

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE HONDURAS  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES  
POSTGRADO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
DIRECCIÓN DE SISTEMA DE ESTUDIOS DE POSTGRADO  
MAESTRÍA EN FORMULACIÓN, GESTIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS



TESIS

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE  
ASESORIA SOBRE LA CONTRATACIÓN DE PERSONAS CON  
DISCAPACIDAD FÍSICA APOYADO BAJO EL CONCEPTO DE MARKETING  
SOCIAL EN LA CIUDAD DE TEGUCIGALPA, F.M.”**

SUSTENTADA POR

EVELYN SARAHY MEJIA ZELAYA

PREVIO A OBTENER EL TÍTULO DE

**MÁSTER EN FORMULACIÓN, GESTIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS  
PROMOCIÓN XX**

**TEGUCIGALPA, FRANCISCO MORAZAN HONDURAS 2023**

## **AUTORIDADES UNIVERSITARIAS**

**DR. FRANCISCO JOSE HERRERA ALVARADO**

RECTOR

**MÁSTER BELINDA FLORES DE MENDOZA**

VICERRECTORA ACADÉMICA

**ABG. EMMA VIRGINIA RIVERA MEJÍA**

SECRETARIA GENERAL

**DR. RAÚL ARMANDO EUCEDA**

DIRECTOR DE POSGRADOS

**MÁSTER OSCAR ARQUÍMEDES ZELAYA**

DECANO DE LA FACULTAD

DE CIENCIAS ECONÓMICAS

**DR. JOSÉ FRANCISCO MARTÍNEZ**

COORDINADOR GENERAL DEL POSGRADO DE LA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

(POSFACE)

## DEDICATORIA

En primer lugar, dedico este trabajo a Dios, que sin su ayuda no hubiera sido posible finalizarlo.

A mi familia, a mis padres Tomas, Juana y Lilian, a mi hermana Ruth, a mí inteligente y hermosa sobrina Joanne y a mi amado compañero de vida por elección Joel, por soportar estar abandonados por horas, días y meses, al estar dedicada a culminar este sueño; sin su apoyo no lo hubiera logrado.

A todas mis amistades, que de una u otra forma me apoyaron dándome palabras de aliento cuando lo necesitaba y respondiendo a cada consulta o idea que se me ocurría.

A mis compañeros de promoción, ese grupo de personas que más que compañeros de equipo se convirtieron en familia, por estar siempre juntos sobrellevando los problemas y dificultades encontrados en este largo recorrido y compartir las alegrías de hacer las cosas bien.

## AGRADECIMIENTOS

Agradezco, en primer lugar, a Dios Todopoderoso, que me ha dado la fuerza y la voluntad para culminar este reto tan importante en mi vida.

A mi familia, por su comprensión en los momentos que tuve que sacrificar tiempo de calidad para dedicarlo a mi formación profesional.

A mi asesor Máster Fausto Benítez por ayudarme y dirigirme en este trabajo y a la Dra. Dania Maradiaga que siempre que la buscaba allí estaba para ayudarme y orientarme.

A la Universidad Nacional Autónoma de Honduras (UNAH) por ser la plataforma que me ha permitido adquirir mi formación académica.

## RESUMEN

El presente proyecto tiene como objetivo la creación de una empresa dedicada a brindar asesoría al sector privado empresarial para la contratación de personas con Discapacidad Física, aplicando conceptos como el marketing social que puede ser utilizado como una herramienta de sensibilización, para que tanto los sectores empresariales como el general de la sociedad, conozca sobre temas como discapacidad, sus derechos y los beneficios que se pueden obtener al darle una oportunidad laboral a una persona con discapacidad física, permitiéndoles ser parte del desarrollo económico del país. El estudio presentó una población que estuvo conformada por personas con discapacidad física y personal del área de RRHH de 4 empresas privadas de la ciudad de Tegucigalpa. Se les aplicó dos instrumentos: la primera fue una encuesta formada por 11 preguntas, utilizando la escala de Likert, con alternativas de respuesta múltiple, la cual fue aplicada directamente a personas con discapacidad física. La segunda fue una entrevista, la cual constó de 15 preguntas aplicadas a personal del área de RRHH de empresas privadas. Finalmente, se pudo determinar que la creación de la empresa de asesoría para la contratación de personas con discapacidad física en Tegucigalpa es factible.

**Palabras Claves: Asesorías, Discapacidad Física, Inclusión, Sensibilización, Contratación.**

## **ABSTRACT**

This thesis project aims to show how social marketing can be used as an awareness tool so that both business sectors and society, learn about issues such as disability, their rights and the benefits that can be obtained by giving it a job opportunity for a person with physical disabilities allowing them to be part of the country economic development. Regarding the methodological aspects of the work: The type of research was WHAT - which and the level was descriptive. The study presented a population that was made up of people with physical disabilities and personnel from the HR area of the private company. Two instruments were applied to them; the first was a survey that consisted of 11 questions, using the Likert scale with multiple response alternatives, which was applied directly to people with physical disabilities. The second was an interview which consisted of 15 questions that were applied to HR personnel from private companies. Finally, it was possible to determine that the use of social marketing tools "yes" affect the awareness of the hiring of people with physical disabilities.

**Keywords: Consultancies, Physical Disability, Inclusion, Awareness, Hiring.**

## ÍNDICE

|       |                                      |    |
|-------|--------------------------------------|----|
| 1     | PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....      | 19 |
| 1.1   | Antecedentes .....                   | 19 |
| 1.2   | Situación Problemática.....          | 24 |
| 1.3   | Objetivo .....                       | 25 |
| 1.3.1 | Objetivo General .....               | 25 |
| 1.3.2 | Objetivos Específicos .....          | 25 |
| 1.4   | Preguntas de Investigación .....     | 26 |
| 1.5   | Justificación.....                   | 27 |
| 1.6   | Delimitación.....                    | 27 |
| 1.6.1 | Delimitación Espacial .....          | 27 |
| 1.6.2 | Delimitación Temporal.....           | 28 |
| 1.6.3 | Delimitación del Universo .....      | 28 |
| 1.6.4 | Delimitación del Contenido.....      | 28 |
| 1.7   | Viabilidad de la Investigación ..... | 28 |
| 2     | MARCO REFERENCIAL .....              | 29 |
| 2.1   | Etimología de la Ciencia.....        | 29 |
| 2.1.1 | Marketing Social.....                | 29 |
| 2.1.2 | Concepto discapacidad física.....    | 32 |
| 2.2   | Orígenes y Evolución .....           | 37 |
| 2.2.1 | Marketing .....                      | 37 |
| 2.2.2 | Discapacidad Física .....            | 41 |
| 2.3   | Teorías .....                        | 44 |
| 2.3.1 | Marketing Social.....                | 44 |
| 2.3.2 | Discapacidad Física .....            | 53 |
| 3     | EL PROYECTO .....                    | 63 |

|       |                                                                      |    |
|-------|----------------------------------------------------------------------|----|
| 3.1   | Descripción del Proyecto.....                                        | 63 |
| 3.2   | Objetivos Del Proyecto.....                                          | 64 |
| 3.2.1 | Objetivo General .....                                               | 64 |
| 3.2.2 | Objetivos Específicos .....                                          | 64 |
| 3.3   | Introducción Del Proyecto .....                                      | 65 |
| 3.4   | Propuesta de Empresas para Alianzas .....                            | 65 |
| 4     | ESTUDIO DE MERCADO.....                                              | 66 |
| 4.1   | Introducción.....                                                    | 66 |
| 4.2   | Objetivos .....                                                      | 66 |
| 4.2.1 | Objetivo General .....                                               | 66 |
| 4.2.2 | Objetivos Específicos .....                                          | 66 |
| 4.3   | Investigación de Campo.....                                          | 67 |
| 4.3.1 | Definición del Problema .....                                        | 67 |
| 4.3.2 | Hipótesis .....                                                      | 68 |
| 4.4   | Diseño .....                                                         | 70 |
| 4.5   | Población y Muestra.....                                             | 73 |
| 4.5.1 | Población .....                                                      | 73 |
| 4.5.2 | Cálculo de la Muestra.....                                           | 73 |
| 4.6   | Análisis de los Resultados .....                                     | 75 |
| 4.6.1 | Análisis Estadístico Demográfico vs. Variables de Investigación .... | 75 |
| 4.7   | Participación del Proyecto en el Mercado .....                       | 85 |
| 4.8   | Competencia Existente en el Mercado.....                             | 85 |
| 4.9   | Promoción y Publicidad .....                                         | 86 |
|       | Paso 1 Brief de campaña.....                                         | 87 |
|       | Paso 2: Propuesta de campaña publicitaria.....                       | 90 |

|                                                                                       |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Paso 3: Storyboard para televisión .....                                              | 90  |
| Paso 4: Guion para radio .....                                                        | 92  |
| Paso 5: Arte gráfico.....                                                             | 93  |
| 4.10 Canales de Distribución y/o Comercialización .....                               | 94  |
| 4.11 Cuadro de Cálculo de Precios .....                                               | 94  |
| 5 ESTUDIO DE ASPECTOS TÉCNICOS E INGENIERÍA DEL PROYECTO ..                           | 94  |
| 5.1 Introducción.....                                                                 | 94  |
| 5.2 Identificar la ubicación más ideal: la macro y micro localización .....           | 95  |
| 5.2.1 Macro Localización.....                                                         | 95  |
| 5.2.2 Micro Localización.....                                                         | 96  |
| 5.3 Identificar las características más importantes por su selección o ubicación      | 97  |
| 5.3.1 Macro Localización.....                                                         | 97  |
| 5.3.2 Micro Localización.....                                                         | 97  |
| 5.4 Analizar los factores internos y externos de la localización.....                 | 98  |
| 5.4.1 Factores Internos .....                                                         | 98  |
| 5.4.2 Factores Externos .....                                                         | 100 |
| 5.5 Analizar la ubicación de su competencia .....                                     | 101 |
| 5.6 Definir y explicar el método elegido para la selección de la mejor ubicación      | 101 |
| 5.7 Estructurando la ingeniería de la planta .....                                    | 102 |
| 5.7.1 Elaborar los flujos del proceso de producción .....                             | 102 |
| 5.7.2 Sobre el tema de planta y equipo.....                                           | 103 |
| 5.7.3 Mano de obra (De la planta Planta). Especializada o no especializada,           |     |
| analizar la mano de obra de su competencia, los beneficios, la forma de contratación. |     |

|       |                                                                                                            |     |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 5.7.4 | Proyectar los salarios de esta mano de obra para un periodo de 5 años incluyendo todos sus beneficios..... | 110 |
| 5.8   | Sobre las Materias Primas .....                                                                            | 111 |
| 5.8.1 | Identificar los procesos de Selección, su accesibilidad, su calidad                                        | 111 |
| 5.8.2 | Ubicación .....                                                                                            | 111 |
| 5.8.3 | Hacer un análisis de los proveedores principales (Ventajas y desventajas)                                  | 111 |
| 5.8.4 | Desarrollar una Estrategia de almacenamiento de materias primas                                            | 111 |
| 5.9   | Elaborar un plano global de las instalaciones y luego un plano exclusivo de planta.                        | 112 |
| 6     | ORGANIZACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ASPECTOS LEGALES .....                                                      | 112 |
| 6.1   | Introducción.....                                                                                          | 112 |
| 6.2   | Misión.....                                                                                                | 113 |
| 6.3   | Visión .....                                                                                               | 113 |
| 6.4   | Valores .....                                                                                              | 113 |
| 6.5   | Objetivo Empresarial .....                                                                                 | 114 |
| 6.6   | Estructura Organizativa.....                                                                               | 114 |
| 6.7   | Perfil de Puestos más Relevantes.....                                                                      | 115 |
| 6.8   | Políticas de Reclutamiento, Selección y Contratación de Personal .....                                     | 115 |
| 6.9   | Políticas de Incremento Salarial e Incentivos de Personal.....                                             | 133 |
| 6.10  | Políticas de Capacitación.....                                                                             | 137 |
| 6.11  | Programación de Capacitación a 3 años .....                                                                | 139 |
| 6.12  | Proceso Administrativo De La Empresa.....                                                                  | 140 |
| 6.13  | Aspectos legales .....                                                                                     | 142 |

|        |                                                                               |     |
|--------|-------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 6.13.1 | Constitución de empresa: Definir el Rubro, el tipo de empresa que creara      | 142 |
| 6.13.2 | Hacer un resumen de los pasos que se deben seguir para crear su empresa       | 142 |
| 7      | ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO .....                                          | 142 |
| 7.1    | Introducción.....                                                             | 142 |
| 7.2    | Objetivos .....                                                               | 143 |
| 7.2.1  | Objetivo General .....                                                        | 143 |
| 7.2.2  | Objetivos Específicos: .....                                                  | 143 |
| 7.3    | Plan de Inversión y Fuentes de Financiamiento.....                            | 143 |
| 7.3.1  | Inversión en activos fijos .....                                              | 143 |
| 7.3.2  | Inversión en Activos Intangibles.....                                         | 144 |
| 7.3.3  | Inversión Pre Operativa.....                                                  | 145 |
| 7.3.4  | Inversión en Capital de Trabajo.....                                          | 145 |
| 7.4    | Cálculo de Costo de Capital o Tasa Mínima de Aceptación de Rendimiento (TMAR) | 146 |
| 7.5    | Determinación de los ingresos .....                                           | 148 |
| 7.6    | Determinación de los Costos.....                                              | 148 |
| 7.6.1  | Costos de Prestación de Servicio.....                                         | 148 |
| 7.6.2  | Costos de Administración.....                                                 | 149 |
| 7.6.3  | Costos de Venta.....                                                          | 150 |
| 7.6.4  | Costos Financieros.....                                                       | 150 |
| 7.6.5  | Depreciaciones y Amortizaciones .....                                         | 150 |
| 7.6.6  | Financiamiento y Tabla de Amortización de la Deuda .....                      | 151 |
| 7.7    | Proyección de los Estados Financieros.....                                    | 152 |
| 7.7.1  | Estado de Resultados .....                                                    | 152 |

|       |                                                                |     |
|-------|----------------------------------------------------------------|-----|
| 7.7.2 | Flujos de Efectivo .....                                       | 153 |
| 7.7.3 | Balance General.....                                           | 154 |
| 7.7.4 | Indicadores Financieros .....                                  | 156 |
| 7.7.5 | Punto de Equilibrio .....                                      | 157 |
| 7.8   | Cálculo de Técnicas de Evaluación Económica y Financiera ..... | 157 |
| 7.9   | Análisis de Sensibilidad.....                                  | 158 |
| 7.10  | Análisis de impacto de los indicadores financieros .....       | 160 |
| 7.11  | Riesgo Financiero de la Inversión .....                        | 160 |
| 8     | ESTUDIO DE IMPACTO SOCIAL.....                                 | 161 |
| 8.1   | Introducción.....                                              | 161 |
| 8.2   | Beneficio del Proyecto a la Sociedad .....                     | 161 |
| 8.3   | Generación de Empleo Directo .....                             | 162 |
| 8.4   | Responsabilidad social.....                                    | 162 |
| 9     | CONCLUSIONES .....                                             | 163 |
|       | BIBLIOGRAFÍA.....                                              | 165 |
|       | ANEXOS.....                                                    | 174 |
|       | Cuestionarios .....                                            | 174 |
|       | Instrumento 1 .....                                            | 174 |
|       | Instrumento 2 .....                                            | 176 |
|       | Resultados de la investigación.....                            | 178 |
|       | Análisis Estadístico Demográfico .....                         | 178 |
|       | Cotizaciones.....                                              | 187 |
|       | Cuadros Financieros .....                                      | 196 |
|       | Pasos para la constitución de una empresa en Honduras .....    | 200 |
|       | Leyes .....                                                    | 201 |
|       | Glosario.....                                                  | 203 |

## Índice de Tablas

|                                                                                                                                                                                                         |            |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <i>Tabla 1: Pregunta 1 ¿Considera que existen plataformas adecuadas para que la educación de personas con discapacidad física sea efectiva? .....</i>                                                   | <i>75</i>  |
| <i>Tabla 2: Pregunta 2 ¿Conoce la Ley de Equidad y Desarrollo Integral para las Personas con Discapacidad Decreto no. 160-2005? .....</i>                                                               | <i>76</i>  |
| <i>Tabla 3: Pregunta 3 ¿Considera que se está cumpliendo lo establecido en la Ley de Equidad y Desarrollo Integral para las Personas con Discapacidad Decreto no 160-2005 en temas laborales? .....</i> | <i>77</i>  |
| <i>Tabla 4: Pregunta 4 ¿Considera que dicha ley es socializada lo necesario para que todas las personas con discapacidad tengan acceso a la información? .....</i>                                      | <i>78</i>  |
| <i>Tabla 5: Pregunta 5 ¿Ha visto alguna publicidad que trate de inclusión laboral para personas con discapacidad física? .....</i>                                                                      | <i>78</i>  |
| <i>Tabla 6: Pregunta 6 ¿Posee carné que lo identifique como persona con discapacidad? .....</i>                                                                                                         | <i>79</i>  |
| <i>Tabla 7: Pregunta 7 ¿Las empresas públicas cumplen con las expectativas laborales de las personas con discapacidad física?.....</i>                                                                  | <i>80</i>  |
| <i>Tabla 8: Pregunta 8 ¿Las empresas privadas cumplen con las expectativas laborales de las personas con discapacidad física?.....</i>                                                                  | <i>81</i>  |
| <i>Tabla 9: Pregunta 9 ¿Las empresas practican políticas reales de inclusión laboral para personas con discapacidad física? .....</i>                                                                   | <i>81</i>  |
| <i>Tabla 10: Pregunta 10 ¿Considera que ha recibido aceptación por parte de las empresas, en su experiencia personal al momento de la búsqueda de trabajo? .....</i>                                    | <i>83</i>  |
| <i>Tabla 11: Pregunta 11 ¿Considera que las instituciones poseen infraestructura adecuada para la libre movilidad de las personas con discapacidad física?.....</i>                                     | <i>84</i>  |
| <i>Tabla 12: Estimación de la demanda.....</i>                                                                                                                                                          | <i>85</i>  |
| <i>Tabla 13: Competencia en mercado.....</i>                                                                                                                                                            | <i>86</i>  |
| <i>Tabla 14: Calculo de precio .....</i>                                                                                                                                                                | <i>94</i>  |
| <i>Tabla 15: Selección de ubicación .....</i>                                                                                                                                                           | <i>102</i> |
| <i>Tabla 16: Resultado y Calificación.....</i>                                                                                                                                                          | <i>102</i> |

|                                                                                                           |            |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <i>Tabla 17: Flujo de Proceso de Producción .....</i>                                                     | <i>103</i> |
| <i>Tabla 18: Proyección de Salarios .....</i>                                                             | <i>110</i> |
| <i>Tabla 19: Proveedores .....</i>                                                                        | <i>111</i> |
| <i>Tabla 20: Programa de Capacitación .....</i>                                                           | <i>139</i> |
| <i>Tabla 21: Diagrama de actividades .....</i>                                                            | <i>141</i> |
| <i>Tabla 22: Inversión en Activos Intangibles .....</i>                                                   | <i>144</i> |
| <i>Tabla 23: Inversión Pre Operativa .....</i>                                                            | <i>145</i> |
| <i>Tabla 24: Inversión en Capital de Trabajo .....</i>                                                    | <i>145</i> |
| <i>Tabla 25: Inversión Total .....</i>                                                                    | <i>146</i> |
| <i>Tabla 26: Costo de Capital Ponderado .....</i>                                                         | <i>146</i> |
| <i>Tabla 27: TMAR.....</i>                                                                                | <i>147</i> |
| <i>Tabla 28: Cuadro de Ingresos .....</i>                                                                 | <i>148</i> |
| <i>Tabla 29: Mano de Obra Directa.....</i>                                                                | <i>149</i> |
| <i>Tabla 30: Mano de Obra Indirecta .....</i>                                                             | <i>149</i> |
| <i>Tabla 31: Gastos de Administración .....</i>                                                           | <i>150</i> |
| <i>Tabla 32: Costos de Ventas .....</i>                                                                   | <i>150</i> |
| <i>Tabla 33: Depreciación .....</i>                                                                       | <i>151</i> |
| <i>Tabla 34: Amortización .....</i>                                                                       | <i>151</i> |
| <i>Tabla 35: Amortización de la Deuda.....</i>                                                            | <i>152</i> |
| <i>Tabla 36: Estado de Resultado.....</i>                                                                 | <i>152</i> |
| <i>Tabla 37: Flujo de Caja.....</i>                                                                       | <i>154</i> |
| <i>Tabla 38: Balance General .....</i>                                                                    | <i>155</i> |
| <i>Tabla 39: Evaluación Económica y Financiera .....</i>                                                  | <i>158</i> |
| <i>Tabla 40: Análisis de sensibilidad con una reducción del 5% en los ingresos..</i>                      | <i>159</i> |
| <i>Tabla 41: Análisis de sensibilidad con un incremento del 5% en los costos<br/>incontrolables .....</i> | <i>159</i> |
| <i>Tabla 42: Principales indicadores financieros del proyecto .....</i>                                   | <i>160</i> |

## Índice de Ilustraciones

|                                                                                                                                                                                                      |            |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <i>Ilustración 1: Storybord TV .....</i>                                                                                                                                                             | <i>91</i>  |
| <i>Ilustración 2: Guion para Radio 1 .....</i>                                                                                                                                                       | <i>92</i>  |
| <i>Ilustración 3: Guion para Radio 2 .....</i>                                                                                                                                                       | <i>92</i>  |
| <i>Ilustración 4: Arte gráfico .....</i>                                                                                                                                                             | <i>93</i>  |
| <i>Ilustración 5: Macro Localización .....</i>                                                                                                                                                       | <i>95</i>  |
| <i>Ilustración 6: Micro Localización .....</i>                                                                                                                                                       | <i>97</i>  |
| <i>Ilustración 7: Plano de Instalaciones .....</i>                                                                                                                                                   | <i>112</i> |
| <i>Ilustración 8: Organigrama .....</i>                                                                                                                                                              | <i>115</i> |
| <i>Ilustración 9: ¿Cuál es el tipo de discapacidad física? .....</i>                                                                                                                                 | <i>178</i> |
| <i>Ilustración 10: Sexo .....</i>                                                                                                                                                                    | <i>179</i> |
| <i>Ilustración 11: Edad .....</i>                                                                                                                                                                    | <i>179</i> |
| <i>Ilustración 12: Nivel educativo .....</i>                                                                                                                                                         | <i>180</i> |
| <i>Ilustración 13: ¿Considera que existen plataformas adecuadas para que la educación de personas con discapacidad física sea efectiva? .....</i>                                                    | <i>181</i> |
| <i>Ilustración 14: ¿Conoce la Ley de Equidad y Desarrollo Integral para las Personas con Discapacidad Decreto no. 160-2005? .....</i>                                                                | <i>181</i> |
| <i>Ilustración 15: ¿Considera que se está cumpliendo lo establecido en la Ley de Equidad y Desarrollo Integral para las Personas con Discapacidad Decreto no. 160-2005 en temas laborales? .....</i> | <i>182</i> |
| <i>Ilustración 16: ¿Considera que dicha ley es socializada lo necesario para que todas las personas con discapacidad tengan acceso a la información? .....</i>                                       | <i>182</i> |
| <i>Ilustración 17: ¿Ha visto alguna publicidad que trate de inclusión laboral para personas con discapacidad física? .....</i>                                                                       | <i>183</i> |
| <i>Ilustración 18: ¿Posee carné que lo identifique como persona con discapacidad? .....</i>                                                                                                          | <i>183</i> |
| <i>Ilustración 19: ¿Las empresas públicas cumplen con las expectativas laborales de las personas con discapacidad física? .....</i>                                                                  | <i>183</i> |

|                                                                                                                                                                |            |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <i>Ilustración 20: ¿Las empresas privadas cumplen con las expectativas laborales de las personas con discapacidad física? .....</i>                            | <i>184</i> |
| <i>Ilustración 21: ¿Las empresas practican políticas reales de inclusión laboral para personas con discapacidad física? .....</i>                              | <i>184</i> |
| <i>Ilustración 22: ¿Considera que ha recibido aceptación por parte de las empresas, en su experiencia personal al momento de la búsqueda de trabajo? .....</i> | <i>185</i> |
| <i>Ilustración 23: ¿Considera que las instituciones poseen infraestructura adecuada para la libre movilidad de las personas con discapacidad física? .....</i> | <i>185</i> |

## INTRODUCCIÓN

El presente proyecto tiene como objetivo la creación de una empresa dedicada a brindar asesoría al sector privado empresarial para la contratación de personas con discapacidad física, aplicando conceptos como el marketing social que puede ser utilizado como una herramienta de sensibilización, para que tanto los sectores empresariales como la sociedad en general conozcan sobre los derechos de las personas con discapacidad física por medio de la creación de una empresa de Asesorías.

De acuerdo con la Ley de Equidad y Desarrollo Integral para Personas con discapacidad Decreto 160-2005 de Honduras (2005), las entidades de la administración pública y las empresas de carácter privado están obligadas a contratar a un mínimo de personas con discapacidad de acuerdo con la cantidad de empleados que posean.

Se plasmó como objetivo de la investigación Determinar la factibilidad para la creación de un centro de asesoría especializado para la contratación de personas con discapacidad física, con el propósito de proponer herramientas que impulsen dichos elementos y así determinar un modelo aplicable al sector empresarial privado.

El primer capítulo de este documento se denomina planteamiento del problema, en donde encontraremos el tema de investigación y las causas que la originaron, además se argumenta la justificación y se planteó los objetivos explicando el propósito del estudio.

El segundo capítulo extrae toda la indagación, ya que se refiere a antecedentes investigativos, fundamentaciones que sustenten el tema a realizar con los respectivos marcos teóricos, la información en este capítulo es presentada después de una

exhaustiva búsqueda en diferentes textos literarios como libros y sitios web adecuados y calificados.

El tercer capítulo puntualiza los detalles correspondientes al desarrollo del Proyecto y sus características específicas.

El cuarto capítulo consta del estudio de mercado y presenta los análisis e interpretación de la información obtenida en la aplicación de las encuestas en otras palabras el análisis de los resultados.

El quinto capítulo consta del estudio de aspectos técnicos e ingeniería del proyecto mostrando la ubicación adecuada, así como la estructura de la planta y el manejo de materiales para el cumplimiento del servicio.

El sexto capítulo se refiere a todos los aspectos relacionados a la organización, administración y aspectos legales para el correcto funcionamiento de la empresa.

El séptimo capítulo consta del análisis completo de las diferentes variables financieras que muestran la factibilidad del proyecto.

El octavo capítulo consta de las sugerencias y opciones proporcionadas por el investigador referentes al impacto social que proporcionara la ejecución del proyecto.

Y en el noveno capítulo se colocan las conclusiones que son tomadas en cuenta para elaborar las respectivas recomendaciones que son el resultado de la investigación.

Finalmente se incluyen los apartados que contienen la bibliografía y anexos correspondientes al resultado y desarrollo del proyecto planteado.

## **1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **1.1 Antecedentes**

La discapacidad es un tema complejo, de enorme repercusión social y económica, del que se carece de datos fehacientes. Los estudios estadísticos son escasos, están desactualizados y son poco precisos; por ello, el trabajo en políticas o programas relacionados con la discapacidad se basa en datos estimados y, en ocasiones, bastante alejados de la realidad de los países. La OPS define discapacidad como un término genérico que incluye déficit, limitaciones en la actividad y restricciones en la participación. Indica los aspectos negativos de interacción entre un individuo (con una condición de salud) y sus factores contextuales (factores ambientales y personales). (Organización Panamericana de la Salud, 2008).

Según la organización, en todo el mundo, las personas con discapacidad tienen peores resultados sanitarios, peores resultados académicos, una menor participación económica y unas tasas de pobreza más altas que las personas sin discapacidad. En parte, ello es consecuencia de los obstáculos que entorpecen el acceso de las personas con discapacidad a servicios que muchas de las personas sin discapacidad consideran obvias, en particular la salud, la educación, el empleo, el transporte, o la información.

Esas dificultades se exacerban en las comunidades menos favorecidas.

Estimaciones de la prevalencia de la discapacidad en el ámbito mundial: Según la Encuesta Mundial de Salud, (Dirección General de Empleo/Unidad de Inclusión Laboral, 2009) se calcula que más de 1000 millones de personas viven con algún tipo de discapacidad, es decir, alrededor del 15% de la población mundial (según estimaciones

de la población mundial de 2010). Esta cifra es superior a la estimación anterior de la OMS, que data de los años setenta y rondaba el 10%.

Según el (Banco Mundial, 2015) solo en el estudio Carga Mundial de Morbilidad, se mide la discapacidad infantil (0-14 años); el número de niños discapacitados se estima en 95 millones (5,1%), de los cuales 13 millones (0,7%) tienen alguna «discapacidad grave». Sobre la base de las estimaciones de la población de 2010 (6900 millones de habitantes, con 1860 millones de menores de 15 años), entre 785 millones (15,6%, según la Encuesta Mundial de Salud) y 975 millones (19,4%, según el estudio Carga Mundial de Morbilidad) de personas de 15 años o más viven con alguna discapacidad.

De esa cifra, en la Encuesta Mundial de Salud se estima que 110 millones (2,2%) sufren dificultades de funcionamiento muy significativas, mientras que en Carga Mundial de Morbilidad se estima que 190 millones (3,8%) de personas tienen una «discapacidad grave», el equivalente a la discapacidad asociada a condición estales como la tetraplejía, la depresión grave o la ceguera. Cuando se incluye a los niños, se estima que más de 1000 millones de personas (cerca del 15% de la población mundial) viven con discapacidad. (Banco Mundial, 2015).

En los países de América Latina y el Caribe, la información disponible de la ronda de los censos de 2000 y 2010, además de las encuestas especializadas de discapacidad, permite una aproximación a la magnitud del problema. Sin embargo, debido a que se presenta una importante heterogeneidad en los criterios de medición (principalmente en el tipo y severidad de las deficiencias y limitaciones registradas) la comparabilidad es acotada y no es posible trazar un mapa preciso de la discapacidad en la región. (CEPAL, 2014).

Por ejemplo, en los países que ya realizaron los censos de la última ronda, la prevalencia varía desde un 5,1% en México hasta un 23,9% en Brasil, mientras que en el Caribe el rango se extiende desde un 2,9% en las Bahamas hasta un 6,9% en Aruba. Esto indica la necesidad de fortalecer los procesos de armonización de la medición de modo de tener información regional comparable (CEPAL, 2014).

En más de la mitad de los países, las mujeres registran una tasa de prevalencia de discapacidad más alta que la de los hombres, especialmente a partir de los 60 años. Ello podría obedecer al hecho de que la mayor esperanza de vida de las mujeres aumenta la posibilidad de tener una discapacidad generada por un accidente o una enfermedad crónica. De igual modo, las mujeres viven estas etapas de su vida en un contexto de mayor vulnerabilidad económica, lo que potencia aún más el riesgo de que cualquier deficiencia de salud se transforme en discapacidad, debido a la falta de recursos que les impide costear servicios de apoyo y las ayudas técnicas necesarias para aminorar el impacto de las limitaciones adquiridas con la edad.

Además de las mujeres, los grupos de población que presentan mayor vulnerabilidad económica y social también arrojan tasas más altas de discapacidad: los adultos mayores, los habitantes de las zonas rurales, los pueblos indígenas y afrodescendientes y las personas con menores ingresos. Estos grupos sufren una mayor incidencia de personas con discapacidad (o de mayor intensidad en la discapacidad) por falta de atención oportuna y por no contar con los recursos o el acceso a los servicios pertinentes Op.Cit. (CEPAL, 2014).

La discapacidad es a la vez causa y efecto importante de la pobreza. Alrededor del 82% de los discapacitados en América Latina y el Caribe viven en la pobreza, lo cual

en la mayoría de los casos también afecta a los demás miembros de la familia. Las personas con alguna discapacidad suelen verse excluidas de manera generalizada de la vida social, económica y política de la comunidad, ya sea debido a la estigmatización directa o por la falta de consideración de sus necesidades en el diseño de políticas, programas y servicios.

Entre el 80 y el 90% de las personas con discapacidades en América Latina y el Caribe está desempleado o no está integrado a la fuerza laboral. La mayoría de quienes sí tienen trabajo reciben salarios muy bajos o ninguna compensación monetaria. Por ejemplo, en Argentina la tasa de desempleo de las personas discapacitadas se calcula en cerca del 91%. En México, el 75% de la población con alguna discapacidad está desempleada (Banco Mundial, 2015).

En Honduras, los datos relacionados a la discapacidad son escasos y están desactualizados, el último estudio que se realizó fue en el 2002, por el Instituto Nacional de Estadística quien midió por primera vez la discapacidad en nuestro país, como resultado se encontró que había una prevalencia de 2.65% de personas con discapacidad. (Dirección General de Empleo/Unidad de Inclusión Laboral, 2009).

Uno de los mayores problemas que enfrenta la población con discapacidad en el país está relacionado con su inserción laboral. Para las personas que sufren algún tipo de discapacidad el acceso a una oportunidad laboral es fundamental para la autonomía personal, eleva la autoestima y seguridad y además favorece su integración en la sociedad.

En el contexto de país, lejos de favorecer la igualdad de oportunidades de acceso al mercado laboral lo que se observa es que las personas que viven con algún tipo de

discapacidad física enfrentan limitaciones laborales y aunque las leyes contemplan la obligación patronal de incluir entre el personal personas con discapacidad, en la realidad hay un limitado cumplimiento de esta.

En Honduras existe un total de 261,577 personas que tienen algún tipo de discapacidad, estas varían según su índole: discapacidad física, discapacidad sensorial, discapacidad intelectual, discapacidad psíquica, discapacidad visceral y discapacidad múltiple. El 74.09 por ciento de estas personas poseen un tipo de discapacidad física, de este grupo el 46.34 por ciento se encuentra en la zona urbana y el 53.66 por ciento se encuentra en la rural. (Instituto Nacional de Estadísticas, 2013).

En el año 2005 en Honduras se aprobó la Ley de Equidad y Desarrollo Integral para las personas con discapacidad (Decreto no.160-2005) en la cual se establece una serie de obligaciones y derechos de y para las personas con discapacidad, estas incluyen Salud, Educación, Trabajo entre otros temas. Enfocándose en los apartados laborales se encuentran los artículos 31, 32, 34, 35 y 36 los cuales habla sobre las obligaciones de las entidades públicas y privadas en el país para la contratación de una cantidad de personas con discapacidad según el número total de empleados que tengan contratados.

De acuerdo con la Ley de Equidad y desarrollo para personas con discapacidad, las entidades de la administración pública y las empresas de carácter privado están obligadas a contratar a un mínimo de personas con discapacidad de acuerdo con la cantidad de empleados que posean.

Según el registro del boletín la administración pública solo ha cumplido con el 3.65 por ciento de la responsabilidad para con el artículo 35 de la Ley de Equidad y Desarrollo Integral para las personas con discapacidad (Decreto no.160-2005), ya que del total de

personas con discapacidades que deberían de estar contratadas solo este porcentaje se encuentra laborando. En cuanto a registros en la empresa privada se hace difícil determinar la situación laboral o identificar a las personas con discapacidad contratadas.

## **1.2 Situación Problemática**

Luego de haber presentado la memoria histórica de lo que ha sucedido en el a nivel latinoamericano en el contexto de mi objeto de investigación, pasaremos ahora a mostrar la situación actual.

La organización de sociedad civil (Coordinadora de Instituciones y Asociaciones de Rehabilitación de Honduras CIARH, 2019), presentó en el año 2019 un boletín de monitoreo denominado “Empleo y discapacidad en Honduras” en el cual refleja la desprotección que sufren las personas con discapacidad por parte del estado en cuanto a empleo.

Dicho boletín detalla que las personas con discapacidad en edad a trabajar se concentran mayoritariamente en el área rural con un 52.6 por ciento y en el área urbana con un 47.4 por ciento, además se identificó que la población económicamente activa (PEA) con discapacidad, que registró un total de 118,301 de las cuales 59.4 por ciento eran hombres y el 40.6 mujeres. (Coordinadora de Instituciones y Asociaciones de Rehabilitación de Honduras CIARH, 2019).

Menciona también que, las personas con discapacidad física presentan un alto porcentaje de vulnerabilidad. Los efectos más importantes de esta problemática son el deterioro y la disminución de sus activos debido a los gastos inesperados, el aceleramiento del deterioro natural y la baja calidad de vida, la exclusión social y la mayor dependencia de terceros.

No obstante lo anotado, se presume que una de las causas principales de esta situación negativa de las personas con discapacidad física, radica en el desconocimiento de los derechos de ellos, debido a la inexistencia de un ente o institución especializada en capacitación y base de datos de personas con discapacidad física en edad de trabajar, como resultado de la formulación y aplicación de un plan de marketing que haga conocer a los miembros del sector empresarial privado, así también la ciudadanía, los derechos de las personas con discapacidad física.

Se requiere contar con el apoyo de entidades como la secretaria de inclusión social, así como de Organismos de ayuda Internacional.

### **1.3 Objetivo**

#### **1.3.1 Objetivo General**

Determinar la factibilidad para la creación de un centro de asesoría especializado para la contratación de personas con discapacidad física en la ciudad de Tegucigalpa, Francisco Morazán, con el propósito de proponer herramientas que impulsen dichos elementos y así determinar un modelo aplicable al sector empresarial privado.

#### **1.3.2 Objetivos Específicos**

- Identificar el estado del mercado e investigar si existen necesidades para crear una empresa de Asesoría para la Contratación de Personas con discapacidad física en Tegucigalpa, Honduras.
- Establecer los elementos técnicos para llevar a cabo el proyecto planteado, tomando en cuenta las instalaciones requeridas para la creación de una

oficina de Asesoría para la Contratación de Personas con discapacidad física.

- Definir la estructura administrativa, organizacional y legal tomando en cuenta todas las regulaciones y requisitos establecidos por las instituciones gubernamentales involucradas.
- Estimar la rentabilidad económica utilizando las diferentes herramientas financieras, de esta forma identificar la viabilidad.
- Establecer el impacto social del proyecto en temas de beneficios, generación de empleo y responsabilidad social.

#### **1.4 Preguntas de Investigación**

- ¿Existe una necesidad insatisfecha en el mercado para crear una oficina de Asesoría para la Contratación de Personas con discapacidad física en Tegucigalpa, Honduras?
- ¿Qué instalaciones son requeridos para la creación de una oficina de Asesoría para la Contratación de Personas con discapacidad física?
- ¿Cuál es la estructura administrativa, organizacional y legal que componen el proyecto?
- ¿Es rentable el proyecto según los resultados obtenidos de acuerdo con las herramientas financieras?
- ¿Cuál es el impacto social del proyecto en temas de beneficios, generación de empleo y responsabilidad social?

## **1.5 Justificación**

Luego de la información presentada referente a la situación histórica y actual vivida por las personas con discapacidad física no solo en su entorno físico, social si no también laboral, se desarrolla este proyecto considerando un alcance en varias vías. En primer lugar, resuelve de forma directa la falta de oportunidades laborales para las personas con discapacidad física, puesto que, con la creación de la oficina de Asesoría para la Contratación de Personas con Discapacidad Física y la comunicación de la campaña de marketing, se busca ganar el respeto de sus derechos por parte de los miembros de las entidades del sector empresarial privado, así como también de la ciudadanía del país.

Además, se desea beneficiar a la ciudadanía en general ya que tendrá un comportamiento más civilizado y respetuoso de los derechos de los sectores vulnerables, al mismo tiempo que incrementará la calidad de vida de su entorno. También se desea disminuir a largo plazo la asignación de bonos brindados por parte del gobierno como paliativo, el fin es que las personas con discapacidad física puedan sostenerse por cuenta propia.

Con esta investigación también se espera sirva de base para una investigación posterior por la complejidad de sus variables.

## **1.6 Delimitación**

### **1.6.1 Delimitación Espacial**

Dicha investigación se realiza en las áreas de Recursos Humanos de cuatro empresas privadas: Tigo Honduras, Claro Honduras, Argos Honduras y BAC Credomatic

Honduras, así como a una muestra de 118 personas con discapacidad física en el departamento de Francisco Morazán, en este caso se contará con el apoyo de asociaciones de personas con discapacidad quienes brindan la oportunidad de ser encuestados, así como autoridades de la secretaria de Desarrollo e Inclusión.

### **1.6.2 Delimitación Temporal**

La recolección de datos y ejecución corresponde al último semestre del año 2022.

### **1.6.3 Delimitación del Universo**

Personal de RRHH del sector empresarial privado, personas con discapacidad física y autoridades de la Secretaria de Desarrollo e Inclusión de la zona urbana del departamento de Francisco Morazán ya que al ser la capital del país posee mayores características y población, también se posee más información y las oficinas principales gubernamentales.

### **1.6.4 Delimitación del Contenido**

Philip Kotler y Gary Armstrong, Fundamentos de Marketing – 2003

Philip Kotler, Lo Bueno Funciona – 2012

Mike Oliver, Discapacidad y Sociedad - 1998

## **1.7 Viabilidad de la Investigación**

La presente investigación es viable ya que se cuenta con los recursos humanos, legales y financieros para llevar a cabo los diferentes estudios que ayudarán a determinar que es posible llevar a cabo el proyecto en la práctica (estudio de mercado, estudio técnico, estudio financiero, estudio económico, estudio legal y organizacional y estudio

ambiental). Geográficamente el proyecto se llevará a cabo en la ciudad de Tegucigalpa, Francisco Morazán.

## **2 MARCO REFERENCIAL**

### **2.1 Etimología de la Ciencia**

#### **2.1.1 Marketing Social**

##### *2.1.1.1 Concepto*

El Marketing social ha tenido una evolución importante no sólo en su aspecto conceptual sino también en su aspecto práctico. Podemos mencionar diferentes definiciones de marketing social:

Según la definición de (Rodríguez Fernández, 2009) El marketing social es la adaptación del marketing comercial a los programas diseñados para influir en el comportamiento voluntario de la audiencia meta, con el fin de mejorar su bienestar y el de la sociedad en general, por medio del uso de la tecnología del marketing comercial en los programas sociales.

Marketing: el marketing es un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes. (Kotler & Armstrong, 2003)

Responsabilidad Social Empresarial: Es una herramienta de negocios que integra armónicamente a la estrategia empresarial, el respeto por los valores éticos, las personas, la comunidad y el medio ambiente. Lo anterior agrega valor y competitividad a la empresa. La RSE debe ser vista desde un punto de vista estratégico, valorando las

partes interesadas como claves para garantizar el éxito en la implementación de la RSE. (FUNDAHRSE, 2020).

#### *2.1.1.2 Frentes del Marketing Social*

Se identifican cuatro frentes los cuales implican el desarrollo de procesos de marketing para la organización. Ellos son, el marketing externo, el marketing interno, el marketing interactivo y el marketing de relaciones como se detalla a continuación según (Kotler & Armstrong, 2003):

Marketing Externo: Es el proceso de comunicar, informar, dar a conocer, persuadir o educar a la población objetivo o mercado meta, a través de publicidad social, acciones propagandísticas o campañas socio culturales. La esencia del marketing externo es dar a conocer a la organización y la diversidad de sus servicios orientados al bienestar de la sociedad.

Marketing Interno: Está presente en los procesos administrativos de la organización en interacción con su personal. Se refiere al desarrollo y al fomento del cambio cultural en los propios miembros de la empresa. Es todo el esfuerzo que tiene que realizar una organización para que se comprendan los principios de marketing y para que se implemente como filosofía de la organización.

Marketing Interactivo: Es todo proceso de intervención social, donde se aplican los principios del marketing al personal que tiene contacto directo con la población objetivo o mercado meta. No solo se debe proporcionar capacitación mediante el programa de marketing interno, sino que también se debe una capacitación diferente a las personas que tendrán contacto directo con la causa social.

Marketing de Relaciones: Se generan programas de marketing que estrechen las relaciones de la empresa con las ONGs. Estos programas deben estar encaminados a crear lazos o alianzas perdurables en el mediano y el largo plazo.

#### *2.1.1.3 Diferencia entre el Marketing Social y el Marketing Social Corporativo*

Para el caso específico del Marketing Social se debe aclarar que no es igual a la responsabilidad social del marketing, ni a la política de comunicación de la empresa ni al marketing no lucrativo, incluso es diferente al marketing social corporativo con fines lucrativos.

Es de nuestro interés particular la definición de lo que es marketing social y el marketing social corporativo o también conocido como marketing con causa. (Kotler, 1992).

Marketing Social: Es la aplicación de las tecnologías del marketing comercial para el análisis, planificación, ejecución y evaluación de programas diseñados para influir en el comportamiento voluntario de los destinatarios específicos, para mejorar su bienestar personal, así como el de la sociedad.

Marketing Social Corporativo: para esta investigación se ha adoptado la definición del marketing social corporativo como una herramienta estratégica de marketing y posicionamiento que asocia una empresa o marca a una cuestión o causa social relevante, en beneficio mutuo.

Algunos autores aceptan que es una variante del marketing social, según otros es otra manera de denominar al marketing con causa.

### **2.1.2 Concepto discapacidad física**

Una persona con discapacidad es aquella que presenta limitaciones físicas y mentales, las mismas que limitan considerablemente una o más de las principales actividades vitales, se denomina a una persona con discapacidad a una persona que tiene una historia o antecedentes de una discapacidad, o una persona que es percibida por otros que tienen una discapacidad. (Human Rights Watch, 2012).

A lo largo de los años se ha dado un cambio en el concepto de las minusvalías que se considera actualmente, como una situación de desventaja social que experimenta un individuo como resultado de una deficiencia o discapacidad y que limita o impide el cumplimiento del rol que le corresponde (desde los factores culturales, sociales y la edad). (Alvarez C. , 2008).

La publicación de la Organización Mundial de la salud sobre la clasificación internacional de deficiencias, discapacidades y minusvalías ha establecido tres niveles de consecuencias de la enfermedad: 1. El formado por los síntomas, señales o manifestaciones de una enfermedad a nivel de órgano o función de un órgano, cualquiera sea su causa, se denomina deficiencia a cualquier pérdida o anomalía de un órgano o de la función propia de ese órgano. 2. Las deficiencias pueden ser: psíquicas (retraso mental profundo y severo, medio y ligero, etc.), sensoriales (vértigos, fobias, etc.), físicas (del aparato circulatorio, locomotor, digestivo, sistema nervioso, endocrino, etc.), mixtas (parálisis cerebral y otras como microcefalias 3. Las discapacidades o consecuencias que la enfermedad produce a nivel de la persona ejemplos: dificultades para subir la escalera, para hablar, para comprender. (Castillo, 2012).

Por discapacidad se entiende toda limitación grave que afecte de forma permanente a la actividad del que la padece y tenga su origen en una deficiencia, se hace una excepción recogiendo algunas discapacidades que no tienen su origen en una deficiencia claramente delimitada, sino obedecen a procesos degenerativos en los que la edad de la persona influye decisivamente. (Alvarez M. , 2010).

Minusvalía o consecuencia que la enfermedad produce a nivel social, es decir, las desventajas que la enfermedad origina en el individuo en su relación con las demás personas que formen su entorno, debido al incumplimiento o a la dificultad de cumplir las normas o costumbre que impone la sociedad. (Castillo, 2012).

Una minusvalía es la desventaja social y en relación con su entorno que padece una persona como consecuencia de alguna discapacidad que le limita gravemente o le impide el desempeño de la actividad que le es normal, en función de su edad, sexo y factores socioculturales. (Alvarez M. , 2010).

Se debe tener en cuenta que una persona que tenga una o varias discapacidades puede no padecer minusvalía porque ha solucionado su problema psicológicamente y/o mediante algún mecanismo o simplemente porque la discapacidad que padece, por su propia naturaleza, no da lugar a ninguna minusvalía. (Alvarez M. , 2010).

Contratación de personal: Contratación es el proceso de selección y elección del mejor candidato para el cargo. Selección es el proceso mediante el cual una organización elige, entre una lista de candidatos, la persona que satisface mejor los criterios exigidos para ocupar el cargo disponible, considerando las actuales condiciones del mercado. (Chiavenato, 2002).

Inclusión laboral: Significa ofrecer trabajo de forma activa a las personas con discapacidad, dejando atrás la discriminación, e intentando que las vidas de estos trabajadores se normalicen en todos los ámbitos. (Forbes, 2018).

Educación: La educación es un derecho humano, un importante motor del desarrollo y uno de los instrumentos más eficaces para reducir la pobreza y mejorar la salud, y lograr la igualdad de género, la paz y la estabilidad.

La educación genera rendimientos elevados y constantes en términos de ingreso y constituye el factor más importante para garantizar la igualdad de oportunidades. En el caso de las personas, promueve el empleo, los ingresos, la salud y la reducción de la pobreza. A nivel mundial, los ingresos por hora aumentan un 9 % por cada año adicional de escolarización. (i) En el caso de las sociedades, contribuye al desarrollo económico a largo plazo, promueve la innovación, fortalece las instituciones y fomenta la cohesión social. En efecto, realizar inversiones inteligentes y eficaces en las personas resulta imprescindible para desarrollar el capital humano con el que se pondrá fin a la pobreza extrema. (Banco Mundial, 2018).

En nuestro país, en el mes de septiembre del año 2005, el Congreso Nacional aprobó la Ley de Equidad y Desarrollo Integral para las Personas con Discapacidad, en el capítulo II, artículo 7, menciona que la discapacidad es “cualquier tipo de deficiencia física, mental o sensorial, que, en relación con la edad y medio social, limite sustancialmente la integración y realización de las actividades del individuo en la sociedad, ya sean de tipo familiar, social, educacional o laboral.” (Tribunal Superior de Cuentas, 2005).

Esta definición manifiesta un criterio muy estricto respecto de quién es una persona con discapacidad, aquellas cuyo padecimiento influye en sus actividades y no en sólo una de sus actividades esenciales de la vida diaria. También en dicho capítulo de la Ley antes mencionada, se definen los siguientes conceptos que se utilizan en cualquier discusión y análisis del tema de la discapacidad:

***Igualdad de oportunidades:*** el reconocimiento de igualdad de condiciones y derechos que garanticen las mismas oportunidades para el acceso y participación plena de las personas con discapacidad en la sociedad, con ausencia de todo tipo de discriminación por motivo de su discapacidad.

***Ayuda técnica:*** asistencia requerida por las personas con discapacidad para lograr mejor desempeño, habilidad y autonomía en la ejecución de sus actividades regulares.

***Servicio de apoyo:*** todas las ayudas técnicas, asistencia personal, equipos, recursos auxiliares y servicios de educación especial que sean necesarios para las personas con discapacidad con la finalidad de garantizar igualdad de oportunidades y lograr su superación.

***Autodeterminación:*** el derecho que las personas con discapacidad, tiene de decidir en forma independiente su propia forma de vida y participar activamente en la sociedad, para poder desarrollar a plenitud su propia personalidad.

***Normalización:*** el derecho de que las personas con discapacidad tienen de poder llevar y desarrollar una vida normal y similar a la considerada habitual en la sociedad,

accediendo a los mismos lugares, espacios bienes y servicios que se ponen a disposición de cualquier persona.

**Accesibilidad universal:** son las condiciones y facilidades que deben reunir los entornos físicos, servicios, productos y bienes, así como la información y documentación para poder ser comprensible, utilizables y practicables por todas las personas, en condiciones de comodidad y seguridad.

**Necesidades educativas especiales:** son las necesidades que tiene una persona derivada de su incapacidad o de sus dificultades de aprendizaje.

**Estimulación temprana:** atención brindada al niño para potenciar y desarrollar al máximo sus posibilidades físicas, intelectuales sensoriales y afectivas, mediante programas terapéuticos sistemáticos en todas las áreas del desarrollo humano, sin comprometer el curso lógico de la maduración.

**Prevención:** por prevención se entiende la adopción de medidas a tiempo encaminadas a impedir que se produzca un deterioro físico, intelectual, psiquiátrico o sensorial (prevención primaria) o a impedir que ese deterioro cause una discapacidad o limitación funcional permanente (prevención secundaria).

**Rehabilitación:** la rehabilitación es un proceso encaminado a lograr que las personas con discapacidad estén en condiciones de alcanzar y mantener un estado funcional, intelectual, psíquico o social, de manera que cuenten con medios para modificar su propia vida y se más independientes.

**Organizaciones de personas con discapacidad:** son organizaciones conformadas por personas con algún tipo de discapacidad con el objetivo de defender sus derechos, integración familiar, inserción laboral, sensibilización social u otros afines.

**Instituciones no gubernamentales que trabaja en discapacidades:** son todas las organizaciones no gubernamentales (ONGs) que cuentan con su respectiva personalidad jurídica y trabajan en el área de discapacidad.

**Las asociaciones de padres de familia:** conformadas por los padres o representantes legales, de personas con discapacidad, asociados con la finalidad de defender los derechos y facilitar la inserción familiar y social de las personas con discapacidad.

## 2.2 Orígenes y Evolución

### 2.2.1 Marketing

El marketing como disciplina es muy reciente dentro de los ámbitos académico universitario y como filosofía en el de los negocios. Las características más importantes que han marcado la evolución de esta filosofía, desde la perspectiva de su aplicación en las organizaciones no lucrativas son (Kotler & Armstrong, Fundamentos de Marketing, 2003):

**Incertidumbre:** A principios de los setenta se registraron los primeros casos de organizaciones sociales, sin ánimo de lucro que habían aplicado los principios del marketing en sus procesos administrativos, las primeras reacciones fueron de incertidumbre, no lográndose integrar el marketing como filosofía empresarial en estas organizaciones. El constatar que, los resultados de quienes habían implementado el

marketing eran mayores, en cuanto a alcance y montos, y que se habían alcanzado sus objetivos de procura de fondos y por lo tanto sus objetivos sociales, motivo la aplicación del marketing dentro del proceso administrativo de más y diversas organizaciones como iglesias, teatros, escuelas hospitales y ONGs.

**Mercantilismo:** A principios de los ochenta, un gran número de organizaciones sociales emprendieron campañas de críticas sin conocer los principios y la disciplina del marketing, calificándolo de mercantilista y que además las razones éticas, les impedía incorporarlo dentro de las áreas funcionales de sus organizaciones. Esto solo duro una década, y el marketing empezó un proceso de alta aplicabilidad en las OSC-ONGs y son más los casos de éxito del marketing que de fracaso en aquellas organizaciones sociales que lo han decidido incorporar como filosofía en su quehacer administrativo.

**Necesidad:** En los años noventa el marketing social ya era calificado como una disciplina con principios y filosofía ampliamente aplicables y necesarios para todas las organizaciones no lucrativas o instituciones con fines benéficos para la sociedad. Esta situación impacta el sector privado, lo cual se puede ver mediante la experiencia de grandes empresas de diferentes sectores como: Danone, Cemex, Coca Cola, McDonald's, entre otras, las cuales cuentan con programas de apoyo económicos, técnico y en especie para las diferentes ONGs que están provista de programas sociales, susceptibles de medición y comparados a través del tiempo.

**Marketing Social:** Hoy en día, los consumidores y la competencia demandan algo más que un producto atractivo, ahora exigen ideas innovadoras para ganar adeptos a las marcas y ya no es suficiente lo que se oferta. Las empresas deben contar con estrategias de marketing social, capaces de persuadir a las masas, a transformar a la sociedad y

generar el beneficio de estar en contacto con la comunidad, al tiempo de escuchar sus demandas y poco a poco construir una imagen pública basada en las atenciones que se tienen para con el mercado. (Kotler, 2012).

Los programas de marketing social corporativo se pueden traducir en acciones sociales dirigidas y controladas directamente por la propia empresa o lo que suele ser más habitual, colaboraciones con organizaciones benéficas para el desarrollo de proyectos gestionados principalmente por ellas. En cuanto a la forma de asociación de la empresa o sus productos a una causa y, simultáneamente, la financiación de los proyectos planificados, una práctica frecuente consiste en hacer saber a los consumidores que parte del precio cobrado al adquirir el producto va a ser destinada a una obra de interés social.

La etapa inicial para el marketing social corporativo debe ser una estrategia guiada por el compromiso de la empresa con determinadas causas sociales tras la que subyacen valores y preocupaciones de sus consumidores, con el objetivo de que estos se impliquen y sean partícipes de un comportamiento de interés social y adicionalmente descubran factores diferenciales en la oferta de la empresa que mejora su posición de mercado y su imagen.

**Evolución del Marketing Social Corporativo:** El marketing social corporativo no es nuevo, sus orígenes se remontan hasta los primeros años de los 80, cuando American Express dona un millón 700 mil dólares para restaurar la estatua de la libertad, gracias a la aplicación de una estrategia de mercado, que consistió en aportar un centavo cada vez que los usuarios utilizaban su tarjeta. Los resultados fueron un incremento del 45% en nuevas tarjetas y un incremento del 20% en el uso de las tarjetas habituales", esta

iniciativa marco el principio de una nueva forma de comunicación que en aquellos momentos se bautizó como marketing con causa. Poco tiempo después, algunos de los grandes grupos empresariales de todo el mundo como IBM y AT&T han impulsado el uso más profundo de esta tendencia, que ha evolucionado hacia el marketing social corporativo. (FUNDAHRSE, 2020).

Entre los argumentos para explicar el origen del marketing social corporativo, la Fundación Empresa y Sociedad ha encontrado por un lado, la producción en serie, la globalización de los mercados y la caída de las barreras comerciales, la saturación de los medios habituales de comunicar las bondades de un producto y por otro las nuevas características del consumidor, en general mejor informados, más exigentes y sofisticados, menos fieles a las marcas y más sensibles a los problemas de su entorno por encima de cuestiones meramente económicas. Todo esto obliga a las empresas a buscar nuevas estrategias para posicionar a sus productos y servicios. (Kotler, 2012).

Los proyectos del marketing social corporativo son algo más que filantropía, ya que se han convertido en grandes oportunidades empresariales que brindan beneficios para las compañías que se adhieren a las causas sociales, que además de brindar un beneficio a la comunidad son capaces de auto administrarse y generar sus propios recursos, a fin de prosperar y garantizar el apoyo social.

Lo anterior lo han entendido a la perfección los medios de comunicación que cada vez más desarrollan sus programas y proyectos con responsabilidad social, al tiempo que utilizan las mejores estrategias de marketing social corporativo para difundir sus acciones e involucrar a sus públicos.

El Marketing social corporativo puede ayudar a una empresa a ganar visibilidad y mejorar su imagen corporativa, presentándose a la opinión pública como una empresa con responsabilidad social y compromiso cívico. Demostrar que la marca asume un compromiso con la comunidad puede ser un modo eficaz de localizar un producto o servicio en su entorno, y una forma de presentarse a la sociedad.

Para que exista el marketing social corporativo, es preciso que se beneficie mutuamente a una empresa y a una causa social respaldada por una organización concreta. Es decir, un esfuerzo que consigue ayuda para causas sociales, pero no se beneficie la empresa, no es marketing social corporativo. Podemos decir que el enfoque hacia el beneficio distingue al marketing social corporativo de las actividades generales filantrópicas de la empresa en las cuales no se busca un beneficio particular. (Kotler, 2012).

### **2.2.2 Discapacidad Física**

Desde la antigüedad las personas con discapacidad fueron indistintamente despreciadas, compadecidas, aniquiladas y/o temidas según las ideologías imperantes en el grupo social de su pertenencia.

Según el español Leonardo Pablo Ferraro (2001) en el artículo “Derechos Humanos y Discapacidad” publicado en la revista Abogarte de Madrid, manifiesta que en las sociedades nómadas dejaban morir a las y los niños con discapacidad y a las personas adultas las abandonaban a su suerte. En Grecia las expulsaban o exterminaban y en Esparta eran lanzadas desde el monte de Taigeto. Por su parte, los pueblos africanos como los Mesáis los asesinaban al momento de nacer. Los Chagga los utilizaban para ahuyentar al demonio. Los Jukun los consideraban como obra de los

malos espíritus y los abandonaban para que murieran. También en Asia los abandonaban en el desierto y en los bosques, en la India los arrojaban a las profundidades del río Ganges. (Ferraro, 2001).

En la antigüedad no todas las sociedades trataron con crueldad a las personas con discapacidad; Juan Brom en su obra “Esbozo de Historia Universal” (Brom, 1982) narra los Semang de Malasia, empleaban a sus lisiados como hombres sabios y los Nórdicos Europeos veían a sus discapacitados como verdaderos dioses. Los hebreos creían que los defectos físicos en una persona eran una marca del pecado, por lo tanto, no les permitían participar en asuntos religiosos. El judaísmo precursor del cristianismo al elevar la dignidad de la persona humana hizo que la atención a las personas con discapacidad se convirtiera en un deber.

Patricia Di Nasso (2011) de la Universidad Islas Baleares, Fundación Cátedra Iberoamericana, en el texto “Mirada histórica de la discapacidad” revela que durante la edad media principalmente en Francia en el siglo XIV, se construyeron fortalezas y ciudades amuralladas en las que se guardaban y escondían a centenares de personas con algún tipo de discapacidad física o sensorial como la sordera, la ceguera, entre otros; los franceses pasaron del defecto al rechazo social, al temer y hasta a la persecución de estas personas, por parte de los poderes civiles y religiosos; se les confundía con locos, herejes, embrujados, delincuentes, vagos o seres prostituidos. Y como si eso no fuera poco, las personas con discapacidad eran exhibidas los fines de semana, a manera de espectáculo circense vulgar, como la más grande señal de un castigo de Dios para despertar el arrepentimiento en las personas no discapacitadas y liberarlas del pecado.

En la edad moderna Voltaire, Juan Jacobo Rousseau, el Barón de Montesquieu y otros pensadores iluministas influyen para que las personas con discapacidad no fueran vistas como anormales por la sociedad y los estados. Por ejemplo, Inglaterra los incluye en la Ley de los Padres, y la Reina Isabel crea el primer hospital donde se facilitó a los soldados, prótesis, aparatos terapéuticos y les reconoce el salario.

En la edad contemporánea, muchos países europeos y los Estados Unidos inician estudios sobre las causas de la discapacidad y los procesos de rehabilitación profesional; en 1822 en Múnich, Alemania se crea el Instituto Técnico Industrial, la primera institución que apoya el desenvolvimiento económico de las personas con discapacidad y; al concluir la segunda guerra mundial, la mayoría de los países participantes muestran gran interés en la curación y el reintegro a la sociedad de las personas con discapacidad.

A través de estos esfuerzos conjuntos se producen avances significativos como la primera clasificación de las formas de discapacidad: la congénita, la genética y la adquirida; el surgimiento de los movimientos sociales a favor de las personas con discapacidad, como la londinense Unión de Personas con Insuficiencias Físicas contra la Discriminación; la creación de la Fisioterapia como especialidad médica; en 1962 la realización de los primeros implantes: Boston, Estados Unidos, un brazo completamente amputado y en 1965 en Japón el de un dedo pulgar mediante la técnica de micro vascularización, otros.

Estos grandes avances en la medicina y los cambios sociales, culturales y científicos ocurridos en el siglo XX contribuyeron a la construcción social de categorías de análisis y enfoques teóricos que permiten aproximarse y comprender el fenómeno de la discapacidad.

## 2.3 Teorías

### 2.3.1 Marketing Social

El Marketing es visto como una filosofía y una técnica, puesto que es una postura mental, una actitud, una forma de concebir la relación de intercambio, por parte de una entidad que ofrece sus productos al mercado. Bajo esta premisa, la presente investigación seguirá los lineamientos teóricos expuestos por (Kotler & Armstrong, 2003), quienes plantean que “en la actualidad el marketing es una disciplina que excede el ámbito comercial para detectar y satisfacer necesidades de consumo y uso de bienes y servicios, ya que también es útil para divisar y compensar carestías de tipo social, humanitarias y espirituales”.

Por tal motivo su campo de acción no se limita solamente al ámbito de las empresas, sino que se extiende a asociaciones sin fines de lucro, fundaciones, entidades religiosas y también al estado. Estos nuevos campos de acción comprenden lo que se denomina Marketing Social, que también incluyen las acciones de tipo social y humanitarias que realizan las empresas, para que el público las asocie a ellas y a sus marcas con una preocupación por lo social, lo humanitario y lo ecológico.

El término Marketing Social fue acuñado por primera vez en 1971, refiriéndose al uso de los principios y técnicas del marketing para hacer progresar una idea o conducta sociales. Desde entonces, el marketing social ha llegado a significar una tecnología de gestión del cambio social que incluye el diseño, la puesta en práctica y el control de programas orientados a aumentar la aceptabilidad de una idea o práctica social en uno o más grupos de adoptantes en la planificación integrada y un marco de acción. Utiliza

los avances en las tecnologías objetivo. Se apoya de las comunicaciones y las habilidades del marketing. (Kotler & Armstrong, 2003).

Uno de los propósitos del marketing en el mundo empresarial es la promoción pura y dura de productos o servicios para conseguir más ventas en un negocio. Sin embargo, desde hace unos años para acá han ido apareciendo nuevos términos con el fin de impactar a la audiencia de una forma peculiar.

Las empresas que apuestan por el Marketing Social persiguen una transformación. Es decir, quieren un cambio en la sociedad, en busca de mejoras en cualquier ámbito que se desee. El Marketing Social no se trata de quedar bien y dar buena imagen con un valor que la empresa no ha interiorizado, ni ha integrado en su compañía.

El Marketing Social es el diseño, implantación y control de programas que buscan incrementar la aceptación de una idea o causa social en determinados grupos objetivos. (Kotler, 2012).

Como beneficio social. Es el enfoque de aquellas empresas que no buscan generar beneficio económico directo, sino posicionarse como marcas socialmente responsables. Con ello, buscan promover el cambio social poniendo su granito de arena en alguna causa social relacionada con temas como el medioambiente, la educación o la desigualdad.

En caso de que los consumidores perciban que una marca no vela por esos intereses ni valores, y que han adoptado un papel estratégico únicamente para aumentar sus ventas en un momento determinado, esto jugará muy en contra de la marca. Se

desea conocer la aplicación del marketing digital por las empresas incluidas en esta investigación, existen mejoras por hacer, que se está haciendo y que falta por hacer. Considerar si las personas con discapacidad podrían obtener beneficio y oportunidades para su contratación basada en esta teoría.

El Marketing Social se considera como una herramienta de gestión que permite el control y puesta en práctica de programas encaminados a resolver problemas sociales, permite la segmentación de los públicos objetivos, así como investigar acerca del objeto de estudio e intercambiar con los adoptantes objetivo mediante una comunicación orientada que facilite e incentive la calidad de las respuestas emitidas por los mismos, en aras de alcanzar un cambio social en dicho público. Al respecto Kotler y Armstrong expresan: El Marketing Social se concibe a partir de los conocimientos obtenidos en las prácticas empresariales relacionadas con el establecimiento de objetivos medibles, la investigación sobre las necesidades humanas, la relación que se establece entre determinados productos y los grupos especializados que los consumen. (Kotler & Armstrong, 2003).

Se hace necesario analizar las debilidades, las amenazas, fortalezas y las oportunidades del problema a tratar y la investigación, pues es de vital importancia conocer los puntos claves para lograr un mayor éxito en la campaña. El Marketing Social en base a estrategias de cambio social voluntario, tiene por objetivo la modificación de opiniones, actitudes o comportamientos, así como la adhesión a una idea por parte de ciertos públicos para mejorar la situación de la población en su conjunto, o de ciertos grupos de esta". (Kotler & Armstrong, 2003). Por su parte, (Kotler, 2012), define al Marketing Social como: "el diseño, implantación y control de programas que buscan

incrementar la aceptabilidad de una idea social o prácticas en grupos". Plantea que el objetivo del marketing es percibir, sentir y satisfacer necesidades humanas.

En las sociedades, es inevitable que existan diferentes problemáticas que afecten el desarrollo social, como la protección del medio ambiente, el tabaquismo, la drogadicción, el delito, alcoholismo, la conservación de la salud entre otros, para la solución de ellas se deben diseñar campañas de Marketing Social que contribuyan con la prosperidad y el bienestar social, para lograr concientizar a los adoptantes objetivo y así obtener un cambio positivo en su conducta. Los intereses de las acciones del marketing social están en función de la sociedad y no buscan fines de lucro, aunque pueda intervenir la venta de preservativos. Esta es una diferencia radical y de esencia con respecto al marketing que muchas organizaciones realizan de responsabilidad social, pero con marcados fines mercantiles.

Entre los principales postulados del Marketing Social, está el diseño de estrategias para el cambio de determinadas conductas. Los diferentes tipos de estrategias de cambio social se catalogan atendiendo a las esferas en las que centran su diseño. Se pueden reconocer dentro de ellas a las de tipo tecnológico, económico, político - legal, educativas, y de marketing social. Las estrategias de Marketing Social son una tecnología de gestión del cambio social que incluye el diseño, la puesta en práctica y el control de programas orientados, aumentar la aceptabilidad de una idea o práctica social en el grupo de adoptantes objetivo. (Kotler & Armstrong, 2003).

La gestión de marketing social tiene como objetivos analizar su entorno, investigar la población de adoptantes objetivo, definir el problema o la oportunidad, diseñar las estrategias y por último la planificación, ejecución y evaluación de los programas de

marketing. El proceso de gestión de marketing social consta de varias etapas: 1. La primera es la referida al análisis del entorno. 2. La segunda, es la investigación y selección de los adoptantes objetivo. 3. La tercera es el diseño de las estrategias de marketing social. 4. Le sigue la planificación de los programas. 5. La última parte de estas etapas consiste en organizar, poner en práctica, controlar y evaluar los esfuerzos del marketing social. Todas estas etapas van desde la concepción del proyecto, con el reconocimiento del universo sobre el que se quiere influir. (Kotler & Armstrong, 2003).

El entorno del marketing social es aquel conjunto de fuerzas externas a la campaña de cambio social que impactan en la capacidad de ésta para desarrollar y mantener una influencia con éxito sobre sus adoptantes objetivo. En tal sentido Kotler cita seis fuerzas: demográficas, económicas, físicas, tecnológicas, político legales y socioculturales. Aspectos como la edad, las características ambientales, los rasgos del medio donde la población objetivo o adoptante se desenvuelven, su formación cultural, nivel educacional, conforman enfoques de la estrategia que debe seguir la campaña, el estudio del entorno debe orientarse tanto a la situación que se presenta en el momento del diseño de la campaña, como a la identificación de posibilidades de ocurrencia de cambios en éste que puedan afectar el desarrollo de la labor.

Kotler propone tres métodos usados para analizar los datos del entorno: 1. El método de construcción de escenarios. 2. El método SWOT (FODA) (debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades). 3. El método de identificación y análisis de cuestiones. En la construcción de escenario se realiza una proyección de lo que se imagina podría producirse en nuestro entorno, y con relación a nuestro proyecto, el análisis FODA se orienta a la identificación de amenazas y oportunidades que se

presentan en ese momento y en el proyectado, así como las debilidades y fortalezas que se muestran en nuestro entorno interno. La identificación y análisis de aspectos medulares se refiere a la profundización del estudio de los aspectos que resulten prioridades en los análisis anteriores.

### Estructura del plan de marketing social

Una campaña es útil para educar, persuadir o convencer al público respecto de temas específicos. Causa impacto en un gran número de personas y este puede ser mayor impacto en la medida en que un número importante de gente se compromete a trabajar por ella. Es valiosa además para crear opinión pública sobre ciertos temas que afectan a la comunidad.

De esta manera el marketing social se ha enfocado en concientizar y cambiar la conducta social de las personas; como dice (Kotler, 2012) "El marketing social es una estrategia para el cambio de conducta y combina los mejores elementos de los enfoques tradicionales de cambio social en un marco integrado de planeación y acción, al tiempo que utiliza avances en la tecnología de las comunicaciones y técnicas de comercialización".

No se puede lanzar una campaña social sin antes considerar ciertos puntos que son indispensables para la creación de campañas de carácter social. Lazarsfeld y Merton identificaron las siguientes condiciones de éxito en campañas de información orientadas a medios de comunicación en masa:

**Monopolización:** una campaña de información tiene que gozar de un monopolio de medios, de modo que no haya mensajes contrarios a los objetivos de la campaña.

**Canalización:** La publicidad comercial es eficaz porque su tarea no es sugerir acciones básicas nuevas o crear nuevos esquemas de conducta, si no canalizar las actitudes y la conducta existentes hacia una u otra dirección. Quiere decir que, en el caso de la inclusión de personas con discapacidad, no se sugiere la creación de valores personales nuevos o medios académicos o laborales específicos que no existan en esta sociedad, más bien se está fomentando los valores de respeto y solidaridad que existe en cada uno de los ciudadanos y que deben aprender a brindarles a las personas con discapacidad, para la aceptabilidad y la inclusión de estos.

**Complementariedad:** Las campañas sociales funcionan mejor cuando la comunicación orientada a medios de masa se ve complementada por la comunicación directa cara a cara. Por lo tanto, depende del buen enfoque que tenga la campaña social sobre la inclusión de personas con discapacidad ante la sociedad para que puedan ser transmitidos sus objetivos claros ante el resto de las personas. Una campaña de cambio social es un esfuerzo dirigido por un grupo (agente de cambio), que intenta persuadir a otros (los adoptantes objetivos) de que acepten, modifiquen o abandonen ciertas ideas, actitudes, prácticas y conductas.

El cambio de conducta puede ocurrir al final de una serie de etapas intermedias con un cambio en la información de la población, en sus conocimientos y en sus actitudes. (Kotler, 1992).

Dentro de los elementos de una Campaña de Cambio Social tenemos:

**Causa:** Aquel objetivo social que los agentes de cambio creen que ofrecerá una respuesta deseable a un problema social, en este caso la problemática de las personas con discapacidad dentro de la inclusión a la sociedad en el ámbito laboral.

Agente de cambio: Un individuo, una organización o una alianza que intenta realizar un cambio social: que da cuerpo a una campaña de cambio social, quiere decir que aquí interviene una persona que esté dispuesta a buscar cambios en algún tipo de problemática social, como la de las personas con discapacidad.

Adoptantes objetivos: Individuos, grupos o poblaciones enteras que son el objetivo de los llamados al cambio por parte del agente de marketing social. Abarca todas las personas con algún tipo de discapacidad y la de sus familiares, que quieran hacer parte de este cambio social.

Canales: Vías de comunicación y distribución a través de las cuales se intercambian influencias y respuestas y se transmiten hacia delante y hacia atrás entre los agentes de cambio y los adoptantes objetivo. En este punto se analiza las respuestas que el programa de cambio social empieza a surtir, ya sean a favor o en contra.

Estrategia de cambio: Dirección y programas adoptados por un agente de cambio para realizar el cambio en las actitudes y las conductas de los adoptantes objetivo. Ya en este último punto se plantea la solución al problema, de personas con discapacidad, como, al optar por realizar programas. (Kotler, 1992).

#### *2.3.1.1 Beneficio para Todos*

Toda organización que quiere aplicar la filosofía del marketing social corporativo debe tener en cuenta el beneficio que se aportará a la población objetivo, así como el beneficio para su organización en cuanto a rentabilidad, alcance de sus objetivos sociales y el cumplimiento del compromiso de mejorar el bienestar social, con la participación solidaria de la ciudadanía y de las organizaciones que hacen parte de la sociedad.

## **Beneficios para la Empresa**

Realizar este tipo de proyectos, es un elemento claro de diferenciación frente a la competencia que redundará en beneficios tanto a nivel externo e interno (Kotler & Armstrong, 2003):

A nivel externo:

- Posicionamiento y diferencia de marca.
- Incremento de notoriedad.
- Captación de nuevos clientes.
- Fidelización de los clientes.
- Mejora de imagen de marca.
- Mejora de imagen corporativa.
- Mejora de relación con el entorno (nuevas estrategias de comunicación, atracción de medios, etc.).
- Incremento de la influencia de la empresa en la sociedad.
- Descuentos publicitarios.
- Apoyo a lanzamiento de nuevos productos.
- Acceso a líderes de opinión que influyen la decisión de compra de los consumidores.
- Acceso a nuevos segmentos de mercado.

A nivel interno:

- Fidelidad y compromiso de los trabajadores

- Mejora del clima laboral, redundando en la mejora de productividad y calidad
- Mejora de la comunicación interna.
- Fomento de una determinada cultura corporativa.
- Realización de ensayos para el desarrollo de innovadores estrategias comerciales.
- Obtención de beneficios fiscales.
- Proporciona valor añadido a los accionistas.

### **Beneficio para los Clientes**

Añade al producto un componente especial, que no le da una funcionalidad, pero da origen a un nivel de satisfacción superior para los clientes al sentirse participes en una causa con la que se identifican.

### **Beneficio para la Sociedad**

Fomento de programas y/o acciones que contribuyen con el bienestar de la comunidad, como: modificar ideas, actitudes, creencias y valores a fin de mejorar la vida de todos.

### **2.3.2 Discapacidad Física**

Enfoques sociológicos de la discapacidad: las mayores contribuciones sociológicas referentes a los enfoques teóricos sobre la discapacidad han sido producidas fundamentalmente por sociólogos de Gran Bretaña, algunos de ellos con la experiencia de discapacidad, que de alguna manera han proporcionado modos

alternativos de definir la discapacidad y de desafiar a las diversas formas de discriminación institucional en ese país.

Entre los más destacados están Mike Oliver, Len Barton, Colin Barnes, Sally French, Maureen Gillman y John Swain; quienes en más de una ocasión han manifestado que las personas con discapacidad no son relegadas solamente a la marginación social, sino también a la marginación de la teoría sociológica. (Brom, 1982).

En el texto “Trabajando con personas con discapacidad visual” dan a conocer que toda teoría acerca de la discapacidad aspira a una comprensión social compartida, justifica prácticas y criterios determinados y es esencial para el fortalecimiento de las relaciones entre las personas. (Swain, 2013).

En tal sentido, es preciso tener en cuenta tres factores para comprender la existencia de diversos enfoques teóricos de la discapacidad. El primero es su procedencia, si el enfoque teórico surge de la experiencia personal de la discapacidad, si procede de las y los profesionales que trabajan directa o indirectamente con estas personas, o si se trata de integrar ambas perspectivas. El segundo factor se relaciona entre el pensamiento y la acción, lo que las personas creen y entienden sobre una realidad, si esta se relaciona con lo que se hace. Y el tercero el propósito o la aplicabilidad del enfoque teórico. (Swain, 2013).

Una vez examinados estos factores se procede a identificar las principales teorías sociológicas sobre la discapacidad, tarea ejecutada por Len Barton del Instituto de Educación de la Universidad de Londres, quien tomando en cuenta los estudios realizados por (Oliver, 1998), escribió su obra “Discapacidad y Sociedad”, en la cual

enumero dichos enfoques teóricos con los nombres de: la tragedia personal, la médico biológico, la funcionalista, la materialista y la que se basa en los derechos humanos.

#### La tragedia personal o modelo tradicional

Este enfoque teórico es de la idea que la discapacidad es un hecho trágico o un castigo divino que les sucede a personas aisladas, cuyas vidas están arruinadas por dichas tragedias.

Desde esta perspectiva son considerados como no muy humanos por parte de otras personas y es común escucharlas referirse a ellas y ellos con palabras insultantes o despectivas como: sordo, sordete, mudo, mudito (discapacidad auditiva); retrasado, enfermito, lunático, taimado, renco de la mente (discapacidad intelectual); choco, poca luz, chocolate, cuatro ojos, virolo, hijo del sol (discapacidad visual); loco, lunático, psicópata, le falta un tornillo, un veinte para el peso, sobado (discapacidad mental); tullido, renco, lisiado, deforme, tunco (discapacidad física).

(Oliver, 1998) Considera que el uso de dichos términos (estigma) se basa más en las percepciones de quienes actúan como opresores de las personas oprimidas, entre lo “normal” y lo “anormal”, cuando realmente el concepto (estigma) tiene connotaciones de explotación y de opresión, no solo de evitación.

También es importante señalar que pertenecen a este enfoque, aquellas familias que esconden a sus vástagos con discapacidad y no les permiten socializarse, ni mucho menos los mandan a las escuelas por temor a que sean objetos de burlas o discriminación.

En respuesta a este enfoque han surgido las políticas compensatorias y las intervenciones terapéuticas diseñadas para ayudar al individuo a aceptar la tragedia. Por eso esta perspectiva ha tenido gran repercusión en la formación de profesionales en el campo de los servicios psicológicos, terapeuta y de los trabajadores sociales, lo cual no ha sido muy positivo para la comprensión y la actuación práctica en el campo de la discapacidad, ya que, precisamente, al acentuar la idea negativa de tragedia personal, se contribuye a reforzar la segregación, la pasividad y la visión patologizadora de la discapacidad.

#### Enfoque médico biológico

Considera la discapacidad como un problema de salud y ve a las personas como pacientes o enfermos. La discapacidad es causada directamente por una deficiencia, traumatismo u otra condición de la salud que requiere de la asistencia médica sostenida, proporcionada bajo la forma de tratamiento individual por los profesionales. La asistencia médica es el punto principal y en el nivel político, la respuesta principal es la política de modificación o reforma de la salud. (Maldonado, 2013).

Así mismo considera que quienes padecen una discapacidad no son culpables de padecerla y por tanto, no se espera que se recuperen por voluntad propia, sino que deben buscar ayuda profesional médica. Este enfoque no toma en cuenta la interpretación subjetiva, ni distingue entre enfermedad e insuficiencia. Por eso, abandona la idea de recuperación y adopta la de dependencia.

Desde esta perspectiva se sostiene que el problema radica fundamentalmente en el individuo, teniendo una base natural o biológica (física, fisiológica o funcional). En esta concepción organicista se considera como apropiada la ciencia natural para explicar los

problemas objeto de estudio. La investigación se realiza bajo un enfoque clínico y psicométrico, utilizando métodos experimentales, como consecuencia del predominio de una visión científica positiva.

Se considera entonces que el progreso en el área práctica deriva directamente de los resultados de la investigación y los recursos aportados para el diagnóstico, la intervención y la aplicación de la tecnología. Basándose en el esquema simple, lineal y unidireccional, investigación-desarrollo, se explica el impacto de una innovación en la práctica.

Enfoque funcionalista: Influenciado por el sociólogo estadounidense Talcott Parsons, particularmente por su aporte en el análisis de la conducta relacionada con la enfermedad. Para él existen dos visiones distintas, la primera se refiere a la importancia del papel del enfermo en relación con la discapacidad y la segunda visión es la asociación de la discapacidad con la desviación social y la idea de salud como adaptación.

Una variante de este enfoque es el papel de rehabilitación que consiste en que cuando una persona con discapacidad adquiere conciencia de su condición, debe aceptarla y aprender a vivir con ella, explotando al máximo las capacidades residuales. Bajo este enfoque los individuos deben asumir tantas funciones normales como puedan y lo más rápido posible. No están exentos de expectativas o responsabilidades sociales, pero deben adaptarse como mejor convenga. Deben además cooperar con los profesionales e innovar y mejorar nuevos métodos de rehabilitación.

Enfoque materialista: Para la comprensión de la discapacidad Mike Oliver y Len Barton (1998) parten de la economía política, ciencia que establece que todos los fenómenos y las categorías sociales, están determinadas por las fuerzas económicas y

sociales del propio capitalismo. Así, la categoría de discapacidad es fruto del problema económico, debido en los cambios en la naturaleza del trabajo y en las necesidades del mercado de trabajo. Oliver relaciona discapacidad y capitalismo y sostiene que, a raíz del surgimiento de este modo de producción, las personas con discapacidad empezaron a padecer la exclusión económica, social y política.

Por lo tanto, desde el enfoque materialista, los discapacitados están excluidos del mercado laboral no por culpa de sus limitaciones personales o funcionales, ni por culpa de las actitudes o prácticas discriminatorias de los empresarios y los mercados de mano de obra, si no por culpa del sistema de organización del trabajo dentro de la propia economía capitalista.

Uno de los conceptos propuestos por Mike Oliver y Len Barton (1998) es el de adaptación social, que supone tomar en cuenta el entorno social, los recursos materiales y, lo que es más importante, el sentido que los individuos dan a las situaciones y a los acontecimientos para desarrollar un modelo conceptual adecuado. También hacen uso del concepto de inclusión, el cual refiere a una sociedad incluyente y al de potenciación colectiva, refiriendo a la creación de grupos y redes de apoyo para su fortalecimiento propio.

El modelo social de la discapacidad se presenta como un nuevo paradigma del tratamiento actual de la discapacidad, que ha tenido un desarrollo teórico y también normativo. Es un modelo que considera que las causas que originan la discapacidad no son religiosas, ni científicas, sino que son, en gran medida, sociales. Desde esta nueva perspectiva, se pone énfasis en que las personas con discapacidad pueden contribuir a

la sociedad en iguales circunstancias que el resto de las demás personas, pero siempre desde la valorización a la inclusión y el respeto a lo diverso.

Este modelo se encuentra íntimamente relacionado con los valores esenciales que fundamentan los Derechos Humanos, como la dignidad humana, la libertad personal y la igualdad, que propician la disminución de barreras y que dan lugar a la inclusión social, que pone como base los principios como: autonomía personal, no discriminación, accesibilidad universal, normalización del entorno, dialogo civil, entre otros. Se parte de la premisa de que la discapacidad es una construcción social, no es la deficiencia que impide a las personas con discapacidad acceder o no a un determinado ámbito social, sino los obstáculos y barreras que crea la misma sociedad, que limitan e impiden que las personas con discapacidad se incluyan, decidan o diseñen con autonomía su propio plan de vida en igualdad de oportunidades. (Maldonado, 2013).

La Agenda para el Desarrollo Sostenible de 2030 establece que la discapacidad no puede ser una razón o criterio para la falta de acceso a la programación del desarrollo y la realización de los derechos humanos. La nueva agenda urbana se compromete específicamente a promover medidas para facilitar la igualdad de acceso a los espacios públicos, instalaciones, tecnología, sistemas y servicios para las personas con discapacidad (PCD) en las zonas urbanas y rurales.

Hay cinco ODS que incorporan específicamente los derechos de las personas con discapacidad: (1) Garantizar una educación igualitaria y accesible, construyendo entornos de aprendizaje inclusivos y proporcionando la asistencia necesaria para personas con discapacidades, (2) Promover el crecimiento económico inclusivo, empleo pleno y productivo que permita a las personas con discapacidades acceso pleno al

mercado laboral, (3) Enfatizar en la necesidad de la inclusión social, económica y política de las personas con discapacidad, (4) Crear ciudades y fuentes de agua accesibles, sistemas de transporte asequibles, accesibles y sostenibles, proporcionando acceso universal a espacios públicos seguros, inclusivos, accesibles y verdes, (5) Resaltar la importancia de la recolección de datos y el monitoreo de los ODS con énfasis en los datos desagregados para discapacidad. (Organización Panamericana de la Salud, 2019).

En Honduras existe la Secretaría de Desarrollo e Inclusión Social, la cual a su vez tiene entre otras, la Subsecretaría de Estado de Políticas de Inclusión Social, quienes, entre sus leyes, reconocen la Ley de Equidad y Desarrollo Integral para las Personas con Discapacidad (Decreto no.160-2005), según boletines e información proveniente de La organización de sociedad civil Coordinadora de Instituciones y Asociaciones de Rehabilitación de Honduras (CIARH), señalan debilidades en el cumplimiento de esta ley en general. (Coordinadora de Instituciones y Asociaciones de Rehabilitación de Honduras CIARH, 2019).

**Exclusión e Inclusión:** La primera vez que el término exclusión aparece en un texto de Luhmann es en *Politische Theorie im Wohlfahrtsstaat*, un texto de 1981. Aparece como la otra cara de la inclusión. Tras referirse a ésta como el concepto mediante el cual la sociedad moderna da cuenta del acceso del conjunto de su población a las realizaciones de sus sistemas funcionales, y a que su realización histórica ha reducido los grupos que no participan o sólo lo hacen marginalmente en la vida social, introduce el concepto de exclusión para hacer referencia a “la conservación políticamente intencionada de tal marginalidad”, para interrogarse a continuación si la evolución de las

condiciones modernas de vida en Europa puede caracterizarse como una progresiva inclusión, mientras que el desarrollo de otras regiones exige, en cambio, “exclusiones provisionales”, de las cuales tampoco habría estado libre la historia europea. (Luhmann, 1997).

La gestión de la Diversidad es un término que recoge la voluntad de acoger a distintos perfiles tanto en sus aspectos visibles como no visibles, sin embargo, la complejidad en esta parte fundamental del management en los Recursos Humanos radica no tanto en esto sino en el aspecto que tiene que ver con la Inclusión. Diversidad e Inclusión son términos que no pueden separarse y no pueden entenderse el uno sin el otro si queremos potenciar el valor de la diferencia en nuestra compañía.

Este valor de la diferencia es clave para crear valor, potenciar la competitividad y crecer como empresa tanto en términos de negocio como con nuestro capital humano. Esto se traduce en una mayor productividad y rentabilidad y un mayor compromiso. Pero para que esto se lleve a cabo hay que pasar a la acción, poner en marcha planes estratégicos que fomenten la inclusión de los distintos aspectos visibles (género, generacional, LGBTI, discapacidad y cultural) y no visibles (pensamiento, habilidades, ideas, formas de hacer, etc.).

La Gestión de la Diversidad no es una tarea fácil. Hay verdaderas dificultades en su planteamiento y puesta en marcha y en la mayoría de los casos se producen conflictos que pueden ser visibles o no.

Si bien es cierto que muchos estudios confirman que la Diversidad mejora los resultados, no es menos cierto que una mala gestión de la Diversidad y la Inclusión puede producir el efecto contrario. Una pieza fundamental para canalizar el valor de la

Diversidad y la Inclusión en las organizaciones es el Liderazgo Inclusivo, una forma de liderar que hace a los integrantes de un equipo participes de un todo, aprecia las diferencias, da valor a las ideas de sus colaboradores y valora los talentos y habilidades que permiten al capital humano desarrollarse.

Pero, como suele pasar y dependiendo de las empresas, hacer efectivo el liderazgo inclusivo no es sencillo. Hay que exponerse a los equipos para que estos comprendan que el líder hace gala también de sus diferencias, crear equipos multidisciplinarios que permitan distintos puntos de vista y formación constante para aprender y crecer en este movimiento.

La situación existente en el mundo empresarial contemporáneo ha enfatizado la necesidad de que las empresas sean cada día más competitivas. Un reconocido factor de competitividad son los recursos humanos; así hoy día se habla de capital intelectual, capital humano, potencial humano, todos referidos al papel que tiene el hombre en la organización.

Debe tenerse en cuenta también en el trabajo de selección de personal, el principio de mantener siempre abierto el sistema a la innovación e introducción de nuevos métodos, debiendo realizarse una cuidadosa selección de los métodos, técnicas e instrumentos, en correspondencia con los objetivos y las características del proceso de selección. En este sentido es importante lo valioso que puede resultar, la proyección de cursos cortos de formación en centros de evaluación, por las posibilidades que entraña la convivencia, el poder desplegar una estrategia metodológica acorde a las exigencias de evaluar seres humanos y la estructuración de un conjunto de actividades que permitan revelar en la práctica de forma estable las potencialidades y cualidades de los sujetos

para el desempeño exitoso de determinadas funciones, como señala " Los centros de evaluación tomarán auge, en la medida en que la gestión de recursos humanos reafirme su efectividad". (Rodríguez Fernández, 2009)

### **3 EL PROYECTO**

#### **3.1 Descripción del Proyecto**

El propósito de este proyecto es poder brindarle asesoría a las empresas del sector privado sobre los diferentes aspectos relacionados con la contratación de personas con discapacidad física, aspectos como el cumplimiento de la ley, espacio y acceso físico y trato correcto, también se pretende crear una base de datos digital para la recopilación de hojas de vida de personas con discapacidad física (este último sin costo alguno para las partes), con ubicación en la ciudad de Tegucigalpa M.D.C., Francisco Morazán.

En el proceso de asesoría inicial se realizará el análisis general del estado de la empresa con respecto al cumplimiento de lo establecido en la ley Decreto no. 160-2005, al obtener esta información se le brindara al cliente la radiografía del estado actual y también un documento en formato de manual con el total de recomendaciones a seguir, así como las políticas y matriz de responsables según corresponda para su puesta en práctica, se brindará un tiempo prudencial de 30 días calendario para que se ejecuten las mejoras y así se pueda brindar el diploma de confirmación de cumplimiento.

Luego del proceso de asesoría inicial, se brindarán asesorías de seguimiento anual el cual permitirá conocer los cambios aplicados en la compañía, así como los

avances de esta con respecto a contratación de las personas con discapacidad física y el cumplimiento de la ley.

## **3.2 Objetivos Del Proyecto**

### **3.2.1 Objetivo General**

Situar a la empresa como pionera y punto de referencia sobre los temas de asesoría en la contratación de personas con discapacidad física en Tegucigalpa, Honduras, contribuyendo al crecimiento económico, haciendo negocio de forma íntegra, con dinamismo, innovación y rentabilidad en beneficio de nuestras partes relacionadas y de las familias hondureñas.

### **3.2.2 Objetivos Específicos**

1) Posicionar a la empresa como una institución pionera en las asesorías para la contratación de personas con discapacidad física en la ciudad de Tegucigalpa, Honduras.

2) Generar fuentes de empleo para la población de la ciudad de Tegucigalpa.

3) Mantener un flujo constante de la cartera de empresas asesoradas para la generación de ingresos, con el fin de obtener rentabilidad en el negocio.

4) Diseñar un programa de asesorías vanguardista que permita maximizar las competencias de las empresas contratantes.

5) Crear alianzas estratégicas empresariales para aumentar las ventas de los servicios de asesorías que pueda abarcar a sus proveedores y contratistas.

### **3.3 Introducción Del Proyecto**

La constante asesoría y capacitación cumple un papel fundamental para el desarrollo ya que es una herramienta para que los profesionales alcancen conocimientos en cualquier área. El recurso humano se constituye como el más importante en cualquier organización y para que puedan cumplir con sus objetivos empresariales deben ser capacitados constantemente (Infante Becerra, 2017).

Por lo tanto, el énfasis en las asesorías variará según el contexto, la necesidad y la prioridad. Sin embargo, aspectos como la responsabilidad y el cumplimiento de la ley siempre deben estar presentes en las estrategias de las empresas; los aspectos claves que orientan a las empresas a buscar asesoramiento son:

- Incremento de la productividad y adherencia a los estándares de calidad.
- Mejora del desempeño.
- Facilitar el desarrollo de las competencias y su enfoque social.
- Empresas listas para responder eficazmente al cambio.

Cabe mencionar que en el país no existen empresas de asesoramiento de este tipo, brindando una oportunidad latente de consolidación y éxito. Tanto a nivel local como internacional, la proyección social empresarial se encuentra en una etapa de auge, esta revolución no solo nos impulsa si no que nos exige a una actualización constante de conocimientos, dando paso a nuevas oportunidades de proyectos como el descrito.

### **3.4 Propuesta de Empresas para Alianzas**

Se considera iniciar con empresas consideradas como grandes, ya que su estructura tiene mayor solidez, como ejemplo:

Bac Credomatic, Ficohsa, Banco Atlántida, Tigo, Claro, Intur.

## **4 ESTUDIO DE MERCADO**

### **4.1 Introducción**

Las personas con discapacidad física presentan un alto porcentaje de vulnerabilidad. Los efectos más importantes de esta problemática son el deterioro y la disminución de sus activos debido a los gastos inesperados, el aceleramiento del deterioro natural y la baja calidad de vida, la exclusión social y la mayor dependencia de terceros.

No obstante lo anotado, la causa principal y verdadera de esta situación negativa de las personas con discapacidad física, se cree radica en el desconocimiento de los derechos de ellos, debido a la inexistencia de una entidad que se encargue de promover el cumplimiento de los mismos, como resultado de la formulación y aplicación de un plan de marketing social, que haga conocer a los miembros del sector empresarial privado, así también la ciudadanía, los derechos de las personas con discapacidad física, para de esta manera hacer respetar y validar sus derechos.

### **4.2 Objetivos**

#### **4.2.1 Objetivo General**

Determinar la oferta y la demanda en relación con la asesoría a las empresas para la contratación de personas con discapacidad física en la ciudad de Tegucigalpa, Honduras para verificar si las condiciones del mercado no presentan un obstáculo para llevar a cabo el proyecto.

#### **4.2.2 Objetivos Específicos**

- 1) Identificar la existencia de una necesidad insatisfecha en el mercado.

- 2) Conocer cuáles son los medios para hacer llegar los servicios a los usuarios.
- 3) Definir la promoción y la publicidad del servicio.
- 4) Estructurar las estrategias competitivas para la venta del servicio.
- 5) Determinar el precio del servicio.

### **4.3 Investigación de Campo**

#### **4.3.1 Definición del Problema**

Las personas con discapacidad física presentan un alto porcentaje de vulnerabilidad. Los efectos más importantes de esta problemática son el deterioro de sus activos debido a los gastos inesperados, el aceleramiento del deterioro natural y la baja calidad de vida, la exclusión social y la mayor dependencia de terceros.

No obstante, la causa principal y verdadera de esta situación negativa de las personas con discapacidad física, radica en el desconocimiento de los derechos de ellos, debido a la inexistencia de una campaña de comunicación de los mismos, como resultado de la formulación y aplicación de un plan de marketing social, que haga conocer a los miembros del sector empresarial privado, así también la ciudadanía, los derechos de las personas con discapacidad física, buscando como resultado hacer respetar y validar sus derechos.

La falta de la existencia de empresas dedicadas para la asesoría en la contratación de personas con discapacidad física en instituciones del sector empresarial privado genera limitadas oportunidades laborales.

En consecuencia, de lo establecido anteriormente, se determina plantearse el siguiente problema: ¿Cuál es el beneficio que se obtiene con la creación de una empresa

dedicada a la asesoría empresarial para la contratación de personas con discapacidad física en instituciones del Sector empresarial privado?

#### **4.3.2 Hipótesis**

Hipótesis de Investigación: Es una respuesta (solución) tentativa al problema de investigación, que por su alto grado de fundamentación teórica y empírica tiene altas probabilidades de ser verdadera. (Hernandez-Sampieri & Mendoza Torres, 2018)

Hipótesis Nula: Son en las que el investigador trata de refutar, rechazar o anular. (Hernandez-Sampieri & Mendoza Torres, 2018)

En seguimiento a lo establecido anteriormente, se determina plantearse el siguiente problema: ¿Cuál es el impacto que se obtiene con la creación de una empresa dedicada a la asesoría empresarial para la contratación de personas con discapacidad física en instituciones del Sector privado?

Hipótesis de Investigación: A mayor uso de información y asesorías sobre la ley existente, mayor contratación de personas con discapacidad física, en instituciones del sector empresarial privado.

Hipótesis Nula: Al no tener mayor uso de información y asesorías sobre la ley existente, mayor contratación de personas con discapacidad física, en instituciones del sector empresarial privado.

#### **Hipótesis de investigación y nula por cada pregunta**

1. ¿Existe una necesidad insatisfecha en el mercado para crear una oficina de Asesoría para la Contratación de Personas con Discapacidad Física en Tegucigalpa, Honduras?

**Hipótesis de Investigación:** Existe una baja necesidad en el mercado para crear una oficina de Asesoría para la Contratación de Personas con Discapacidad Física en Tegucigalpa, Honduras.

**Hipótesis Nula:** No existe una baja necesidad en el mercado para crear una oficina de Asesoría para la Contratación de Personas con Discapacidad Física en Tegucigalpa, Honduras.

2. ¿Qué instalaciones son requeridos para la creación de una oficina de Asesoría para la Contratación de Personas con Discapacidad Física?

**Hipótesis de Investigación:** Se encuentra un menor cumplimiento de los requerimientos en instalaciones requeridos para la creación de una oficina de Asesoría para la Contratación de Personas con Discapacidad Física.

**Hipótesis Nula:** No se encuentra un menor cumplimiento de los requerimientos en instalaciones requeridos para la creación de una oficina de Asesoría para la Contratación de Personas con Discapacidad Física.

3. ¿Cuál es la estructura administrativa, organizacional y legal que componen el proyecto?

**Hipótesis de Investigación:** Se encuentra un menor cumplimiento de la estructura administrativa, organizacional y legal que componen el proyecto.

**Hipótesis Nula:** No se encuentra un menor cumplimiento de la estructura administrativa, organizacional y legal que componen el proyecto.

4. ¿Es rentable el proyecto según los resultados obtenidos de acuerdo con las herramientas financieras?

**Hipótesis de Investigación:** Existe una baja rentabilidad en el proyecto según los resultados obtenidos de acuerdo con las herramientas financieras.

**Hipótesis Nula:** No existe una baja rentabilidad en el proyecto según los resultados obtenidos de acuerdo con las herramientas financieras.

5. ¿Cuál es el impacto social del proyecto en temas de beneficios, generación de empleo y responsabilidad social?

**Hipótesis de Investigación:** Se tiene bajo impacto social del proyecto en temas de beneficios, generación de empleo y responsabilidad social.

**Hipótesis Nula:** No se tiene bajo impacto social del proyecto en temas de beneficios, generación de empleo y responsabilidad social.

#### 4.4 Diseño

La investigación se considera mixta: Las investigaciones con enfoque mixto consisten en la integración sistemática de los métodos cuantitativo y cualitativo en un solo estudio con el fin de obtener una “fotografía” más completa del fenómeno. Pueden ser conjuntados de tal manera que las aproximaciones cuantitativa y cualitativa conserven sus estructuras y procedimientos originales (“forma pura de los métodos mixtos”). (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014).

El tipo de investigación mixta se considera con preponderancia cuantitativa, de esta forma se muestran la información según el instrumento que corresponde, entrevista para el enfoque cualitativo y el instrumento encuesta para el enfoque cuantitativo.

Se requiere este enfoque de investigación ya que permite tener diferentes ángulos de la situación y brinda la oportunidad de riqueza interpretativa, puntos de suma importancia al momento de la generación de conclusiones en la presente investigación.

Al ser una investigación mixta Concurrente, lo cual significa que en las investigaciones concurrentes la data cuantitativa y cualitativa se obtiene al mismo tiempo. Ninguna de las dos tiene prioridad al momento de realizar la investigación, se manejan los siguientes diseños:

Para la investigación Cuantitativa: No experimental: Podría definirse como la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Lo que hacemos es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos. (Gomez, 2006).

Transeccionales o Transversales: Estos recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. (Gomez, 2006).

Para la investigación Cualitativa: Estudio de casos: Este consiste en un método o técnica de investigación, habitualmente utilizado en las ciencias de la salud y sociales, el cual se caracteriza por precisar de un proceso de búsqueda e indagación, así como el análisis sistemático de uno o varios casos. (Hernandez-Sampieri & Mendoza Torres, 2018).

Para ser más exactos, por caso entendemos todas aquellas circunstancias, situaciones o fenómenos únicos de los que se requiere más información o merecen algún tipo de interés dentro del mundo de la investigación.

Según su alcance se considera realizar una investigación Descriptiva la cual se define de la siguiente forma:

La investigación descriptiva; pretenden especificar las propiedades, características y perfiles de las personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, miden y recolectan datos y reportan información sobre diversos conceptos, variables, aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno o problema a investigar. En un estudio descriptivo el investigador selecciona una serie de cuestiones (que recordemos, denominamos variables) y después recaba información sobre cada una de ellas, para así representar lo que se investiga (describirlo o caracterizarlo). (Hernandez-Sampieri & Mendoza Torres, 2018).

Con la investigación con alcance descriptivo se busca identificar algunas características del fenómeno que envuelve los efectos del uso de marketing social en la contratación de personas con discapacidad física en el sector empresarial privado.

En el enfoque cualitativo se desarrolla un tipo de muestra No Probabilística: es una técnica de muestreo en la cual el investigador selecciona muestras basadas en un juicio subjetivo en lugar de hacer la selección al azar. Por conveniencia: Es una técnica de muestreo no probabilística donde las muestras de la población se seleccionan solo porque están convenientemente disponibles para el investigador. Estas muestras se seleccionan solo porque son fáciles de reclutar y porque el investigador no consideró seleccionar una muestra que represente a toda la población. (Bernal, 2010) Esta información se recolecta con el instrumento entrevista guiada.

En el enfoque cuantitativo se desarrolla un tipo de muestreo por conveniencia, esta es una técnica de muestreo no probabilístico y no aleatorio utilizada para crear muestras de acuerdo con la facilidad de acceso, la disponibilidad de las personas de formar parte de la muestra, en un intervalo de tiempo dado o cualquier otra especificación práctica de un elemento particular. (Bernal, 2010).

A la vez se aplica específicamente el muestreo por conglomerados: por lo general analiza a una población particular en la que la muestra consiste en varios elementos, por ejemplo, ciudad, familia, universidad, etc. Los conglomerados se seleccionan básicamente dividiendo la población mayor en varias secciones más pequeñas. (Bernal, 2010) Esta información se recolecta con el instrumento encuesta. Dicha muestra también es representativa, homogénea.

## **4.5 Población y Muestra**

### **4.5.1 Población**

La población de personas con discapacidad en Francisco Morazán es un total de 46,285 de habitantes, de las cuales 34,562 personas con discapacidad se encuentran en la zona urbana y de estas 25,906 poseen algún tipo de discapacidad física. De este grupo se desglosa las personas en la categoría Población en Edad de Trabajar (PET) las cuales oscilan entre los 15 años a 60 años con un total de 12,261 personas. (Instituto Nacional de Estadísticas, 2013).

### **4.5.2 Cálculo de la Muestra**

El tamaño de la muestra se calcula a continuación despejando las siguientes variables utilizando la fórmula para poblaciones Finitas:

n= Tamaño de la muestra

N= Total de la población de estudio

Za= Nivel de confianza del 97.5%

p= Proporción esperada

q= 1-p

d= Precisión 5%

Los valores:

n=

N= 12,261

Za= 2.24

p= 0.05

q= 0.95

d= 0.05

Cálculo de la muestra

$n = \frac{N \cdot Z_a^2 \cdot p \cdot q}{d^2 \cdot (N-1) + Z_a^2 \cdot p \cdot q}$

$n = \frac{(12,261 \cdot 2.24^2) \cdot (0.5 \cdot 0.95)}{(0.05^2) \cdot (12,261-1) + (2.24^2) \cdot (0.5 \cdot 0.95)}$

n=95

## 4.6 Análisis de los Resultados

### 4.6.1 Análisis Estadístico Demográfico vs. Variables de Investigación

A continuación, se muestran los resultados del cuestionario aplicado a 118 personas con discapacidad física en el Distrito Central. Para la recolección de esta información se utilizó la herramienta de Google Forms, pero debido a que muchas de las personas con discapacidad física son de bajos recursos, no tienen acceso a internet, por lo que en esos casos se realizaron llamadas telefónicas y se realizaron las preguntas al mismo tiempo que se ingresaban sus respuestas en la herramienta.

*Tabla 1: Pregunta 1 ¿Considera que existen plataformas adecuadas para que la educación de personas con discapacidad física sea efectiva?*

|        |                                   | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje<br>válido | Porcentaje<br>acumulado |
|--------|-----------------------------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válido | Totalmente en desacuerdo          | 47         | 39.8       | 39.8                 | 39.8                    |
|        | En desacuerdo                     | 35         | 29.7       | 29.7                 | 69.5                    |
|        | Ni de acuerdo ni en<br>desacuerdo | 15         | 12.7       | 12.7                 | 82.2                    |
|        | De acuerdo                        | 14         | 11.9       | 11.9                 | 94.1                    |
|        | Totalmente de acuerdo             | 7          | 5.9        | 5.9                  | 100.0                   |
|        | Total                             | 118        | 100.0      | 100.0                |                         |

*Fuente: Elaboración Propia - IBM SPSS Statistics Editor de datos*

Según los resultados de la encuesta, el 69.5% de las personas encuestadas no está de acuerdo en que existan plataformas adecuadas para una educación efectiva en el caso de personas con discapacidad física. Si analizamos esta información en conjunto con los datos demográficos recolectados, hace sentido ya que el 63.9% del total de la

muestra tiene un nivel educativo entre primaria y secundaria. ¿Porque es tan importante saber de temas de educación en la presente investigación? Porque nos permite generar teorías de si es esa una de las razones torales del motivo por el cual no tienen suficientes oportunidades laborales. Si bien es cierto existen programas del gobierno en apoyo a las personas con discapacidad, se considera debería existir mayor esfuerzo en programas de educación técnica y/o profesional, de esta manera se eliminan algunas posibles “excusas” en el sector privado empresarial.

*Tabla 2: Pregunta 2 ¿Conoce la Ley de Equidad y Desarrollo Integral para las Personas con Discapacidad Decreto no. 160-2005?*

|        |       | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | No    | 8          | 6.8        | 6.8               | 6.8                  |
|        | No    | 25         | 21.2       | 21.2              | 28.0                 |
|        | Si    | 40         | 33.9       | 33.9              | 61.9                 |
|        | Si    | 45         | 38.1       | 38.1              | 100.0                |
|        | Total | 118        | 100.0      | 100.0             |                      |

Fuente: Elaboración Propia - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Para esta pregunta sorprende que un 28% de las personas con discapacidad física encuestadas respondieran que no conocían sobre esta ley, y no solo que no la conocían, si no que no habían escuchado sobre ella, siendo estas personas miembros de asociaciones referentes a personas con discapacidad. Así mismo, algunas de las personas que respondieron que, si conocían sobre la ley, mencionaron que “habían

escuchado sobre ella” pero que no sabían con certeza lo que en ella se estipula. Según el análisis realizado, esto demuestra desinterés por parte del sector discapacidad, los cuales en la mayoría de los casos son informados de la existencia de esta, pero prefieren no prestar atención a dicha información y enfocarse en temas más inmediatos como ser bonos o ayudas, que si bien es cierto son necesarias, no significan sean la única lucha del sector.

*Tabla 3: Pregunta 3 ¿Considera que se está cumpliendo lo establecido en la Ley de Equidad y Desarrollo Integral para las Personas con Discapacidad Decreto no 160-2005 en temas laborales?*

|        |                                   | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje<br>válido | Porcentaje<br>acumulado |
|--------|-----------------------------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válido | Totalmente en desacuerdo          | 66         | 55.9       | 55.9                 | 55.9                    |
|        | En desacuerdo                     | 20         | 16.9       | 16.9                 | 72.9                    |
|        | Ni de acuerdo ni en<br>desacuerdo | 30         | 25.4       | 25.4                 | 98.3                    |
|        | De acuerdo                        | 2          | 1.7        | 1.7                  | 100.0                   |
|        | Total                             | 118        | 100.0      | 100.0                |                         |

Fuente: Elaboración Propia - IBM SPSS Statistics Editor de datos

En esta pregunta un 72.9% de la muestra considera que no se está cumpliendo con lo establecido en la Ley de Equidad y Desarrollo Integral para las Personas con Discapacidad y no solamente es cuestión de sentir, es cuestión de realidad ya que ellos mismos lo viven a diario al no tener una oportunidad de empleo o sentirse rechazado por la sociedad en general, incluyendo sectores empresariales y del estado.

*Tabla 4: Pregunta 4 ¿Considera que dicha ley es socializada lo necesario para que todas las personas con discapacidad tengan acceso a la información?*

|        |                                   | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje<br>válido | Porcentaje<br>acumulado |
|--------|-----------------------------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válido | Totalmente en desacuerdo          | 62         | 52.5       | 52.5                 | 52.5                    |
|        | En desacuerdo                     | 32         | 27.1       | 27.1                 | 79.7                    |
|        | Ni de acuerdo ni en<br>desacuerdo | 13         | 11.0       | 11.0                 | 90.7                    |
|        | De acuerdo                        | 9          | 7.6        | 7.6                  | 98.3                    |
|        | Totalmente de acuerdo             | 2          | 1.7        | 1.7                  | 100.0                   |
|        | Total                             | 118        | 100.0      | 100.0                |                         |

Fuente: Elaboración Propia - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Estas encuestas fueron realizadas tal como se mencionó con anterioridad a personas con discapacidad física que son miembros de alguna organización o asociación, y, aun así, aproximadamente un 50% de ellos no conocían o solo habían escuchado que existía dicha ley, ¿Qué pasaría si la encuesta se realiza en una población rural? ¿Qué resultados se obtendrían si la encuesta se realiza casa por casa en alguna ciudad no considera como las principales del país? Se hace referencia esto porque es necesario que todas las personas con discapacidad conozcan la ley, es difícil pretender derechos que no se conocen, y aún más difícil, querer sensibilizar al resto de la sociedad sin antes el sector conocer sus deberes y derechos.

*Tabla 5: Pregunta 5 ¿Ha visto alguna publicidad que trate de inclusión laboral para personas con discapacidad física?*

|            |            | Porcentaje | Porcentaje |
|------------|------------|------------|------------|
| Frecuencia | Porcentaje | válido     | acumulado  |

|        |       |     |       |       |       |
|--------|-------|-----|-------|-------|-------|
| Válido | No    | 95  | 80.5  | 80.5  | 80.5  |
|        | Si    | 23  | 19.5  | 19.5  | 100.0 |
|        | Total | 118 | 100.0 | 100.0 |       |

Fuente: Elaboración Propia - IBM SPSS Statistics Editor de datos

En este apartado, en las encuestas que se llenaron vía teléfono, las personas comentaban que en algunos casos que, si habían visto publicidad, pero en las asociaciones a las que pertenecían, en la secretaria de Inclusión Social o en algún evento exclusivo para personas con discapacidad, y en otros casos mencionaron que hacía algunos años, vieron en televisión anuncios sobre inclusión laboral para personas con discapacidad pero que no habían visto nada en los últimos años. Se debe considerar que la publicidad puede ayudar a dar a conocer aspectos de la ley, lo cual es un aporte dirigido a las personas con discapacidad, puede ayudar a sensibilizar al sector empresarial y al final a dar a conocer a la sociedad en general que las personas con discapacidad no son especímenes extraños y con las herramientas y las oportunidades necesarias pueden ser parte activa del sector económico.

*Tabla 6: Pregunta 6 ¿Posee carné que lo identifique como persona con discapacidad?*

|        |    | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje<br>válido | Porcentaje<br>acumulado |
|--------|----|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válido | No | 3          | 2.5        | 2.5                  | 2.5                     |
|        | No | 4          | 3.4        | 3.4                  | 5.9                     |
|        | Si | 40         | 33.9       | 33.9                 | 39.8                    |
|        | Si | 71         | 60.2       | 60.2                 | 100.0                   |

|       |     |       |       |
|-------|-----|-------|-------|
| Total | 118 | 100.0 | 100.0 |
|-------|-----|-------|-------|

Fuente: Elaboración Propia - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Este resultado sorprende cuando lo vemos de forma numérica, de las 118 personas encuestadas, solo 7 respondieron que no poseían carné que lo identificara como persona con discapacidad, pero como se menciona en respuestas anteriores, un aproximado del 50% de los encuestados no conocen o solo han escuchado sobre la Ley de Equidad y Desarrollo Integral para Personas con Discapacidad, ¿cómo es esto posible si el carné se desprende de esta ley? Debería entregarse una copia de la ley al momento de entregar los carnés o mejor aún, como requisito para sacar o renovar el carné se deberían brindar charlas informativas que expliquen la ley y los temas que contiene y así generar conocimiento y conciencia.

*Tabla 7: Pregunta 7 ¿Las empresas públicas cumplen con las expectativas laborales de las personas con discapacidad física?*

|        |                                   | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje<br>válido | Porcentaje<br>acumulado |
|--------|-----------------------------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válido | Totalmente en desacuerdo          | 45         | 38.1       | 38.1                 | 38.1                    |
|        | En desacuerdo                     | 49         | 41.5       | 41.5                 | 79.7                    |
|        | Ni de acuerdo ni en<br>desacuerdo | 17         | 14.4       | 14.4                 | 94.1                    |
|        | De acuerdo                        | 7          | 5.9        | 5.9                  | 100.0                   |
|        | Total                             | 118        | 100.0      | 100.0                |                         |

Fuente: Elaboración Propia - IBM SPSS Statistics Editor de datos

En la percepción de acuerdo con la experiencia de las personas con discapacidad, consideran que tanto el sector público como el privado no cumplen con las expectativas

laborales que ellos poseen, pero se nota un menor porcentaje De acuerdo cuando se refiere al sector público, el cual recibe un 5.9% del total de la muestra en comparación al 7.6% De acuerdo que recibe el sector privado. Cuesta entender este resultado, ya que se esperaría que el sector público sea quien más se acerca al cumplimiento de la ley.

*Tabla 8: Pregunta 8 ¿Las empresas privadas cumplen con las expectativas laborales de las personas con discapacidad física?*

|        |                                   | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje<br>válido | Porcentaje<br>acumulado |
|--------|-----------------------------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válido | Totalmente en desacuerdo          | 37         | 31.4       | 31.4                 | 31.4                    |
|        | En desacuerdo                     | 52         | 44.1       | 44.1                 | 75.4                    |
|        | Ni de acuerdo ni en<br>desacuerdo | 20         | 16.9       | 16.9                 | 92.4                    |
|        | De acuerdo                        | 9          | 7.6        | 7.6                  | 100.0                   |
|        | Total                             | 118        | 100.0      | 100.0                |                         |

Fuente: Elaboración Propia - IBM SPSS Statistics Editor de datos

En la percepción de acuerdo con la experiencia de las personas con discapacidad, consideran que tanto el sector público como el privado no cumplen con las expectativas laborales que ellos poseen, pero se nota un mayor porcentaje De acuerdo cuando se refiere al sector privado, el cual recibe un 7.6% del total de la muestra en comparación al 5.9% De acuerdo que recibe el sector público. Se sabe que el sector privado está realizando algunos cambios internos relacionados con la inclusión laboral como se muestra en el instrumento entrevista.

*Tabla 9: Pregunta 9 ¿Las empresas practican políticas reales de inclusión laboral para personas con discapacidad física?*

|        |                                   | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje<br>válido | Porcentaje<br>acumulado |
|--------|-----------------------------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válido | Totalmente en desacuerdo          | 63         | 53.4       | 53.4                 | 53.4                    |
|        | En desacuerdo                     | 33         | 28.0       | 28.0                 | 81.4                    |
|        | Ni de acuerdo ni en<br>desacuerdo | 13         | 11.0       | 11.0                 | 92.4                    |
|        | De acuerdo                        | 9          | 7.6        | 7.6                  | 100.0                   |
|        | Total                             | 118        | 100.0      | 100.0                |                         |

Fuente: Elaboración Propia - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Nuevamente la mayoría de los encuestados, específicamente un 81.4% de ellos, están en desacuerdo referente a que las empresas practican políticas reales de inclusión laboral, entre las varias llamadas realizadas muchos de los encuestaron contaron un poco de sus experiencias personales, entre ellas muchas se referían a historias en las que las personas con discapacidad física habían optado por algún puesto de trabajo de forma digital, ya sea enviando su hoja de vida o aplicando directamente en los sitios web, dada su hoja de vida, dichas personas en muchos casos eran contactadas por los reclutadores quienes les solicitaban se presentaran determinado día para para así participar de entrevistas, al llegar al lugar y hora indicados, el asombro del entrevistador era notable, en algunos casos tanto, que se les dificultaba disimular en la entrevista, al final de la misma se le indicaba a la persona que se le estaría llamando en caso de continuar el proceso y en su mayoría no volvían a tener ningún tipo de información o contacto por parte de la empresa. Aunque se requiere investigar más a fondo el punto, es notable que el constante de este hecho pueda significar la no existencia de políticas reales de inclusión laboral.

*Tabla 10: Pregunta 10 ¿Considera que ha recibido aceptación por parte de las empresas, en su experiencia personal al momento de la búsqueda de trabajo?*

|        |                                   | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje<br>válido | Porcentaje<br>acumulado |
|--------|-----------------------------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válido | Totalmente en desacuerdo          | 42         | 35.6       | 35.6                 | 35.6                    |
|        | En desacuerdo                     | 38         | 32.2       | 32.2                 | 67.8                    |
|        | Ni de acuerdo ni en<br>desacuerdo | 23         | 19.5       | 19.5                 | 87.3                    |
|        | De acuerdo                        | 13         | 11.0       | 11.0                 | 98.3                    |
|        | Totalmente de acuerdo             | 2          | 1.7        | 1.7                  | 100.0                   |
|        | Total                             | 118        | 100.0      | 100.0                |                         |

Fuente: Elaboración Propia - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Como bien se menciona en el análisis de la pregunta anterior, se considera que no existen políticas reales de inclusión laboral en las empresas, aquí notamos que el 67.8% de las personas que han sido encuestadas están en desacuerdo al hecho de haber recibido aceptación por parte de las empresas al momento de búsqueda de trabajo, también se mencionó que existen empresas las cuales hacen convocatorias generales por medio de sus redes sociales y otras formas digitales en su mayoría, indicando que están en procesos de contratación de personas con discapacidad, que no importa su nivel educativo, edad o discapacidad, todos son bienvenidos, pero según comentan las personas encuestadas, ninguno de ellos fue llamado nuevamente, solo se les recibió sus documentos y no hubo mayor información. Se sabe que un proceso de reclutamiento adecuado finaliza notificándole a todos los participantes que no han sido seleccionados (de ser el caso) y expresando el agradecimiento por participar en dicho

proceso, eso permite un cierre y demuestra respeto hacia las personas, es necesario mejorar estos procesos por la buena imagen de las empresas.

*Tabla 11: Pregunta 11 ¿Considera que las instituciones poseen infraestructura adecuada para la libre movilidad de las personas con discapacidad física?*

|        |                                   | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje<br>válido | Porcentaje<br>acumulado |
|--------|-----------------------------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válido | Totalmente en desacuerdo          | 72         | 61.0       | 61.0                 | 61.0                    |
|        | En desacuerdo                     | 31         | 26.3       | 26.3                 | 87.3                    |
|        | Ni de acuerdo ni en<br>desacuerdo | 6          | 5.1        | 5.1                  | 92.4                    |
|        | De acuerdo                        | 9          | 7.6        | 7.6                  | 100.0                   |
|        | Total                             | 118        | 100.0      | 100.0                |                         |

Fuente: Elaboración Propia - IBM SPSS Statistics Editor de datos

El 87.3% de los encuestados están en desacuerdo y total desacuerdo cuando se refiere a la afirmación de que las instituciones poseen la infraestructura adecuada para la libre movilidad de las personas con discapacidad física. La ley menciona que todas las empresas sin importar su rubro deben tener instalaciones adecuadas para la libre movilidad de las personas con discapacidad física y en la misma ley se mencionan las sanciones en caso de incumplimiento, pero seguimos viendo que muchos lugares no poseen ni básicos como rampla o pasamanos para su ingreso. Algunos han concluido que, si poseen 5 sucursales y una posee estas características de acceso, es suficiente y que la persona con discapacidad física debe ir a esa sucursal, pero esto no es lo que la ley indica, la persona con discapacidad debe elegir visitar la sucursal que más le convenga, ya sea porque se encuentra geográficamente más cerca de él o porque así lo desea, y no elegirla porque es la única en la que puede ingresar.

## 4.7 Participación del Proyecto en el Mercado

Tabla 12: Estimación de la demanda

| Estimación de la demanda |     |      |             |                                        |               |                          |                           |                                                        |                          |                                         |                                   |
|--------------------------|-----|------|-------------|----------------------------------------|---------------|--------------------------|---------------------------|--------------------------------------------------------|--------------------------|-----------------------------------------|-----------------------------------|
|                          |     |      |             | Es una Persona con Discapacidad Física |               |                          |                           | SEGMENTO                                               | NICHO                    | Trabajo por Persona                     |                                   |
| % de crecimiento INE     |     |      |             | PET Area Urbana/ INE                   | PARTICIPACIÓN |                          | Rango de Edad             | Nivel de Educacion                                     | Pesimista                | Anual                                   | Salario Minimo                    |
| 1.6%                     |     |      |             | 26.49%                                 | 100.00%       |                          | 76.60%                    | 33%                                                    | 1%                       | 1                                       | 9000                              |
| Año                      |     | Año  | Población N | PEA                                    | DEMANDA TOTAL | DEMANDA TOTAL / unidades | Personas entre 31-50 años | Superior (Pasante Universitario, Universidad Completa) | Participación de Mercado | demanda de nuestro producto X/ Unidades | demanda de nuestro producto/ Lps. |
| 1                        |     | 2022 | 46,285      | 12,261                                 | 12,261        | 12,261                   | 9,392                     | 3,071                                                  | 31                       | 31                                      | 276,402.05                        |
| 2                        | 741 | 2023 | 47,026      | 12,457                                 | 12,457        | 12,457                   | 9,542                     | 3,120                                                  | 31                       | 31                                      | 280,824.48                        |
| 3                        | 752 | 2024 | 47,778      | 12,656                                 | 12,656        | 12,656                   | 9,695                     | 3,170                                                  | 32                       | 32                                      | 285,317.67                        |
| 4                        | 764 | 2025 | 48,542      | 12,859                                 | 12,859        | 12,859                   | 9,850                     | 3,221                                                  | 32                       | 32                                      | 289,882.76                        |
| 5                        | 777 | 2026 | 49,319      | 13,065                                 | 13,065        | 13,065                   | 10,008                    | 3,272                                                  | 33                       | 33                                      | 294,520.88                        |
| 6                        | 789 | 2027 | 50,108      | 13,274                                 | 13,274        | 13,274                   | 10,168                    | 3,325                                                  | 33                       | 33                                      | 299,233.21                        |
| 7                        | 802 | 2028 | 50,910      | 13,486                                 | 13,486        | 13,486                   | 10,330                    | 3,378                                                  | 34                       | 34                                      | 304,020.95                        |
| 8                        | 815 | 2029 | 51,724      | 13,702                                 | 13,702        | 13,702                   | 10,496                    | 3,432                                                  | 34                       | 34                                      | 308,885.28                        |
| 9                        | 828 | 2030 | 52,552      | 13,921                                 | 13,921        | 13,921                   | 10,664                    | 3,487                                                  | 35                       | 35                                      | 313,827.45                        |
| 10                       | 841 | 2031 | 53,393      | 14,144                                 | 14,144        | 14,144                   | 10,834                    | 3,543                                                  | 35                       | 35                                      | 318,848.68                        |

Fuente: Autoría Propia

## 4.8 Competencia Existente en el Mercado

Según lo investigado no existe una institución o empresa que preste este mismo servicio en el país, por lo menos no a gran escala y con el impacto que se espera para la campaña que sea desea proponer en este trabajo de investigación.

Pero si se encuentran instituciones que presentan a pequeña escala algún tipo de servicio, como algunos centros e instituciones que brindan apoyo a personas con discapacidad y la secretaria de Desarrollo e Inclusión Social.

Por lo tanto, desarrollamos los siguientes puntos:

*Tabla 13: Competencia en mercado*

| Principales competidores                                                              | Características importantes (fortalezas)                                                                                         | Identificar posibles debilidades                                                                                  | Precios | Sus proveedores | Estrategias competitivas                                                                                                                                              |
|---------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|-----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| FENOPDIH: Federación Nacional de Organismos de Personas con Discapacidad de Honduras  | Se encuentran reconocidas por el gobierno como instituciones especializadas para el manejo de temas de Personas con discapacidad | Si bien es cierto se pensaría que la union hace la fuerza, en este caso las limita en alcance por falta de vision | -       | Gobierno y ONGs | Segun las investigaciones el enfoque de dichas asociaciones esta mayormente dirigido a la obtencion a corto plazo de apoyo, que a visualizar a gran escala el impacto |
| FENAPAPEDISH: Federación Nacional de Padres de Personas con Discapacidad de Honduras. | Se encuentran reconocidas por el gobierno como instituciones especializadas para el manejo de temas de Personas con discapacidad | Si bien es cierto se pensaría que la union hace la fuerza, en este caso las limita en alcance por falta de vision | -       | Gobierno y ONGs | Segun las investigaciones el enfoque de dichas asociaciones esta mayormente dirigido a la obtencion a corto plazo de apoyo, que a visualizar a gran escala el impacto |
| CIARH: Coordinadora de Instituciones y asociaciones de Rehabilitación de Honduras.    | Se encuentran reconocidas por el gobierno como instituciones especializadas para el manejo de temas de Personas con discapacidad | Si bien es cierto se pensaría que la union hace la fuerza, en este caso las limita en alcance por falta de vision | -       | Gobierno y ONGs | Segun las investigaciones el enfoque de dichas asociaciones esta mayormente dirigido a la obtencion a corto plazo de apoyo, que a visualizar a gran escala el impacto |

Fuente: Autoría Propia

#### 4.9 Promoción y Publicidad

Como recomendación se sugiere la creación y puesta en práctica de una campaña de sensibilización sobre la contratación de personas con discapacidad física la cual está dirigida a los sectores empresariales, las personas con discapacidad y la sociedad en general.

## **Paso 1 Brief de campaña**

### **Brief de comunicación**

Este material, es el punto de partida para la correcta realización de cualquier campaña. Es el medio por el cual obtendremos la información necesaria para realizar una propuesta de campaña de publicidad o mercadeo de la manera más completa posible según su solicitud.

Fecha de solicitud: XXXX

Fecha de entrega del brief: XXXX

Unidad solicitante: Área de mercadeo, Área de Responsabilidad Social, Área de RRHH

Enlace Responsable: Quien corresponda

#### **1. Antecedentes:**

La discapacidad es una característica más de la diversidad y no es una condición que deba definir la vida de las personas, es una situación relativa que proviene de la interacción entre las capacidades de una persona y su entorno.

Las personas con discapacidad se encuentran en desventaja en relación con las personas sin discapacidad debido a la falta de oportunidades de inclusión en los diferentes ámbitos de la vida, en consecuencia, el nivel educativo es bajo, presentan dificultad para encontrar trabajo y continúan la dependencia económica familiar. Al utilizar herramientas del marketing como las campañas de comunicación para sensibilizar a la

sociedad, se puede analizar los beneficios que pueden obtener sectores vulnerables como los son las personas con discapacidad física.

## **2. Descripción del proyecto a comunicar:**

Hacer de conocimiento a la sociedad en general sobre aspectos en tema laborales de la Ley de Equidad y Desarrollo Integral para las Personas con Discapacidad (Decreto 160-2005) generando conciencia y sensibilización sobre los derechos e inclusión de las personas con discapacidad.

## **3. Objetivo de la campaña:**

Deseamos que la campaña tenga como objetivos:

- a) Informar al público sobre algunos aspectos de la Ley de Equidad y Desarrollo Integral para las Personas con Discapacidad (Decreto 160-2005).
- b) Generar conciencia sobre los derechos de las personas con discapacidad.
- c) Crear una campaña de sensibilización sobre la inclusión laboral de personas con discapacidad.

## **4. Público objetivo**

Va dirigido a los sectores empresariales, las personas con discapacidad y al público en general.

## **5. Mensaje clave:**

Es importante mencionar:

- a) Resaltar la Ley de Equidad y Desarrollo Integral para las Personas con Discapacidad

- b) Importancia de la inclusión laboral para las personas con discapacidad
- c) Significado de equidad y su diferencia de igualdad
- d) Para más información visitar el sitio web de la secretaria de Inclusión Social.

**6. Medios con los que cuentan:**

- a) Redes Sociales: Instagram y Facebook
- b) Sitio web de la secretaria de Desarrollo e Inclusión Social
- c) Correos masivo corporativo
- d) Radio
- e) Televisión
- f) Consultores de la secretaria de Desarrollo e Inclusión Social
- g) Departamento de RRHH de las empresas
- h) Vallas Publicitarias

**7. Estilo y tono:**

Sería Formal

**8. Duración de la campaña: XXXX**

**9. Manejo de Línea Gráfica:**

Elementos gráficos por usarse para la elaboración de la campaña: Colores corporativos, pictogramas, Manual de marca, etc.

**10. Presupuesto: XXXX**

**11. Materiales a entregar:**

Spot de radio, anuncio de televisión, post para redes sociales e impresos.

## **Paso 2: Propuesta de campaña publicitaria**

- **Nombre de la campaña:** “Todos somos parte del desarrollo”
- **Concepto de la campaña:** Informar al público en general sobre algunos aspectos de la Ley de Equidad y Desarrollo Integral para las Personas con Discapacidad (Decreto 160-2005), generando conciencia sobre sus derechos y a su vez creando sensibilización sobre la inclusión laboral de personas con discapacidad.
- **Público Objetivo:** Va dirigido a los sectores empresariales, las personas con discapacidad y al público en general.
- **Medios de comunicación:** Redes sociales: Instagram y Facebook, sitio web de la secretaria de Inclusión Social, correos masivos corporativo, radio y televisión.
- **Vocero de campaña:** Persona con discapacidad física y preparación académica.
  - **Otras actividades:** Realizar campañas de sensibilización con el apoyo de los consultores de la secretaria de Desarrollo e Inclusión Social, visitando el sector empresarial. Dicha propuesta de campaña tiene como objetivo llevarse a cabo vía donaciones y beneficio del sector empresarial hondureño.

## **Paso 3: Storyboard para televisión**

El anuncio televisivo contará la historia de personas laborando en diferentes compañías de variados rubros, todos desempeñándose de forma cotidiana, se mostraran sus rostros y parte del torso diciendo “yo, soy parte del desarrollo”, luego de varias personas en el mismo escenario se realizara un cierre en el que todas las tomas se unen y poco a poco se muestra a las personas en cuerpo completo, dejando visible su

discapacidad y diciendo juntos “Todos somos parte del desarrollo” generando así un cierre de impacto, a continuación se detallan las posibles tomas como ejemplo:

*Ilustración 1: Storybord TV*

Duración: 30”

Toma 1



Close-up del participante

Voz en Off: “Yo, soy parte del desarrollo”

Toma 2



Close-up del participante

Voz en Off: “Yo, soy parte del desarrollo”

Toma 3



Close-up del participante

Voz en Off: “Yo, soy parte del desarrollo”

Toma 4



Close-up del participante

Voz en Off: “Yo, soy parte del desarrollo”

Toma 5



Close-up del participante

Voz en Off: “Yo, soy parte del desarrollo”

Toma 6



Close-up del participante

Voz en Off: “Yo, soy parte del desarrollo”

Toma 7



Toma abierta de todos los participantes en su entorno

Voz en Off: “**TODOS SOMOS PARTE DEL DESARROLLO**”

Voz en Off: “**Infórmate en Sitio Web XXXX**”

Fuente: Autoría propia

## Paso 4: Guion para radio

### *Ilustración 2: Guion para Radio 1*

**Versión:** Todos somos parte del Desarrollo-JOVEL

**Medio:** Radio

**Duración:** 30"

| Locución                                                                                                                         | Efectos de sonido     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|
| Joven:<br><b>Estudié mecánica automotriz y trabajo en un taller de vehículos reparando autos antiguos desde hace unos meses.</b> | Música: Relajante     |
| <b>A los 15 años perdí mi pierna derecha pero eso no me ha impedido jugar potra también.</b>                                     |                       |
| <b>Yo soy parte del desarrollo.</b>                                                                                              |                       |
| Loc. Institucional:<br><b>Así como Jovel, muchas personas con discapacidad se incorporan a la vida productiva del país.</b>      | Música: Institucional |
| <b>Jovel es parte del desarrollo.</b>                                                                                            |                       |
| <b>Cierre: Todos somos parte del desarrollo.</b>                                                                                 |                       |
| <b>Secretaría de Desarrollo e Inclusión Social de Honduras</b>                                                                   |                       |

Fuente: Autoría propia

### *Ilustración 3: Guion para Radio 2*

**Versión:** Todos somos parte del Desarrollo-ESTELA

**Medio:** Radio

**Duración:** 30"

| Locución                                                                                                                                              | Efectos de sonido     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|
| Señora habla con emoción y orgullo:<br><b>Hace 2 años comencé mi propio negocio, una panadería, que ahora emplea a 5 personas y todo va muy bien.</b> | Música: Relajante     |
| <b>Soy no vidente.</b>                                                                                                                                |                       |
| <b>Yo soy parte del desarrollo.</b>                                                                                                                   |                       |
| Loc. Institucional:<br><b>Así como Estela, muchas personas con discapacidad se incorporan a la vida productiva del país.</b>                          | Música: Institucional |
| <b>Estela es parte del desarrollo.</b>                                                                                                                |                       |
| <b>Cierre: Todos somos parte del desarrollo.</b>                                                                                                      |                       |
| <b>Secretaría de Desarrollo e Inclusión Social de Honduras</b>                                                                                        |                       |

Fuente: Autoría propia

### Paso 5: Arte gráfico

El material diseñado, será utilizado en: Post de redes sociales, correos corporativos, material impreso y vallas publicitarias.

*Ilustración 4: Arte gráfico*



Fuente: Autoría propia

#### 4.10 Canales de Distribución y/o Comercialización

Luego de analizar a profundidad se considera que los canales de Distribución y/o Comercialización para este proyecto, están ya incluidos en la etapa de Publicidad por las características y fin de este.

#### 4.11 Cuadro de Cálculo de Precios

Debido a la naturaleza del proyecto, se coloca en este apartado los cálculos realizados sobre los precios correspondientes al desarrollo de la campaña.

*Tabla 14: Calculo de precio*

| Productos Seleccionados en la encuesta | Precio de Venta |        | Precio Vta. Ponderado |               |
|----------------------------------------|-----------------|--------|-----------------------|---------------|
| Asesoría Revisión de Instalaciones     | L               | 20,000 | L                     | 6,600         |
| Asesoría de Procesos                   | L               | 20,000 | L                     | 6,600         |
| Asesoría Completa                      | L               | 30,000 | L                     | 10,200        |
| <b>Total Precio Ponderado</b>          |                 |        | <b>L</b>              | <b>23,400</b> |

Fuente: Autoría propia

### 5 ESTUDIO DE ASPECTOS TÉCNICOS E INGENIERÍA DEL PROYECTO

#### 5.1 Introducción

La ubicación y el costo en arriendo del edificio donde se ubicará la empresa fueron realizados a través del estudio de propiedades en diferentes sitios web inmobiliarios en Tegucigalpa y Comayagüela, en sectores cercanos al mayor acceso a transporte y las zonas comerciales de la ciudad. De dicho estudio, se obtuvo el valor de arriendo para la empresa de Asesoría por el precio de Lps.21,437.5, contando con un espacio de 120 mts<sup>2</sup> esto ubicado en el edificio Metrópolis. El motivo de selección del local en este sector

es debido a que éste cuenta con amplio estacionamiento, también tiene acceso vehicular fluido.

## **5.2 Identificar la ubicación más ideal: la macro y micro localización**

### **5.2.1 Macro Localización**

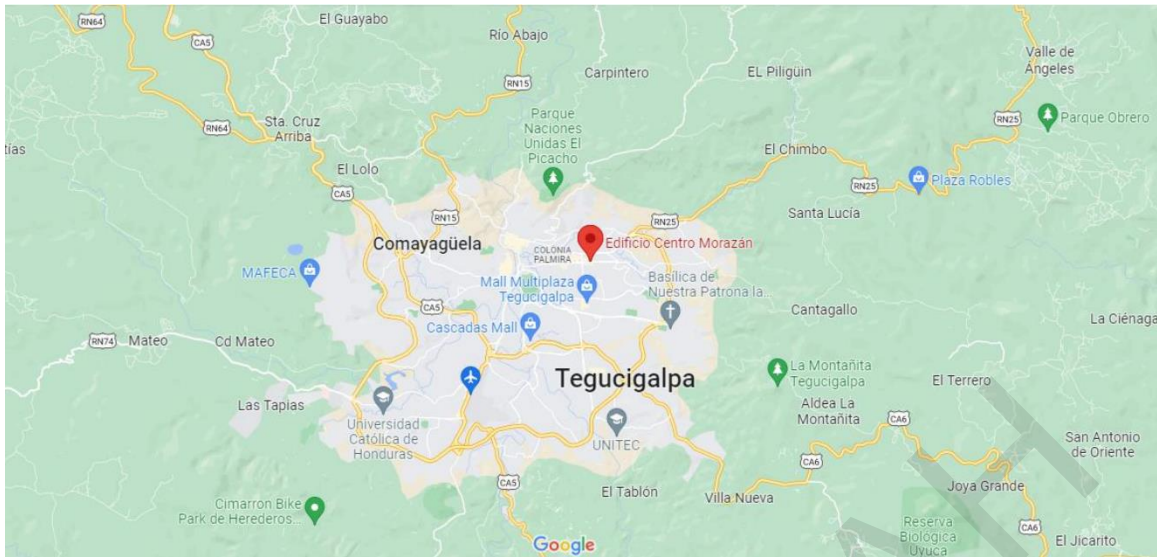
Consiste en decidir la zona general en donde se instalará la empresa o negocio. También llamada macrozona, es el estadio de localización que tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto.

Determinando sus características físicas e indicadores socioeconómicos más relevantes. Es decir, cubriendo las exigencias o requerimiento de proyecto.

Tiene el propósito de encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto, es decir cubriendo las exigencias o requerimientos contribuyendo a minimizar los costos de inversión y los costos y gastos durante el periodo productivo del proyecto.

Para la finalidad de este proyecto se selecciona el Departamento de Francisco Morazán, la ciudad de Tegucigalpa.

*Ilustración 5: Macro Localización*



Fuente: Google Maps

### 5.2.2 Micro Localización

Se elige el punto preciso, dentro de la macrozona, en donde se ubicará definitivamente la empresa o negocio. Conjuga los aspectos relativos a los asentamientos humanos, identificación de actividades productivas, y determinación de centros de desarrollo.

Selección y delimitación precisa de las áreas, también denominada sitio, en que se localizara y operara el proyecto dentro de la macrozona.

Tiene el propósito de seleccionar la comunidad y el lugar exacto para instalar la planta industrial, siendo este sitio el que permite cumplir con los objetivos del lograr la más alta rentabilidad o producir el mínimo costo unitario.

Para la finalidad de este proyecto se selecciona el Departamento de Francisco Morazán, la ciudad de Tegucigalpa, Bulevar Morazán frente a Mall El Dorado en Edificio Centro Morazán.

*Ilustración 6: Micro Localización*



Fuente: Google Maps

### **5.3 Identificar las características más importantes por su selección o ubicación**

#### **5.3.1 Macro Localización**

En la macro localización se deben tomar en cuenta los siguientes aspectos: Facilidades y costos del transporte, Disponibilidad y costo de la mano de obra e insumos, materias primas, energía eléctrica, combustibles, agua, etc., Localización del mercado, Disponibilidad, características topográficas y costo de los terrenos, Facilidades de distribución, Comunicaciones, Condiciones de vida, Leyes y reglamentos, Clima, Acciones para evitar la contaminación del medio ambiente, Disponibilidad y confiabilidad de los sistemas de apoyo, Actitud de la comunidad, Zonas francas, Condiciones sociales y culturales.

#### **5.3.2 Micro Localización**

Para la micro localización hay que tomar en cuenta: Localización urbana, o suburbana o rural, Transporte del personal, Policía y bomberos, Costo de los terrenos,

Cercanía a carreteras, Cercanía al aeropuerto, Disponibilidad de vías férreas, Cercanía al centro de la ciudad, Disponibilidad de servicios (agua, energía eléctrica, gas, servicio telefónico), Tipo de drenajes, Condiciones de las vías urbanas y de las carreteras, Disponibilidad de restaurantes, Recolección de basuras y residuos, Restricciones locales, Impuestos, Tamaño del sitio, Forma del sitio, Características topográficas del sitio, Condiciones del suelo en el sitio.

## **5.4 Analizar los factores internos y externos de la localización**

### **5.4.1 Factores Internos**

La distribución de las instalaciones consiste en determinar dónde se colocarán los departamentos, los grupos de trabajo de los departamentos, las estaciones de trabajo y los puntos donde se guardan los materiales de trabajo dentro de una instalación productiva. El objetivo es ordenar estos elementos de manera que se garantice el flujo continuo del trabajo en una fábrica o un patrón de tránsito dado en una organización de servicios.

En general, los elementos que intervienen en la decisión de la distribución son, especificación de los objetivos y los criterios que se aplicarán para evaluar el diseño. Dos criterios básicos de uso común son la cantidad de espacio que se requiere y la distancia que se debe recorrer entre los elementos de la distribución, cálculos de la demanda de productos o servicios del sistema, procesamiento que se necesitará, en términos del número de operaciones y la cantidad de flujo entre los elementos de la distribución, espacio que se necesitará para los elementos de la distribución, disponibilidad de espacio dentro de la instalación misma o, si se trata de una nueva, las configuraciones posibles para el edificio.

Al abordar la distribución, se estudiará cómo se determinan las distribuciones de acuerdo con distintos formatos o estructuras del flujo de trabajo. Se hará hincapié en las técnicas cuantitativas, pero también se presentarán algunos ejemplos de la importancia que los factores cualitativos tienen a la hora de diseñar la distribución.

Podemos llegar a la conclusión que la correcta distribución de las instalaciones es de vital importancia para una empresa manufacturera como para una de servicios, ya que una correcta distribución tanto de los bienes como de los diversos departamentos de trabajo se puede tener un mejor resultado en cuanto a los objetivos de cada empresa, nos evita la pérdida de tiempo y espacios productivos en las instalaciones.

También es importante mencionar que se realizó la verificación de accesibilidad para personas con discapacidad física en la ubicación seleccionada, cumpliendo con los siguientes aspectos:

#### Lista de chequeo para el itinerario accesible

- Estacionamiento para las Personas con Discapacidad
- Señalización
- Veredas
- Rampa en la entrada del edificio
- Puertas en la entrada del edificio
- Baño accesible dentro de una unidad sanitaria con compartimientos
- Pasillos y galerías
- Ascensores
- Sala de reunión

Por lo tanto, se considera que la ubicación seleccionada en el Edificio Centro Morazán cumple los factores como: espacio requerido, ubicación y acceso a los servicios necesarios como los básicos y conectividad requeridos para el desarrollo de las funciones y éxito de la empresa de asesoría.

#### **5.4.2 Factores Externos**

El aspecto comercial es vital para las empresas del sector servicios, las cuales dependen exclusivamente del lugar en el que se encuentren y la accesibilidad que tengan los establecimientos para sus clientes.

Coste del establecimiento: las mejores localizaciones son las más caras y, además, hay que contar con la cantidad de dinero que puede costar la reforma.

Proximidad a la demanda: estar cerca de la demanda y de nuestro target es imprescindible para que puedan llegar a nosotros. Estar cerca de los clientes es la mejor forma que conseguir que nos elijan.

Local visible: la importancia de la visibilidad es tal, que un negocio difícil de encontrar o que no destaque, puede hacer que un consumidor no satisfaga sus necesidades.

Comunicaciones y facilidad de acceso: este aspecto es fundamental para las empresas, ya que, si es difícil acceder a ellas, los clientes pueden optar por otras opciones.

Actividades complementarias: si alrededor de nuestra empresa existen otros tipos de actividades, puede ayudar, y mucho, a aumentar el número de clientes en nuestro negocio.

## **5.5 Analizar la ubicación de su competencia**

Luego de realizar investigaciones correspondientes sobre empresas dedicadas de forma directa a proporcionar asesorías sobre la contratación de personas con discapacidad física, se concluye que no existe una que represente una competencia directa, al contrario, las organizaciones existentes representan fuente de información y apoyo para el éxito de la empresa de asesorías denominada en este proyecto como Asesorías E&M.

## **5.6 Definir y explicar el método elegido para la selección de la mejor ubicación**

Factores ponderados: Se asignan valores cuantitativos a una serie de factores: Este método consiste en definir los principales factores determinantes en una localización, para asignarles valores ponderados de peso relativo, de acuerdo con la importancia que se les atribuye. El peso relativo sobre la base de una suma igual a uno. Algunos factores: materia prima, control ambiental, factores de la comunidad, agua, energía y combustibles, mercados, mano de obra, restricciones, aspectos legales, condiciones climáticas.

Para efectos del presente proyecto de investigación se selecciona el método de Factores ponderados en el cual se asignan valores cuantitativos a una serie de factores los cuales se presentan a continuación.

## Valoración Selección de Ubicación

Tabla 15: Selección de ubicación

| DETALLE                                                          | PESO/IMPORTANCIA | VALORACION                             |                        |                                 | RESULTADO/ CALIFICACION                |                        |                                 |
|------------------------------------------------------------------|------------------|----------------------------------------|------------------------|---------------------------------|----------------------------------------|------------------------|---------------------------------|
|                                                                  |                  | OPCION A<br>Edificio Centro<br>Morazan | OPCION B<br>Novacentro | OPCION C<br>Torre<br>Metropolis | OPCION A<br>Edificio Centro<br>Morazan | OPCION B<br>Novacentro | OPCION C<br>Torre<br>Metropolis |
| Cerca del mercado Meta                                           | 20%              | 10                                     | 10                     | 10                              | 2                                      | 2                      | 2                               |
| Calles y acceso disponible para Empleados, Proveedores, Clientes | 20%              | 10                                     | 9                      | 8                               | 2                                      | 1.8                    | 1.6                             |
| Precio de local                                                  | 10%              | 9                                      | 10                     | 8                               | 0.9                                    | 1                      | 0.8                             |
| Seguridad                                                        | 10%              | 10                                     | 9                      | 9                               | 1                                      | 0.9                    | 0.9                             |
| Acceso a disponibilidad de parqueos                              | 10%              | 9                                      | 9                      | 10                              | 0.9                                    | 0.9                    | 1                               |
| Acceso a servicios de Internet                                   | 10%              | 10                                     | 9                      | 9                               | 1                                      | 0.9                    | 0.9                             |
| Zona con servicios basicos                                       | 10%              | 10                                     | 10                     | 10                              | 1                                      | 1                      | 1                               |
| Acceso a Recurso Humano de Calidad                               | 10%              | 9                                      | 10                     | 10                              | 0.9                                    | 1                      | 1                               |
| <b>Total</b>                                                     | <b>100%</b>      | <b>77</b>                              | <b>76</b>              | <b>74</b>                       | <b>9.7</b>                             | <b>9.5</b>             | <b>9.2</b>                      |

Fuente: Autoría Propia

Luego de realizado el análisis se concluye que la mejor opción corresponde a el seleccionado, Edificio Centro Morazán al obtener la mayor calificación ponderada según la suma de los factores analizados.

Tabla 16: Resultado y Calificación

| RESULTADO/ CALIFICACION             | Total |
|-------------------------------------|-------|
| OPCION A<br>Edificio Centro Morazan | 9.7   |
| OPCION B<br>Novacentro              | 9.5   |
| OPCION C<br>Torre Metropolis        | 9.2   |

Fuente: Autoría Propia

## 5.7 Estructurando la ingeniería de la planta

### 5.7.1 Elaborar los flujos del proceso de producción

Debido al rubro de la empresa no posee una planta de producción como tal, pero para efectos visuales se grafican algunas de las funciones que se llevaran a cabo como empresa de Asesoría.

Tabla 17: Flujo de Proceso de Producción

| PASOS                                                | DURACIÓN | SIMBOLOGÍA                                                                        |                                                                                   |                                                                                    |                                                                                     |                                                                                     | PERSONAS INVOLUCRADAS |
|------------------------------------------------------|----------|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|
|                                                      |          |  |  |  |  |  |                       |
| Promocion y Publicidad de la empresa                 | 3 horas  | ●                                                                                 |                                                                                   |                                                                                    |                                                                                     |                                                                                     | 1                     |
| Visitas a/y de clientes potenciales                  | 4 horas  | ●                                                                                 |                                                                                   |                                                                                    |                                                                                     |                                                                                     | 2                     |
| Presentacion de servicios                            | 1 hora   |                                                                                   |                                                                                   |                                                                                    |                                                                                     | ●                                                                                   | 2                     |
| Espera de la retroalimentacion del cliente potencial | 24 horas |                                                                                   |                                                                                   | ●                                                                                  |                                                                                     |                                                                                     | 2                     |
| Revision y seguimiento de mejoras                    | 4 horas  | ●                                                                                 |                                                                                   |                                                                                    |                                                                                     |                                                                                     | 1                     |

Fuente: Autoría Propia

### 5.7.2 Sobre el tema de planta y equipo

Debido a la finalidad del proyecto se realiza el análisis para el equipamiento de una oficina como opción debido a que al ser una empresa de servicio no posee una planta de producción como tal.

Durante el equipamiento de una oficina hay que planificar cada estación de trabajo, de acuerdo con las actividades que se realizarán allí y tomando en cuenta la calidad de cada elemento, más allá del costo.

Es decir, factores ergonómicos que favorezcan la salud y el bienestar de los colaboradores, así como, la garantía de los muebles, son los que ofrecerán mayores beneficios a largo plazo e impactarán más en la productividad del entorno laboral.

Además, cada área de trabajo debe estar alineada a las necesidades de los usuarios y ser multifuncional, pensando en que estos requieran mayor espacio para realizar sus tareas o se integren nuevos empleados.

Ahora bien, ¿qué se necesita definir antes de equipar la oficina?:

- Cuántos usuarios ocuparán el espacio

- Qué actividades van a realizar
- Cuáles son las dimensiones y características del espacio que vas a equipar
- Cuánto tiempo tienes para amueblar el espacio
- Cuánto presupuesto quieres invertir.
- Elegir el mobiliario y equipo de oficina adecuados

Actualmente, las empresas se encuentran más abiertas a crear diseños innovadores y sofisticados que incentiven la creatividad y mejoren la colaboración entre los empleados. Así, la industria inmobiliaria se ha mantenido al margen de las nuevas demandas de los oficinistas, favoreciendo la ergonomía y adecuando el mobiliario a nuestras necesidades y funciones diarias.

Se considera importante mencionar estos 10 elementos imprescindibles en el equipamiento de una oficina:

1. Mobiliario: Aquí entran los escritorios, las sillas, archiveros, estantes, botes de basura, repisas, libreros, mesas de trabajo, sillones, entre otros. Se toma en cuenta que cada elemento tiene un papel importante, pero, no es indispensable que se encuentren todos en cada estación de trabajo. Por otro lado, la ergonomía implica adecuar el espacio al usuario, por lo que cada detalle debe tener una utilidad, es decir, no tener menos ni más de lo necesario para optimizar el espacio.

2. Computadoras y software: Una computadora es, casi siempre, el recurso más valioso para la producción, comunicación y gestión empresarial. El tipo o modelo de pc que se elija y sus características dependen totalmente de las actividades que se van a realizar. Contar con computadoras en la oficina es indispensable y aún más, proteger la

información de clientes y de la propia empresa. Para ello, las múltiples ofertas de software ofrecen almacenamiento seguro y brindan movilidad para consultarla cuando sea necesario.

3. Internet: Pero, los dispositivos electrónicos no servirían de nada sin un medio que ayude a conectar a tus empleados, clientes y negocio. Para ello, se requiere de un servicio de Internet que provea de una red para que los colaboradores trabajen eficientemente.

4. Multifuncionales: Aunque, hoy en día, la mayoría de la información se mueve digitalmente, no está de más tener una impresora multifunción para aquellos documentos que se requiera registrar en papel. Muchas veces esas impresiones deben ser fotocopias o escaneadas y, si se encuentra en otro lugar, tal vez se deba enviar por fax o correo electrónico. En ese sentido, las máquinas multifuncionales pueden significar un ahorro de tiempo y dinero considerable.

5. Servicios: Tanto los básicos como el agua, la luz y el internet, el acondicionamiento de la oficina y los servicios exteriores (como pueden ser las plataformas que ayudan a gestionar los procesos internos), deben ser contratados y pagados en tiempo y forma. La mala gestión de ellos puede detener la operación y evitar que los colaboradores trabajen eficientemente, o por el contrario, mejorar la productividad y competitividad del negocio.

6. Papelería: En papelería se pueden considerar los pizarrones, plumones, bolígrafos, libretas, engrapadoras, post-its, cinta adhesiva, clips, etc. Aunque estemos en la era digital, son elementos que no pueden faltar en una mesa de trabajo para realizar anotaciones y registrar las tareas pendientes.

7. Teléfonos: Cada día se realizan múltiples actividades mediante celular. Revisar correos electrónicos, hacer llamadas, enviar mensajes, pagar servicios, realizar trámites y operaciones bancarias. Para mejorar la comunicación entre los empleados y con los clientes, es importante contar con un sistema telefónico, ya sea estático o portátil, del cual se pueda disponer para que el intercambio sea más eficaz y oportuno.

8. Iluminación: La iluminación en la oficina es muy importante para conseguir un mejor desempeño en el puesto de trabajo. De no cuidarla, podemos sentirnos cansados, sufrir dolores de cabeza o tener una mala postura. Se recomienda que el espacio de trabajo cuente con fuentes de luz natural y artificial, una ventana y una lámpara en el escritorio que disminuyan la fatiga ocular y cuyo consumo eléctrico sea bajo, también.

9. Artículos decorativos: Aunque no son indispensables, sí infieren en la motivación y sentido de pertenencia. Lo ideal es que cada usuario personalice su estación de trabajo, pero, si se trata de puestos pequeños, otra opción es colocar cuadros, plantas o cambiar el color de las paredes.

10. Máquina de café y dispensador de agua: El coffee break puede ser un lapso en el que los colaboradores se despejen y consigan regresar a sus labores más motivados. Puesto que, pasamos tantas horas en la oficina sin posibilidad de desplazarnos, ir por un café o agua para hidratarnos, puede significar un tiempo de relajación y convivencia con los demás compañeros.

Igualmente, se debe considerar el mantenimiento del equipo y mobiliario de oficina, pues, con el tiempo y uso, es normal que se desgaste y requiera reparaciones o actualizaciones, según sea el caso. Por otra parte, los suministros de papelería y limpieza también son relevantes para conservar el lugar de trabajo ordenado y limpio.

Se adjunta en Anexos algunos objetos y su respectiva cotización.

**5.7.3 Mano de obra (De la planta Planta). Especializada o no especializada, analizar la mano de obra de su competencia, los beneficios, la forma de contratación.**

Según las investigaciones realizadas, no se identifica competencia directa para la empresa de Asesoría, ya que las entidades que tratan el tema no lo consideran a fondo y/o lo abordan desde el punto de vista diferente, si considerar la ley o los beneficios que en esta se mencionan.

Pero si se considera resaltar ciertas habilidades que el personal de la empresa debe poseer, sobre todo con el fin de brindar un servicio de calidad.

Es importante saber que las habilidades laborales son las competencias, actitudes y aptitudes que desarrollan los individuos a través de las experiencias profesionales, así como desde la formación mediante cursos, seminarios y especializaciones. Estas a su vez, representan un factor determinante para el fomento del trabajo en equipo y, en consecuencia, de la competitividad empresarial u organizacional.

Teniendo dicho concepto presente, se mencionan algunas habilidades:

**Comunicación:** Es importante que las personas desarrollen esta capacidad, ya que la a través de la escucha activa y la empatía con los demás se genera la transmisión efectiva de un mensaje.

**Creatividad:** La capacidad de generar ideas en las distintas áreas de la organización es una capacidad que puede propender el desarrollo de una empresa. Se visualiza como elemento relevante de las habilidades laborales de una persona en su desempeño.

**Colaboración:** La responsabilidad en cuanto a las actividades del equipo y tomar parte de ellas es una capacidad que ayuda a convertir el espacio de trabajo en un ambiente armónico.

**Adaptación:** Es una capacidad asociada a la forma en que una persona ajusta su conducta al entorno y a las situaciones que se presentan en él.

**Productividad:** Una de las soft skills que convierte al empleado en una persona capaz de dar resolución de manera eficaz a todo lo que se le presente en la jornada laboral.

**Actuar con naturalidad:** Las personas con discapacidad agradecen que se eviten las diferencias de trato y los paternalismos.

**Prestar ayuda directa cuando sea necesario:** Ofrecer colaboración o apoyo cuándo se crea que puede ser positiva.

También es importante mencionar algunos consejos a considerar al momento de atender a una persona con discapacidad física:

- Habla con una persona con discapacidad como hablarías con cualquier otra persona. Hable en un tono apropiado para su edad y trate a los adultos como adultos.
- Si una persona con discapacidad está acompañada por otra persona, como un cuidador, aún debe hablar directamente con la persona con discapacidad.

- Ponga a la persona primero, no a su discapacidad. Por ejemplo, utilice el término 'una persona con discapacidad' en lugar de 'una persona discapacitada'.
- Trate de evitar frases negativas como 'sufre de' y 'lisiado'. Use la frase 'personas que usan una silla de ruedas' en lugar de 'en silla de ruedas'.
- Recuerde que el espacio personal de una persona puede incluir su silla de ruedas y muletas. No toque ni empuje la silla de ruedas de una persona, y no mueva sus muletas o bastón sin su permiso.
- Cuando hable con una persona que usa una silla de ruedas, trate de encontrar algo para sentarse a la altura de sus ojos.

#### 5.7.4 Proyectar los salarios de esta mano de obra para un periodo de 5 años incluyendo todos sus beneficios.

Tabla 18: Proyección de Salarios

| CONCEPTO                       | EMPLEADOS | SALARIO<br>MENSUAL | PROYECTADO       |                  |                  |                  |                  |
|--------------------------------|-----------|--------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
|                                |           |                    | Año 1            | Año 2            | Año 3            | Año 4            | Año 5            |
| <b>PLANILLA PRODUCCION</b>     |           |                    |                  |                  |                  |                  |                  |
| Asesor                         | 2         | 20,000             | 480,000          | 504,000          | 529,200          | 555,660          | 583,443          |
| Asesor                         | 2         | 20,000             | 480,000          | 504,000          | 529,200          | 555,660          | 583,443          |
| Asesor                         | 2         | 20,000             | 480,000          | 504,000          | 529,200          | 555,660          | 583,443          |
| Asesor                         | 2         | 20,000             | 480,000          | 504,000          | 529,200          | 555,660          | 583,443          |
| <b>SALARIO</b>                 | <b>8</b>  | <b>80,000</b>      | <b>1,920,000</b> | <b>2,016,000</b> | <b>2,116,800</b> | <b>2,222,640</b> | <b>2,333,772</b> |
| <b>COLATERAL</b>               |           | <b>50,910</b>      | <b>620,521</b>   | <b>659,157</b>   | <b>706,078</b>   | <b>768,393</b>   | <b>803,377</b>   |
| <b>COLATERALES</b>             |           |                    |                  |                  |                  |                  |                  |
| IHSS                           |           | 4,485              | 53,825           | 53,825           | 53,825           | 53,825           | 53,825           |
| INFOP                          |           | 800                | 19,200           | 20,160           | 21,168           | 22,226           | 23,338           |
| RAP-AFP                        |           | 1,241              | 14,893           | 14,893           | 14,893           | 14,893           | 14,893           |
| Pasivo Laboral (Cesantia)      |           | 13,333             | 160,000          | 168,000          | 176,400          | 185,220          | 194,481          |
| Decimo Tercer Mes              |           | 13,333             | 160,000          | 168,000          | 176,400          | 185,220          | 194,481          |
| Decimo Cuarto Mes              |           | 13,333             | 160,000          | 168,000          | 176,400          | 185,220          | 194,481          |
| Vacaciones                     |           | 4,384              | 52,603           | 66,279           | 86,992           | 121,788          | 127,878          |
| <b>TOTAL GASTO EN PERSONAL</b> |           | <b>130,910</b>     | <b>2,540,521</b> | <b>2,675,157</b> | <b>2,822,878</b> | <b>2,991,033</b> | <b>3,137,149</b> |

Fuente: Autoría Propia

## 5.8 Sobre las Materias Primas

### 5.8.1 Identificar los procesos de Selección, su accesibilidad, su calidad

No aplica debido a que se refiere a una empresa de Servicios.

### 5.8.2 Ubicación

No aplica debido a que se refiere a una empresa de Servicios.

### 5.8.3 Hacer un análisis de los proveedores principales (Ventajas y desventajas)

Uno de los principales proveedores de la empresa será el que brinde el internet, herramienta clave para el cumplimiento de las funciones, a continuación, su análisis:

*Tabla 19: Proveedores*

| Servicio | Proveedor   | Ventaja                           | Desventaja                                      |
|----------|-------------|-----------------------------------|-------------------------------------------------|
| Internet | Claro       | Precios accesibles                | Presenta fallas inmediatas en el servicio       |
|          |             | Cobertura media                   |                                                 |
|          | Tigo        | Excelente cobertura               | Precios un poco altos de la media en el mercado |
|          |             | Servicio al cliente especializado |                                                 |
|          | Cable Color | Precios accesibles                | Presenta fallas constantes en el servicio       |
|          |             |                                   | Poca cobertura                                  |

Fuente: Autoría Propia

Se selecciona como proveedor a la empresa Tigo, debido a que es la que presenta menos fallas en la zona, y a pesar de tener un precio un poco más alto que la media, su servicio al cliente y atención lo compensan ya que sin este servicio o con lentitud para resolver un problema podría ser catastrófico para la empresa de Asesoría.

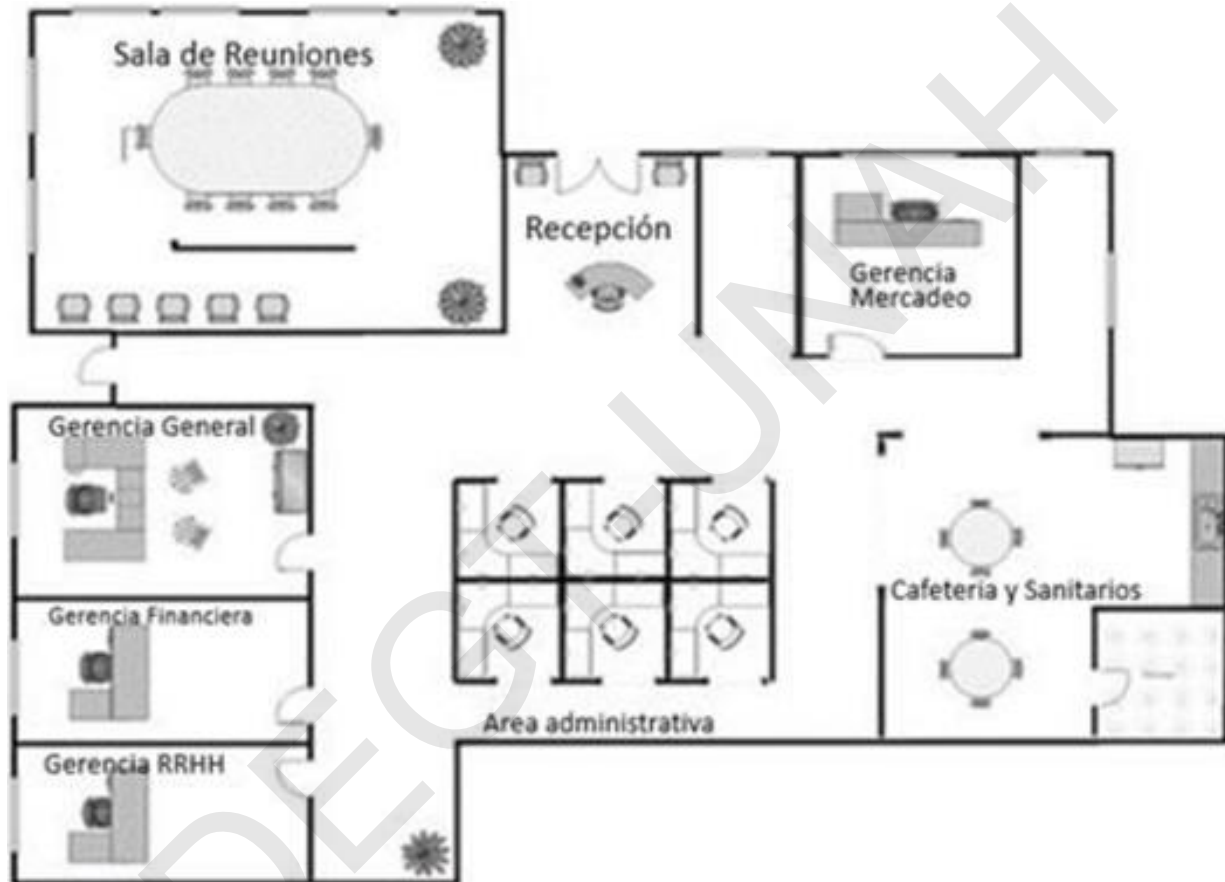
### 5.8.4 Desarrollar una Estrategia de almacenamiento de materias primas

No aplica debido a que se refiere a una empresa de Servicios.

## 5.9 Elaborar un plano global de las instalaciones y luego un plano exclusivo de planta.

Se realiza plano de las oficinas únicamente según corresponde a la empresa de servicios.

*Ilustración 7: Plano de Instalaciones*



Fuente: Autoría Propia

## 6 ORGANIZACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

### 6.1 Introducción

La finalidad de este estudio es la representación estructurada en términos administrativos y organizacionales del proyecto de inversión, mostrando los

componentes de la filosofía empresarial los cuales determinan la esencia de la organización.

Así mismo, en esta sección se muestra las diferentes políticas que se establecen en términos de estructura organizativa, de personal, estrategias y los diferentes procesos administrativos como ser planeación, organización, dirección y control.

## **6.2 Misión**

Prestar servicios de asesoría-consultoría que supongan un valor añadido para las empresas, organismos y asociaciones con la finalidad de mejorar la inclusión en temas de contratación de personas con Discapacidad Física.

## **6.3 Visión**

Ser una empresa innovadora, eficiente y eficaz en el tiempo, que sea conocida a través del reconocimiento de nuestros clientes por la realización de una gestión de servicios de consultoría-asesoría que garanticen la implementación de métodos de temas laborales de Personas con Discapacidad Física que generen alta competitividad y eficacia para las empresas.

## **6.4 Valores**

Profesionalismo: Nuestros colaboradores disponen de las competencias, la ética profesional y el compromiso para atender y cumplir con los requerimientos de calidad y las necesidades de nuestros clientes en los productos y servicios que prestamos.

Trabajo en equipo: Fomentamos el espíritu de colaboración, cooperación y confianza necesario para trabajar en metas y objetivos comunes.

Orientación al cliente: Promovemos una política de atención y asesoramiento integral y personalizado al cliente para garantizar un servicio a la altura de sus expectativas y necesidades. Medimos y evaluamos la satisfacción de nuestros clientes para identificar las áreas de mejora.

Compromiso: Velamos por el cumplimiento de la legislación vigente y la reglamentación aplicable. así como, los compromisos suscritos voluntariamente.

Mejora continua: Trabajamos en la mejora continua de procesos, herramientas y recursos que redunden en el cumplimiento de nuestros objetivos generales, así como en la satisfacción de nuestros clientes internos y externos.

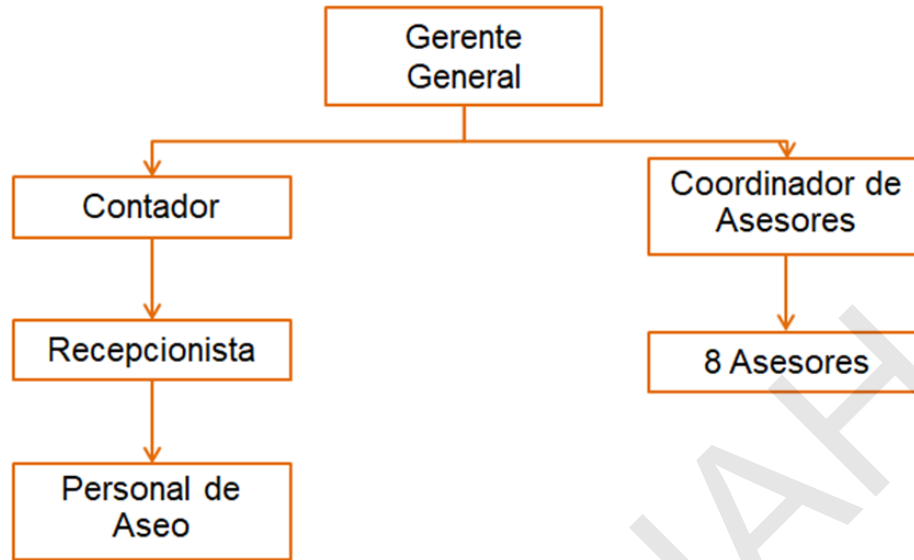
Innovación: Fomentamos la innovación constante de los productos y servicios a través de la creatividad, la eficiencia, la formación, la optimización de recursos, la sostenibilidad y el conocimiento compartido.

## **6.5 Objetivo Empresarial**

Nuestro compromiso no es solo con las empresas, es con todos los colaboradores de ellas desde el que ocupa el más alto cargo jerárquico hasta el cargo naciente y operativo de esta; por este hecho comprometemos a la integración constante en las mejoras que se realicen, para un mayor conocimiento del deseo de la institución en crecer con todos sus colaboradores en temas de inclusión laboral.

## **6.6 Estructura Organizativa**

Ilustración 8: Organigrama



Fuente: Autoría Propia

## 6.7 Perfil de Puestos más Relevantes

## 6.8 Políticas de Reclutamiento, Selección y Contratación de Personal

### POLITICA DE RECLUTAMIENTO, SELECCIÓN Y CONTRATACION DE PERSONAL

#### 1 información de Documento

##### 1.1 Objetivo

Establecer los lineamientos para realizar el reclutamiento, selección y contratación de personal.

##### 1.2 Autorizaciones

DEPARTAMENTO: Recursos Humanos

REVISADO: Especialista en Relaciones Laborales

APROBADO: Gerente de Recursos Humanos

## **2 Alcance**

Esta política abarca desde la solicitud de contratación de personal hasta la selección del candidato y presentación de propuesta laboral.

## **3 Política**

### **3.1 Lineamientos Generales**

- Asesorías E&M es responsable de fomentar iguales oportunidades a los candidatos, independientemente de su género, raza, nacionalidad, edad, credo religioso, opinión política, condición social o física, orientación sexual, estado marital o de gravidez.
- Es responsabilidad del Jefe Inmediato elaborar y actualizar los descriptores de puesto de las plazas que se encuentran a su cargo, el cual deberá especificar las actividades y responsabilidades que desarrolla el puesto, requisitos en términos de experiencia, conocimientos y competencias requeridas que el ocupante debe cumplir.
- En caso de que exista una plaza nueva autorizada, un cambio de estructura o un cambio en el alcance del puesto, es responsabilidad del área de Recursos Humanos la revisión y validación del descriptor de puesto.
- Los descriptores de puesto serán la base sobre la cual se realizará el reclutamiento y la selección de personal.
- Es responsabilidad del Jefe Inmediato entregar nuevos descriptores de puesto o su actualización al Área de Recursos Humanos quien gestionará la actualización, validación y resguardo en la base de datos correspondiente.

### **3.2 Lineamientos para Solicitar un Proceso de Adquisición de Talento**

- Es responsabilidad del jefe de la plaza vacante ingresar la requisición de personal a través del sistema definido y adjuntar el descriptor de puesto actualizado.
- Toda requisición de personal deberá ser validado por el personal de Recursos Humanos para asegurar que la plaza nueva está autorizada o que la plaza ya autorizada se encuentre vacante o que exista un plan de cambio y/o salida para el empleado que actualmente ocupa la plaza.
- Es responsabilidad del jefe de la plaza vacante notificar y justificar al área de Recursos Humanos cuando no van a solicitar requisición para cubrir alguna de sus plazas vacantes.

### **3.3 Fuentes de Reclutamiento de Personal**

- Es responsabilidad del Especialista de Reclutamiento y Selección/Analista de Reclutamiento y Selección proceder a realizar la búsqueda del candidato de acuerdo con la descripción de puesto adjunta a la solicitud de requisición de personal. Dicha búsqueda del candidato puede realizarse a través de dos fuentes:
  - Fuentes Externas: son representados por el Portal de Empleos en la página web de la empresa, agencias u oficinas de colocación, bolsa de trabajo, portales de empleo, entre otros.
  - Fuentes Internas: se presentan a través de la publicación de plazas vacantes mediante concursos internos establecidos en la Intranet de la Empresa. Todo empleado que desee aplicar a un concurso interno deberá seguir las indicaciones definidas en la publicación de la plaza.

- Es responsabilidad del área de Recursos Humanos anunciar o publicar internamente toda plaza que se encuentre disponible. Dicho anuncio deberá indicar la fecha máxima que se recibirán aplicaciones para dicha plaza.

- El Gerente de Recursos Humanos es el único canal autorizados para establecer las condiciones a ofertar entre un posible candidato interno y el oferente de la vacante.

- Existirán casos de posiciones confidenciales donde no se ingresará requisición de personal o se publicará la plaza. Estos casos deben ser aprobados por la Gerencia de Recursos Humanos mediante un correo electrónico.

- Existirán casos de posiciones que no se publicarán ya que el jefe inmediato identificó en un proceso anterior de la misma posición, al candidato finalista. Dicho proceso anterior debe haber ocurrido en los últimos 6 meses. El jefe inmediato de la posición vacante deberá enviar un correo electrónico dirigido al equipo de Recursos Humanos documentando esta decisión y enviar como respaldo las entrevistas del proceso anterior realizadas al candidato seleccionado, donde se confirma que es adecuado para la posición vacante.

- Es responsabilidad del equipo de Recursos Humanos verificar que se cumplan los lineamientos anteriores y quede debidamente documentado. Cualquier excepción a este lineamiento deberá ser aprobado por el Gerente de Recursos Humanos.

### **3.4 Lineamientos para Elegibilidad de Candidatos**

- Con la finalidad de salvaguardar el ambiente laboral y evitar riesgo de conflicto de intereses Asesorías E&M no permite la contratación de familiares en los siguientes grados de consanguinidad y/o afinidad:

- 1er grado de consanguineidad: Padre / Madre, Hijo / Hija
- 2ndo grado de consanguineidad: Hermano / Hermana, Abuelo / Abuela, Nieto / Nieta
- 1er grado de afinidad: Cónyuge, Suegro / Suegra, Yerno / Nuera

Los potenciales conflictos de interés incluyen, pero no se limitan a los siguientes casos:

- Cuando exista cualquier nivel de subordinación respecto a la posición y su relación familiar o relación personal cercana.
- Cuando el candidato y su relación familiar o relación personal cercana se encuentren dentro de la misma área de trabajo. (Mismo edificio)
- Cuando las funciones del candidato y su relación familiar o relación personal cercana, se encuentren directamente relacionadas en sus actividades diarias.
- Cualquier conflicto de interés potencial que se genere posteriormente a la contratación laboral de empleados, deberá ser inmediatamente comunicado al Departamento de Recursos Humanos, con el fin de revisar y validar el caso durante los siguientes noventa (90) días calendarios posteriores a la notificación.
- Cualquier candidato(a) que sea socio accionista o propietario de un negocio o empresa jurídica deberá presentar su escritura de constitución para verificar sus relaciones de negocios y estatus legal, de manera que estas no representen un conflicto de interés para la empresa.
- El Departamento de Recursos Humanos es responsable de determinar el grado de riesgo en el conflicto de interés potencial y tomar las acciones apropiadas y

correspondientes respecto a aquellos casos en donde se determine un alto grado de riesgo en cualquier conflicto de interés declarado.

### **3.4.1 Participación de Exempleados**

Los ex empleados de Asesorías E&M serán elegibles para participar en el proceso de reclutamiento al cumplir los siguientes criterios:

- Haberse retirado voluntariamente de la compañía y haber transcurrido al menos un año desde su fecha de baja.
- Si el ex empleado ha sido desvinculado de la organización incluyendo pago de indemnización laboral (preaviso y cesantía) podrá ser considerado hasta haber transcurrido al menos un año desde su fecha de baja o La razón del retiro no sea para aceptar una oferta laboral con la competencia.
- Los ex empleados podrán aplicar a una oportunidad de trabajo en Asesorías E&M de acuerdo con las instrucciones descritas en la publicación.
- Se podrá contratar un ex empleado de Asesorías E&M con menos de un año desde su fecha de baja como excepción dada las funciones del puesto, y deberá respaldarse mediante un memorándum o correo electrónico que justifique cada caso, el mismo debe ser aprobado por: Gerente de Recursos Humanos y Gerente del área donde existe la vacante
- El área de Recursos Humanos y/o Gerente General son los únicos autorizados para solicitar información al antiguo jefe y/o Gerente del área referente al desempeño de un ex empleado de Asesorías E&M.

- Previo a la contratación de un ex empleado de Asesorías E&M, es responsabilidad del Gerente de Recursos Humanos solicitar la aprobación por escrito mediante memorándum o un correo electrónico del Gerente de área a la que pertenece la plaza vacante.

- Ningún ex empleado de Asesorías E&M tendrá preferencia o prioridad en el proceso de reclutamiento y selección de personal, se evaluará de igual forma su grado de experiencia laboral, habilidades y calificaciones adquiridas al igual que los demás candidatos.

- En caso de que un ex empleado sea contratado nuevamente, será considerado como un nuevo empleado, es decir, sin continuidad de servicio y estará sujeto a todas las políticas, procedimientos y beneficios de un empleado.

### **3.4.2 Participación de Candidatos Extranjeros**

- Solamente se tomará en cuenta las aplicaciones de aquellos candidatos extranjeros que vivan en Honduras que previamente tengan una condición de calidad migratoria legal emitida por el Instituto Nacional de Migración que les permita obtener permiso de trabajo de la Secretaria de Trabajo.

- Los candidatos extranjeros sin residencia en Honduras pueden aplicar bajo el entendido que su empleo dependerá de lograr una condición de calidad migratoria legal emitida por el Instituto Nacional de Migración que les permita obtener permiso de trabajo de la Secretaria de Trabajo dentro de los primeros 200 días de su contrato laboral.

### **3.5 Etapas de la Selección de Personal**

- Se establecen las siguientes etapas para realizar la selección del personal:

- Revisión Curricular
- Entrevista inicial de selección
- Revisión de potenciales Conflictos de Interés del candidato.
- Evaluaciones
- Verificación de Antecedentes penales y policiales
- Entrevista con Jefe Inmediato de la plaza vacante
- Verificación de Referencias Laborales
- Selección de candidato
- Presentación de la oferta laboral
- Contratación
- Retroalimentación a candidatos no seleccionados.

### **3.5.1 Revisión Curricular**

Es responsabilidad del Especialista de Reclutamiento y Selección revisar la hoja de vida de las personas que aplicaron a una determinada plaza. El filtro curricular permitirá validar que la información laboral definida en la misma cumpla con los requisitos establecidos en la descripción de puesto, con la finalidad de identificar las personas que posiblemente podrán continuar en el proceso de selección.

### **3.5.2 Entrevista Inicial de Selección**

La entrevista inicial de selección consiste en una conversación formal entre el Especialista de Reclutamiento y Selección y el solicitante de la plaza, la cual puede ser

presencial o no presencial. La finalidad de la entrevista es profundizar con mayor precisión sobre la experiencia, habilidades, actitudes y perfil profesional del candidato y determinar su adecuación a la plaza vacante específica.

Es responsabilidad del Especialista de Reclutamiento y selección convocar a una entrevista inicial a los candidatos internos (1min – 5 máx.) y/o externos (1 min – 3 máx.) que cumplan los requerimientos definidos en el descriptor de la plaza vacante que se desea cubrir. La entrevista inicial deberá documentarse mediante una video entrevista o de forma presencial a través del Formato Entrevista por Competencias.

El Gerente de Recursos Humanos deberá mantener una entrevista con el o los candidatos finales de procesos de selección para el nivel de Gerentes.

### **3.5.3 Evaluaciones**

Las evaluaciones son utilizadas como herramientas para tener un perfil más profundo y detallado de las características de una persona. Las evaluaciones serán aplicadas a las personas que han sido pre - seleccionadas por el área de Recursos Humanos para continuar en el proceso después de haber evidenciado que podría ser un candidato potencial a la plaza vacante.

Los instrumentos de evaluación a utilizar son seleccionados por el Especialista de Reclutamiento y Selección y/o Gerente de Recursos Humanos, los cuales estarán orientados a la medición de habilidades y conocimientos específicos, técnicos, y competencias que se requiere según lo establecido en la descripción de puestos para la plaza que se desea cubrir.

Todo instrumento de evaluación utilizado en Asesorías E&M deberá ser administrado bajo condiciones estandarizadas acompañados de reglas para su puntuación y deberá reunir estándares profesionales de validación y confiabilidad.

El área de Recursos Humanos es el único autorizado para ingresar a los sitios donde se administran las evaluaciones y es el responsable de resguardar de manera confidencial las contraseñas de acceso a dichos sitios.

Es responsabilidad del área de Recursos Humanos mantener de manera confidencial los resultados de las evaluaciones de los candidatos y no hacerse del conocimiento de nadie que no tenga una necesidad de negocio legítima de la información, quedando a discreción del Departamento de Recursos Humanos.

Las aplicaciones de las evaluaciones podrán realizarse antes o después de la entrevista inicial, dependerá del tipo de reclutamiento y necesidad del jefe inmediato en acuerdo con el Especialista de Reclutamiento y Selección

#### **3.5.4 Verificación de Antecedentes**

- La verificación de antecedentes se puede realizar a través de los siguientes medios:
  - De manera interna a través del área de Recursos Humanos.
  - Utilizando proveedores especializados
  - Agencias de reclutamiento
  - Una combinación de los medios anteriormente mencionados.
- Es responsabilidad del Especialista de Reclutamiento y Selección, ingresar los resultados de la verificación de antecedentes en el expediente de personal.

- Cuando un candidato que se considera viable para ser seleccionado, presente uno o varios registros de antecedentes policiales en el documento expedido por la entidad competente, estos registros, deben ser analizados caso a caso por el área de Recursos Humanos a través del Gerente para definir un criterio único de contratación o eliminación del proceso.
- En caso de que el o los registros presentados en los antecedentes policiales del candidato no se consideran relevantes para impedir que el candidato sea seleccionado, se deberá contar con la autorización de parte Gerente de Recursos Humanos y del Gerente del área cliente para que continúe en el proceso de selección.
- Para posiciones de liderazgo (Gerentes), aquellos con acceso a datos confidenciales y aquellos con roles sensibles, la verificación de antecedentes incluye, pero no se limita a identidad, educación, calificaciones, antecedentes penales, empleos previos, se requiere al menos 3 referencias laborales y 3 referencias personales. Las referencias laborales deben incluir al menos 2 completadas por jefes inmediatos del candidato seleccionado, esto puede variar dependiente de la cantidad de empleos del finalista.
- Los candidatos internos serán validados por el área de Recursos Humanos para asegurar que dichas personas cumplen con los criterios de elegibilidad antes de continuar en el proceso de reclutamiento (perfil similar al buscado, solicitar cuando sea necesario certificaciones o diplomas de estudio para actualizar el expediente, desempeño favorable, sin llamados de atención recientes, movimiento no representa conflicto de interés, rango salarial acorde a la plaza vacante).

Para los colaboradores que tienen menos de un año de desempeñarse en el puesto actual de trabajo y se considera que puede pasar a otra posición se requerirá un

memorándum o correo electrónico en el que se justifique el caso, el mismo debe ser autorizado por: Recursos Humanos y Gerente de la plaza vacante.

- Se realizará una verificación adicional del récord crediticio de aquellos candidatos externos e internos que estén aplicando a puestos que involucren administración de efectivo o fondos de la compañía.
- No se requerirán verificaciones de antecedentes para los empleados actuales de Asesorías E&M promovidos o trasladados a una nueva posición y ubicación, excepto si están aplicando a una posición crítica. Si ese es el caso, la verificación de antecedentes debe realizarse.

### **3.5.5 Entrevista con Jefe Inmediato de la Plaza Vacante**

- De acuerdo con los resultados obtenidos a este nivel del proceso, es responsabilidad del área de Recursos Humanos presentar los candidatos al Jefe Inmediato de la plaza vacante para proceder a iniciar con las entrevistas. El Jefe Inmediato deberá profundizar con cada uno de ellos las experiencias, conocimientos, habilidades, aptitudes y competencias que se requiere de acuerdo con el descriptor de puesto.
- La entrevista con el Jefe Inmediato se documentará mediante una entrevista presencial completando el Formato de Entrevista por Competencias.
- De acuerdo con el grado de criticidad de la plaza, impacto y/o alcance del negocio, algunos candidatos serán sometidos a entrevistas adicionales según lo requiera el caso.

### **3.5.6 Verificación de Referencias Laborales**

- La verificación de referencias debe realizarse con el objetivo de constatar la veracidad de la información suministrada por el candidato acerca de su trayectoria profesional.

- Asesorías E&M es responsable de solicitar referencias laborales con el fin de no causar un trato perjudicial, victimización o negligencia para ninguno de los candidatos a empleo.
- Es responsabilidad del área de Recursos Humanos realizar la verificación de referencias laborales de los empleos anteriores que representan el mayor rango de años de experiencia según lo especifique el descriptor de puesto, partiendo desde su experiencia anterior más reciente. Cuando el candidato finalista tiene una única experiencia laboral y es la actual, esta se debe referenciar si es posible.
- Si el candidato se encuentra laborando para una empresa al momento del proceso de referenciación, se detallará mediante una nota aclaratoria que el candidato está laborando actualmente y para no perjudicarlo en su actual trabajo, no se considera oportuno realizar la referencia.
- Al solicitar referencias laborales, es responsabilidad del área de Recursos Humanos indagar acerca de la idoneidad del candidato para trabajar en la posición a la que aspira, así como indagar sobre los detalles de su desempeño.
- En caso de que exista un retraso en la recopilación total de las referencias profesionales del candidato, y considerando que la información adquirida hasta el momento resulta satisfactoria, el área de Recursos Humanos es responsable de evaluar en conjunto con el Jefe Inmediato de la plaza vacante los riesgos que implica que el candidato finalista sea contratado sin el total de la validación de referencias. Dicha evaluación y decisión consensuada deberá adjuntarse al expediente del empleado para su referencia.

- Si el candidato finalista no tiene referencias laborales, deberá incluirse una nota aclaratoria en la que exprese que debido a que el candidato no ha laborado anteriormente no se verifican referencias laborales.
- El área de Recursos Humanos son los únicos autorizados para solicitar referencias de manera formal y profesional a nombre de Asesorías E&M.

### **3.5.7 Selección de Candidatos**

- Es responsabilidad del área de Recursos Humanos y Jefe Inmediato de la plaza vacante llegar a un acuerdo para la selección del candidato, considerando su perfil en comparación con la descripción de puesto de la plaza que se pretende cubrir, así como las evaluaciones realizadas y la verificación de las referencias laborales.
- Todo proceso de selección en el cual participe un empleado del área de Recursos Humanos y que haya sido seleccionado para cualquier plaza vacante dentro de esta misma área deberá contar con la aprobación del Gerente General para poder realizar el cambio de puesto.

### **3.5.8 Presentación de la Oferta Laboral**

- En caso de que la persona seleccionada trabaje actualmente para Asesorías E&M, se le presentará una propuesta formal de cambio a través del Formato Cambio de Planilla. Cuando la persona seleccionada es externa, se le entregará una propuesta salarial de acuerdo con el Formato Propuesta Salarial Personal Nuevo.
- Cuando la persona seleccionada trabaje actualmente para Asesorías E&M, será responsabilidad de Recursos Humanos firmar un memorándum o dejar un correo electrónico en el cual el jefe inmediato actual acuerda con el jefe inmediato futuro, la

fecha en que la persona será trasladada a sus nuevas funciones, el cual deberá adjuntarse al cambio de planilla en el momento en que se entrega toda esta documentación a Compensación y Beneficios. Formato Memorándum de Acuerdo de traslado.

En el caso de un traslado de personal por Concurso Interno, la Jefatura contratante y el jefe del colaborador finalista darán un tiempo específico para hacer su traslado definitivo, dispuesto de la siguiente manera:

- 21 días calendario posterior a la firma del cambio de planilla, para que la Jefatura que se queda con la vacante tenga oportunidad de cubrirla y 10 días calendario posteriores al traslado, para colaborar a medio tiempo en el proceso de inducción de la persona que ocupará el puesto.
- Si los tiempos anteriores se extienden por la cobertura de la vacante, el traslado se hace efectivo cumplidos los 31 días calendarios.
- Cualquier excepción en los tiempos mencionados debe ser aprobado por la Gerencia de Recursos Humanos.
- Toda propuesta de trabajo estará condicionada y sujeta a la recepción de referencias que sean satisfactorias para Asesorías E&M.
- El área de Recursos Humanos es responsable de gestionar los cambios de planilla para personal interno y personal externo.
- Cuando un candidato interno aplique y sea seleccionado para una posición en otra ciudad, se le otorgará un apoyo monetario para realizar dicho traslado entre

ciudades. El apoyo será equivalente a doscientos cincuenta dólares (\$250) los cuales serán pagados contra factura, y el colaborador deberá presentar tres cotizaciones.

### **3.5.9 Contratación**

De acuerdo con las necesidades de negocio, la contratación del candidato podrá ser de la siguiente manera:

- Contratación por Tiempo Definido: aplica cuando una plaza ha sido creada ante una demanda específica o necesidad temporal y se da por terminada en un periodo específico de tiempo.

- Contratación por Tiempo Indefinido: aplica cuando una plaza se encuentra definida en la estructura organizacional y responde a las necesidades permanentes de la empresa.

Es responsabilidad del Especialista de Reclutamiento asegurar que el candidato finalista haya presentado la siguiente documentación previo a su ingreso en la empresa:

- Constancia original de antecedentes penales
- Constancia original de antecedentes policiales
- Fotocopia de la cedula de identidad
- Hoja de Vida
- Fotocopia de títulos y diplomas a los que hace referencia la hoja de vida
- Fotocopia de constancias de empleo de acuerdo con los años de experiencia solicitados en el descriptor de puesto.

- Cualquier otro documento que acredite la información proporcionada en la hoja de vida

- Fotografía reciente

- Copia de la cuenta de planilla de la institución bancaria indicada por el Área de Recursos Humanos para acreditación de su salario

- Cualquier otro documento que Asesorías E&M considere conveniente.

Cada candidato finalista deberá cumplir con toda la documentación descrita anteriormente previo a su inicio de labores en la empresa.

Cada candidato deberá presentar los antecedentes penales y policiales, así como los documentos que respalden su hoja de vida previo a la firma del contrato, con la finalidad que estos sean validados y revisados por el Especialista de Reclutamiento y Selección. Si uno de los candidatos tiene una nota en sus antecedentes policiales y penales estas notas deberán darse a conocer al Jefe de área, Gerente de Recursos Humanos, para que una vez evaluado se dé la autorización o no de la contratación.

Es responsabilidad del Especialista de Reclutamiento y Selección recopilar la información anteriormente descrita para la elaboración del expediente del candidato y asegurarse que toda la información esté incluida a través del Formato Checklist Contratación de Empleados y adjuntar al expediente el Formato solicitud de Referencias. Así mismo deberá ingresar la información general del empleado en el sistema establecido para administración de recursos humanos.

El Especialista de Reclutamiento y Selección es responsable de entregar el expediente físico del candidato seleccionado al área de Compensación y Beneficios para

el ingreso de la información relacionada al sistema de planilla establecido para administración de recursos humanos y su respectiva custodia

Es responsabilidad del área de Compensación y Beneficios actualizar el expediente del empleado según se requiera.

Es responsabilidad del empleado ingresar la solicitud de accesos lógicos mediante la Plataforma de correspondiente para ser autorizados por su jefe.

En casos de cambios de planilla donde se requiere la modificación de accesos lógicos, el área de Compensación y Beneficios es responsable de registrar el cambio en el sistema de planilla el cual generará las solicitudes de baja de accesos del puesto anterior y el alta de accesos básicos del nuevo puesto.

Es responsabilidad del empleado ingresar la solicitud de modificación de accesos lógicos, justificando dicho cambio para la aprobación del jefe.

#### **3.5.10 Retroalimentación a Candidatos no Seleccionados**

Toda persona que haya aplicado a una plaza vacante a través del Portal de Empleos de Asesorías E&M y que haya sido descartado recibirá una notificación a través de un mensaje automatizado agradeciéndole su participación en el proceso.

Si la persona aplicó a una plaza vacante a través de otro medio y fue descartada, es responsabilidad del área de Recursos Humanos enviar una notificación por el medio designado de publicación de plazas que la posición fue ocupado y agradeciendo de manera general a todo aquel que haya participado en los diferentes procesos.

## **6.9 Políticas de Incremento Salarial e Incentivos de Personal**

### **POLITICA DE INCREMENTO SALARIAL E INCENTIVOS DE PERSONAL**

#### **1. Información de Documento**

##### **1.1 Objetivo**

Establecer los lineamientos para la correcta asignación de incentivos establecidos por Asesorías E&M, de acuerdo con la categoría a la cual corresponda cada empleado.

##### **1.2 Aprobaciones**

DEPARTAMENTO: Recursos Humanos

REVISADO: Especialista en Relaciones Laborales

APROBADO: Gerente de Recursos Humanos

#### **2. Alcance**

Esta política abarca desde la asignación de beneficios hasta la cancelación de estos cuando el empleado deja de laborar dentro de la empresa.

#### **3. Política**

##### **3.1 Lineamientos Generales**

- Se establece como incentivo a empleados todas aquellas retribuciones adicionales a las establecidas en la Ley del Código de Trabajo y que son definidos por Asesorías E&M para todos aquellos empleados que formen parte de la empresa.
- El Departamento de Compensación e Incentivos es el único autorizado para asignar y cancelar beneficios a un empleado.

- El Gerente de Recursos Humanos, es responsables de la administración, asignación y cancelación de los beneficios a empleados.

Son responsabilidades del área de Recursos Humanos:

- Asignar el beneficio de Seguro de Vida y Gastos Médicos al empleado permanente de todas las unidades de negocio, solicitándolo a la compañía aseguradora el primer día de trabajo de este y deberá dar seguimiento a la gestión ingresada, con la finalidad de asegurar que el empleado cuente con su Seguro de Vida y Gastos Médicos.
- Asignar y cancelar los beneficios solicitados por el empleado dentro de los tiempos de servicio establecidos por la Gerencia de Recursos Humanos.
- Realizar modificaciones en los beneficios que el empleado haya adquirido para el caso de cambio de categoría de empleado.
- Toda excepción a esta política podrá ser autorizada por el Gerente de Recursos Humanos debidamente documentado.
- Todos los beneficios están disponibles para que el empleado los solicite desde el día 1, exceptuando el beneficio de compra de lentes que será otorgado al cumplir 2 meses de antigüedad.

### **3.2 Categorías de Empleados**

Se establece como categoría de empleados a los distintos niveles jerárquicos de acuerdo con las necesidades que su puesto requiere, las cuales se definen de la siguiente manera:

- Categoría A: Incluye todos los empleados con altos puestos jerárquicos como ser los siguientes: Gerentes y Jefes.

- Categoría B: Incluye los empleados con los siguientes puestos: Asesores.
- Categoría C: Incluye todos los puestos no mencionados en las categorías anteriores.

La asignación y revisión de categorías de empleados corresponde a la Gerencia de Recursos Humanos.

### **3.3 Tipos de Beneficios a Empleados**

Los beneficios a empleados otorgados por Asesorías E&M se clasifican en:

- Salud a Empleados
- Telefonía Móvil
- Permisos Especiales y Vacaciones
- Bonificaciones
- Anticipos de Salarios o Bonificaciones
- Beneficio de Membresías a club de recreación

#### **3.3.1 Beneficio de Permisos Especiales y Vacaciones**

El área de Recursos Humanos es responsable de establecer y autorizar los permisos especiales y vacaciones a los empleados, los cuales son los siguientes:

- Día de Cumpleaños: Se otorgará un día libre por el motivo de cumpleaños, el cual es válido únicamente durante el mes del cumpleaños del empleado. En caso en que el empleado no haga uso de su día libre en el tiempo establecido, el beneficio no podrá ser utilizado posteriormente.

- Aniversario Laboral: Se otorgará el beneficio de día libre por aniversario laboral a los empleados a partir de su primer año de laborar en la empresa. Este beneficio podrá ser tomado cualquier día del año.

- Permiso por Paternidad: Se otorgará siete días calendario a partir de la fecha de nacimiento del hijo(a)

- Permiso por Duelo: Se otorgará cinco días calendario por duelo para aquellos casos en los cuales el familiar fallecido sea: Cónyuge, Padres, Hermanos, Hijo y Abuelos.

- Permiso por Cumpleaños Hijo(a): Se otorgará medio día libre en el día de cumpleaños del hijo(a) de los empleados, siempre y cuando el mismo sea en un día laboral. Este beneficio no puede ser transferido ni acumulado y se debe gozar el mismo día del cumpleaños del hijo(a). Este permiso podrá utilizarse como máximo dos veces al año y la solicitud deberá ser coordinado con el Jefe Inmediato del empleado e ingresada en el sistema de Recursos Humanos para validación. El abuso o uso inadecuado de este beneficio, constituye una falta al reglamento interno del trabajo.

- Permiso por Matrimonio: Se otorgará 3 días calendario por matrimonio.

El empleado es responsable de ingresar la solicitud de permiso especial o vacaciones por medio del módulo de inasistencias establecido con al menos tres días de anticipación a excepción de los permisos por duelo o paternidad.

En caso en que el empleado decida no tomar el beneficio de permisos especiales no habrá ningún tipo de remuneración adicional al sueldo ordinario y no podrá posponerlos para otra fecha a la indicada.

En caso de que en un departamento existan dos o más empleados que cumplan años el mismo día y desempeñan el mismo puesto, deberán coordinar con su Jefe Inmediato la autorización del permiso sin afectar las labores diarias.

### **3.3.2 Beneficio de Membresías a Clubs de Recreación**

El beneficio de entrada gratuita en los clubs con los que se realicen convenios con el fin de que los empleados puedan hacer uso de sus instalaciones.

Es responsabilidad del empleado enviar la solicitud del beneficio vía correo electrónico al Especialista en Relaciones Laborales indicando la fecha y los nombres de las personas que harán uso de las instalaciones.

Es responsabilidad del Especialista de Relaciones Laborales aprobar las solicitudes de acuerdo con la disponibilidad de días y enviar notificación al empleado vía correo electrónico.

## **6.10 Políticas de Capacitación**

### **POLITICA BASICA DE CAPACITACION**

#### **1. Información de Documento**

##### **1.1 Objetivo**

Establecer actividades y lineamientos para estandarizar y hacer más eficiente el proceso de ejecución de capacitación e inducción del personal de la empresa, permitiendo la mejora del desempeño organizacional en los niveles deseados y la correcta utilización de los recursos designados.

## **2. Proceso de Capacitación**

### **2.1. Inducción Corporativa e Inducción Funcional**

- Las inducciones corporativas se realizan cada 2 meses.
- Todo empleado de recién ingreso debe recibir la inducción corporativa el primer día de labores, se aplican excepciones para puestos que involucren proyectos de alto impacto para la empresa, esto debe incluir previa autorización por la Gerencia de Recursos Humanos

### **2.2 Inducción Corporativa**

- Los participantes serán convocados a la inducción y registrarán su participación en el listado de asistencia.
- En el caso de inducción, el área de Recursos Humanos debe proporcionar el listado de las personas que cada reclutador ha ingresado para que participe en la inducción corporativa.

Durante la inducción corporativa se debe asegurar que cada participante complete lo siguiente:

- Firmar el listado de asistencia antes que finalice la inducción.
- Todos los colaboradores, deben firmar la declaración de la inducción corporativa
- Al finalizar la inducción, los participantes deben completar la Encuesta de Satisfacción de Inducción, con el fin de registrar las sugerencias y evaluar la satisfacción de la metodología, calidad de información recibida y facilitadores.

## 2.3 Inducción a Políticas de Seguridad de la Información para nuevos Ingresos

- Como parte de los requisitos para ingresar a la compañía, los ingresos deberán completar la lectura de “Inducción de Seguridad de la Información y Seguridad Física” la cual contiene información básica sobre su rol para contribuir a resguardar los activos de información de Asesorías E&M.

- Los nuevos colaboradores reforzarán y ampliarán su conocimiento sobre las Políticas de Seguridad, durante la Inducción Corporativa la cual se brinda a todos los nuevos ingresos de la compañía.

## 2.3 Centros de Capacitación

- Infop • COHEP • Club Rotarios

## 6.11 Programación de Capacitación a 3 años

Tabla 20: Programa de Capacitación

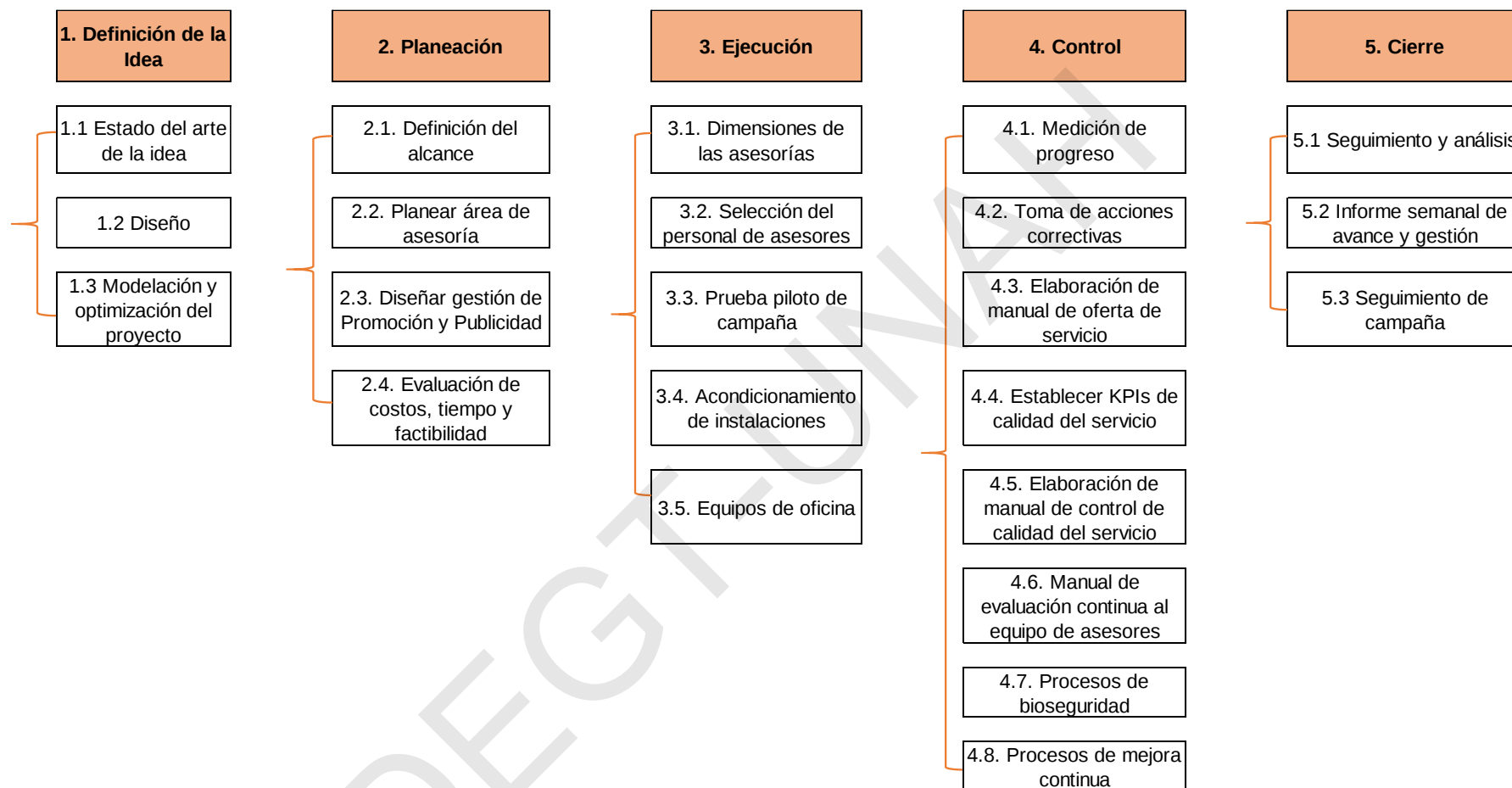
| Programa de Capacitación      | Institución | Duración | Año 2023   | Año 2024 | Año 2025 | Personal Involucrado                                                                  |
|-------------------------------|-------------|----------|------------|----------|----------|---------------------------------------------------------------------------------------|
|                               |             |          | Frecuencia |          |          |                                                                                       |
| Servicio al Cliente           | INFOP       | 5 horas  | 1          | 1        | 1        | Coordinador de Asesores, Asesores y Recepcionista                                     |
| Inteligencia Emocional        | INFOP       | 5 horas  | 1          | 1        | 1        | Coordinador de Asesores, Asesores y Recepcionista                                     |
| Trabajo Remoto y Colaborativo | INFOP       | 40 horas | 1          | 1        | 1        | Gerente, Contador, Coordinador de Asesores, Asesores y Recepcionista                  |
| Motivacion al Trabajo         | INFOP       | 40 horas | 1          | 1        | 1        | Gerente, Contador, Coordinador de Asesores, Asesores, Recepcionista y Persona de Aseo |
| Trabajo en Equipo             | INFOP       | 20 horas | 1          | 1        | 1        | Gerente, Contador, Coordinador de Asesores, Asesores, Recepcionista y Persona de Aseo |
| Relaciones Interpersonales    | INFOP       | 40 horas | 1          | 1        | 1        | Gerente, Contador, Coordinador de Asesores, Asesores, Recepcionista y Persona de Aseo |

Fuente: Autoría Propia

## **6.12 Proceso Administrativo De La Empresa**

A continuación, se presenta el diagrama general de actividades, manuales y procesos los cuales serán utilizados como base en el desarrollo y buen funcionamiento del centro de capacitación tecnológico. Cada uno de los procesos será llevado a cabo por el Gerente Administrativo de la empresa, quienes se reunirán una vez al mes para realizar los planes, revisión de procesos en caso de requerir cambios en alguno de ellos y para recibir la retroalimentación sobre la ejecución de estos.

Tabla 21: Diagrama de actividades



Fuente: Autoría Propia

### **6.13 Aspectos legales**

#### **6.13.1 Constitución de empresa: Definir el Rubro, el tipo de empresa que creara**

Empresa de Asesorías bajo el tipo de Sociedad de Responsabilidad Limitada

#### **6.13.2 Hacer un resumen de los pasos que se deben seguir para crear su empresa**

- Después de haber definido el rubro o actividad económica y el tipo de empresa a constituir se debe hacer una escritura pública ante un notario (Costo entre L4,000 y L7,000) o crear la empresa a través del portal de mi empresa en línea.

- Ya cuando se tiene el documento creado, es obligatorio ir a la Cámara de Comercio a inscribirlo. Opcional la afiliación a la CCIT

- Posteriormente se debe de sacar el RTN (Registro Tributario Nacional, que sería como el número de identidad de la empresa) y obtener el contrato de Adhesión (Este contrato se emite en el SAR y después de autorizado, nos permite poder emitir documentos fiscales, como facturas, boletas de compra y otros)

## **7 ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO**

### **7.1 Introducción**

En este capítulo, se pretende estructurar los principales elementos financieros para la creación de una empresa de Asesoría para la Contratación de Personas con Discapacidad Física en Tegucigalpa, Honduras. Lo anterior, para verificar la viabilidad y factibilidad del proyecto planteado, que está enfocado en una oportunidad de negocio no explorada y con un gran aporte socioeconómico para las empresas y la sociedad hondureña en general.

A continuación, se presentan los resultados encontrados a través de la implementación de MS Excel como herramienta tecnológica que facilitó la determinación del plan de inversión, fuentes de financiamiento, determinación de costos, ingresos y gastos que serán de utilidad para determinar si el proyecto planteado es se puede ejecutar o es viable, también se analiza si el nivel de sensibilidad de este ante las variables externas y el riesgo de inversión de este.

## **7.2 Objetivos**

### **7.2.1 Objetivo General**

Determinar la viabilidad y factibilidad para la creación de una Empresa de Asesoría para la Contratación de Personas con Discapacidad Física en Tegucigalpa, Honduras.

### **7.2.2 Objetivos Específicos:**

- Determinar los costos, ingresos y gastos necesarios para la creación de una empresa que brinde servicios de Asesorías.
- Establecer el tipo de financiamiento requerido para la puesta en marcha del proyecto.
- Proyectar los estados financieros del proyecto y utilizar técnicas de evaluación económica y financiera para determinar la factibilidad del proyecto.
- Analizar la sensibilidad del proyecto y el riesgo financiero de inversión.

## **7.3 Plan de Inversión y Fuentes de Financiamiento**

### **7.3.1 Inversión en activos fijos**

Representada por la cantidad de dinero que es requerida para adquirir activos fijos, equivalente a L520,000.00. La inversión total en activos fijos corresponde a la

propiedad planta y equipo operativo y administrativo para el funcionamiento de la empresa, simboliza todos los activos tangibles adquiridos con la intención de emplearlos en forma permanente para la prestación del servicio, que se utilizaran en la administración.

### 7.3.2 Inversión en Activos Intangibles

Corresponde al compuesto por gastos administrativos y el total de enseres necesarios para el funcionamiento mensual, este monto equivalente a L. 179,493.13.

Tabla 22: Inversión en Activos Intangibles

|                            |                                |                  |   |             |             |
|----------------------------|--------------------------------|------------------|---|-------------|-------------|
| <b>ACTIVOS INTANGIBLES</b> | <b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>  |                  |   |             |             |
|                            | Plan celular                   | Tigo             | 1 | L 10,000.00 | L 10,000.00 |
|                            | Internet                       | Tigo             | 1 | L 5,000.00  | L 5,000.00  |
|                            | Agua Potable                   | SANAA            | 1 | L 5,000.00  | L 5,000.00  |
|                            | Energia Electrica              | ENEE             | 1 | L 10,000.00 | L 10,000.00 |
|                            | Combustible                    | Variado          | 5 | L 3,495.60  | L 17,477.98 |
|                            | Pago depreciacion de vehiculos | Variado          | 5 | L 1,650.00  | L 8,250.00  |
|                            | Alquiler de local              | Torre Metropolis | 1 | L 21,437.50 | L 21,437.50 |
|                            | Viaticos                       | Variado          | 1 | L 90,975.00 | L 90,975.00 |
|                            | <b>ENSERES</b>                 |                  |   |             |             |
|                            | Liquido limpiador              | Pricemart        | 2 | L 294.95    | L 589.90    |
|                            | Bolsas para basura             | Pricemart        | 1 | L 466.95    | L 466.95    |
|                            | Aerosol ambiental              | Pricemart        | 1 | L 224.95    | L 224.95    |
|                            | Desinfectante para inodoro     | Pricemart        | 1 | L 419.95    | L 419.95    |
|                            | Ambientador                    | Pricemart        | 1 | L 519.95    | L 519.95    |
|                            | Mechas para trapear            | Pricemart        | 1 | L 194.95    | L 194.95    |
|                            | Escoba                         | Pricemart        | 1 | L 99.95     | L 99.95     |
|                            | Cepillo para inodoro           | Pricemart        | 1 | L 819.95    | L 819.95    |
|                            | Gel antibacterial              | Pricemart        | 1 | L 309.95    | L 309.95    |
|                            | Mascarillas                    | Pricemart        | 2 | L 92.95     | L 185.90    |
|                            | Papel Higiénico                | Pricemart        | 2 | L 308.95    | L 617.90    |
|                            | Jabón para lavar platos        | Pricemart        | 1 | L 165.95    | L 165.95    |
|                            | Filtros de Café                | Pricemart        | 1 | L 96.95     | L 96.95     |
|                            | Café                           | Pricemart        | 1 | L 499.95    | L 499.95    |
|                            | Pizarra                        | Pricemart        | 4 | L 559.95    | L 2,239.80  |
|                            | Papel                          | Pricemart        | 4 | L 639.95    | L 2,559.80  |
|                            | Tinta                          | Pricemart        | 2 | L 669.95    | L 1,339.90  |

Fuente: Autoría Propia

### 7.3.3 Inversión Pre Operativa

Corresponde a las adecuaciones y remodelaciones, licencias Office 365, publicidad y lanzamiento, página Web y gastos de constitución, equivalente a L. 139,000.00.

*Tabla 23: Inversión Pre Operativa*

|                                |                                      |                    |   |              |                     |
|--------------------------------|--------------------------------------|--------------------|---|--------------|---------------------|
| <b>INVERSION PRE OPERATIVA</b> | Adecuaciones y remodelaciones        | Arquitectura Mejia | 1 | L 100,000.00 | L 100,000.00        |
|                                | Software, Licencias Office 365       | Microsoft          | 8 | L 500.00     | L 4,000.00          |
|                                | Publicidad y Lanzamiento             | Asesorias E&M      | 1 | L 20,000.00  | L 20,000.00         |
|                                | Pagina Web                           | Gonzales Smart     | 1 | L 10,000.00  | L 10,000.00         |
|                                | Gastos de constitucion               | Mi empresa         | 1 | L 5,000.00   | L 5,000.00          |
|                                | <b>TOTAL INVERSION PRE OPERATIVA</b> |                    |   |              | <b>L 139,000.00</b> |

Fuente: Autoría Propia

### 7.3.4 Inversión en Capital de Trabajo

Representado por el capital de giro distinto a la inversión de activos fijos, activos intangibles e inversión preoperativa con que contará para que empiece a funcionar el proyecto, para lo cual se contara con 30 días de efectivo.

*Tabla 24: Inversión en Capital de Trabajo*

| <b>Servicios</b>          | <b>Anual</b>          | <b>Mensual</b>      |
|---------------------------|-----------------------|---------------------|
| <b>Categoría</b>          | <b>Monto</b>          | <b>Monto</b>        |
| Gastos Administrativos    | L 633,481.80          | L 52,790.15         |
| Energia Electrica         | L 120,000.00          | L 10,000.00         |
| Mano de Obra Directa      | L 1,162,113.76        | L 96,842.81         |
| Mano de Obra Indirecta    | L 1,538,442.20        | L 128,203.52        |
| Depreciacion de vehiculos | L 99,000.00           | L 8,250.00          |
| Combustible               | L 209,735.76          | L 17,477.98         |
| Cuota Prestamo            | L 253,080.16          | L 21,090.01         |
| <b>Costos Totales</b>     | <b>L 4,015,853.68</b> | <b>L 334,654.47</b> |

|                                   |                     |
|-----------------------------------|---------------------|
| <b>Caja</b>                       | <b>L 334,654.47</b> |
| <b>Capital de trabajo mensual</b> | <b>L 334,654.47</b> |

| <b>Concepto</b>                   | <b>Año 1</b> | <b>Año 2</b> | <b>Año 3</b> | <b>Año 4</b> | <b>Año 5</b> |
|-----------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| <b>Capital de trabajo mensual</b> | L 334,654.47 | L 336,441.53 | L 338,238.13 | L 340,044.32 | L 341,860.15 |

Fuente: Autoría Propia

Tabla 25: Inversión Total

| CONCEPTO                             | INVERSION TOTAL | FONDOS PROPIOS | FINANCIAMIENTO |
|--------------------------------------|-----------------|----------------|----------------|
| <b>INVERSION FIJA</b>                | L 520,000       | L -            | L 520,000      |
| Mobiliario y Equipo de Oficina       | L 263,206       |                | L 263,206      |
| Mobiliario y Equipo de Producción    | L 102,893       |                | L 102,893      |
| Software                             | L 14,900        |                | L 14,900       |
| Gastos de Constitución e Instalación | L 139,000       |                | L 139,000      |
| <b>CAPITAL DE TRABAJO</b>            | L 400,000       | L 400,000      | L -            |
| Sueldos y Salarios                   | L 351,794       | L 351,794      | L -            |
| Imprevistos                          | L 48,206        | L 48,206       | L -            |
| <b>TOTAL</b>                         | L 920,000       | L 400,000      | L 520,000      |
| <b>PARTICIPACIÓN</b>                 | <b>100%</b>     | <b>43%</b>     | <b>57%</b>     |

Fuente: Autoría Propia

Tabla 26: Costo de Capital Ponderado

| DETALLE                                 | Inversion    | Año 1        | Año 2        | Año 3        | Año 4        | Año 5        |
|-----------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Deuda Corto Plazo                       | L -          |              |              |              |              | L -          |
| Deuda Largo Plazo                       | L 520,000    | L 442,775    | L 354,018    | L 252,005    | L 134,758    | L 0          |
| Patrimonio                              | L 400,000    | L 428,213    | L 530,553    | L 841,088    | L 1,290,138  | L 2,167,328  |
| Total Recursos                          | L 920,000    | L 870,988    | L 884,571    | L 1,093,093  | L 1,424,896  | L 2,167,328  |
| Participación Deuda L/P                 | 57%          | 51%          | 40%          | 23%          | 9%           | 0%           |
| Participación Deuda C/P                 | 0%           | 0%           | 0%           | 0%           | 0%           | 0%           |
| Participación Fondos Propios            | 43%          | 49%          | 60%          | 77%          | 91%          | 100%         |
| Costo de Capital Deuda L/P              | 20%          | 20%          | 20%          | 20%          | 20%          | 20%          |
| Costo de Capital Deuda C/P              | 20%          | 20%          | 20%          | 20%          | 20%          | 20%          |
| Costo de Oportunidad Patrimonio         | 14%          | 14%          | 14%          | 14%          | 14%          | 14%          |
| <b>Costo de Capital Ponderado Anual</b> | <b>17.4%</b> | <b>17.1%</b> | <b>16.4%</b> | <b>15.4%</b> | <b>14.6%</b> | <b>14.0%</b> |

Fuente: Autoría Propia

## 7.4 Cálculo de Costo de Capital o Tasa Mínima de Aceptación de Rendimiento (TMAR)

Para formar una empresa se debe realizar una inversión inicial, la cual puede provenir de una o varias fuentes; fondos propios, inversionistas o instituciones de crédito (bancos). Es importante destacar que cada uno de ellos tendrá un costo asociado al

capital que aporte, y la nueva empresa así formada tendrá un costo de capital propio. A continuación, se analizará detalladamente cómo se calcularía este costo cuando se presentan mezclas de capitales como las descritas.

Ahora bien, de acuerdo con Baca Urbina (2013), la TMAR está dada por la siguiente ecuación:

$$TMAR = i + f + if; \text{ donde } i = \text{premio al riesgo y } F = \text{inflación}$$

Donde el valor de  $i$  se obtiene de los datos recopilados por la Secretaría de Finanzas en su informe Marco Macro Fiscal de Mediano Plazo (MMFMP) para los años 2022 – 2026, se registra para el año 2022 un valor de 7.61% (2022). Y en el caso del valor promedio del riesgo, se obtiene de la Bolsa de Valores (BCV).

La TMAR del capital total resultó ser de 20.09%; que representa el rendimiento mínimo que deberá ganar la empresa para pagar 5.34% de interés sobre monto aportado como fondos propios, un 14% de interés a la aportación bancaria.

Tabla 27: TMAR

| Tasa Mínima de Aceptación de Rendimiento TMAR |                                         |
|-----------------------------------------------|-----------------------------------------|
| Tasa Mínima de Aceptación de Rendimiento      |                                         |
| Donde                                         |                                         |
| I                                             | Premio al riesgo (interés del préstamo) |
| F                                             | Inflación                               |
| I                                             | 14%                                     |
| F                                             | 5.34%                                   |
| <b>TMAR</b>                                   | <b>20.09%</b>                           |

Fuente: Autoría Propia

## 7.5 Determinación de los ingresos

La determinación de los ingresos se realiza según el análisis generado tomando en consideración el total de los costos del proyecto, así como el total de empresas alcanzadas en la oferta, los asesores deberán en movilizarse en varias ocasiones desde la oficina central hasta las oficinas del cliente, este será considerado como tiempo no activo. Para revisar detalles sobre el cálculo del análisis del precio, revisar el estudio de mercado, donde se aborda en detalle.

*Tabla 28: Cuadro de Ingresos*

| Productos Seleccionados en la encuesta | Precio de Venta |        | Precio Vta. Ponderado |               |
|----------------------------------------|-----------------|--------|-----------------------|---------------|
| Asesoría Revisión de Instalaciones     | L               | 20,000 | L                     | 6,600         |
| Asesoría de Procesos                   | L               | 20,000 | L                     | 6,600         |
| Asesoría Completa                      | L               | 30,000 | L                     | 10,200        |
| <b>Total Precio Ponderado</b>          |                 |        | <b>L</b>              | <b>23,400</b> |

Fuente: Autoría Propia

## 7.6 Determinación de los Costos

De acuerdo con Baca Urbina (2013), el costo “es un desembolso en efectivo o en especie hecho en el pasado (costos hundidos), en el presente (inversión), en el futuro (costos futuros) o en forma virtual (costo de oportunidad)”. Y en esta sección se determinan los costos asociados al proyecto, que serán de utilidad para el desarrollo del estudio económico.

### 7.6.1 Costos de Prestación de Servicio

Durante el periodo de operación analizado, se consideró como parte de los costos de prestación de servicio la mano de obra directa e indirecta, que se refieren al: costo

del personal encargado de brindar las capacitaciones y personal administrativo que interviene indirectamente en el proceso de prestación del servicio, respectivamente.

*Tabla 29: Mano de Obra Directa*

| CONCEPTO                   | EMPLEADOS | SALARIO<br>MENSUAL | PROYECTADO       |                  |                  |                  |                  |
|----------------------------|-----------|--------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
|                            |           |                    | Año 1            | Año 2            | Año 3            | Año 4            | Año 5            |
| <b>PLANILLA PRODUCCION</b> |           |                    |                  |                  |                  |                  |                  |
| Asesor                     | 2         | 20,000             | 480,000          | 504,000          | 529,200          | 555,660          | 583,443          |
| Asesor                     | 2         | 20,000             | 480,000          | 504,000          | 529,200          | 555,660          | 583,443          |
| Asesor                     | 2         | 20,000             | 480,000          | 504,000          | 529,200          | 555,660          | 583,443          |
| Asesor                     | 2         | 20,000             | 480,000          | 504,000          | 529,200          | 555,660          | 583,443          |
| <b>SALARIO</b>             | <b>8</b>  | <b>80,000</b>      | <b>1,920,000</b> | <b>2,016,000</b> | <b>2,116,800</b> | <b>2,222,640</b> | <b>2,333,772</b> |
| <b>COLATERAL</b>           |           | <b>50,910</b>      | <b>620,521</b>   | <b>659,157</b>   | <b>706,078</b>   | <b>768,393</b>   | <b>803,377</b>   |

Fuente: Autoría Propia

*Tabla 30: Mano de Obra Indirecta*

| CONCEPTO                       | EMPLEADOS | SALARIO<br>MENSUAL | PROYECTADO       |                  |                  |                  |                  |
|--------------------------------|-----------|--------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
|                                |           |                    | Año 1            | Año 2            | Año 3            | Año 4            | Año 5            |
| <b>PLANILLA ADMINISTRATIVA</b> |           |                    |                  |                  |                  |                  |                  |
| Gerencia General XXXXXX XXXXXX | 1         | 30,000             | 360,000          | 378,000          | 396,900          | 416,745          | 437,582          |
| Contador                       | 1         | 25,000             | 300,000          | 315,000          | 330,750          | 347,288          | 364,652          |
| Coordinador de Asesores        | 1         | 25,000             | 300,000          | 315,000          | 330,750          | 347,288          | 364,652          |
| Persona de aseo                | 1         | 11,000             | 132,000          | 138,600          | 145,530          | 152,807          | 160,447          |
| Recepcionista                  | 1         | 15,000             | 180,000          | 189,000          | 198,450          | 208,373          | 218,791          |
| <b>SALARIO</b>                 | <b>5</b>  | <b>106,000</b>     | <b>1,272,000</b> | <b>1,335,600</b> | <b>1,402,380</b> | <b>1,472,499</b> | <b>1,546,124</b> |
| <b>COLATERAL</b>               |           | <b>34,084</b>      | <b>409,002</b>   | <b>434,725</b>   | <b>466,000</b>   | <b>507,604</b>   | <b>530,837</b>   |

Fuente: Autoría Propia

## 7.6.2 Costos de Administración

En el caso de los costos de administración, son como su nombre lo indica, costos que provienen de las funciones administrativas de la empresa. Sin embargo, no sólo implica los sueldos del personal que trabaja en dichas áreas, sino también, todas aquellas que no estén contempladas en la producción y venta. Y, por tanto, se cargarán a administración y costos generales. Se ha generado un detalle de los elementos que integran los costos administrativos del proyecto que se está desarrollando.

*Tabla 31: Gastos de Administración*

| CONCEPTO             | PROYECTADO       |                  |                  |                  |                  |
|----------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
|                      | AÑO 1            | AÑO 2            | AÑO 3            | AÑO 4            | AÑO 5            |
| Material de Oficina  | 73,674           | 77,358           | 81,226           | 85,287           | 89,551           |
| Seguros              | 50,000           | 52,500           | 55,125           | 57,881           | 60,775           |
| Bonificación         | 480,000          | 504,000          | 529,200          | 555,660          | 583,443          |
| Arrendamiento        | 257,250          | 270,113          | 283,618          | 297,799          | 312,689          |
| Material de Limpieza | 62,558           | 65,686           | 68,970           | 72,418           | 76,039           |
| Imprevistos (10%)    | 92,348           | 101,583          | 111,741          | 122,915          | 135,207          |
| <b>TOTAL GASTOS</b>  | <b>1,015,830</b> | <b>1,071,239</b> | <b>1,129,880</b> | <b>1,191,961</b> | <b>1,257,705</b> |

Fuente: Autoría Propia

### 7.6.3 Costos de Venta

Se considera como costos de ventas los valores reconocidos lo descrito en la siguiente Tabla, ya que es necesario para poder brindar las asesorías planteadas.

*Tabla 32: Costos de Ventas*

| CONCEPTO                       | PROYECTADO       |                  |                  |                  |                  |
|--------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
|                                | AÑO 1            | AÑO 2            | AÑO 3            | AÑO 4            | AÑO 5            |
| Licenciamiento                 | 500,000          | 525,000          | 551,250          | 578,813          | 607,753          |
| Campaña de Comunicación        | 180,000          | 189,000          | 198,450          | 208,373          | 218,791          |
| Pagina Web                     | 60,000           | 63,000           | 66,150           | 69,458           | 72,930           |
| Plan Movil e Internet          | 180,000          | 189,000          | 198,450          | 208,373          | 218,791          |
| Combustible                    | 209,736          | 220,223          | 231,234          | 242,795          | 254,935          |
| Pago depreciacion de vehiculos | 99,000           | 103,950          | 109,148          | 114,605          | 120,335          |
| Imprevistos                    | 138,748          | 152,623          | 167,886          | 184,674          | 203,142          |
| <b>TOTAL GASTOS</b>            | <b>1,387,484</b> | <b>1,463,796</b> | <b>1,544,617</b> | <b>1,630,242</b> | <b>1,720,988</b> |

Fuente: Autoría Propia

### 7.6.4 Costos Financieros

Ver en la sección de anexos el detalle de lo concerniente a la deuda.

### 7.6.5 Depreciaciones y Amortizaciones

El término depreciación aplica al activo fijo, ya que con el uso de los bienes disminuye su valor. En cambio, la amortización sólo se aplica a los activos diferidos o

intangibles, ya que, por ejemplo, si se ha comprado una marca comercial, ésta, con el uso del tiempo, no baja de precio o se deprecia, por lo que el término amortización significa el cargo anual que se hace para recuperar la inversión. A continuación, se muestra la depreciación y amortización respectivamente.

*Tabla 33: Depreciación*

| NOMBRE DEL BIEN                   | VIDA UTIL | VALOR      | DEPRECIACION ANUAL | V.en L. AÑO 1 | V.en L. AÑO 2 | V.en L. AÑO 3 | V.en L. AÑO 4 | V.en L. AÑO 5 |
|-----------------------------------|-----------|------------|--------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| INVERSION FIJA                    |           | 381,000.00 | 63,776.41          | 317,223.59    | 253,447.17    | 189,670.76    | 125,894.34    | 62,117.93     |
| Mobiliario y Equipo de Oficina    | 5         | 263,206.20 | 52,114.83          | 211,091.37    | 158,976.54    | 106,861.72    | 54,746.89     | 2,632.06      |
| Mobiliario y Equipo de Producción | 10        | 102,893.46 | 10,186.45          | 92,707.01     | 82,520.55     | 72,334.10     | 62,147.65     | 51,961.20     |
| Software                          | 10        | 14,900.34  | 1,475.13           | 13,425.21     | 11,950.07     | 10,474.94     | 8,999.81      | 7,524.67      |
| DEPRECIACION DEL PERIODO          |           |            |                    | 63,776.41     | 63,776.41     | 63,776.41     | 63,776.41     | 63,776.41     |

Fuente: Autoría Propia

*Tabla 34: Amortización*

| NOMBRE DEL BIEN        | VIDA UTIL | VALOR      | AMORTIZACION ANUAL | V.en L. AÑO 1 | V.en L. AÑO 2 | V.en L. AÑO 3 | V.en L. AÑO 4 | V.en L. AÑO 5 |
|------------------------|-----------|------------|--------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Gastos de Instalación  | 5         | 100,000.00 | 20,000.00          | 80,000.00     | 60,000.00     | 40,000.00     | 20,000.00     | -             |
| Gastos Preoperativos   | 5         | 25,000.00  | 5,000.00           | 20,000.00     | 15,000.00     | 10,000.00     | 5,000.00      | -             |
| Gastos de Constitución | 5         | 14,000.00  | 2,800.00           | 11,200.00     | 8,400.00      | 5,600.00      | 2,800.00      | -             |
| TOTALES                |           | 139,000.00 | 27,800.00          | 111,200.00    | 83,400.00     | 55,600.00     | 27,800.00     | -             |
| AMORTIZACION ANUAL     |           |            |                    | 27,800.00     | 27,800.00     | 27,800.00     | 27,800.00     | 27,800.00     |

Fuente: Autoría Propia

## 7.6.6 Financiamiento y Tabla de Amortización de la Deuda

### 7.6.6.1. Fuentes de Financiamiento

En la *Tabla de Amortización de Bienes* se muestra las fuentes de financiamiento que se han seleccionado para financiar el proyecto de inversión que se está desarrollando.

### 7.6.6.2. Tabla de Amortización de la Deuda

Son los intereses que se deben pagar en relación con capitales obtenidos en préstamo (Baca Urbina, 2013). Tomando como referencia que el monto que se solicitará

en préstamo al Banco BAC Credomatic a una tasa de interés anual del 14% y un plazo de 60 meses entonces se obtiene la cuantificación del total de los intereses por causa de la deuda.

*Tabla 35: Amortización de la Deuda*

| PERIODO | CUOTA         | CAPITAL       | INTERESES    | SALDO         |
|---------|---------------|---------------|--------------|---------------|
| 0       | -             | -             | -            | L. 520,000.00 |
| 1       | L. 145,193.89 | L. 77,224.64  | L. 67,969.24 | L. 442,775.36 |
| 2       | L. 145,193.89 | L. 88,757.53  | L. 56,436.36 | L. 354,017.83 |
| 3       | L. 145,193.89 | L. 102,012.75 | L. 43,181.13 | L. 252,005.08 |
| 4       | L. 145,193.89 | L. 117,247.55 | L. 27,946.34 | L. 134,757.53 |
| 5       | L. 145,193.89 | L. 134,757.53 | L. 10,436.35 | L. 0.00       |

Fuente: Autoría Propia

## 7.7 Proyección de los Estados Financieros

### 7.7.1 Estado de Resultados

En este apartado se presenta la información relativa a los logros que se esperan alcanzar en un periodo determinado; asimismo, hace notar los esfuerzos que se deben realizar para alcanzar dichos logros. Y tal como se muestra en la siguiente tabla, el proyecto de inversión denota que durante los 5 años en estudio se obtendrían utilidades (antes y después de impuestos) positivas, es decir, generaría ganancia.

*Tabla 36: Estado de Resultado*

| CONCEPTO                                           | PROYECTADO       |                  |                  |                  |                   |
|----------------------------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|
|                                                    | AÑO 1            | AÑO 2            | AÑO 3            | AÑO 4            | AÑO 5             |
| Ingreso por Ventas                                 | 7,020,000        | 7,739,550        | 8,532,854        | 9,407,471        | 10,371,737        |
| (-) Descuentos                                     | -                | -                | -                | -                | -                 |
| (+) Otros Ingresos(Intereses s/CD)                 | -                | -                | -                | -                | -                 |
| <b>Total Ingresos Netos</b>                        | <b>7,020,000</b> | <b>7,739,550</b> | <b>8,532,854</b> | <b>9,407,471</b> | <b>10,371,737</b> |
| <b>(-) Costos de Producción</b>                    | <b>2,738,521</b> | <b>2,883,057</b> | <b>3,041,173</b> | <b>3,220,243</b> | <b>3,377,819</b>  |
| Material Directo                                   | -                | -                | -                | -                | -                 |
| Gastos en Personal Directo                         | 2,540,521        | 2,675,157        | 2,822,878        | 2,991,033        | 3,137,149         |
| Costos Indirectos de Fabricación                   | 198,000          | 207,900          | 218,295          | 229,210          | 240,670           |
| <b>(=) Utilidad Bruta del Ejercicio</b>            | <b>4,281,479</b> | <b>4,856,493</b> | <b>5,491,681</b> | <b>6,187,229</b> | <b>6,993,918</b>  |
| <b>(-) Costos de Operación</b>                     | <b>4,175,893</b> | <b>4,396,936</b> | <b>4,634,453</b> | <b>4,893,882</b> | <b>5,147,230</b>  |
| Gastos de Administracion                           | 1,015,830        | 1,071,239        | 1,129,880        | 1,191,961        | 1,257,705         |
| Gastos de Venta                                    | 1,387,484        | 1,463,796        | 1,544,617        | 1,630,242        | 1,720,988         |
| Gastos en Personal Indirecto                       | 1,681,002        | 1,770,325        | 1,868,380        | 1,980,103        | 2,076,961         |
| Amortización                                       | 27,800           | 27,800           | 27,800           | 27,800           | 27,800            |
| Depreciación                                       | 63,776           | 63,776           | 63,776           | 63,776           | 63,776            |
| (-) Otros Gastos                                   | -                | -                | -                | -                | -                 |
| <b>(=) Utilidad Antes de Intereses e Impuestos</b> | <b>105,587</b>   | <b>459,557</b>   | <b>857,228</b>   | <b>1,293,346</b> | <b>1,846,689</b>  |
| Gastos Financieros                                 | 67,969           | 56,436           | 43,181           | 27,946           | 10,436            |
| <b>(=) Utilidad Antes de Impuestos</b>             | <b>37,617</b>    | <b>403,120</b>   | <b>814,047</b>   | <b>1,265,400</b> | <b>1,836,252</b>  |
| (-) Impuesto Sobre la Renta                        | 9,404            | 100,780          | 203,512          | 316,350          | 459,063           |
| <b>(=) Utilidad Neta Despues de Impuestos</b>      | <b>28,213</b>    | <b>302,340</b>   | <b>610,535</b>   | <b>949,050</b>   | <b>1,377,189</b>  |
| + Depreciacion                                     | 91,576           | 91,576           | 91,576           | 91,576           | 91,576            |
| - Amortizacion de Capital                          | 77,225           | 88,758           | 102,013          | 117,248          | 134,758           |
| + Valor de Salvamento                              | -                | -                | -                | -                | 62,118            |
| <b>Flujos Financieros a Descontar</b>              | <b>42,565</b>    | <b>305,159</b>   | <b>600,099</b>   | <b>923,379</b>   | <b>1,396,126</b>  |

Fuente: Autoría Propia

## 7.7.2 Flujos de Efectivo

Haciendo uso de los valores encontrados en las secciones de Ingresos, Gastos y Costos del Proyecto, entonces es posible calcular los flujos de caja/efectivo esperados.

Se observa que, en cada uno de los 5 años estudiados, el flujo de efectivo es positivo, lo que significa que la empresa está generando efectivo que se podría usar para invertir en activos fijos o capital de trabajo, o bien, parte del flujo de efectivo se podría distribuir entre los inversionistas en forma de intereses o dividendos tal como se abordó.

Tabla 37: Flujo de Caja

| CONCEPTO                                | AÑO INVERSION  | PROYECTADO       |                  |                  |                  |                   |
|-----------------------------------------|----------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|
|                                         |                | AÑO 1            | AÑO 2            | AÑO 3            | AÑO 4            | AÑO 5             |
| Saldo Inicial                           | -              | 400,000          | 267,065          | 204,235          | 234,501          | 236,015           |
| Ingresos                                | 920,000        | 6,844,500        | 7,721,561        | 8,513,021        | 9,385,606        | 10,347,631        |
| Ingresos por Ventas de Contado          | -              | 5,616,000        | 6,191,640        | 6,826,283        | 7,525,977        | 8,297,390         |
| Ingresos por Ventas al Crédito          | -              | 1,228,500        | 1,529,921        | 1,686,738        | 1,859,629        | 2,050,241         |
| Ingresos de Capital                     | 920,000        | -                | -                | -                | -                | -                 |
| Aportaciones de los Socios              | 400,000        | -                | -                | -                | -                | -                 |
| Prestamos                               | 520,000        | -                | -                | -                | -                | -                 |
| Otros Ingresos de Operación             | -              | -                | -                | -                | -                | -                 |
| <b>Total Disponible</b>                 | <b>920,000</b> | <b>7,244,500</b> | <b>7,988,626</b> | <b>8,717,256</b> | <b>9,620,107</b> | <b>10,583,645</b> |
| <b>Gasto Corriente</b>                  | <b>-</b>       | <b>6,900,211</b> | <b>7,545,633</b> | <b>8,130,742</b> | <b>8,866,845</b> | <b>9,402,972</b>  |
| Gastos de Operación                     | -              | -                | -                | -                | -                | -                 |
| Materia Prima Contado                   | -              | -                | -                | -                | -                | -                 |
| Materia Prima al Credito                | -              | -                | -                | -                | -                | -                 |
| Gatos en Personal Directo               | -              | 2,540,521        | 2,675,157        | 2,822,878        | 2,991,033        | 3,137,149         |
| Gastos Indirectos de Operación          | -              | 198,000          | 207,900          | 218,295          | 229,210          | 240,670           |
| Gastos en Personal Indirecto            | -              | 1,681,002        | 1,770,325        | 1,868,380        | 1,980,103        | 2,076,961         |
| Gastos de Administración                | -              | 1,015,830        | 1,071,239        | 1,129,880        | 1,191,961        | 1,257,705         |
| Gastos de Venta                         | -              | 1,387,484        | 1,463,796        | 1,544,617        | 1,630,242        | 1,720,988         |
| Impuesto Sobre la Renta                 | -              | 9,404            | 100,780          | 203,512          | 316,350          | 459,063           |
| Otros Gastos de Operación               | -              | -                | -                | -                | -                | -                 |
| Gastos Financieros                      | -              | 67,969           | 56,436           | 43,181           | 27,946           | 10,436            |
| Pago de Dividendos                      | -              | -                | 200,000          | 300,000          | 500,000          | 500,000           |
| <b>Gastos de Capital</b>                | <b>520,000</b> | <b>77,225</b>    | <b>238,758</b>   | <b>352,013</b>   | <b>517,248</b>   | <b>634,758</b>    |
| Deuda                                   | -              | 77,225           | 88,758           | 102,013          | 117,248          | 134,758           |
| Inversiones en Certificados de Deposito | -              | -                | 150,000          | 250,000          | 400,000          | 500,000           |
| Inversiones                             | 520,000        | -                | -                | -                | -                | -                 |
| Compra de Activos                       | 381,000        | -                | -                | -                | -                | -                 |
| Gastos de Instalacion y Constitucion    | 139,000        | -                | -                | -                | -                | -                 |
| <b>Total Egresos</b>                    | <b>520,000</b> | <b>6,977,435</b> | <b>7,784,391</b> | <b>8,482,755</b> | <b>9,384,092</b> | <b>10,037,729</b> |
| <b>Saldo Neto Disponible</b>            | <b>400,000</b> | <b>267,065</b>   | <b>204,235</b>   | <b>234,501</b>   | <b>236,015</b>   | <b>545,916</b>    |

Fuente: Autoría Propia

### 7.7.3 Balance General

En esta sección se presenta un estado resumido de la situación financiera de la empresa en un momento específico. El estado sopesa los activos de la empresa (lo que posee) contra su financiamiento, que puede ser deuda (lo que debe) o patrimonio (lo que aportan los dueños). A continuación, se presenta el balance general proyectado para la empresa a crear, y se muestran diversas cuentas de activos, pasivos (deuda) y patrimonio.

Se hace una distinción importante entre los activos y los pasivos a corto y a largo plazos. Algo importante a mencionar es que, los activos y los pasivos corrientes son

activos y pasivos a corto plazo; esto significa que se espera que se conviertan en efectivo (en el caso de los activos corrientes) o que sean pagados (en el caso de los pasivos corrientes) en un año o menos. Todos los demás activos y pasivos, junto con la inversión, se consideran de largo plazo porque se espera que permanezcan en los libros de la empresa durante más de un año.

*Tabla 38: Balance General*

| CONCEPTO                             | PROYECTADO        |                   |                     |                     |                     |
|--------------------------------------|-------------------|-------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
|                                      | AÑO 1             | AÑO 2             | AÑO 3               | AÑO 4               | AÑO 5               |
| <b>ACTIVOS</b>                       |                   |                   |                     |                     |                     |
| <b>CIRCULANTE:</b>                   | <b>442,565</b>    | <b>547,724</b>    | <b>847,823</b>      | <b>1,271,202</b>    | <b>2,105,210</b>    |
| Caja y Bancos                        | 267,065           | 204,235           | 234,501             | 236,015             | 545,916             |
| Documentos por Cobrar (CD)           | -                 | 150,000           | 400,000             | 800,000             | 1,300,000           |
| Cuentas por Cobrar                   | 175,500           | 193,489           | 213,321             | 235,187             | 259,293             |
| Inventarios                          | -                 | -                 | -                   | -                   | -                   |
| <b>FIJO:</b>                         | <b>317,224</b>    | <b>253,447</b>    | <b>189,671</b>      | <b>125,894</b>      | <b>62,118</b>       |
| Inversión Fija                       | 381,000           | 381,000           | 381,000             | 381,000             | 381,000             |
| Depreciación Acumulada               | 63,776            | 127,553           | 191,329             | 255,106             | 318,882             |
| <b>OTROS ACTIVOS:</b>                | <b>111,200</b>    | <b>83,400</b>     | <b>55,600</b>       | <b>27,800</b>       | <b>-</b>            |
| Gastos de Constitución e Instalación | 111,200           | 83,400            | 55,600              | 27,800              | -                   |
| <b>TOTAL ACTIVOS</b>                 | <b>870,988.39</b> | <b>884,571.11</b> | <b>1,093,093.43</b> | <b>1,424,895.96</b> | <b>2,167,327.67</b> |
| <b>PASIVOS</b>                       |                   |                   |                     |                     |                     |
| <b>CIRCULANTE:</b>                   | <b>88,758</b>     | <b>102,013</b>    | <b>117,248</b>      | <b>134,758</b>      | <b>-</b>            |
| Prestamo por Pagar                   | 88,758            | 102,013           | 117,248             | 134,758             | -                   |
| Cuentas por Pagar                    | -                 | -                 | -                   | -                   | -                   |
| <b>LARGO PLAZO:</b>                  | <b>354,018</b>    | <b>252,005</b>    | <b>134,758</b>      | <b>0</b>            | <b>-</b>            |
| Prestamo por Pagar Largo Plazo       | 354,018           | 252,005           | 134,758             | 0                   | -                   |
| <b>TOTAL PASIVOS</b>                 | <b>442,775</b>    | <b>354,018</b>    | <b>252,005</b>      | <b>134,758</b>      | <b>-</b>            |
| <b>PATRIMONIO</b>                    | <b>428,213</b>    | <b>530,553</b>    | <b>841,088</b>      | <b>1,290,138</b>    | <b>2,167,328</b>    |
| Aportación de Capital                | 400,000           | -                 | -                   | -                   | -                   |
| Capital Social                       | -                 | 400,000           | 400,000             | 400,000             | 400,000             |
| Utilidades Acumuladas                | -                 | 28,213            | 130,553             | 441,088             | 890,138             |
| Utilidad del Periodo                 | 28,213            | 102,340           | 310,535             | 449,050             | 877,189             |
| <b>TOTAL PASIVO + CAPITAL</b>        | <b>870,988.39</b> | <b>884,571.11</b> | <b>1,093,093.43</b> | <b>1,424,895.96</b> | <b>2,167,327.67</b> |

Fuente: Autoría Propia

#### 7.7.4 Indicadores Financieros

En las siguientes secciones se muestran diferentes técnicas para evaluar objetivamente ciertas variables resultantes del estudio del proyecto, a partir de los cuales se obtienen diferentes indicadores financieros que sirven para evaluar la conveniencia económica de implementar el proyecto. En el caso del análisis de razones financieras incluye métodos de cálculo e interpretación de las razones financieras para analizar y supervisar el desempeño de la empresa.

Las entradas básicas para el análisis de las razones son el estado de pérdidas y ganancias y el balance general de la empresa. Por conveniencia, las razones financieras se dividen en cinco categorías básicas: **razones de liquidez** (capacidad de una empresa para cumplir con sus obligaciones de corto plazo a medida que estas llegan a su vencimiento), **endeudamiento** (indica el monto del dinero de otras personas que se usa para generar utilidades), **rentabilidad** (estas medidas permiten a los analistas evaluar las utilidades de la empresa respecto a un nivel determinado de ventas, cierto nivel de activos o la inversión de los propietarios.) y **mercado** (relacionan el valor de mercado de una empresa, medido por el precio de mercado de sus acciones, con ciertos valores contables). (Gitman & Zutter, 2012)

En tal sentido, y a partir de los valores encontrados se pueden hacer las siguientes inferencias:

- **Razones de liquidez:** la razón circulante se puede interpretar como el número de veces (5 para el año 1) que el activo corriente de la empresa puede cubrir su pasivo corriente.

- **Razones de endeudamiento:** Este valor (50.8% para el año 1) indica que la empresa ha financiado más de la mitad de sus activos con deuda. Cuanto más alto es este índice, mayor es el grado de endeudamiento de la empresa y mayor su apalancamiento financiero.

- **Razones de mercado:** Esta cifra nos indica que el inversionista pagaba L428 por cada lempira de ganancias.

#### 7.7.5 Punto de Equilibrio

El análisis costo-volumen-utilidad, también conocido como análisis del punto de equilibrio, muestra las relaciones básicas entre costos e ingresos para diferentes niveles de producción y ventas, asumiendo valores constantes de ingresos y costos dentro de rangos razonables de operación. (Sapag Chain, 2011) En función de lo anterior y del valor encontrado para el punto de equilibrio mensual en unidades, se puede decir que a partir de 3,760 horas de asesorías anuales se inician a generar utilidades.

#### 7.8 Cálculo de Técnicas de Evaluación Económica y Financiera

De acuerdo con lo descrito en la siguiente tabla, un Valor Actual Neto (L 818,231) mayor que cero (0), Razón Beneficio/Costo (1.89) mayor que 1, Tasa Interna de Retorno (39.35%) mayor que el Costo de Capital Ponderado (CCP) y un Período de Retorno de la Inversión (3 años, 7 meses y 7 días) menor que el período evaluado. Por lo cual, se concluye que el proyecto es favorable, tomando como referencia la literatura.

*Tabla 39: Evaluación Económica y Financiera*

| INVERSION                         | FLUJOS      | FACTOR | VALOR PTE.           |
|-----------------------------------|-------------|--------|----------------------|
| INVERSION INICIAL                 | L (920,000) | 1.00   | L (920,000)          |
| FLUJO NETO 1                      | L 42,565    | 0.85   | L 36,243             |
| FLUJO NETO 2                      | L 305,159   | 0.73   | L 221,247            |
| FLUJO NETO 3                      | L 600,099   | 0.62   | L 370,468            |
| FLUJO NETO 4                      | L 923,379   | 0.53   | L 485,382            |
| FLUJO NETO 5                      | L 1,396,126 | 0.45   | L 624,891            |
| <b>VAN</b>                        |             |        | <b>L 818,231</b>     |
| <b>TIR</b>                        |             |        | <b>39.35%</b>        |
| <b>Costo de Capital Ponderado</b> |             |        | <b>17.4%</b>         |
| <b>Razon Beneficio-Costo</b>      |             |        | <b>1.89</b>          |
| <b>PRI Descontado</b>             |             |        | <b>3A, 7M y 7D</b>   |
| <b>PRI Normal</b>                 |             |        | <b>2A, 10M y 18D</b> |

Fuente: Autoría Propia

## 7.9 Análisis de Sensibilidad

Para agregar información a los resultados pronosticados del proyecto, es posible desarrollar un análisis de sensibilidad que permita medir cuán sensible es la evaluación realizada a variaciones de uno o más parámetros. (Sapag Chain, 2011) En este caso se realiza análisis de sensibilidad considerando:

- 1) Una reducción del 5% en los ingresos da resultados para el VAN (estima las ganancias brutas del proyecto), TIR (determina la rentabilidad del proyecto), Costo de Capital Ponderado, Razón Costo-Beneficio (herramienta financiera que compara el costo de un producto o servicio versus el beneficio en términos de compra), PRI Descontado (es un método de valoración de inversiones que determina el tiempo que una inversión tarda en recuperar el desembolso inicial, con los flujos de caja generados por la misma) y PRI normal; que reflejan un proyecto sigue siendo favorable para el periodo analizado.

*Tabla 40: Análisis de sensibilidad con una reducción del 5% en los ingresos*

| INVERSION                         | FLUJOS      | FACTOR | VALOR PTE.         |
|-----------------------------------|-------------|--------|--------------------|
| INVERSION INICIAL                 | L (920,000) | 1.00   | L (920,000)        |
| FLUJO NETO 1                      | L (299,031) | 0.85   | L (254,620)        |
| FLUJO NETO 2                      | L 14,926    | 0.73   | L 10,822           |
| FLUJO NETO 3                      | L 280,117   | 0.62   | L 172,929          |
| FLUJO NETO 4                      | L 570,599   | 0.53   | L 299,940          |
| FLUJO NETO 5                      | L 1,007,186 | 0.45   | L 450,806          |
| <b>VAN</b>                        |             |        | <b>L (240,124)</b> |
| <b>TIR</b>                        |             |        | <b>11.03%</b>      |
| <b>Costo de Capital Ponderado</b> |             |        | <b>17.4%</b>       |
| <b>Razon Beneficio-Costo</b>      |             |        | <b>0.74</b>        |
| <b>PRI Normal</b>                 |             |        | <b>4A, 4M Y 6D</b> |

Fuente: Autoría Propia

- 2) Un incremento del 5% en los costos incontrolables (es decir, incrementos en los insumos para la prestación de servicio y costos indirectos de prestación de servicio); da resultados para el VAN, TIR, Costo de Capital Ponderado, Razón Costo-Beneficio, que reflejan un proyecto rentable. Por lo cual, se puede concluir que el proyecto no es tan sensible a la variación de estos parámetros.

*Tabla 41: Análisis de sensibilidad con un incremento del 5% en los costos incontrolables*

| INVERSION                         | FLUJOS      | FACTOR | VALOR PTE.          |
|-----------------------------------|-------------|--------|---------------------|
| INVERSION INICIAL                 | L (920,000) | 1.00   | L (920,000)         |
| FLUJO NETO 1                      | L 35,140    | 0.85   | L 29,921            |
| FLUJO NETO 2                      | L 297,363   | 0.73   | L 215,595           |
| FLUJO NETO 3                      | L 591,913   | 0.62   | L 365,414           |
| FLUJO NETO 4                      | L 914,784   | 0.53   | L 480,864           |
| FLUJO NETO 5                      | L 1,387,101 | 0.45   | L 620,851           |
| <b>VAN</b>                        |             |        | <b>L 792,645</b>    |
| <b>TIR</b>                        |             |        | <b>38.66%</b>       |
| <b>Costo de Capital Ponderado</b> |             |        | <b>17.4%</b>        |
| <b>Razon Beneficio-Costo</b>      |             |        | <b>1.86</b>         |
| <b>PRI Normal</b>                 |             |        | <b>2A, 11M Y 6D</b> |

Fuente: Autoría Propia

## 7.10 Análisis de impacto de los indicadores financieros

Tabla 42: Principales indicadores financieros del proyecto

| INDICADORES DE PROYECTO    | NORMAL        | SENSIBILIDAD 1 | SENSIBILIDAD 2 |
|----------------------------|---------------|----------------|----------------|
| VAN                        | L. 818,231    | (L. 240,124)   | L. 792,645     |
| TIR                        | 39.35%        | 11.03%         | 38.66%         |
| COSTO DE CAPITAL PONDERADO | 17.4%         | 17.4%          | 17.4%          |
| RAZON BENEFICIO/COSTO      | 1.89          | 0.74           | 1.86           |
| PERIODO DE RECUPERACION    | 2A, 10M y 18D | 4A, 4M Y 6D    | 2A, 11M Y 6D   |

Fuente: Autoría Propia

## 7.11 Riesgo Financiero de la Inversión

De acuerdo con el análisis de sensibilidad realizado en la sección anterior, para evaluar el riesgo de inversión [considerando una reducción del 5% en los ingresos y un incremento del 5% en los costos incontrolables (es decir, incrementos en los insumos para la prestación de servicio y costos indirectos de prestación de servicio)] se observa que el proyecto si es sensible a la reducción de los ingresos y no es muy sensible al incremento en los costos, por lo tanto se prevé tener un control del alcance y las empresas visitadas de forma constante con un fuerte plan de mercadeo y comunicación para evitar la reducción de los ingresos, por lo cual, se esperaría que el proyecto siga siendo rentable.

## 7.12. Factibilidad Financiera del Proyecto.

En condiciones normales el proyecto tiene un Valor Actual Neto (L 818,231) mayor que cero (0), Razón Beneficio/Costo (1.89) mayor que 1, Tasa Interna de Retorno (39.35%) mayor que el Costo de Capital Ponderado (CCP) y un Período de Retorno de la Inversión (2 años, 10 meses y 18 días) menor que el período evaluado. Por lo cual, se concluye que el proyecto es factible y se acepta.

## **8 ESTUDIO DE IMPACTO SOCIAL**

### **8.1 Introducción**

Este estudio tiene como finalidad conocer la influencia y alcances que puede tener el proyecto en la población de Tegucigalpa, Honduras. Según mencionan Morales, D. & Roux, R. (2015), el impacto social se puede describir como un proceso donde se evalúan las posibles consecuencias que puede tener un proyecto ya sea positiva (beneficios) o negativas (perjuicios). Es de suma importancia comprender dicho impacto en la sociedad como parte del desarrollo del proyecto ya que esto será determinante para la aceptación y sociabilización con los actores involucrados.

### **8.2 Beneficio del Proyecto a la Sociedad**

La implementación de una empresa de Asesoría para la contratación de Personas con Discapacidad Física, en la ciudad de Tegucigalpa, genera beneficios importantes en temas económicos(trabajo directo e indirecto), sociales (aporte a la sociedad creando un plan como empresa socialmente responsables contribuyendo al medio ambiente con programas de capacitaciones gratuitas tales como Crea tu Hoja de Vida Generando Impacto), empresariales (Realización de alianzas con las empresas para la capacitación y especialización de las personas involucradas).

Así mismo, beneficios personales desarrollando la oportunidad de generación de empleo y acceso al mismo para las personas con Discapacidad para todos los involucrados, permitiendo una mejora en los índices de desarrollo del país colocando a las personas con discapacidad como un enfoque primordial ya que la tendencia mundial orienta a este impulso como un aporte al crecimiento económico.

### **8.3 Generación de Empleo Directo**

Éste es un elemento que está intrínseco en el proyecto ya que la orientación es la generación de utilidad por el tema de la inversión y se necesita recurso humano para llevar a cabo las diferentes actividades que forman parte del funcionamiento de la empresa como tal. Se contempla generar empleo directo a trece (13) personas que forman parte de la estructura organizacional de la empresa.

### **8.4 Responsabilidad social.**

Siguiendo lo establecido en la Ley De Equidad Y Desarrollo Integral Para Las Personas Con Discapacidad (Decreto No. 160-2005) Congreso Nacional (2005), y como parte de la proyección social a la población de Tegucigalpa, Honduras, se contratará como mínimo a una persona con discapacidad física que tenga las competencias necesarias en cualquiera de los puestos de trabajo ofrecidos por la empresa.

A si mismo se espera generar el cambio de pensamiento a nivel laboral para la contratación de personas con discapacidad, sobre todo Discapacidad Física ya que es el enfoque del presente proyecto, por lo tanto, se espera generar la base electrónica con las Hojas de Vida de las personas con Discapacidad Física para que sean requeridos según sus habilidades y la aplicabilidad de sus perfiles en los puestos de trabajo disponibles por nuestros clientes.

## 9 CONCLUSIONES

Las personas con Discapacidad Física, así como las empresas entrevistadas que se encuentran en Tegucigalpa muestran interés en ser parte del proyecto de Asesorías para la contratación de Personas con Discapacidad Física, por lo tanto, se considera viable la opción de crear una empresa dedicada a la Asesoría para la Contratación de Personas con discapacidad física en Tegucigalpa.

La oficina que se encuentra en el Edificio Metrópolis es la ubicación más favorable para la instalación de la empresa de asesoría, ya que se encuentra ubicado en un lugar de fácil acceso, cuenta con seguridad, cuenta con un local que cumple con la necesidad de planta para el centro de capacitación y económicamente el precio de arrendamiento que posee es favorable.

Tomando en consideración que el estudio organizacional comprende el planteamiento de aspectos legales, organizacionales, administrativos, funcionales, entre otros; los cuales son indispensables para la constitución jurídica de una empresa, se toma la decisión de constituir la empresa como sociedad de responsabilidad limitada, debido a que en este tipo de sociedad los socios están limitados al monto de su aportación.

De acuerdo con los resultados obtenidos en el estudio económico y financiero, el proyecto en condiciones normales es rentable. Y seguiría siendo rentable, siempre y cuando la reducción de los ingresos no sea mayor que el 5% y el incremento en los costos de prestación de servicio no sea mayor que el 10%.

Respecto al impacto social que tendría el proyecto: generación de empleo y responsabilidad social a través de la contratación de personas con discapacidad física.

De acuerdo con los resultados obtenidos a lo largo de la investigación se concluye que llevar a cabo la creación de una empresa de Asesoría para la contratación de personas con discapacidad física, en Tegucigalpa M.D.C., Francisco Morazán, Honduras es factible y viable.

DEGT-UNAH

## BIBLIOGRAFÍA

- Alvarez, C. (2008). *Glosario de términos para la administración de gestión; Vulnerabilidad*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos S.A.
- Alvarez, M. (2010). *La reunión de publicidad audiovisual. Sevilla, Comunicación*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos S.A.
- Amazon. (01 de 12 de 2022). *Amazon*. Obtenido de [www.amazon.com](http://www.amazon.com): amazon.com
- Baca Urbina, G. (2013). *Evaluación de Proyectos*. Ciudad de México: McGraw Hill Interamericana Editores S.A. de C.V.
- Baca, G. (2013). Cálculo de la mano de obra directa. En G. Baca, *Evaluación de proyectos* (pág. 123). México, D. F.: McGraw Hill.
- Baca, G. (2013). Factores relevantes que determinan la adquisición de equipo y maquinaria. En *Evaluación de proyectos* (págs. 116-117). México, D. F.: McGraw Hill.
- Baca, G. (2013). Tipos de proceso y sus características. En G. Baca, *Evaluación de proyectos* (pág. 117). México, D. F.: McGraw Hill.
- Banco Interamericano de Desarrollo (BID). (25 de Junio de 2021). *14 proyectos de América Latina y el Caribe que están enfocados en las habilidades del siglo XXI*. Obtenido de <https://publications.iadb.org>: <https://publications.iadb.org/es/spotlight-habilidades-del-siglo-xxi-en-america-latina-y-el-caribe>
- Banco Mundial. (8 de Febrero de 2015). *Banco Mundial*. Recuperado el 12 de Octubre de 2020, de Banco Mundial: <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/11783>
- Banco Mundial. (12 de Noviembre de 2018). *Banco Mundial*. Recuperado el 05 de Septiembre de 2020, de Banco Mundial: <https://www.bancomundial.org/es/topic/education/overview>
- Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la Investigacion*. Colombia: Pearson Educacion.
- Brom, J. (1982). *Esbozo de Historia Universal*. Buenos Aires: Grijalbo.

- Carroll, A. B. (1999). Corporate Social Responsibility. En A. B. Carroll, *Business and Society* (págs. 268-295). Madrid: Pearson.
- Castillo, L. e. (2012). *Asistentes Sociales; Grupos de Vulnerabilidad*. Barcelona: Editorial MAD. S.A.
- Castro, C., & Murillo, M. (Agosto de 2015). *Diseño e implementación de un prototipo de sistema automatizado para la alimentación y climatización de una granja porcina*. Obtenido de [www.dspace.ups.edu:https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/10438/1/UPS-GT001532.pdf](http://www.dspace.ups.edu:https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/10438/1/UPS-GT001532.pdf)
- CEPAL. (17 de Julio de 2014). *Informe Regional sobre la Medicion de la Discapacidad*. Recuperado el 12 de Octubre de 2020, de Informe Regional sobre la Medicion de la Discapacidad: <https://www.cepal.org/es/publicaciones/36906-informe-regional-la-medicion-la-discapacidad-mirada-procedimientos-medicion-la>
- Chiavenato, I. (2002). *Gestion del Talento Humano*. Madrid: McGRAW-HILL.
- Congreso Nacional. (30 de Septiembre de 2005). TSC. Obtenido de TSC: <https://www.tsc.gob.hn/web/leyes/LEY%20DE%20EQUIDAD%20Y%20DESARROLLO%20INTEGRAL%20PARA%20LAS%20PERSONAS%20CON%20DISCAPACIDAD..pdf>
- Coordinadora de Instituciones y Asociaciones de Rehabilitación de Honduras CIARH. (2019). *Empleo y Discapacidad en Honduras*. Tegucigalpa: Gubernamental.
- Coordinadora de Instituciones y Asociaciones de Rehabilitacion de Honduras CIARH. (2019). *Empleo y Discapacidad en Honduras*. Tegucigalpa: Gubernamental.
- Cruz, I. F. (01 de Diciembre de 2003). *Estudio de las comunicaciones de un controlador logico programable PLC a traves de una interfase serial*. Obtenido de Repositorio Institucional de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE: <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/4370/1/M-ESPEL-0003.pdf>
- Díaz Rincón, C. A. (Lunes de Febrero de 2014). *Estrategias de sostenimiento de los centros tecnológicos. Propuesta de un modelo contingente para entender su desempeño*. Recuperado el 2022, de Library:

<https://1library.co/article/antecedentes-impulsaron-creaci%C3%B3n-centros-tecnol%C3%B3gicos.q5rpm2rz>

Dirección General de Empleo/Unidad de Inclusión Laboral. (2009). *Encuesta Permanente de Hogares, Módulo Discapacidad*. Tegucigalpa: Gubernamental.

Edison Javier Guaña-Moya, E. J., Quinatoa-Arequipa, E., & Pérez-Fabara, M. A. (2017). Tendencias del uso de las tecnologías y conducta del consumidor tecnológico. *Redalyc*, 15-30. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/1815/181550959002/movil/>

Espí López, J., Camps Valls, G., & Muñoz Marí, J. (2006). *Fundamentos de electrónica analógica*. Valencia: Editorial Universitat Politècnica de València.

Espinoza, M., & Hidalgo, E. (julio de 2015). *Automatización del proceso de galvanización en caliente*. Obtenido de [www.tesis.ipn.mx: https://tesis.ipn.mx/jspui/bitstream/123456789/21883/1/AUTOMATIZACIÓN%20DEL%20PROCESO%20DE%20GALVANIZACIÓN%20EN%20CALIENTE.pdf](https://tesis.ipn.mx/jspui/bitstream/123456789/21883/1/AUTOMATIZACIÓN%20DEL%20PROCESO%20DE%20GALVANIZACIÓN%20EN%20CALIENTE.pdf)

Fabiola Corrillo, M. G. (2016). ESTUDIO DE LOCALIZACION DE UN PROYECTO. *Ventana Científica Vol. 7. N° 11 ISSN 2305 – 6010*, Pág. 29 – 33.

Fernandez, Y. (23 de Septiembre de 2022). *Que es Arduino, como funciona y que puedes hacer con uno*. Obtenido de Xataka: <https://www.xataka.com/basics/que-arduino-como funciona-que-puedes-hacer-uno>

Fernández, Y. (23 de Septiembre de 2022). *Qué es Arduino, cómo funciona y qué puedes hacer con uno*. Obtenido de Xataka Basics: <https://www.xataka.com/basics/que-arduino-como funciona-que-puedes-hacer-uno>

Ferraro, L. P. (2001). Derechos Humanos y Discapacidad. *Abogarte*, 47-50.

Forbes. (09 de Mayo de 2018). *Forbes*. Recuperado el 05 de Septiembre de 2020, de Forbes: <https://forbes.es/empresas/42450/es-importante-la-inclusion-laboral-en-tu-empresa/>

- FUNDAHRSE. (15 de Octubre de 2020). *FUNDAHRSE*. Recuperado el 22 de 08 de 2020, de Fundacion Hondureña de Responsabilidad Social Empresarial: <https://fundahrse.org/fundahrse/responsabilidad-social-empresarial/>
- Galeano, L. J. (1998). La metodología de la encuesta. En H. L. Romo, *La metodología de la encuesta* (págs. 33-74). Mexico: Pearson Educación. Obtenido de Biblioteca Virtual Em Saude: <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=5a0Jdv7lp9oC&oi=fnd&pg=PA9&dq=ROMO,+Heriberto+L%C3%B3pez,+et+al.+La+metodolog%C3%ADa+de+la+encuesta.+JG+c%C3%A1ceres,+T%C3%A9nicas+de+investigaci%C3%B3n+en+sociedad,+cultura+y+comunicaci%C3%B3n,+1998,+p.+33-74.&>
- Gallego, C. F. (martes de 01 de 2004). *Matronas Profesion* . Obtenido de Matronas Profesion : chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgiclfndmkaj/<https://www.federacion-matronas.org/wp-content/uploads/2018/01/vol5n18pag5-13.pdf>
- Garcés, O. (13 de febrero de 2014). *Implementación de una estación de almacenamiento de probetas de distintos materiales y tamaños controlados por PLC y pantalla táctil para el laboratorio de control y automatización de procesos industriales de la escuela de ingeniería mecánica de la ESPOCH*. Obtenido de dspace.esPOCH.edu.ec: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/4643/1/15T00590.pdf>
- García Moreno, E. (1999). *Automatización de procesos industriales*. Valencia: Editorial Universitat Politècnica de València.
- Goilav, N., & Loi, G. (2016). *Arduino. Aprender a desarrollar para crear objetos inteligentes*. Barcelona: ENI Ediciones.
- Gomez, M. M. (2006). *Introduccion a la metodologia de investigacion cientifica*. Cordoba: Brujas.
- Hernández Ortega, C. (2011). Cálculo de la relación de margen de contribución en los precios y el surgimiento de la proporción áurea en la estructura de utilidades. *scielo*, 77-98. doi:ISSN 0186-1042

- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (2014). *Metodologia de la Investigacion*. Ciudad de Mexico: McGraw Hill.
- Hernandez-Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). *Metodologia de la Investigacion, Las rutas Cuantitativas, cualitativas y Mixtas*. Mexico: McGraw Hill.
- Hidalgo, W. (07 de noviembre de 2015). *Diseño e implementación de un sistema de adquisición de señales biométricas mediante mensajes SMS*. Obtenido de [www.dspace.espoch.edu.ec](http://www.dspace.espoch.edu.ec):  
<http://dspace.espoch.edu.ec/bitstream/123456789/3790/1/98T00060.pdf>
- Human Rights Watch. (28 de Septiembre de 2012). *Informe Mundial 2012: Estados Unidos*. Recuperado el 10 de Octubre de 2020, de Informe Mundial 2012: Estados Unidos: <https://www.hrw.org/es/world-report/2012/country-chapters/259649#90a841>
- Industrias GSL. (1 de Junio de 2021). *¿Qué es un PLC y cómo funciona?* Obtenido de GSL Industrias: <https://industriassgsl.com/blogs/automatizacion/que-es-un-plc-y-como funciona>
- INE. (2019). *Censo Nacional de acceso de hogares a internet*. Obtenido de [www.ine.gob.hn](https://datos.gob.hn/dataset/censo-nacional-de-acceso-de-hogares-a-internet-ano-2018/resource/46fb971b-0010-4a9a-affe-47aae5d85fb5): <https://datos.gob.hn/dataset/censo-nacional-de-acceso-de-hogares-a-internet-ano-2018/resource/46fb971b-0010-4a9a-affe-47aae5d85fb5>
- Infante Becerra, V. &. (2017). Mirada histórica al proceso de capacitación en el mundo. *Revista de Educación*, 15(1), 57-64.
- INFOP. (03 de 11 de 2022). *INSTITUTO NACIONAL DE FORMACION PROFESIONAL*. Obtenido de INSTITUTO NACIONAL DE FORMACION PROFESIONAL: <https://infopvirtual.com/curso/programar-en-arduino/>
- INFOP. (2022). *Sobre nosotros*. Obtenido de infop.hn: <https://infop.hn/sobre-nosotros/>
- Instituto Nacional de Estadísticas. (2013). *XVII Censo Nacional de Poblacion y VI de Vivienda*. Tegucigalpa: Honduras.
- Instituto Nacional de Estadísticas. (2013). *XVII Censo Nacional de Poblacion y VI de Vivienda*. Tegucigalpa: Gubernamental.

- Instituto Nacional de Estadísticas. (17 de marzo de 2019). *INE*. Obtenido de INE: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://www.ine.gob.hn/V3/imagen-doc/2019/08/Distrito-central.pdf
- Kotler, P. (1992). *Estrategias para cambiar la Conducta Publica*. Barcelona: Pearson.
- Kotler, P. (1999). *El marketing, como crear, ganar y dominar los mercados*. Buenos Aires: Pearson.
- Kotler, P. (2004). *Marketing*. Madrid: Pearson Educación .
- Kotler, P. (2012). *Lo Bueno Funciona*. Madrid: LID.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson.
- Luhmann, N. (1997). *Teoría política en el Estado de bienestar*. Madrid: Alianza Editorial.
- Mainato Duchi, J. A. (2021). Estudio de factibilidad para la creación de un centro de capacitación y asesoría en temas de productividad para empresas de la ciudad de Riobamba. *Repositorio Digital UNACH*, 1-196.
- Maldonado, J. A. (2013). EL MODELO SOCIAL DE LA DISCAPACIDAD: UNA CUESTION DE DERECHOS HUMANOS. *Revista de Derecho UNED*, Num. 12.
- Mandado Pérez, E., Marcos Acevedo, J., Fernández Silva, C., & Armesto Quiroga, J. I. (2009). *Autóomas programables y sistemas de automatización* (Segunda ed.). Barcelona: MARCOMBO S.A.
- MCI. (2010). *Qué es Arduino?* Obtenido de www.arduino.cl: https://arduino.cl/que-es-arduino/
- Molina, L. (2005). *Instalaciones automatizadas en viviendas y edificios*. Madrid: McGraw Hill.
- MORALES RAMÍREZ, D., & ROUX RODRÍGUEZ, R. (01 de Enero de 2015). ESTUDIO DE IMPACTO SOCIAL: ANTECEDENTES Y LÍNEA BASE PARA SAN FERNANDO, TAMAULIPAS. *redalyc*, 111-130. Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/654/65452535006.pdf

- Morales, J., & Morales, A. (2009). Dimensiones de la planta de producción y/o instalaciones. En J. Morales, & A. Morales, *Proyectos de inversión. Evaluación y formulación* (pág. 94). Mexico, D. F.: McGraw Hill.
- Murillo, F. R. (19 de Abril de 2016). En 30 minutos, 5 jóvenes crearon un sensor de proximidad . *La Prensa*, págs. <https://www.laprensa.hn/economia/en-30-minutos-cinco-jovenes-crearon-sensor-de-proximidad-DQLP951705>.
- Oliver, M. (1998). *Discapacidad y sociedad*. Londres: LDI.
- Organización Panamericana de la Salud. (17 de Junio de 2008). *Organización Panamericana de la Salud*. Recuperado el 19 de Julio de 2020, de Organización Panamericana de la Salud: [https://www.paho.org/hon/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1425:personas-con-discapacidad-en-francisco-morazan-documento-de-caracterizacion&Itemid=226](https://www.paho.org/hon/index.php?option=com_content&view=article&id=1425:personas-con-discapacidad-en-francisco-morazan-documento-de-caracterizacion&Itemid=226)
- Organizacion Panamericana de la Salud. (15 de Junio de 2019). *Organizacion Panamericana de la Salud*. Recuperado el 19 de Julio de 2020, de Organizacion Panamericana de la Salud: [https://www.paho.org/hon/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1425:personas-con-discapacidad-en-francisco-morazan-documento-de-caracterizacion&Itemid=226](https://www.paho.org/hon/index.php?option=com_content&view=article&id=1425:personas-con-discapacidad-en-francisco-morazan-documento-de-caracterizacion&Itemid=226)
- Paz, M. (2020). *Análisis del uso de la domótica y su influencia en la comodidad de los hogares arequipeños*. Obtenido de [www.repositorio.continental.edu.pe](http://www.repositorio.continental.edu.pe): [https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/8068/2/IV\\_FIN\\_108\\_TI\\_Paz\\_Corrales\\_2020.pdf](https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/8068/2/IV_FIN_108_TI_Paz_Corrales_2020.pdf)
- POLE, K. (3 de Agosto de 2009). *Renglones, Revista de ciencias sociales*. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/[https://rei.iteso.mx/bitstream/handle/11117/252/katrhyrn\\_pole.pdf](https://rei.iteso.mx/bitstream/handle/11117/252/katrhyrn_pole.pdf)
- Psicomarketing, P. (4 de Enero de 2021). *La Universidad del Vendedor* . Obtenido de PMK Digital Learning : <https://pmkvirtual.com/blog/innovacion-tecnologica/>

- Quinn, G. D. (2002). *Derechos humanos y discapacidad*. Nueva York y Ginebra: Naciones Unidas.
- RedHat. (10 de mayo de 2022). *La Automatización*. Obtenido de [www.redhat.com](http://www.redhat.com):  
<https://www.redhat.com/es/topics/automation>
- Rodríguez Fernández, A. (2009). *Psicología del Trabajo*. Granada: Ediciones Pirámide.
- Sáenz Lorenzo, J. F. (28 de Abril de 2000). Evolución del sistema Ciencia, Tecnología e Industria en el Mundo y en la UE. *Revista Llull*, 399-429. Obtenido de Evolucion Del Sistema Ciencia Tecnologia E Industria: <file:///C:/Users/Fany%20Montero/Downloads/Dialnet-EvolucionDelSistemaCienciaTecnologiaElIndustriaEnEl-62252.pdf>
- Sanchez Naranjo, M. F. (2015). Estudio de factibilidad para la implementación de un sistema de capacitación continua apoyada en T.I. *Pontificia Universidad Católica de Ecuador*, 1-102.
- Sapag Chain, N. (2011). *Proyectos de Inversión. Formulación y Evaluación*. Chile: Pearson Educación.
- Secretaria de finanzas. (9 de Abril de 2018). INSTRUCTIVO TRIBUTARIO ADUANERO PARA. *La Gaceta*, págs. 1-3.
- Secretaría de Finanzas de Honduras. (01 de junio de 2022). *Marco Macro Fiscal de Mediano Plazo (MMFMP) 2022 - 2026*. Obtenido de <https://www.tsc.gob.hn/>:  
<https://www.tsc.gob.hn/biblioteca/index.php/vari0s/1150-marco-macro-fiscal-de-mediano-plazo-mmfm0p-2023-2026>
- Siemens. (01 de 12 de 2022). *Siemens*. Obtenido de [www.siemens.com](http://www.siemens.com): [siemens.com](http://www.siemens.com)
- Swain, J. F. (2013). *Disabling Barriers - Enabling Environments*. Londres: Sage Publications Ltd.
- Tapia, C., & Manzano, H. (Octubre de 2013). *Evaluación de la plataforma Arduino e implementación de un sistema de control de posición horizontal*. Obtenido de [www.dspace.ups.edu](http://www.dspace.ups.edu):  
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/5522/1/UPS-GT000511.pdf>

Torrente Artero, Ó. (2013). *Arduino. Curso Práctico de formación*. Ciudad de México: Alfaomega Grupo Editor, S.A. de C.V.

Tribunal Superior de Cuentas. (23 de Agosto de 2005). *Tribunal Superior de Cuentas*. Recuperado el 05 de Septiembre de 2020, de Tribunal Superior de Cuentas: <https://www.tsc.gob.hn/biblioteca/index.php/leyes/559-ley-de-equidad-y-desarrollo-integral-para-las-personas-con-discapacidad>

TSC. (diciembre de 2020). *Informe No 064-2020-FEP-INFOP*. Obtenido de [www.tsc.gob.hn/](http://www.tsc.gob.hn/):  
[https://www.tsc.gob.hn/web/Auditorias/Direccion\\_fiscalizacion/DFEP/064-2020-FEP-INFOP.pdf](https://www.tsc.gob.hn/web/Auditorias/Direccion_fiscalizacion/DFEP/064-2020-FEP-INFOP.pdf)

## ANEXOS

### Cuestionarios

#### Instrumento 1

##### Instrucciones

La siguiente encuesta tiene como objetivo la recopilación de datos para la realización de un estudio de tesis de investigación sobre "El marketing social como herramienta de sensibilización para la contratación de personas con discapacidad física en instituciones del sector empresarial privado".

Es muy importante que usted conteste de manera sincera, precisa y lo más completamente posible las afirmaciones que a continuación se le formulan. No hay respuestas buenas ni malas, lo que interesa es que usted exprese su acuerdo o desacuerdo con lo planteado. Su colaboración será decisiva para los propósitos del estudio.

Toda la información que usted nos brinde será absolutamente confidencial. Lea detenidamente las proposiciones de la siguiente página, por favor contéstelas todas, seleccionando la casilla que mejor indique su respuesta, conforme a la siguiente escala:

Totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, indeciso, de acuerdo, totalmente de acuerdo y si o no según corresponda.

Muchas gracias por su colaboración.

##### Datos Generales

|                             |                      |                            |                           |                                                                       |                         |          |         |
|-----------------------------|----------------------|----------------------------|---------------------------|-----------------------------------------------------------------------|-------------------------|----------|---------|
| <b>Edad</b>                 | 15 - 20 años         | 21 - 30 años               | 31 - 40 años              | 41 - 50 años                                                          | 51 - 60 años            |          |         |
| <b>Sexo</b>                 | Mujer                | Hombre                     |                           |                                                                       |                         |          |         |
| <b>Nivel educativo</b>      | Primaria             | Secundaria                 | Técnico                   | Pasante<br>Universitario<br>Oír, aún usando<br>aparatos<br>especiales | Universidad<br>Completa | Posgrado | Ninguno |
| <b>Tipo de discapacidad</b> | Moverse o<br>caminar | Usar sus brazos o<br>manos | Ver, aún<br>usando lentes |                                                                       | Hablar                  |          |         |

|     |                                                                                                                                                                         | 1                        | 2             | 3                              | 4          | 5                     |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|---------------|--------------------------------|------------|-----------------------|
| No. | Item                                                                                                                                                                    | Totalmente en desacuerdo | En desacuerdo | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | De acuerdo | Totalmente de acuerdo |
| 1   | ¿Considera que existen plataformas adecuadas para que la educación de personas con discapacidad física sea efectiva?                                                    |                          |               |                                |            |                       |
| 2   | ¿Conoce la Ley de Equidad y Desarrollo Integral para las Personas con Discapacidad Decreto no. 160-2005?                                                                |                          |               |                                |            |                       |
| 3   | ¿Considera que se está cumpliendo lo establecido en la Ley de Equidad y Desarrollo Integral para las Personas con Discapacidad Decreto no. 160-2005 en temas laborales? |                          |               |                                |            |                       |
| 4   | ¿Considera que dicha ley es socializada lo necesario para que todas las personas con discapacidad tengan acceso a la información?                                       |                          |               |                                |            |                       |
| 5   | ¿Ha visto alguna publicidad que trate de inclusión laboral para personas con discapacidad física?                                                                       |                          |               |                                |            |                       |
| 6   | ¿Posee carnet que lo identifique como persona con discapacidad?                                                                                                         |                          |               |                                |            |                       |
| 7   | ¿Las empresas publicas cumplen con las expectativas laborales de las personas con discapacidad física?                                                                  |                          |               |                                |            |                       |
| 8   | ¿Las empresas privadas cumplen con las expectativas laborales de las personas con discapacidad física?                                                                  |                          |               |                                |            |                       |
| 9   | ¿Las empresas practican políticas reales de inclusión laboral para personas con discapacidad física?                                                                    |                          |               |                                |            |                       |
| 10  | ¿Considera que ha recibido aceptación por parte de las empresas, en su experiencia personal al momento de la búsqueda de trabajo?                                       |                          |               |                                |            |                       |
| 11  | ¿Considera que las instituciones poseen infraestructura adecuada para la libre movilidad de las personas con discapacidad física?                                       |                          |               |                                |            |                       |

## Instrumento 2

Entrevista guiada

Entrevistado: Nombre

### 1. Personales

- 1.1. ¿Cuál es su cargo actual en la organización?
- 1.2. ¿A qué área pertenece?
- 1.3. ¿Cuánto tiempo tiene de estar laborando en el área?

### 2. Generales

- 2.1. ¿Cuál es el total de empleados con los que cuenta la organización?
- 2.2. ¿Cuentan con personas con discapacidad física dentro de la organización?  
¿Cuántos?
- 2.3. ¿Cuál es la media de educación de las personas con discapacidad física contratadas actualmente?
- 2.4. Mencione algunas de las áreas en las que se desempeñan estas personas dentro de la organización.
- 2.5. ¿Existe algún tipo de política interna que mencione algo referente a la contratación de personas con discapacidad física? ¿Cuáles son?
- 2.6. ¿Existe algún proceso diferenciado para la contratación de personas con discapacidad física? Méncionelo.
- 2.7. ¿Cómo considera ha sido el rendimiento laboral de las personas con discapacidad física contratadas?
- 2.8. ¿Cuál considera ha sido la reacción de los demás empleados de la institución al saber de la contratación de personas con discapacidad física?
- 2.9. ¿Cómo área de Recurso Humano, que impacto considera tiene el Marketing Social?
- 2.10. ¿Cuáles de estos elementos son aplicados en la contratación de personas con discapacidad Física?

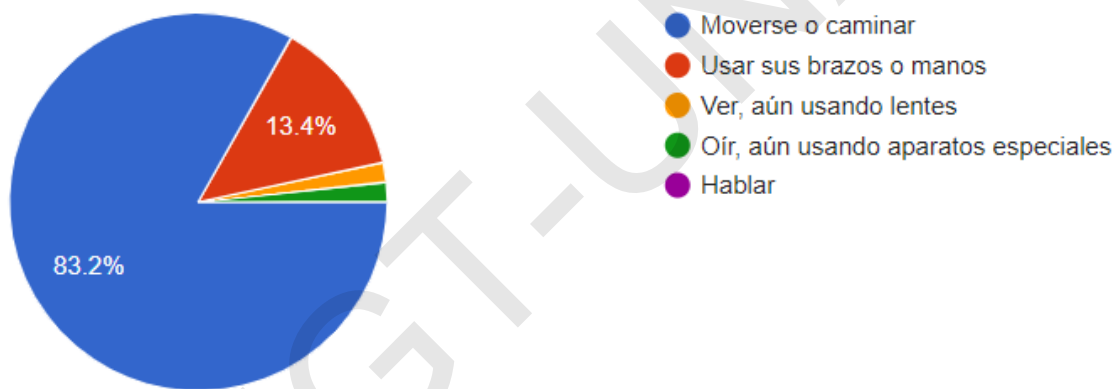
- 2.11. ¿Cuál es el porcentaje de presupuesto que utiliza la compañía para el uso de herramientas del Marketing Social para la contratación de personas con discapacidad física?
- 2.12. ¿Cuál considera que es el impacto que tienen como empresa ante la sociedad el contratar a personas con discapacidad?
- 2.13. ¿Tienen conocimiento como institución sobre la ley de equidad para personas con discapacidad?
- 2.14. ¿Considera que poseen la infraestructura adecuada para el acceso y movilidad de personas con discapacidad física?
- 2.15. ¿Conoce los beneficios fiscales mencionados en esta ley al contratar personas con discapacidad? ¿Son aplicados?
- 2.16. ¿Estaría interesado en contratar los servicios de una empresa enfocada en las asesorías para la contratación de personas con discapacidad?
- 2.17. ¿Qué precio aproximado estaría dispuesto a pagar la empresa en la que labora?

## Resultados de la investigación

### Análisis Estadístico Demográfico

A continuación, se presenta un análisis estadístico de la población sometida al proceso de investigación como resultado del instrumento encuesta aplicado, estos fueron dirigidos tanto al sexo femenino como masculino, con el objeto de estudio enfocado en las personas con discapacidad física. Para lograr identificar los indicadores estadísticos demográficos se formularon las siguientes interrogantes:

*Ilustración 9: ¿Cuál es el tipo de discapacidad física?*

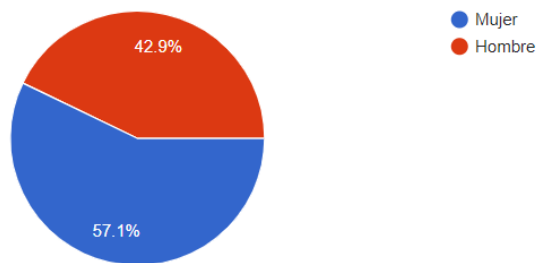


Fuente: Elaboración Propia - Encuesta en Google Forms

En este apartado se utiliza esta categorización debido a que es la utilizada en el último censo realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas. Se destaca que al solicitar a las asociaciones de personas con discapacidad el acceso para encuestar personas con discapacidad física se interpreta como Discapacidad motora.

¿Cuál es el sexo?

*Ilustración 10: Sexo*

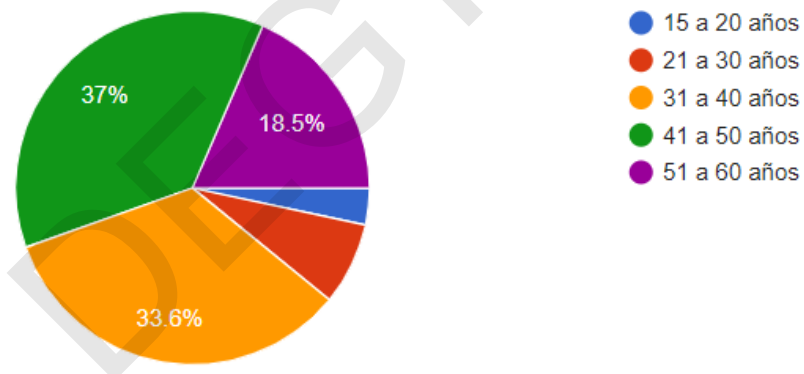


Fuente: Elaboración Propia - Encuesta en Google Forms

Del total de la muestra encuestada se determina que el 57.1% de esta es del sexo femenino y un 42.9% del sexo masculino, esto confirma lo antes establecido en este documento, las mujeres son mayormente propensas a padecer de una discapacidad física, en su mayoría adquirida.

¿Cuál es su edad?

*Ilustración 11: Edad*



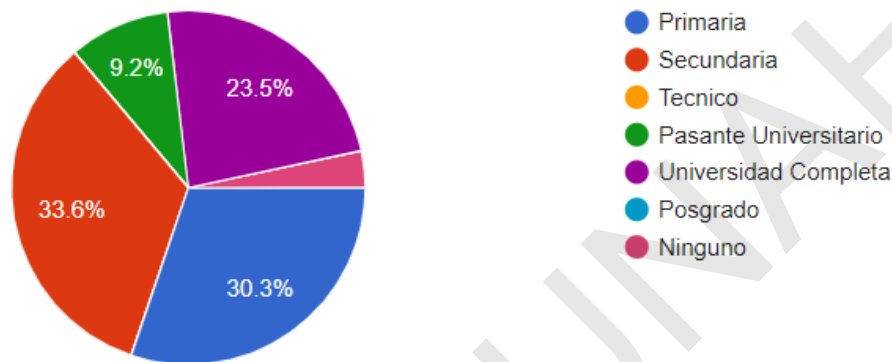
Fuente: Elaboración Propia - Encuesta en Google Forms

Se pudo identificar en los resultados proporcionados por la encuesta, que las personas con discapacidad física se encuentran en los siguientes rangos de edades: de 15 a 20 años representa un 3.4% de la muestra total, 21 a 30 años representa un 7.6%,

31 a 40 años representa un 33.6%, 41 a 50 años representa un 37% y de 51 a 60 años representa un 18.5%. Mostrando que el 70.6% del total de la muestra encuestada de 118 personas oscila entre las edades de 31 a 50 años.

¿Cuál es su nivel educativo?

*Ilustración 12: Nivel educativo*



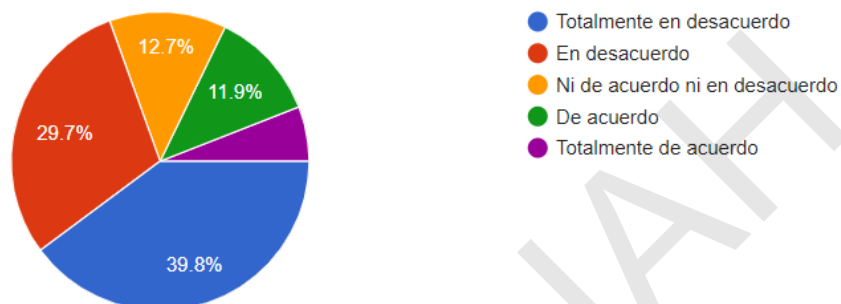
Fuente: Elaboración Propia - Encuesta en Google Forms

Se pudo identificar en los resultados proporcionados por la encuesta realizada, que las personas con discapacidad física se encuentra en el siguiente rango de nivel educativo: Primaria 36 personas que representa un 30.3% de la muestra total, Secundaria 40 personas que representan un 33.6%, Técnico 0 personas, Pasante universitario 11 personas que representan un 9.2%, Universidad completa 28 personas que representan un 23.5%, Posgrado 0 personas y Ningún tipo de estudio 4 personas que representan un 3.4%. Esto nos muestra que un 63.9% de las personas encuestadas cursaron entre primaria y secundaria, esto contra un 23.5% de personas que poseen sus estudios universitarios completos.

*Ilustración 13: ¿Considera que existen plataformas adecuadas para que la educación de personas con discapacidad física sea efectiva?*

¿Considera que existen plataformas adecuadas para que la educación de personas con discapacidad física sea efectiva?

118 respuestas

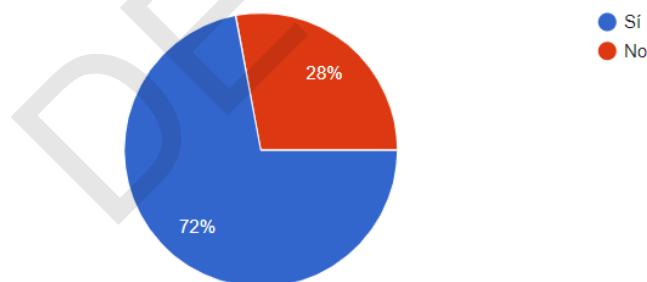


Fuente: Elaboración Propia - Encuesta en Google Forms

*Ilustración 14: ¿Conoce la Ley de Equidad y Desarrollo Integral para las Personas con Discapacidad Decreto no. 160-2005?*

¿Conoce la Ley de Equidad y Desarrollo Integral para las Personas con Discapacidad Decreto no. 160-2005?

118 respuestas

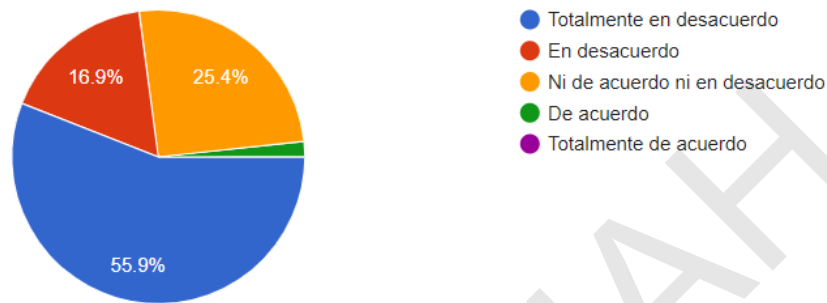


Fuente: Elaboración Propia - Encuesta en Google Forms

*Ilustración 15: ¿Considera que se está cumpliendo lo establecido en la Ley de Equidad y Desarrollo Integral para las Personas con Discapacidad Decreto no. 160-2005 en temas laborales?*

¿Considera que se está cumpliendo lo establecido en la Ley de Equidad y Desarrollo Integral para las Personas con Discapacidad Decreto no. 160-2005 en temas laborales?

118 respuestas

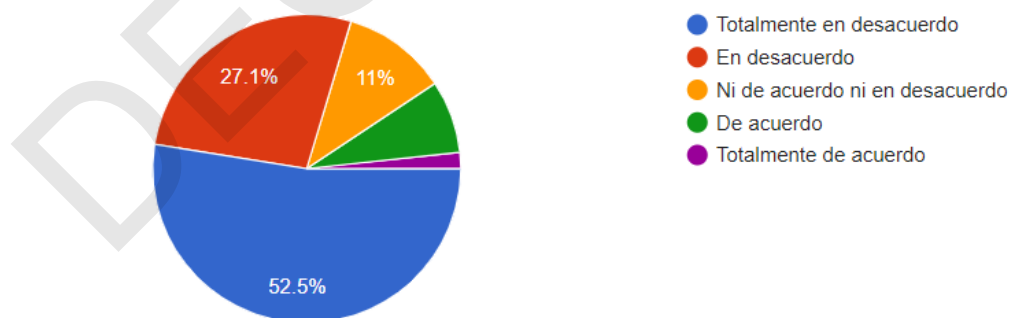


Fuente: Elaboración Propia - Encuesta en Google Forms

*Ilustración 16: ¿Considera que dicha ley es socializada lo necesario para que todas las personas con discapacidad tengan acceso a la información?*

¿Considera que dicha ley es socializada lo necesario para que todas las personas con discapacidad tengan acceso a la información?

118 respuestas

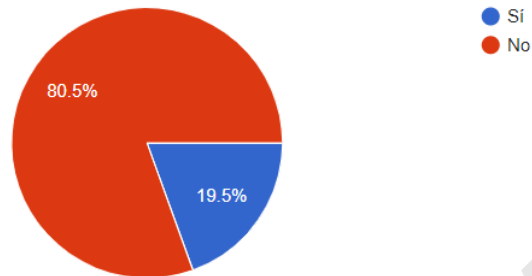


Fuente: Elaboración Propia - Encuesta en Google Forms

*Ilustración 17: ¿Ha visto alguna publicidad que trate de inclusión laboral para personas con discapacidad física?*

¿Ha visto alguna publicidad que trate de inclusión laboral para personas con discapacidad física?

118 respuestas

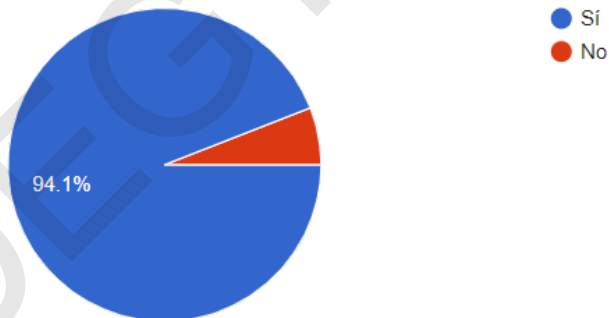


Fuente: Elaboración Propia - Encuesta en Google Forms

*Ilustración 18: ¿Posee carné que lo identifique como persona con discapacidad?*

¿Posee carnet que lo identifique como persona con discapacidad?

118 respuestas

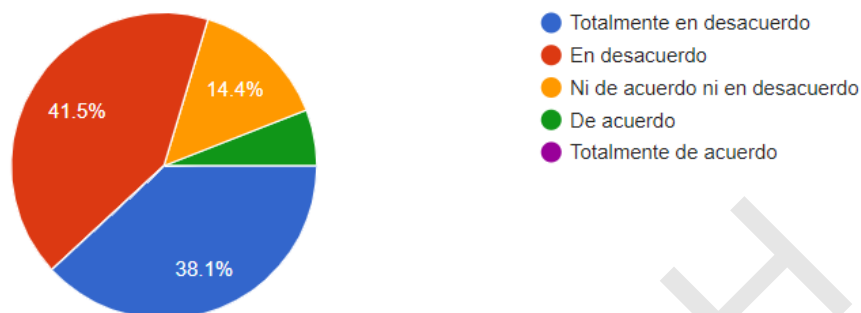


Fuente: Elaboración Propia - Encuesta en Google Forms

*Ilustración 19: ¿Las empresas públicas cumplen con las expectativas laborales de las personas con discapacidad física?*

¿Las empresas publicas cumplen con las expectativas laborales de las personas con discapacidad física?

118 respuestas

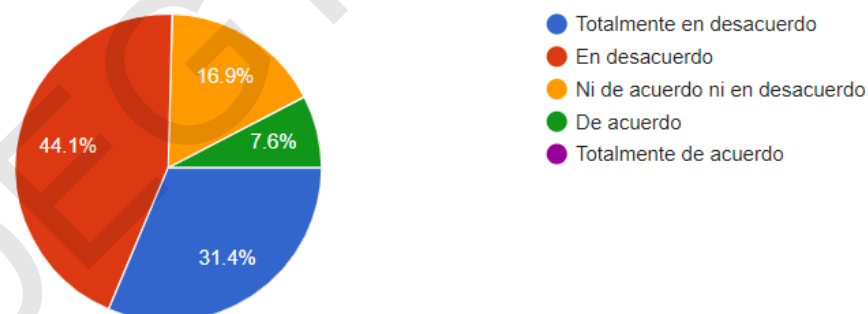


Fuente: Elaboración Propia - Encuesta en Google Forms

*Ilustración 20: ¿Las empresas privadas cumplen con las expectativas laborales de las personas con discapacidad física?*

¿Las empresas privadas cumplen con las expectativas laborales de las personas con discapacidad física?

118 respuestas

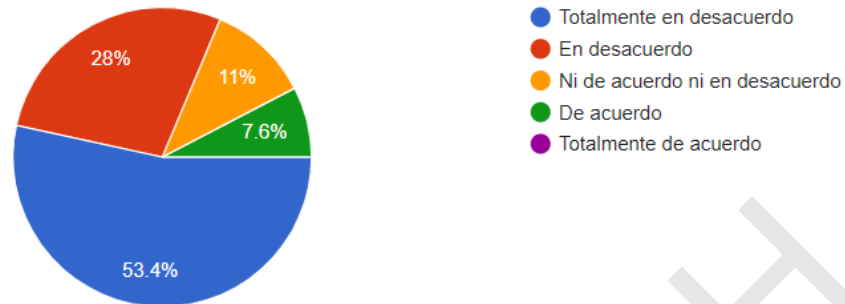


Fuente: Elaboración Propia - Encuesta en Google Forms

*Ilustración 21: ¿Las empresas practican políticas reales de inclusión laboral para personas con discapacidad física?*

¿Las empresas practican políticas reales de inclusión laboral para personas con discapacidad física?

118 respuestas

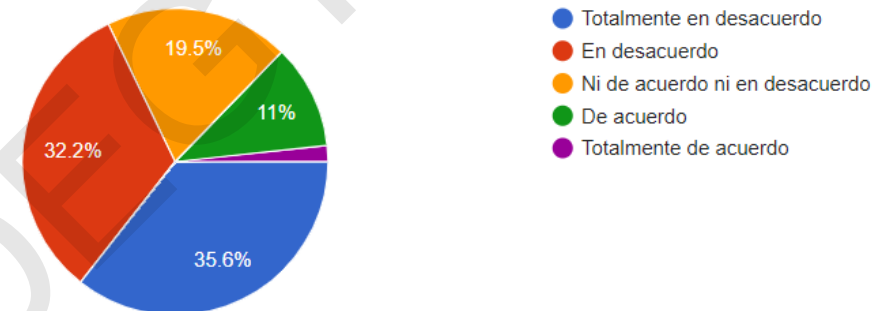


Fuente: Elaboración Propia - Encuesta en Google Forms

*Ilustración 22: ¿Considera que ha recibido aceptación por parte de las empresas, en su experiencia personal al momento de la búsqueda de trabajo?*

¿Considera que ha recibido aceptación por parte de las empresas, en su experiencia personal al momento de la búsqueda de trabajo?

118 respuestas

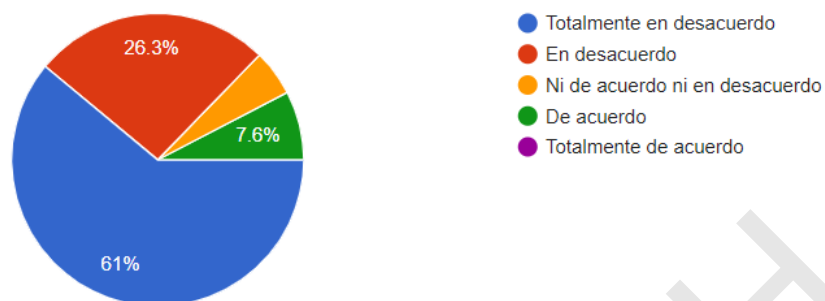


Fuente: Elaboración Propia - Encuesta en Google Forms

*Ilustración 23: ¿Considera que las instituciones poseen infraestructura adecuada para la libre movilidad de las personas con discapacidad física?*

¿Considera que las instituciones poseen infraestructura adecuada para la libre movilidad de las personas con discapacidad física?

118 respuestas



Fuente: Elaboración Propia - Encuesta en Google Forms

## Cotizaciones

| Nombre del objeto  | Imagen                                                                             | Descripción                                                 | Proveedor | Cantidad | Precio Unitario | Total       |
|--------------------|------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|-----------|----------|-----------------|-------------|
| Escritorios        |   | Escritorio de estructura ajustable                          | Pricemart | 8        | L<br>8,799.95   | L 70,399.60 |
| Silla de Oficina 1 |   | Silla de Oficina deportiva ajustable para sala de reuniones | Pricemart | 7        | L<br>3,199.95   | L 22,399.65 |
| Silla de Oficina 2 |  | Silla de Oficina para oficinas y escritorios                | Pricemart | 1        | L<br>3,799.95   | L 3,799.95  |

|                  |                                                                                     |                                                          |           |   |             |             |
|------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|-----------|---|-------------|-------------|
| Archivero        |    | Archivero con llave para el almacenamiento de documentos | Pricemart | 2 | L 5,999.00  | L 11,998.00 |
| Estantes         |    | Estante de madera como organizador y decorativo          | Pricemart | 2 | L 2,249.95  | L 4,499.90  |
| Juego de muebles |    | Juego de muebles para uso de recibidor                   | Pricemart | 1 | L 12,999.95 | L 12,999.95 |
| Computadora      |  | Computadora portátil de 14 pulgadas con AMD Athlon       | Pricemart | 8 | L 11,999.95 | L 95,999.60 |

|                      |                                                                                     |                                    |           |   |               |            |
|----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|-----------|---|---------------|------------|
| Disco Duro           |    | Disco duro externo portátil        | Pricemart | 1 | L<br>3,999.95 | L 3,999.95 |
| Sistema de Seguridad |    | Sistema de seguridad con 8 cámaras | Pricemart | 1 | L<br>9,699.95 | L 9,699.95 |
| Impresora            |    | Impresora todo en 1                | Pricemart | 1 | L<br>6,999.95 | L 6,999.95 |
| Tinta                |  | Cartucho de tinta negra 2 unidades | Pricemart | 2 | L<br>669.95   | L 1,339.90 |

|                   |                                                                                     |                                       |           |   |               |            |
|-------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|-----------|---|---------------|------------|
| Trituradora       |    | Trituradora de papel de corte cruzado | Pricemart | 1 | L<br>2,599.95 | L 2,599.95 |
| Pizarra           |    | Tablero magnético borrrable           | Pricemart | 4 | L<br>559.95   | L 2,239.80 |
| Papel             |    | Papel para copiado Resma              | Pricemart | 4 | L<br>639.95   | L 2,559.80 |
| Líquido limpiador |  | Limpiador desinfectante multiusos     | Pricemart | 2 | L<br>294.95   | L 589.90   |

|                            |                                                                                     |                                                                    |           |   |             |             |
|----------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|-----------|---|-------------|-------------|
| Bolsas para basura         |    | Bolsas grandes para basura 100 unidades                            | Pricemart | 1 | L<br>466.95 | L<br>466.95 |
| Aerosol ambiental          |    | Aerosol ambiental 3 unidades para uso en sanitarios                | Pricemart | 1 | L<br>224.95 | L<br>224.95 |
| Desinfectante para inodoro |    | Pato purific pastillas desinfectantes 6 unidades                   | Pricemart | 1 | L<br>419.95 | L<br>419.95 |
| Ambientador                |  | Air Wick calentador de aceites más 9 recargas para uso de oficinas | Pricemart | 1 | L<br>519.95 | L<br>519.95 |

|                      |                                                                                     |                                            |           |   |             |             |
|----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|-----------|---|-------------|-------------|
| Mechas para trapear  |    | Mechas para trapear piso 2 unidades        | Pricemart | 1 | L<br>194.95 | L<br>194.95 |
| Escoba               |    | Escoba 2 unidades                          | Pricemart | 1 | L<br>99.95  | L<br>99.95  |
| Cepillo para inodoro |    | Cepillo para el aseo de inodoro 2 unidades | Pricemart | 1 | L<br>819.95 | L<br>819.95 |
| Gel antibacterial    |  | Gel antibacterial para uso preventivo      | Pricemart | 1 | L<br>309.95 | L<br>309.95 |

|                         |                                                                                     |                                                   |           |   |               |               |
|-------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|-----------|---|---------------|---------------|
| Mascarillas             |    | Mascarillas Antimicrobial Quirúrgica 50 unidades  | Pricemart | 2 | L<br>92.95    | L<br>185.90   |
| Basureros               |    | Recipientes contenedores para botar basura        | Pricemart | 2 | L<br>1,049.95 | L<br>2,099.90 |
| Papel Higiénico         |    | Papel Higiénico                                   | Pricemart | 2 | L<br>308.95   | L<br>617.90   |
| Jabón para lavar platos |  | Axion Lavaplatos Aloe en Crema 6 Unidades / 425 g | Pricemart | 1 | L<br>165.95   | L<br>165.95   |

|                        |                                                                                    |                                                  |           |   |               |               |
|------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|-----------|---|---------------|---------------|
| Filtros de Café        |   | Filtros de Café<br>500 unidades                  | Pricemart | 1 | L<br>96.95    | L<br>96.95    |
| Microonda              |   | Samsung<br>Microondas de<br>1.1cu 1000<br>Vatios | Pricemart | 1 | L<br>3,799.95 | L<br>3,799.95 |
| Refrigerador           |   | Igloo Mini<br>Nevera Gris                        | Pricemart | 1 | L<br>5,799.95 | L<br>5,799.95 |
| Dispensador de<br>agua |  | Dispensador de<br>Agua de Carga<br>Inferior      | Pricemart | 1 | L<br>7,449.95 | L<br>7,449.95 |

|          |                                                                                   |                                                  |           |   |               |            |
|----------|-----------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|-----------|---|---------------|------------|
| Cafetera |  | Mr. Coffee<br>Cafetera<br>Eléctrica 12<br>Tazas  | Pricemart | 1 | L<br>1,259.95 | L 1,259.95 |
| Café     |  | Folgers Café<br>Tostado Clásico<br>48 oz/1.36 Kg | Pricemart | 1 | L<br>499.95   | L 499.95   |

## Cuadros Financieros

### COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION

| CONCEPTO                    | PROYECTADO     |                |                |                |                |
|-----------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
|                             | AÑO 1          | AÑO 2          | AÑO 3          | AÑO 4          | AÑO 5          |
| Energia Electrica           | 120,000        | 126,000        | 132,300        | 138,915        | 145,861        |
| Agua                        | 60,000         | 63,000         | 66,150         | 69,458         | 72,930         |
| Imprevistos (10% del Total) | 18,000         | 18,900         | 19,845         | 20,837         | 21,879         |
| <b>COSTO TOTAL</b>          | <b>198,000</b> | <b>207,900</b> | <b>218,295</b> | <b>229,210</b> | <b>240,670</b> |

### VARIABLES

| CONCEPTO                           | PROYECTADO |        |        |        |        |
|------------------------------------|------------|--------|--------|--------|--------|
|                                    | Año 1      | Año 2  | Año 3  | Año 4  | Año 5  |
| Tasa de Inflacion                  | 2.80%      | 2.80%  | 2.80%  | 2.80%  | 2.80%  |
| Tasa de Devaluacion                | 2.00%      | 2.00%  | 2.00%  | 2.00%  | 2.00%  |
| Tasa de Impuesto Sobre la Renta    | 25.00%     | 25.00% | 25.00% | 25.00% | 25.00% |
| Tasa de Incrementos Salariales     | 5.00%      | 5.00%  | 5.00%  | 5.00%  | 5.00%  |
| Tasa de Incremento Precio de Venta | 12.00%     | 12.00% | 12.00% | 12.00% | 12.00% |
| Tasa de Incremento en Costos       | 5.00%      | 5.00%  | 5.00%  | 5.00%  | 5.00%  |
| Costo de Oportunidad en Lempiras   | 14.00%     | 14.00% | 14.00% | 14.00% | 14.00% |
| Costo de Oportunidad en US\$       | 0.00%      | 0.00%  | 0.00%  | 0.00%  | 0.00%  |

### CUADRO RESUMEN DE INVERSIÓN

| DESCRIPCIÓN                              | COSTO              |
|------------------------------------------|--------------------|
| Inversion en Remodelación e Instalación  | L100,000.00        |
| Gastos Legales                           | L14,000.00         |
| Gastos Administrativos                   | L102,893.46        |
| Mobiliario y Equipo de Oficina           | L263,206.20        |
| Costo Preoperativo                       | L25,000.00         |
| Software                                 | L13,952.60         |
| <b>SUBTOTAL DE INVERSIÓN FIJA</b>        | <b>L519,052.26</b> |
| Contingencia                             |                    |
| <b>TOTAL DE INVERSIÓN FIJA ACUMULADA</b> |                    |

|                                                              |                    |
|--------------------------------------------------------------|--------------------|
| <b>TOTAL REMODELACIÓN Y ACONDICIONAMIENTO ÁREA COMERCIAL</b> | <b>L100,000.00</b> |
| Remodelación y Acondicionamiento                             | L70,000.00         |
| Imagen (Rotulos, Fascia, Etc)                                | L30,000.00         |
| <b>TOTAL GASTOS LEGALES</b>                                  | <b>L14,000.00</b>  |
| Permiso de Operación, Rotulos, etc.                          | L5,000.00          |
| Constitución de Sociedad                                     | L5,000.00          |
| Constancia de Ubicación                                      | L1,500.00          |
| Permisos Varios                                              | L2,500.00          |
| <b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>                                | <b>L102,893.46</b> |
| Internet                                                     | L15,000.00         |
| Agua Potable                                                 | L5,000.00          |
| Energia Electrica                                            | L10,000.00         |
| Combustible                                                  | L34,955.96         |
| Pago depreciacion de vehiculos                               | L16,500.00         |
| Alquiler de local                                            | L21,437.50         |
| <b>EQUIPO DE OFICINA</b>                                     | <b>L146,506.75</b> |
| Escritorios                                                  | L70,399.60         |
| Silla de Oficina 1                                           | L22,399.65         |
| Silla de Oficina 2                                           | L3,799.95          |
| Archivero                                                    | L11,998.00         |
| Estantes                                                     | L4,499.90          |
| Juego de muebles                                             | L12,999.95         |
| Microonda                                                    | L3,799.95          |
| Refrigerador                                                 | L5,799.95          |
| Dispensador de agua                                          | L7,449.95          |
| Cafetera                                                     | L1,259.95          |
| Basureros                                                    | L999.90            |
| Basureros con tapa                                           | L1,100.00          |
| <b>EQUIPO DE COMPUTO</b>                                     | <b>L119,299.40</b> |
| Computadora                                                  | L95,999.60         |
| Disco Duro                                                   | L3,999.95          |
| Sistema de Seguridad                                         | L9,699.95          |
| Impresora                                                    | L6,999.95          |
| Trituradora                                                  | L2,599.95          |
| <b>MARCA</b>                                                 | <b>L25,000.00</b>  |
| Estudio de Mercado                                           | L20,000.00         |
| Branding                                                     | L5,000.00          |
| <b>SISTEMA ERP</b>                                           | <b>L11,352.65</b>  |
| Sistema ERP Softland, LsOne, Brilo, LDCom, Otros.            | L11,352.65         |
| <b>SUBTOTAL DE INVERSIÓN FIJA</b>                            | <b>L519,052.26</b> |

## ESTADO DE ORIGEN Y APLICACIÓN DE FONDOS

| CONCEPTO                      | AÑO 2             | %    | AÑO 3             | %    | AÑO 4               | %    | AÑO 5               | %    |
|-------------------------------|-------------------|------|-------------------|------|---------------------|------|---------------------|------|
| <b>ORIGENES</b>               | <b>393,916.67</b> | 100% | <b>702,111.49</b> | 100% | <b>1,040,626.48</b> | 100% | <b>1,468,765.66</b> | 100% |
| * DISMINUCION DE ACTIVOS      | -                 | 0%   | -                 | 0%   | -                   | 0%   | -                   | 0%   |
| * AUMENTO DE PASIVOS          |                   | 0%   |                   | 0%   |                     | 0%   |                     | 0%   |
| * DEPRECIACION Y AMORTIZACION | 91,576.41         | 23%  | 91,576.41         | 13%  | 91,576.41           | 9%   | 91,576.41           | 6%   |
| * UTILIDADES                  | 302,340.25        | 77%  | 610,535.07        | 87%  | 949,050.07          | 91%  | 1,377,189.25        | 94%  |
| <b>APLICACIONES</b>           | <b>393,916.67</b> | 100% | <b>702,111.49</b> | 100% | <b>1,040,626.48</b> | 100% | <b>1,468,765.66</b> | 100% |
| * AUMENTO DE ACTIVOS          | 105,159.14        | 27%  | 300,098.73        | 43%  | 423,378.94          | 41%  | 834,008.13          | 57%  |
| * DISMINUCION DE PASIVOS      | 88,757.53         | 23%  | 102,012.75        | 15%  | 117,247.55          | 11%  | 134,757.53          | 9%   |
| * CAMBIO EN EL ACTIVO FIJO    |                   | 0%   |                   | 0%   |                     | 0%   |                     | 0%   |
| * PAGO DE DIVIDENDOS          | 200,000.00        | 51%  | 300,000.00        | 43%  | 500,000.00          | 48%  | 500,000.00          | 34%  |

| FINANCIAMIENTO BANCO |                   |                   |                   |            |
|----------------------|-------------------|-------------------|-------------------|------------|
| MONTO                |                   |                   | L.                | 520,000.00 |
| PLAZO                | MESES             |                   |                   | 60         |
| MONEDA               |                   |                   |                   | LPS        |
| TASA DE INTERES      | MENSUAL           |                   |                   | 1.17%      |
| CUOTA NIVELADA       |                   |                   | L.                | 12,099.49  |
| NO.                  | CUOTA             | CAPITAL           | INTERES           | SALDO      |
| 0                    | -                 | -                 | -                 | 520,000.00 |
| 1                    | L. 12,099.49      | 6,032.82          | 6,066.67          | 513,967.18 |
| 2                    | L. 12,099.49      | 6,103.21          | 5,996.28          | 507,863.97 |
| 3                    | L. 12,099.49      | 6,174.41          | 5,925.08          | 501,689.56 |
| 4                    | L. 12,099.49      | 6,246.45          | 5,853.04          | 495,443.11 |
| 5                    | L. 12,099.49      | 6,319.32          | 5,780.17          | 489,123.79 |
| 6                    | L. 12,099.49      | 6,393.05          | 5,706.44          | 482,730.75 |
| 7                    | L. 12,099.49      | 6,467.63          | 5,631.86          | 476,263.11 |
| 8                    | L. 12,099.49      | 6,543.09          | 5,556.40          | 469,720.03 |
| 9                    | L. 12,099.49      | 6,619.42          | 5,480.07          | 463,100.60 |
| 10                   | L. 12,099.49      | 6,696.65          | 5,402.84          | 456,403.95 |
| 11                   | L. 12,099.49      | 6,774.78          | 5,324.71          | 449,629.18 |
| 12                   | L. 12,099.49      | 6,853.82          | 5,245.67          | 442,775.36 |
| 13                   | L. 12,099.49      | 6,933.78          | 5,165.71          | 435,841.58 |
| 14                   | L. 12,099.49      | 7,014.67          | 5,084.82          | 428,826.91 |
| 15                   | L. 12,099.49      | 7,096.51          | 5,002.98          | 421,730.40 |
| 16                   | L. 12,099.49      | 7,179.30          | 4,920.19          | 414,551.10 |
| 17                   | L. 12,099.49      | 7,263.06          | 4,836.43          | 407,288.04 |
| 18                   | L. 12,099.49      | 7,347.80          | 4,751.69          | 399,940.24 |
| 19                   | L. 12,099.49      | 7,433.52          | 4,665.97          | 392,506.72 |
| 20                   | L. 12,099.49      | 7,520.25          | 4,579.25          | 384,986.47 |
| 21                   | L. 12,099.49      | 7,607.98          | 4,491.51          | 377,378.49 |
| 22                   | L. 12,099.49      | 7,696.74          | 4,402.75          | 369,681.75 |
| 23                   | L. 12,099.49      | 7,786.54          | 4,312.95          | 361,895.21 |
| 24                   | L. 12,099.49      | 7,877.38          | 4,222.11          | 354,017.83 |
| 25                   | L. 12,099.49      | 7,969.28          | 4,130.21          | 346,048.55 |
| 26                   | L. 12,099.49      | 8,062.26          | 4,037.23          | 337,986.29 |
| 27                   | L. 12,099.49      | 8,156.32          | 3,943.17          | 329,829.98 |
| 28                   | L. 12,099.49      | 8,251.47          | 3,848.02          | 321,578.50 |
| 29                   | L. 12,099.49      | 8,347.74          | 3,751.75          | 313,230.76 |
| 30                   | L. 12,099.49      | 8,445.13          | 3,654.36          | 304,785.63 |
| 31                   | L. 12,099.49      | 8,543.66          | 3,555.83          | 296,241.97 |
| 32                   | L. 12,099.49      | 8,643.33          | 3,456.16          | 287,598.64 |
| 33                   | L. 12,099.49      | 8,744.17          | 3,355.32          | 278,854.46 |
| 34                   | L. 12,099.49      | 8,846.19          | 3,253.30          | 270,008.28 |
| 35                   | L. 12,099.49      | 8,949.39          | 3,150.10          | 261,058.88 |
| 36                   | L. 12,099.49      | 9,053.80          | 3,045.69          | 252,005.08 |
| 37                   | L. 12,099.49      | 9,159.43          | 2,940.06          | 242,845.65 |
| 38                   | L. 12,099.49      | 9,266.29          | 2,833.20          | 233,579.36 |
| 39                   | L. 12,099.49      | 9,374.40          | 2,725.09          | 224,204.96 |
| 40                   | L. 12,099.49      | 9,483.77          | 2,615.72          | 214,721.19 |
| 41                   | L. 12,099.49      | 9,594.41          | 2,505.08          | 205,126.78 |
| 42                   | L. 12,099.49      | 9,706.34          | 2,393.15          | 195,420.44 |
| 43                   | L. 12,099.49      | 9,819.59          | 2,279.91          | 185,600.85 |
| 44                   | L. 12,099.49      | 9,934.15          | 2,165.34          | 175,666.71 |
| 45                   | L. 12,099.49      | 10,050.05         | 2,049.44          | 165,616.66 |
| 46                   | L. 12,099.49      | 10,167.30         | 1,932.19          | 155,449.36 |
| 47                   | L. 12,099.49      | 10,285.91         | 1,813.58          | 145,163.45 |
| 48                   | L. 12,099.49      | 10,405.92         | 1,693.57          | 134,757.53 |
| 49                   | L. 12,099.49      | 10,527.32         | 1,572.17          | 124,230.21 |
| 50                   | L. 12,099.49      | 10,650.14         | 1,449.35          | 113,580.08 |
| 51                   | L. 12,099.49      | 10,774.39         | 1,325.10          | 102,805.69 |
| 52                   | L. 12,099.49      | 10,900.09         | 1,199.40          | 91,905.60  |
| 53                   | L. 12,099.49      | 11,027.26         | 1,072.23          | 80,878.34  |
| 54                   | L. 12,099.49      | 11,155.91         | 943.58            | 69,722.43  |
| 55                   | L. 12,099.49      | 11,286.06         | 813.43            | 58,436.36  |
| 56                   | L. 12,099.49      | 11,417.73         | 681.76            | 47,018.63  |
| 57                   | L. 12,099.49      | 11,550.94         | 548.55            | 35,467.69  |
| 58                   | L. 12,099.49      | 11,685.70         | 413.79            | 23,781.99  |
| 59                   | L. 12,099.49      | 11,822.03         | 277.46            | 11,959.96  |
| 60                   | L. 12,099.49      | 11,959.96         | 139.53            | 0.00       |
| <b>TOTALES</b>       | <b>725,969.43</b> | <b>520,000.00</b> | <b>205,969.43</b> |            |

## **Pasos para la constitución de una empresa en Honduras**

- Después de haber definido el rubro o actividad económica y el tipo de empresa a constituir se debe hacer una escritura pública ante un notario (Costo entre L4,000 y L7,000) o crear la empresa a través del portal de mi empresa en línea.
- Ya cuando se tiene el documento creado, es obligatorio ir a la Cámara de Comercio a inscribirlo. Opcional la afiliación a la CCIT
- Posteriormente se debe de sacar el RTN (Registro Tributario Nacional, que sería como el número de identidad de la empresa) y obtener el contrato de Adhesión (Este contrato se emite en el SAR y después de autorizado, nos permite poder emitir documentos fiscales, como facturas, boletas de compra y otros).

## Leyes

### PODER LEGISLATIVO DECRETO No. 160-2005

SECCIÓN IV TRABAJO ARTÍCULO 31.- DERECHO AL TRABAJO. El Estado garantiza a las personas con discapacidad en todo el país, el derecho a un empleo digno y adecuado a sus condiciones y necesidades personales. ARTÍCULO 32.- DISCRIMINACIÓN LABORAL. Se consideran actos de discriminación laboral adoptar criterios de selección de personal o establecer condiciones generales de trabajo no adecuados a las condiciones de los aspirantes. Así como solicitar requisitos adicionales a los establecidos para cualquier otro solicitante y, no emplear, por razones de discapacidad, cuando se es idóneo para desempeñar el cargo o labor solicitado. ARTÍCULO 33.- FACILITACIÓN DE TRÁMITES. Las instituciones públicas o privadas, de cualquier índole, deberán facilitar a las personas discapacitadas en el ejercicio de su profesión independiente, la tramitación expedita de sus respectivas solicitudes, para evitar poner en peligro su fuente de trabajo. El retraso innecesario o injustificado se considera un acto de discriminación. ARTÍCULO 34.- DE LA SECRETARÍA DEL TRABAJO Y SEGURIDAD SOCIAL. Además de las responsabilidades señaladas en otras leyes la Secretaría de Estado en los Despachos de Trabajo y Seguridad Social, será responsable de: 1) Fomentar y apoyar la participación de las organizaciones empresariales, sindicales y de organizaciones de y, para, personas con discapacidad en materia de rehabilitación y reinserción laboral; 2) Gestionar medidas especiales de apoyo que faciliten la integración laboral, que podrá consistir en subvenciones, convenios de cooperación y otros análogos. 3) Incluir en los reglamentos internos de trabajo, de higiene y seguridad social, cláusulas equitativas a las personas con discapacidad; 4) Promover la realización de investigaciones referentes a la situación socio-laboral de las personas con discapacidad; 5) Velar por la salud y seguridad ocupacional de las personas con discapacidad y, la prevención, de las discapacidades por riesgo profesional y accidentes de trabajo; 6) Establecer normas y disposiciones para la reubicación laboral en las empresas en que el trabajador sufra un accidente de trabajo o una enfermedad profesional, siempre y cuando el trabajador esté apto para desempeñar otra actividad laboral; 7) Velar porque las personas con discapacidad gocen de sus derechos laborales; 8) Establecer mecanismos para garantizar el ejercicio de los derechos a personas que

adolecen o en situación de adquirir una discapacidad por riesgos profesionales, cuando no puedan ejercer por sí mismos las acciones necesarias; 9) Fomentar, coordinar y apoyar con organismos nacionales e internacionales la educación profesional para que las personas con discapacidad, puedan acceder al ejercicio laboral y empresarial; 10) Promover programas de investigación, capacitación y servicios de intermediación para la inserción laboral; 11) Asesorar en coordinación con las organizaciones de y, para, personas con discapacidad, a los empleadores para que éstos puedan adaptar el empleo y su entorno a las condiciones y necesidades de las personas con discapacidad; y, 12) Incluir en el plan operativo anual medidas de acción concretas sobre su labor en cumplimiento de sus obligaciones relacionadas con el tema de discapacidad. ARTÍCULO 35.- EMPLEOS. Las entidades de la administración pública y las empresas de carácter privado están obligadas a contratar un número mínimo de personas con discapacidad de acuerdo con la tabla siguiente: 1) De veinte (20) a cuarenta y nueve (49) trabajadores, una (1) persona con discapacidad; 2) De cincuenta (50) a setenta y cuatro (74) trabajadores, dos (2) personas con discapacidad; 3) De setenta y cinco (75) a noventa y nueve (99) trabajadores, tres (3) personas con discapacidad; y, 4) Por cada cien (100) trabajadores, cuatro (4) personas con discapacidad. ARTÍCULO 36.- INCENTIVOS FISCALES. Será deducible del impuesto sobre la renta: 1) Las donaciones o aportes destinados a instituciones públicas o privadas que trabajan en beneficio del sector de discapacidad; y, 2) Los salarios pagados a las personas con discapacidad. ARTÍCULO 37.- INFOP. El Instituto Nacional de Formación Profesional (INFOP) y la comisión Nacional de la Educación Alternativa No Formal, deben en coordinación con las organizaciones de y, para, personas con discapacidad, desarrollar programas especiales de capacitación con instructores idóneos y sensibilizados para la formación laboral.

## Glosario

**4G:** En telecomunicaciones, 4G son las siglas utilizadas para referirse a la cuarta generación de tecnologías de telefonía móvil. Es la sucesora de las tecnologías 2G y 3G.

**Actitudes:** Manera de estar alguien dispuesto a comportarse u obrar.

**Adhesión:** Acción de adherir o adherirse. Ejemplo "la cooperativa es una sociedad formada por la adhesión libre y voluntaria de un número variable de miembros que aportan capital y trabajo"

**Aminorar:** Disminuir la cantidad, el tamaño, el valor o la intensidad de una cosa.

**Asequibles:** Que puede alcanzarse o conseguirse

**CAPEX:** (capital expenditure), en español gasto en capital, es la inversión en capital o inmovilizado fijo que realiza una compañía ya sea para adquirir, mantener o mejorar su activo no corriente.

**Capitalismo:** Sistema económico y social basado en la propiedad privada de los medios de producción, en la importancia del capital como generador de riqueza y en la asignación de los recursos a través del mecanismo del mercado.

**Carestías:** Carencia o escasez de alguna cosa, especialmente de víveres.

**CEPAL:** Comisión Económica para América Latina y el Caribe.

**CIARH:** Coordinadora de Instituciones y Asociaciones de Rehabilitación de Honduras.

**Circense:** Del circo o relacionado con él.

**Connotación:** Significado no directo pero asociado. Ejemplo "en aquella época, el tuteo como forma de trato tenía una connotación de liberalismo".

**Data center:** Un Data Center es, tal y como su nombre indica, un "centro de datos" o "Centro de Proceso de Datos" (CPD). Esta definición engloba las dependencias y los sistemas asociados gracias a los cuales: Los datos son almacenados, tratados y distribuidos al personal o procesos autorizados para consultarlos y/o modificarlos. Los servidores en los que se albergan estos datos se mantienen en un entorno de funcionamiento óptimo.

**Desagregado:** Descomponer las cosas que formaban un conjunto o estaban unidas.

**Desigualdad:** Es el trato desigual o diferente que indica diferencia o discriminación de un individuo hacia otro debido a su posición social, económica, religiosa, a su sexo, raza, color de piel, personalidad, cultura, entre otros.

**Discapacidad:** Falta o limitación de alguna facultad física o mental que imposibilita o dificulta el desarrollo normal de la actividad de una persona.

**Diversidad:** Se refiere a la diferencia o a la distinción entre personas, animales o cosas, a la variedad, a la infinidad o a la abundancia de cosas diferentes, a la desemejanza, a la disparidad o a la multiplicidad.

**Divisar:** Ver a cierta distancia algo, en especial cuando no se percibe claramente.

**DTH:** (por sus siglas en inglés de Direct-To-Home o directo al hogar) es un tipo de tecnología de acceso para la distribución del servicio de TV. Consiste en la difusión de las señales de TV desde un satélite de telecomunicaciones al hogar del cliente, en el cual las señales son recepcionadas mediante una antena parabólica y decodificadas a través de un STB (Set-Top-Box).

**Enlace de Datos:** En telecomunicaciones, un enlace de datos es el medio de conexión entre dos lugares con el propósito de transmitir y recibir información. Puede hacer referencia a un conjunto de componentes electrónicos, que consisten en un transmisor y un receptor y el circuito de telecomunicación de datos de interconexión.

**EPHPM:** Encuesta Permanente de Hogares de Propósitos Múltiples.

**Equidad:** Cualidad que consiste en dar a cada uno lo que se merece en función de sus méritos o condiciones.

**Esbozo:** Exposición de una idea o plan en sus líneas generales.

**Estigma:** En sociología, estigma es una condición, atributo, rasgo o comportamiento que hace que la persona portadora sea incluida en una categoría social hacia cuyos miembros se genera una respuesta negativa y se les ve como inaceptables o inferiores.

**Estrategia:** Serie de acciones muy meditadas, encaminadas hacia un fin determinado.

**Exacerbar:** Hacer más fuerte un sentimiento o dolor o agravar una enfermedad.

**Fisioterapia:** Podríamos decir que la fisioterapia es una ciencia que se encarga de utilizar todos los agentes físicos (calor, movimiento...) disponibles en el medio para restaurar la función del cuerpo humano, de tal manera que la calidad de vida y percepción de salud por parte del paciente alcance su máximo exponente.

**HFC:** El híbrido de fibra coaxial (en inglés: Hybrid Fiber-Coaxial o HFC) en telecomunicaciones, es un término que define una red de fibra óptica que incorpora tanto fibra óptica como cable coaxial para crear una red de banda ancha.

**Inclusión:** Es un enfoque que responde positivamente a la diversidad de las personas y a las diferencias individuales, entendiendo que la diversidad no es un problema, sino una oportunidad para el enriquecimiento de la sociedad, a través de la activa participación en la vida familiar, en la educación, en el trabajo y en general en todos los procesos sociales, culturales y en las comunidades.

**Infractor:** Que infringe una norma, una ley o una disposición.

**Jukun:** son un grupo étnico que vive en el valle de Benue, en el norte de Nigeria, y en número menor en Camerún. Está formado por unas 30 000 personas que hablan seis dialectos diferentes de la lengua kwa.

**LGBTI:** Es la sigla compuesta por las iniciales de las palabras Lesbianas, Gais, Bisexuales y Transgénero. En sentido estricto agrupa a las personas con las orientaciones sexuales e identidades de género relativas a esas cuatro palabras, así como las comunidades formadas por ellas.

**LTE:** es un estándar para comunicaciones inalámbricas de transmisión de datos de alta velocidad para teléfonos móviles y terminales de datos. El 3GPP está definida por unos como una evolución de la norma 3GPP UMTS y por otros como un nuevo concepto de arquitectura evolutiva.

**M2M:** es un concepto genérico que se refiere al intercambio de información o comunicación en formato de datos entre dos máquinas remotas.

Management: Técnica de dirección y gestión de empresas.

Marginalidad: se denomina marginación por desventaja económica, profesional, política o de estado social, grupo que debe integrarse a algunos de los sistemas de funcionamiento social.

Materialista: Es la doctrina filosófica que postula que la materia es lo primario y que la conciencia existe como consecuencia de un estado altamente organizado de esta, lo que produce un cambio cualitativo.

Minusválido: Para el contexto de esta tesis significa de forma literal “menos Valido”.

Morbilidad: Cantidad de personas que enferman en un lugar y un período de tiempo determinados en relación con el total de la población.

Nómadas: Que va de un lugar a otro y no se establece en ningún sitio de forma permanente.

Nórdicos: Relativo a los países del norte de Europa, especialmente los escandinavos, o a sus habitantes.

ODS: Los Objetivos de Desarrollo Sostenible, también conocidos por sus siglas ODS, son una iniciativa impulsada por Naciones Unidas para dar continuidad a la agenda de desarrollo tras los Objetivos de Desarrollo del Milenio.

OMS: La Organización Mundial de la Salud (OMS) es el organismo de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) especializado en gestionar políticas de prevención, promoción e intervención a nivel mundial en la salud, definida en su Constitución como un estado de completo bienestar físico, mental y social, y no solamente como la ausencia de afecciones o enfermedades.

Opresión: En sociología, la opresión es la acción. Relación asimétrica entre dos partes, por lo demás iguales: opresora y oprimida, que se origina en una desigual distribución y/o uso del poder, que brinda beneficios al opresor a expensas de los intereses o la voluntad del oprimido.

**Parapléjico:** Parálisis que afecta la totalidad o parte del tronco, las piernas y los órganos pélvicos. La paraplejía puede aparecer después de una lesión en la médula espinal. Se produce por los daños en las vértebras, los ligamentos o los discos de la columna vertebral. La paraplejía es la pérdida de función muscular en la parte inferior del cuerpo, incluidas ambas piernas.

**PCD:** Persona con Discapacidad

**PEA:** población económicamente activa

**Persuadir:** Conseguir con razones y argumentos que una persona actúe o piense de un modo determinado.

**PET:** Población en Edad de Trabajar

**Peyorativo:** Que transmite una connotación negativa de desprecio o poco respeto.

**Prevalencia:** Es la proporción de individuos de una población que presentan el evento en un momento, o periodo de tiempo, determinado.

**Psicomotor:** De la motilidad y los factores psicológicos que intervienen en ella, condicionando su desarrollo, o relacionado con ella.

**Punible:** Que merece castigo.

**Reorientar:** Dar una nueva orientación a algo o a alguien.

**Rio Ganges:** Es un río internacional del subcontinente indio que fluye a través de India y Bangladés. El río, de 2525 km, nace en el Himalaya occidental en el estado indio de Uttarakhand, y fluye hacia el sur y al este a través de la llanura gangética de India del Norte.

**Segregación:** Como segregación denominamos la marginación, exclusión o discriminación de la que puede ser víctima una persona o un grupo de personas por motivos raciales, sociales, políticos, religiosos o culturales. La palabra, como tal, proviene del latín segregatio, segregatiōnis.

**Semang:** Los semang, menraq o sakai son un pueblo de cazadores-recolectores nómadas que habitan en los bosques húmedos tropicales de la península malaya,

especialmente en los estados de Kelantan, Kedah, Pahang, Terengganu, y Perak, en Malasia.

**Servicios administrados:** Los servicios administrados son la práctica de externalizar la responsabilidad de mantener y anticipar la necesidad de una variedad de procesos y funciones para mejorar las operaciones y reducir los gastos.

**Taigeto:** El monte Taigeto es una cordillera del Peloponeso, al sur de Grecia. Se extiende aproximadamente 100 km al norte del extremo sur de cabo Matapan en la península de Mani y se eleva a unos 2.410 m hacia el Hagios Ilias. Es llamada así por la pléyade Táigete de la mitología griega.

**Trisomía:** En genética, una trisomía es la existencia de un cromosoma extra en un organismo diploide: en vez de un par homólogo de cromosomas es un triplete ( $2n + 1$  cromosomas).

**Vástagos:** Individuo (persona, animal) joven que desciende de otro.