

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE HONDURAS**  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

POSTGRADO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
DIRECCIÓN DEL SISTEMA DE ESTUDIOS DE POSTGRADO

**MAESTRÍA EN FORMULACIÓN, GESTIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS**



**TESIS**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CIBER-PAPELERÍA**  
**EN COLONIA IBERIA, DISTRITO CENTRAL**

SUSTENTADA POR

**SARA CAROLINA GOMEZ CRUZ**

PREVIO A OPTAR AL TÍTULO

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

ASESORES

METODOLÓGICA: PHD. DANIA MARADIAGA

TÉCNICA: PHD. FABIOLA BANEGAS

TEGUCIGALPA M.D.C., HONDURAS

04 DE ENERO 2023

## **AUTORIDADES UNIVERSITARIAS**

**DR. FRANCISCO JOSÉ HERRERA ALVARADO**

**RECTOR**

**DRA. JESSICA PATRICIA SÁNCHEZ**

**SECRETARÍA GENERAL**

**DR. ARMANDO EUCEDA**

**DIRECTOR DEL SISTEMA DEL ESTUDIO DE POSTGRADO**

**MSC. OSCAR A. ZELAYA**

**DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y**

**CONTABLES**

**DR. JOSÉ FRANCISCO MARTÍNEZ BARAHONA**

**CORDINADOR GENERAL DE POSGRADO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS**

**ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES**

### **Dedicatoria**

Primordialmente a Dios, por darme la sabiduría, el entendimiento, la fuerza para poder alcanzar mis sueños y metas, por guiarme y estar conmigo siempre.

A mis padres por su amor, apoyo incondicional y sacrificio, gracias a ellos he logrado llegar hasta aquí, orgullosa del gran privilegio de ser su hija, son los mejores padres del mundo.

A mis hermanos y novio, quienes me han brindado su apoyo en todo momento, porque con sus oraciones, palabras de aliento y consejos, han hecho de mí una mejor persona.

DEGT-UNAH

## **Agradecimiento**

A Dios, por bendecirme y guiarme a lo largo del camino, ser mi fuerza y fortaleza en los momentos difíciles.

A mis padres: Mario Gómez y María Cruz por ser los principales promotores de mi sueño, por su confianza, su apoyo, creer en mis sueños y expectativas. Por sus consejos, los principios y valores que me han inculcado.

A mis docentes, que fueron un pilar fundamental en mi trayectoria por la maestría, compartiendo sus conocimientos y preparándonos a lo largo del postgrado. Especialmente a la Dra. Dania Maradiaga y Dra. Fabiola Banegas asesoras de mi proyecto quienes me han guiado con paciencia y rectitud como docentes.

A todas aquellas personas que de una u otra manera me han apoyado en el transcurso de mi carrera, en especial aquellas personas que compartieron sus conocimientos conmigo.

## Resumen

La presente tesis titulada estudio de factibilidad para la creación de un Ciber en colonia Iberia, Distrito Central, la cual se basa en la problemática de un limitado acceso a estas Tecnologías de la Información y Comunicación, mismas que hoy en día son tan necesarias para la población en general y especialmente para los estudiantes, quienes no tienen acceso a éstas. Las instituciones educativas del Distrito Central se encuentran en un proceso lento, en cuanto a una modernización de las herramientas TIC, esto por los grandes índices de pobreza y desigualdad con los que cuenta el país.

La investigación tiene como objetivo desarrollar el estudio de factibilidad para la creación de un Ciber, permitiendo que los estudiantes de todos los niveles escolares tengan acceso a las TIC. El estudio se realiza mediante un enfoque cuantitativo, haciendo uso de referencias bibliográficas, entrevistas y como instrumento de medición una encuesta; la población objeto de estudio está conformada por estudiantes matriculados en centros educativos de la comunidad donde se instalará el proyecto y en las colonias aledañas a la misma.

Se obtuvo como resultado que al 98% de los encuestados les gustaría que en su comunidad se instalara un Ciber y el 90% están dispuestos a asistir al mismo. Asimismo, se logró cuantificar y determinar la oferta y demanda de mercado, así como la participación del mismo, haciendo uso de un nicho de mercado pesimista del 3%. El proyecto se ubicará en el Distrito Central, en una comunidad con cercanía a varios centros educativos. En cuanto a los indicadores financieros como el VAN, TIR, Razón B-C, y el PRI, muestran un panorama positivo para el proyecto, el cual resulta ser factible y rentable.

**Palabra Claves:** Estudio de Viabilidad, Tecnología, Información, Comunicación, TIC, Educación.

Códigos JEL: O220, O3, D830, L860, I2

## Abstract

This thesis entitled feasibility study for the creation of a Cyber in Colonia Iberia, Central District, which is based on the problem of limited access to these Information and Communication Technologies, which today are so necessary for the population in general and especially for students, who do not have access to them. The educational institutions of the Central District are in a slow process, in terms of modernizing ICT tools, this due to the high rates of poverty and inequality that the country has.

The research aims to develop the feasibility study for the creation of a Ciber, allowing students of all school levels to have access to ICT. This through a quantitative approach, making use of bibliographical reference, interviews and a survey as a measurement instrument; The population under study is made up of students enrolled in educational centers in the community where the project will be installed and in the neighboring neighborhoods.

It was obtained as a result that 98% of the respondents would like a Cyber to be installed in their community and 90% are willing to attend it. Likewise, it was possible to quantify and determine the market supply and demand, as well as its participation, using a pessimistic market niche of 5%. The project will be located in the Central District, in a community close to several educational centers. Regarding financial indicators such as VAN, TIR, Reason B-C, and PRI, they show a positive outlook for the project, which turns out to be feasible and profitable.

**Keywords:** Feasibility Study, Technology, Information, Communication, ICT, Education.

JEL Codes: O220, O3, D830, L860, I2

## ÍNDICE

<b>Capítulo I. Planteamiento del Problema</b> .....	17
<b>1.1 Antecedentes</b> .....	17
<b>1.2 Situación Problemática</b> .....	19
<b>1.3 Objetivos de Investigación</b> .....	21
<i>1.3.1 Objetivo General</i> .....	21
<i>1.3.2 Objetivos Específicos</i> .....	21
<b>1.4 Preguntas de Investigación</b> .....	22
<b>1.5 Justificación</b> .....	22
<b>1.6 Delimitación del Problema</b> .....	23
<i>1.6.1 De contenido</i> .....	23
<i>1.6.2 Espacial</i> .....	24
<i>1.6.3 Temporal</i> .....	24
<i>1.6.4 Poblacional</i> .....	24
<b>1.7 Viabilidad de la Investigación</b> .....	24
<b>Capítulo II. Marco Referencial</b> .....	25
<b>2.1 Etimología de la Ciencia</b> .....	25
<b>2.2 Orígenes y Evolución del Tema Objeto de Estudio</b> .....	27
<i>2.2.1 Antecedentes</i> .....	27
<i>2.2.2 Base Teórica</i> .....	31

<b>Capítulo III: El Proyecto</b> .....	39
<b>3.1 Descripción del Proyecto</b> .....	39
<b>3.2 Objetivos del Proyecto</b> .....	40
<b>3.2.1 Objetivo General</b> .....	40
<b>3.2.2 Objetivos Específicos</b> .....	40
<b>3.3 Justificación del Estudio del Proyecto</b> .....	40
<b>Capítulo IV: Estudio de mercado</b> .....	41
<b>4.1 Introducción</b> .....	41
<b>4.2 Objetivos</b> .....	42
<b>4.2.1 Objetivo General</b> .....	42
<b>4.2.2 Objetivos Específicos</b> .....	42
<b>4.3 Investigación de Campo</b> .....	43
<b>4.3.1 Definición del Problema</b> .....	43
<b>4.3.2 Pregunta</b> .....	43
<b>4.3.3 Hipótesis</b> .....	44
<b>4.3.4 Definición de la Necesidad de Información</b> .....	44
<b>4.3.5 Diseño de la Recopilación de la Información.</b> .....	45
<b>4.3.6 Estudio Muestral y su Metodología</b> .....	45
<b>4.3.7 Análisis de los Datos Recopilado</b> .....	47
<b>4.3.8 Resultados de la Investigación</b> .....	47
<b>4.4 Determinación y Cuantificación de la Demanda del Mercado en el Proyecto</b> ... 51	
<b>4.4.1 Determinación de la Demanda</b> .....	51

4.4.2	<i>Cuantificación de la Demanda (unidades)</i> .....	51
4.5	<b>Determinación y Cuantificación de la Oferta Global de Mercado en el Proyecto.</b>	
	52	
4.6	<b>Participación del Proyecto en el Mercado</b> .....	54
4.7	<b>Competencia Existente en el Mercado</b> .....	55
4.7.1	<i>Principales Competidores</i> .....	55
4.7.2	<i>Características Importantes (fortalezas)</i> .....	57
4.7.3	<i>Identificación de Posibles Debilidades</i> .....	57
4.7.4	<i>Precios</i> .....	58
4.7.5	<i>Proveedores de la Competencia</i> .....	58
4.8	<b>Promoción y Publicidad.</b> .....	60
4.8.1	<i>Estrategia de Publicidad y Promoción</i> .....	60
4.9	<b>Canales de Distribución y/o Comercialización</b> .....	62
4.10	<b>Análisis y Cálculo del Precio</b> .....	62
4.10.1	<i>Tipo de precios</i> .....	62
4.10.2	<i>Determinación del Precio más Adecuado</i> .....	63
4.10.3	<i>Análisis de los Precios de la Competencia</i> .....	63
4.10.4	<b>Sensibilidad de los Consumidores Respecto a las Variaciones de los Precios</b>	
	64	
4.10.5	<i>Base para la Determinación del Precio</i> .....	65
4.10.6	<i>Proyecciones del Precio Unitario del Producto</i> .....	66
4.11	<b>Estrategias Competitivas del Proyecto.</b> .....	67

<b>Capítulo V. Estudio de Aspectos Técnicos e Ingeniería del Proyecto</b> .....	69
<b>5.1 Introducción</b> .....	69
<b>5.2 Objetivos</b> .....	69
5.2.1 <i>Objetivo General</i> .....	69
5.2.2 <i>Objetivos Específicos</i> .....	69
<b>5.3 Macro y Micro Localización de la Planta</b> .....	70
5.3.1 <i>Macro Localización</i> .....	70
5.3.2 <i>Micro Localización</i> .....	71
5.3.3 <i>Características Importantes para Selección de Ubicación</i> .....	72
5.3.4 <i>Factores Internos y Externos de la Localización</i> .....	72
5.3.5 <i>Análisis Ubicación de la Competencia</i> .....	73
5.3.6 <i>Método Elegido Para la Selección de la Mejor Ubicación</i> .....	73
<b>5.4 Determinación del Tamaño Óptimo de la Planta</b> .....	75
5.4.1 <i>Factores que Determinan el Tamaño de la Planta</i> .....	75
5.4.2 <i>Determinar la capacidad de la planta y tipo de aprovechamiento. Basándose en el inciso anterior.</i> .....	75
<b>5.5 Ingeniería del Proyecto</b> .....	77
5.5.1. <i>Objetivo</i> .....	77
5.5.2. <i>Flujos del Proceso de Producción</i> .....	77
5.5.3. <i>Planta y Equipo</i> .....	81
5.5.4. <i>Mano de Obra de la Planta</i> .....	83
5.5.5. <i>Materias Primas</i> .....	85

5.5.6.	<i>Plano de la Planta</i> .....	85
<b>6.</b>	<b>Capítulo VI. Organización, administración y Aspectos Legales</b> .....	<b>87</b>
6.1	<b>Introducción</b> .....	87
6.2	<b>Filosofía de la Empresa</b> .....	87
6.3	<b>Objetivo Empresarial</b> .....	88
6.4	<b>Estructura Organizativa</b> .....	88
6.5	<b>Estructura de Personal</b> .....	91
6.6	<b>Proceso Administrativo de la Empresa</b> .....	95
6.7	<b>Aspecto Legal</b> .....	95
	<b>Capítulo VII. Estudio Técnico Financiero y Económico</b> .....	<b>100</b>
7.1	<b>Introducción</b> .....	100
7.2	<b>Objetivos</b> .....	100
7.2.1	<i>Objetivo General</i> .....	100
7.2.2	<i>Objetivos Específicos</i> .....	101
7.3	<b>Plan de Inversión y Fuentes de Financiamiento</b> .....	101
7.3.1	<b>Inversión Fija</b> .....	101
7.3.2	<b>Inversión Pre Operativa</b> .....	101
7.3.3	<b>Inversión en Capital de Trabajo</b> .....	102
7.4	<b>Costo de Capital</b> .....	103
7.5	<b>Determinación de los Ingresos</b> .....	104
7.6	<b>Determinación de Costos</b> .....	105
1.	<b>Costo de Producción</b> .....	105

<b>2. Costo de Administración</b> .....	106
<b>3. Costo de Ventas</b> .....	106
<b>4. Costos Financieros</b> .....	107
<b>5. Depreciaciones y Amortización</b> .....	107
<b>6. El financiamiento y su tabla de amortización de la deuda.</b> .....	108
<b>7.7 Presupuesto de Ingresos, Costos y Gastos</b> .....	111
<b>7.8 Proyección de Estados Financieros</b> .....	111
<b>7.9 Calculo de Técnicas de Evaluación Económica y Financiera del Proyecto</b> .....	120
<b>7.10 Análisis de Sensibilidad</b> .....	121
<b>7.11 Riesgo Financiero de la Inversión</b> .....	124
<b>Capítulo VIII: Estudio de Impacto Social</b> .....	126
<b>Conclusiones</b> .....	127
<b>Bibliografía</b> .....	129
<b>Anexos</b> .....	138

### Índice de Tablas

<b>Tabla 1</b> Demanda Total del Mercado .....	52
<b>Tabla 2</b> Oferta Total del Mercado .....	53
<b>Tabla 3</b> Comportamiento de Mercado y Participación del Ciber en el Mercado Meta .....	54
<b>Tabla 4</b> Participación.....	57
<b>Tabla 5</b> Precios Competencia .....	58
<b>Tabla 6</b> Proveedores de la Competencia.....	59

<b>Tabla 7</b> Proyección de Inversión Anual Promoción y Publicidad .....	61
<b>Tabla 8</b> Precio de Venta .....	63
<b>Tabla 9</b> Costo unitario de venta del Ciber (servicio) .....	65
<b>Tabla 10</b> Precio Unitario de Venta del Ciber .....	66
<b>Tabla 11</b> Proyección de Precios en Lempiras .....	67
<b>Tabla 12</b> Ingresos Totales del Proyecto .....	68
<b>Tabla 13</b> Método Cualitativo por Puntos .....	74
<b>Tabla 14</b> Capacidad Instalada, Real y Utilizada .....	76
<b>Tabla 15</b> Aprovechamiento .....	77
<b>Tabla 16</b> <i>Mobiliario y Equipo de la Planta</i> .....	81
<b>Tabla 17</b> Proyección de Planilla Mano de Obra Directa .....	84
<b>Tabla 18</b> Proyección de Planilla Mano de Obra Indirecta.....	85
<b>Tabla 19</b> Proyecciones Salariales .....	93
<b>Tabla 20</b> Inversión Fija del Proyecto.....	101
<b>Tabla 21</b> Inversión Preoperativa.....	102
<b>Tabla 22</b> Capital Trabajo .....	102
<b>Tabla 23</b> Modelo CAPM (Cálculo del retorno requerido para los fondos propios).....	103
<b>Tabla 24</b> Costo de Capital Ponderado.....	104
<b>Tabla 25</b> Ingresos Totales.....	105
<b>Tabla 26</b> Costos de Producción .....	105
<b>Tabla 27</b> Costos Administrativos.....	106
<b>Tabla 28</b> Costos de Venta.....	106
<b>Tabla 29</b> Resumen del Financiamiento.....	107
<b>Tabla 30</b> Depreciación.....	108
<b>Tabla 31</b> Amortización .....	108
<b>Tabla 32</b> Amortización del Préstamo.....	109

<b>Tabla 33</b> Proyecciones de Ingreso, Costos y Gastos .....	111
<b>Tabla 34</b> Estado de Resultado .....	112
<b>Tabla 35</b> Presupuesto de Caja.....	114
<b>Tabla 36</b> Balance General .....	116
<b>Tabla 37</b> Indicadores financieros.....	118
<b>Tabla 38</b> Punto de Equilibrio.....	120
<b>Tabla 39</b> Indicadores Financieros.....	121
<b>Tabla 40</b> Sensibilidad 1 .....	122
<b>Tabla 41</b> Sensibilidad 2 .....	123
<b>Tabla 42</b> Comparativo de Técnicas .....	123
<b>Tabla 43</b> Razones de Endeudamiento.....	125
<b>Tabla 44</b> Utilidad Antes de Intereses, Impuestos, Depreciación y amortización (EBITDA) .....	126

### Índice de Figuras

<b>Figura 1</b> <i>Potencial demanda de la comunidad</i> .....	47
<b>Figura 2</b> <i>Aceptación de un Ciber de la comunidad</i> .....	48
<b>Figura 3</b> <i>Asistencia a un Ciber</i> .....	49
<b>Figura 4</b> <i>Importancia de un Ciber en la comunidad</i> .....	49
<b>Figura 5</b> <i>Frecuencia con la que se visita un Ciber o una PAPELERÍA</i> .....	50
<b>Figura 6</b> <i>Sensibilidad con respecto al factor precio</i> .....	64
<b>Figura 7</b> <i>Mapa del Distrito Central.</i> .....	70
<b>Figura 8</b> <i>Mapa de la Macro localización (Comayagüela, Colonia Iberia)</i> .....	71
<b>Figura 9</b> <i>Mapa de la Micro localización (Colonia Iberia)</i> .....	72
<b>Figura 10</b> <i>Diagrama de flujo del proceso</i> .....	78
<b>Figura 11</b> <i>Resumen del diagrama de flujo</i> .....	80

<b>Figura 12</b> <i>Plano global de las instalaciones</i> .....	86
<b>Figura 13</b> <i>Plano exclusivo de las instalaciones</i> .....	86
<b>Figura 14</b> <i>Organigrama</i> .....	89
<b>Figura 15</b> <i>Estructura Organizacional de la Empresa</i> .....	91
<b>Figura 16</b> <i>Cronograma para la puesta en marcha</i> .....	99

DEGT-UNAH

## Introducción

El presente trabajo de tesis tiene como objetivo principal el desarrollo de un estudio de factibilidad, para la creación de un Ciber que sea de provecho para que los estudiantes de todos los niveles escolares en Distrito Central, específicamente los que habitan en colonia Iberia y sus alrededores, tengan acceso a las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). Hoy en día la educación en Honduras enfrenta múltiples retos y uno de ellos es dar una respuesta positiva a los cambios, sociales, económicos y culturales que enfrenta la sociedad.

La importancia de estudiar este tipo de tema radica en el grado de utilidad de las herramientas tecnológicas en el sector educativo. Según la literatura en Honduras solo el 31.7% de la población tiene acceso a internet, esto por los altos índices de pobreza y una gran brecha de desigualdad. En la actualidad el mundo entero enfrentó una pandemia (COVID-19) la cual hizo notoria la necesidad de contar con tecnología, especialmente en países subdesarrollados como el nuestro. En un mundo tan globalizado, las TIC juegan un papel muy importante en la organización de las instituciones educativas.

En el primer capítulo se abordan los antecedentes y situación problemática, así como la justificación y delimitación de la investigación. En el segundo capítulo que es el marco referencial, en el cual se define la etimología de la ciencia, la situación histórica y actual del tema en estudio. El tercer capítulo introduce el proyecto donde se describe un panorama general del mismo y se plantean los objetivos y la justificación del proyecto.

El cuarto capítulo define el estudio de mercado, identificando una necesidad insatisfecha, la participación del proyecto, canales de distribución, estrategias competitivas y estrategias de promoción y publicidad. De igual manera se realizó una investigación de campo con la que se recopiló información importante que ayudó para la determinación y cuantificación de la oferta y demanda.

El quinto capítulo es referente al estudio de aspectos técnicos y a la ingeniería del proyecto, en el cual se define la macro y micro localización de la empresa, se determina el

tamaño de la planta, el flujo de proceso de prestación del servicio, la planta y equipo necesaria para su funcionamiento, así como la mano de obra y un plano de las instalaciones físicas y su respectiva distribución.

El sexto capítulo describe la organización, administración y aspectos legales del proyecto; además en la cual se redacta la filosofía empresarial como ser visión, misión, valores y objetivo empresarial; de igual manera la estructura organizativa y su respectivo organigrama, capacitaciones, procesos administrativos y legales como la constitución de la empresa, culminando con un diagrama de GANTT que refleja el cronograma de ejecución y puesta en marcha.

Por otro lado, el séptimo capítulo, se trata del estudio económico financiero, muestra el plan de inversión y fuentes de financiamiento, así como el cálculo del costo de capital, proyecciones de estudios financieros y la determinación de ingresos y costos. Se detallan los distintos indicadores financieros que muestran la factibilidad y rentabilidad del proyecto; se realizó un análisis de la sensibilidad y de los riesgos financieros de la inversión.

Por último, se lleva a cabo el octavo capítulo que se trata del estudio de impacto social, el cual hace mención de los beneficios sociales, económicos y ambientales que generará la puesta en marcha del proyecto. Finalmente, conclusiones, bibliografía y anexos de los distintos estudios abordados en la presente investigación.

## Capítulo I. Planteamiento del Problema

### 1.1 Antecedentes

Según Bustos & Arraño (2009), hace 5000 años los egipcios comenzaron registrando información en un tipo de soporte físico, que era transportable, permitiendo establecer la comunicación; siendo éstos los inicios de las tecnologías de la información y la comunicación. Se contaba anteriormente con ideogramas y pictogramas y todo ha evolucionado con el pasar del tiempo, mediante avances industriales, científicos y técnicos, creciendo con el tiempo a diferentes alfabetos y lenguajes gráficos.

Los autores de este estudio establecen que se comenzó con grabados y pinturas que de alguna manera entregaban comunicación, papiro que funcionaba como hojas de papel, tablillas de arcilla, pergaminos; luego entra la imprenta que fue utilizada para la impresión de la Biblia; en 1833 se inventó el telégrafo, en 1876 el teléfono, en 1887 la radio, en 1926 la televisión, en 1960 el primer satélite, y en la misma década la telefonía móvil, la computadora. se creó un conjunto de dispositivos como ser CD-ROM, impresoras y otros; de igual forma algunos servicios el acceso a internet, email, chat, juego, etc.

El mismo estudio menciona, que los orígenes del internet remontan en 1969 cuando se realizó la primera conexión de computadoras, conocida como ARPANET. En la segunda mitad del siglo pasado se dio la nueva revolución en la comunicación tomando el término de nuevas tecnologías de la comunicación siendo de alcance mundial y fácil acceso.

Así mismo, enfatizan que las TIC lograron una expansión sin precedentes en la forma de comunicarse al principio de los años 90, pues la internet pasó de ser un instrumentó especial en la comunidad científica a modificar las pautas en la interacción social siendo más fáciles al utilizarse, como Yahoo!, Hotmail, Google. En los 2000 surgen plataformas como Messenger, Web 2.0, Facebook, YouTube, twitter, Instagram, Netflix, entre otros. La necesidad de

comunicarse muestra el valor de un indispensable conocimiento en las nuevas tecnologías dado que las TIC están evolucionando cada día.

En cuanto a papelería, Bores (2012), Considera que las papelerías ofrecen materiales escolares y de oficina, que cuentan como herramientas de trabajo desde un punto de vista didáctico y pedagógico, ya que, se usan para transmisión de conocimiento y formación, por otro lado, también pueden ser vistos de múltiples enfoques como objetos culturales, político, ideológico, tecnológico, económico y financieros que se vuelven productos comerciales.

Según datos de la CEPAL (2020), a nivel de Latinoamérica, las TIC han sido herramientas de gran utilidad en la educación, permitiendo el desarrollo de competencias para los procesos de enseñanza; en 2019 el 66.7% de la población de América Latina y el Caribe tenía conexión a internet; el cual está estrechamente ligado a la edad, localización, condición económica y social. En 12 países de Latinoamérica el 81% de las personas del quintil más alto de ingresos cuenta con internet, mientras que solo el 38% del quintil más bajo tiene acceso. En algunos países este problema es particularmente agudo.

De igual manera, se menciona que en Bolivia, El Salvador, Paraguay y Perú más del 90% de los niños y niñas de los sectores más vulnerables no cuentan con conexión a internet en el hogar; la formación docente en el uso de tecnologías digitales y la disponibilidad de recursos digitales resultan insuficientes en relación con los desafíos actuales. La gran brecha de desigualdades educativas y el bajo acceso a las TIC no están dando oportunidades para su superación.

Para el Observatorio demográfico universitario UNAH (2021), a nivel centroamericano hay una tendencia creciente del número de personas que tienen acceso a internet. Costa Rica pasa de un 36.5% en 2010 a un 81.2% en 2019; en segundo lugar, se encuentra Guatemala (10.5% a 65.0%) y en tercer lugar Panamá (40% a 63.6%); los países como El Salvador (15.9%

a 33.8%), Honduras (11.1% a 31.7%) y Nicaragua (10.0% a 27.9%) lo están haciendo a un ritmo más lento.

Por su parte, el Banco Interamericano de Desarrollo (2021), indicó que en los países de ingreso medio y bajo de América Latina y el Caribe, las personas dedican en promedio un 3.6 por ciento de sus ingresos para tener conexión de internet móvil. En ese sentido, un índice presentado por ese organismo internacional, ubica a Honduras fuera de ese rango, estando entre los países donde las personas dedican cerca de un 10 por ciento de sus ingresos para tener conexión a internet. Los hondureños representan el nivel más bajo de acceso a internet, en 2019, de cada 100 personas solo 31 tenían acceso desde diferentes dispositivos.

## **1.2 Situación Problemática**

De acuerdo con lo manifestado por Moreno (2020), durante el año 2019 y 2020 se enfrentó una pandemia por un nuevo coronavirus, que se transmite por vía aérea con un alto índice de contagio, lo cual obligo a los gobiernos de los diferentes países a tomar medidas que restrinjan la concentración de personas; se suspendieron las clases en todas las instituciones educativas, realizando la migración hacia estrategias de aprendizaje virtual. En la actualidad se ha implementado las clases semipresenciales, aunque gran parte se mantiene de manera virtual.

Los maestros han tenido oportunidades de aprendizaje, ligados en la práctica. En la actualidad, a causa de la pandemia, los escenarios combinan de manera inteligente la virtualidad con lo presencial, permitiendo a los docentes mejorar sus competencias profesionales. Queda claro que la formación docente en las TIC es un aspecto esencial que debe incluirse en los planes de estudio y accionar en los estudiantes que están impregnados en un mundo digital y la educación virtual, la cual hace parte del día a día de una juventud que ha crecido inmersa en la tecnología (Rigo, Guarido, Amaya, & LLanes, 2022).

Sanz & Fernández (2021), los centros educativos realizaron un enorme esfuerzo para adaptarse a este nuevo escenario, utilizando todos los recursos y medios tecnológicos a su alcance, con el objetivo de continuar la actividad docente y lograr que los alumnos puedan completar el año académico con relativa normalidad; desde los primeros momentos, se hizo evidente que no todos los centros educativos y alumnos tenían las mismas posibilidades y recursos para afrontar la nueva situación afectando de forma directa a la calidad y el avance del proceso de aprendizaje.

Para Espinoza (2018), las tecnologías de la información y la comunicación juegan un papel muy importante en la organización de las instituciones educativas, en la producción y el uso de los conocimientos y principalmente, en la adquisición de procesos de enseñanza-aprendizaje más eficaces y eficiente para los estudiantes. En un entorno telemático es preciso disponer de ordenadores, tabletas y móviles, de conexión a Internet, y competencias digitales para desenvolverse.

El mismo autor menciona, que en realidad la disponibilidad de estos medios no son suficiente, las instituciones educativas de Tegucigalpa se encuentran en un proceso lento, refiriéndose a una modernización de las herramientas TIC, esto por los grandes índices de pobreza y desigualdad con los que cuenta el país, realidad que conserva casi al margen de los cambios tecnológicos que se producen constantemente.

La pandemia COVID-19 ha provocado una crisis sin precedentes en todos los ámbitos. Y especialmente en la educación, esta emergencia global dio lugar al cierre masivo de todas las actividades presenciales de instituciones educativas en más de 190 países, esto con el fin de evitar la propagación del virus y disminuir su impacto. Lastimosamente, estas medidas o soluciones han sido insuficiente, pues cabe mencionar que Honduras tiene el segundo peor rendimiento académico en la región, aparte de ello hay muchos niños, niñas y jóvenes excluidos del sistema educativo, pues el país cuenta con altos índices de pobreza y desigualdad, lo cual

se ve traducido en desigualdades educativas y una gran brecha tecnológica (CEPAL-UNESCO, 2020).

Según base de datos del Banco Mundial (2022), el 58% de la población hondureña actualmente no tiene acceso a internet, siendo el limitado acceso a las TIC el gran problema que enfrentan los estudiantes hondureños. Por lo cual es necesario determinar e identificar la importancia de la creación de un Ciber para que los estudiantes de todos los niveles escolares en Tegucigalpa tengan acceso a las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

### **1.3 Objetivos de Investigación**

#### **1.3.1 Objetivo General**

Desarrollar el estudio de factibilidad para la creación de un Ciber-Papelería que brinda el servicio de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, así como otros servicios relacionados en la colonia Iberia del Distrito Central.

#### **1.3.2 Objetivos Específicos**

1. Desarrollar un estudio de mercado que permita evaluar la demanda insatisfecha de los posibles clientes y usuarios del CIBER-PAPELERÍA.
2. Elaborar el estudio técnico que valore los elementos claves para determinar el lugar, tamaño y recursos adecuados para la implantación de un CIBER-PAPELERÍA
3. Establecer la distribución organizacional, estrategias y propuesta legal para el funcionamiento del CIBER-PAPELERÍA
4. Realizar un estudio financiero que evidencie la rentabilidad económica del Ciber, conociendo los indicadores financieros más adecuados para evaluar la factibilidad de la ejecución del proyecto.
5. Determinar el impacto social provocado por la creación de un Ciber en la colonia Iberia, Distrito Central

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

1. ¿Cuál es la demanda insatisfecha de los potenciales clientes y usuarios de del CIBER-PAPELERÍA?
2. ¿Cuál es el tamaño, lugar y recursos adecuados para la implementación del CIBER-PAPELERÍA?
3. ¿Cuál es la mejor distribución organizacional, estrategias y propuesta legal para el funcionamiento del CIBER-PAPELERÍA?
4. ¿Es rentable económicamente la creación de un Ciber, y cuáles son los indicadores financieros más adecuados para evaluar la factibilidad de la ejecución del proyecto.
5. ¿Qué impacto social produce la creación de un Ciber en la colonia Iberia, Distrito Central?

#### **1.5 Justificación**

Con el presente estudio, se pretende aportar una propuesta de negocio que ayudará a facilitar el acceso de las TIC a los estudiantes; de la misma manera servirá como una oportunidad de inversión para el sector privado, lo cual es sumamente oportuno para el crecimiento de la economía, dado que se contribuye a disminuir las cifras de desempleo, mejorando la calidad de vida de algunas familias hondureñas.

El aporte metodológico que brinda se basa en la falta de estudios que se refieren a la importancia de las herramientas tecnológicas a nivel nacional y la necesidad que los estudiantes tienen de las mismas, por lo que este documento servirá como base teórica en investigaciones futuras que se relacionen con este tipo de temas; asimismo, servirá de guía para aquel sector académico interesado en formular y ejecutar proyectos similares.

De igual forma, la investigación será beneficiosa para dar una perspectiva clara que pueda ayudar a las autoridades universitarias de la facultad de Ciencias económicas,

administrativas y contable de POSFACE, quienes podrán hacer uso de la misma como un insumo para fomentar la implementación y desarrollo de nuevas normativas de gestión en la actualización de TIC a las carreras de pregrado y posgrado incorporándolas en sus programas académicos en las distintas carreras y maestrías universitarias, de esa manera formar a distintos profesionales sin importar su ubicación.

También, generará resultados que servirán como un insumo a las autoridades de instituciones académicas (directores, maestros), quien podrá mejorar los mecanismos con implementación de nuevos giros que puedan aplicarse al proceso de enseñanza. Por otro lado, la investigación influirá de manera eficiente, sirviendo como análisis de fortaleza para aportar a proyectos que estén encaminados a la implementación de las TIC, beneficiando de esta manera a los estudiantes quienes harán uso de estas herramientas inherentes a sus áreas de estudio, formando profesionales competitivos que puedan ser parte fundamental en el desarrollo social y el crecimiento económico del país.

Finalmente, este estudio contribuirá de manera personal a consolidar todo conocimiento, habilidad y metodología adquirida en el área de la formulación, gestión y evaluación de proyectos para llevarlo a cabo, al mismo tiempo que ampliará la visión en cuanto a las opciones de emprendimiento que se pueden llegar a realizar. De esta manera se puede decir que dicha investigación influirá de forma positiva para la sociedad en general.

## **1.6 Delimitación del Problema**

### **1.6.1 De contenido**

El estudio está orientado en conocer la factibilidad de la creación de un Ciber para que los estudiantes de colonia Iberia, Municipio del Distrito Central cuenten con acceso a las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

### **1.6.2 Espacial**

La investigación se llevará a cabo en la ciudad de Tegucigalpa, específicamente en la colonia Iberia y sus alrededores, dado que se ha visto la necesidad de la implementación de herramientas TIC en estas comunidades, adecuando un lugar para instalar el Ciber.

### **1.6.3 Temporal**

El estudio se realizará durante el año 2022 en un periodo de 12 meses. Analizando evidencia e investigación empírica de los años 2010 – 2021, pretendiendo iniciar operaciones el segundo semestre del 2023.

### **1.6.4 Poblacional**

Estudiantes de todos los niveles educativos matriculados en instituciones gubernamentales y no gubernamentales de la comunidad y sus alrededores.

## **1.7 Viabilidad de la Investigación**

Esta investigación es viable, ya que se tiene acceso al campo de estudio, dado que el investigador es residente en la colonia donde se realizará el proceso de evaluación. A nivel personal se puede decir que se cuenta con las herramientas y el tiempo necesario que requiere el proceso de esta investigación.

En cuanto a nivel local, hay cinco centros educativos y se cuenta con contacto de sus autoridades, quienes manifiestan estar abiertos a dar apoyo para desarrollar la investigación en dicho lugar, brindando toda la información necesaria para ser analizada por medio de entrevista, observaciones y encuestas.

De la misma manera se tienen los recursos económicos para cubrir los gastos como ser; impresiones, copias y todo lo necesario que permitan de esta manera ejecutar la investigación, respecto a los materiales se cuenta con computadora para realizar los escritos, libros y libretas para elaborar el análisis teórico y llevar anotaciones de un diario de campo, entre otros.

## Capítulo II. Marco Referencial

### 2.1 Etimología de la Ciencia

**Actividades procedimentales:** Son “todos aquellos procedimientos o estrategias de enseñanza de resolución de ecuaciones u operaciones aritméticas”. En otras palabras, es todo tipo de problemas demostrativos o matemáticos (Nolasco, 2012).

**Aplicación informática:** Es la “información digital, la tecnología hoy en día es indispensable, por lo que es necesaria la aplicación informática en la educación, la cual no es más que la información que ahora es digitalizada bajo la forma del alfabeto binario, y esto sin duda introduce una diferencia fundamental; se pasa entonces del lápiz y el papel, al teclado y la pantalla” (Minian, 2022).

**Aprendizaje E-learning:** Según Gómez (2017), este aprendizaje “es aquel que se recibe por medio de la tecnología, específicamente el internet, también es conocido como enseñanza virtual o formación online. Es la educación a distancia que se lleva a cabo a través del internet (aprendizaje electrónico)”.

**Comunicación:** La palabra deriva del latín *communicare*, que significa “compartir algo, poner en común”. Por lo tanto, la comunicación es un “fenómeno inherente a la relación que los seres vivos mantienen cuando se encuentran en grupo. A través de la comunicación, las personas o animales obtienen información respecto a su entorno y pueden compartirla con el resto” (Bustos & Arraño, 2009).

**Educación inclusiva:** Para Castillo (2013), la educación inclusiva “pretende dar una respuesta a la diversidad educativa, social e individual, tratando de garantizar una educación de calidad para todo el que la desee. El modelo de educación inclusiva surge desde la posibilidad de hacer cumplir el derecho universal de todo ser humano a acceder a la educación, y que esta

sea de calidad y equitativa”. En otras palabras, es la que surge de los derechos que todo ser humano debe gozar de una educación.

**Información:** es un “conjunto organizado de datos, que constituye un mensaje sobre un cierto fenómeno o ente. La información permite resolver problemas y tomar decisiones, ya que su uso racional es la base del conocimiento” (Bustos & Arraño, 2009).

**Metodología hermenéutica:** Es la “metodología que implica un enfoque de investigación a través de la cual el investigador busca comprender e interpretar un fenómeno en un contexto concreto. Describen que la metodología hermenéutica es aquella información encontrada en la web que se extrae, describe e interpreta lo más importante” (Rojas, Silvia, & Corea, 2014).

**Papelería:** son “microempresas que ofrecen los servicios demandados por los estudiantes de todos los niveles, así como los oficinistas” (Anrrango, 2015)

**Papiros:** “Planta vivaz, indígena de Oriente, de la familia de las ciperáceas, con hojas radicales, largas, muy estrechas y enteras, cañas de dos a tres metros de altura y diez centímetros de grueso, cilíndricas, lisas, completamente desnudas la lámina sacada del tallo del papiro y que empleaban los antiguos para escribir en ella” (Real Academia Española, 2022).

**Tecnología:** “conjunto de conocimientos que permiten construir objetos y máquinas para adaptar el medio y satisfacer nuestras necesidades” (Bustos & Arraño, 2009).

**Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC):** Según Cabero (2005), las TIC son herramientas de innovación y un cambio en todos los ámbitos sociales, se puede mencionar múltiples instrumentos electrónicos que se incorporan al concepto de TIC, la televisión, el teléfono, el video, el ordenador. Pero sin duda, los medios más representativos o relevantes para la sociedad actual son los ordenadores que nos permiten utilizar diferentes

aplicaciones informáticas (presentaciones, aplicaciones multimedia, programas ofimáticos, otros) y más específicamente las redes de comunicación, en específico el Internet.

El mismo autor menciona, que en líneas generales se puede decir que las nuevas tecnologías de la información y comunicación son las que giran en torno a tres medios básicos: la informática, la microelectrónica y las telecomunicaciones; no solo de forma aislada, sino lo que es más significativo de manera interactiva e inter conexas, lo que permite conseguir nuevas realidades comunicativas.

Por otro lado, para Gómez & Macedo (2010), las TIC son “herramientas innovadoras en la educación, que permiten determinantes cambios en el aprendizaje diario en los procesos de enseñanza entre alumno y docente, cumpliendo con la función de ser un canal de comunicación e intercambio de conocimiento”.

## **2.2 Orígenes y Evolución del Tema Objeto de Estudio**

### **2.2.1 Antecedentes**

Según Ontoria, Gomez, & Luque (2006), las tecnologías de la información y la comunicación comenzaron con la llamada sociedad de la información, mostrando un cambio en el dinamismo cultural, social y económico, se le considera como algo auténtico de la revolución, ya que va más allá de un lenguaje oral, la escritura, la imprenta que era el medio que hacía posible la alfabetización, pues las nuevas tecnologías lograron expandir el sonido y la imagen por medios como la radio, la televisión, el video, el computador, entre otros.

Al hablar de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en la educación se encontró que Rojas, Silva, & Correa, (2014), quienes elaboraron su tesis de investigación Tecnologías de la Información y la Comunicación en la educación: tendencias investigativas, con el objetivo de presentar un balance de los aspectos más comunes encontrados en los antecedentes investigativos publicados en la red por diversos autores con relación de las TIC

en la educación. La metodología utilizada fue cualitativa, hermenéutica, de tipo documental y descriptiva.

Los autores obtuvieron como resultado que la aplicabilidad de las TIC, especialmente de Internet, está transformando de manera sustancial la dinámica institucional desde la estructura hasta la planificación de impartir clases, países como España y México son los que hacen mayor investigación que relacionen las TIC con la educación, una de las mayores problemáticas que encontraron fueron las relacionadas con las TIC en las aulas de clase, en cuanto a los estudiantes, desde la perspectiva de los docentes, los blogs, la modalidad de aprendizaje a distancia o semipresencial, la influencia de las políticas públicas en ellas y las TIC en la educación en general.

Estos escritores afirman que la era digital es un hecho y que el problema está en que no todas las instituciones están preparadas para ello, desde docentes hasta estudiantes, y esto traería ante países desarrollados, educación de baja calidad; en la cual, los alumnos no se sentirán atraídos por el sistema educativo. Para esta tesis se considera este trabajo de grado porque demuestra la necesidad que hay en el sector educativo con respecto a las TIC y la importancia del saber, cuáles son los beneficios y desventajas para aprovechar de manera integral todas las herramientas de tecnología educativa que se encuentran a la disposición.

Por otro lado, Rodríguez (2015), quien elaboro su tesis de investigación sobre Uso de las TIC para favorecer el proceso de aprendizaje de estudiantes con Discapacidad Intelectual, con el objetivo de determinar la manera en que se promueve el uso de las TIC para favorecer el proceso de enseñanza-aprendizaje de estudiantes con Discapacidad Intelectual, realizándose bajo el enfoque de la investigación cualitativa obtuvo como resultado que las TIC son herramientas que están inmersas en la vida diaria del ser humano y al hacer uso de las mismas se favorece el proceso de aprendizaje generando un mayor conocimiento.

Rodríguez menciona que todo educador hace uso de las TIC para trabajar, buscar información y enseñar, de igual manea evidencia que las mismas son un medio que permite a los niños compartir, ver y escuchar lo que gusten, ya que por el computador pueden hacer distintas actividades motivantes para ellos. La finalidad de estas herramientas en el proceso educativo es potenciar la atención a la diversidad, logrando un plan de acción que sirve de apoyo al educando para que el aprendizaje sea significativo a cada uno de los niños. Para esta tesis se considera este trabajo de grado porque confirma que las TIC son herramientas necesarias para el aprendizaje de calidad en el sector educativo.

Para Castro (2015), quien elaboro su tesis, Aplicación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en el proceso de enseñanza – aprendizaje de estudiantes con necesidades educativas especiales, con el objetivo de definir los beneficios educativos que aportan las TIC, bajo el enfoque de la investigación cuali-cuantitativa, obteniendo como resultado que las instituciones que cuentan con herramientas tecnológicas, dan un mayor beneficio a los estudiantes en especial a aquellos que tienen necesidades educativas, ya que ellas ayudan a fortalecerlas actividades escolares y curriculares.

El investigador afirma, que el fortalecimiento y beneficios académicos indudablemente aumentan por el uso de las tecnologías dentro del ámbito educativo y la importancia que todos aporten en la construcción del conocimiento, haciendo énfasis en los estudiantes con necesidades educativas, ya que es relativo en el proceso académico que se dificulta a causa de poca accesibilidad a las TIC, reflejándose en bajas calificaciones. También, se confirmó que más del 50% de estudiantes, mejoran su rendimiento académico con el uso de las mismas. Este trabajo de grado se utiliza porque confirma la importancia del acceso a las TIC por parte de los estudiantes, pues su implementación ayuda de manera positiva al rendimiento académico.

Tal como señalo Nolasco (2012), en su tesis, uso de recursos multimedia para potenciar el aprendizaje de los estudiantes de noveno grado en CIIE UPNFM, con el objetivo de conocer

la relación existente entre el nivel de aprendizaje alcanzado mediante la alternativa de uso de recursos tecnológicos y la tradicional (sin uso de recursos tecnológicos), haciendo uso de la investigación cuantitativa, obteniendo como resultado que ambas metodologías tanto la de uso multimedia como la de uso tradicional son muy funcionales como alternativas didácticas que potencian el aprendizaje.

El autor confirma que, al indagar sobre la similitud de los resultados obtenidos, se analizó la temática de estudio de ambos grupos, logrando así establecerse que las unidades que desarrollan actividades procedimentales adquieren mejores resultados con el uso de recursos multimedia, dada la dinámica de unidades basadas en trabajos prácticos demostrativos (sean laboratorios presenciales u virtuales) y en demostraciones matemáticas que ponen en práctica el dominio de herramientas TIC.

Concluyendo el autor que los recursos multimedia son importantes, para comprender, analizar y resolver problemas demostrativos, por lo cual es importante incorporarlos y utilizarlos en las metodologías de enseñanza, ya que esto se vuelve dinámico y significativo para el estudiante. Esta tesis es tomada en cuenta en la presente investigación, dado que confirma que la implementación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación es significativa en las metodologías de enseñanza para lograr un bien social en la educación, pues estas herramientas son necesarias para la institución educativa, el docente y el alumno.

Por otro lado, Gómez (2017), elaboro su tesis Metodología de enseñanza y aprendizaje utilizando e-learning para la optimización de recursos en la capacitación docente, con el objetivo de comprobar si con la aplicación de una metodología de enseñanza y aprendizaje utilizando una metodología virtual (E-learning), se logra la optimización de los recursos en las capacitaciones para docentes de educación media, haciendo uso de una investigación cuantitativa.

La misma, tuvo como resultado que al hacer un análisis sobre las competencias en el dominio de las TIC por parte de los docentes, se observó que el 47% de los maestros solo tienen un bajo dominio de las mismas y aun que la secretaria de educación exige a las instituciones hacer uso de plataformas tecnológicas es necesario una socialización más personalizada, puesto que los datos de la investigación indican que los maestros no tienen un conocimiento completo de las herramientas que se están ofreciendo.

La autora menciona que debido a la deficiencia en las competencias necesarias para el manejo adecuado de recursos tecnológicos, como ser computadoras y programas computacionales, por parte de los docentes, y dado que estas competencias son fundamentales para poder hacer uso de la metodología E-learning, la Secretaria de Educación debe de coordinar las actividades orientadas a reforzar los conocimientos en el uso de estos recursos, haciendo énfasis en el uso del internet; considerándose además, el aspecto más importante en cualquier espacio educativo, consistente en las personas a las cuales va dirigido.

Esta tesis es tomada en cuenta para la presente investigación por que muestra la importancia del uso de las TIC en el área educacional, pero también muestra que Honduras tiene un déficit en el manejo de las mismas por parte de los maestros, lo cual puede afectar significativamente el rendimiento de los estudiantes y esto refleja que hay que analizar de manera exhaustiva tanto los beneficios como las desventajas del uso de las TIC en la educación.

### **2.2.2 Base Teórica**

Para analizar el tema planteado, se hace uso de teorías que sustentan la investigación sobre las Tecnologías de la Información y la Comunicación como herramientas necesarias de implementar en el sector educación, de la misma manera, se hace un análisis sobre el tema de papelería.

## **1. Importancia de las TIC en las Instituciones Educativas**

Según Gómez, & Macedo, (2010), las Tecnologías de la Información y la Comunicación brindan herramientas que favorecen a las instituciones que no cuentan con una biblioteca o material didáctico. Estas tecnologías permiten entrar a un mundo nuevo lleno de información de fácil acceso para los docentes y alumnos. De igual manera, facilitan el ambiente de aprendizaje. “Las TIC son la innovación educativa del momento y permiten a los docentes y alumnos cambios determinantes en el quehacer diario del aula y en el proceso de enseñanza-aprendizaje de los mismos”.

Por otro lado, para Raudales (2014), la era de las nuevas TIC influyen en los individuos de diferente manera, de tal modo que es inevitable el uso de las mismas para el desarrollo de actividades científicas, investigación e innovación en las diferentes áreas del saber. Las tecnologías y el desarrollo se deben a la innovación relacionada estrictamente a las TIC en el ámbito de planificación y formación educativa, principalmente se plasma en la sociedad del conocimiento y a manera de evolución, qué producto de la tecnología va abarcando diferentes áreas, permitiendo innovación y estimulación de nuevos conocimientos en la educación, describiendo la importancia que las TIC en los agentes educativos.

Raudales menciona, que la adopción de las TIC en la sociedad y específicamente en el ámbito de la educación ha ido adquiriendo una creciente importancia y ha evolucionado a lo largo de estos últimos años. Las TIC ayudan al desarrollo y competencias en el manejo de la información, son herramientas que sirven en el proceso de enseñanza tanto para el alumno como para los maestros, aportando algo significativo y beneficioso en la educación.

Para Castro (2015), las TIC benefician de manera significativa a los estudiantes, pues brindan variedad de adaptaciones requeridas en el currículum académico y el desarrollo integral docente, quienes entregan a la sociedad ciudadanos capaces y eficientes. Las TIC se han convertido en una poderosa herramienta para el proceso de enseñanza aprendizaje, siendo un

medio muy utilizado tanto en todos los ámbitos educativos; ello demuestra principalmente que la utilización de las técnicas de comunicación abre la posibilidad de aumentar el nivel de participación, la comunicación y la socialización del conocimiento con el afán de lograr aprendizajes significativos por medio del uso de recursos tecnológicos.

En la actualidad, el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación han permitido acelerar la innovación y el cambio de la sociedad, ya que también son utilizadas para interactuar y facilitar la colaboración de las familias, el mundo laboral y las instituciones educativas. La importancia de las TIC se resume como herramientas que han permitido desarrollar el proceso de enseñanza aprendizaje en la educación básica regular, facilitando en los estudiantes la adquisición del conocimiento en forma más inmediata y amplia. “En la actualidad, el uso de las tecnologías de la información en los centros educativos es fundamental para el desarrollo del aprendizaje” (Jaramillo, Castañeda, & Pimienta, 2009).

## **2. Importancia de una papelería**

Para Anrrango (2015), una papelería permite a la población encontrar en su entorno todo lo relacionado con material de escritorio, oficina y útiles escolares, ayudando de manera positiva a desarrollar actividades escolares y de trabajo. Comúnmente una papelería se caracteriza por tener demanda durante todo el año y estar ubicadas en zonas habitadas por estudiantes, donde los mismos acuden para conseguir material de apoyo para elaborar sus tareas.

## **3. Función de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en la Educación.**

Para Gómez (2017), es de mucha importancia entender el funcionamiento de las Tecnologías de la Información y la Comunicación como herramientas utilizadas para mejorar la enseñanza y el aprendizaje. Cabe mencionar que se debe contar con el recurso humano que disponga de las habilidades necesarias para la utilización de dichas herramientas, apropiándose de plataformas que transfieran el conocimiento adecuado, ya que estas permiten el desarrollo

de la educación por medio de la Web o espacios virtuales que admiten la comunicación entre alumno y maestro.

En línea con lo antes mencionado, El uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, es significativo tanto en el sector educación, como en el empresarial, utilizadas para la capacitación de su recurso humano. Las TIC pueden contribuir a mejorar la educación apoyando su gestión y enriqueciendo los procesos de enseñanza; por lo tanto, es esencial conocer y comprender las funciones que pueden tener aplicadas en la educación.

De igual manera, estas tecnologías tienen su ventaja en romper barreras de espacio que influyen en las actividades de formación educativa, el Ciberespacio permite recibir el aprendizaje en espacios educativos que no tienen un lugar físico concreto, tiene lugar sin limitaciones de espacio ni de tiempo. En la actualidad, el uso de las tecnologías de la información en los centros educativos es fundamental para el desarrollo del aprendizaje, donde los alumnos pueden investigar y aplicar sus conocimientos de manera integral.

Según Marqués (2010), las principales funciones de las TIC en la educación son; i) alfabetización digital de los estudiantes, profesores y familia, ii) uso personal (profesores, alumnos) acceso a la información, comunicación, gestión y proceso de datos, iii) gestión del centro (secretaría, biblioteca, gestión de la tutoría de alumnos), iv) uso didáctico para facilitar los procesos de enseñanza y aprendizaje, v) comunicación con las familias (a través de la web del centro), vi) comunicación con el entorno y vii) relación entre profesores de diversos centros (a través de redes y comunidades virtuales) compartir recursos y experiencias, pasar informaciones, preguntas, otros.

#### **4. Integración y uso de las TIC en las Instituciones**

Según Nolasco (2012), la implementación de estrategias didáctica, haciendo uso de las tecnologías de la información y la comunicación, requiere una gran inversión de tiempo y mucha dedicación en la etapa de planificación para lograr alcanzar un mayor rendimiento

académico de los estudiantes. La integración de las Tecnologías de la Información y la comunicación han traído cambios importantes a nivel mundial, mayormente en países desarrollados, estas han influenciado en la vida de todos los seres humanos.

Fernández & Panadeiro (2009), señalan que los alcances de las TIC han sobrepasado los marcos de información y comunicación, trayendo consigo modificaciones en la estructura educativa, política, social, económica, laboral y jurídica en los países, dado que dan la posibilidad de obtener, almacenar, procesar, manipular y distribuir con mucha rapidez la información.

Para Marques (2010), las tres grandes razones para utilizar las TIC en la educación son;

- 1. Alfabetización digital de los alumnos;** todos deben de adquirir las competencias básicas en el uso de las TIC.
- 2. Productividad;** Aprovechar las ventajas que proporcionan al realizar actividades como: preparar apuntes y ejercicios, buscar información. Comunicarnos vía red social, difundir información, gestión de biblioteca.
- 3. Innovar en las prácticas docentes;** Aprovechar las nuevas posibilidades didácticas que ofrecen las TIC para lograr que los alumnos realicen mejores aprendizajes y reducir el fracaso escolar.

El potencial, uso y efecto tecnológico en las aplicaciones de la vida cotidiana, apoyado de una red física que permite el acceso de nuevos conocimientos a través del Ciberespacio, donde se comparten experiencias y se proyectan sentimientos, de ahí que la tecnología se involucre en la vida diaria para transformarla en un espacio de creación, exploración, innovación y difusión que puede ser útil en la medida que se dé buen uso.

#### **4. Beneficios y Desventajas del uso de las TIC en la Educación**

Según Rodríguez (2015), con el uso de las TIC se evidencia mayor autonomía por parte de los educandos al ampliar la oportunidad de intercambiar experiencias, aprendizajes y generar

nuevos conocimientos entre pares, lo que contribuye a mejorar la calidad de vida de los educandos y de la educación, al brindar recursos y oportunidades necesarias para lograr tener éxito en la vida según las posibilidades y preferencias personales.

Efectivamente, se obtiene que las TIC juegan un papel primordial para la adquisición de nuevos aprendizajes y fortalecimiento de los aprendizajes ya existentes de los estudiantes, dando la posibilidad de expresarse, de ser más creativo, eficaz, autónomo y de comunicarse con otros, superando barreras, metas, desafíos y, sobre todo, respetando la diversidad cultural, es decir una educación más incluyente y al alcance de todos.

Las TIC forman parte de la vida diaria y el sector educación no hace la diferencia, los estudiantes utilizan estas herramientas cada vez más. Algo importante es que las Tecnologías de la Información y la Comunicación llegaron para innovar y quedarse en este mundo globalizado. Por ello es relevante conocer los beneficios y las desventajas del uso de las TIC en la educación.

Como se cita en ventajas y desventajas del uso de tecnologías en preescolar y su utilización por moda, innovación o por sus beneficios, Cortés (2014), algunos de los beneficios que se logran con el uso de las herramientas TIC, se pueden mencionar: i) las tecnologías son nuevos materiales para aprender y desarrollar conocimientos, ii) con la integración de las diversas tecnologías, dentro del currículo, del ambiente de aprendizaje y de las rutinas de enseñanza, se logra incrementar y mejorar la práctica del pequeño de edad temprana.

iii) el uso de éstas, intensifica las habilidades cognitivas del pequeño, ya que se trabaja con la memoria visual y ayuda al desarrollo de la memoria auditiva, iv) el desarrollo psicomotor se ve beneficiado, así como el progreso y avance en las habilidades de lenguaje y comunicación, v) para los niños con necesidades especiales, el uso de la tecnología les ayuda a sus prácticas de aprendizaje, siempre y cuando se realicen las adecuaciones y adaptaciones correspondientes,

vi) son herramientas que traen consigo beneficios para el docente, ya que éstas pueden ayudar a reforzar los aprendizajes tanto en la escuela, como en casa.

Estos son algunos de los beneficios que muestran que el uso de las TIC es muy importante para el desarrollo de los estudiantes, pero cabe mencionar que su uso también tiene algunas desventajas como ser: i) da pie a diferencias sociales, debido a que no todas las instituciones ni todos los alumnos tienen acceso a las tecnologías y a su uso, ii) su utilización es limitada a cierto sector educativo y a ciertos maestros, los cuales requieren tener cierta capacitación o enseñanza en el uso de las mismas.

iii) pueden cambiar la forma de realizar actividades, y con esto reemplazar a la escuela o enseñanza tradicional y su forma de desarrollarse, iv) origen de retrasos en la habilidad y desarrollo de lenguaje, v) fomenta el ser pasivo, el no interactuar teniendo como resultados estudiantes que son aislados y que de cierta forma tienen problemas para crear relaciones con otras personas, vi) promueve el desinterés del estudiante en tener actividades al aire libre o en grupo, existe menos actividad física y por consecuencia mayores índices de enfermedades.

## **5. Medios que Hacen Falta para que los Estudiantes Tengan Acceso a las TIC**

Para Minian (2022), la educación es potenciada en gran manera por las herramientas tecnológicas, pero ellas son un factor de desigualdad social, dado que no todos los sectores de la población tienen acceso a las mismas. El acceso a la cultura e información vehiculadas por estas nuevas tecnologías requiere dos condiciones básicas: i) poseer los recursos económicos para comprarlas, ya que en la actualidad la inversión económica es elevada para una renta de nivel medio, pues requiere gastos de hardware, adquisición, actualización de software, etc. y ii) poseer el conocimiento necesario para usar el servicio ofertado por las nuevas tecnologías de modo inteligente.

## **6. Las TIC en la Educación Durante el Tiempo de Pandemia**

En la actualidad el sistema educativo a nivel mundial enfrenta grandes desafíos en cuanto a la incorporación y utilización de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, para proveer las instituciones de las herramientas y conocimientos que son tan necesarios en pleno siglo XXI, con este entorno cada vez más globalizado (Gómez & Macedo, 2010).

Para UNESCO (2020), debido a la pandemia por el COVID-19, la educación ha sufrido cambios importantes. Miles de niños abandonaron las escuelas, incrementando el índice de la pobreza y ampliando la brecha educativa. Esto ha ocasionado que la Educación sea declarada en emergencia a nivel mundial, debido principalmente al cierre masivo de actividades presenciales en las instituciones de enseñanza en todos sus niveles. Sin embargo, ante esta emergencia, la comunidad académica internacional ha explorado nuevas formas de enseñar y aprender que pretenden suavizar las dificultades generadas por el aislamiento. Para cumplir su rol y evitar que se propague el virus, imparten sus clases de manera virtual.

La UNESCO menciona que uno de los sectores más afectados por la pandemia del COVID-19 ha sido el educativo. Hay más de 1 mil millones de estudiantes afectados a nivel mundial, lo que representa más del 60% de la población estudiantil y más del 15% de la población mundial. Según, el Banco Interamericano de Desarrollo (2021), América Latina y el Caribe es una de las regiones donde hay mayor disparidad en tecnología y menor preparación en infraestructura digital, deficiencias en el aprendizaje remoto y un costo de la brecha digital.

La pandemia por el COVID-19 ha colocado a las TIC como las protagonistas del proceso de enseñanza-aprendizaje, sobre todo en la educación superior, debido a que tanto estudiantes como docentes se vieron en la necesidad de cambiar de manera súbita el aula por un ambiente de aprendizaje remoto a fin de continuar con el proceso educativo (Parrales, 2021).

Es importante mencionar que en Honduras no hay información científica que haga referencia al impacto que tuvo la Covid-19 en el sector educación, cabe recordar que a pesar de que en el país el primer caso COVID fue en marzo 2020 y que hoy en día la mayor parte de la población ha sido vacuna, la actual pandemia sigue afectando a Honduras y al resto del mundo.

### **Capítulo III: El Proyecto**

#### **3.1 Descripción del Proyecto**

Para Espinoza, Óp. Cit., p.66 (2018), en Honduras, las Tecnologías de la Información y la Comunicación más las que se basan en el uso de la internet, como ser páginas web, correo electrónico, foros, mensajería instantánea, videoconferencias, entre otros, son consideradas muy importantes para la educación, ya que ayudan a salir del subdesarrollo económico. Existe un considerable número de personas, en su mayoría estudiantes afectados por el limitado acceso a las TIC, situación que les afecta de manera negativa en sus estudios.

El autor menciona, que dicha situación ha producido un bajo rendimiento y deserción académica por parte de los alumnos. De igual manera, el bajo nivel económico para poder realizar la adquisición de este tipo de herramientas tecnológicas, lo cual puede ser el motivo de estancamiento para la formación de futuros profesionales, provocando mayores índices de pobreza y desigualdad en la sociedad.

Según Lino (2015), la mayoría de las personas como ser padres de familia, estudiantes y universitarios muestran ser un segmento de mercado que tiene la necesidad en primera instancia para adquirir materiales de escritorio y escolar, señalando que accesibilidad y calidad de una papelería es de gran importancia para poder formar parte del mercado.

Por lo antes mencionado, este proyecto consiste en la creación de un Ciber diferenciándose por medio de innovar con un área de papelería, en el casco urbano del

Municipio de Distrito Central, departamento de Francisco Morazán, que estará acondicionado con los bienes y servicios necesarios (herramientas tecnológicas: computadoras e internet, útiles escolares y papelería en general), se ofrecerá un servicio de calidad y ambiente agradable para el uso y desarrollo de los alumnos.

Se pretende tener un área para la papelería y otra para instalar la mobiliaria, herramientas, maquinaria y equipo que harán función en el Ciber, logrando cubrir una parte de la demanda insatisfecha, por medio de un servicio de calidad que satisfaga las necesidades de los clientes y usuarios, para ello se contara con el personal adecuado y capacitado.

## **3.2 Objetivos del Proyecto**

### **3.2.1 Objetivo General**

Posicionar en el mercado los bienes y servicios de un Ciber-Papelería que cubra parte de la demanda insatisfecha.

### **3.2.2 Objetivos Específicos**

1. Ofrecer un servicio de internet que sea rápido, eficiente, confiable y cercano al domicilio de los clientes y usuarios.
2. Brindar un servicio de calidad donde la atención sea amable, generando la satisfacción de los clientes.
3. Procurar instalaciones seguras y con un ambiente confortable durante la estancia de los clientes y usuarios.

## **3.3 Justificación del Estudio del Proyecto**

El presente proyecto influirá de manera eficiente e innovadora, sirviendo como fortaleza para posibilitar el uso de herramientas TIC que servirán a los estudiantes en el área investigativa y será consistente en la realidad que se vive actualmente, buscando aportar soluciones viables

a los problemas existentes en la comunidad y sus alrededores, generando nuevos conocimientos por medio de plataformas.

Para lograr la comunicación entre profesores y alumnos, beneficiando de esta manera a los estudiantes quienes harán uso de estas herramientas inherentes a sus áreas de estudio, logrando así formar profesionales competitivos, de calidad, adaptados a este mundo cada vez más globalizado, para que puedan ser parte fundamental en el desarrollo social y el crecimiento económico del país.

También el Ciber contribuirá a la generación de empleos logrando mejorar los ingresos y nivel de vida de algunas familias; en la comunidad no existe ningún negocio de este tipo, por lo cual este proyecto ayudará al desarrollo de la misma, influyendo de manera positiva en todas las familias que no cuentan con herramientas TIC en sus hogares o tienen un limitado acceso a ellas.

## **Capítulo IV: Estudio de Mercado**

### **4.1 Introducción**

El presente estudio de mercado es la primera etapa del proyecto, la cual ayudara a analizar información referente a la demanda, oferta, precios, promoción y publicidad, competencia, canales de distribución y las estrategias necesarias para entrar al mercado con un bien o servicio que sea necesario para satisfacer las necesidades de los potenciales clientes y usuarios. Para dicho estudio se tomó una muestra de la población utilizando como instrumento de medición un formulario el cual dará respuesta a las necesidades de los potenciales clientes y usuarios mediante la información recopilada durante el desarrollo del estudio, dicho cuestionario se aplicó a una muestra de 376 estudiantes. Este formulario permitirá identificar

los potenciales clientes, su ubicación, clase social, nivel educativo, nivel de ingreso, así como los gustos y preferencia de los mismos.

Con la encuesta se pretende conocer y cuantificar la demanda y oferta del mercado para el proyecto, la participación del mismo en la existencia de una necesidad insatisfecha, determinar la cantidad de producto y servicio de participación en el mercado del nuevo Ciber, conocer tácticas de promoción y la publicidad, llevar a cabo estrategias competitivas para la venta del servicio y determinar el precio. De igual forma, se analiza la competencia existente, lo cual ayudará a llevar a cabo un análisis para poder ofrecer un bien y servicio de calidad a un precio adecuado, logrando entrar al mercado y aumentar las ventas, satisfaciendo las necesidades de los potenciales clientes y usuarios.

## **4.2 Objetivos**

### **4.2.1 Objetivo General**

Determinar la oferta y demanda insatisfecha, participación de la iniciativa en el mercado, canales de comunicación, promoción y publicidad, estrategia competitiva y precio del producto.

### **4.2.2 Objetivos Específicos**

1. Definir las necesidades de los posibles clientes y usuarios con base en las características de la oferta existente.
2. Conocer cuáles son los canales para que el bien y servicio llegue a los clientes y usuarios.
3. Definir qué tipo de publicidad o promoción se utilizará para el Ciber.
4. Formular estrategias competitivas para la venta de nuestro bien y servicio.
5. Determinar el precio de los bienes y servicios del Ciber.

### **4.3 Investigación de Campo**

Según Torres (2020), la poca cobertura de la internet afecta a más del 60% de los alumnos y mucho más aquellos que no cuentan con herramientas tecnológicas, caso que ha sido preocupante desde antes de la pandemia, siendo Honduras uno de los países más bajos en cobertura de conexión, la encuesta permanente de hogares de usos múltiples del año 2018 hace mención que de cada 100 estudiantes solo 16 cuentan con un ordenador.

Según la Secretaría de Educación (2017), los 18 departamentos de Honduras enfrentan desafíos como baja cobertura educativa, materiales, y pocas herramientas para la tecnología educativa. La situación actual de los estudiantes de Tegucigalpa, al ser una de las ciudades más importantes de Honduras, con un fuerte crecimiento estudiantil; permite que sea una ubicación idónea para crear un Ciber, además de ello, se contribuye a la generación de empleos directos e indirectos y al Producto Interno Bruto del País.

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

Relativo a los beneficios de mercado que procura la localidad donde se pretende establecer el proyecto, se observa que: los bienes y servicios que actualmente se brindan a la comunidad, son percibidos como una necesidad para los potenciales clientes y usuarios, dado que no encuentran la satisfacción apropiada y la oferta de los mismos es escasa.

Se puede decir que las condiciones actuales, particularmente en este mercado, brindan la posibilidad de la creación de un Ciber, debido a que se cuenta con demanda insatisfecha, poco desempeño de servicio y altos costos. La comunidad no cuenta con ningún Ciber. Lo cual ofrece muchas oportunidades en el mercado, es importante mencionar que la localidad cuenta con la cercanía de instituciones educativas (tres escuelas y dos colegios).

#### **4.3.2 Pregunta**

¿Hay un mercado potencial para demandar los bienes y servicios que ofrece un Ciber?

### **4.3.3 Hipótesis**

HI: El mercado cuenta con el potencial suficiente para demandar los bienes y servicios de un Ciber.

Ho: El mercado no cuenta con el potencial suficiente para demandar los bienes y servicios de un Ciber.

### **4.3.4 Definición de la Necesidad de Información**

#### **Fuente Primaria**

Para la presente investigación, busca entender el problema, por lo cual se realizó una entrevista a potenciales clientes. Con el objetivo de identificar, realmente, las características que permitirán ejecutar un mejor ajuste entre el servicio y sus necesidades.

Los problemas que han afectado mayormente a los estudiantes para tener un mejor acceso a la educación son: i) limitada conexión a internet, ii) falta de herramientas (computadora, Tablet, celular), iii) alto precio de dispositivos celular y iv) brecha de desigualdad tecnológica.

De igual manera se utiliza la información proporcionada por los estudiantes de instituciones en la comunidad, objeto de estudio y sus alrededores. Los datos se recaudarán mediante una encuesta que contiene 19 preguntas, con el fin de realizar una segmentación, conocer la aceptación e interés del bien y servicio e identificar la demanda insatisfecha, la competencia y los precios.

#### **Fuentes Secundaria**

Se recopiló información para fortalecer los datos obtenidos en las fuentes primarias de las fuentes siguientes:

1. Libros
2. Tesis de Grado

3. Artículos de Revista
4. Informes
5. Documentos de sitios web
6. Sitios Web
7. Medios Electrónicos

#### ***Fuente Terciaria***

1. Bibliografías

#### ***4.3.5 Diseño de la Recopilación de la Información.***

Para la recolección de datos y con el fin de dar respuesta a las interrogantes que se plantearon en la investigación, el análisis de la hipótesis y lograr los objetivos propuestos, se utilizó como instrumento de medición una encuesta tipo cuestionario; la cual dará respuesta a las necesidades de información durante el desarrollo del estudio, dicho cuestionario se aplica a una cantidad de personas en su mayoría estudiantes, esto con el objetivo de conocer el nivel de aceptación de un Ciber en la comunidad.

Este cuestionario está compuesto por diecinueve preguntas, entre ellas una pregunta filtro, preguntas estructuradas y preguntas no estructuradas, estas son aplicadas de manera virtual por medio de la plataforma Google Forms y de manera directa (física) en formato impreso a cierta cantidad de estudiantes. Se llevó a cabo una prueba piloto de 10 encuestas, el tiempo promedio en ser llenada fue de 3 minutos.

#### ***4.3.6 Estudio Muestral y su Metodología***

La población objetivo de la investigación se tomó de manera aleatoria y a criterio del investigador, la misma está conformada por los estudiantes que necesiten tener un acceso a las tecnologías de la información y la comunicación durante su año escolar. Para determinar la muestra se toma en cuenta una población de 18,802 estudiantes matriculados en 20 centros educativos de primaria y secundaria, instituciones del Distrito Central, que son aledañas al

proyecto y de las cuales sus estudiantes habitan en la comunidad objeto de estudio, los mismos oscilan en un rango de edad de 6 a 30 años, se toma en cuenta este dato dado que, es la edad que tienen comúnmente los alumnos de primer grado hasta último de carrera, en las tres jornadas impartidas en los centros educativos, (Secretaría de Educación, 2022).

Según Morillas (2010), las investigaciones cuya variable es de tipo cuantitativo, la cual se reporta por la población objeto de estudio, si esta es menor a 100,000, se toma en cuenta la fórmula para una población finita, un nivel de confianza del 95% ( $Z_{1-\alpha}=1.96$ ), un error estándar del 5% y una probabilidad de 50% obteniendo los siguientes resultados:

$$n = \frac{NZ_{1-\alpha}^2pq}{d^2 (N - 1) + Z_{1-\alpha}^2pq}$$

Donde:

Población:  $N = 18,802$

Valor Z de la distribución normal:  $Z(1-\alpha) = 1.96$

Nivel de confianza:  $1-\alpha = 0.95$

Error alfa:  $\alpha = 0.05$

Precisión:  $d = 0.05$

Probabilidad de ocurrencia o variabilidad positiva:  $p = 0.50$

Probabilidad de no ocurrencia o variabilidad negativa:  $q = 0.50$

Tamaño de la muestra:  $n = ?$

A partir de la ecuación el tamaño de la muestra representativa de la población objeto de investigación, se calcula de la siguiente manera:

$$n = \frac{18802(1.96)^2(0.5)(0.5)}{0.05^2 (18802-1)+18802^2(0.5)(0.5)} = 376$$

Considerando una probabilidad de ocurrencia o variabilidad positiva del 50%, un nivel de confianza de 95% y un margen de error del 5%, se determina que el tamaño de la muestra es 376 encuestas.

#### 4.3.7 *Análisis de los Datos Recopilado*

La recopilación de datos se realizó mediante la aplicación del formulario, de la misma manera se obtuvo información por medio de entrevistas y revisión bibliográfica. Cabe mencionar que se realizó una prueba piloto, la cual sirvió como insumo, para realizar ajustes de mejora al cuestionario final, el cual consta de 19 preguntas, esto para tener una mayor eficiencia en la calidad de la información obtenida (Véase anexo 1). El procesamiento de los datos se realiza a través del programa Microsoft Excel e IBM SPSS Statistics los cuales permitieron llevar a cabo la tabulación, cruce de variables y gráficos para el análisis correspondiente.

#### 4.3.8 *Resultados de la Investigación*

Mediante la aplicación del formulario a los estudiantes del Municipio Distrito Central, se obtuvieron los siguientes resultados, en relación con las variables analizadas: El 55% de los encuestados son mujeres y el 45% restante son hombres, de los cuales un 58% están cursando la secundaria, el 19% la primaria, un 21% son universitarios o pasante universitario (véase anexo 2). El 10% de los encuestados no asistiría a un Ciber en su comunidad por qué cuentan con internet en casa y consideran que no les es necesario ser clientes del negocio, pero el 90 % restante está dispuesto a visitar un Ciber.

**Figura 1**

*Potencial demanda de la comunidad*

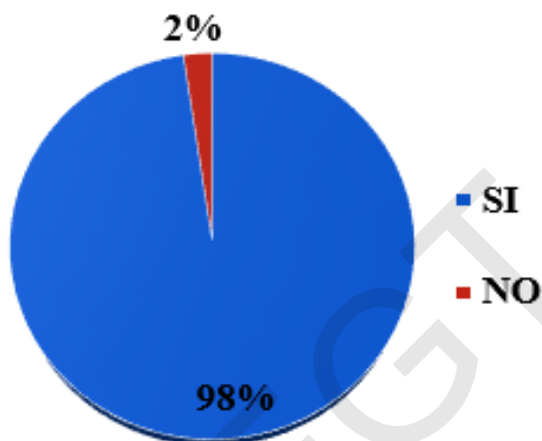


**Fuente:** elaboración propia con datos de la encuesta (2022)

Las necesidades más importantes que los estudiantes consideran que un Ciber debe cubrir son en primer lugar; internet de alta velocidad, seguido por buena atención al cliente, tener variedad de producto, contar con computadoras que cuenten con un antivirus vigente y software reciente. El nivel de aceptación para poder instalar un ciber en la comunidad es del 98% ya que, estos coinciden en que les gustaría que hubiera un Ciber en su comunidad, independientemente de ser utilizado por ellos o por otro habitante de la misma, pero el 2% restante no lo ve necesario dado que ellos cuentan con los servicios e insumos que ofrece dicho proyecto.

**Figura 2**

*Aceptación de un Ciber de la comunidad*

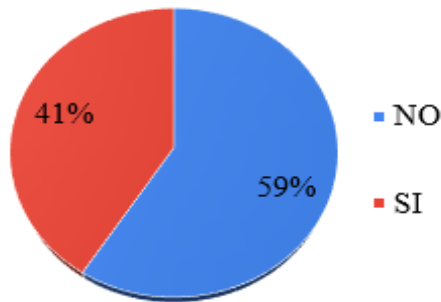


**Fuente:** elaboración propia con datos de la encuesta (2022)

Lo que motiva a los potenciales clientes a demandar los bienes y servicios de un Ciber son la calidad (38.8%), el precio (28.4%), la cercanía del local (20.6%) y el buen ambiente del local (9.6%), el restante 2.6% no sabe o no contestó (véase anexo 6). El 41% de los encuestados han asistido o actualmente asisten a un Ciber, el 59% restante no asiste porque no conoce o no cuenta con ninguno cerca.

**Figura 3**

*Asistencia a un Ciber*

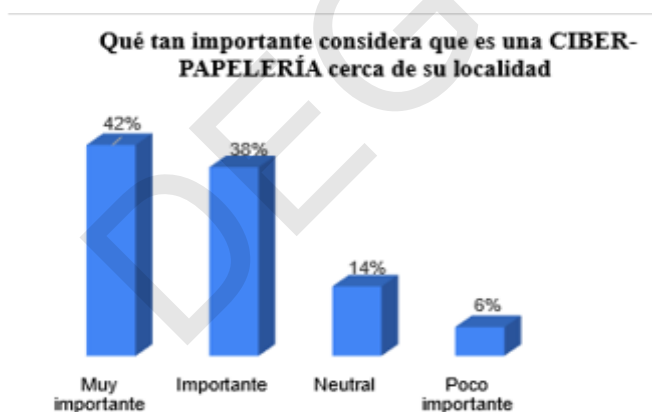


**Fuente:** elaboración propia con datos de la encuesta (2022)

Las papelerías más frecuentes que visitan nuestros potenciales clientes son Útiles de Honduras, Pacasa y Larach & Cía (véase anexo 5). El 42% consideran que es muy importante que se cree un Ciber en su localidad, el 38% consideran que es importante, un 14% lo considera neutro y el 6% lo considera poco importante dado que cuentan con los bienes y servicios ofrecidos por el negocio.

**Figura 4**

*Importancia de un Ciber en la comunidad*



**Fuente:** elaboración propia con datos de la encuesta (2022)

De los 376 encuestados, 158 (42%) consideran que es muy importante contar con un Ciber en su comunidad y el 39% de ellos están dispuestos a asistir, por otro lado, 143 (38%) considera que es importante, de los cuales 35% asistirían, 14% lo considera neutral de los cuales 11%

están dispuestos a acudir y 5% de las personas lo consideran poco importante, pero 4% de ellos visitarían el Ciber.

**Tabla 1**

*Cruce de variables: Importancia y asistencia a un Ciber*

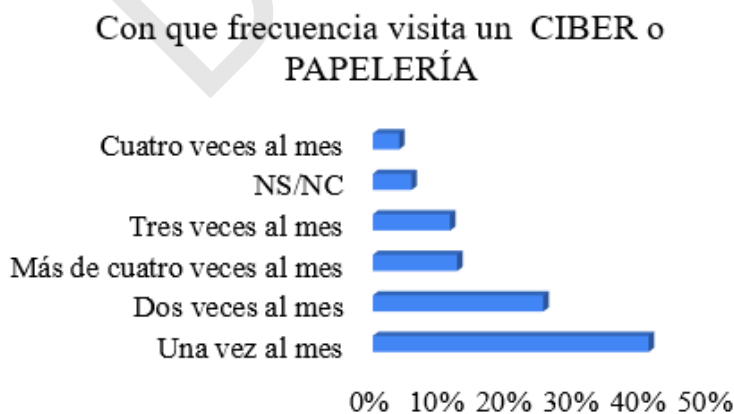
		9. ¿Usted asistiría a un Ciber de su comunidad?		
		NO	SI	Total
		Recuento	Recuento	Recuento
13. Qué tan importante considera que es una Ciber cerca de su localidad	Importante	3%	35%	38%
	Muy importante	3%	39%	42%
	Neutral	3%	11%	14%
	NS/NC	0%	1%	1%
	Poco importante	1%	4%	5%

**Fuente:** elaboración propia con datos de la encuesta

La frecuencia con la que los potenciales clientes y usuarios visitan un Ciber o una papelería es un 41% una vez al mes, el 25% dos veces al mes, un 11% tres veces al mes, 4% lo visitan cuatro veces al mes y el 13% asisten a un Ciber o a una papelería más de cuatro veces al mes, el 6% restante no sabe o no contesto.

**Figura 5**

*Frecuencia con la que se visita un Ciber o una PAPELERÍA*



**Fuente:** elaboración propia con datos de la encuesta (2022)

Al analizar los gustos y preferencias de los potenciales clientes por medio de entrevistas y sobre todo el formulario como herramienta primordial. Las ventajas de construir un Ciber en el Municipio de Distrito Central son las siguientes:

1. Acceso a las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC)
2. Cercanía del local para adquirir papelería y útiles
3. Contar con variedad de producto
4. Contar con un lugar para realizar impresiones
5. Precios accesibles

#### **4.4 Determinación y Cuantificación de la Demanda del Mercado en el Proyecto.**

##### **4.4.1 Determinación de la Demanda**

Un Ciber dispone de computadoras para poder navegar por Internet, sacar copias e impresiones en un ambiente agradable. Una papelería es el establecimiento comercial donde se venden artículos relativos al papel, así como todo tipo de complementos de oficina u útiles escolares. En este punto del análisis de mercado, para determinar la demanda se realizó una encuesta que consta de 19 preguntas (véase anexo 1) con el fin de cuantificar la demanda realizando un diagnóstico de las necesidades del bien y servicio. La población objetivo de la investigación son los estudiantes, para lo cual se tomó una muestra de 376 estudiantes

##### **4.4.2 Cuantificación de la Demanda (unidades)**

La metodología que se aplicó para la cuantificación de la demanda regional del mercado; fue considerar el porcentaje de participación obtenido en los resultados de la investigación de campo, de las unidades demandadas actualmente. Donde tomando en cuenta la limitación geográfica para llevar a cabo el estudio y de acuerdo con la pregunta que se aplicó para conocer el interés de la muestra seleccionada (personas que están dispuestos a demandar los servicios y

bienes del negocio), existe un mercado potencial del 90%. La demanda total de mercado se cuantifica haciendo uso de la población objeto de estudio multiplicado por el porcentaje de participación que tendrán los potenciales clientes y usuarios.

Para la proyección de la demanda en unidades, el método utilizado fue la tasa de crecimiento estudiantil anual de 0.6%, tomada de la Encuesta Permanente de Hogares de Propósitos Múltiples número LXXIII y LXXIV, crecimiento del año 2022 en comparación con 2021 (Instituto Nacional de Estadística , 2022) Este método de proyección fue utilizado porque permite observar y estudiar los efectos de las variaciones en la cantidad de estudiantes matriculados en cada año y de la misma manera refleja el volumen y la estructura por edad, permitiendo detectar y evaluar las oportunidades del negocio. A continuación, observamos la proyección de la demanda del producto en unidades para un periodo de 5 años.

**Tabla 1**

*Demanda Total del Mercado*

Años	<b>DEMANDA TOTAL DEL MERCADO (horas)</b>
1	626,107
2	629,863
3	633,642
4	637,444
5	641,269

**Fuente:** elaboración propia con datos de la encuesta (2022)

#### **4.5 Determinación y Cuantificación de la Oferta Global de Mercado en el Proyecto.**

El comportamiento de la oferta se plasma con información de fuente primaria, como observación directa a los potenciales clientes y usuarios por medio de la encuesta, manteniendo la delimitación concentrada en instituciones educativas de la colonia Iberia y sus alrededores, sitio en el que se ubicará el negocio. La oferta de los Ciber ha sido muy mínima, dado que no

se cuenta con ninguno en la comunidad, ni cercano a la misma, en cuanto al servicio de impresiones y fotocopias los dos locales existentes tienen un alto costo y un horario poco accesible.

En cuanto a papelerías, sus productos son ofrecidos en los mercados, pulperías, utilerías, papelerías. Este tipo de producto tiene una oferta alta, pero cabe mencionar que de igual manera es muy demandado, por lo cual siempre se cuenta con una oferta limitada, dejando parte del mercado insatisfecho. Para cuantificar la oferta global se estiman las cantidades que los principales productores están dispuestos a ofrecer, o el tamaño de participación que los mismos tienen según la investigación realizada de las unidades que se han ofrecido en el transcurso de los años.

Para la proyección de la oferta en unidades, el método utilizado fue la tasa de crecimiento estudiantil de 0.6%, tomada del Instituto Nacional de Estadística (INE), Este método de proyección fue utilizado porque permite observar y estudiar los efectos de las variaciones en la cantidad de estudiantes matriculados en cada año y de la misma manera refleja el volumen, permitiendo detectar y evaluar las oportunidades de oferta del negocio.

**Tabla 2**

*Oferta Total del Mercado*

Años	<b>OFERTA TOTAL DEL MERCADO (horas)</b>
1	256,704
2	258,244
3	259,793
4	261,352
5	262,920

**Fuente:** elaboración propia con datos de la encuesta (2022)

#### 4.6 Participación del Proyecto en el Mercado

La potencial participación del Ciber en el mercado se muestra en el siguiente cuadro, en el cual también se consideraron distintos aspectos como recursos financieros y tecnológicos, tratando de cubrir parte de un mercado insatisfecho.

**Tabla 3**

Comportamiento de Mercado y Participación del Ciber en el Mercado Meta

Años	GLOBAL		MERCADO INSATISFECHO		PARTICIPACIÓN DEL PROYECTO EN EL MERCADO			
	Demanda total del mercado (horas)	Oferta total del mercado (horas)	% De cobertura de mercado global	En unidades	En %	Horas	% De participación del Mercado insatisfecho	% De participación en la demanda total
1	626,107	256,704	41%	369,403	59%	19,771	5%	0.000009%
2	629,863	258,244	41%	371,619	59%	19,890	5%	0.000008%
3	633,642	259,793	41%	373,849	59%	20,009	5%	0.000008%
4	637,444	261,352	41%	376,092	59%	20,129	5%	0.000008%
5	641,269	262,920	41%	378,349	59%	20,250	5%	0.000008%

**Fuente:** Elaboración propia, con datos de la encuesta (2022)

## **4.7 Competencia Existente en el Mercado**

### **4.7.1 Principales Competidores**

Las empresas, negocios e instituciones que ofrecen el mismo bien y servicio que prestara el CIBER–PAPELERÍA, S. de R.L. son:

Ciber Jessenia y Cyber Café San Antonio: son los más cercanos a la comunidad, pero cabe mencionar que ambos quedan a más de 30 minutos.

Útiles de Honduras: empresa hondureña, que abrió la primera tienda en un pequeño local ubicado entre quinta y sexta avenida del barrio El Benque en 1977. Reconocida como líder, la cual cuenta con 24 tiendas de autoservicio en las ciudades de Tegucigalpa y San Pedro Sula, mayormente ubicadas en centros comerciales, tienen dos centros de distribución las cuales surten a sus clientes mayoristas. Son importador y distribuidor mayorista y detallista de una amplia variedad de productos escolares, oficina, tecnología, librería, papelería y arte. Sus precios son competitivos contribuyendo al desarrollo económico y social del país (Útiles de Honduras, 2022).

PACASA: Papelera Calpules, S.A. de C.V. fundada en 1986, empresa hondureña, reconocida que tiene 22 tiendas de autoservicio en las ciudades de San Pedro Sula y Tegucigalpa (10), se encarga a la comercialización de papelería, útiles escolares, oficina y tecnología, comprometidos con la excelencia en ventas e inclusión de sus productos, mejorando continuamente la eficacia en procesos, calidad de servicio y sistema de gestión. Cuenta con su Planta de Conversión, a través de la cual industrializa su propia producción de papel, así como importantes volúmenes de papeles y cartones importados, en la fabricación de su amplia gama de cuadernos, papelería escolar y para la oficina, así como papeles cortados para la industria y el comercio en general. (PACASA, 2022).

Larach & Cía.: Nace como sucursal en Tegucigalpa el año 1948, actualmente cuenta con 5 sucursales, considerándose esta institución la solución perfecta para

encontrar en un 2x3 herramientas, materiales de construcción, pinturas, jardinería, papelería, tecnología y artículos para el hogar, entre otros, se propone liderar en cada negocio que emprendan mejorando la calidad de vida de sus colaboradores y de la sociedad (Larach y Cia, 2022).

Libros y revistas Reyes: actualmente conocida como librería Reyes, ofrece libros, revistas, útiles escolares, papelería, láminas. Está ubicada en la 4ta Avenida entre 1ra y 2da calle, Frente al anexo del Instituto Hibueras y frente a la guatemalteca. Tegucigalpa, Francisco Morazán (Libros y revistas Reyes, 2022).

Impresos Cerrato Imprenta Tegucigalpa: empresa dedicada a la edición de libros, revista, papelería en general, como ser: talonarios de facturas, recibos, folletos, hojas, volantes, stickers, empastados, etc. Se encuentra ubicado en Col. Kennedy 2da Entrada Una Cuadra al Norte del Banco Atlántida, frente a Banasupro Kennedy Tegucigalpa, Francisco Morazán (IMPRESOS CERRATO, 2022).

Los principales líderes o los que cuentan con una mayor participación en el mercado de las papelerías, son; Útiles de Honduras quien se posiciona con una participación del 58%, seguido por PACASA con 30%, Larach & Cía., Impreso Cerrato y Libros y revista Reyes tienen una participación del 3 % respectivamente.

Cabe mencionar, que el 3% restante de la participación en el mercado se compone por otro tipo de competencia como ser supermercados, librerías, pulperías, mercados temporales, etc. En cuanto a Cibers solamente se logró entrevistar a los dos locales más cercanos que no tienen participación en el mercado meta.

**Tabla 4**

*Participación*

<b>Empresa (papelería)</b>	<b>Participación</b>
Útiles de Honduras	58%
Pacasa	30%
Larach & Cía.	3%
Impreso Cerrato	3%
Libros y revistas Reyes	3%
Otros	3%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* elaboración propia, con datos de la encuesta (2022)

**4.7.2 Características Importantes (fortalezas)**

- Calidad del producto
- Se localizan en los centros comerciales (cuentan con afluencia de clientes)
- Son instituciones con antigüedad y fuerza en el mercado
- Cuentan con un amplio mercado
- Variedad de producto
- Cumplen con los horarios establecidos
- Cuenta con seguridad

**4.7.3 Identificación de Posibles Debilidades**

- La mayor demanda es solo por temporada
- Lejanía del local
- No contar con más servicios (solo papelería y útiles)
- Costo extra de transporte por una compra

#### 4.7.4 Precios

A continuación, se detallan los precios de algunos de los productos más demandados por los estudiantes en las empresas competidoras:

**Tabla 5**

*Precios Competencia*

<b>PAPELERÍAS</b>	<b>PACASA (L)</b>	<b>ÚTILES DE HONDURAS (L)</b>
Fólderes unidad	5	6
Crayola/yumbo	71	85
Lápices	16	15
Caja de Colores	18	35
Cuaderno una materia	30	32
Agenda	270	235
Papel Bond	222	220
Caja de marcadores	68	85
Borrador	3	3
Cartulinas	11	11
Papel construcción	57	43
Corrector pequeño	12	10
Foami	36	40
Pegamento blanco	22	21

**Fuente:** elaboración propia con datos de la página de la empresa (2022)

#### 4.7.5 Proveedores de la Competencia

Los principales proveedores de la competencia, los cuales están ubicados a nivel nacional y proveen a la competencia en Distrito Central según bien o servicio prestado son los siguientes:

**Tabla 6**

*Proveedores de la Competencia*

<b>Bien o Servicio</b>	<b>Proveedores</b>
Internet	Cable color Tigo Claro
Herramientas (computadoras)	ACCESORIOS PARA COMPUTADORAS Y OFICINAS, S.A. DE C.V. (ACOSA) DERCHIE Officedepot
Papelería y útiles	PAPELERÍA CALPULES, S. A. DE C. V. (PACASA) Distribuidora de productos de oficina y aseo (DISPROA)

*Fuente:* elaboración propia (2022)

**4.7.6 Estrategias Competitivas**

Las estrategias más utilizadas por las empresas dedicadas a la venta de papelería y útiles escolares están relacionadas con los mecanismos de promoción, esto por medio de cupones de descuento y la impresión de lista de útiles escolares que son distribuidas a algunos de los distintos centros educativos, logrando así de una manera indirecta el impulso de productos que ofrecen los mismos. Este tipo de estrategia son las más utilizadas por los principales distribuidores mayoristas como ser Útiles de Honduras, Pacasa y la Larach & Cía.

Cabe mencionar, que por medio de las listas ellos sugieren su producto de manera indirecta, pero la misma no implica una obligación directa de la demanda de sus productos, ya que se sugiere la marcas y el lugar, pero son las personas que realizan la compra quienes deciden el lugar más conveniente para adquirir el distinto producto sugerido en dicha lista. De esta forma se ve a priori que estas estrategias; mediante elaboración de listas y cupones de descuento, no se convierten en una barrera a la entrada del mercado, pues no es obligatorio el uso para el cumplimiento de las mismas.

## **4.8 Promoción y Publicidad.**

El Ciber ofrecerá todo tipo de papelería y útiles, accesibilidad de internet y computadoras en un ambiente cómodo y seguro donde sus clientes disfrutaran atención personalizada. La estrategia que se utilizara como factor primordial es servicio al cliente de calidad, logrando satisfacer y sobresalir en el mercado, es muy importante lograr desde la primera instancia una impresión positiva y personalizada como reservación de equipo, promociones, asesorías al momento de realizar sus trabajos e investigaciones, servicios de calidad, disponibilidad de horarios, servicios colaterales (impresiones, fotocopias, memorias, recargas, etc.)

### **4.8.1 Estrategia de Publicidad y Promoción**

Para dar a conocer los bienes y servicios que serán ofrecidos por el Ciber, se utilizarán herramientas como las redes sociales y volantes que serán implementados de la siguiente manera:

1. Un mes antes de abrir el local se crearán volantes digitales que informen los servicios y productos que se ofrecerán, más la fecha de apertura del mismo. Los mencionados anterior mente se compartirán por redes sociales.
2. Una semana antes de la apertura se repartirán volantes físicos a las instituciones (escuelas y colegios) cercanos.
3. Se pondrá un cartel en el local creando una imagen corporativa que motive a los clientes a demandar los bienes y servicios.
4. Crear un nombre, logo y un eslogan a la empresa que motive a sus clientes a visitar el local.
5. Un año después de la puesta en marcha del negocio se realizarán campañas conceptuales para ofrecer distintas promociones.

**Tabla 7**

*Proyección de Inversión Anual Promoción y Publicidad*

<b>Inversión anual de la publicidad y promoción</b>					
<b>Promoción y Publicidad</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Volantes físicos	L500	L550	L562	L596	L631
Cartel	L1,000	L1,100	L1,200	L1,300	L1,400
Creación de nombre, logo y eslogan	L500				
Mano de obra	L3,000	L3,300	L3,330	L3,333	L3,333
Campañas conceptuales		L550	L958	L1,426	L1,957
<b>Total</b>	<b>L5,000</b>	<b>L5,500</b>	<b>L6,050</b>	<b>L6,655</b>	<b>L7,321</b>

*Fuente:* elaboración propia (2022)

La inversión en crear el nombre, el logo y el eslogan solamente se costearán el primer año, los volantes se repartirán al inicio de cada año escolar; esto con el objetivo de hacer publicidad a todos los estudiantes nuevos que no conocen el negocio, de igual manera se colocara un cartel distinto con las promociones que se estarán ofreciendo, se agregaran las campañas conceptuales estas con el propósito de promocionar el bien y servicio, pero de igual manera se tomara un tema que motive al cuidado del medio ambiente. Aportando de manera positiva a los ingresos del negocio.

#### **4.9 Canales de Distribución y/o Comercialización**

El canal de distribución será directo (la empresa hace llegar el bien y servicio al cliente final, sin necesidad de ningún intermediario), la mayor fuerza de distribución serán las ventas, el personal será el encargado de repartir volantes con la dirección y ofertas de la empresa, publicidad mediante las redes sociales, la creación de una página web, el local físico y contar con la publicidad boca a boca, dado que según la encuesta que se realizó, estos son los medios más deseados para nuestros potenciales clientes.

#### **4.10 Análisis y Cálculo del Precio**

##### ***4.10.1 Tipo de precios***

El tipo de precio se obtiene mediante la estrategia en relación con la competencia, esto estableciendo un valor con paridad de la competencia, donde la diferencia es nula o casi indiferente, intentando posicionarse al nivel de la competencia y facilitando el acceso a los bienes y servicios a los clientes sin que ellos deban invertir en transporte. Otra forma es tomando factores como costos fijos y variables en los que se incurrirá, más un porcentaje de ganancia.

#### **4.10.2 Determinación del Precio más Adecuado**

El precio será determinado teniendo en cuenta factores como ser los costos totales (costos fijos y variables) que se incurrirán, un porcentaje de ganancia esperado, de igual manera mediante la indagación de los precios estándar de la competencia el cual es el punto de partida que tomaron en cuenta los potenciales clientes al ser entrevistados y encuestados, definiendo que están dispuestos a pagar los mismos precios que tiene la competencia para adquirir el bien y servicio ofrecido por la empresa.

#### **4.10.3 Análisis de los Precios de la Competencia**

La principal competencia de la empresa está formada por las papelerías y los Ciber que prestan el mismo bien y servicio, cuyas características son de libre mercado o competencia perfecta, por lo que ninguno de ellos influye en el precio de los bienes y servicios. Los precios de la competencia más fuerte difieren por un porcentaje mínimo, pero estos son muy significativos para la estrategia de precios, ya que perfectamente se puede ingresar con precios competitivos, a continuación, se muestran los precios establecidos para los bienes y servicios.

**Tabla 8**

*Precio de Venta*

<b>Productos</b>	<b>Precio</b>
Alquiler de computadora	28
Impresiones	13
Copias	10
Fólderes	242
Crayola/yumbo	34
Bolígrafo	4
Lápices	14
Colores	53
Cuadernos	23
Agenda	214

Papel Bond	235
Marcadores	32
Borrador	4
Cartulinas	7
Papel construcción	55
Corrector de lápiz 8ml	11
Foami	4
Pegamento blanco	35

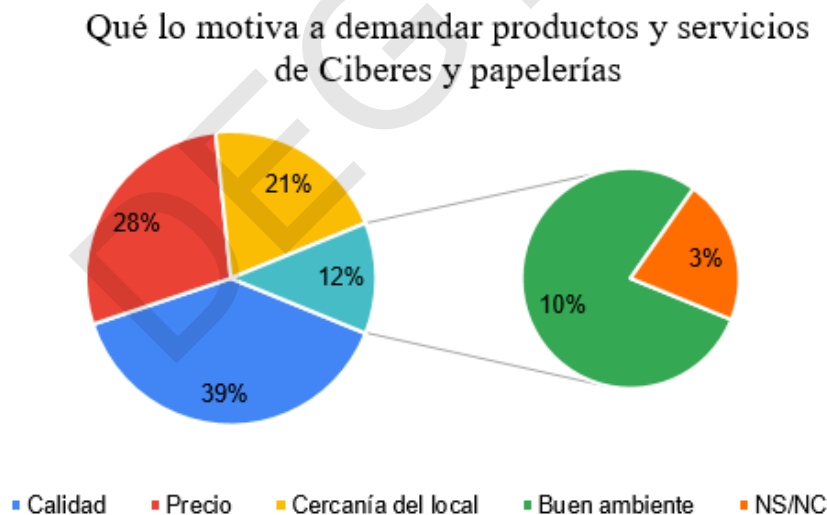
**Fuente:** elaboración propia (2022)

#### 4.10.4 Sensibilidad de los Consumidores Respecto a las Variaciones de los Precios

Según los resultados de la encuesta, el factor que más motiva a los consumidores a demandar los bienes y servicios es la calidad de los mismos (39%), pero un 28% de los consumidores son sensibles con respecto a la variación de precios, dado que es el factor que influye en ellos al momento de demandar el bien o servicio que ofrece el negocio.

**Figura 6**

*Sensibilidad con respecto al factor precio*



**Fuente:** elaboración propia con datos de la encuesta (2022)

#### 4.10.5 Base para la Determinación del Precio

A continuación, se presenta la base para determinar el precio por medio del costo total del producto más un porcentaje de utilidad del 25%, definido por el estado de resultado, controlado, basándose en el segmento de mercado.

**Tabla 9**

*Costo unitario de venta del Ciber (servicio)*

Descripción	Alquiler de computadora	Impresión	Copias
Rendimiento esperado	25%	25%	30%
Costo Totales de unidades	806613	806613	806613
Unidades/ Hrs. Vendidas	19347	18426	18426
Costo unitario	21	10	7

**Fuente:** elaboración propia (2022)

El costo total es la suma del costo variable y el costo fijo, una ganancia del 25% para alquiler de computadora e impresión y 30% para copias. Con base al método de margen de contribución se obtienen los diferentes precios unitarios, L. 28 por una hora de alquiler de equipo, L. 13 por impresión y un precio de L. 10 por copia y distintos precios para el área de papelería tomando en cuenta el costo de producto para la venta más un margen de utilidad o ganancia del 30%, para cada uno de los bienes, lo cual se distribuye de la siguiente manera:

**Tabla 10**

*Precio Unitario de Venta del Ciber*

<b>Descripción</b>	<b>Precio</b>
Alquiler de computadora	28
Impresiones	13
Copias	10
Fólderes	242
Crayola/yumbo	34
Bolígrafo	4
Lápices	14
Colores	53
Cuadernos	23
Agenda	214
Papel Bond	235
Marcadores	32
Borrador	4
Cartulinas	7
Papel construcción	55
Corrector de lápiz 8ml	11
Foami	4
Pegamento blanco	35

**Fuente:** elaboración propia (2022)

**4.10.6 Proyecciones del Precio Unitario del Producto**

A continuación, se hace una proyección del precio unitario de los bienes y servicios para los próximos cuatro años, nuestro precio actual se tomó por medio del costo total del producto más un porcentaje de utilidad. Para proyectar los próximos cuatro años se hizo uso de la Tasa de inflación 5.32%, tomada del Banco Central de Honduras BCH al cierre 2021, el cual define el proceso por el cual los precios al interior de la economía de nuestro país tienden a elevarse a través del tiempo. El cálculo se realizó, tomando el precio del año actual por la tasa de inflación, resultado que se suma al precio del año

siguiente. Tomando en cuenta que el precio aumentara cada año según el nivel de inflación en precios.

**Tabla 11**

*Proyección de Precios en Lempiras*

Descripción	Año				
	1	2	3	4	5
Alquiler de computadora	28	29	30	32	33
Impresiones	13	14	14	15	16
Copias	10	11	11	12	12
Fólderes	242	253	264	275	286
Crayola/yumbo	34	36	37	39	40
Bolígrafo	4	4	4	4	4
Lápices	14	15	16	16	17
Colores	53	55	58	60	62
Cuadernos	23	24	25	26	27
Agenda	214	224	233	243	253
Papel Bond	235	245	256	266	277
Marcadores	32	33	34	36	37
Borrador	4	5	5	5	5
Cartulinas	7	8	8	8	9
Papel construcción	55	57	60	62	64
Corrector de lápiz 8ml	11	11	12	12	13
Foami	4	4	4	4	4
Pegamento blanco	35	36	38	39	41

**Fuente:** elaboración propia (2022)

#### 4.11 Estrategias Competitivas del Proyecto.

Las estrategias con las que se competirá en el mercado es primordialmente:

**Asesorías:** tanto tecnológicas, para aquellas personas que no conocen o manejan muy bien las herramientas tecnológicas (software y hardware). Como asesoría en sus distintas asignaciones (si lo necesitan, al momento de realizar sus tareas).

**Servicios de calidad:** Maquinaria nueva, rápida, que cuente con todos los programas necesarios y se mantenga limpia de virus.

**Cercanía:** estar cerca de los clientes potenciales en el espacio o en el tiempo que lo requieran.

**Horarios** que permitan estar disponibles siempre que los clientes y usuarios potenciales deseen utilizar los servicios.

**Servicios colaterales:** Contar con variedad como impresiones, escaneos, fotocopiado, fotografía digital, suministros, papelería, memorias USB, golosinas, bebidas, recargas para celular, etc.

**Tutorías:** Se contará con un horario donde se puedan atender aquellos estudiantes que deseen retroalimentar lo aprendido en sus clases.

Los ingresos totales del proyecto son las horas de servicio ofrecidas, mismas que toman en cuenta un nicho de mercado pesimista del 3%, según un 80% de la capacidad instalada del mismo, multiplicado por el precio unitario ponderado (sumatoria de precio de los bienes y servicios ofrecidos según su porcentaje de participación en el proyecto).

**Tabla 12**

*Ingresos Totales del Proyecto*

<b>Año</b>	<b>Horas de servicio</b>	<b>Precio unitario Ponderado</b>	<b>Ingresos Totales</b>
1	19,771	87	1,715,930
2	19,890	91	1,818,061
3	20,009	96	1,926,271
4	20,129	101	2,040,921
5	20,250	107	2,162,395

**Fuente:** elaboración propia (2022)

## **Capítulo V. Estudio de Aspectos Técnicos e Ingeniería del Proyecto**

### **5.1 Introducción**

El presente estudio hace referencia a la macro y micro localización del proyecto el cual estará ubicado en Tegucigalpa, Francisco Morazán. Se seleccionó dicha ubicación por medio de características y elementos internos y externos que se consideran importantes para el Ciber; de igual forma se analizó donde se encuentra ubicada la competencia. Se hace uso del método cualitativo por puntos donde se dio una puntuación alta a factores relevantes para el Ciber, seleccionando la más valorada. También se determinó el tamaño óptimo con apoyo del estudio de mercado, para conocer la capacidad real e instalada de la misma.

Por otra parte, la ingeniería del proyecto consta de un flujo de proceso del servicio de impresión, determinando los factores relevantes para selección de la planta y equipo con base en las unidades producidas por el Ciber. De la misma manera se detalla la mano de obra, la cual constará de distintas áreas para el funcionamiento óptimo y eficiente del proyecto, detallando su forma de contratación y elaborando proyecciones de sus salarios, más los beneficios especificados por ley. Se analizan los distintos proveedores y se muestran los planos de las instalaciones físicas.

### **5.2 Objetivos**

#### **5.2.1 *Objetivo General***

Realizar el estudio técnico para determinar el lugar, tamaño y recursos adecuados para la implantación de un Ciber.

#### **5.2.2 *Objetivos Específicos***

1. Definir la mejor localización de la planta para el Ciber.



parte de otras instituciones, así como algunos estudiantes universitarios y/o algunas personas que deseen adquirir el servicio ya sea para satisfacer su necesidad laboral, personal o de ocio. Otro de los motivos por los cuales se dispone de este local es que representa un bajo costo para la empresa.

### Figura 8

Mapa de la Macro localización (Comayagüela, Colonia Iberia)



Fuente: Google Maps (2022)

#### 5.3.2 Micro Localización

La empresa se ubicará en la Col. Iberia calle principal, a 50 m arriba del Instituto República Federal de México, frente al Campo Iberia, cuyo local cuenta con un espacio amplio, servicios públicos básicos y es muy cercano a los potenciales clientes y usuarios, no se cuenta con competencia cercana. Uno de los objetivos que tendrá la empresa a largo plazo, cuando adquiera volumen suficiente como para atender los pagos que representaría el mantenimiento de un alquiler dentro de universidades, será la implementación de nuevos locales para extendernos en el mercado, solamente por el espacio urbano de

alguna región, analizando los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto con el fin de determinar dónde se obtenga mayor ganancia.

### Figura 9

*Mapa de la Micro localización (Colonia Iberia)*



*Fuente:* Google Maps (2022)

#### 5.3.3 Características Importantes para Selección de Ubicación

Las características para seleccionar la ubicación del proyecto se relacionan con la necesidad de acceso a las TIC que tienen las instituciones educativas y los beneficios que ofrece dicha ubicación, como ser:

- Las disposiciones básicas para el arrendamiento comercial.
- Elaboración de un contrato de arrendamiento y disponibilidad del dueño a realizar mejoras necesarias.
- Visibilidad del mismo.

#### 5.3.4 Factores Internos y Externos de la Localización

Los principales factores que se tomaron en cuenta para determinar la zona para la localización del Ciber se basó en los siguientes aspectos:

- **Cercanía al mercado meta;** como se menciona anteriormente, el lugar se encuentra a 50 m de una institución educativa y a menos de 1 km de 4 instituciones más.
- **Cuenta con aceptación social;** Al realizar una encuesta se encontró con que al 98% de los habitantes de dicho lugar les gustaría que hubiera un Ciber cerca de su comunidad.
- **El costo del alquiler;** Una de las ventajas es que el costo del local no es muy alto.
- **Cuenta con todos los servicios básicos e internet;** El lugar cuenta con disposiciones para el acceso a agua potable, energía eléctrica y acceso a varias compañías que prestan un buen servicio de internet.

### ***5.3.5 Análisis Ubicación de la Competencia***

Actualmente se estima que en Distrito Central hay 20 Ciber ubicados en Parque Central de Tegucigalpa, colonia 3 de mayo, residencial Honduras, col. Alemán, Col. San Miguel, Col. Kennedy, Col. Palmira. Estando estos cerca de distintos colegios y escuelas de sus zonas. Tomando en cuenta los datos anteriores, la ubicación seleccionada comparte las mismas condiciones generales de ubicación a nivel de región con la competencia.

### ***5.3.6 Método Elegido Para la Selección de la Mejor Ubicación***

El método utilizado para seleccionar la mejor ubicación fue el método cualitativo por puntos. Según Urbina, Gabriel (2010), este consiste en definir una serie de factores importantes para elegir la mejor localización a los cuales se le asigna un peso a cada factor según su relevancia siendo su sumatoria de 100%, luego se le da una puntuación o calificación con base a 10, para culminar se saca la calificación ponderada al multiplicar la puntuación por el peso asignado. La opción que obtenga la mayor sumatoria de calificación ponderada será la alternativa seleccionada para la localización del proyecto.

**Tabla 13**

*Método Cualitativo por Puntos*

Ciber	Factor relevante	Peso Asignado	Opción A (Col. Iberia)		Opción B (Col. Torocagua)		Opción C (Col. 1ro de dic)	
			Calificación	Calificación ponderada	Calificación	Calificación ponderada	Calificación	Calificación ponderada
	<b>Cerca del mercado Meta</b>	30%	10	<b>3</b>	9	2.7	8	2.4
	<b>Zona con alta disponibilidad y calidad de servicio a internet</b>	20%	9	1.8	9	1.8	8	1.6
	<b>Aceptación social/ potenciales clients</b>	15%	10	<b>1.5</b>	9	1.35	8	1.2
	<b>Costo de la renta del local</b>	15%	9	1.35	8	1.2	10	<b>1.5</b>
	<b>Zona con servicios básicos</b>	10%	10	<b>1</b>	10	1	10	1
	<b>Visibilidad del negocio</b>	5%	10	0.5	9	<b>0.45</b>	8	0.4
	<b>Facilidad de acceso disponible para Empleados y Clientes</b>	5%	9	0.45	10	<b>0.5</b>	8	0.4
	<b>Suma/Total</b>	<b>100%</b>	<b>67</b>	<b>9.6</b>	<b>64</b>	<b>9</b>	<b>60</b>	<b>8.5</b>

*Fuente:* elaboración propia (2022)

Análisis: Se escoge la opción A por tener una mayor puntuación ponderada, lo cual indica que la mejor localización para el Ciber es la colonia Iberia, siendo esta opción la que tiene mayor cercanía al mercado meta y más aceptación social.

## **5.4 Determinación del Tamaño Óptimo de la Planta**

Para un Ciber determinar el tamaño de la planta es la parte más importante del proyecto porque nos da a conocer la magnitud del mismo, determinan la capacidad de las instalaciones para las unidades de equipo necesario y la inversión que sea necesario inquirir, ya que este justifica la presentación del servicio y la cantidad de clientes y usuarios que tendrá para que la estructura de este sea capaz de soportar la potencial demanda, el objetivo que tiene es la de asegurar la facilidad del flujo de trabajo, herramientas, máquinas, personas e información por medio de un sistema productivo minimizando costos y aumentando las utilidades.

### **5.4.1 Factores que Determinan el Tamaño de la Planta**

1. Cantidad de la potencial demanda del Ciber.
2. Costo de las fuentes de financiamiento.
3. Número de máquinas (computadoras) que deseen colocarse en el negocio. Poder adquisitivo de la población
4. El espacio debe de ajustarse a los requerimientos de comodidad y seguridad que los potenciales clientes demanden.
5. Área administrativa y servicios.
6. Área o espacio que se dedicara a la papelería.
7. Algo fundamental es la ventilación e iluminación que tenga dicho lugar.

### **5.4.2 Determinar la capacidad de la planta y tipo de aprovechamiento. Basándose en el inciso anterior.**

El total de ordenadores con el que contara el Ciber es de 10 equipos, el negocio trabajara 9 horas diarias, 276 días al año. Las capacidades son:

1. **Capacidad instalada:** el nivel de producción máximo, que será de 87,600 horas anuales, las 24 horas al día los 365 días del año.
2. **Capacidad Real:** la máxima disponible de manera permanente consiste en 9 horas diarias, 276 días hábiles al año, con una capacidad de 24,840 horas de servicio.
3. **Capacidad Utilizada:** Es igual a la capacidad del proyecto que se desea alcanzar, considerando sus limitaciones operativas actuales y haciendo uso solo del 80% de la capacidad instalada que consiste en 19,872 horas de servicio anual.

**Tabla 14**

*Capacidad Instalada, Real y Utilizada*

Maquinas	Horas x día	Días al año				
10	24	365				
10	9	276				
1. Cap. Nominal:	10 Unid. /Hr	X	24 Hrs/día	X	365 d/a =	<b>87,600</b>
2. Cap. Real:	10 Unid. /Hr	X	9 Hrs/día	X	276 D/L/A =	<b>24,840</b>
3. Cap. Efectiva:	24,840	X	80%		=	<b>19,872</b>

**Fuente:** elaboración propia (2022)

La capacidad instalada de las máquinas equivale al 100% de su aprovechamiento, la capacidad real corresponde al 28%, y la capacidad a utilizar representa el 23% de producción de las máquinas.

**Tabla 15**

*Aprovechamiento*

1. A. Real:	24,840	/	87,600	=	<b>28%</b>
2. A. Efvo.:	19,872	/	87,600	=	<b>23%</b>
3. A. Efvo. -Real:	19,872	/	24,840	=	<b>80%</b>

**Fuente:** elaboración propia (2022)

**5.5 Ingeniería del Proyecto**

Según Morales, Arturo & Morales José (2009). La ingeniería de la planta es la que ocupa de resolver todo lo concerniente a la instalación y funcionamiento de la planta, cuando ésta se requiere; sin embargo, también se aplica a las instalaciones necesarias para la generación de servicios que produce el proyecto de inversión. Para lograr un funcionamiento adecuado de la planta y de las instalaciones deben converger una serie de factores que permitan diseñar el esquema de trabajo óptimo, según las características específicas del proyecto de inversión.

**5.5.1. Objetivo**

Elaborar el procedimiento del Ciber, así mismo la elección de la mejor maquinaria que se adecue a las necesidades para prestar el servicio.

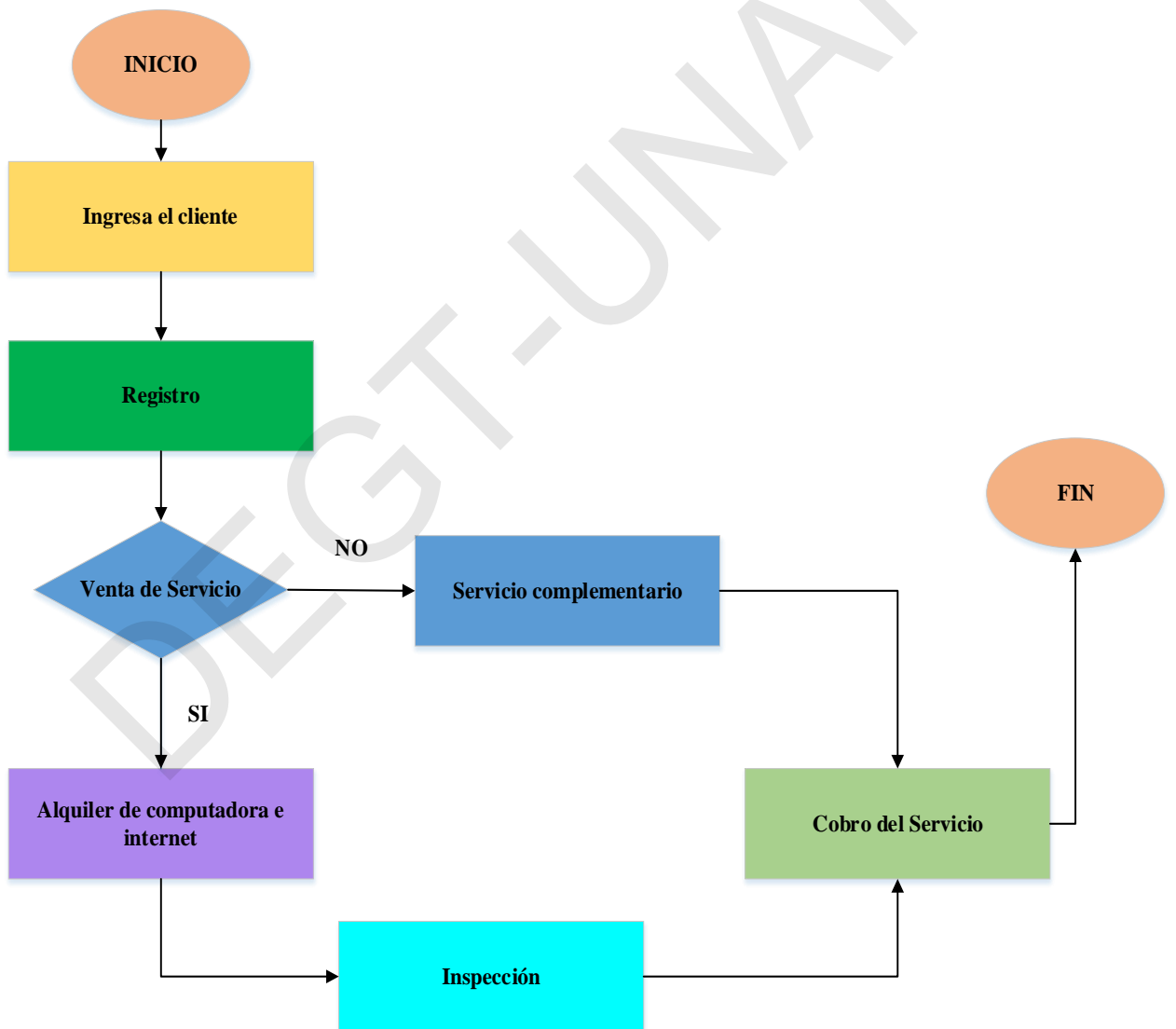
**5.5.2. Flujos del Proceso de Producción**

El proyecto ofrece servicios que requieren evaluar cada una de sus actividades, como ser: La llegada del cliente al local que se dirige a caja a registrarse para adquirir un servicio, es importante mencionar que el negocio cuenta con servicios complementarios (impresiones, copias, venta de lápices, papel, memorias, otros). El cliente se recibirá de

una manera agradable, se registra su hora de llegada y se le entrega una computadora que cuenta con acceso a internet la cual se identifica con un número, durante el cliente hace uso de la herramienta se hace inspección y de ser necesario por el usuario se asesora evitando el mal uso del computador y el internet, por último, se realiza el cobro que corresponde a los servicios que el cliente ha demandado. Este proceso mencionado se detalla en el siguiente diagrama de flujo.

**Figura 10**

*Diagrama de flujo del proceso*



*Fuente:* elaboración propia (2022)

A continuación, se detalla el diagrama del proceso de impresión (servicio complementario del Ciber) de una imagen que desee el cliente, donde el proceso a seguir es el siguiente:

**Figura 10**

*Diagrama del proceso de impresión*

Diagrama del proceso de impresión			
Pasos	Duración	Simbología	Personas que intervienen
Se abre Microsoft Word en el computador	30 seg.	○	1
Ingresa en el navegador	30 seg	○	1
Realiza la búsqueda de la imagen	1 min	○	1
Se comprueba si es la imagen correcta	20 seg	◻	2
Verificación del funcionamiento y conexión de la impresora	30 seg	◻	1
Entrar a la opción de archivos, seleccionando la opción imprimir	15 seg	○	1
Indicar la cantidad de copias, formato (color, B/N)	15 seg	○	1
Mandar a imprimir	10 seg	○	1
Tiempo-impresión	40 seg	D	1
Fin del proceso	-	-	-
<b>Total</b>	4min 10 seg		

*Fuente:* elaboración propia (2022)

**Donde:**



Operación



Inspección



Actividad combinada



Almacenamiento



Transporte










Trazo

Dado que se realiza el diagrama del proceso de impresión, se resumen los símbolos utilizados, el número de veces que se utiliza el mismo y el tiempo que cada uno tarda. Dando como resultado que para dicho proceso la actividad que se realiza con mayor frecuencia en la impresión de una imagen es la operación, ya que son necesarias varias acciones para aumentar la productividad y calidad de este proceso que con ayuda de una actividad combinada (donde el cliente revisa la imagen para ver si es la que necesita), una actividad de espera (durante el proceso de impresión el cual se basa en un láser que, a través de impulsos eléctricos, graba la imagen en un tambor, que luego es embebido en tinta por el depósito del tóner, y luego se transfiere al papel por un proceso que combina el calor y la presión formando una impresión de calidad en pocos segundos) y una actividad de inspección (donde se asegura que el funcionamiento y conexión de la impresora estén bien). Siendo el total de este proceso de producción de 4 minutos con 10 segundos.

**Figura 11**

*Resumen del diagrama de flujo*

RESUMEN		
Símbolo	Número	Tiempo/Duración
	6	2 min 40 seg
	1	20 seg
	1	40sg
	-	-
	1	30seg
	-	-
	-	-
<b>Tiempo Total</b>	<b>9</b>	<b>4min 10 seg</b>

*Fuente:* elaboración propia (2022)

### 5.5.3. Planta y Equipo

El local para el Ciber deberá disponer de la mejor ubicación para los equipos y elementos físicos de la empresa que permitan una fácil circulación, manteniendo ordenadas todas las áreas, para el buen funcionamiento del negocio es necesario contar con una serie de mobiliaria y equipo que se detallan a continuación:

**Tabla 16**

*Mobiliario y Equipo de la Planta*

CANTIDAD	UNIDAD	EQUIPO	ESPECIFICACIÓN TÉCNICA
<b>Equipo</b>			
1	Unidad	Copiadora	Canon, modelo: IR-1643iF, multifuncional Laser monocromática, Imprimir, copiar, escanear, enviar, fax
1	Unidad	Router inalámbrico	Router Mercusys 1200mbps Inalámbrico 2.4ghz Ac1200 Dual Band.
7	Unidad	U.P.S/ Sistema de Alimentación Ininterrumpida (SAI)	Ups/Regulador Cdp 500va 120v 8 Salidas 250w R-Upr508
11	Unidad	Computadores	Dell optiplex 9020 USFF, procesador core i5 4ta generación, 4gb RAM, 500 HDD, Monitor de 22"
1	Unidad	Laptop	Dell Latitudes E5470, procesador Core i5 4ta generación, 8gb RAM, 500 HDD

1	Unidad	Impresora Multifuncional	multifuncional inalámbrica EcoTank L6171, revolucionaria impresión sin cartuchos, con nuevo diseño de tanques frontales, botellas de tinta con llenado automático y codificadas para llenado fácil de cada color
1	Unidad	Cámaras	Kit Seguridad Logan Dvr 8Ch + 4 Cam LX842BN-CXCL
1	Unidad	Caja registradora	Cash drawer 3nstar, 24VDC, 410mm x 420mm CD350
1	Unidad	Impresora térmica	Impresora térmica para facturación 3nstar RPTOO6S

**Mobiliario**

1	Unidad	Escritorio largo	Madera de pino, 2.44 metros de largo y 50cm de ancho.
5	Unidad	Mesas redondas	Madera de pino
5	Unidad	Sillas	Madera de pino
15	Unidad	Bancos	Madera de pino
2	Unidad	Estantes	Madera de pino
1	Unidad	Escritorios de oficina	Madera de pino
1	Unidad	Mueble en ELE	Melamina

Fuente: elaboración propia (2022)

#### **5.5.4. Mano de Obra de la Planta**

Para el funcionamiento óptimo del Ciber y brindar un servicio y producto de calidad, la mano de obra a contratar debe ser: calificada en cuanto a la persona encargada del negocio y área técnica se refiere, esto debido a que se demanda de ciertas habilidades de tipo técnico y profesional para realizar las tareas necesarias dentro del servicio. Por otra parte, para el área de ventas el personal no necesita ser capacitado, brindando una oportunidad laboral a personas con poca experiencia. A continuación, se detalla la mano de obra:

- 1. Gerente General:** Será la persona encargada del funcionamiento y dirección de la empresa, supervisando los otros departamentos u áreas como ser:
- 2. Contabilidad y finanzas:** Encargado de ordenar las operaciones de la empresa, cumplir requerimientos directivos, obligaciones fiscales, mantener libros contables actualizados, responsabilidades económicas de la empresa; logrando crear valor a la misma, entre otros.
- 3. Asesor de ventas:** Encargado de establecer metas, desarrollar buenas estrategias y asegurar un buen desenvolvimiento de servicio al cliente y caja, Almacenar correctamente el producto y controlar su inventario.
- 4. Técnico en computación:** Encargado de analizar los productos y servicios, teniendo un control de calidad y control de inventario, asegurar el buen funcionamiento de mantenimiento técnico, diagnosticando y controlando los equipos (computadoras, impresoras, fotocopadoras), organizar funciones y mejora continua de mantenimiento en la empresa.

#### **Tipo de Contrato**

El tipo de contrato que se dará a los empleados es el contrato individual y por tiempo determinado, la duración de este será de 12 meses con extensión de tiempo. Según el código de trabajo (1959), el decreto número 189, capítulo I, artículo 19-126 Contrato individual de trabajo es aquel por el cual una persona natural. Se obliga a ejecutar una obra o prestar sus servicios personales a otra persona, natural o jurídica, bajo la continua dependencia o subordinación de ésta, y mediante una remuneración. Por dependencia

continua se entiende la obligación que tiene el trabajador de acatar órdenes del patrono y de someterse a su dirección, ejercida personalmente o por medio de terceros, en todo lo que se refiere al trabajo.

### Salarios y Beneficios de la Mano de Obra

Los empleados contarán con un salario mayor al mínimo y gozará de los beneficios establecidos por ley, conforme al decreto No. 080-2001 del 10 de junio del año 2001; que contiene sus reformas en el artículo 1 y 2, el Instituto Hondureño de Seguridad Social (IHSS), constituye un servicio público que se aplicará con carácter obligatorio en los términos que establece esta ley y sus reglamentos. Así mismo aplica el decreto No. 107-2013 del 6 de septiembre del 2013; que contiene sus reformas en el artículo 3, la ley de Régimen de Aportaciones Privadas (RAP), constituye beneficios y servicios financieros a sus afiliados mediante las facultades establecidas en la presente ley. Las tablas siguientes muestran una proyección de dichos salarios:

**Tabla 17**

*Proyección de Planilla Mano de Obra Directa*

GASTO EN PERSONAL DIRECTO							
CONCEPTO	EMPLEADOS	SALARIO MENSUAL	PROYECTADO				
			Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>PLANILLA PRODUCCIÓN</b>							
Jefe de Producción (Técnico)	1	12,000	144,000.00	158,400.00	174,240.00	191,664.00	210,830.40
Asesor de Venta (caja)	1	12,000	144,000.00	158,400.00	174,240.00	191,664.00	210,830.40
<b>SALARIO</b>	<b>2</b>	<b>24,000</b>	<b>288,000</b>	<b>316,800</b>	<b>348,480</b>	<b>383,328</b>	<b>421,661</b>
<b>COLATERAL</b>		<b>8,120</b>	<b>97,443</b>	<b>107,491</b>	<b>119,687</b>	<b>135,524</b>	<b>147,620</b>
<b>COLATERALES</b>							
IHSS		593	7,116	7,116	7,116	7,116	7,116
INFOP		240	2,880	3,168	3,485	3,833	4,217
RAP-AFP		621	7,446	7,446	7,446	7,446	7,446
Pasivo Laboral		2,000	24,000	26,400	29,040	31,944	35,138
Decimo Tercer Mes		2,000	24,000	26,400	29,040	31,944	35,138
Decimo Cuarto Mes		2,000	24,000	26,400	29,040	31,944	35,138
Vacaciones		667	8,000	10,560	14,520	21,296	23,426
<b>TOTAL GASTO EN PERSONAL</b>		<b>32,120</b>	<b>385,443</b>	<b>424,291</b>	<b>468,167</b>	<b>518,852</b>	<b>569,281</b>

**Fuente:** elaboración propia (2022)

**Tabla 18**

*Proyección de Planilla Mano de Obra Indirecta*

GASTO EN PERSONAL INDIRECTO							
CONCEPTO	EMPLEADOS	SALARIO MENSUAL	PROYECTADO				
			Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>PLANILLA ADMINISTRATIVA</b>							
Gerente General (Administrador)	1	22,000	264,000	290,400	319,440	351,384	386,522
Contabilidad y Finanzas	1	19,000	228,000	250,800	275,880	303,468	333,815
<b>SALARIO</b>	<b>2</b>	<b>41,000</b>	<b>492,000</b>	<b>541,200</b>	<b>595,320</b>	<b>654,852</b>	<b>720,337</b>
<b>COLATERAL</b>		<b>13,012</b>	<b>156,149</b>	<b>172,823</b>	<b>193,118</b>	<b>219,576</b>	<b>239,586</b>
<b>COLATERALES</b>							
IHSS	L	593.03	7,116	7,116	7,116	7,116	7,116
INFOP	L	410.00	4,920	4,920	4,920	4,920	4,920
RAP-AFP	L	620.53	7,446	7,446	7,446	7,446	7,446
Pasivo Laboral	L	3,416.67	41,000	45,100	49,610	54,571	60,028
Decimo Tercer Mes	L	3,416.67	41,000	45,100	49,610	54,571	60,028
Decimo Cuarto Mes	L	3,416.67	41,000	45,100	49,610	54,571	60,028
Vacaciones	L	1,138.89	13,667	18,040	24,805	36,381	40,019
<b>TOTAL GASTO EN PERSONAL</b>		<b>54,012</b>	<b>648,149</b>	<b>714,023</b>	<b>788,438</b>	<b>874,428</b>	<b>959,923</b>

**Fuente:** elaboración propia (2022)

**5.5.5. Materias Primas**

**No hay proceso de transformación**

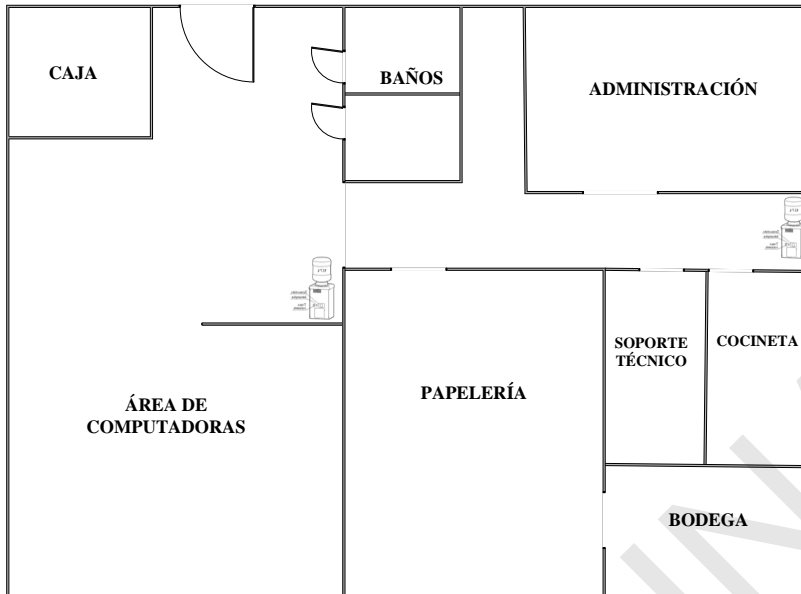
El proyecto se basará en prestar un servicio (alquiler de computadoras e internet, impresiones, fotocopias, venta de papelería y otros), por lo tanto, se puede decir que dicho proyecto no tiene un proceso de transformación de materia prima, dado que no hay algún lapso de producción.

**5.5.6. Plano de la Planta**

**Plano global de las instalaciones:** El Ciber, tiene una distribución de planta por proceso, el cual contara con un área para papelería, un área para Ciber, contara con una caja para realizar los pagos según el bien o servicio demandado, área de baños, un área de comedor para los empleados, el área de soporte técnico, área bodega y la oficina administrativa.

**Figura 12**

*Plano global de las instalaciones*

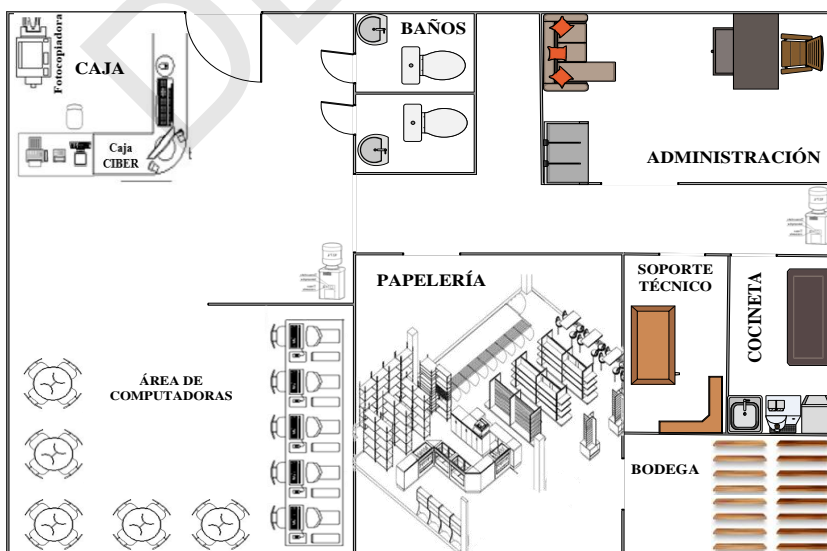


*Fuente:* elaboración propia (2022)

**Plano exclusivo de planta:** a continuación, se muestra el plano detallado de cada área de la planta:

**Figura 13**

*Plano exclusivo de las instalaciones*



*Fuente:* elaboración propia (2022)

## Capítulo VI. Organización, administración y Aspectos Legales

### 6.1 Introducción

Se detalla a continuación el estudio organizacional y legal, el cual describe la filosofía de la empresa que incluye visión, misión, valores y objetivo empresarial. Los cuales son un insumo importante para el buen funcionamiento del negocio, de igual manera se detalla el organigrama, la estructura organizativa, el perfil del puesto más relevante, en este caso el gerente administrativo.

Por otra parte, se plantean los aspectos legales, los cuales se conforman por los requisitos para constituir la entidad e iniciar operaciones. También se detalla el tipo de empresa y el sector al que pertenece la misma, finalizando con un diagrama de GANTT que especifica en forma de cronograma las operaciones para la puesta en marcha del Ciber.

### 6.2 Filosofía de la Empresa

A continuación, se detallan los elementos que componen la filosofía empresarial del Ciber:

#### **Visión**

Ofrecer a nuestros clientes un bien y servicio de calidad e innovación, prestando asesoría tecnológica, variedad de producto, brindar un ambiente de comodidad y satisfacción, expandiéndonos en el mercado con rapidez y eficiencia.

#### **Misión**

Ser una empresa reconocida por los actuales y potenciales clientes, con constante actualización, como una empresa capacitada, prestando un excelente bien y servicio.

## **Valores**

1. Calidad: tener presente las expectativas de los clientes, para poder satisfacer al máximo sus necesidades.
2. Originalidad: capacidad para presentar productos y servicios que ya existen, pero de una manera distinta y atractiva con respecto a lo tradicional.
3. Responsabilidad: compromiso consciente y congruente de cumplir integralmente con la finalidad de la empresa, tanto en lo interno como en lo externo.
4. Mejora continua: esfuerzo constante para mejorar todos los servicios de la empresa.
5. Excelencia: prácticas sobresalientes en la gestión del Ciber y el logro de resultados basados en conceptos fundamentales como la orientación hacia los resultados, cliente, liderazgo y perseverancia.
6. Ética: mejorar aspectos en el entorno y clima laboral, promoviendo la igualdad y el respeto a los derechos de los demás.
7. Profesionalismo: trabajar con compromiso, además de ética, proactividad y una actitud positiva.

### **6.3 Objetivo Empresarial**

Lograr la satisfacción de los clientes, prestando un servicio de calidad que garantice la lealtad del mercado.

### **6.4 Estructura Organizativa**

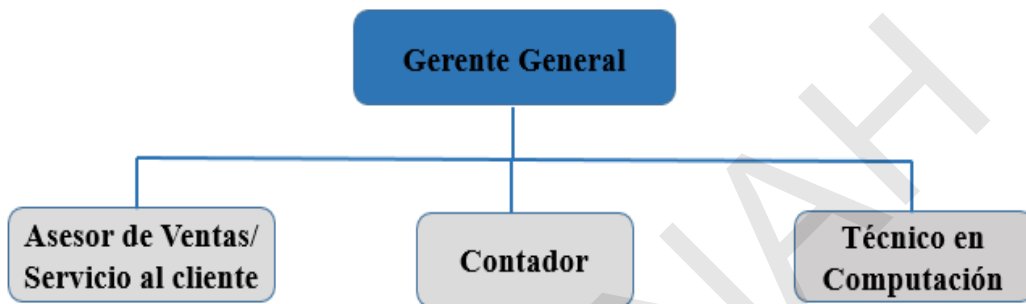
Para Brume (2019), la estructura organizacional en un sistema que se utiliza para la definición de jerarquía de una entidad, la cual identifica cada puesto y la función del

mismo. Se desarrolla para saber cómo opera una empresa ayudando al cumplimiento de metas y aun crecimiento futuro.

## Organigrama de la estructura organizacional

**Figura 14**

*Organigrama*



*Fuente:* elaboración propia (2022)

## Perfil de Puestos más Relevantes

### I. Puesto: Gerente General

#### Descripción general del puesto

1. Se requiere un profesional en el área de administración de empresas, economía, ingeniera industrial o carrera a fines.
2. Experiencia mínima y comprobada de 3 años en puestos administrativos.
3. Experiencia mínima de 3 en administración y dirección de negocios.
4. Conocimientos de procesos logísticos: transporte, almacenamiento.
5. Ideal conocimiento en gestión de personal.
6. Manejo avanzado en Microsoft Office y otros programas.
7. Responsable, con ética profesional y con actitud de crecimiento profesional.
8. Orientado a resultados.
9. Manejo y motivación de personal.

10. Disponibilidad inmediata.
11. Contrato Permanente con todos los derechos de ley.

### **Perfil del candidato**

Nombre del puesto: Gerente administrativo

País y departamento: Honduras / Francisco Morazán

### **Competencias personales y profesionales**

1. Educación Mínima: Universidad Completa, Deseable con maestría o postgrado en administración financiera, administración de proyectos, inteligencia de negocios o similares.
2. Idiomas: español, inglés (deseable)
3. Edad: entre 25 y 40 años
4. Conocimientos: Microsoft Excel, Análisis, Contabilidad, Finanzas, Análisis financiero.
5. Liderazgo
6. Trabajar bajo presión
7. Disponibilidad de Viajar: No
8. Contar con vehículo, preferible, no indispensable.

### **Funciones del puesto**

1. Representar a la empresa ante sus clientes en reuniones, conferencias y negociaciones de venta.
2. Trabajar con finanzas y contabilidad para eliminar el desperdicio y mejorar la productividad de cada función.
3. Comunicarse con cada departamento regularmente para manejar los problemas, identificar nuevas oportunidades y crear confianza y transparencia.
4. Evaluar las propuestas de presupuesto y gestionar las compras y los gastos.

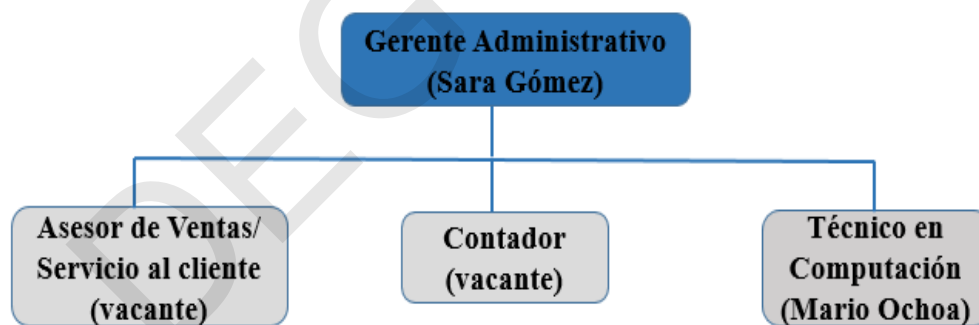
5. Mediar en los asuntos del personal y facilitar la comunicación entre los empleados.
6. Evaluar el desempeño de los empleados y ofrecer capacitación continua y programas de desarrollo.
7. Otras actividades que sean asignadas.

## 6.5 Estructura de Personal

Este apartado presenta la estructura organizacional por departamento del Ciber, en donde se delegan las funciones y responsabilidades en forma descendente para el logro de objetivos. La empresa tendrá en un inicio 4 personas en distintas áreas, donde todas se relacionan entre sí con la Gerencia General, para realizar un trabajo en conjunto que pueda lograr el éxito de la empresa.

**Figura 15**

*Estructura Organizacional de la Empresa*



*Fuente:* elaboración propia (2022)

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

1. Al realizar la publicación de las vacantes, se colocará el título de las mismas y se dividirá en secciones como: descripción del puesto, perfil del candidato, Competencias personales y profesionales y funciones del puesto.

2. La recopilación de hojas de vida se llevará a cabo por medio del correo electrónico (ya sea que la vacante fue publicada por redes sociales o por portales de empleo).
3. Se elabora un cuadro resumen de todos los aplicantes.
4. Se identifican los candidatos que son capaces de cubrir la vacante que se tiene y se realiza la depuración de aplicantes (dejando solo los que cumplen con los requisitos de la misma).
5. Se realiza una llamada o se envía un correo por el cual se validará el soporte documental que tiene el aplicante y se le solicitará tres referencias distintas.
6. Se procederá a coordinar la entrevista para exponer al interesado la razón de la misma y se realizarán una serie de preguntas que son necesarias que conteste el aplicante.
7. El candidato que cumpla con todos los requisitos y posiblemente tenga plus para el mismo será el aplicante seleccionado.
8. Se realiza la formalización de la contratación por medio de un documento formal suscrito por la empresa y que el candidato está dispuesto a aceptar y procede a la firma del mismo.
9. Se realiza la presentación de la persona contratada al equipo de trabajo de la empresa.
10. Se apoyarán las habilidades del empleado a través de capacitaciones para la motivación del personal y crecimiento de la empresa.
11. Mediante un proceso sistemático y periódico de evaluación cuantitativa y cualitativa se mide el grado de eficiencia de la persona en su puesto de trabajo.

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

El salario será basándose en el mínimo a pagar por el servicio prestado en el puesto de trabajo, cuya cuantía es fijada por una disposición legal y a convenio de ambas partes (acuerdo entre empleador y empleado), sumado a ello incentivos como bonos y premios

que se le consideran por dar su mayor esfuerzo y cumplimiento de metas. En cuanto a incentivos personales, se realizarán de manera intangible como celebraciones de fechas especiales como ser cumpleaños, aniversario de la empresa, día de la madre y del padre.

**Tabla 19**

*Proyecciones Salariales*

<b>GASTO EN PERSONAL</b>							
<b>CONCEPTO</b>	<b>EMPLEADOS</b>	<b>PROYECTADO</b>					
		<b>SALARIO MENSUAL</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>PLANILLA ADMINISTRATIVA</b>							
Gerente General (Administrador)	1	22,000	264,000	290,400	319,440	351,384	386,522
Contabilidad y Finanzas	1	19,000	228,000	250,800	275,880	303,468	333,815
<b>PLANILLA PRODUCCIÓN</b>							
Jefe de Producción (Técnico)	1	12,000	144,000	158,400	174,240	191,664	210,830
Asesor de Venta (caja)	1	12,000	144,000	158,400	174,240	191,664	210,830
<b>SALARIO</b>	<b>4</b>	<b>65,000</b>	<b>780,000</b>	<b>858,000</b>	<b>943,800</b>	<b>1,038,180</b>	<b>1,141,998</b>
<b>COLATERAL</b>		<b>19,919</b>	<b>239,029</b>	<b>265,463</b>	<b>297,638</b>	<b>339,584</b>	<b>371,307</b>
<b>COLATERALES</b>							
IHSS	L	593.03	7,116	7,116	7,116	7,116	7,116
INFOP	L	650.00	7,800	7,800	7,800	7,800	7,800
RAP-AFP	L	620.53	7,446	7,446	7,446	7,446	7,446
Pasivo Laboral	L	5,416.67	65,000	71,500	78,650	86,515	95,167
Decimo Tercer Mes	L	5,416.67	65,000	71,500	78,650	86,515	95,167
Decimo Cuarto Mes	L	5,416.67	65,000	71,500	78,650	86,515	95,167
Vacaciones	L	1,805.56	21,667	28,600	39,325	57,677	63,444
<b>TOTAL GASTO EN PERSONAL</b>		<b>84,919</b>	<b>1,019,029</b>	<b>1,123,463</b>	<b>1,241,438</b>	<b>1,377,764</b>	<b>1,513,305</b>

*Fuente:* elaboración propia (2022)

**Estrategias de capacitación**

El gerente será el encargado del desarrollo de capacitación personal, la cual será de forma planificada para preparar a los empleados; el plan de la capacitación será semestral, para que el negocio cubra las necesidades, obteniendo resultados de calidad en el trabajo que realizan, alta producción de servicio y un desempeño eficiente que ayude a la excelencia del mismo. A continuación, se detallan los tipos de capacitación que brindará la empresa:

**Capacitación inductiva o de formación:** Orientar y facilitar al empleado a integrarse al negocio, dando base al conocimiento y habilidades en general. Al personal que inicie a laborar en el Cyber, se le dará un cordial recibimiento, compartiendo con ellos

la filosofía empresarial, lo que se espera de él/ella y lo que ofrece para el bienestar del mismo. De igual manera se transmite la importancia de la disciplina, conducta, un servicio de calidad y eficiente, manteniendo buenas relaciones interpersonales. Al finalizar este periodo de capacitación, el empleado conocerá sus funciones y cuán importante es para lograr el éxito de la empresa.

**Capacitación de actualización o preventiva:** está se concentra en prever los cambios, por medio de proveedores externos que sean especialistas, tengan experiencia, calidad y confiabilidad para preparar al personal del negocio, el cual debe actualizar sus conocimientos técnicos, adaptándose al cambio de nuevas tecnologías.

**Capacitación de especialización:** Orientada en que los empleados profundicen sus conocimientos y experiencia con el desarrollo de sus habilidades técnicas profesionales.

Algunos de los temas que se llevarán a cabo en las capacitaciones antes mencionadas son:

1. Buenas prácticas; permitiendo a los empleados la habilidad de solucionar problemas y trabajar en equipo.
2. Liderazgo; ayudando a una comunicación eficaz y buen servicio al cliente.
3. Manejo de Personal; ello para crear un buen ambiente laboral y mejorar las relaciones interpersonales.

De igual manera, para mejorar las habilidades y conocimientos de los empleados y que realicen sus actividades con calidad y eficiencia, haciendo uso de nuevas tecnologías de forma moderna y económica, se permitirá que cursen capacitaciones de las siguientes instituciones:

- Cursos de INFOP
- Cursos de la ANDI/Cámaras de comercio/ Alianzas

- Capacítate para el empleo

## 6.6 Proceso Administrativo de la Empresa

**Planeación:** para brindar un bien y servicio innovador, de calidad y con precios competitivos, es necesario que la estructura organizacional se complemente, para el buen funcionamiento del negocio. Es por ello por lo que el Ciber definirá acciones y estrategias que lleven al cumplimiento de objetivos y metas que se deseen lograr en un determinado periodo de tiempo.

**Organización:** el Ciber es una microempresa, que cuenta con un personal de 4 empleados ejerciendo distintas tareas de manera equitativa acorde a sus conocimientos y habilidades, para el buen funcionamiento de la empresa consta de una estructura organizativa.

**Dirección:** los socios estarán encargados de dirigir el Ciber, el gerente es una persona capaz para guiar y tomar decisiones en conjunto con los demás departamentos, manteniendo una comunicación estable entre las distintas áreas.

**Control:** Este se aplica por dos aspectos, referentes al área administrativa y la operativa; quienes se encargan de ofrecer el servicio y producto cumpliendo estándares de calidad. Mediante el seguimiento y supervisión de distintas áreas de la estructura organizativa se verificará el cumplimiento efectivo de los objetivos del negocio.

## 6.7 Aspecto Legal

Según el informe Clasificador Nacional de Actividades Económicas de Honduras elaborado por algunas instituciones gubernamentales, entre ellas BCH, INE (2019), la actividad económica a la que pertenece el Ciber es principalmente el sector servicio, el cual forma parte de la actividad de información y comunicaciones en la sección de otras

actividades de tecnología de la información y de servicios informáticos, aprovechando todos los avances tecnológicos e internet y con altas perspectivas a largo plazo.

Basándose en la única ley existente para proteger la Ciberseguridad, Ley de Estrategia de Ciberseguridad Nacional de Prevención de Campañas de Odio y Discriminación en Redes Sociales, que se aplica solamente a las redes sociales. Cabe mencionar que Honduras no cuenta con una ley de datos personales. En 2006, Honduras aprobó la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública (Decreto 170-2006), que estableció el Instituto de Acceso a la Información Pública (IPANDETEC Centroamérica, 2021).

Ley Para el Fomento y Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (Decreto N° 135/08), que tiene por objeto fomentar el desarrollo de la competitividad y productividad de la micro, pequeñas y medianas empresas urbanas y rurales, propiciando el empleo y el bienestar social y económico de todos los participantes de dichas unidades económicas.

Por lo antes mencionado, se toma a bien constituir un Ciber de tipo Sociedad de Responsabilidad Limitada (S. De R.L.), esta consta de dos socios de nacionalidad hondureña; se obtendrá un préstamo de una institución financiera y se aportará un porcentaje de fondos propios para obtener el negocio de manera legal. Los trámites legales del Ciber serán abordados por un abogado de confianza de los socios.

### **Pasos Para la Constitución de Una Empresa en Honduras:**

- 1. Constituir la empresa:** según el Código de Comercio de Honduras (1950), para establecer una empresa como Sociedad de Responsabilidad Limitada (S de R.L.) se debe: obtener una nota para la emisión de certificado de depósito por medio de un Notario Público, depositar en un banco del sistema nacional la cantidad de L 5,000.00 por cada socio, el Notario elabora la Escritura Pública de Constitución con los nombres de los

socios (la razón social y el tipo de organización, el capital inicial, duración, naturaleza, objeto y domicilio de la empresa), adquirir los timbres fiscales según el monto invertido, publicar aviso de declaración de sociedad en La Gaceta o en uno de los diarios de mayor circulación, cancelar los honorarios del Notario y recibir el “Testimonio de Escritura Pública” (véase anexo 8). El tiempo promedio del trámite es de 20 días hábiles y un costo de L 5,000.00.

**2. Permiso de operación según el rubro:** se extienden por medio de las oficinas de la Alcaldía del Distrito Central (véase anexo 9). De acuerdo con el Plan Arbitrios para el año 2022, para solicitar el permiso de operación se necesita; copia de escritura pública, solvencia Municipal (Tribunal Superior de Cuentas, 2021).

**3. Permiso para instalar rótulos:** el Plan de Arbitrios establece que para colocar rótulos es requisito presentar: fotocopia de identidad del propietario de la empresa, solvencia municipal, permiso de operación, croquis de ubicación del negocio, diseño del rótulo, constancia de centro histórico en caso de encontrarse en los sectores catastrales especiales para la conservación de la cultura y el medio ambiente.

**4. Inscripción en el registro mercantil:** el artículo 384 de la ley de Cámaras de comercio e Industrias de Honduras menciona, que es obligación; el registro de todo comerciante en la Cámara de Comercio e Industria. Este es uno de los trámites de constitución de una empresa, que permite acreditar de forma pública el estatus comercial de una sociedad. Sin importar su modalidad de constitución, toda empresa debe avocarse a las oficinas de Registro Mercantil para su respectivo registro, si el domicilio del mismo es en el departamento de Francisco Morazán se debe realizar en la Cámara de Comercio e Industrias de Tegucigalpa (CCIT). Los requisitos son los siguientes: escritura original, fotocopia de la escritura de constitución de la sociedad, copia fotostática de las cédulas de identidad de los socios, fotocopia del Registro Tributario Nacional de cada uno de los

socios, llenar solicitud de registro, pago de inscripción de acuerdo con el capital mínimo establecido en su escritura de constitución y pago de tasa registral según el pago declarado (véase anexo 10).

**5. Registro tributario nacional (RTN):** cuando ya está inscrita la sociedad en la cámara de comercio, se debe solicitar al Servicio de Administración de Rentas (SAR), RTN, trámite que es gratuito. Para ello es necesario llenar el formulario SAR-410 y SAR-410B contentivo en la Declaración Jurada de Inscripciones (Anexos 11 y 12), los requisitos a presentar son: original y copia del documento que amerita la constitución de la sociedad debidamente inscrita, fotocopia de identidad del Gerente General y de los Socios, contrato de arrendamiento, comprobante de domicilio, original y fotocopia de algún documento que contenga dirección exacta como un recibo de servicio público. Este trámite debe llevarse a cabo por el representante legal de la sociedad y en caso de no poder, él deberá nombrar a un Apoderado Legal para realizar el trámite mediante carta poder autenticada.

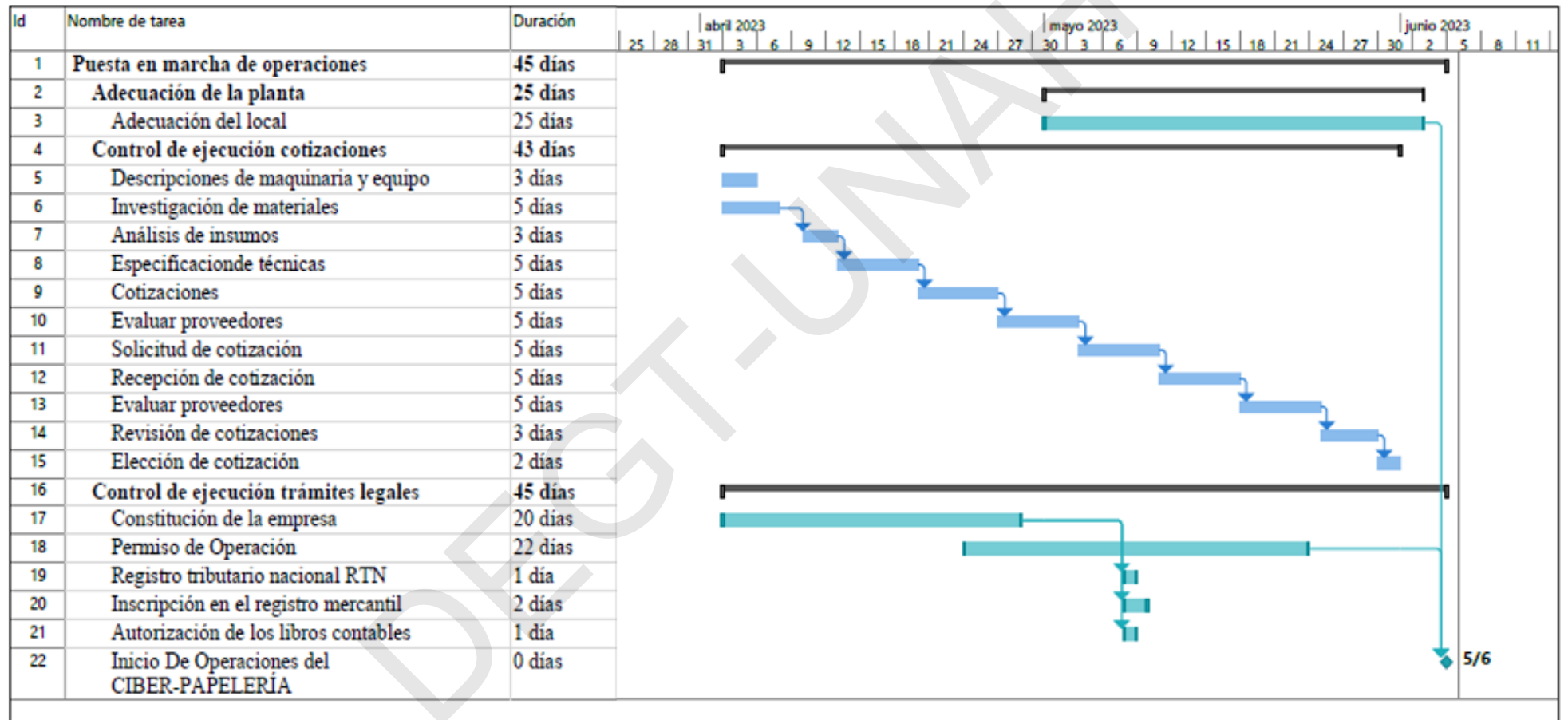
**6. Autorización de los libros contables:** para realizar este trámite se debe: comprar los libros contables y de actas en librería comercial, solicitar y pagar la autorización de estos documentos en la Secretaría Municipal y retiro de los libros de la Alcaldía Municipal del Distrito Central. El tiempo promedio del trámite es de 10 días hábiles y un costo aproximado de L 800.

### **Cronograma de ejecución (control de ejecución)**

El cronograma es un calendario que establece los tiempos en que se realizara una serie de tareas para llevar a cabo el proyecto, lo importante del mismo es que plasma las fechas que se prevén desde el principio hasta la puesta en marcha del negocio, uno de los softwares más utilizados para su realización es Microsoft Project (Sánchez, 2015)

**Figura 16**

*Cronograma para la puesta en marcha*



*Fuente:* elaboración propia (2022)

## **Capítulo VII. Estudio Técnico Financiero y Económico**

### **7.1 Introducción**

El presente estudio es la tercera etapa del proyecto y representa el carácter monetario del mismo, hace referencia a un análisis de la situación económica, financiera y de la capacidad futura de inversión en la creación de un Ciber. Este da criterio a mediano y largo plazo, de igual manera se considera un estudio culminante para la toma de decisión sobre la factibilidad de dicha inversión en el proyecto.

Para Morales & Morales (2009), este estudio consiste en elaborar información financiera que proporcione los datos sobre la cantidad de inversión, ingresos, gastos y utilidad de las operaciones del proyecto, a fin de identificar con precisión el monto de inversión inicial y los flujos de efectivo que producirá el mismo.

Para la elaboración del mismo se hace uso del capítulo IV estudio de mercado y capítulo V estudio técnico, sobre dichos estudios se introducen las actualizaciones necesarias. El mismo detalla el valor actual neto (VAN), tasa interna de retorno (TIR), periodo de recuperación descontado (PRD), razón beneficio- costo (RBC) siendo ellos los principales indicadores financieros que se analizan para la toma de decisión si establecer un Ciber.

### **7.2 Objetivos**

#### **7.2.1 Objetivo General**

Realizar un estudio financiero que evidencie la rentabilidad económica del Ciber, conociendo los indicadores financieros más adecuados para evaluar la factibilidad de la ejecución del proyecto.

### 7.2.2 *Objetivos Específicos*

1. Estipular la inversión, costos y gastos que generará la creación del Ciber.
2. Conocer la forma de financiamiento más ventajosa para el Ciber.
3. Determinar los indicadores financieros más adecuados para evaluar la factibilidad de la ejecución del proyecto.

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

La inversión inicial o la cantidad de dinero que se necesita para la creación de un Ciber se detalla de la siguiente manera:

#### 7.3.1 **Inversión Fija**

Esta es referente a los activos fijos, mobiliaria y equipo, arrendamiento del local, entre otras comprar que realiza una empresa en el área de papelería en un periodo determinado, se considera la inversión en equipo nuevo como la reparación de los mismos. La inversión fija del Ciber-Papelería es de L 448,324.00, detallándose en la siguiente tabla:

**Tabla 20**

*Inversión Fija del Proyecto*

<b>INVERSIÓN FIJA</b>	<b>L</b>	<b>448,324</b>
Mobiliario	L	128,500
Equipo	L	268,609
Gastos de organización	L	3,215
Arrendamiento	L	48,000

**Fuente:** elaboración propia (2022)

#### 7.3.2 **Inversión Preoperativa**

La inversión preoperativa son los gastos que la empresa incurre en la puesta en marcha del proyecto, esta inversión es referente a permiso de operación, constitución

mercantil, gastos legales, remodelaciones y otros, en el caso del Ciber se detalla a continuación:

**Tabla 21**

*Inversión Preoperativa*

<b>INVERSIÓN PRE OPERATIVA (L)</b>	<b>L 22,880</b>
Inversión en Remodelación e Instalación	L 7,500
Gastos Legales	L 10,500
Costo Preoperativo	L 4,880

**Fuente:** elaboración propia (2022)

**7.3.3 Inversión en Capital de Trabajo**

El capital de trabajo son los recursos financieros que la empresa necesita para seguir funcionando, normalmente es para un año de trabajo, sin embargo, a conciencia del investigador y por la naturaleza del proyecto, este capital puede abarcar menos tiempo, en palabras de algunos financistas, se le conoce como medida de capacidad de la empresa para continuar con el normal desarrollo de las actividades. Para el Ciber se consideran los sueldos y salarios para un mes, tomando en cuenta que el negocio tendrá flujo de dinero a diario, el costo de los insumos y un porcentaje de imprevistos, detallándose en la tabla siguiente:

**Tabla 22**

*Capital Trabajo*

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>L 88,797</b>
Sueldos y Salarios	L 54,012
Insumos	L 1,900
Imprevistos	L 32,885

**Fuente:** elaboración propia (2022)

#### 7.4 Costo de Capital

Para calcular la tasa con la que se descontarán los flujos de efectivo generados por el proyecto, se determina el retorno requerido, en cuanto a deuda bancaria el interés cobrado por el banco será de 16%, por otro lado, estableciéndose 10.70% con respecto a fondos propios, este utilizando el modelo CAPM:  $R_i = R_f + \beta_i * (R_m - R_f) + R_p$

Donde

$R_i$  = Costo de capital

$R_f$  = Tasa libre de riesgo,

$R_m$  = Riesgo sistemático del mercado

$R_f$  = Expectativa del mercado

$R_p$  = Riesgo de País).

**Tabla 23**

*Modelo CAPM (Cálculo del retorno requerido para los fondos propios)*

BCH Honduras	Tasa libre de riesgo	$R_f$	0.059
Constante en 1	Beta	$B_i$	1
IMAE	Expectativa del mercado	$R_m$	0.051
Bloomberg		Riesgo pais	0.056
<b>Costo de Capital</b>			<b>10.70%</b>

**Fuente:** elaboración propia (2022)

El Costo de capital ponderado promedio de la inversión es de 14.7% esto respecto a la participación de la deuda a corto y largo plazo, la participación de fondos propios, el costo de capital de la deuda a corto y largo plazo y el costo de oportunidad del patrimonio que es de 5%.

**Tabla 24**

*Costo de Capital Ponderado*

<b>DETALLE</b>	<b>Inversión</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Deuda Largo Plazo en L	421,203	361,423	291,345	209,195	112,893	0
Patrimonio en L	138,797	255,347	390,731	683,903	1,086,574	1,778,651
<b>Total Recursos</b>	<b>560,000</b>	<b>616,771</b>	<b>682,077</b>	<b>893,098</b>	<b>1,199,467</b>	<b>1,778,651</b>
Participación Deuda L/P	75%	59%	43%	23%	9%	0%
Participación Fondos Propios	25%	41%	57%	77%	91%	100%
Costo de Capital Deuda L/P	16%	16%	16%	16%	16%	16%
Costo de Capital Fondos Propios	11%	11%	11%	11%	11%	11%
<b>Costo de Capital Ponderado Anual</b>	<b>14.7%</b>	<b>13.8%</b>	<b>13%</b>	<b>12%</b>	<b>11%</b>	<b>11%</b>

*Fuente:* elaboración propia (2022)

**7.5 Determinación de los Ingresos**

Los ingresos del proyecto para el primer año serán de L 1,649,014, de igual manera se hace una proyección para los próximos 4 años, haciendo uso del índice de inflación, la cual según BCH es de 5.32% para el último año

**Tabla 25**

*Ingresos Totales*

<b>Año</b>	<b>Ingresos Totales en L</b>
1	1,649,014
2	1,995,307
3	2,414,321
4	2,921,321
5	3,534,807

*Fuente:* elaboración propia (2022)

**7.6 Determinación de Costos**

Urbina (2010), desembolso en efectivo o en especie, hecho en el pasado, presente, futuro o en forma virtual. Todo gasto en el que se incurre para lograr la actividad económica de una empresa, los cuales son: de producción, administración, de venta, financieros y otros.

**1. Costo de Producción**

Valor monetario que se incurre en la obtención de un bien, incluye costo de prestación del servicio o costos indirectos de la fabricación que se cargan a los procesos del trabajo, se definen como el valor de los insumos que requieren las unidades económicas para la producción del servicio. Para el proyecto estos costos son de L 543,439 para el primer año.

**Tabla 26**

*Costos de Producción*

<b>Costos de Producción</b>	<b>Año1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año3</b>	<b>Año4</b>	<b>Año5</b>
Insumos	19,000	13,063	13,723	14,383	15,043
Costos indirectos de fabricación	138,996	152,896	168,185	185,004	203,504
Mano de obra directa	385,443	424,291	468,167	518,852	569,281
<b>Total</b>	<b>543,439.00</b>	<b>590,250.00</b>	<b>650,075.00</b>	<b>718,239.00</b>	<b>787,828.00</b>

*Fuente:* elaboración propia (2022)

## 2. Costo de Administración

Valor monetario que se genera de la dirección o manejo de la empresa, incluye todos aquellos costos que se generan en la oficina y del personal administrativo. Siendo de L 144,872 para el primer año.

**Tabla 27**

*Costos Administrativos*

<b>Costos de administración</b>	<b>Año1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año3</b>	<b>Año4</b>	<b>Año5</b>
Gastos administrativos	90,860	99,946	109,941	120,935	133,028
Mano de obra indirecta	54,012	648,149	714,023	788,438	874,428
<b>Total</b>	<b>144,872</b>	<b>748,095</b>	<b>823,963</b>	<b>909,372</b>	<b>1,007,456</b>

*Fuente:* elaboración propia (2022)

## 3. Costo de Ventas

Valor monetario que se atribuye a la venta de un activo, para el Ciber el primer año sus costos de venta son de L 89,100.

**Tabla 28**

*Costos de Venta*

<b>CONCEPTO</b>	<b>PROYECTADO</b>				
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Publicidad y Promoción	5,000	5,500	6,050	6,655	7,321
Producto para la venta	70,000	77,000	84,700	93,170	102,487
Fletes	6,000	6,600	7,260	7,986	8,785
Imprevistos 10%	8,100	8,910	9,801	10,781	11,859
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>89,100</b>	<b>98,010</b>	<b>107,811</b>	<b>118,592</b>	<b>130,451</b>

*Fuente:* elaboración propia (2022)

#### 4. Costos Financieros

Son los intereses pagados por capitales obtenidos en préstamos y que son invertidos en el proyecto. Para lo cual se estructura una tabla donde se detalla los abonos a capital, intereses y saldo pendiente. Los intereses que se pagarían en los cinco años son de L.193,367.37, a continuación, se detalla la manera en que se obtendrá el monto de la inversión de L 421,203 lempiras y el valor obtenido de interés. El 75% del monto de la inversión se espera obtenerlo mediante un préstamo en la banca comercial a un plazo de 5 años, y una tasa anual del 16%.

**Tabla 29**

*Resumen del Financiamiento*

PERIODO	CUOTA	CAPITAL	INTERESES	SALDO
0	-	-	-	L. 421,203.12
1	L. 122,914.10	L. 59,779.69	L. 63,134.41	L. 361,423.43
2	L. 122,914.10	L. 70,077.98	L. 52,836.11	L. 291,345.45
3	L. 122,914.10	L. 82,150.37	L. 40,763.72	L. 209,195.07
4	L. 122,914.10	L. 96,302.48	L. 26,611.61	L. 112,892.59
5	L. 122,914.10	L. 112,892.59	L. 10,021.51	L. 0.00

*Fuente:* elaboración propia (2022)

#### 5. Depreciaciones y Amortización

La depreciación es la distribución del valor de los Activos Fijos Tangibles mediante la aplicación en cantidades periódicas de su costo, a cuentas de resultado, sobre la base del tiempo estimado de vida útil, a contar desde la fecha de adquisición. La depreciación para el proyecto es igual a L 26,388.

**Tabla 30**

*Depreciación*

<b>NOMBRE DEL BIEN</b>	<b>VIDA UTIL</b>	<b>VALOR</b>	<b>ANUAL</b>	<b>AÑO 1 en L</b>
Mobiliario	10	128,125.00	12,684.38	115,440.63
Gastos de organización	5	3,215.10	636.59	2,578.51
Equipo	10	131,985.79	13,066.59	118,919.20
<b>DEPRECIACION DEL PERIODO</b>				<b>26,388</b>

*Fuente:* elaboración propia (2022)

La amortización es la distribución periódica del costo de los Activos Intangibles, mediante su aplicación a cuenta de resultados, durante la vida legal o estimada de los mismos, a contar de la fecha de adquisición y utilización. Para dicho proyecto la amortización del primer año es de L 10,172.08.

**Tabla 31**

*Amortización*

<b>NOMBRE DEL BIEN</b>	<b>VIDA UTIL</b>	<b>VALOR</b>	<b>AMORTIZACIÓN ANUAL</b>	<b>AÑO 1 en L</b>
Gastos de organización	5	3,215.10	643.02	2,572.08
Gastos preoperativos	5	9,500.00	1,900.00	7,600.00
<b>TOTALES</b>		<b>12,715.10</b>	<b>2,543.02</b>	<b>10,172.08</b>
<b>AMORTIZACION ANNUAL</b>				<b>2,543.02</b>

*Fuente:* elaboración propia (2022)

**6. El financiamiento y su tabla de amortización de la deuda.**

El financiamiento es el proceso mediante el cual el proyecto captara fondos. Así, dicho recursos podrán ser utilizados para la inversión. Este será mediante aportación de socios de un 25% y el 75% restante por medio de un préstamo, la deuda será con un monto de L 421,203 y una cuota de L 10,243 (Banco LAFISE, 2023).

**Tabla 32**

*Amortización del Préstamo*

<b>NO.</b>	<b>CUOTA</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>INTERES</b>	<b>SALDO</b>
0	-	-	-	421,203.12
1	L. 10,242.84	4,626.80	5,616.04	416,576.32
2	L. 10,242.84	4,688.49	5,554.35	411,887.83
3	L. 10,242.84	4,751.00	5,491.84	407,136.83
4	L. 10,242.84	4,814.35	5,428.49	402,322.48
5	L. 10,242.84	4,878.54	5,364.30	397,443.93
6	L. 10,242.84	4,943.59	5,299.25	392,500.34
7	L. 10,242.84	5,009.50	5,233.34	387,490.84
8	L. 10,242.84	5,076.30	5,166.54	382,414.54
9	L. 10,242.84	5,143.98	5,098.86	377,270.56
10	L. 10,242.84	5,212.57	5,030.27	372,058.00
11	L. 10,242.84	5,282.07	4,960.77	366,775.93
12	L. 10,242.84	5,352.50	4,890.35	361,423.43
13	L. 10,242.84	5,423.86	4,818.98	355,999.57
14	L. 10,242.84	5,496.18	4,746.66	350,503.39
15	L. 10,242.84	5,569.46	4,673.38	344,933.93
16	L. 10,242.84	5,643.72	4,599.12	339,290.20
17	L. 10,242.84	5,718.97	4,523.87	333,571.23
18	L. 10,242.84	5,795.23	4,447.62	327,776.01
19	L. 10,242.84	5,872.49	4,370.35	321,903.51
20	L. 10,242.84	5,950.79	4,292.05	315,952.72
21	L. 10,242.84	6,030.14	4,212.70	309,922.58
22	L. 10,242.84	6,110.54	4,132.30	303,812.04
23	L. 10,242.84	6,192.01	4,050.83	297,620.02
24	L. 10,242.84	6,274.57	3,968.27	291,345.45
25	L. 10,242.84	6,358.24	3,884.61	284,987.21
26	L. 10,242.84	6,443.01	3,799.83	278,544.20
27	L. 10,242.84	6,528.92	3,713.92	272,015.28
28	L. 10,242.84	6,615.97	3,626.87	265,399.31
29	L. 10,242.84	6,704.18	3,538.66	258,695.13

30	L. 10,242.84	6,793.57	3,449.27	251,901.55
31	L. 10,242.84	6,884.15	3,358.69	245,017.40
32	L. 10,242.84	6,975.94	3,266.90	238,041.46
33	L. 10,242.84	7,068.96	3,173.89	230,972.50
34	L. 10,242.84	7,163.21	3,079.63	223,809.29
35	L. 10,242.84	7,258.72	2,984.12	216,550.57
36	L. 10,242.84	7,355.50	2,887.34	209,195.07
37	L. 10,242.84	7,453.57	2,789.27	201,741.50
38	L. 10,242.84	7,552.95	2,689.89	194,188.55
39	L. 10,242.84	7,653.66	2,589.18	186,534.88
40	L. 10,242.84	7,755.71	2,487.13	178,779.17
41	L. 10,242.84	7,859.12	2,383.72	170,920.06
42	L. 10,242.84	7,963.91	2,278.93	162,956.15
43	L. 10,242.84	8,070.09	2,172.75	154,886.06
44	L. 10,242.84	8,177.69	2,065.15	146,708.36
45	L. 10,242.84	8,286.73	1,956.11	138,421.63
46	L. 10,242.84	8,397.22	1,845.62	130,024.41
47	L. 10,242.84	8,509.18	1,733.66	121,515.23
48	L. 10,242.84	8,622.64	1,620.20	112,892.59
49	L. 10,242.84	8,737.61	1,505.23	104,154.98
50	L. 10,242.84	8,854.11	1,388.73	95,300.87
51	L. 10,242.84	8,972.16	1,270.68	86,328.71
52	L. 10,242.84	9,091.79	1,151.05	77,236.92
53	L. 10,242.84	9,213.02	1,029.83	68,023.90
54	L. 10,242.84	9,335.86	906.99	58,688.05
55	L. 10,242.84	9,460.33	782.51	49,227.71
56	L. 10,242.84	9,586.47	656.37	39,641.24
57	L. 10,242.84	9,714.29	528.55	29,926.95
58	L. 10,242.84	9,843.82	399.03	20,083.13
59	L. 10,242.84	9,975.07	267.78	10,108.07
60	L. 10,242.84	10,108.07	134.77	0.00
<hr/>				
<b>TOTALES</b>	614,570.49	421,203.12	193,367.37	

**Fuente:** elaboración propia (2022)

## 7.7 Presupuesto de Ingresos, Costos y Gastos

A continuación, se muestra una proyección del presupuesto del proyecto. Donde los ingresos para el primer año deben ser de L 1,649,014 y los costos totales serán de L 777,411 con gastos financieros de L 63134, de la misma manera se hace una proyección para los próximos 4 años, haciendo uso del índice de inflación la cual según BCH es de 5.32 para el último año.

**Tabla 33**

*Proyecciones de Ingreso, Costos y Gastos*

<b>Año</b>	<b>Ingresos Totales</b>	<b>Costos Totales</b>	<b>Gastos Financieros</b>
1	1,649,014	777,411.00	63134.41
2	1,995,307	1,436,355.00	52836.11
3	2,414,321	1,581,849.00	40763.72
4	2,921,321	1,746,203.00	26611.61
5	3,534,807	1,925,735.00	10021.51

*Fuente:* elaboración propia (2022)

## 7.8 Proyección de Estados Financieros

### 1. Estado de resultados

Según el estado de resultado, el volumen y la tendencia de ingresos netos para el primer año son de L 1,649,014, generándose una utilidad neta de L 116,550 para dicho año, este estado financiero muestra los movimientos y variaciones monetarias, los flujos de efectivos del proyecto para el primer año serán de L 85,701 y de L 1,139,504 para el año cinco, por lo tanto, esa cantidad de efectivo es la generada y aprovechada en las actividades operativas de inversión y financiamiento del proyecto.

**Tabla 34**

*Estado de Resultado*

<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>					
<b>CONCEPTO</b>	<b>PROYECTADO</b>				
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Ingreso por Ventas	<b>1,649,014</b>	<b>1,995,307</b>	<b>2,414,321</b>	<b>2,921,328</b>	<b>3,534,807</b>
(-) Descuentos					
(+) Otros Ingresos (Intereses s/CD)	-	2,200	5,500	9,900	15,400
<b>Total Ingresos Netos</b>	<b>1,649,014</b>	<b>1,997,507</b>	<b>2,419,821</b>	<b>2,931,228</b>	<b>3,550,207</b>
<b>(-) Costos de Producción</b>	<b>543,439</b>	<b>590,249</b>	<b>650,076</b>	<b>718,238</b>	<b>787,828</b>
Material Directo	19,000	13,063	13,723	14,383	15,043
Gastos en Personal Directo	385,443	424,291	468,167	518,852	569,281
Costos Indirectos de Fabricación	138,996	152,896	168,185	185,004	203,504
<b>(=) Utilidad Bruta del Ejercicio</b>	<b>1,105,575</b>	<b>1,407,257</b>	<b>1,769,745</b>	<b>2,212,990</b>	<b>2,762,380</b>
<b>(-) Costos de Operación</b>	<b>887,040</b>	<b>973,909</b>	<b>1,071,420</b>	<b>1,182,816</b>	<b>1,296,256</b>
Gastos de Administración	90,860	99,946	109,941	120,935	133,028

Gastos de Venta	89,100	98,010	107,811	118,592	130,451
Gastos en Personal Indirecto	648,149	714,023	788,438	874,428	959,923
Amortización	2,543	2,543	2,543	2,543	2,543
Depreciación	26,388	26,388	26,388	26,388	26,388
(-) Otros Gastos	30,000	33,000	36,300	39,930	43,923
<b>(=) Utilidad Antes de Intereses e Impuestos</b>	<b>218,535</b>	<b>433,348</b>	<b>698,325</b>	<b>1,030,174</b>	<b>1,466,124</b>
Gastos Financieros	63,134	52,836	40,764	26,612	10,022
<b>(=) Utilidad Antes de Impuestos</b>	<b>155,401</b>	<b>380,512</b>	<b>657,562</b>	<b>1,003,563</b>	<b>1,456,102</b>
(-) Impuesto Sobre la Renta	38,850	95,128	164,390	250,891	364,026
<b>(=) Utilidad Neta Después de Impuestos</b>	<b>116,550</b>	<b>285,384</b>	<b>493,171</b>	<b>752,672</b>	<b>1,092,077</b>
+ Depreciación	28,931	28,931	28,931	28,931	28,931
- Amortización de Capital	59,780	70,078	82,150	96,302	112,893
+ Valor de Salvamento					131,388
<b>Flujos Financieros a Descontar</b>	<b>85,701</b>	<b>244,236</b>	<b>439,952</b>	<b>685,300</b>	<b>1,139,503</b>

*Fuente:* elaboración propia (2022)

## 2. Flujos de efectivo

Este estado financiero muestra los movimientos y variaciones monetarias, los flujos de efectivos del proyecto para el primer año serán de L 283,959, por lo tanto, esa cantidad de efectivo es la generada y aprovechada en las actividades operativas de inversión y financiamiento del proyecto.

**Tabla 35**

*Presupuesto de Caja*

CONCEPTO	AÑO	PROYECTADO				
	INVERSIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Saldo Inicial	-	283,959	365,860	441,284	651,104	946,272
Ingresos	560,000	1,649,014	1,997,507	2,419,821	2,931,228	3,550,207
Ingresos por Ventas	-	1,649,014	1,995,307	2,414,321	2,921,328	3,534,807
Ingresos de Capital	560,000	-	2,200	5,500	9,900	15,400
Aportaciones de los Socios	138,797					
Prestamos	421,203					
Otros Ingresos de Operación		-	2,200	5,500	9,900	15,400
Total Disponible	560,000	1,932,973	2,363,367	2,861,105	3,582,332	4,496,479
Gasto Corriente	-	1,507,333	1,832,005	2,097,851	2,499,758	2,829,332
Gastos de Operación						
Materia Prima		22,800	11,876	13,855	14,515	15,175
Gastos en Personal						
Directo		385,443	424,291	468,167	518,852	569,281
Gastos Indirectos de Operación		138,996	152,896	168,185	185,004	203,504

Gastos en Personal						
Indirecto	648,149	714,023	788,438	874,428	959,923	
Gastos de Administración	90,860	99,946	109,941	120,935	133,028	
Gastos de Venta	89,100	98,010	107,811	118,592	130,451	
Impuesto Sobre la Renta	38,850	95,128	164,390	250,891	364,026	
Otros Gastos de Operación	30,000	33,000	36,300	39,930	43,923	
Gastos Financieros	63,134	52,836	40,764	26,612	10,022	
Pago de Dividendos		150,000	200,000	350,000	400,000	
<b>Gastos de Capital</b>	<b>276,041</b>	59,780	90,078	112,150	136,302	162,893
Deuda	59,780	70,078	82,150	96,302	112,893	
Inversiones en Certificados de Depósito		20,000	30,000	40,000	50,000	
Inversiones	<b>276,041</b>					
Compra de Activos	263,326					
Gastos de Instalación y Constitución	<b>12,715</b>					
Total Egress	276,041	1,567,112	1,922,083	2,210,001	2,636,060	2,992,225
Saldo Neto Disponible	<b>283,959</b>	<b>365,860</b>	<b>441,284</b>	<b>651,104</b>	<b>946,272</b>	<b>1,504,255</b>

*Fuente:* elaboración propia (2022)

### 3. Balance General

El Balance general es óptimo dado que la suma de los activos totales está equilibrada con los Pasivos sumados al patrimonio neto. Siendo el primer año de L 616,770 y de L 1,778,651 para el año cinco.

**Tabla 36**

*Balance General*

CONCEPTO	PROYECTADO				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>ACTIVOS</b>					
CIRCULANTE:	369,660	463,897	703,848	1,039,148	1,647,263
* DISPONIBILIDADES	365,860	441,284	651,104	946,272	1,504,255
* DOCUMENTOS POR COBRAR (CD)	-	20,000	50,000	90,000	140,000
* INVENTARIOS	3,800	2,613	2,745	2,877	3,009
FIJO:	236,938	210,551	184,163	157,776	131,388
<b>INVERSION FIJA</b>	236,938	210,551	184,163	157,776	131,388
OTROS ACTIVOS:	10,172	7,629	5,086	2,543	-
<b>GASTOS DE CONSTITUCION E INSTALACION</b>	10,172	7,629	5,086	2,543	-
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>616,770.78</b>	<b>682,076.65</b>	<b>893,097.59</b>	<b>1,199,467.05</b>	<b>1,778,651.14</b>

**PASIVOS**

CIRCULANTE:	70,078	82,150	96,302	112,893	-
<b>* PRESTAMOS POR PAGAR</b>	70,078	82,150	96,302	112,893	-
LARGO PLAZO:	291,345	209,195	112,893	0	-
<b>* PRESTAMOS POR PAGAR L/P</b>	291,345	209,195	112,893	0	-
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>361,423</b>	<b>291,345</b>	<b>209,195</b>	<b>112,893</b>	<b>-</b>
<b>PATRIMONIO</b>	<b>255,347</b>	<b>390,731</b>	<b>683,903</b>	<b>1,086,574</b>	<b>1,778,651</b>
<b>* APORTACION DE CAPITAL</b>	138,797	-	-	-	-
<b>CAPITAL SOCIAL</b>	-	138,797	138,797	138,797	138,797
<b>* UTILIDADES ACUMULADAS</b>	-	116,550	251,934	545,106	947,778
<b>* UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>	116,550	135,384	293,171	402,672	692,077
<b>TOTAL PASIVO + CAPITAL</b>	<b>616,770.78</b>	<b>682,076.65</b>	<b>893,097.59</b>	<b>1,199,467.05</b>	<b>1,778,651.14</b>

*Fuente:* elaboración propia (2022)

#### 4. Indicadores Financieros

Los indicadores financieros son los que permiten monitorizar los estados financieros de la empresa. Gracias a ellos se puede saber en todo período cuál es su situación financiera, así poder detectar si hay desviaciones en relación con los objetivos definidos para cada indicador. Hay una variedad de indicadores, entre ellos: razones financieras que ayudan a establecer la situación financiera del proyecto en aras de tomar las mejores decisiones. La prueba ácida es de  $5.22 > 1$ , lo que significa que el proyecto tiene la capacidad para cumplir con obligaciones a corto plazo, por otro lado, con el total de inversión de los bienes la empresa genera 2.7, dicho de otra forma, por cada lempira la empresa tiene la capacidad de producir ventas de 2.7 y es importante mencionar que el Ciber puede cubrir 3.5 capacidad de pago.

**Tabla 37**

*Indicadores financieros*

CONCEPTO	PROYECTADO				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>RAZONES DE LIQUIDEZ</b>					
<i>Disponibilidades</i>	L365,860	L441,284	L651,104	L946,272	L1,504,255
Razón Circulante	5.27	5.65	7.31	9.20	N/A
<i>Capital Neto de Trabajo</i>	L299,582	L381,746	L607,546	L926,256	L1,647,263
Prueba de Ácido	5.2	5.6	7.3	9.2	N/A
<b>RAZONES DE ACTIVIDAD</b>					
Rotación de Inventarios	143.0	225.9	236.9	249.7	261.9
<i>Periodo Promedio de Inventario</i>	2.6	1.6	1.5	1.5	1.4
<i>Rotación de Cuentas por Cobrar</i>	-	-	-	-	-
Periodo Promedio de CxC	-	-	-	-	-
<i>Rotación de Cuentas por Pagar</i>	-	-	-	-	-
Periodo Promedio de CxP	-	-	-	-	-
Rotación de Activo Total	2.7	2.9	2.7	2.4	2.0
<b>RAZONES DE ENDEUDAMIENTO</b>					
Deuda Total	58.6%	42.7%	23.4%	9.4%	0.0%

Cargo de Intereses	3.5	8.2	17.1	38.7	146.3
Cobertura de Pagos Fijos	1.1	2.2	3.4	4.9	6.6
<b>Relación Deuda-Patrimonio</b>	1.42	0.75	0.31	0.10	0.00

**RAZONES DE RENTABILIDAD**

Margen de Utilidad Bruta	67.0%	70.5%	73.1%	75.5%	77.8%
Margen de Utilidad Operativa	13.3%	21.7%	28.9%	35.1%	41.3%
Margen de Utilidad Neta	7.1%	14.3%	20.4%	25.7%	30.8%
<b>EBITDA</b>	L247,466	L462,278	L727,256	L1,059,105	L1,495,054
<b>Margen del EBITDA</b>	15.0%	23.1%	30.1%	36.1%	42.1%
Rendimiento sobre Activos (ROA)	18.9%	41.8%	55.2%	62.8%	61.4%
Rendimiento sobre Capital (ROE)	45.6%	73.0%	72.1%	69.3%	61.4%

**OTROS INDICES FINANCIEROS**

Relación de Gastos de Venta a Ingresos	5%	5%	4%	4%	4%
Costos Fijos	887,040	973,909	1,071,420	1,182,816	1,296,256
Costos Fijos con Salida de Efectivo	858,109	944,979	1,042,489	1,153,885	1,267,325
Ingresos por Ventas Proyectados	1,649,014	1,995,307	2,414,321	2,921,328	3,534,807
Punto de Equilibrio en Efectivo	1,323,059	1,380,876	1,461,652	1,561,414	1,658,720
Punto de Equilibrio Mensual en Efectivo	110,255	115,073	121,804	130,118	138,227
Punto de Equilibrio Diario en Efectivo	3,675	3,836	4,060	4,337	4,608
Variabilidad del Efectivo	325,955	614,431	952,669	1,359,914	1,876,087
Variabilidad Relativa del Efectivo	20%	31%	39%	47%	53%
Niveles de Ventas Esperados en Unidades Ponderadas	19,000	20,900	22,990	25,289	27,818
Punto de Equilibrio en Unidades	15,244	14,464	13,918	13,517	13,054
Punto de Equilibrio Mensual en Unidades	1,270	1,205	1,160	1,126	1,088
Punto de Equilibrio Diario en Unidades	42	40	39	38	36
Variabilidad de las Unidades	3,756	6,436	9,072	11,772	14,764
Variabilidad Relativa de las Unidades	20%	31%	39%	47%	53%
Costo de Capital Ponderado Anual	13.8%	13%	11.9%	11.2%	10.7%

**Fuente:** elaboración propia (2022)

## 5. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es exactamente donde el proyecto permite pagar todos los costos, pero no genera ninguna ganancia, de otra forma se puede decir que los ingresos por ventas son iguales a los costos, no genera pérdida, pero tampoco da ningún beneficio. El proyecto se encuentra en un punto de equilibrio cuando se venden 15,244 horas y unidades del bien y servicio. En este punto la empresa no tiene pérdidas, pero tampoco genera ninguna utilidad, esto da entender que el proyecto debería vender más de 15,244 unidades u horas para generar utilidades y ser rentable.

**Tabla 38**

*Punto de Equilibrio*

<b>Punto de Equilibrio</b>	<b>Año1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año5</b>
P.E. Efectivo	1,323,059	1,380,876	1,461,652	1,561,414	1,658,720
P.E. Mensual en Efectivo	110,255	115,073	121,804	130,118	138,227
P. E. Diario en Efectivo	3,675	3,836	4,060	4,337	4,608
P. E. en Unidades	15,244	14,464	13,918	13,517	13,054
P. E. Mensual en Unidades	1,270	1,205	1,160	1,126	1,088
P. E. Diario en Unidades	42	40	39	38	36

**Fuente:** elaboración propia (2022)

## 7.9 Cálculo de Técnicas de Evaluación Económica y Financiera del Proyecto

Son las que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, entre ella se pueden mencionar el valor actual neto (VAN), la tasa interna de retorno (TIR), la relación beneficio costo (B-C), el periodo de recuperación (PRI). El Valor Actual Neto muestra la rentabilidad de inversión en el Ciber de manera monetaria positiva, de L 962,520, la TIR de 51.69%, el CCP es del 14.7% menor que la TIR en 37%, por otro lado, es importante mencionar que la relación beneficio – costo es de 2.72, es decir que por cada lempira que

se invierta en el proyecto se obtendrán un excedente de L 1.72 y un PRI de 2 años con 6 meses y 9 días.

**Tabla 39**

*Indicadores Financieros*

<b>INDICADORES</b>	
<b>VAN</b>	<b>L 962,520</b>
<b>TIR</b>	<b>51.69%</b>
<b>Costo de Capital Ponderado</b>	<b>14.7%</b>
<b>Razón Beneficio-Costo</b>	<b>2.72</b>
<b>PRI Descontado</b>	<b>3A, 0M, 7D</b>
<b>PRI Normal</b>	<b>2A, 6M y 9D</b>

*Fuente:* elaboración propia (2022)

Por lo antes mencionado, se observa que se acepta el proyecto dado que el VAN es de L 962,520 mayor que cero, la razón beneficio/ costo es de 2.72 mayor que uno, la TIR es de 51.69% mayor que el CCP en 37% y el periodo de recuperación de inversión es de 2A, 6M Y 20D menor al periodo evaluado.

### **7.10 Análisis de Sensibilidad**

Este consiste en analizar los cambios de un resultado, al hacer una variación de un porcentaje en cada variable.

#### **1. Rubros más sensibles del negocio**

Las variables a los que se tiene mayor sensibilidad son a los costos en los cuales no se tiene un control, como ser un aumento en: alquiler, energía eléctrica, servicio de internet, precios de combustible, entre otros. Y los ingresos por ventas, los cuales son relevantes considerando escenarios poco favorables que influyan en las ventas del negocio, por ello se toma en cuenta la sensibilidad del Ciber al tener un incremento del

10% en los costos incontrolables y una disminución del 10% en los ingresos por venta, los cuales pueden ser influidos por la tasa de inflación.

**2. Técnicas que consideran el valor del dinero en el tiempo.**

El análisis de Sensibilidad 1, hace referencia a una reducción del 10% en los ingresos de ventas, donde el Valor Actual Neto, muestra la rentabilidad de inversión en el Ciber de manera monetaria positiva, de L358,531, una TIR de 29%, el CCP es del 14.7% menor que la TIR en 14%, por otro lado, es importante mencionar que la relación beneficio/ costo es de 1.64.

**Tabla 40**

*Sensibilidad 1*

INDICADORES	
VAN	L 358,531
TIR	29.0%
Costo de Capital Ponderado	14.7%
Razon Beneficio-Costo	1.64
PRI Descontado	4A, 2M, 7D
PRI Normal	3A, 6M, 11D

**Fuente:** elaboración propia (2022)

El análisis de Sensibilidad 2, hace referencia a un incremento del 10% en los costos incontrolables, donde el Valor Actual Neto, muestra la rentabilidad de inversión en el Ciber de manera monetaria positiva, de L 916,775, una TIR de 50%, el CCP es del 14.7% menor que la TIR en 35.3%, por otro lado, es importante mencionar que la relación beneficio/ costo es de 2.64.

**Tabla 41**

*Sensibilidad 2*

INDICADORES	
VAN	L 916,775
TIR	49.91%
Costo de Capital Ponderado	14.7%
Razon Beneficio-Costo	2.64
PRI Descontado	3A, 1M, 4D
PRI Normal	2A, 7M, 5D

*Fuente:* elaboración propia (2022)

**3. Cuadro comparativo (técnicas de evaluación no sensibilizadas y las técnicas una vez sensibilizadas).**

En la tabla siguiente se hace una comparación de los indicadores financieros, el normal, el análisis de sensibilidad 1, hace referencia a la sensibilidad de la empresa si hay disminución del 10% los ingresos y el 2 es la sensibilidad de la empresa a un aumento de 10% en los costos.

**Tabla 42**

*Comparativo de Técnicas*

INDICADORES DE PROYECTO	NORMAL	SENSIBILIDAD 1	SENSIBILIDAD 2
VAN	L. 962,520	L. 358,531	L. 916,775
TIR	51.69%	28.96%	49.91%
RAZON BENEFICIO/COSTO	2.72	1.64	2.64
PERIODO DE RECUPERACIÓN DESCONTADO	3A, 0M, 7D	3A, 6M,11D	3A, 1M, 4D
PERIODO DE RECUPERACIÓN	2A, 6M y 9D	4A, 2M, 7D	2A, 7M, 5D

*Fuente:* elaboración propia (2022)

#### **4. Análisis de impacto, determinando donde está la sensibilidad y su contingencia.**

Observando la tabla anterior, se puede decir que el proyecto es poco sensible a un aumento en los costos incontrolables y a una disminución en los ingresos por venta, dado que, a pesar de tener una variación en los indicadores financieros, estos siguen presentando un panorama positivo; y la literatura indica que el proyecto es rentable y se acepta.

Como medidas de contingencia en cuanto a ubicación física, se cuenta con un lugar con acceso a los clientes, la ubicación de equipo (monitor, teclado, sillas, etc.) será la adecuada para brindar comodidad a los usuarios, en cuanto a la seguridad, evaluando los distintos peligros que afectan el nivel informático como: i) amenazas al negocio (ataques externos a los sistemas para robar información), ii) errores humanos (mal funcionamiento del sistema por alguien sin conocimiento), iii) desastre natural (sobrecarga eléctrica, inundaciones) y iv) situaciones extraordinarias (pandemia COVID-19).

Algunas medidas de seguridad que se implementaran para poder prevenir lo antes mencionado son: i) instalar software de seguridad, ii) instalación de cortafuegos (evitar que los usuarios de Internet no autorizados tengan acceso a redes privadas conectadas a Internet), iii) asistencia o asesoría técnica para las personas que no tengan conocimiento al utilizar la herramienta (computadora), iv) reglas de higiene, manteniendo el área limpia, evitando comidas y bebidas cerca del equipo y acomodar los cables de manera ordenada.

#### **7. 11 Riesgo Financiero de la Inversión**

Los riesgos financieros que puede presentar el proyecto, podría ser el incumplimiento de pago de la deuda o escasez monetaria para cubrir los gastos fijos del

Ciber, por ello es necesario poder conocer los escenarios que puedan ocurrir, para ello la siguiente tabla detalla las razones de endeudamiento, proyectando los niveles de riesgo a corto y largo plazo.

**Tabla 43**

*Razones de Endeudamiento*

<b>Razones</b>	<b>Año1</b>	<b>Año2</b>	<b>Año3</b>	<b>Año4</b>	<b>Año5</b>
Deuda Total	58.6%	42.7%	23.4%	9.4%	0.0%
Cargo de Intereses	3.5	8.2	17.1	38.7	146.3
Cobertura de Pagos Fijos	1.1	2.2	3.4	4.9	6.6
Relación Deuda-Patrimonio	1.42	0.75	0.31	0.10	0.00

**Fuente:** elaboración propia (2022)

La tabla anterior muestra que, del total de activos de la empresa, el 58.6% para el primer año y un porcentaje para los próximos cuatro años, respectivamente, serán financiados con deuda. El cargo de interés indica que la empresa puede cubrir 3.5 veces los gastos financieros u interés pagados, utilizando utilidad operacional en el primer año. Por cada lempira de patrimonio del negocio, la empresa tiene una deuda de 1.42 centavos para el primer año y 0.00 centavos para el año 5. Tomando en cuenta estos datos, se puede afirmar que el Ciber tendrá la capacidad productiva y económica para pagar la deuda contraída.

Es importante hacer mención del indicador financiero Earnings Before Interest Taxes Depreciation and Amortization EBITDA, por sus siglas en inglés, el cual muestra la capacidad operativa con la que se cuenta para generar riqueza o el beneficio de la empresa antes de restar los intereses que se tiene que pagar por la deuda contraída, los impuestos, las depreciaciones y amortizaciones.

**Tabla 44**

*Utilidad Antes de Intereses, Impuestos, Depreciación y amortización (EBITDA)*

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
EBITDA	247,466	462,278	727,256	1,059,105	1,495,054
Margen del EBITDA	15%	23%	30%	36%	42%

**Fuente:** elaboración propia (2022)

La tabla anterior muestra que el Ciber, libera el primer año L 247,466 estos para poder pagar los impuestos, deuda de inversión y pago de dividendos, de igual manera por cada lempira de ingreso en ventas, se libera 0.15 centavos.

### **Capítulo VIII: Estudio de Impacto Social**

El Ciber buscará un constante equilibrio en la prestación de un bien y servicio de calidad, garantizando limpieza e higiene que reduzcan los impactos negativos en el entorno social y ambiental. Es importante mencionar que el negocio forma parte de un sector sostenible, hablando de su aporte en la actividad económica en la rama de servicios, la cual ayuda al crecimiento económico del país.

De igual forma, el proyecto tendrá un impacto social positivo, ya que hará la función de proveer conectividad a una parte de la población, especialmente a jóvenes como lo son los estudiantes, que no cuentan con otros medios para acceder a las Tecnologías de la Información y Comunicación, sabiendo la importancia de estas herramientas en sus estudios. Así mismo, se propicia la generación de empleo en la comunidad, beneficiando la situación económica y calidad de vida de los mismos, ampliando la generación de empleos en el transcurso de los años.

En cuanto al medio ambiente, se pretenden llevar a cabo actividades de mitigación con respecto a un adecuado manejo de residuos sólidos y líquidos por medio de contenedores que clasifiquen los mismos, de igual manera se reducirá el uso de papel en cuanto a impresión y fotocopiado en documentos doble cara. También se realizará reciclado de papel, reutilizando las hojas para dar mantenimiento a las máquinas y para documentos internos.

Por otro lado, la compra de tóneres será original y de alto rendimiento, ya que garantizan un mayor número de impresiones con buena calidad, reduciendo así la contaminación por desechos de tinta y cartuchos, el negocio se compromete a trabajar con proveedores que muestren un cumplimiento legal con respecto a la responsabilidad ambiental e higiénica en sus procesos, con respecto a producto para la venta e insumos.

### **Conclusiones**

1. Según el estudio de mercado, existe un potencial mercado insatisfecho, ya que hay una demanda insatisfecha de 369,403 horas anuales, equivalentes al 59% de la demanda total, al que se pretende ingresar dado que, el proyecto cuenta con un nivel de aceptación de 90%. Se hará uso de canales de distribución directos, siendo la mayor estrategia competitiva la calidad y cercanía a los clientes y usuarios.
2. En el estudio técnico se identificó que la mejor localización para el proyecto es en la colonia Iberia, teniendo en cuenta la cercanía al mercado meta, dado que forma parte del municipio del Distrito Central, el cual, tiene la mayor población estudiantil en Honduras.
3. Al elaborar el estudio organizacional y legal se puede decir que el Ciber contará con una estructura organizativa de cuatro personas, que consta de mano de obra directa e

indirecta y con las competencias necesarias para llevar a cabo las actividades de la empresa, la cual se constituirá de tipo Sociedad de Responsabilidad Limitada (S. De R.L.).

4. En el estudio financiero y económico se muestra que la inversión para llevar a cabo el proyecto es de L 560,000, se acepta el proyecto dado que los indicadores financieros son positivos con un VAN de L 962,520 mayor que cero, la razón beneficio-coste es de 2.72 mayor que uno, la TIR es de 51.69% mayor que el CCP en 37% y el periodo de recuperación de inversión es de 2A, 6M Y 20D menor al periodo evaluado, mostrando que la creación de un Ciber es factible y rentable, con una rentabilidad financiera (ROE) de 45.6%.

5. En cuanto al impacto social, el negocio buscará un constante equilibrio en prestar un servicio de alta calidad, garantías de limpieza, reciclaje de papel y reducción de impactos negativos en el entorno social y ambiental.

## Bibliografía

- Anrrango, Y. K. (3 de mayo de 2015). *Repositorio UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE*. Obtenido de ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE PAPELERÍA Y LIBRERÍA EN EL BARRIO TANGUARÍN, PARROQUIA DE SAN ANTONIO CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA:  
<http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/6781/1/02%20ICO%20503%20TRABAJO%20GRADO.pdf>
- Banco LAFISE. (8 de Abril de 2023). *Banco LAFISE prestamos*. Obtenido de Calcule la cuota de su prestamo:  
<https://www.lafise.com/blh/PrestamosBLH/personal.html>
- Banco Mundial. (27 de Noviembre de 2022). *Banco Mundial, BM*. Obtenido de Personas que usan Internet (% de la población) - Honduras:  
<https://datos.bancomundial.org/indicador/IT.NET.USER.ZS?locations=HN>
- BID. (09 de Diciembre de 2021). *Banco Interamericano de Desarrollo*. Obtenido de Tecnología educativa en América Latina y el Caribe:  
<https://publications.iadb.org/es/tecnologia-educativa-en-america-latina-y-el-caribe>
- Bores Calle, N. J. (2012). Los materiales escolares: especial atención al cuaderno del alumno en educación física. *VIREF*, 1-27. Obtenido de LOS MATERIALES ESCOLARES: ESPECIAL ATENCIÓN AL CUADERNO DEL ALUMNO EN EDUCACIÓN FÍSICA:  
[http://viref.udea.edu.co/contenido/publicaciones/memorias\\_expo/educacion\\_fisica/los\\_materiales.pdf](http://viref.udea.edu.co/contenido/publicaciones/memorias_expo/educacion_fisica/los_materiales.pdf)

Brume, M. J. (2019). *Estructura organizacional*. Barranquilla: Institución Universitaria Itsa (978-958-52221).

Bustos, P., & Arraño, M. (9 de diciembre de 2009). *Conociendo las TIC*. Obtenido de Repositorio Universidad de Chile:  
[https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/120281/Calandra\\_Pedro\\_Conociendo\\_los\\_TIC.pdf?sequence=1](https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/120281/Calandra_Pedro_Conociendo_los_TIC.pdf?sequence=1)

Cabero, J. (2005). Cibersociedad y juventud: la cara oculta. *studilib*, 13-42.

Castillo, C. (24 de Septiembre de 2013). *UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID*. Obtenido de Educación inclusiva: Prospección, análisis y propuestas para la formación del profesorado de educación básica en la Universidad de Costa Rica: <http://eprints.ucm.es/22958/1/T34770.pdf>

Castro, C. (3 de Abril de 2015). *Universidad Politécnica Salesina*. Obtenido de Aplicación de las TIC`S en el proceso de enseñanza – aprendizaje de estudiantes con necesidades educativas especiales:  
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/10049/1/UPS-GT000892.pdf>

CEPAL. (26 de Agosto de 2020). *Comisión Económica para América Latina y el Caribe*. Obtenido de CEPAL propone garantizar y universalizar la conectividad y asequibilidad a las tecnologías digitales para enfrentar los impactos del COVID-19: <https://www.cepal.org/es/comunicados/cepal-propone-garantizar-universalizar-la-conectividad-asequibilidad-tecnologias#:~:text=Seg%C3%BAAn%20el%20documento%2C%20en%202019,particular%20su%20edad%20y%20localizaci%C3%B3n>.

CEPAL-UNESCO. (01 de Agosto de 2020). *CEPAL*. Obtenido de La educación en tiempos de la pandemia de COVID-19:

<https://www.cepal.org/es/publicaciones/45904-la-educacion-tiempos-la-pandemia-covid-19>

Claure, K. M. (12 de Diciembre de 2015). *Repositori UMSA*. Obtenido de PLAN DE NEGOCIOS LIBRERÍA Y PAPELERÍA “SOMOS ÚTILES”:

<https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/24406/PG-2122.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Congreso Nacional de Honduras. (5 de mayo de 1950). *Código de Comercio de Honduras*. Obtenido de Cámara de Comercio e Industria de Tegucigalpa:

[https://www.ccit.hn/\\_files/ugd/454fda\\_0873e109a43341b198efc6946b2683bc.pdf](https://www.ccit.hn/_files/ugd/454fda_0873e109a43341b198efc6946b2683bc.pdf)

Corea, S. M. (08 de Abril de 2020). *Pontificia Universidad Javeriana*. Obtenido de La innovación educativa en los tiempos del Coronavirus:

[https://www.researchgate.net/profile/Sandra-Moreno-2/publication/340515328\\_La\\_innovacion\\_educativa\\_en\\_los\\_tiempos\\_del\\_Coronavirus/links/5e8e301fa6fdcca789fe623d/La-innovacion-educativa-en-los-tiempos-del-Coronavirus.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Sandra-Moreno-2/publication/340515328_La_innovacion_educativa_en_los_tiempos_del_Coronavirus/links/5e8e301fa6fdcca789fe623d/La-innovacion-educativa-en-los-tiempos-del-Coronavirus.pdf)

Cortes, M. (03 de Diciembre de 2014). *Repositorio tecnológico de Monterrey*. Obtenido de Ventajas y desventajas del uso de tecnologías en preescolar y su :

<https://repositorio.tec.mx/bitstream/handle/11285/629963/MarthaEiaCort%C3%A9sLeal.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Espinoza, F. (2018). LAS TIC EN HONDURAS: UN ANÁLISIS SOCIOTÉCNICO.

*Anuario de Estudios Centroamericanos*, 11-24.

Fernández, R., & Panadeiro, A. (2009). INFLUENCIAS DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES EN LA. *Revista Iberoamericana de Educación a*, 63-75.

Gómez, C. (07 de Julio de 2017). *tzibalunah*. Obtenido de Metodología de enseñanza y aprendizaje utilizando e-learning para la optimización de recursos en la capacitación docente:

<https://tzibalnaah.unah.edu.hn/xmlui/bitstream/handle/123456789/6547/T-MSgi00005.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

Gómez, L., & Macedo, J. (2010). Importancia de las TIC en la educación básica. *Revista de Investigaciones UNMSM*, 209-2024.

Graells, M. (04 de Agosto de 2010). *Impacto de las TIC en Educación: Funciones y Limitaciones*. Obtenido de Wordpress:

<https://competenciasdelatelecomunicaciones.wordpress.com/impacto-de-las-tic-en-educacion-funciones-y-limitaciones/>

IMPRESOS CERRATO. (16 de Noviembre de 2022). *yellow*. Obtenido de IMPRESOS CERRATO Imprenta tegucigalpa: <https://www.aiyellow.com/impcerrato/>

INE; BHC; STSS; CONEANFO; COHEP; IHSS; INFOP; SAR; UNAH. (07 de Marzo de 2019). *Gobierno de la República de Honduras*. Obtenido de Clasificador Nacional de Actividades Económicas de Honduras- 2018, por clase según sección: [https://www.ine.gob.hn/V3/imag-doc/2019/07/Clasificador-de-Actividades-Economicas-Honduras-2018\\_PDF-1.pdf](https://www.ine.gob.hn/V3/imag-doc/2019/07/Clasificador-de-Actividades-Economicas-Honduras-2018_PDF-1.pdf)

Instituto Nacional de Estadística . (01 de junio de 2022). *Instituto Nacional de Estadística (INE)*. Obtenido de Encuesta Permanente de Hogares de Propósitos Múltiples: <https://www.ine.gob.hn/V3/ephtm/>

IPANDETEC Centroamérica. (02 de Junio de 2021). *IPANDETEC Centroamérica*.

Obtenido de Paso a paso para una política de ciberseguridad integral Honduras:

<https://www.ipandetec.org/wp-content/uploads/2021/06/HONDURAS.pdf>

Jaramillo, P., Castañeda, P., & Pimienta, M. (2009). Qué hacer con la tecnología en el aula: inventario de usos de las TIC para aprender y enseñar. *Realyc*, 159-179.

Larach y Cia. (04 de Diciembre de 2022). *Escolar y Oficina - Larach y Cia*. Obtenido de Escolar y Oficina: <https://larachycia.com/c/Escolar-y-Oficina/540>

Libros y revistas Reyes. (04 de Diciembre de 2022). *Logo de navegación del inicio de TodosBiz*. Obtenido de Librería Reyes: <https://www.todosbiz.com/HN/libreria-reyes-2237-5588>

Minian, J. (08 de Octubre de 2022). *Hemeroteca*. Obtenido de APLICACIONES DEL USO DE LA INFORMATICA Y LAS NUEVAS TECNOLOGIAS DE LA INFORMACION Y COMUNICACIÓN EN EL AMBITO EDUCATIVO: [http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:d7C8-aOYT0AJ:www.quadernsdigitals.net/datos\\_web/hemeroteca/r\\_1/nr\\_8/a\\_80/80.html&cd=1&hl=es-419&ct=clnk&gl=hn](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:d7C8-aOYT0AJ:www.quadernsdigitals.net/datos_web/hemeroteca/r_1/nr_8/a_80/80.html&cd=1&hl=es-419&ct=clnk&gl=hn)

Morales, J., & Morales, A. (2009). *Proyectos de Inversión. Evaluación y Formulación*. México: MCGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

Morillas, A. (02 de Enero de 2010). *MUESTREO EN POBLACIONES FINITAS*.

Obtenido de Cursos ingeniería: [https://www.u-](https://www.u-cursos.cl/ingenieria/2010/1/IN3401/1/material_docente/bajar?id_material=2802)

[cursos.cl/ingenieria/2010/1/IN3401/1/material\\_docente/bajar?id\\_material=2802](https://www.u-cursos.cl/ingenieria/2010/1/IN3401/1/material_docente/bajar?id_material=2802)

Nolasco, J. (10 de Diciembre de 2012). *Biblioteca virtual Miguel de Cervante*. Obtenido de Uso de recursos multimedia para potenciar el aprendizaje de los estudiantes del noveno grado en la asignatura de electricidad en el Centro de Investigación e Innovación Educativas de la Universidad Pedagógica Nacional Francisco Morazán: <https://www.cervantesvirtual.com/nd/ark:/59851/bmccn8w1>

Observatorio Demográfico Universitario. (09 de noviembre de 2021). *Observatorio Demográfico Universitario*. Obtenido de Centroamérica “Tendencias de las Tecnologías de la Información y Comunicación 2010-2019”: <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:Eq1Ah0YYp4EJ:https://odu.unah.edu.hn/dmsdocument/11299-boletin-no-11&cd=1&hl=es-419&ct=clnk&gl=hn>

Ontoria, A., Gomez, J., & Luque, A. (2006). *Aprender con mapas mentales*. Madrid: Narcea, S.A Madrid.

PACASA. (2022 de Diciembre de 2022). *Papelera Calpules, S.A. de C.V.* Obtenido de Historia: <https://www.pacasa.hn>

Parrales, V. (2021). Las TIC y la educación en los tiempos de pandemia. *Serie Científica de la Universidad de las Ciencias Informática*, 104-1117.

Raudales, N. (2014). El uso de las tecnologías de información como medio de alfabetización en las instituciones de educación de Honduras. *Revista Economía y Administración UNAH*, 1-14. Obtenido de <https://www.camjol.info/index.php/EyA/article/view/4319/4066>

Real Academia Española. (2021). *RAE*. Obtenido de papiro: <https://dle.rae.es/papiro>

Real Academia Española. (20 de Noviembre de 2022). *RAE*. Obtenido de Papiro:

<https://dle.rae.es/papiro>

Rigo, D., Guarido, G., Amaya, S., & LLanes, L. (2022). Experiencia educativa en virtualidad. Percepciones de futuros formadores sobre una agencia en construcción. *PURIQ*, 1-18. Obtenido de

<https://www.revistas.unah.edu.pe/index.php/puriq/article/view/361/679>

Rodríguez, C. (1 de Diciembre de 2015). *Repositorio Tecnológico Monterrey*. Obtenido de Uso de las TIC para favorecer el proceso de aprendizaje de estudiantes :

[https://repositorio.tec.mx/bitstream/handle/11285/626577/Claudia\\_Rodr%C3%ADguez\\_Barrera\\_.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.tec.mx/bitstream/handle/11285/626577/Claudia_Rodr%C3%ADguez_Barrera_.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Rojas, M., Silvia, A., & Corea, L. (2014). Tecnologías de la información y la comunicación en la educación. *Dialnet* , 27-40. Obtenido de

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5061046>

Sánchez, I. (10 de Enero de 2015). *Repositorio UAEH*. Obtenido de Cronograma de Actividades:

<https://repository.uaeh.edu.mx/bitstream/bitstream/handle/123456789/16696/LECT128.pdf?sequence=1>

Sanz, B., & Fernández, S. (2021). CUANDO IR AL COLEGIO YA NO ES POSIBLE: LUCES Y SOMBRAS DE LA UTILIZACION DE LA TECNOLOGIA EN LA EDUCACION EN ENTORNOS SOCIALES VULNERABLES DURANTE LA PANDEMIA COVID-19. *EDUCA - International Catholic Journal of Education.*, 23.

SECRETARÍA DE EDUCACIÓN. (28 de Noviembre de 2017). *SECRETARÍA DE EDUCACIÓN*. Obtenido de INFORME SISTEMA EDUCATIVO

## HONDUREÑO EN CIFRAS:

[https://www.se.gob.hn/media/files/articles/Estadisticas\\_Educativas\\_de\\_pais\\_2015\\_2017.pdf](https://www.se.gob.hn/media/files/articles/Estadisticas_Educativas_de_pais_2015_2017.pdf)

Secretaría de Educación. (06 de Diciembre de 2022). *Secretaría de Educación de*

*Honduras*. Obtenido de Sistema de Estadística Educativa; Resumen de Estadística de Matrícula Inicial por Municipios:

[http://estadisticas.se.gob.hn/see/reporte\\_matricula\\_centros.php](http://estadisticas.se.gob.hn/see/reporte_matricula_centros.php)

Torres, J. (11 de Septiembre de 2020). La poca cobertura de Internet en Honduras es el fracaso de las clases virtuales. *FORBES CENTROAMÉRICA*, págs. 1-3.

Tribunal Superior de Cuentas. (3 de octubre de 2021). *Plan de arbitrios de la alcaldia*

*Distrito Central*. Obtenido de Tribunal Superior de Cuentas:

<https://www.tsc.gob.hn/biblioteca/index.php/planes/113-plan-de-arbitrios-alcaldia-del-sistrito-central>

UNESCO. (07 de Diciembre de 2020). *Organización de las Naciones Unidas para la*

*Cultura, las Ciencias y la Educación*. Obtenido de Brechas en los sistemas educativos se agudizarán si no se prioriza a la educación dentro de los planes de respuesta a la pandemia: <https://www.unesco.org/es/articles/bid-unesco-brechas-en-los-sistemas-educativos-se-agudizaran-si-no-se-prioriza-la-educacion-dentro-de>

Urbina, G. B. (2010). *Evaluación de Proyectos*. México: McGRAW-

HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

Útiles de Honduras. (26 de Noviembre de 2022). *Útiles de Honduras*. Obtenido de

Nuestra historia:

<https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:9YdnmdYBf1sJ:https://utilesdehonduras.com/nuestra-historia/&cd=2&hl=es-419&ct=clnk&gl=hn>

Vasquez, F. E. (2018). Las TIC en Honduras: Un análisis sociotécnico. *Anuarios de Estudios Centroamericanos*, 44, 65-99.

DEGT-UNAH

## Anexos

### Anexo 1

#### *Instrumento de recopilación de datos*



#### ENCUESTA

Soy estudiante de la Maestría en Formulación, Gestión y Evaluación de Proyectos en la UNAH y con fines académicos, le solicito conteste este cuestionario, el cual tiene como propósito obtener información para saber el nivel de aceptación de la creación de un CIBER-PAPELERÍA. Por lo que le solicitamos que la información proporcionada sea lo más real posible. Agradeciendo de antemano su colaboración. Le pido favor, tome unos minutos para completar la siguiente encuesta:

**1. Conoce o ha escuchado usted de un CIBER-PAPELERÍA.**

Sí

No

**2. ¿Qué necesidades considera que un CIBER-PAPELERÍA debería cubrir?  
(puede seleccionar varias).**

Internet de alta velocidad

Software reciente

Computadoras con antivirus vigente

Variedad de producto

Buena atención al cliente

Otras \_\_\_\_\_

**3. Le gustaría que hubiera un CIBER-PAPELERÍA cerca de su comunidad (si su respuesta es SI, pase a la 5).**

Sí

No

**4. Por qué no le gustaría que hubiera un CIBER-PAPELERÍA cerca de su comunidad.**

R// \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

5. Ha acudido o actualmente acude a un CIBER.

Si

No

6. A cuál de las siguientes papelerías acude habitualmente.

Útiles de Honduras

PACASA

Libros y revistas Reyes

Impresos Cerrato

Otras \_\_\_\_\_

7. Para qué asistiría a un CIBER-PAPELERÍA (puede seleccionar varias).

Compra de papelería

Navegar en internet

Hacer tareas en grupo

Todas las anteriores

Otros \_\_\_\_\_

8. Del 1 al 5, califique en orden ¿qué es lo que más le interesa de un CIBER-PAPELERÍA?, donde 1 es la calificación más baja y 5 la calificación más alta (solo puede dar un valor que no se repita a cada ítem).

Valor	1	2	3	4	5
Útiles escolares					
Computadora actualizada					
Internet de alta velocidad					
Aire acondicionado					
Golosinas					

9. Qué lo motiva a demandar productos y servicios de Cibers y papelerías.

- Precio
- Calidad
- Buen ambiente
- Cercanía del local

Otro \_\_\_\_\_

10. Usted asistiría a un CIBER de su comunidad (si su respuesta es sí, pase a la pregunta 11)

Sí  No

11. Por qué no

R// \_\_\_\_\_

12. Con qué frecuencia visita un CIBER o PAPELERÍA

- Una vez al mes
- Dos veces al mes
- Tres veces al mes
- Cuatro veces al mes
- Más de cuatro veces al mes

13. Por qué medio se da cuenta de algún CIBER o PAPELERÍA

- Redes Sociales
- Afiches
- Por medio de amigos
- Por el local físico

14. Qué tan importante considera que es una CIBER-PAPELERÍA cerca de su localidad.

- Poco importante
- Neutral

- Importante
- Muy importante

15. Qué precio está dispuesto a pagar por una hora del servicio de un CIBER (máquina e internet)

- L. 25.00
- L. 30.00
- L. 35.00
- Más de L. 35.00

16. Sexo

M

F

Prefiero no contestar

17. Edad

- 6-10 años
- 11-20 años
- 20-30 años
- Más de 30 años

18. Nivel de estudio

- Primaria
- Secundaria
- Universitario

Otras \_\_\_\_\_

19. Nivel de ingreso en el hogar

- Entre L. 5,000-10,000
- Entre L. 10,001-15,000
- Entre L. 15,001-20,000
- Más de L. 20,000

*Fuente:* elaboración propia (2022)

## Anexo 2

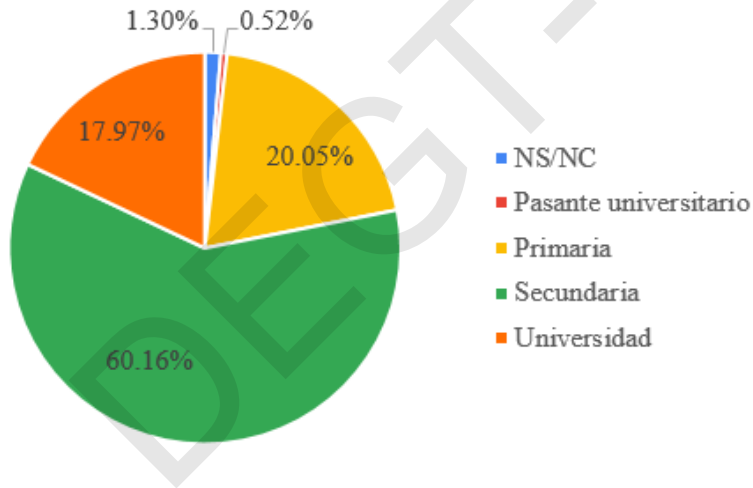
*Cruce de variables: Sexo y nivel de estudio*

	Pasante universitario	Primaria	Secundaria	Universidad	Total
	Recuento	Recuento	Recuento	Recuento	Recuento
15. Sexo					
Femenino	0%	21%	62%	17%	55%
Masculino	1%	19%	58%	19%	45%

**Fuente:** elaboración propia con datos de la encuesta (2022)

## Anexo 3

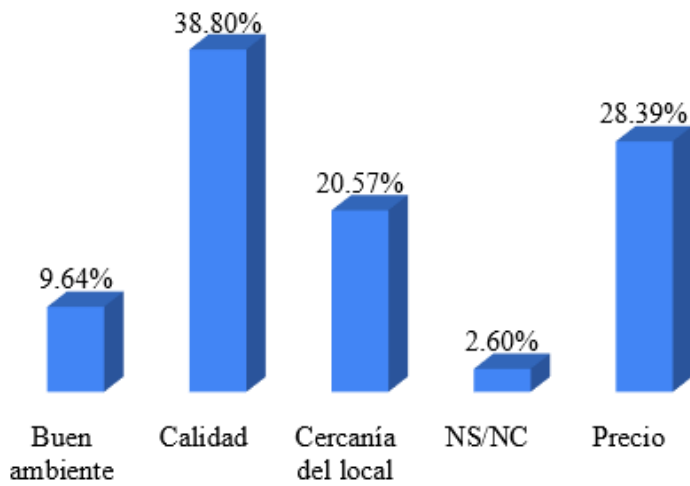
*Nivel Educativo*



**Fuente:** elaboración propia con datos de la encuesta (2022)

#### Anexo 4

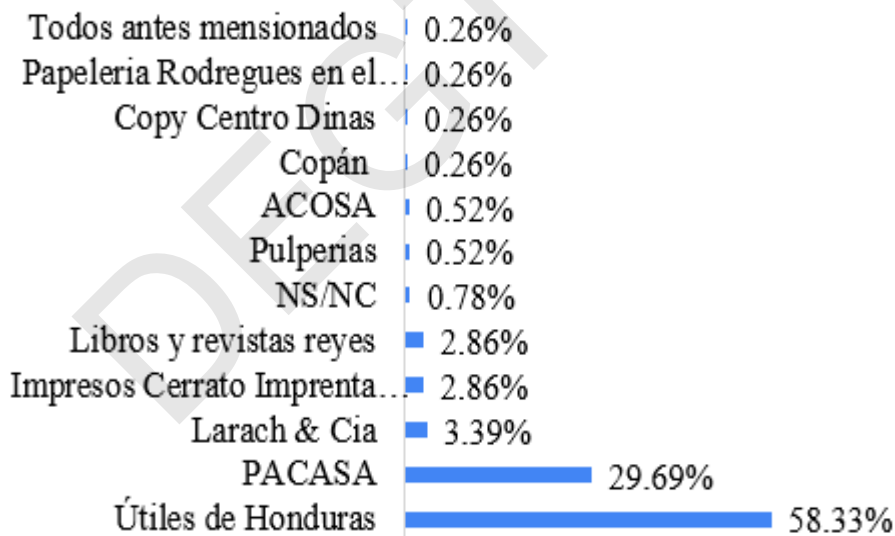
##### Motivación para Demandar el Bien o Servicio



*Fuente:* elaboración propia con datos de la encuesta (2022)

#### Anexo 5

##### Competencia

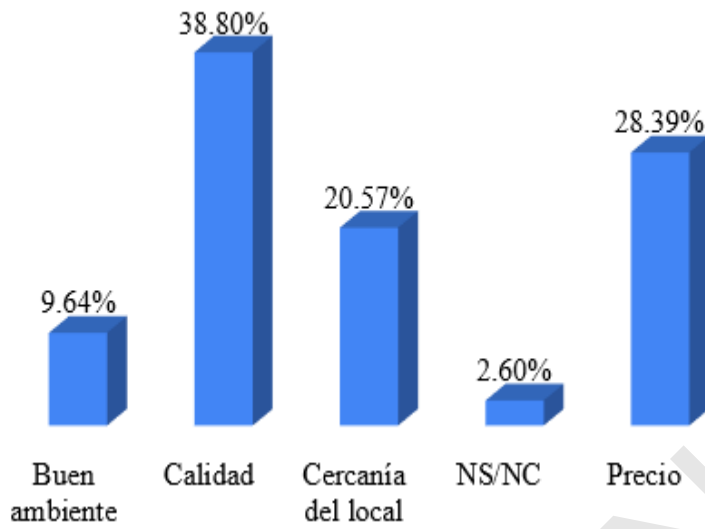


*Fuente:* elaboración propia con datos de la encuesta (2022)

## Anexo 6

### Motivación para demandar bien y servicio

Cuenta de 8. Qué lo motiva a demandar productos y servicios de Ciberes y papelerías



*Fuente:* elaboración propia (2022)

**Anexo 7**

*Simbología Flujo*

SÍMBOLO	DESCRIPCIÓN	FUNCIÓN
	Operación	Se realizan acciones (cambios o transformaciones) para aumento de valor en materias primas.
	Transporte	Se moviliza algún elemento de un lugar a otro (de un puesto de trabajo a otro), así mismo, representa transferencia de responsabilidades entre trabajadores.
	Demora	Espera de materia prima o demora inherente al propio proceso.
	Almacenamiento de materia prima	Acopio de materia prima o de producto en proceso.
	Almacenamiento de producto terminado	Acopio de producto final.
	Inspección	Controlar que se efectúe una operación de manera correcta.
	Actividad combinada	Se efectúan simultáneamente una operación e inspección.

**Fuente:** elaboración propia (2022)

**Anexo 8**

*Escritura Pública*

REPUBLICA DE HONDURAS



TESTIMONIO  
DE LA  
ESCRITURA PUBLICA

No. 1880 111

*De:* \*\*\*\*\* DECLARACION DE COMERCIANTE INDIVIDUAL \*\*\*\*\*

*Encargado por:* OSCAR ARMANDO MARTINEZ MEZA

*A favor de:* EL MISMO

AUTORIZADA POR EL NOTARIO  
SANTIAGO VALIADARES ARQUETA  
BUFETA TEL. 2236-71-06 CEL. 99821117  
EMAIL: bufeta\_valiadares@yahoo.com

DIAS... DE... DE 2012

CORTE SUPREMA DE JUSTICIA  
REPUBLICA DE HONDURAS, C.A.



PAPEL ESPECIAL  
NOTARIAL  
VEINTE LEMPIRAS  
2012-2015



N. 0002065

TESTIMONIO

**INSTRUMENTO NUMERO UNO (1)** - En la Ciudad de Tegucigalpa, Municipio del Distrito Central a los dieciseis (16) dias del mes de enero del año dos mil doce (2012), siendo las tres con treinta minutos de la tarde (3:30 p.m.) - Ante mi **SANTIAGO VALLADARES ARGUETA**, Abogado y Notario de este domicilio, con Certificación de Colegiación número dos mil novecientos veintiuno (2921), del Colegio de Abogados de Honduras y Ejecutur de Notario, un mil cuatrocientos veintiocho (1428), de la Honorable Corte Suprema de Justicia, con la dirección de la Notaría ubicada en la Colonia Alameda, Edificio Gomez Zañiga, tercer piso, cubículo trecientos siete (307), de la Ciudad de Tegucigalpa, Municipio del Distrito Central, comparece personalmente el señor **OSCAR ARMANDO MARTINEZ MEZA**, mayor de edad, soltero, Técnico en Computación, hondureño, y de este domicilio; quien asegurándome de encontrarse en el pleno goce y ejercicio de sus derechos civiles, libre y espontáneamente dice: Que para los efectos de las disposiciones establecidas en los artículos seis (6), trecientos ochenta y uno (381) y trecientos ochenta y nueve (389) del Código de Comercio y en lo referente a la inscripción de **COMERCIANTE INDIVIDUAL**, en el Registro Público de Comercio declara **PRIMERO**: Que por este acto viene a convertirse como **COMERCIANTE INDIVIDUAL**, por tiempo indefinido, pues tiene la capacidad para realizar actos de Comercio satisfaciendo así mismo, que dará inicio sus operaciones a partir de la fecha de inscripción en el Registro Mercantil, dando apertura del negocio denominado **"TRANSPORTES E INVERSIONES ALEKOS"**, el cual tendrá su domicilio en la Ciudad de Tegucigalpa y podrá establecer Sucursales o Agencias, en cualquier otro lugar del país - **SEGUNDO**: La actividad de **COMERCIANTE INDIVIDUAL**, tendrá la finalidad principal de Transporte de pasajeros, carga, venta de repuestos automotrices, aceites y lubricantes, compra, venta y reparación de



computadoras y sus accesorios, mobiliario y equipo de oficina y en general cualquier otra actividad de licito comercio, cuya finalidad sea complementaria a la propia. La representación de casas comerciales, nacionales o extranjeras, así como cualquier otra actividad que directa o indirectamente se relacionen con la finalidad principal de licito comercio. - **TERCERO:** El Capital será de CINCO MIL LEMPIRAS EXACTOS (LPS. 5,000.00), mismo que ha sido integralmente suscrito y pagado en este acto, de lo cual yo el Notario Doy Fe.- Así lo dice y otorga quien enterado del derecho que tiene para leer por este Instrumento, por su acuerdo procedi a su lectura íntegra cuyo contenido ratifica el otorgante firma e inserta la huella digital del dedo índice de la mano derecha. - Yo el Notario hice la advertencia al otorgante de inscribir esta Escritura en el Registro de Comercio, así como de realizar la publicación de Ley, de todo lo cual, del conocimiento, capacidad, estado civil, profesión y domicilio.- Así como de haber tenido a la vista la tarjeta de Identidad del otorgante número quince diecinueve guión mil novecientos sesenta y siete guión cero cero doscientos tres: (1519-1967-00203).- **DOY FE.- DOY FE.- (F) (H)**  
**OSCAR ARMANDO MARTINEZ MEZA.- FIRMA Y SELLO NOTARIAL**  
**SANTIAGO VALLADARES ARGUETA.-**



Y a requerimiento del señor **OSCAR ARMANDO MARTINEZ MEZA**, libro, firma y sello esta primera copia en el mismo lugar y fecha de su otorgamiento, en el papel sellado correspondiente y con los timbres de ley debidamente cancelados, quedando su original con el que concuerda preinserto en el número de mi protocolo corriente en donde mate este libramiento.

A handwritten signature in black ink is written over a circular notary seal. The seal contains text, including the name 'SANTIAGO VALLADARES ARGUETA' and the word 'NOTARIO'. The signature is a cursive script that extends across the seal.

**Fuente:** UNCTAD División de Inversiones y Empresa, Programa de Facilitación de Negocios (2012)

Anexo 9

Solicitud de declaración de permiso de operación

1. NO de declaración jurada		2. Ventas, Ingreso o producción del periodo del	
 <b>Alcaldía Municipal del Distrito Central</b> SOLICITUD DE DECLARACIÓN JURADA DEL IMPUESTO SOBRE INDUSTRIA, COMERCIOS Y SERVICIO PARA PERMISOS DE OPERACIÓN DE NEGOCIOS 			
I. Identificación del Contribuyente		Firma Y Sello de Empleado Receptor	
3. Registro Municipal del Contribuyente		4. Solicitud de Tramite (Marcar "X" el motivo de la declaración)	
		Apertura <input type="checkbox"/> Renovación <input type="checkbox"/> Traspaso <input type="checkbox"/> Cierre <input type="checkbox"/> Reposición <input type="checkbox"/>	
		Otros: _____	
5. Apellidos y Nombres /Razón Social		6. Cedula de Identidad / RTN	7. Telefono
B.A. e-mail		BB.no.de Clave con ENEE	
II. Identificación del Representante Lega			
9. Apellidos y Nombres		10. Cedula de Identidad /RTN	11. Telefono
12. e-mail			
13. Dirección exacta del Contribuyente o el Representante legal (Calle, Avenida, Otras Referencias)			
Colonia/ Barrios/ Otros			No. Departamento
III. Tipos de Permiso de Negocio Solicitado			
14. Tipo de permiso de Negocio Solicitado:(Marca con una "X" el motivo de la declaración)			
Comercial <input type="checkbox"/>	Industrial <input type="checkbox"/>	Servicio <input type="checkbox"/>	Prof. Independientes <input type="checkbox"/>
		Educativo <input type="checkbox"/>	Oficina no lucrativa <input type="checkbox"/>
Otros: _____			
IV. Identificación de la Empresa o Negocio			
15. Nombre Comercial de la Empresa o Negocio		16. Fecha de apertura o Fecha de tramite indicado en casilla 14	
		Día	Mes Año
17. Dirección exacta de la empresa o negocio (Cava, Calle, Avenida, Otras Referencias)		18. Colonia /Barrio/Otros	
19. Zona Comercial	20. Centro Comercial	21. Apartado Postal	22. Ciudad
			23. Telefono
24. Clave Catastral	25. Fax	26. e-mail	27. Pasa Tren de Aseo
			SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
28. Actividad(es). Económica(s)			
a.	b.	c.	d. e.
29. exentos de impuestos		30. Motivos	
SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>			
31. Condición del Local (Marque con una "x" lo que Corresponda)			
Propio <input type="checkbox"/> Arrendado <input type="checkbox"/>		Otros (especificar) _____	
		Área a ocupar Mts2	
V. Base gravable para la determinación del impuesto, tasas por servicios y derechos. Llene este casillero en caso de contar con un (1) solo local, establecimiento u oficina. En caso se cuente con MAS de un local, establecimiento y oficina, consigne únicamente la información referente al local PRINCIPAL.			
Monto de ingreso. Ventas producción de local principal (si tiene más de un local, oficina o establecimiento detalle en estas casillas los ingresos del local principal)			
32. productos no regulados por el estado	33. productos regulados por el estado	34. ingreso por actividades de Bar, Cantinas, Expendio	35. ingresos Exentos
		36. Total de ingresos	

**VI. Base gravable para la determinación del impuesto, tasas por servicios y derechos. llene este casillero con MAS de un local, establecimiento u oficina, debiendo consignar el total de ingresos por todos los establecimientos, incluyendo al local PRINCIPAL.**

Monto de ingreso. Ventas producción de local principal (si tiene más de un local, oficina o establecimiento detalle en estas casillas los ingresos del local principal)				
37. productos no regulados por el estado	38. productos regulados por el estado	39. ingreso por actividades de Bar, Cantinas, Expendio	40. ingresos Exentos	41. Total de ingresos

**VII. Bases especiales para determinar el impuesto, tasas por servicios y derechos. (llenar de acuerdo a la actividad económica).**

Bases Especiales (llenar acuerdo a la actividad económica)							
42. No de mesas de billares	43. No de mesas de futbolito	44. No de máquinas traga monedas	45. No de juegos electrónicos	46. No de birgos de mesas de barra	47. No de rock ofias	48. NO de poste	49. Metros lineales de cable

**X.II Derecho y permisos de instalación de rótulos en caso de acceder al proceso del permiso de negocio simplificado.**

Rótulos adheridos a la fachada del local	Cantidad	Área Total	Liquidación
50.A. Ubicados en el único local o en el local principal			
50.B. Ubicado en los otros locales, oficinas o establecimiento			
50.C. TOTAL (sumar datos de casillas 50.A. +50.C.)			

51. Leyenda de Rótulos (en casos se cuente con MAS de un local, oficina o establecimiento, consigna solamente la información de los rótulos ubicados en el LOCAL PRINCIPAL)	52. Colores de los Rótulos (en casos se cuente con MAS de un local, oficina o establecimiento, consigna solamente la información de los rótulos ubicados en el LOCAL PRINCIPAL)

**XIII. Derechos de instalación de otros rótulos, Carteles, Avisos y Otros**

Detalle	Cantidad	Mts.2	Liquidación	Detalle	Cantidad	Mts.2	Liquidación
53. Pintado en la pared				57. Propaganda en marquesinas y todos			
54. Colocado sobre la acera				58. Vallas publicitarias en lugares privados diferentes al inmueble			
55. Colocado sobre la calle				59. Pantallas electrónicas			
56. luminoso Ornamental							

**XIV. Croquis del establecimiento Comercial.**

60. Croquis del establecimiento comercial

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

Tegucigalpa \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ del 20

\_\_\_\_\_  
 Firma del Titular o Representante Legal

Cedula de identidad N \_\_\_\_\_

Nombres y Apellidos \_\_\_\_\_

**Fuente:** Tribunal Superior de Cuentas (2021)

Anexo 10

Registro Mercantil



REPÚBLICA DE HONDURAS  
 CÁMARA DE COMERCIO E INDUSTRIA DE TEGUCIGALPA  
 REGISTRO MERCANTIL - FRANCISCO MORAZAN  
 RECIBO DE PAGO



R.T.N. O No. DE IDENTIDAD
0 8 0 1 1 9 7 3 0 9 2 5

000960

**RECIBO**  
 Nº 9479

RAZON O DENOMINACION SOCIAL COMPLETA SI ES SOCIEDAD O APELLIDOS Y NOMBRES SI ES PERSONA NATURAL  
 GERARDO CARRASCO

Código	Descripción	Total
001	Cancelación (Hipoteca, Anticresis y Usufructo)	
002	Embargos y Comunicaciones (Mercantil)	
003	Declaración de Comerciante Individual	
004	Constitución de Sociedad Mercantil	
005	Prenda Mercantil	
006	Sentencias	
007	Certificaciones, Constancias y Reinscripciones	
008	Documentos Privados	
009	Otros X	
Total Pagado en Letras: MIL TRES CIENTOS SETENTA LEMPIRAS		1,370:00

CANCELADO 3 NOV 2006



23/10/06  
 Lugar y Fecha

*[Firma]*  
 Firma y Sello del Cajero


PASADO 23 OCT 2006

ORIGINAL: Enterante - 1ra. COPIA: Banco Receptor Cuenta CCIT-RM - 2da. COPIA RM - 3era. COPIA Instituto de la Propiedad

Fuente: Criterio hn (2021)

**Anexo 11**

*Persona Natural con Obligaciones- Declaración Jurada de Inscripción, Inicio de Actividades y Actualización del RTN*



**PERSONA JURÍDICA**  
 DECLARACIÓN JURADA DE INSCRIPCIONES, INICIO DE ACTIVIDADES Y ACTUALIZACIÓN AL REGISTRO TRIBUTARIO NACIONAL

**SAR-410-PJ**  
 1 **Declaración Número**

**A TIPO DE TRÁMITE**

2 Inscripción de R.T.N.	3 Reposición de R.T.N.	4 Actualización de Datos
5 Alta de Obligaciones	6 Baja de Obligaciones	7 Inscripción Prestamista No Bancario

**B IDENTIFICACIÓN DEL OBLIGADO TRIBUTARIO**

8 Razón o Denominación Social

9 Número de Registro Tributario Nacional (R.T.N.)

**C DOMICILIO TRIBUTARIO Y DATOS COMPLEMENTARIOS**

10 Barrio, Colonia o Aldea

11 Calle / Avenida

12 Bloque

13 Sector o Zona

14 Número de Casa o Apartamento

15 Teléfono Fijo

16 Celular

17 Clave ENEE

18 Departamento

19 Municipio

20 Correo Electrónico de la Empresa

21 Referencia del Domicilio Tributario

**D LUGAR DE CONSTITUCIÓN**

22 País

23 Departamento

24 Municipio

**E REGISTRO DE INSTRUMENTO PÚBLICO**

25 Tipo de Instrumento

26 Número de Instrumento

27 Fecha de Constitución

28 Capital Social

29 Tipo de Empresa

30 Nombre Comercial

31 Categoría de Empresa Única Casa Matriz

32 N° de Registro Mercantil

33 Número de Matriculación

34 Fecha de Registro

35 Nombre del Notario

36 R.T.N. del Notario

**F ACTIVIDADES ECONÓMICAS**

37 Actividad Principal

38 Actividad Secundaria

39 Sector Estratégico

40 Fecha Inicio de Actividades Día Mes Año

41 Fecha Cese de Actividades Día Mes Año

**G OBLIGACIONES TRIBUTARIAS**


Código	Descripción de Impuesto	Fecha de Alta		Fecha de Baja	
		Mes	Año	Mes	Año

Juro que los datos que contiene la presente Declaración Jurada son verdaderos y que los mismos forman parte de las obligaciones que como Obligado Tributario debo proporcionar conforme lo disponen los artículos 51, 54, 58 numeral 1), 63 numeral 1) y 66 numeral 1) y 5) del Código Tributario.

**Fuente:** Servicio de Administración de Rentas (SAR) (2022)

Anexo 12

Persona Jurídica Anexo "B" Relaciones Profesionales- Declaración Jurada de Inscripción, Inicio de Actividades y Actualización al RTN



**PERSONA JURÍDICA**  
**ANEXO-B RELACIONES PROFESIONALES**  
 DECLARACIÓN JURADA DE INSCRIPCIONES, INICIO DE ACTIVIDADES  
 Y ACTUALIZACIÓN AL REGISTRO TRIBUTARIO NACIONAL

**SAR-410-PJ-B**  
 1 Declaración Número

IDENTIFICACIÓN DEL OBLIGADO TRIBUTARIO

Razón o Denominación Social		R.T.N.
-----------------------------	--	--------

I REGISTRO DE SOCIOS ACCIONISTAS O INTEGRANTES DE JUNTAS DIRECTIVAS

DETALLE:	Socio	Accionista	Apoderado Legal	Representante de Junta Directiva	Otro/a
Nombre y Apellidos / Razón o Denominación Social					
Número de Tarjeta de Identidad			Nº de Pasaporte o Carné de Residencia		
Correo Electrónico					
Teléfono Fijo			Celular		
Tipo de Documento			Número de Documento		
Fecha del Documento			Participación Social		
Socio Nacional		SI	No	País de Origen	
Fecha Desde:				Fecha Hasta:	

DETALLE:	Socio	Accionista	Apoderado Legal	Representante de Junta Directiva	Otro/a
Nombre y Apellidos / Razón o Denominación Social					
Número de Tarjeta de Identidad			Nº de Pasaporte o Carné de Residencia		
Correo Electrónico					
Teléfono Fijo			Celular		
Tipo de Documento			Número de Documento		
Fecha del Documento			Participación Social		
Socio Nacional		SI	No	País de Origen	
Fecha Desde:				Fecha Hasta:	

DETALLE:	Socio	Accionista	Apoderado Legal	Representante de Junta Directiva	Otro/a
Nombre y Apellidos / Razón o Denominación Social					
Número de Tarjeta de Identidad			Nº de Pasaporte o Carné de Residencia		
Correo Electrónico					
Teléfono Fijo			Celular		
Tipo de Documento			Número de Documento		
Fecha del Documento			Participación Social		
Socio Nacional		SI	No	País de Origen	
Fecha Desde:				Fecha Hasta:	

Juro que los datos que contiene la presente Declaración Jurada son verdaderos y que los mismos forman parte de las obligaciones que como Obligado Tributario debo proporcionar conforme lo disponen los artículos 58 numeral 1), 63 numeral 11) y 66 numeral 1) y 2) del Código Tributario.

Obligado Tributario   FIRMA DEL OBLIGADO TRIBUTARIO REPRESENTANTE O APODERADO LEGAL	Lugar   Fecha	Uso Exclusivo SAR   FIRMA DEL SERVIDOR PÚBLICO
---	------------------------	---

ORIGINAL: SAR SUSCRIPCIÓN QUATRO

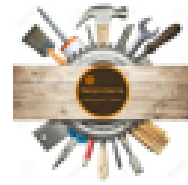
Fuente: Servicio de Administración de Rentas (SAR) (2022)

## Anexo 13

### Cotizaciones de Mobiliaria

Tegucigalpa MDC.

18/09/2022



#### Cotización


Escritorio elaborado con madera de pino de 2.44 metros de largo y 50 centímetros de ancho.		L. 3,500.00
1 Mueble en ele elaborado con material de melanina		L. 7,500.00
1 Mesa de Madera de Pino		L. 3,000.00
5 Mesas redondas elaboradas con madera de pino.		
	L. 800.00 c/u	L.4,000.00
5 Sillas elaboradas con madera de pino.		
	L. 400.00 c/u	L.2,000.00
15 Bancos elaborados con madera de pino.		
	L. 300.00 c/u	L.4,500.00
2 Estantes elaborados con madera de pino.		
	L. 2,000.00 c/u	L.4,000.00
3 Escritorios de oficina elaborados con madera de pino.		
	L.3,000.00c/u	L.9,000.00
<b>Total</b>		<b>L. 37,500.00</b>

**Mario A. Gómez 98412204**


**Fuente:** Ebanista individual

## Anexo 14


### Cotización de Equipo




**IMPRESORA MULTIFUNCIONAL EPSON L6171 ADF WIFI USB ECOTANK**  
L 34,000.00  
Multifuncional inalámbrica a color con ADF Epson EcoTank L6171



**Laptop Dell 15" Core i7**  
Modelo: DELL-INSPIRON15-5541(2)  
L 24,995.00  
Pantalla de 15" con un acabado brillante y pantalla FHD para usar una PC que refleje




Light/Regulador Orig. 90Wvs 120W R Salida 250W P=1 pr503  
L 4,400.00




**Computadoras de Escritorio**  
**Computadora de Escritorio Dell All in One Inspiron 24"/ Intel Core i3/ 8GB RAM/ Disco Duro 1TB/ Negra**  
DELL-INSPIRON24-5400(i3)  
L 18,495.00 L 21,995.00  
★★★★★ (3 Comentarios)  
Entrega en Casa  
Entrega en Tienda


Cap. Disco Duro (7200 RPM) GB - 1 TB  
Memoria RAM Instalada GB - 8 GB  
Procesador - Intel Core i3  
Sistema Operativo - Windows 10 Home




**IMPRESORA TERMICA**  
PARA FACTURACION EN TABLA DE CONTABILIDAD  
L 3,650



7,405.01



**CASH DRAWER 35STAR**  
24VDC 410MM X 425MM P=CD350  
L 1,998



**Impresora Canon IR-1643iF Multifuncional Laser**  
L 19,500.00

Fuente: página web de empresas (2022)

## Anexo 15

### Cotización Gastos de Organización de Oficina



ENGRAP 1/2  
OFFICEONE 20H NGR

L61.58



PERFORADORA ESSENT  
8CM 6/8H

L52.96



LAPIZ GRAF MONGOL  
HEXAGONAL DI

L4.20



PAPEL BOND  
TAMAÑO CARTA...

L133.40

Boligrafo Gel 200 Roller  
Negro



L15.81

*Fuente:* página web de empresas (2022)

## Anexo 16

### Cotizaciones de licencias



#### Office 2019 Professional Plus Digital License

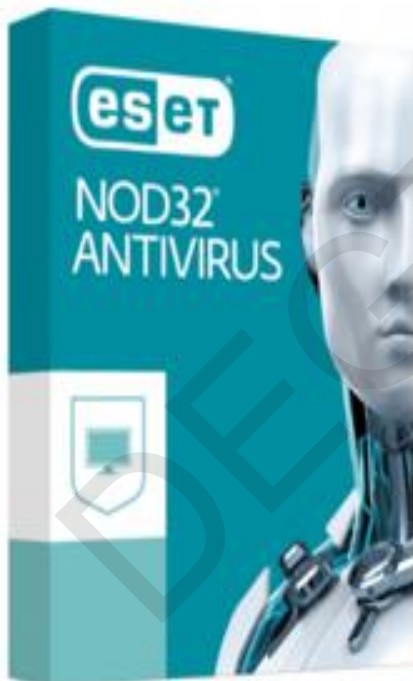
★★★★ (15 customer reviews)

\$13.99

Applications included:



License features:



CANT. DE EQUIPOS

5

AÑOS DE VIGENCIA

1

Ingrese Cupon

Sub-Total: \$ 89.99

Total: \$ 89.99

COMPRAR

*Fuente:* página web de empresas (2022)

**Anexo 17**

*Cotización de Producto para la Venta*

**COTIZACION**

10018



CLIENTE: MARIO OCHOA  
 ATENCION:  
 TELEFONO: 9503-4712

FECHA: 07/06/2022  
 VENCE: 12/06/2022  
 ASESOR: Dagoberto Amaya Cruz

ARTICULO	DESCRIPCION	CANT	PRECIO	TLINEA
A47460	FOLDER MANILA T/C PQT100 GENIAL	5	169,57	847,85
A47193	CRAYON PQT12 JUMBO GENIAL	12	23,97	287,64
A48402	BOLIGRAFO GENIAL NEGRO MAX 1.0	12	2,67	32,04
A41011	LAPIZ COLOR LARGO PQT12 Y-PLUS TRIANG BICOLOR +SACAP	12	37,00	444,00
A49503	PAPEL BOND CARTA B20 8.5X11, 98% K COPY	2	117,39	234,78
A47119	MARCADOR EBC PQT12 GENIAL	12	22,10	265,20
A47448	BORRADOR GENIAL BLANCO GRANDE	24	3,10	74,40
A43312	CARTULINA IRIS SURT 50X85CM	50	5,22	261,00
A44551	BLOCK 9X12 PAPEL CONSTRUCCION 48HJS SURT PACON 04518	2	38,28	76,52
A61915	CORRECTOR 8ML LAPIZ DELI	24	7,65	183,60
A43360	FOAMY T/C SURT	12	2,61	31,32
A67166	PEGAMENTO BLANCO 250GR (8.8OZ) POINTER	12	24,35	292,20

\*\*\*\*\* Precios y Existencias Sujetas a Cambios Sin Previo Aviso. \*\*\*\*\*

OBSERVACIONES  Sin Observaciones	SUB TOTAL	3.030,55
	IMPUESTO	289,10
	TOTAL	3.319,65

**Fuente:** ACOSA (2022)

**Anexo 18**

*Resumen de inversión inicial*

<b>RESUMEN DE LA INVERSIÓN</b>					
<b>CONCEPTO</b>	<b>INVERSION TOTAL</b>		<b>FONDOS PROPIOS</b>		<b>FINANCIAMIENTO</b>
<b>INVERSION FIJA</b>	<b>L</b>	<b>471,203</b>	<b>L</b>	<b>50,000</b>	<b>L 421,203</b>
Mobiliario	L	128,500	L	50,000	L 78,500
Equipo	L	268,609			L 268,609
Gastos de organización	L	3,215	L	-	L 3,215
Gastos de Constitución e Instalación	L	22,880	L	-	L 22,880
Arrendamiento	L	48,000			L 48,000
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>L</b>	<b>88,797</b>	<b>L</b>	<b>88,797</b>	<b>L -</b>
Sueldos y Salarios	L	54,012	L	54,012	L -
Insumos	L	1,900	L	1,900	L -
Imprevistos	L	32,884	L	32,884	L -
<b>TOTAL</b>	<b>L</b>	<b>560,000</b>	<b>L</b>	<b>138,797</b>	<b>L 421,203</b>
<b>PARTICIPACIÓN</b>		<b>100%</b>		<b>25%</b>	<b>75%</b>

*Fuente:* elaboración propia (2022)

**Anexo 19**

*Otros indicadores financieros*

<b>INDICADORES FINANCIEROS</b>					
<b>CONCEPTO</b>	<b>PROYECTADO</b>				
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Disponibilidades</b>	365,860	441,284	651,104	946,272	1,504,255
<b>Razón circulante</b>	5.27	5.65	7.31	9.20	N/A
<b>Prueba de acido</b>	5.22	5.62	7.28	9.18	N/A
<b>Rentabilidad s/ patrimonio</b>	46%	73%	72%	69%	61%
<b>Rentabilidad s/ activos</b>	19%	42%	55%	63%	61%
<b>Relación deuda a patrimonio</b>	1.42	0.75	0.31	0.10	0.00
<b>Apalancamiento financiero</b>	27%	31%	17%	7%	0%
<b>Relación de utilidad a ventas</b>	7%	14%	20%	26%	31%
<b>Margen de contribución bruto</b>	67%	71%	73%	76%	78%
<b>Relación de gastos de ventas a ventas</b>	5%	5%	4%	4%	4%
<b>Utilidad a interés</b>	1.85	5.40	12.10	28.28	108.97
<b>Endeudamiento</b>	0.59	0.43	0.23	0.09	0.00
<b>Costos fijos</b>	887,040	973,909	1,071,420	1,182,816	1,296,256
<b>Costos fijos con salida de efectivo</b>	858,109	944,979	1,042,489	1,153,885	1,267,325

<b>Niveles de venta esperados en L.</b>	1,649,014	1,995,307	2,414,321	2,921,328	3,534,807
<b>Punto de equilibrio del efectivo</b>	1,323,059	1,380,876	1,461,652	1,561,414	1,658,720
<b>Punto de equilibrio mensual del efectivo</b>	110,255	115,073	121,804	130,118	138,227
<b>Punto de equilibrio diario del efectivo</b>	3,675	3,836	4,060	4,337	4,608
<b>Variabilidad del efectivo</b>	325,955	614,431	952,669	1,359,914	1,876,087
<b>Variabilidad relativa del efectivo</b>	20%	31%	39%	47%	53%
<b>Niveles de venta esperados en unidades</b>	19,000	20,900	22,990	25,289	27,818
<b>Punto de equilibrio en unidades</b>	15,244	14,464	13,918	13,517	13,054
<b>Punto de equilibrio mensual en unidades</b>	1,270	1,205	1,160	1,126	1,088
<b>Punto de equilibrio diario en unidades</b>	42	40	39	38	36
<b>Variabilidad de las unidades</b>	3,756	6,436	9,072	11,772	14,764
<b>Variabilidad relativa</b>	20%	31%	39%	47%	53%
<b>Costo ponderado de capital</b>	11.4%	9.7%	7.6%	6.0%	5.0%

*Fuente:* elaboración propia (2022)