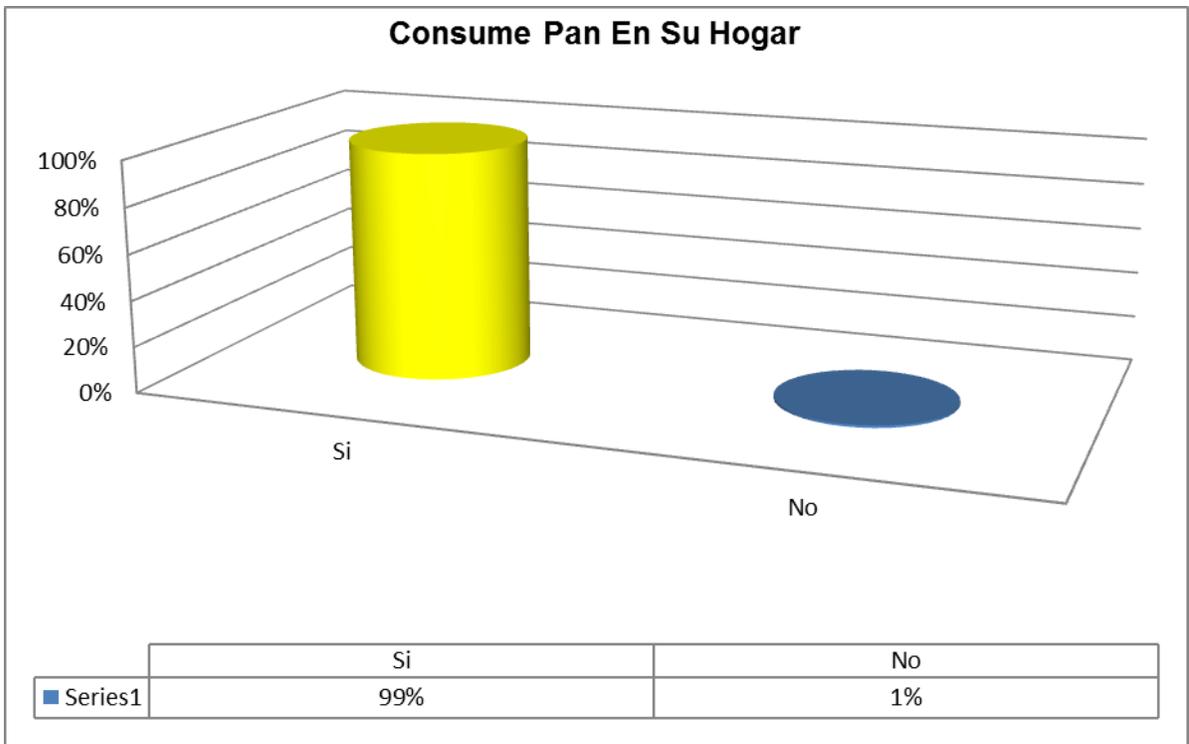


FIGURA. 11. CONSUME PAN EN SU HOGAR

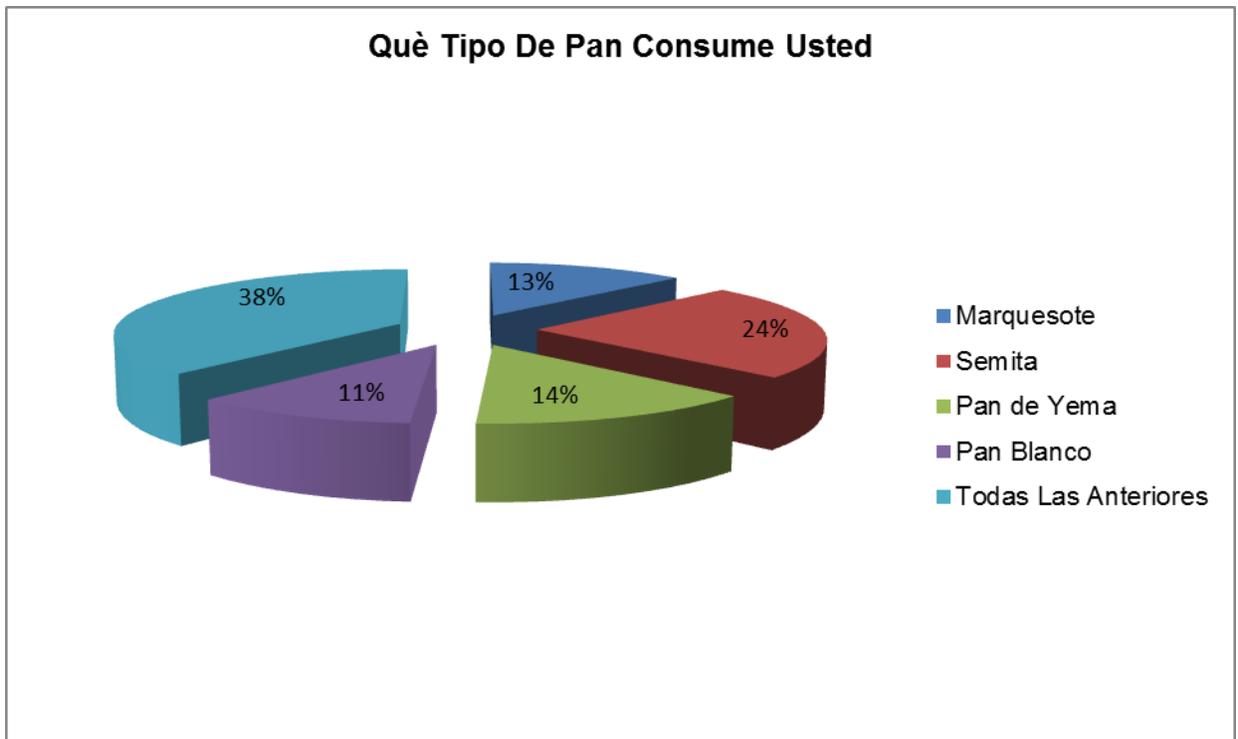


FIGURA 12. QUÉ TIPO DE PAN CONSUME USTED

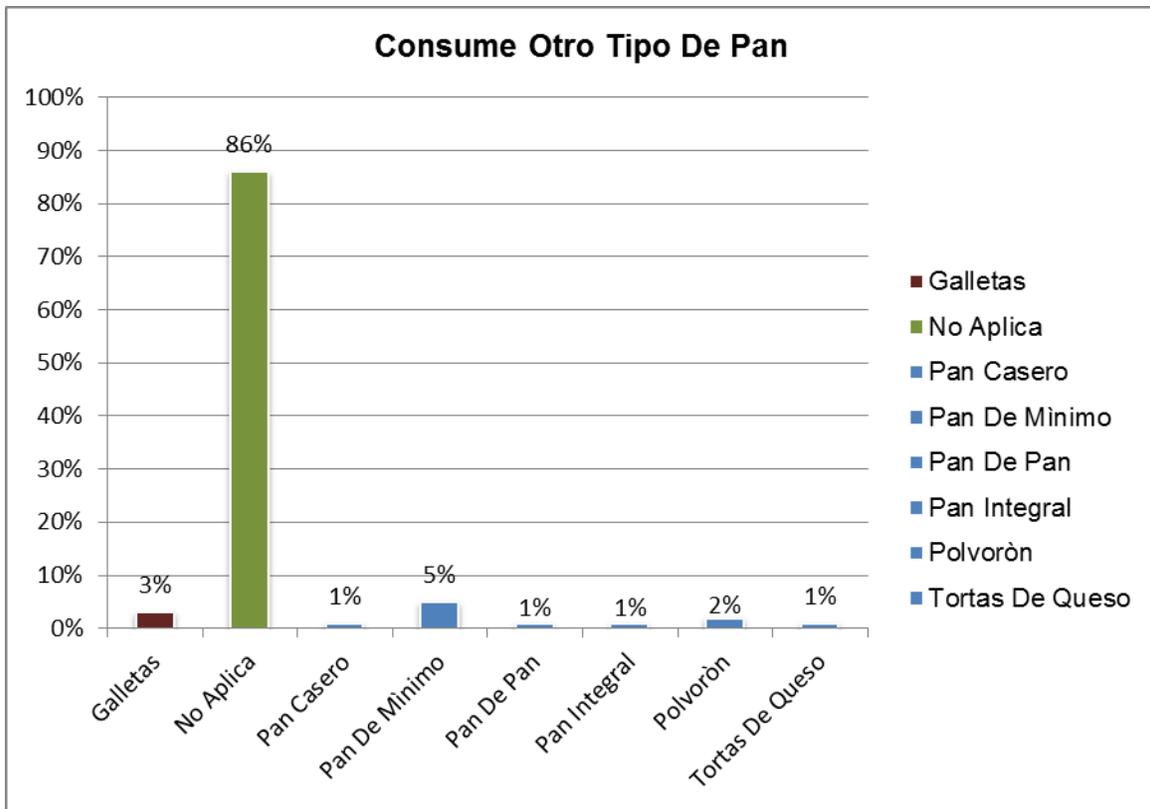


FIGURA 13. CONSUME OTRO TIPO DE PAN

Análisis: En cuanto al consumo de pan se obtiene una respuesta afirmativa del 99%.

Esto confirma que el pan es un alimento básico para la población y es por ende un dato relevante para las perspectivas de venta de los diferentes productos a elaborarse dentro de la instalación.

Por medio de estas interrogantes notamos las preferencias que tienen los consumidores con respecto al producto que compran y al mismo tiempo nos ayuda para ver en que medida se pueden mejorar las diversas características de los productos que obtuvieron un 38%, que nos indica que consumen de todo tipo de pan. Asimismo se deben implementar diversas estrategias que nos coloquen dentro del mercado como uno de los proveedores de mayor relevancia basándonos en las preferencias de la población.

Además obtuvimos resultados que nos indican los otros productos de preferencia que tienen los consumidores siendo la de mayor relevancia el pan de mínimo con un 5% lo que indica que otros productos, tienen mayor oferta y demanda dentro del mercado

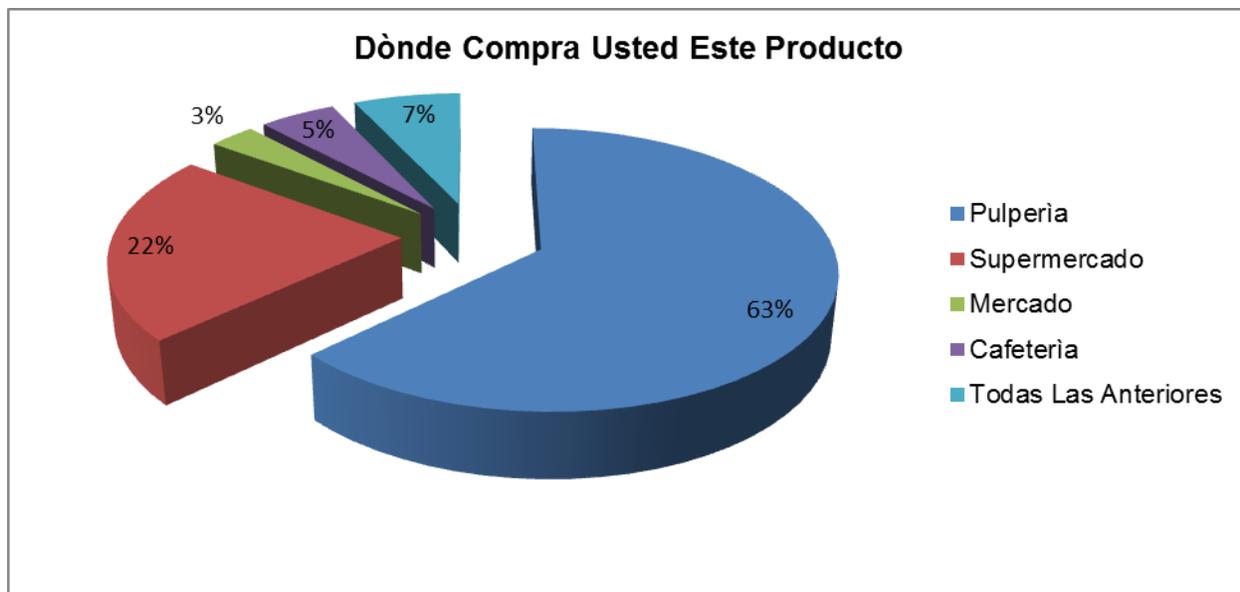


FIGURA 14. DÓNDE COMPRA USTED ESTE PRODUCTO.

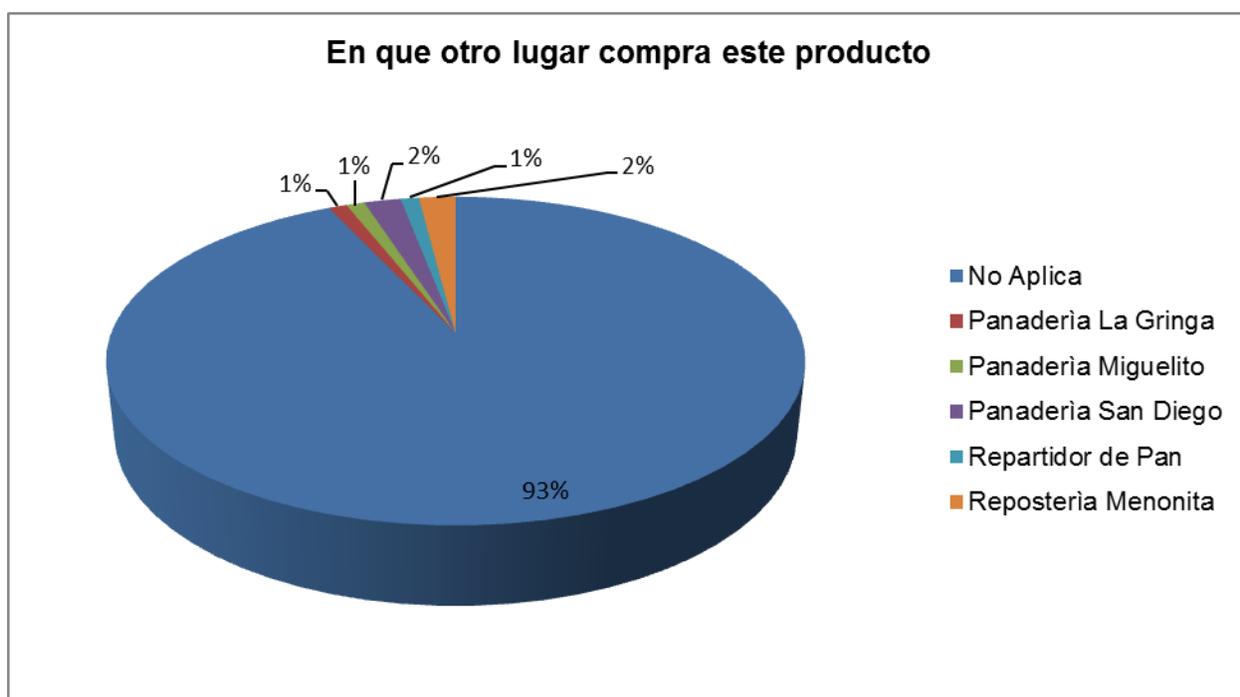


FIGURA 15. EN QUE OTRO LUGAR COMPRA ESTE PRODUCTO

Análisis: Podemos ver que el lugar donde realizan la compra de sus productos es en la pulpería con un 63%, argumentando que es el lugar más cercano a su vivienda, y un 22% lo adquiere en el supermercado.

Es de gran interés saber donde realizan las compras de este producto y así lograr que una vez instalado la panadería Nuestros Pequeños Hermanos sea un lugar

estratégico para que los clientes adquieran el producto y con la calidad que los consumidores necesitan.

Observamos que el 93% no aplicaron o no conocen otro proveedor o negocio que se dedique a la venta de pan, mientras que apenas un 2% respondieron que realizan sus compras en la Repostería Menonita y Repartidores estos últimos provienen ya sea de Tegucigalpa, Talanga, Guaimaca, entre otros sectores.

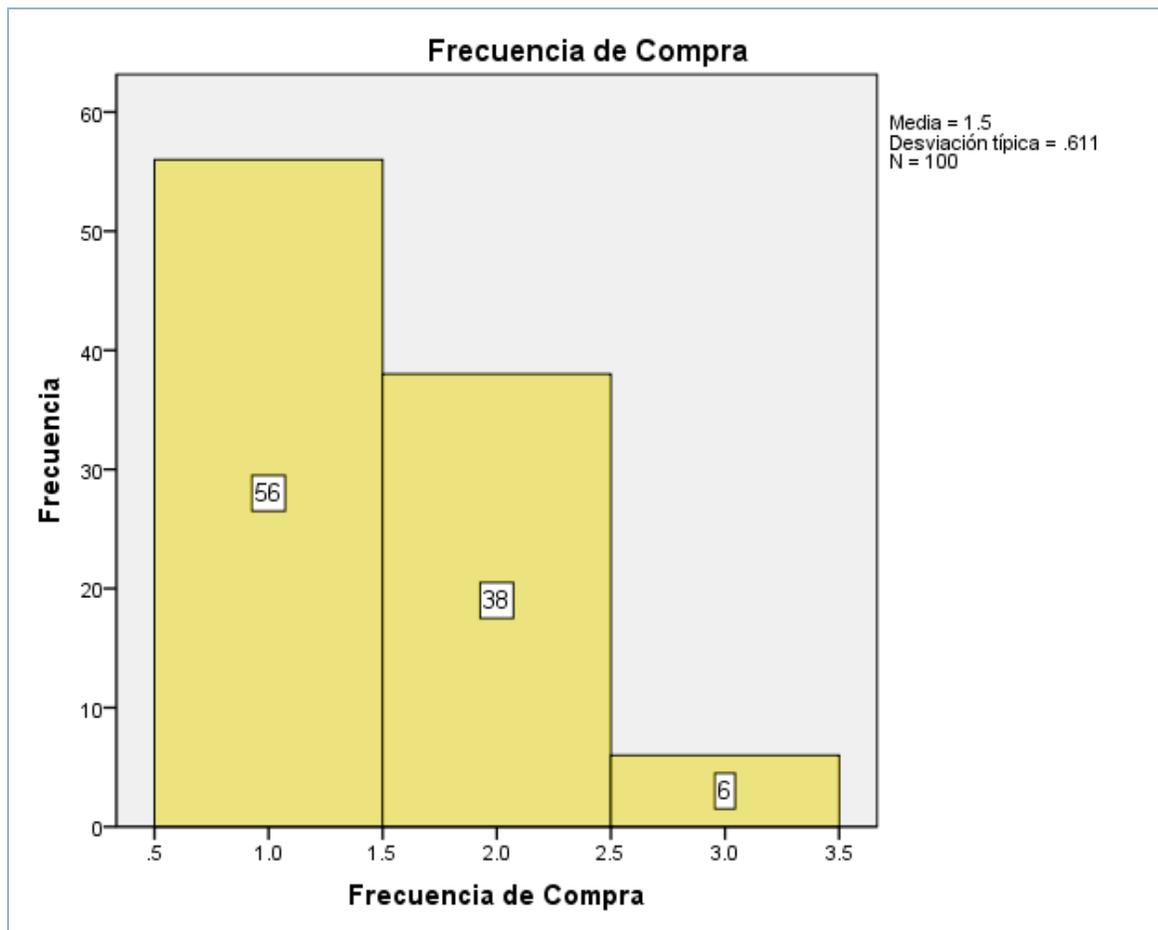


FIGURA 16. HISTOGRAMA DE FRECUENCIA DE COMPRA DEL PRODUCTO

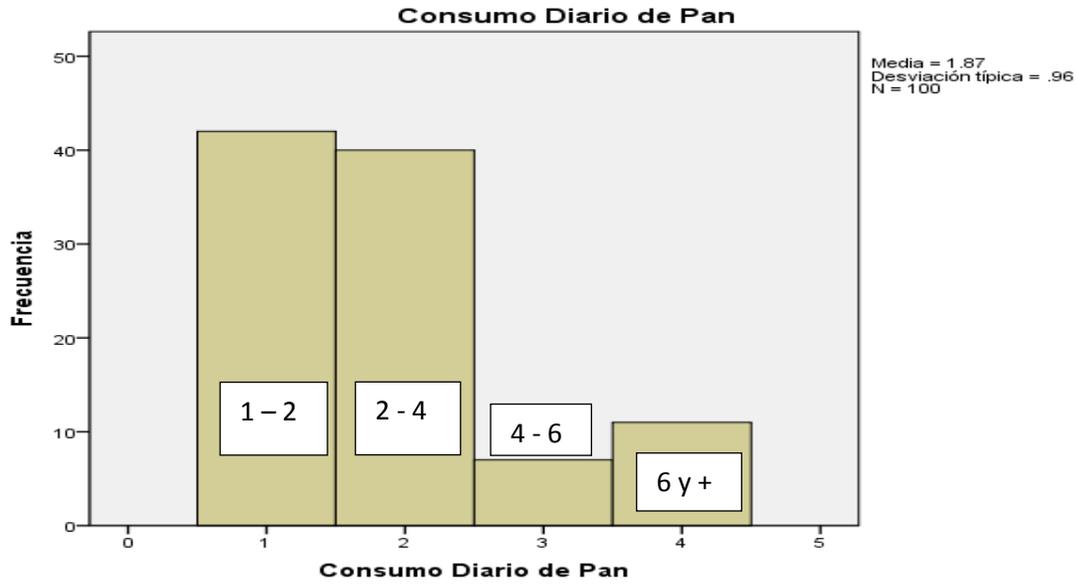


FIGURA 17. HISTOGRAMA CONSUMO DIARIO DE PAN

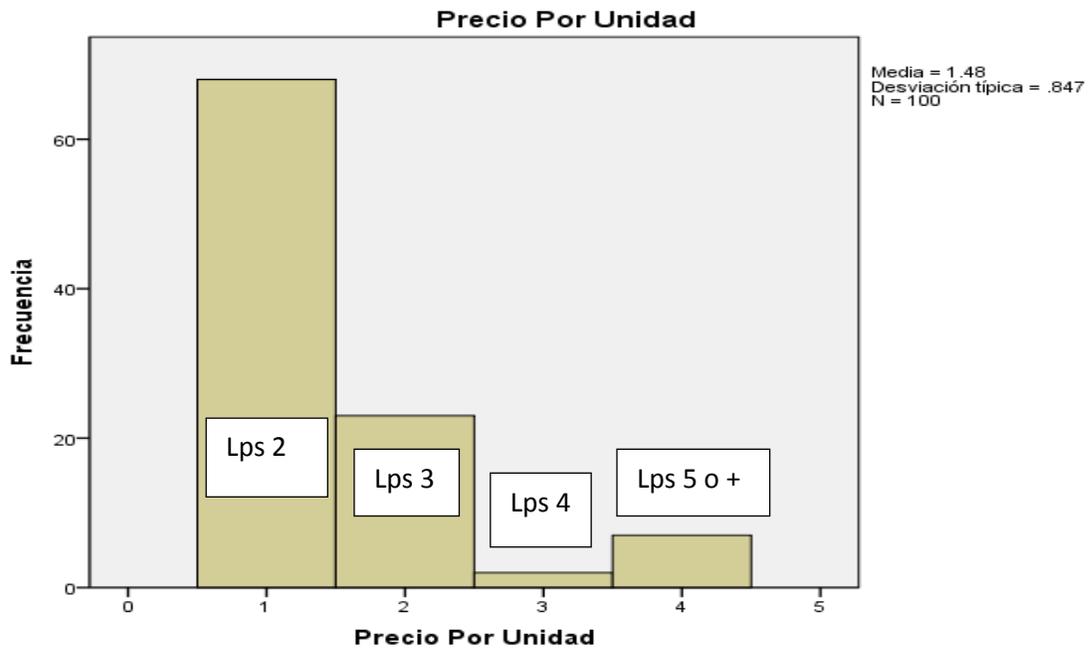


FIGURA 18. HISTOGRAMA PRECIO POR UNIDAD

Análisis: Según las encuestas efectuadas nos revela que la población, compra el producto diariamente lo que nos revela un 56% de la frecuencia de la adquisición.

Y una cantidad diaria de compra de 1 a 2 unidades haciendo un total del 42%; asimismo un 40% de los encuestados consume de 2 – 4 unidades de pan diario.

Siendo este dato, un resultado favorable para la apertura de la panadería.

En cuanto al valor que adquieren cada unidad de pan, el 72% refiere comprar el producto a Lps 2. Lo que nos brinda una panorámica del valor que podemos proporcionar el producto, grado de demanda que tienen y el consumo que tienen los clientes hacia el mismo.

Entonces sabemos que sería conveniente la instalación y operación de la panadería en el Rancho Santa Fe por que es un producto que se encuentran entre las preferencias del consumidor.

En conclusión podemos mencionar la primacía que tienen en relación a este alimento y que se debe de aprovechar al máximo para la comercialización del mismo y así brindar un producto de primera a un precio accesible y con buenas condiciones que llenen las expectativas del consumidor.



FIGURA 19. NEGOCIO QUE SE DEDIQUE A LA VENTA DE PAN EN EL SECTOR

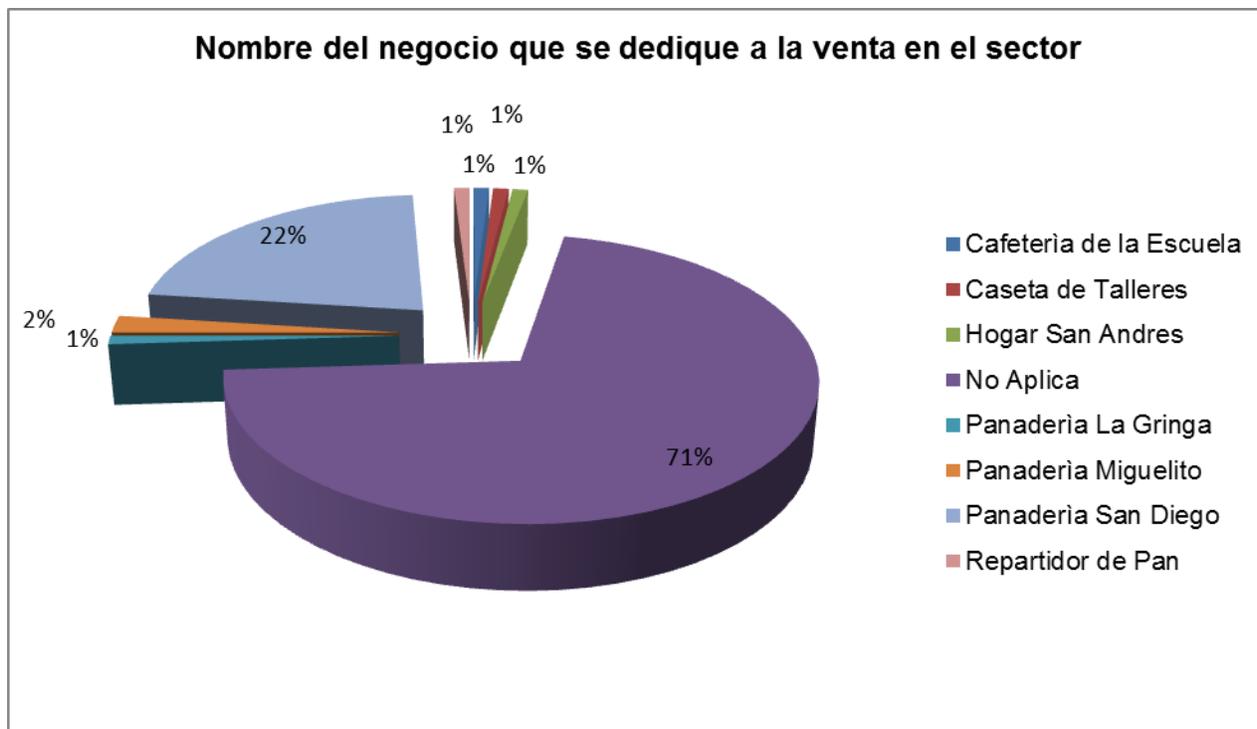


FIGURA 20. NOMBRE DEL NEGOCIO QUE SE DEDIQUE A LA VENTA EN EL SECTOR

Análisis: En esta consulta hay dos datos relevantes uno que es el 68% de los encuestados que no conocen ningún negocio que se dedique a la venta de pan y el 32% restantes nos indican las principales competencias que se tienen dentro del mercado. Siendo la Panadería San Diego (22%) la más conocida por los encuestados y la más cercana a Nuestros Pequeños Hermanos.

Dentro de la oferta del mercado estas variantes se refieren a como generar iniciativas e ideas para ser del agrado del cliente y ser competitivos de una manera limpia y no con las trampas al vecino es decir utilizar estrategias que ayuden en primer lugar a que conozcan el producto una vez elaborado y ver las principales características, aspectos que tienen los productos de la competencia para que podamos fabricar un producto que cumpla con las expectativas requeridas por los consumidores.

Además cabe mencionar una vez instalada la panadería en el Rancho Santa Fe, no sería únicamente para distribución comercial sino también para el autoconsumo lo que automáticamente disminuiría los egresos de la empresa.

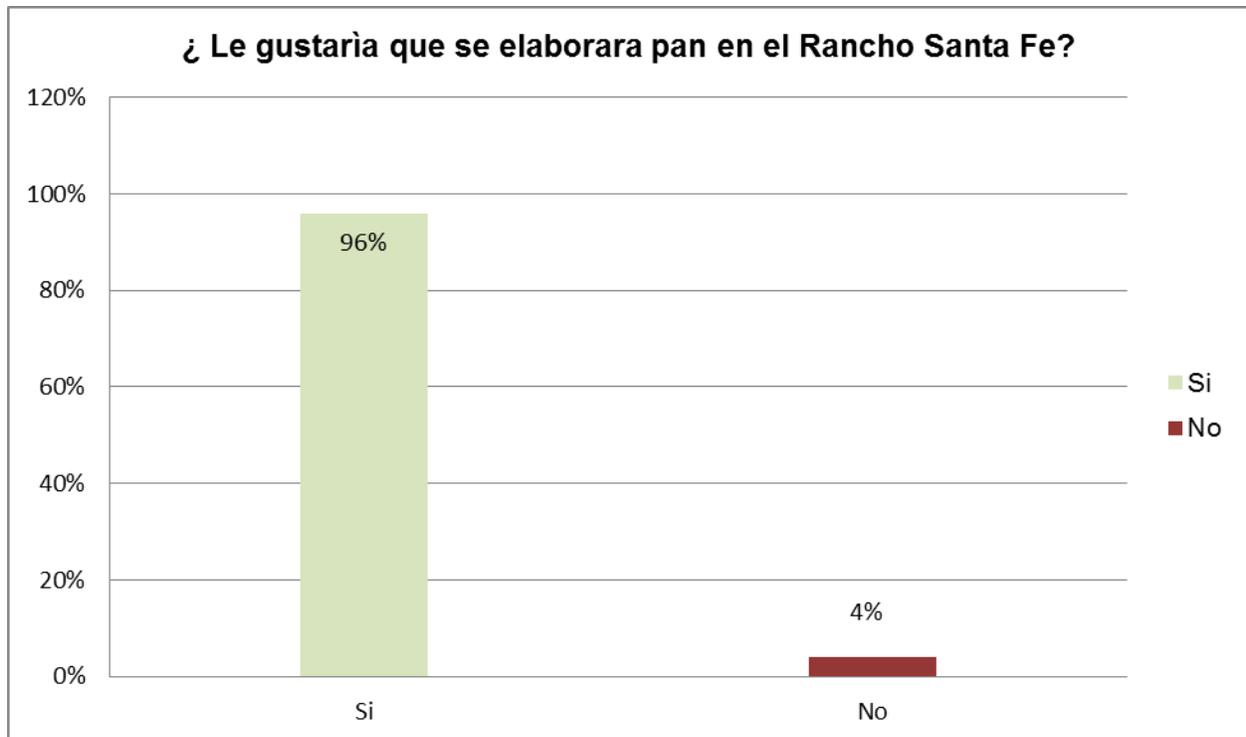


FIGURA 21. LE GUSTARÍA QUE SE ELABORARA PAN EN EL RANCHO SANTA FE

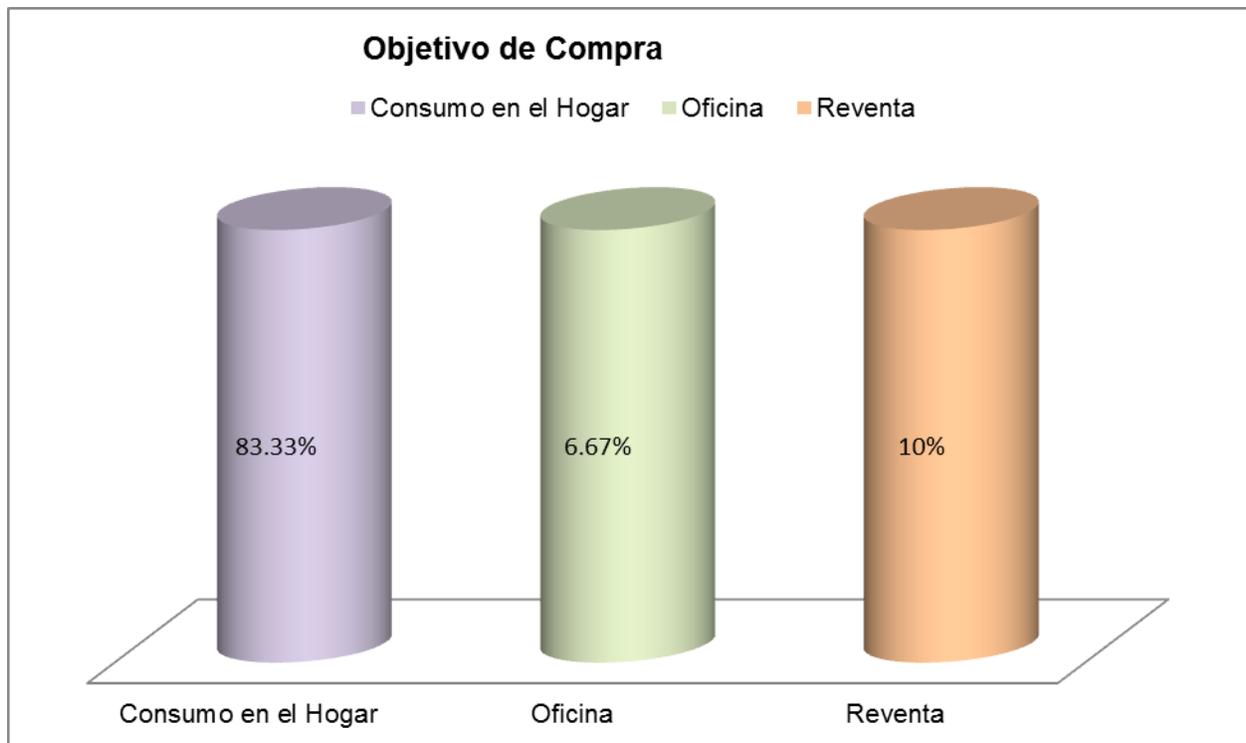


FIGURA 22. OBJETIVO DE COMPRA DEL PRODUCTO

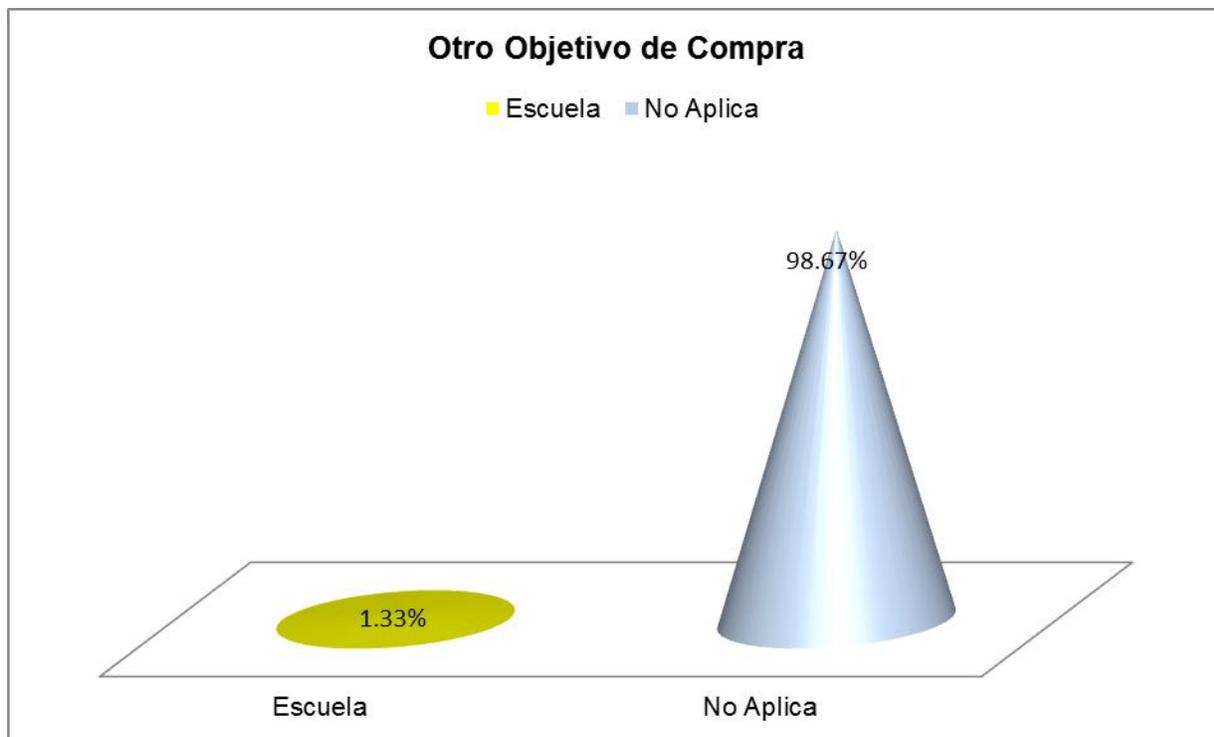


FIGURA 23. OTROS OBJETIVO DE COMPRA DEL PRODUCTO

Análisis: Es un factor importante lo que se obtiene en estas interrogantes ya que el 96% le gustaría que se elaborada pan en el Rancho Santa Fe los restantes 4% no quisieron dar su punto de vista al respecto y compran este producto para consumirlo en el hogar pero cabe destacar que un 10% utiliza el producto para revenderlo lo que le da otros ingresos que ayudan al sostenimiento de las personas que lo realizan.

Para nosotros es de suma relevancia que deseen la instalación de la panadería en el Rancho Santa Fe ya que les quedaría más cerca y no generarían otros gastos (transportes) para los bolsillos de los consumidores y por ende involucrarían un ahorro para utilizarlos a los diversos fines que tengan.

Dichos resultados nos proporciona confianza, seguridad y nos motivan para poder llevar a cabo este proyecto que genere un producto con las respectivas preferencias que tengan los clientes al realizar la compra del mismo.

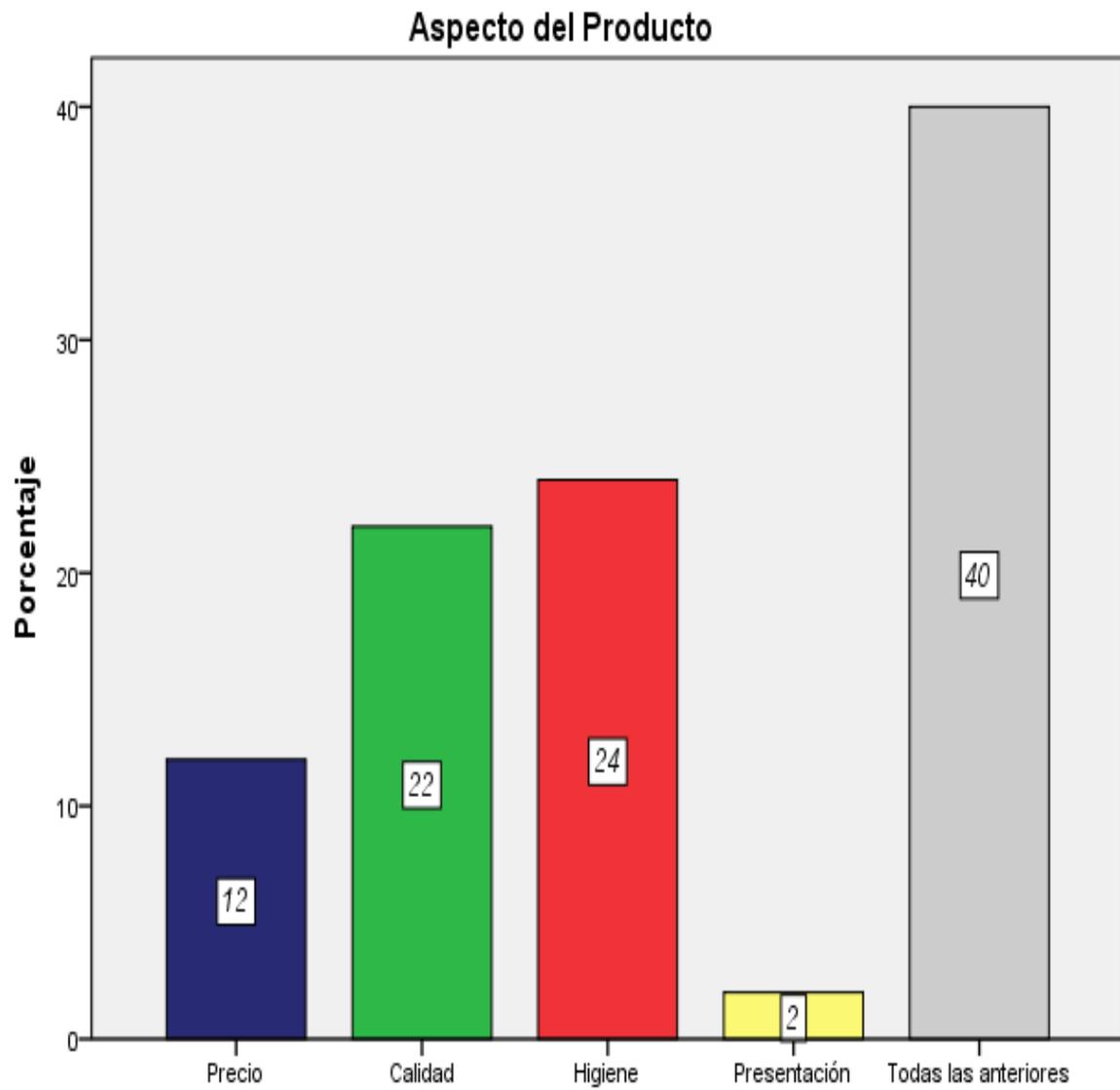


FIGURA 24. ASPECTOS DEL PRODUCTO

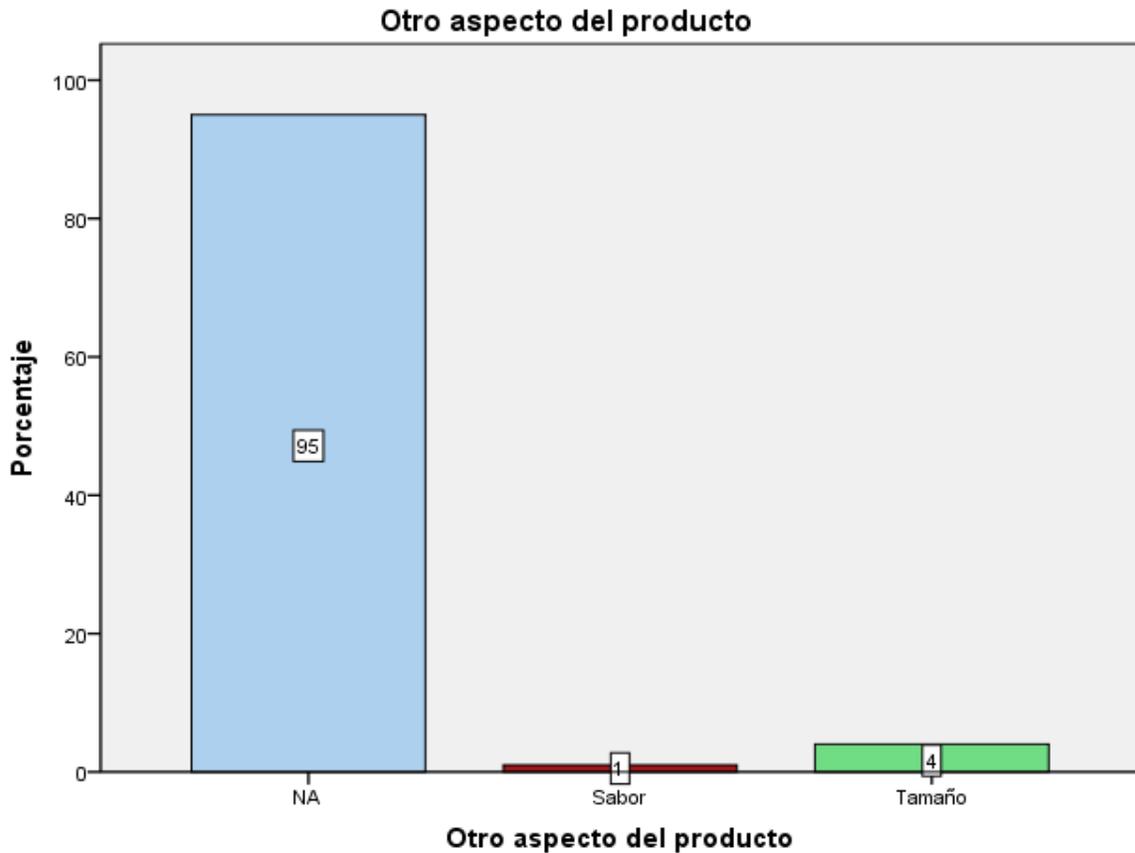


FIGURA 25. OTROS ASPECTOS DEL PRODUCTO

Análisis: A opinión de los encuestados los aspectos que consideran al comprar el producto son la calidad, el precio, higiene y presentación, las que revelaron el 40% siendo categorizadas en el indicador de todas las anteriores. No obstante un 24% prioriza el factor higiene (preparación) al momento de adquirir el producto.

Estos son los factores que toman en cuenta los consumidores al realizar las compras del determinado producto.

Observamos que además de la higiene que es factor primordial para la evasión de enfermedades, también recalcan en una menor escala el tamaño y sabor del producto.

Estos datos nos proporcionan conocimientos enriquecedores para poder tomar en cuenta los aspectos que tienen los consumidores al momento de realizar las compras.

Y por lo tanto analizar el producto que cumplan con los requerimientos necesarios para obtener beneficios en un futuro tanto intrainstitucional como por los consumidores al momento de llevarse el producto.

En base a las diferentes respuestas que se dieron al ejecutar las encuestas observamos la fiabilidad para poner en marcha la instalación de la panadería Nuestros Pequeños Hermanos.

El estudio del mercado ya sea por la oferta y demanda del producto nos indica una correlación eficiente para obtener los resultados esperados.

Mediante este análisis de fiabilidad se contemplan las preferencias, ya sea por los diversos aspectos que toman los consumidores al momento de realizar las compras del determinado producto y las medidas correspondientes que se deben de hacer principalmente por las tres reglas de oro que son el precio, la calidad e higiene.

En conclusión el proyecto de investigación es fiable y positivo la instalación y operación de la panadería.

4.2.1. Población (Demanda Del Mercado)

La población que comprende los sectores aledaños al Rancho Santa Fe de Nuestros Pequeños Hermanos es de aproximadamente 35000 habitantes con un promedio de 4 personas por hogar y un consumo individual de 2 panes por día, es decir se estima un promedio de 8750 familias con un consumo de 8 panes por día.

TABLA. 3. DATOS PROPORCIONARLES

8750	4	35000	Habitantes
4	2	8	Panes Diarios
8	8750	70000	Promedio Diario

TABLA 4. DEMANDA DE MERCADO

Cantidad de Demanda Unidades de Pan			Demanda P*Q			
Diario	Semanal	Anual	Diario	Semanal	Mensual	Anual
70000	490000	25200000	140000	980000	4200000	50400000

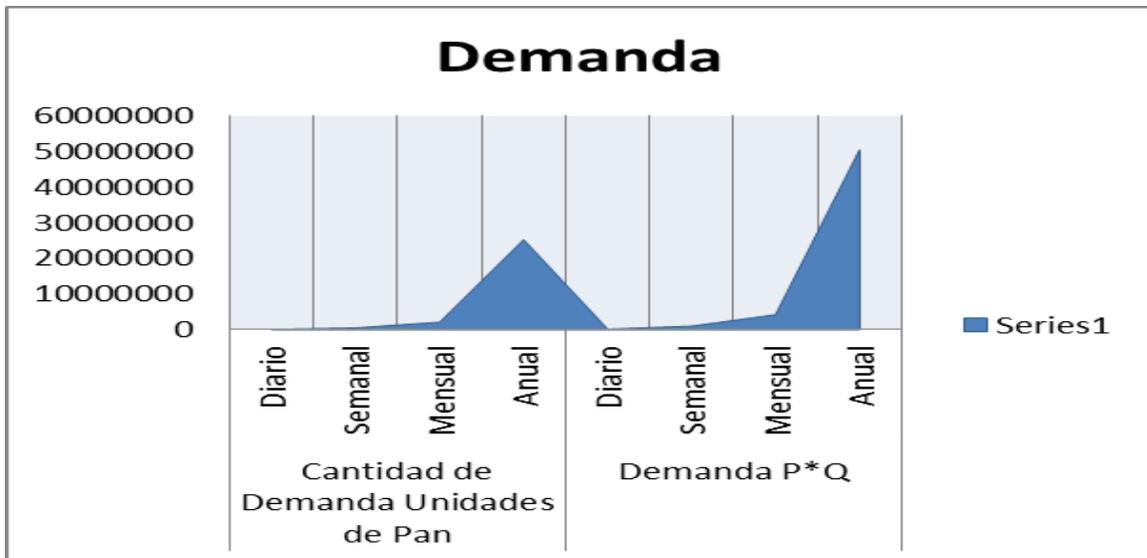


FIGURA 26. DEMANDA DE MERCADO

Demanda Diaria: $70000 \times 2 = \text{Lps } 140000$

Demanda Semanal: $490000 \times 2 = 980000$

Demanda Mensual: $2100000 \times 2 = 4200000$

Demanda Anual: $25200000 \times 2 = 50400000$.

El precio promedio es de Lps 2, y analizando el alto índice de consumismo con respecto al producto entonces la instalación de la panadería vendría a proveer satisfactoriamente la demanda del mercado.

4.2.2 Oferta Del Mercado

Dentro del estudio de mercado, el concepto de oferta y su análisis está íntimamente relacionado con la estructura del mercado de competidores, en este ámbito la investigación realizada en los diferentes sectores es que existen panaderías dedicada exclusivamente a elaborar artesanalmente este producto y mientras que en otras zonas no cuentan con una empresa dedicada a la elaboración del mismo, entonces es un factor primordial para nuestras intenciones siempre y cuando no descuidarnos de los demás sectores.

Dentro de los oferentes que se encuentran tenemos:

Panadería San Diego: Ubicada en el kilometro 38, carretera a Olancho, La Venta Nueva, dedicada a la elaboración de panes artesanales y semi industriales. Sus principales productos son las semitas pelonas, polvorones, pan blanco, marquesotes y pan de pan.

Panadería Miguelito: Ubicada en la Venta Vieja, kilometro 37, carretera a Olancho los productos que más distribuyen son las semitas pelonas, pan blanco, marquesotes.

Panadería la Gringa: Kilometro 38, Carretera a Olancho enfrente del batallón, sus principales productos son netamente panes artesanales.

Repostería Menonita: Ubicada en el centro de Guaimaca, perteneciente a una orden de las hermanas Menonitas. Sus principales productos son las tortas de canela, pan molde integral, quequitos de chocolate, vainilla, pan de mínimo, zanahoria, de chocolate.

Rosquillera Petro: Ubicada en la Venta Vieja, sus principales productos son rosquillas, hojaldras, quesadillas, distribuyen dentro y fuera de la zona.

TABLA 5. PRINCIPALES OFERENTES

Principales Panadería Oferentes	Estimación de N° de Panes Vendidos a Diario	% Participación del Mercado
Panadería San Diego	14000	20
Panadería Miguelito	7500	15
Panadería La Gringa	3200	8
Repostería Colonia Menonita	15250	30.5
Rosquillería Petro	8000	16
Otros	5250	10.5
Total	53200	100

La determinación de la oferta se ve obstaculizada, en cierta manera, debido a que la información requerida es principalmente negada por parte de los competentes pero se ha logrado obtener una estimación aproximada de las ventas realizadas al día.

4.2.3. Balance Demanda – Oferta del Mercado

Con la información previamente dada, establecemos la demanda menos la oferta para obtener la demanda insatisfecha o indirecta.

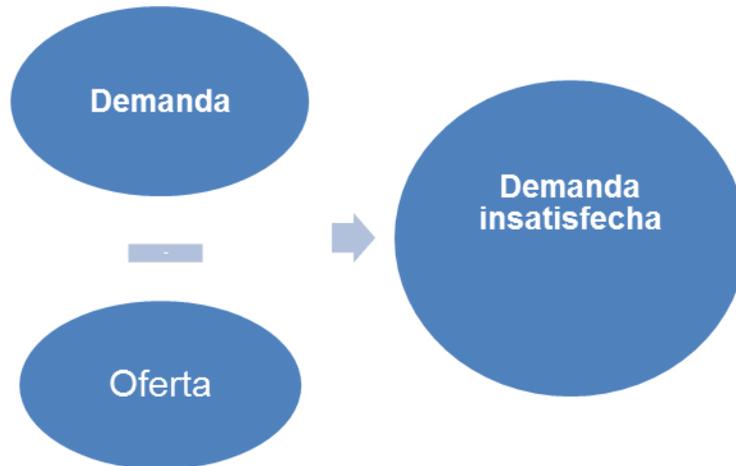


Figura 27. Demanda Insatisfecha

TABLA 6. DEMANDA INSATISFECHA

Tiempo	Demanda Mercado	Oferta de Mercado	%	Demanda Insatisfecha	%
Diario	140000	53200	38.00	86800	62.00
Semanal	980000	372400	38.00	607600	62.00
Mensual	4200000	1596000	38.00	2604000	62.00
Anual	50400000	19152000	38.00	31248000	62.00

La demanda insatisfecha es aquella que no se ha dado en el mercado y que puede ser cubierta, al menos en parte, por el proyecto; dicho de otro modo, la demanda es mayor que la oferta.

El estudio, arroja un saldo positivo de 31,248.000 unidades que representa aproximadamente el 62% de la demanda anual y de 86.800 unidades al día.

No se ha aprovechado el mercado por que los requerimientos de los consumidores han sido menores de lo indicado.

Una vez que se han obtenido los datos de oferta y demanda con sus respectivos cálculos, la demanda potencial insatisfecha se obtiene con una simple diferencia, del balance oferta-demanda, y con los datos estipulados se puede calcular la probable demanda.

Al inicio de su actividad, tiene como propósito captar el 5.5%, que equivale a una elaboración inicial aproximada de 5000 unidades al día, 1,800,000 al año, por lo tanto esta proyección puede determinar el requerimiento de personal, los costos de fabricación y gastos operacionales que se realicen en la panadería Nuestros Pequeños Hermanos.

La Demanda Insatisfecha es el conjunto de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en años futuros, por lo que se ha establecido que ningún productor actual podrá satisfacer, si prevalecen las condiciones en las que se realizó el cálculo.

Una vez que se han obtenido los datos de oferta y demanda con sus respectivas proyecciones en el tiempo, la demanda potencial insatisfecha se obtiene por la diferencia entre oferta y demanda, y con los datos proyectados se puede calcular la probable demanda potencial o insatisfecha en el futuro.

Con relación a la investigación del mercado, se conoce que la población de Nuestros Pequeños Hermanos y de zonas aledañas asciende a 35.000 habitantes con un consumo de cuatro panes diario; es decir, 140.000 unidades de pan diarias, por lo que se deduce que la competencia produce y comercializa 53200 unidades de pan al día; por lo tanto, la oferta proyectada sería del 62%.

4.2.4. Comercialización del Mercado

Para hacer llegar el producto se deben seguir ciertas estrategias para obtener los resultados esperados.

Por ser el pan un bien básico para el ser humano, se tendrá una comercialización directa con el consumidor y al mismo tiempo se distribuirá los productos a los diferentes negocios como ser pulperías, casetas que existen en los diversos sectores por medio de un carro repartidor.

4.2.4.1.Promociones de Venta

La promoción trata de informar al público sobre un bien o servicio a través de los medios de comunicación con el objetivo de motivarlos hacia una acción de consumo, la publicidad directa que se realice en el punto de venta, mediante una logística adecuada, higiénica y oportuna, ya que un cliente bien atendido recomienda a otros, considerando que el producto que se vende es elaborado y comercializado en el mismo sitio, lo que asegura su calidad, selectividad, frescura, atractiva presentación y trato preferencial al cliente.

Se hace una promoción directa mediante visitas a los diferentes sectores para que conozcan el producto y lograr el objetivo requerido. Los oferentes solo tienen la publicidad que es manejada por sus clientes y que se basa en la recomendación de la calidad de sus productos a otras personas.

Para el proyecto se debe de llevar un logotipo que represente la imagen del producto por lo tanto tiene que ser atractivo para el consumidor.

Como medios de publicidad se pueden llevar los siguientes aspectos:

- Hojas volantes esto se deben de hacer con anticipación para que la población de las diferentes zonas aledañas a la institución conozcan sobre los diversos productos a ofrecer
- Promotores. Para esto se pueden recurrir anunciando el producto por medio del personal laborante en la institución para que abran las puertas a los diferentes negocios, familiares y amistades.

TABLA 7. PUBLICIDAD

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Total Lps	Tiempo de propaganda
Volantes	500	1.50	750	Un Mes
Instalación y elaboración del rótulo	1		800	Durante el primer mes
Tramitación del permiso por la instalación del rótulo	1		900	Durante el primer mes
TOTAL			2450	

TABLA 8. PRECIO DE VENTA (VALOR EN LPS)

Precio de Venta	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Productos 1 (Marquesote, Pan de Yema)	2	2.10	2.21	2.33	2.45
Productos 2 (Semitas y Pan Blanco)	2	2.10	2.21	2.33	2.45
Producto 3 (Pan de Mínimo)	4	4.21	4.43	4.66	4.90
Producto 4 (Otros)	2	2.10	2.21	2.33	2.45

4.2.4.2. Precio de Venta

Estos se calcularan de acuerdo al precio de la materia prima calculando también costos de operación y margen de utilidad.

A continuación se muestra el análisis realizado para determinar los precios por productos

TABLA 9. PRODUCTOS NÚMERO 1 (MARQUESOTE, PAN DE YEMA)

Descripción	Valor (Lps)	Productos (%)
Costo del Producto	0.30	
Comisión de Venta	0.16	
Mano de Obra	0.10	
Etiqueta	0.14	
Total Costos	0.70	
Precio de Venta	2.00	
Relación con Precio de Venta	0.35	27%

TABLA 9.1. PRODUCTOS NÚMERO 2 (SEMITAS Y PAN BLANCO)

Descripción	Valor (Lps)	Productos (%)
Costo del Producto	0.16	
Comisión de Venta	0.09	
Mano de Obra	0.10	
Etiqueta	0.14	
Total Costo	0.49	
Precio de Venta	2.00	
Relación con Precio de Venta	0.25	22%

TABLA 9.2. PRODUCTOS NÚMERO 3 (PAN DE MÍNIMO)

Descripción	Valor (Lps)	Productos (%)
Costo del Producto	0.55	
Comisión de Venta	0.25	
Mano de Obra	0.10	
Etiqueta	0.14	
Total Costos	1.04	
Precio de Venta	4	
Relación con Precio de Venta	0.26	32%

TABLA 9.3. PRODUCTOS NÚMERO 4 (OTROS)

Descripción	Valor (Lps)	Productos (%)
Costo del Producto	0.15	
Comisión de Venta	0.08	
Mano de Obra	0.10	
Etiqueta	0.14	
Total Costos	0.47	
Precio de Venta	2	
Relación con Precio de Venta	0.24	19%

TABLA 9.5. INVERSIONES Y COSTO DE CAPITAL

III INVERSIONES					
Descripción	Cantidad	Costos	Total	Período en años	Depreciación
Estantes	4	L. 3,343.67	L. 13,374.68	5	L. 2,674.94
Computadora	1	L. 8,205.00	L. 8,205.00	5	L. 1,641.00
Impresora	1	L. 2,245.65	L. 2,245.65	5	L. 449.13
Sumadora	1	L. 450.00	L. 450.00	5	L. 90.00
Vitrinas	3	L. 2,294.80	L. 6,884.40	5	L. 1,376.88
Vehículo	1	L. 158,000.00	L. 158,000.00	5	L. 31,600.00
Amasadora	1	L. 40,200.00	L. 40,200.00	5	L. 8,040.00
Divisora	2	L. 17,500.00	L. 35,000.00	5	L. 7,000.00
Horno Industrial	1	L. 159,275.00	L. 159,275.00	5	L. 31,855.00
Balanza	1	L. 4,570.43	L. 4,570.43	5	L. 914.09
Refrigeradora Industrial	2	L. 8,573.95	L. 17,147.90	5	L. 3,429.58
Tanque de Gas	3	L. 669.32	L. 2,007.96	5	L. 401.59
Mesas	2	L. 5,500.00	L. 11,000.00	5	L. 2,200.00
Cajas Registradoras	1	L. 3,500.00	L. 3,500.00	5	L. 700.00
Escritorio	1	L. 2,234.00	L. 2,234.00	5	L. 446.80
Muebles de Oficina	1	L. 2,500.00	L. 2,500.00	5	L. 500.00
Caja de Seguridad	1	L. 2,300.00	L. 2,300.00	5	L. 460.00
Sillas	4	L. 125.00	L. 500.00	5	L. 100.00
Contratación de un abogado	1	L. 1,500.00	L. 1,500.00	5	L. 300.00
Publicidad	1	L. 2,450.00	L. 2,450.00	5	L. 490.00
Permisos de Operación	1	L. 1,500.00	L. 1,500.00	5	L. 300.00
Registro Tributario Nacional	1	L. 500.00	L. 500.00	5	L. 100.00
Inscripción en la Cámara de Comercio e Industria de Teg	1	L. 750.00	L. 750.00	5	L. 150.00
Arendamiento del Local	1	L. 6,500.00	L. 6,500.00	5	L. 1,300.00
Total de Inversión			L. 482,595.02		L. 96,519.00
Capital de Trabajo					
Materia Prima	1	L. 10,991.00	L. 10,991.00		
Agua	1	L. 10,300.00	L. 10,300.00		
Luz	1	L. 11,200.00	L. 11,200.00		
Teléfono	1	L. 11,000.00	L. 11,000.00		
Mano de Obra	1	L. 57,235.00	L. 57,235.00		
Total de Capital de Trabajo			L. 100,726.00		
Total Inversión Inicial			L. 583,321.02		

4.2.4.3. Logotipo



PANADERIA NUESTROS PEQUEÑOS HERMANOS

Una pieza clave para el desarrollo de toda institución es el trabajo en equipo ya que representa la unidad que se debe de tener para lograr las metas establecidas. Siendo representatividad de este lazo el logotipo que caracteriza a la panadería Nuestros Pequeños Hermanos.



El material de empaque a utilizar son bolsas plásticas transparentes en donde se empaquetará el pan en sus distintas variedades en cantidades de 13 y 25 unidades y se venderá de forma individual. Se le colocará una etiqueta con el logo de la panadería Nuestros Pequeños Hermanos.

4.3. ESTUDIO TÉCNICO-ADMINISTRATIVO

4.3.1. Dimensionamiento de la Panadería

El tamaño de la planta, tiene que ver con la capacidad inicial y futura de producción, razón por la que se ha considerado la producción mínima de 3850 panes al día, elaborados en base a un proceso automatizado. Para el efecto, se debe considerar lo siguiente:

- ❖ Principio de integración total. Para determinar qué recurso humano, materiales, maquinaria, actividades auxiliares y otros aspectos deben quedar integrados en la forma que mejor se aproveche su participación.
- ❖ Principio de mínima distancia. Para una correcta distribución de la planta que permitirá al personal realizar adecuadamente sus actividades.
- ❖ Principio de seguridad y comodidad. Para reducir y eliminar riesgos y lograr mayores rendimientos.

(Nassin Sapag Chain, Reynaldo Sapag Chain, 2006).

Se requiere que la panadería esté diseñada en un espacio físico estimado de 210 m² cuya superficie por áreas son las siguientes:



FIGURA 28. DISEÑO INSTALACIÓN DE LA PANADERÍA NPH.

Se ha intentado dejar de manifiesto que la decisión de la localización de un proyecto es determinante en el desarrollo de su evaluación, aun cuando hay múltiples influencias personales en su definición, las repercusiones económicas de cada alternativa hacen necesario un proceso más profundo de su análisis en la formulación misma del trabajo de investigación.

Los factores que más influyen en la localización de cualquier negocio son:

- ✓ Proximidades de las fuentes de abastecimientos de las materias primas o insumos.
- ✓ Costos de la mano de obra.
- ✓ Medios y costos de transportes
- ✓ Ubicación geográfica
- ✓ Seguridad.

En definitiva, la selección deberá basarse en lo posible sobre aquella alternativa que en términos económicos, permita la mayor rentabilidad del proyecto integral.

En el aspecto de la mano de obra como se ha manifestado se hará por medio de los jóvenes mayores que no tienen empleo se les dará la capacitación para que en un futuro se conviertan en microempresarios.

En los diferentes aspectos manifestados dentro de los objetivos específicos señalados en el respectivo informe.

Es importante señalar que en el sector no existe una panadería sino que más bien son hechos artesanalmente por parte de algunas familias para su autoconsumo.

Esto nos indica que dentro de las probabilidades es mayoritaria la factibilidad del proyecto, que sería rentable la instalación de la panadería en el Rancho Santa Fe de Nuestros Pequeños Hermanos.

Es importante el instrumento utilizado para analizar la demanda, oferta, ingresos y egresos que se llevarán a cabo en la instalación de la panadería en Nuestros Pequeños Hermanos.

4.3.2. Elementos que Intervienen en la Elaboración del Pan (Tabla 9. MP)

Descripción	Unidad De Medida	Cantidad	Precio Unitario	Total Año 0 Lps
Harina	Quintal	1		784
Azúcar	Quintal	1		725
Sal	Libra	30	1.80	54
Aceite	Libra	35	18.50	647.50
Levadura	Libra	30	4.50	135
Soda	Libra	30	1.75	52.50
Margarina	Caja (5 Barras)	10	19.50	195
Huevos	Cartón	100	60	6000
Manteca	Libra	30	12.00	360
Canela	Libra	20	1.50	30
Leche	Botella	28	7	196
Agua	Litro	30	5	150
Bananos	Unidad	200	1.50	300
Vainilla	Bote	30	10	300
Pasas	Caja	30	10.40	312
Bolsas Plásticas	Paquete	50	15	750
TOTAL				10991

4.3.3. Gestión Administrativa

Estará a cargo de un administrador que deberá observar las nuevas tendencias del mercado y aplicar eficientemente su incidencia en la producción.

Bajo el cargo de la gestión administrativa velará por la responsabilidad del buen funcionamiento de la panificadora, en cuanto al control de calidad, buen trato al cliente y rentabilidad del negocio.

4.3.3.1. Mano de Obra

Como toda industria siempre requiere de mano de obra, que es un factor importante para la transformación de las materias e insumos, en productos terminados, pudiendo ser éstas directas e indirectas o en general para todo el desarrollo de una empresa.

La Panadería Nuestros Pequeños Hermanos. Dentro de la mano de obra directa, para elaborar 5.000 panes diarios, equivalente al 5.5% de la demanda insatisfecha podría captar el proyecto en Estudio, necesitará: Cinco trabajadores y un instructor con experiencia en esta área.

En el caso del estudio de investigación, la panadería no contará en sus inicios con un supervisor, ni con un bodeguero de planta, para no encarecer los costos de fabricación estimados para el primer año de operación.

La panadería además de integrar el personal deberá proveer dentro de sus necesidades generales la capacitación del personal en base a la higiene y seguridad, proceso de producción, conocimiento para el manejo de la maquinaria y equipo a utilizarse para la elaboración del producto.

TABLA 10. MANO DE OBRA

Planilla Mensual	LPS
Instructor	7000
Horneador	4505
Horneador	4505
Elaboración	4505
Elaboración	4505
Aseadora	4505
Motorista	6500
Administrador	9210
Contador	12000
Total	57235

4.3.3.2. Maquinaria y Equipo**TABLA 11. MAQUINARIA Y EQUIPO**

Maquinaria y Equipo	Características	Cantidad	Precio Unitario LPS	Total LPS
Amasadora	Espiral de 85 Kg Motor de 2.5 velocidad	1		40200.00
Divisora	Cortadora de 20cm	2	17500	35000
Horno Industrial	1000 panes/h panes de 52 gr	1		159275.35
Balanza	Eléctrica multifuncional 42 kg	1		4570.43
Refrigeradora Industrial		2	8573.95	17147.90
TOTAL				256193.68

TABLA 11.1 MOBILIARIO

Mobiliario	Características	Cantidad	Precio Unitario	Total Lps
Mesas	Madera y acero inoxidable 1.65X1.85 m	2	5500	11000
Estantes	De 18 repisos en acero inoxidable 1.8 alturaX1.2m de ancho y 62 de profundidad	4	3343.67	13374.68
Tanques de Gas	16K	3	669.32	2007.96
TOTAL				50757.32

TABLA 11.1.1 MOBILIARIO PARA LA COMERCIALIZACIÓN

Equipos de Venta	Características	Cantidad	Precio Unitario LPS	Total LPS
Vitrina con Refrigeración	3.2mX1.2 Metálica	2	19560.48	39120.96
Caja Registradora	Automática	1		3500
Vitrinas	Para 14 Canastilla	3	2294.80	6884.40
TOTAL				49505.36

TABLA 11.2. MOVILIZACIÓN

Vehículo	Cantidad	Precio Unitario Lps	Total Lps
Toyota Tacoma año 2002	1		158000

TABLA 11.3 EQUIPOS DE OFICINA

Equipo	Cantidad	Precio Unitario (Lps)	Total Lps
Escritorio	1		2234
Muebles de Oficina	1		2500
Computadora Marca Hp Dual Core,2.3ghz/3gb/640	1		8205.85
Impresora Multifuncional con Fax Hp desk 42200	1		2245.65
Sumadora marca Canon	1		450
Línea y Teléfono	1		945
Caja de Seguridad	1		2300
Silla	1		500
TOTAL			19380.50

4.3.4. Aspectos Legales

Los comerciantes individuales son las personas que tienen capacidad legal para ejercer el comercio y hacen de él su ocupación ordinaria. Cualquier persona nacional o extranjera, puede declararse como comerciante individual siendo o no socio de una sociedad mercantil. El trámite para declararse comerciante individual es un proceso más

sencillo y menos costoso que la autorización de una escritura de Constitución de Sociedad Mercantil.

TABLA 12. ASPECTOS LEGALES

Gastos Legales	Costos (LPS)
Permisos de Operación (Alcaldía Municipal)	1500
Registro Tributario Nacional	500
Inscripción en la Cámara de Comercio e Industria de Tegucigalpa	500
Registro Sanitario	750
Contratación de un Abogado y Notario para la escritura de la institución	1500
TOTAL	4750

4.3.5. Factores Sociales

Con la instalación de la panadería Nuestros Pequeños Hermanos se dará empleo a un porcentaje de la comunidad. Ofrecerá al consumidor un producto diferenciado a través de un equipo de trabajo comprometido, siendo en un futuro la preferida.

Mediante la comercialización y elaboración de los productos se dará una merienda escolar y así disminuir los altos grados de desnutrición. También se les brindará capacitaciones a jóvenes para que ellos en un futuro se conviertan en microempresarios.

4.3.6. Factores Ambientales

La Panadería Nuestros Pequeños Hermanos contará con un registro sanitario que avale la higiene y presentación que tendrá el negocio para dar una mejor atención y satisfacción al cliente.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- I. Existe una demanda insatisfecha del 62%, que podría ser cubierta por la panadería del presente estudio, que ha previsto una fabricación de 5.000 panes diarios, de diversos tipos, calidad y precio.
- II. Una de las principales amenazas en la industria del pan es la variabilidad de costos que se viven diariamente para las principales materias primas utilizadas para el proceso de elaboración del producto.
- III. El consumidor actual demanda más productos panificadores que contengan fibras. La importancia de una alimentación rica en este elemento ha incrementado, y esta tendencia se ha reflejado en la fabricación de una mayor cantidad de pan enriquecido con fibras.
- IV. Con la instalación de la Panadería Nuestros Pequeños Hermanos se proporcionará fuentes de empleo directo e indirectamente lo que ayudaría a las comunidades a obtener mejores ingresos.
- V. Dentro de las labores sociales que se generarán; será, brindar capacitaciones a los jóvenes para convertirlos en microempresarios de este rubro. Proporcionar merienda escolar que incluya, además del producto del pan, otros alimentos que contribuyan a disminuir los altos índices de desnutrición infantil.

5.2. RECOMENDACIONES

- ❖ La Empresa debe realizar un plan de comercialización, el mismo que ayudará a incrementar las ventas y posicionarse de manera eficiente dentro del mercado.

- ❖ Aprovechar los recursos que se generan en la institución, para disminuir los costos de la materia prima a utilizarse en el proyecto de la panadería.

- ❖ Proporcionar un plan estratégico que permita a la Panadería Nuestros Pequeños Hermanos, atraer y retener a los clientes dentro del mercado, manteniendo la calidad y costos del producto en relación a la competencia, y expandirse en un futuro a otros sectores.

- ❖ Evaluar financieramente el proyecto para determinar si vale la pena llevar a cabo la inversión.

- ❖ Enviar solicitudes de donaciones a diferentes instituciones con el fin de adquirir insumos que contribuyan a aminorar los egresos de NPH, Asimismo llevar a cabo la elaboración del producto en función.

CAPÍTULO VI. APLICABILIDAD

ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO DE LA CREACIÓN DE UNA PANADERÍA EN NUESTROS PEQUEÑOS HERMANOS

5.1 INTRODUCCIÓN

En este capítulo se analizaron las principales variables que participan en la composición del flujo neto del proyecto. La confiabilidad que otorguen las cifras contenidas en este análisis será determinante para la validez de los resultados, ya que todos los criterios de evaluación se aplican en función de dicho estudio.

La información que se incorpora en el flujo lo suministra cada una de las investigaciones hechas en el proyecto; sin embargo, el estudio financiero deberá proporcionar antecedentes sobre el monto de las utilidades anuales, la carga financiera de los préstamos y la depreciación de los activos, además de la sistematización de toda la información.

Una vez conocido el marco de referencia del proyecto, así como los problemas de mercado, aspectos técnicos, las inversiones y su financiamiento para ejecutar el proyecto así como los problemas de mercado, demanda, tamaño y localización, se deben determinar las distintas fuentes de financiamiento con las que podría desarrollarse el proyecto.

En este Capítulo, se presenta los principales criterios utilizados en la evaluación de proyectos de inversión, frente a las limitaciones de los métodos que no consideran el valor tiempo del dinero, se presentan dos alternativas de evaluación:

El Valor Actual Neto (VAN); y La Tasa Interna de Retorno (TIR).

Es importante manifestar que a partir de este estudio se evaluará si es rentable o no la inversión de este proyecto, o simplemente si es factible la creación de la Panadería Nuestros Pequeños Hermanos.

5.2 COSTOS ESTIMADOS

TABLA 13. COSTOS ESTIMADOS

Detalle Costos Variables	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Producto 1	L. 0.70	0.73682	0.775576732	0.816372068	0.859313239
Producto 2	L. 0.49	0.515774	0.542903712	0.571460448	0.601519267
Producto 3	L. 1.04	1.094704	1.15228543	1.212895644	1.276693955
Producto 4	L. 0.47	0.494722	0.520744377	0.548135531	0.57696746

6.3 INGRESOS PROYECTADOS

TABLA 14. MERCADO – INGRESOS PROYECTADOS

II MERCADO	Mensuales	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Productos 1 (Marquesotes, Pan de Yema	11500	138000	144900	152145	159752.25	167739.8625
Productos 2 (Semitas Y Pan Blanco)	11500	138000	144900	152145	159752.25	167739.8625
Productos 3 (Pan de Mínimo)	9650	115800	121590	127669.5	134052.975	140755.6238
Productos 4 (Otros)	8000	96000	100800	105840	111132	116688.6
Precio de Venta						
Productos 1 (Marquesote, Pan de Yema)		L. 2.00	L. 2.11	L. 2.22	L. 2.33	L. 2.46
Productos 2 (Semitas y Pan Blanco)		L. 2.00	L. 2.11	L. 2.22	L. 2.33	L. 2.46
Producto 3 (Pan de Mínimo)		L. 4.00	L. 4.21	L. 4.43	L. 4.66	L. 4.91
Producto 4 (Otros)		L. 2.00	L. 2.11	L. 2.22	L. 2.33	L. 2.46
Ingresos Proyectados						
Producto 1 (Marquesote, Pan de Yema)		L. 276,000.00	L. 305,043.48	L. 337,143.21	L. 372,620.78	L. 411,831.67
Producto 2 (Semitas y Pan de Yema)		L. 276,000.00	L. 305,043.48	L. 337,143.21	L. 372,620.78	L. 411,831.67
Producto 3 (Pan de Mínimo)		L. 463,200.00	L. 511,942.54	L. 565,814.25	L. 625,354.88	L. 691,160.98
Producto 4 (Otros)		L. 192,000.00	L. 212,204.16	L. 234,534.40	L. 259,214.46	L. 286,491.60
Total Ingresos		L. 1207,200.00	L. 1334,233.66	L. 1474,635.06	L. 1629,810.91	L. 1801,315.91

6.4 ANÁLISIS FINANCIERO

TABLA 15. GASTOS ADMINISTRATIVOS

Gastos Administrativos Mensuales		
Instructor	L.	7,000.00
Horneador	L.	4,505.00
Horneador	L.	4,505.00
Elaboración	L.	4,505.00
Elaboración	L.	4,505.00
Aseadora	L.	4,505.00
Motorista	L.	6,500.00
Administrador	L.	9,210.00
Contador	L.	12,000.00
Alquiler del Local	L.	6,500.00
Total	L.	63,735.00

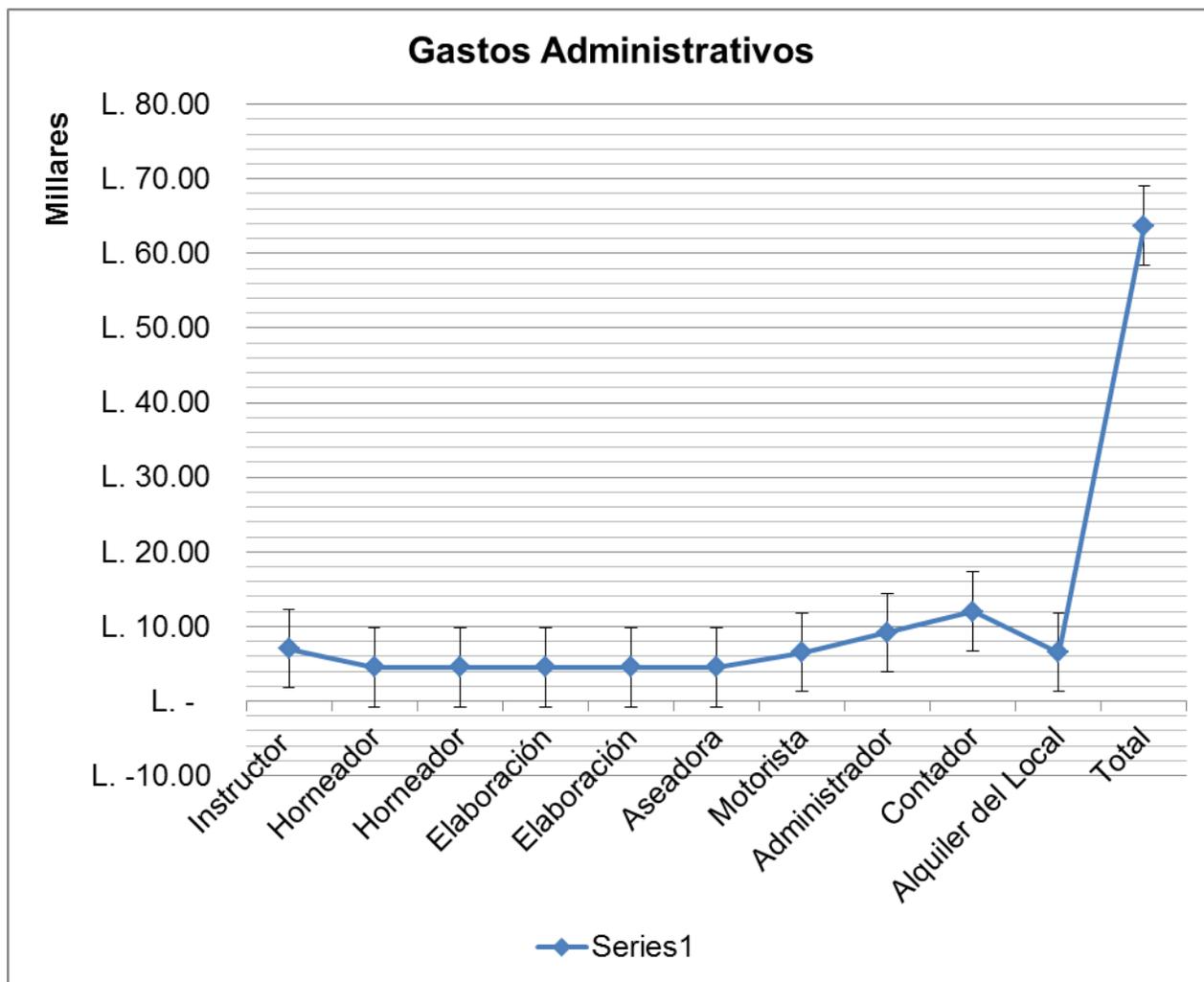


FIGURA 29. GRÁFICO DE GASTOS ADMINISTRATIVOS

TABLA 16. INVERSIONES Y COSTO DE

CAPITAL

III INVERSIONES					
Descripción	Cantidad	Costos	Total	Período en años	Depreciación
Estantes	4	L. 3,343.67	L. 13,374.68	5	L. 2,674.94
Computadora	1	L. 8,205.00	L. 8,205.00	5	L. 1,641.00
Impresora	1	L. 2,245.65	L. 2,245.65	5	L. 449.13
Sumadora	1	L. 450.00	L. 450.00	5	L. 90.00
Vitrinas	3	L. 2,294.80	L. 6,884.40	5	L. 1,376.88
Vehículo	1	L. 158,000.00	L. 158,000.00	5	L. 31,600.00
Amasadora	1	L. 40,200.00	L. 40,200.00	5	L. 8,040.00
Divisora	2	L. 17,500.00	L. 35,000.00	5	L. 7,000.00
Horno Industrial	1	L. 159,275.00	L. 159,275.00	5	L. 31,855.00
Balanza	1	L. 4,570.43	L. 4,570.43	5	L. 914.09
Refrigeradora Industrial	2	L. 8,573.95	L. 17,147.90	5	L. 3,429.58
Tanque de Gas	3	L. 669.32	L. 2,007.96	5	L. 401.59
Mesas	2	L. 5,500.00	L. 11,000.00	5	L. 2,200.00
Cajas Registradoras	1	L. 3,500.00	L. 3,500.00	5	L. 700.00
Escritorio	1	L. 2,234.00	L. 2,234.00	5	L. 446.80
Muebles de Oficina	1	L. 2,500.00	L. 2,500.00	5	L. 500.00
Caja de Seguridad	1	L. 2,300.00	L. 2,300.00	5	L. 460.00
Sillas	4	L. 125.00	L. 500.00	5	L. 100.00
Contratación de un abogado	1	L. 1,500.00	L. 1,500.00	5	L. 300.00
Publicidad	1	L. 2,450.00	L. 2,450.00	5	L. 490.00
Permisos de Operación	1	L. 1,500.00	L. 1,500.00	5	L. 300.00
Registro Tributario Nacional	1	L. 500.00	L. 500.00	5	L. 100.00
Inscripción en la Cámara de Comercio e Industria de Teg	1	L. 750.00	L. 750.00	5	L. 150.00
Arendamiento del Local	1	L. 6,500.00	L. 6,500.00	5	L. 1,300.00
Total de Inversión			L. 482,595.02		L. 96,519.00
Capital de Trabajo					
Materia Prima	1	L. 10,991.00	L. 10,991.00		
Agua	1	L. 10,300.00	L. 10,300.00		
Luz	1	L. 11,200.00	L. 11,200.00		
Teléfono	1	L. 11,000.00	L. 11,000.00		
Mano de Obra	1	L. 57,235.00	L. 57,235.00		
Total de Capital de Trabajo			L. 100,726.00		
Total Inversión Inicial			L. 583,321.02		

TABLA 17. FINANCIAMIENTO BANCARIO

IV. Financiamiento Bancario					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Saldo Inicial de Capital	L. 100,000.00	L. 80,000.00	L. 60,000.00	L. 40,000.00	L. 20,000.00
Cuota de Capital	L. 20,000.00	L. 20,000.00	L. 20,000.00	L. 20,000.00	L. 20,000.00
Pago de Intereses	L. 11,000.00	L. 8,800.00	L. 6,600.00	L. 4,400.00	L. 2,200.00
Saldo Final de Capital	L. 80,000.00	L. 60,000.00	L. 40,000.00	L. 20,000.00	L. -

TABLA 18. ESTADO DE RESULTADOS

V ESTADO DE RESULTADO					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	L. 1207,200.00	L. 1334,233.66	L. 1474,635.06	L. 1629,810.91	L. 1801,315.91
<i>Costos Variables Producto 1</i>	L. 96,600.00	L. 106,765.22	L. 118,000.12	L. 130,417.27	L. 144,141.08
<i>Costos Variables Producto 2</i>	L. 67,620.00	L. 74,735.65	L. 82,600.09	L. 91,292.09	L. 100,898.76
<i>Costos Variables Producto 3</i>	L. 120,432.00	L. 133,105.06	L. 147,111.70	L. 162,592.27	L. 179,701.85
<i>Costos Variables Producto 4</i>	L. 45,120.00	L. 49,867.98	L. 55,115.58	L. 60,915.40	L. 67,325.53
<i>Gastos Administrativos</i>	L. 764,820.00	L. 805,049.53	L. 847,395.14	L. 891,968.12	L. 938,885.64
<i>Gastos por Depreciación</i>	L. 96,519.00				
<i>Gastos por Intereses</i>	L. 11,000.00	L. 8,800.00	L. 6,600.00	L. 4,400.00	L. 2,200.00
Total Gastos	L. 1202,111.00	L. 1274,842.44	L. 1353,341.64	L. 1438,104.16	L. 1529,671.87
Utilidad Antes del ISR	L. 5,089.00	L. 59,391.21	L. 121,293.43	L. 191,706.75	L. 271,644.04
ISR	L. 1,272.25	L. 14,847.80	L. 30,323.36	L. 47,926.69	L. 67,911.01
Utilidad Neta	L. 3,816.75	L. 44,543.41	L. 90,970.07	L. 143,780.06	L. 203,733.03

TABLA 19. FLUJOS NETOS

VI FLUJOS NETOS						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión Inicial	L. -482,595.02					
Capital de Trabajo	L. -100,726.00					
Préstamo Bancario	L. 100,000.00	L. -20,000.00				
Utilidad Neta		L. 3,816.75	L. 44,543.41	L. 90,970.07	L. 143,780.06	L. 203,733.03
Depreciación		L. 96,519.00				
Recuperación del K de Trabajo						L. 100,726.00
Flujos Netos	L. -483,321.02	L. 80,335.75	L. 121,062.41	L. 167,489.07	L. 220,299.07	L. 380,978.04

VII Costo de Capital

Recursos Propios	19%
-------------------------	------------

VIII EVALUACION FINANCIERA

Tasa Interna de Retorno	22%
--------------------------------	------------

Siendo la TIR mayor que el Costo de Capital el proyecto debe de llevarse a cabo

Valor Presente Neto	L.34,939.16
Siendo el VPN Positivo se debe de invertir en el proyecto	

En el presente caso, el VAN es mayor que 0; por lo tanto, la inversión es conveniente realizarla ya que está generando mayores beneficios que los que produciría a la tasa mínima de atracción que se está utilizando para realizar el descuento.

El proyecto de la panadería Nuestros Pequeños Hermanos es rentable, debido a que generaría otros ingresos a la institución y por ende oportunidad de empleos que contribuirían a mejorar el nivel económico de las personas que residen en las zonas aledañas a la institución.

BIBLIOGRAFÍA

1. GSTRIATUM, (2010, 24 de Julio).Extraído el 22 de Agosto de 2010 desde http://www.gstriatum.com/info/index.php?option=com_content&view=article&id=1189:historia-del-pan&catid=67:cocina&Itemid=59.
2. NUESTROS PEQUEÑOS HERMANOS, (2011,22 de Febrero).NPH Historia. Extraído el 18 de Marzo de 2012 desde <http://www.nph-honduras.org/ws/about/history.php?lang=es>.
3. UNIPAN. (2011, 15 de Mayo).UNIPAN, características del pan, El Portal del pan Asociación Gremial de la Unión de Panaderías. Extraído el 18 de marzo de 2012 desde <http://www.unipan.cl/hispan/hispan.html>.
4. NPH, (2012, 18 de Febrero), NPH, Cronología Nuestros Pequeños Hermanos. Extraído el 18 de Marzo de 2012 desde. <http://www.nph-honduras.org/ws/about/history-chronology.php?lang=es>
5. Hernández Sampieri, Fernández Collado, Baptista Lucio, (2008). Metodología de la Investigación, 4ta Edición, México: McGraw – Hill/Interamericana Editores.
6. Sapag Chain Nassin, Sapag Chain Reynaldo, (2009), Preparación y Evaluación de Proyectos, 5ta Edición, México; McGraw-Hill/Interamericana Editores.
7. Biblioteca Jesús Aguilar Paz, CRAI UNITEC.
8. Portafolio personal (2012, 12 de Marzo) Portafolio Persona. Cálculos del Bono del Tesoro de los Estado Unidos. Extraído el 15 de Marzo de 2012 desde https://www.portafoliopersonal.com/Tasa_Interes/hTB_TIR.asp.

ANEXOS

No. 1 ENCUESTA

La información que se le solicita me ilustrará en la presentación de un Proyecto de Graduación a nivel universitario, asimismo con la misión de crear la Panadería “Nuestros Pequeños Hermanos” por lo que le agradezco su valiosa información.

Aspecto Socioeconómico

I. Genero

Masculino

Femenino

II. Edad

Menor de 20

21 – 30

31 – 40

41 – 50

Mayor de 51

III. Ingreso Familiar

Menor a Lps 5000

Lps 5001 – 10000

Lps 10001 – 15000

Mayor a Lps15001

IV. Nivel Académico

Primaria

Ciclo Común

Diversificado / Técnico

Superior

Otros Aspectos

1 ¿Consumes pan en su hogar?

Si

No

2 ¿Qué tipo de pan consume usted?

Marquesote

Semita

Pan de Yema

Pan Blanco

Otros

¿Cuál? _____

3. ¿Dónde compra usted este producto?

Pulpería

Supermercado

Mercado

Cafetería

Otros ¿Dónde? _____

4. ¿Con que frecuencia lo compra?

Diario Semanal Mensual Otros _____

5. ¿Cuántas unidades de pan consume usted al día?

1 a 2 2 a 4 4 a 6 Más de 6

6. ¿Qué precio paga por cada unidad de pan?

Lps 2.00 Lps 3.00 Lps 4.00 Lps 5.00 o más

7. ¿Conoce algún negocio en el sector que se dedique a la venta de pan?

Si ¿Quien? _____ No

8. ¿Le gustaría que se elaborara pan en el Rancho Santa Fe?

Si No

9. ¿Con que objetivo compra pan?

Consumo en el hogar Oficina Reventa Otros _____

10. ¿Qué aspecto toma en cuenta al momento de comprar el producto?

Precio Calidad Higiene Presentación

Otros _____

ANEXO No 2. Permiso de Operación



ALCALDÍA MUNICIPAL DEL DISTRITO CENTRAL SOLICITUD DECLARACIÓN JURADA DEL IMPUESTO SOBRE INDUSTRIA, COMERCIO Y SERVICIOS PARA PERMISO DE OPERACIÓN DE NEGOCIO.
--



1. N° de Decl. Jurada	2. Ventas, ingresos o producción del periodo del:
-----------------------	---

ESTE FORMULARIO LE PERMITE CONTINUAR CON SUS ACTIVIDADES SIEMPRE QUE TENGA FIRMA Y SELLO DE RECEPCIÓN Y NO CONTRAVENGA LA NORMATIVIDAD DE USO Y ZONIFICACIÓN

(Firma y Sello del Empleado Receptor)

I. Identificación del Contribuyente

3. Registro Municipal del Contribuyente	4. Solicitud de Tramite (Marcar con "X" el motivo de la declaración)
	Apertura <input type="checkbox"/> Renovación <input type="checkbox"/> Traspaso <input type="checkbox"/> Cierre <input type="checkbox"/> Reposición <input type="checkbox"/> Otros: _____
5. Apellidos y Nombres/ Razón Social	6. Cedula Identidad/ RTN
7. Teléfono	
8.A - E-Mail:	8.B - Nro. contrato con ENEE:

II. Identificación del Representante Legal

9. Apellidos y Nombres	10. Cedula Identidad/ RTN	11. Teléfono
12. E-Mail:		
13. Dirección Exacta del Contribuyente o Representante Legal		
Calle, Av, Otras Referencias	N° Dpto.	Av./Calle
Colonia/Barrio/Otros		

14. Tipo de Permiso de Negocio Solicitado: (Marcar con "X" el motivo de la declaración)					
Comercial <input type="checkbox"/>	Industrial <input type="checkbox"/>	Servicios <input type="checkbox"/>	Prof. Independiente <input type="checkbox"/>	Educativo <input type="checkbox"/>	Oficina no lucrativa <input type="checkbox"/>
Otros: _____					

III. Identificación de la Empresa o Negocio

15. Nombre Comercial de la Empresa o Negocio.			16. Fecha Inicio Operaciones		
			Día	Mes	Año
17. Dirección exacta de la Empresa o Negocio (Casa, Calle, Av, Otras Referencias)					
Barrio o Colonia					
18. Zona Comercial	19. Centro Comercial	20. Apartado, Postal	21. Ciudad	22. Teléfono	
23. Clave Catastral	24. Fax	25. E-Mail		26. Pasa Tren de Aseo	
				<input type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
27. Actividad(es) Económica(s)					
a.	b.	c.	d.	e.	
28. Exento de Impuestos		29. Motivos:			
<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO					
30. Condición del Local (Marcar con "X" lo que corresponda)					
Propio <input type="checkbox"/>		Arrendado <input type="checkbox"/>		Otros (especificar) _____ Área a ocupar _____ m2	

IV. Base gravable para la determinación del impuesto, tasas por servicios y derechos. Llene este casillero en caso de contar con un (1) solo local, establecimiento u oficina. En caso se cuente con MAS de un local, establecimiento u oficina, únicamente consigne la información referente al local PRINCIPAL.

Monto de Ingreso, Ventas o Producción Oficina Principal (Si tiene mas de una Oficina o Establecimiento detalle en este campo los ingresos de la oficina principal)			
31. Productos no Regulados por el Estado	32. Productos Regulados por el Estado	33. Ingresos Exentos	34. Total de Ingresos

V. Base gravable para la determinación del impuesto, tasas por servicios y derechos. Llene este casillero en caso de contar con MAS de un local comercial, oficina o establecimiento, debiendo consignar el total de ingresos por todos los establecimientos

Monto de Ingreso, Ventas o Producción Oficina Secundaria (Si tiene mas de una Oficina o Establecimiento detalle en este campo los ingresos de las oficinas secundarias). CAMPO SOLO SI TIENE MAS DE UNA OFICINA			
LLENE ESTE			
35. Productos no Regulados por el Estado	36. Productos Regulados por el Estado	37. Ingresos Exentos	38. Total de Ingresos

VI. Bases Especiales para la determinación del impuesto, tasas por servicios y derechos. Llenar de acuerdo a la actividad económica

Bases Especiales (Llenar de acuerdo a la Actividad Económica)						
39. N° de Mesas de	40. N° de Mesas de	41. N° de Maquinas	42. N° de Mesas de	43. N° de Juegos	44. N° de Bingos de	45. N° de Rockolas
Billar	Fulbito	Tragamonedas	Juegos de Azar	Electronicos	mesas de barras	

VII. Derecho y permiso de Instalación de Rótulo en caso de acceder al Proceso de Permiso de Negocio Simplificado.

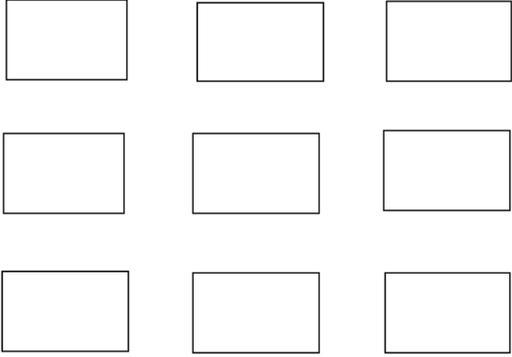
Tipo de Rótulo	Cantidad	Ancho	Altura	Área Total	Liquidación
46. Adosado a la Fachada Adherido Perpendicular					
47. Adosado a la Fachada Adherido Horizontal					
48. Pintado en Pared o Fachada del Establecimiento					

49. Leyenda del Rótulo	50. Colores del Rótulo

VIII. Derecho de Instalación de Rótulos, Carteles, Avisos y Otros

Detalle	Cantidad	Mts2	Detalle	Cantidad	Mts2
51. Pintado en la pared			55. Propaganda en marquesinas y toldos		
52. Colocado sobre la acera			56. Vallas publicitarias en lugares privados		
53. Colocado sobre la calle			57. Diferentes al inmueble		
54. Luminoso ornamental			58. Pantallas electrónicas		

IX. Croquis del Establecimiento Comercial

59. Croquis del Establecimiento Comercial	
Croquis 1 	Croquis 2 

Declaro que la información proporcionada en este formulario es fiel y fidedigna y que cumplo con los requerimientos legales y reglamentarios para el ejercicio de la actividad que realizo, por lo que autorizo a la Alcaldía Municipal de Distrito Central para que a través del personal u oficina que tenga a bien designar, pueda verificar o corroborar los datos aquí proporcionados, autorizando asimismo para que en caso de encontrar indicios de falsedad, fraude o indicios de la comisión de falta o delito alguno, pueda denunciar tal hecho ante las autoridades respectivas del Ministerio Público, sin perjuicio de la aplicación de las sanciones establecidas en la Ordenanza Municipal que regula e institucionaliza el proceso simplificado de obtención del permiso de operación de negocio o demás disposiciones municipales.

Tegucigalpa _____ de _____ del 200 ____

Firma de Titular o Representante Legal

Cedula Identidad: _____

Nombres y apellidos: _____

ANEXO. No 3

GUIA DE INSTRUCCIONES PARA EL CORRECTO LLENADO DEL FORMULARIO DE SOLICITUD DECLARACION JURADA DEL IMPUESTO SOBRE INDUSTRIA, COMERCIO Y SERVICIOS PARA PERMISO DE OPERACIÓN DE NEGOCIO.

Instrucciones Generales.

Este formulario es de distribución gratuita y de libre reproducción. En ese sentido, el formulario puede ser obtenido en los módulos de la Municipalidad, descargado directamente del portal electrónico de la Alcaldía Municipal del Distrito Central o simplemente fotocopiado de cualquier original. En todos los casos, debe tenerse en cuenta que las reproducciones deben mantener las mismas características y dimensiones del original. Este formulario tiene carácter de Declaración Jurada, por lo cual los datos que consignen en él serán considerados como ciertos por la Alcaldía Municipal del Distrito Central para poder entregar los Permisos de Operación de Negocio de manera rápida, aunque posteriormente podrán ser verificados. Los permisos otorgados podrán ser revocados de hallarse algún faltamiento a la verdad.

El formulario debe ser llenado con lápiz tinta y usando letra de imprenta. La información consignada debe ser fácilmente legible.

El trámite debe iniciarse directamente por el solicitante o su apoderado, presentando el Formulario debidamente llenado en el Centro AER.

Al momento de iniciar el trámite en el módulo del Centro AER, se le brindará orientación respecto de las dudas que tenga y para que pueda completar la información solicitada.

Se han eliminado muchos requisitos por lo que ahora la tramitación es muy sencilla y rápida. NO SE REQUIERE DE TRAMITADORES.

Instrucciones Específicas.

- Casilla 1: Número Declaración Jurada. Será asignado por el empleado municipal que tramite la declaración.
Casilla 2: Ventas, ingresos o producción de periodo. Será el año al cual corresponde la declaración de ingresos. Escriba el año del periodo declarado.

Rubro I: Identificación del Contribuyente

- Casilla 3: Colocar el Registro Municipal del Contribuyente (RMC). O consignar el número de la solicitud presentada en caso que no tenga RMC.
Casilla 4: Solicitud de Trámite. Marcar con una "X" el casillero que corresponda al trámite que solicita.
Casillas 5 - 7: Colocar apellidos y nombres o la razón social, el Registro Tributario Nacional o Cédula de Identidad del Contribuyente (Coloque el número de Pasaporte o Carnet de Residencia tratándose de Extranjeros), igualmente coloque el número de teléfono del Contribuyente.
Casilla 8A: Colocar el correo electrónico (E-Mail) del negocio.
Casilla 8B: Colocar el Número de Contrato con la ENEE relativo al negocio.

Rubro II: Identificación del Representante Legal.

- Casillas 9 - 11: Colocar apellidos y nombres, el Registro Tributario Nacional o Cédula de Identidad del Representante Legal (Coloque el número de Pasaporte o Carnet de Residencia tratándose de Extranjeros). Indique el número de teléfono del Representante Legal.
Casilla 12: Colocar el correo electrónico (E-Mail) del Representante Legal.
Casilla 13: Colocar calle, avenida, bulevar, u otras referencias, la Colonia, Barrio u otros, así como el Nro. de inmueble, Nro. de departamento del Contribuyente. De ser el caso, colocar los datos correspondientes al Representante Legal.

Rubro III: Tipo de Permiso Solicitado.

- Casilla 14: Marcar con "X" el tipo de permiso de negocio solicitado: comercial, industrial, servicios, profesional independiente, educativo, oficina no lucrativa, u otros. De marcarse "otros", deberá especificarse el tipo de permiso solicitado en el espacio correspondiente.

Rubro IV: Identificación de la Empresa o Negocio.

- Casilla 15: Colocar nombre comercial de la empresa o negocio.
Casilla 16: Colocar fecha de apertura, o de ser el caso colocar la fecha del Traspaso, del Cierre, o del trámite que se solicita en la casilla 4 de éste formulario. Consignar la fecha indicando día, mes y año
Casilla 17: Colocar la dirección exacta de la empresa o negocio definiendo casa, calle, avenida, bulevar u otras referencias que permitan identificar su ubicación geográfica.
Casilla 18: Indicar el barrio, colonia u otros en la casilla correspondiente.
Casilla 19: Colocar zona comercial.
Casilla 20: Colocar el nombre del centro comercial, en caso el negocio se encuentre dentro del mismo.
Casilla 21: Colocar el apartado postal de la empresa o negocio.
Casilla 22: Colocar ciudad.
Casilla 23: Escribir el número de teléfono de la empresa o negocio.
Casilla 24: Colocar la clave catastral del inmueble, ya sea éste propio o arrendado.
Casilla 25: Escribir el número de fax de la empresa o negocio. .
Casilla 26: Escribir la dirección de correo electrónico (E-Mail)
Casilla 27: Marcar con "X", indicando si pasa o no pasa el tren de aseo.
Casilla 28: Colocar el código o códigos de la actividad o actividades comerciales realizadas, en las casillas que contienen letras.
Casilla 29: Marcar con "X", indicando si se encuentra exento o no del pago de impuestos.
Casilla 30: Si indicó que está exento del pago de impuestos, deberá exponer el motivo que generó tal exoneración. En caso contrario dejar en blanco esta casilla.
Casilla 31: Marcar con "X" la condición en que el contribuyente ejerce la posesión del establecimiento y el área a ocupar. En caso de marcarse "otro", deberá detallarse la condición.

Rubro V: Base Gravable para determinación del Impuesto, Tasas por Servicios y Derechos.

- Casillas 32 – 36. Base Gravable para la Determinación del Impuesto, Tasas por Servicio y Derechos.
Si el contribuyente cuenta con una (1) sola oficina, establecimiento o local comercial deberá llenar únicamente este rubro.
Si el contribuyente cuenta con MAS de una oficina, establecimiento o local comercial deberá consignar en este casillero los ingresos referentes únicamente al Local PRINCIPAL, requiriéndose la información detallada a continuación:

- **Casilla 32:** Productos NO regulados. Incluir los ingresos que provengan de la producción y venta de productos NO regulados por el Estado. En caso de tener ingresos por actividades de Bar, Cantina o Expendio llenar por separado los ingresos provenientes de dichas actividades en la casilla 34.
- **Casilla 33:** Productos regulados. Incluir los ingresos por la producción y venta de productos regulados por el Estado.
- **Casilla 34:** Ingresos por actividades de Bar, Cantina o Expendio. En caso de desarrollar actividades de Bar, Cantina o Expendio, incluir en esta casilla los ingresos provenientes de dichas actividades.
- **Casilla 35:** Ingresos Exentos del Impuesto ICS. Indicar el total de los ingresos exentos del impuesto.
- **Casilla 36:** Finalmente deberá consignar el total de ingresos que deviene de: el monto de ingresos de productos no regulados por el Estado, MAS el monto de ingresos de productos regulados por el Estado, MAS el monto de ingresos por Actividades de Bar, Cantina o Expendio, MAS el monto de ingresos exentos de impuestos.

Rubro VI: Base Gravable para determinación del Impuesto, Tasas por Servicios y Derechos.

Casillas 37 – 41.

Base Gravable para la Determinación del Impuesto, Tasas por Servicio y Derechos. Llenar este casillero ÚNICAMENTE EN EL CASO QUE EL CIUDADANO CUENTE CON MAS DE UNA OFICINA, ESTABLECIMIENTO O LOCAL COMERCIAL, debiendo consignar la información referente al total de ingresos de todos los establecimientos INCLUYENDO EL LOCAL PRINCIPAL, requiriéndose la información detallada a continuación:

- **Casilla 37:** Productos NO regulados. Incluir los ingresos que provengan de la producción y venta de productos NO regulados por el Estado. En caso de tener ingresos por actividades de Bar, Cantina o Expendio llenar por separado los ingresos provenientes de dichas actividades en la casilla 34.
- **Casilla 38:** Productos regulados. Incluir los ingresos por la producción y venta de productos regulados por el Estado.
- **Casilla 39:** Ingresos por actividades de Bar, Cantina o Expendio. En caso de desarrollar actividades de Bar, Cantina o Expendio, incluir en esta casilla los ingresos provenientes de dichas actividades.
- **Casilla 40:** Ingresos Exentos del Impuesto ICS. Indicar el total de los ingresos exentos del impuesto.
- **Casilla 41:** Finalmente deberá consignar el total de ingresos que deviene de: el monto de ingresos de productos no regulados por el Estado, MAS el monto de ingresos de productos regulados por el Estado, MAS el monto de ingresos por Actividades de Bar, Cantina o Expendio, MAS el monto de ingresos exentos de impuestos.

Rubro VII: Bases Especiales para la determinación del Impuesto, Tasas por Servicios y Derechos.

Casillas 42 – 49.

Deberá consignarse la información de acuerdo a la actividad económica desarrollada, indicando la cantidad de unidades especiales para la determinación del impuesto. Por ejemplo: En el caso de billares indicar en la **casilla 42** el número de mesas; en los casos de casino indicar en la **casilla 44** el número de máquinas tragamonedas; en los casos de empresas de Cable indicar en las **casillas 48 y 49** el número de postes y los metros lineales de cable, etc.

Si el contribuyente cuenta con MAS de un (1) local, oficina o establecimiento, llenar únicamente los datos correspondientes al Local Principal (debiendo consignar la información de los otros locales, oficinas o establecimientos en la Declaración Anexa al Formulario Único de Declaración Jurada correspondiente)

Rubro VIII: Derecho y Permiso de Instalación de Rótulos contemplados en el Reglamento Municipal que Regula el Proceso Simplificado de Obtención del Permiso de Operación de Negocio.

Casillas 50 – 52.

Llenar estas casillas en caso de solicitar permiso de instalación de rótulos comprendidos en el Reglamento Municipal que Regula el Proceso Simplificado de Obtención del Permiso de Operación de Negocio:

- **Casilla 50.A:** Si se cuenta con un (1) único local, establecimiento u oficina, detalle los datos de los rótulos adheridos a la fachada de ese único local, establecimiento u oficina. Si se cuenta con MAS de un local, establecimiento u oficina, detalle SOLAMENTE los datos de los rótulos adheridos a la fachada del Local PRINCIPAL.
- **Casilla 50.B:** Llenar esta Casilla únicamente en caso se cuente con MAS de un local, establecimiento u oficina. Detalle en esta casilla los datos de los rótulos adheridos a las fachadas de todos los demás locales, oficinas o establecimientos distintos al Local Principal.
- **Casilla 50.C:** Consigne en esta Casilla la sumatoria de los datos incluidos en las Casillas 46.A y 46.B.
- **Casillas 51 y 52:** Detalle las Leyendas y Colores principales de los rótulos adheridos a la fachada. Si se cuenta con un (1) único local, establecimiento u oficina, detalle los datos de los rótulos adheridos a la fachada de ese único local, establecimiento u oficina. Si se cuenta con MAS de un local, establecimiento u oficina, detalle SOLAMENTE los datos de los rótulos adheridos a la fachada del local PRINCIPAL (las características de los rótulos ubicados en los otros locales, oficinas o establecimientos se deberán detallar en la Declaración Anexa al formulario único de Declaración Jurada correspondiente)

Rubro IX: Derecho de Instalación de otros Rótulos, Carteles, Avisos y Otros

Casillas 53 – 59.

Liquidación de Derecho de Instalación de otros Rótulos, Carteles, Avisos, Vallas y Otros NO comprendidos en el Reglamento Municipal que regula el Proceso Simplificado de Emisión del Permiso de Operación de Negocio. Consignar en estas casillas los tipos de rótulo así como medidas de los mismos.

Nota - El pago no implica la obtención del Permiso de Instalación, debiendo realizarse el trámite de solicitud correspondiente ante la oficina municipal correspondiente.

Rubro X: Croquis del Establecimiento

Casilla 60:

Dibujar un croquis de la dirección del local, oficina o establecimiento.

Use el espacio para dibujar de manera referencial la ubicación geográfica del local oficina o establecimiento, consignando calles, vías, bulevares, avenidas u otros, así como las referencias a locales vecinos, rótulos o cualquier señal o referencia que ayude a su localización. Importante: Dibuje su croquis orientado hacia el Norte usando la figura de la brújula como referencia.

Finalmente, el contribuyente deberá consignar la fecha en que se presenta la Solicitud Declaración Jurada del Impuesto Sobre Industria, Comercio y Servicios para Permiso de Operación de Negocio, firmar, colocar su nombre o el del representante legal y el número de Cédula de Identidad correspondiente.

ANEXO 4. Licencia de Apertura de Negocio



República de Honduras
Secretaría de Industria y Comercio

SE SOLICITA LICENCIA DE _____

SE ACOMPAÑAN DOCUMENTOS.-PODER
Señor Secretario de Estado en los Despachos de Industria y Comercio.

Yo, _____
Nombre, Generales de Ley y Dirección de Oficina

Apoderado Legal de la Concesionaria _____

Comparezco ante Usted: solicitando Licencia de _____ : en

forma _____ ; con jurisdicción en _____

_____ de la empresa concedente; _____

_____ de nacionalidad _____

Por tiempo _____

Para _____ los productos siguientes _____

Fundo la presente solicitud en los Artículos 60 literal b) 1,2,4 de la Ley de Representantes, Distribuidores y Agentes de Empresas Nacionales y Extranjeras; 2, 3 de su Reglamento.

DOCUMENTOS: Acompaño los siguientes: _____

Petición: Al Señor Secretario de Estado pido: Admitir la presente solicitud, darle el trámite de Ley y en definitiva resolver de conformidad.

Tegucigalpa, M.D.C., _____ de _____ de 2010

Firma

ANEXO 5. Recetario De La Panadería Nuestros Pequeños Hermanos

MARQUESOTE

Ingredientes:

- 9 huevos
- 1 ½ tazas de azúcar
- 2 ½ tazas de harina semi-fuerte
- 2 cucharaditas de polvo de hornear
- 1 cucharadita de vainilla
- ½ cucharadita de sal
- 1 ½ barra de margarina
- 1 cucharadita de ralladura de limón verde y fresco

Preparación:

Batir los huevos a máxima velocidad hasta que esté bien subidos, añada sal y vainilla, luego agregue el azúcar poco a poco, baje la velocidad de la batidora al mínimo e incorpore el harina cernida junto con los polvos de hornear.

Incorpore la margarina derretida hirviendo rápidamente y mezcle.

Coloque la mezcla en moldes engrasados y enharinados, hornee a 350°F por 35 minutos aproximadamente.

Se engrasan los moldes donde se va a hornear y prepare el horno a temperatura de 300 grados a 350 grados.

Cuando ya está el horno bien caliente mezcle la harina y bátase bien.

Cuando ya está mezclado y bien batido échelo en una cazuela especial de marquesote y métalo al horno pero inmediatamente



PAN DE YEMA

Ingredientes:

- 8 tazas de harina
- 3 tazas de leche
- 4 cucharadas de levadura
- 5 cucharadas de mantequilla o margarina
- 6 cucharadas de azúcar
- 1 ½ cucharada de sal
- 8 yemas
- 2 huevos enteros para barnizar

Preparación:

Disolver la levadura en ¼ de taza de agua tibia con 1 cucharadita de azúcar.

Mover con cuchara y dejar reposar por 10 a 15 minutos.

Entibiar la leche y agregar el azúcar y sal. Mover hasta que se disuelvan. Colocar la mitad de la harina en un tazón. Vaciar encima la preparación de la levadura y mezclar. Agregar la mantequilla, la mezcla de la leche con el azúcar, el resto de la harina y mezclar bien.

Agregar gradualmente las yemas y seguir batiendo con la cuchara hasta mezclar.

Voltear la preparación a la mesa y amasar con la palma de las manos, por 10 ó 15 minutos. Tapar con un secador o servilleta y dejar reposar por 2 horas hasta que doble su volumen.

Volver a amasar para quitar todo el aire después de las 2 horas, agregándole más harina hasta que la masa no se pegue y se desprenda de las manos. Debe quedar una masa suave.

Hacer los panes de la forma deseada y colocar en una lata de horno engrasada. Barnizar con los huevos batidos con un poco de leche.

Dejar reposar hasta que doblen el volumen. Llevar al horno fuerte de 400°F (230°C) por 15 minutos o hasta que se doren.



RECETA DE SEMITAS CASERAS

Ingredientes

1.1/2 lb harina fuerte (panadero o la rosa)

6 oz de azúcar

3 oz. de manteca

1.1/2 cda de levadura

8 huevos

1/4 a 1/2 taza agua

1 cdita vainilla

1/2 cda de sal

PROCEDIMIENTO TOTAL PARA HACER SEMITAS.

con la pasta de la cubierta hacer dos tortillitas, en una de las tortillitas poner un poco de masa de la semita, levantarla de la mesa y cubrir con la otra tortillita, hacer el ruedo,

pasar por azúcar y poner en la lata en que se hornearan. Verán que la masa de la semita al subir va a reventar la masa de la cubierta.

Hornear a 350°



PAN BLANCO

Ingredientes:

2 Tazas de harina.

1 cuchara de levadura granulada.

½ cucharada de sal.

2 cucharadas de azúcar.

1 cucharada de manteca derretida o aceite de maíz.

3/4 tazas de agua tibia, cuida que no esté caliente.

Preparación: ponga en un bol la harina, haga un huequito y allí eche la levadura granulada, el azúcar y un poquito de agua, espere unos tres minutos para que la

levadura se abra un poquito con el agua, esto si tiene tiempo, si no lo tiene, entonces no importa igual le sale el pan.

Incorpore el resto del agua y va raspando las paredes del bol pues la harina se va pegando con el agua y hay que rasparlo con una cuchara, una todo con la cuchara ya que esto sea una masa pegajosa, haga una bola y la tapa en un lugar que no le dé aire, o con un plato, déjela crecer más o menos una hora u hora y media.

Enharine una tabla o donde usted quiera estirla eche esta masa sobre la tabla y le pone un poco de harina para que no se le pegue de las manos, extiéndala más o menos como dos centímetros de grosor, saque los medallones y póngalos en un molde aceitado, deje reposar hasta que levanten puede ser 1 hora también o cuando usted vea que levantaron bien y métalos en un horno ya precalentado a 350 grados / 180 grados.



PAN DE BANANO HONDUREÑO



Ingredientes:

- 5 bananos
- $\frac{3}{4}$ de taza de azúcar

- 2 tazas de harina
- $\frac{3}{4}$ de taza de mantequilla
- 2 huevos
- 1 cucharadita de polvo de hornear
- 2 cucharaditas de esencia de vainilla

Procedimiento

1. Machacar los bananos hasta lograr un puré
2. Colocar este puré en un bol grande donde se realizará la preparación
3. Añadir el azúcar y mezclar la preparación
4. Incorporar el harina y mezclar hasta lograr una masa homogénea
5. Incorporar los huevos, seguir moviendo
6. Añadir el polvo de hornear y la esencia de vainilla, remover nuevamente la preparación
7. Engrasar un molde rectangular con la mantequilla, luego espolvorear un poco de harina y sacar el excedente
8. Verter en el molde la preparación y darle un golpe sobre la mesa para evitar grumos
9. Introducir a un horno precalentado durante 60 minutos a 180 grados

En prepararlo se tarda uno como 20 min, después su tiempo de cocción es aproximadamente de 60min.

También puede ponerle:

- A esta receta se le pueden incorporar almendras, nueces”
- Existe la variación que incorpora chocolate a la receta y se le puede añadir pasas.