

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE HONDURAS
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD SOBRE LA INVERSIÓN EN EL DESARROLLO Y
COMERCIALIZACIÓN DE LA ARTESANÍA DE HOJA PINO, EN LEPATERIQUE**
FRANCISCO MORAZAN

SUSTENTANTE

LIC. DIGNA DOLORES COELLO VALLADARES

TESIS PRESENTADA EN CUMPLIMIENTO DE LOS REQUISITOS
EXIGIDOS PARA OPTAR AL GRADO DE
MÁSTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CON ORIENTACIÓN EN
FINANZAS

DR. MANUEL GERARDO BAQUEDANO
ASESOR METODOLÓGICO

DR. JOSÉ FRANCISCO MARTÍNEZ
ASESOR FINANCIERO

Tegucigalpa M.D.C. Noviembre del 2008.



**AUTORIDADES DE LA
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE HONDURAS**

**DOCTOR. JORGE ABRAHAM ARITA
RECTOR**

**ABOGADA: ENMA VIRGINIA RIVERA
SECRETARIA GENERAL**

**DOCTOR: ROLANDO AGUILERA
DIRECTOR DEL SISTEMA DE ESTUDIOS DE POSTGRADO**

**MÁSTER BELINDA FLORES DE MENDOZA
DECANA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

**DOCTOR MANUEL GERARDO BAQUEDANO
COORDINADOR GENERAL DE LA MAESTRÍA**

ÍNDICE

	PÁGINA Nº
Dedicatoria	i
Agradecimiento	ii
Resumen Ejecutivo	iii
Introducción	1
Capítulo I Planteamiento del Problema	
1.1 Descripción del Proyecto	2
1.2 Antecedentes	2
1.3 Problema y/u Oportunidad	7
1.4 Preguntas del Estudio	8
1.5 Objetivos del Estudio	8
1.5.1 Objetivos Generales	8
1.5.2 Objetivos Específicos	8
1.6 Justificación del Estudio	9
1.6.1 Aporte y Beneficio Social del Proyecto	10
1.6.2 Conveniencia Económica y de Mercado	11
1.7 Componentes Metodológicos del Estudio	11
1.7.1 Metodología para el Estudio de Mercado	12
1.7.2 Metodología para el Estudio Técnico	12
1.7.3 Metodología para el Estudio Organizacional	13
1.7.4 Metodología para el Estudio Legal	13
1.7.5 Metodología Financiera	14
Capítulo II Marco de Referencia	15
2.1 Marco Conceptual	15
2.1.1 Definición y Conceptos más Utilizados en el Estudio	15
2.1.2 Características del Producto	16
2.1.3 Producto Artesanía Hoja de Pino	16
2.1.4 Definiciones del Producto y Servicio	17
2.1.5 Tipos de Venta del Producto	19
2.2 Marco Contextual	19
2.2.1 Surgimiento del Producto y/o Servicio en la Historia	19
2.2.2 Experiencias de Éxito o Fracaso de Empresas Similares	24
2.2.3 Existencia de Productos en el Mercado Nacional.	27
2.2.4 Papel de los Actores Involucrados y su Relación con el Producto	28
Capítulo III El proyecto	29
3.1 Nombre del Proyecto	29
3.2 Área Geográfica del Producto	29
3.3 Área Temática del Producto	31

3.4	Objetivos del Proyecto	31
3.4.1	Objetivos Generales	31
3.4.2	Objetivos Específicos	32
3.5	Impacto Esperado del Proyecto	32
3.6	Análisis Situacional del Proyecto	33
3.6.1	Fortalezas	33
3.6.2	Oportunidades	34
3.6.3	Debilidades	34
3.6.4	Amenazas	35
Capítulo IV Componentes del Proyecto		36
4.1	Componentes Mercadológicos	36
4.1.1	Determinación del Mercado Meta Primario	36
4.1.1	Determinación del Mercado Meta Secundario	36
4.1.2	Investigación de Mercado	37
4.1.2.1	Determinación del Universo y Meta	37
4.1.2.2	Método para la Recopilación de Información	38
4.1.2.3	Análisis e Interpretación de los Datos	39
4.1.3	Determinación de la Demanda	40
4.1.4	Análisis de la Competencia	49
4.1.4.1	Benchmarking Competitivo	49
4.1.4.2	Estrategia para Competir	50
4.1.5	Plan de Mercadotecnia	51
4.1.5.1	Objetivo y Estrategias de Servicio	51
4.1.5.2	Objetivo y Estrategias de Marca	52
4.1.5.3	Objetivo y Estrategias de Publicidad y Promoción	52
4.1.5.4	Objetivo y Estrategias de Precio	55
4.1.5.5	Objetivo y Estrategias de Ventas	55
4.1.5.6	Objetivo y Estrategias de Distribución	56
4.2	Componente Técnico	57
4.2.1	Localización del Proyecto	57
4.2.2	Diseños de Proceso de Producción	59
4.2.3	Sistema de Higiene y Seguridad	81
4.2.4	Tecnología y Equipo	83
4.2.5	Inversión	83
4.3	Componente Administrativo	84
4.3.1	Visión	84
4.3.2	Misión	84
4.3.3	Objetivos Institucionales	85
4.3.4	Políticas	86
4.3.5	Constitución Legal	87

4.3.6 Estructura Orgánica	88
4.3.7 Descripción y Perfiles de Puesto	89
4.3.8 Proceso de Selección de Personal	92
4.4 Componente Legal	99
4.4.1 Constitución Legal	99
4.4.1.1 Proceso de Escritura y Registro	100
4.4.1.2 Inscripciones	101
4.4.1.3 Registro Tributario Nacional	101
4.4.2 Permiso de Operaciones	102
4.4.3 Notificación de Inicio de Operación	103
4.4.4 Autorización de Libros	103
4.4.5 Registro de la Propiedad Industrial	104
4.4.6 Afiliación en el I.H.S.S.	105
4.4.7 Afiliación al INFOP	105
4.4.8 Afiliación al Régimen de Aportaciones Privadas	106
4.4.9 Ministerio de Trabajo	106
4.5 Componentes Ambientales	107
4.5.1 Pasos para obtener Licencia Ambiental	108
4.5.2 Disposición de Desechos	109
4.5.3 Contaminación	109
4.6 Componente Financiero	110
4.6.1 Objetivo General	111
4.6.2 Objetivos Específicos	111
4.6.3 Plan de Inversión y Fuentes de Financiamiento	111
4.6.4 Proyección de Estados Financieros	116
4.6.5 Indicadores Financieros	120
4.6.6 Punto de Equilibrio	122
4.6.7 Recuperación de la Inversión	123
4.6.8 Análisis de Sensibilidad	124
4.6.9 Evaluación Económica del Proyecto	124
Bibliografía	128
Anexos	130

No.	LISTA DE TABLAS	Página N°
1	Resultado del Trabajo de grupos. Primer encuentro de Mujeres que elaboran artesanía de Pino en Honduras.	26
2	Método de Muestreo Utilizado	38
3	Segmento Poblacional	41
4	Cálculo de la Demanda Actual Hoja de Pino	42
5	Demanda Anual de Unidades	42
6	Demanda Futura	42
7	Oferta Actual	43
8	Participación Actual	46
9	Participación del Proyecto en la Demanda	46
10	Ventas Proyectadas y Participación de Mercado	47
11	Proyección de Ventas	47
12	Precios por Productos	48
13	Proyección de Precios de Venta	48
14	Ventas Proyectadas.	49
15	Proyección de Precios de Venta	51
16	Plan de Medios	54
17	Presupuesto de Publicidad	55
18	Resumen Proceso de Preparación Hoja de Pino Fabricación	66
19	Cuadro Resumen Proceso Distribución Artesanía Hoja de Pino	72
20	Mano de Obra	73
21	Costo Unitario por Producto	74
22	Cálculo del Costo Mano de Obra Operaria.	74
23	Cálculo Mano de Obra Jefe de Producción	74
24	Cuadro Resumen Proceso Elaboración Jefe Producción	75
25	Resumen Proceso Elaboración de Producto Operaria	76
26	Calculo del Porcentaje de Materia Prima	77
27	Calculo de Pago al Receptor	77
28	Calculo del Costo de Hilo	78
29	Calculo del Costo Variable	78

	Página N°	
30	Resumen de Costos Totales	79
31	Mano de Obra	80
32	Costos Unitarios de Producción	80
33	Calculo del Precio por Producto	81
34	Tecnología y Equipo	82
35	Mobiliario y Equipo	83
36	Actividades por Constitución Legal	87
37	Plan Global de Inversión y Fuentes de Financiamiento	113
38	Costo Ponderado de Capital	114
39	Estado de Resultados Proforma	117
40	Balance General Proforma	119
41	Razones Financieras	121
42	Punto de Equilibrio	122
43	Valor Presente Neto	123

LISTA DE FIGURAS

1	Canastas	17
2	Tapete	17
3	Florero	18
4	Frutero	18
5	Mapa de Francisco Morazán y Lepaterique	30
6	Estrategia de distribución	56
7	Macro localización del Proyecto	58
8	Tecinas de Análisis de Procesos	62
9	Preparación de Hoja de Pino	65
10	Elaboración de Artesanías	67
11	Estructura Orgánica	88

Nº **ÍNDICE DE ANEXOS**

- 1 Encuesta Aplicada al Mercado Meta
- 2 Encuesta Aplicada a Suvenir y Tiendas de Artesanías
- 3 Cálculo de Porcentaje de Frecuencia
- 4 Resultados de Encuesta al Mercado Meta y Gráficos
- 5 Fotografías del Proceso de Elaboración del Producto
- 6 Formato para la Solicitud de Autorización de los Proyectos.
- 7 Estado de Resultados Proforma
- 8 Balance General
- 9 Flujo de Efectivo Proforma Consolidado
- 10 Proyección de Amortización de Préstamos e Intereses
- 11 Plan global de Inversión y Fuentes de Financiamiento
- 12 Depreciación
- 13 Costo ponderado de Capital
- 14 Punto de Equilibrio Ponderado
- 15 Valor Presente Neto, Tasa Interna de Retorno, Período de Recuperación de la Inversión
- 16 Capacidad de Pago
- 17 Razones Financieras
- 18 Planilla de Empleados
- 19 Distribución de la Planta

DEDICATORIA

DEDICO PRIMERAMENTE A DIOS ESTE TRABAJO POR DARMÉ SABIDURÍA Y FORTALEZA PARA SEGUIR ADELANTE.

A MIS PADRES LAZARO COELLO Y DIGNA VALLADARES POR TODO EL SACRIFICIO REALIZADO, POR SU APOYO Y ENSEÑANZA BRINDADA A LO LARGO DE MI VIDA.

A MI ESPOSO POR HABERME BRINDADO TODO SU APOYO.

A MIS HERMANOS CARLA, VANNY, ELIEL, ISAI, ELEAZAR, ADIN, KEILA Y GABRIELA COELLO, QUE ME HAN BRINDADO SU APOYO INCONDICIONAL.

A MIS HIJOS DANIELA Y SAMUEL MATAMOROS COELLO, POR EL SACRIFICIO QUE HA REPRESENTADO PARA ELLOS.

Y A MIS CATEDRÁTICOS QUE SIN SU CONOCIMIENTO NO HUBIESE LOGRADO ESTA META LA QUE HOY ESTOY ALCANZANDO.

A REYNA GIRÓN POR BRINDARME SU APOYO INCONDICIONAL.

AGRADECIMIENTOS

A LOS CATEDRATICOS, DR. MANUEL BAQUEDANO, M. A. E. WILFREDO IRIAS HENRIQUEZ, Y DR. FRANCISCO MARTINEZ BARAHONA POR SU PREOCUPACIÓN, DIRECCIÓN E IMPULSO PARA QUE FINALIZÁRAMOS CON LA ELABORACIÓN DE ESTE PROYECTO.

A TODOS LOS CATEDRÁTICOS DE LA MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS GRACIAS A LOS CUALES OBTUVE NUEVOS CONOCIMIENTOS.

A MIS COMPAÑEROS DE LA XXII PROMOCIÓN DE LA MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CON LOS CUALES COMPARTÍ HORAS DE CLASE, VIVENCIAS Y CONOCIMIENTOS DURANTE LOS AÑOS DE ESTUDIO.

RESUMEN EJECUTIVO

El municipio de Lepaterique pertenece al Departamento de Francisco Morazán, posee una extensión territorial de 498.8 Km, se localiza en la parte suroeste de Tegucigalpa a unos 40 km. Cuenta una población de 3,415 habitantes.

En la actualidad los municipios se ven en la necesidad de buscar los medios más adecuados para gestar el desarrollo y de acuerdo con las tendencias globales e interés de los gobiernos en fomentar el desarrollo local, la participación de la comunidad y desarrollo de nuevas ideas de negocio es imperativo para el logro de dicho cometido.

Lepaterique posee un legado histórico que se refleja en sus raíces lencas, así como un gran recurso natural. En la actualidad, gracias a la explotación de este recurso (bosque, tierra para cultivo, etc.) este Municipio ha logrado sobrevivir siendo la actividad agrícola su principal fuente de ingreso, no obstante no es suficiente para lograr un desarrollo local óptimo.

Por ello, es de gran importancia organizar y fortalecer el talento artesanal con el que cuentan las mujeres del municipio, como una vía de desarrollo a través de la generación de ingresos que este rubro les puede proveer, si se especializan y aumentan su producción. El producto que elaboran un grupo de artesanas consiste en diferentes artículos elaborados a base de hoja de pino, los cuales son artesanías muy útiles, decorativas y sobretodo originales.

Con el fin de evaluar la percepción que tiene la población en relación a las artesanías elaboradas con hoja de pino, así como conocer el grado de aceptación de las mismas, se realizó un estudio haciendo uso de una técnica de muestreo probabilístico, tomando como elemento de muestreo a personas mayores de 20 años laboralmente activas residentes del Distrito Central y un tamaño de muestra de 384 personas.

Los resultados mostraron que el 64.3% de las personas encuestadas compran artesanías típicas de Honduras. El 67.7% de la población estaría dispuesta a comprar artesanías de hoja de pino. Del porcentaje de personas interesadas en adquirir este tipo de artesanías, existe un mayor número que poseen ingresos mayores a Lps. 15,000.00. Un 13.8% de las personas interesadas en las artesanías de Lepaterique, estarían dispuestas a ir a comprarlas directamente en el municipio lo que provocaría una mayor afluencia de turistas al mismo.

A través de un análisis del segmento potencial al que se dirigirá el producto y los resultados de la investigación de mercado se logro determinar una demanda potencial anual de 129.095 unidades; sin embargo, con la producción actual seria imposible cumplir con esta demanda, por ende en la evaluación técnica se propone un incremento en la mano de obra directa y un proceso de producción mas eficiente para alcanzar una producción anual de 10,800 unidades.

Tanto la evaluación financiera como la económica resultaron positivas obteniendo una TIR de 84.73% y un VAN positivo de Lps. 314,485.34

Dada su viabilidad de mercado, técnica y financiera, sin olvidar el impacto social y la mejora en la calidad de vida de las familias beneficiadas así como la imagen del municipio, se recomienda la implementación del Proyecto.

INTRODUCCIÓN

En el país, la generación de empleo constituye una de las herramientas básicas de la Estrategia para la Reducción de la pobreza; a la vez, los bosques se establecen como un recurso y sector clave en la Política Nacional del Gobierno.

El presente documento, resume el estudio realizado durante cuatros meses para lograr organizar y fortalecer el talento artesanal de las mujeres de Lepaterique a través de la producción y comercialización de artesanías de hoja de pino.

Se menciona los antecedentes del lugar y se documentan experiencias de negocio que han tenido otras comunidades, así como la importancia de la implementación de este proyecto en la comunidad de Lepaterique. De igual manera se presenta los resultados de la investigación realizada para conocer la aceptación que tendrían las artesanías elaboradas de hoja de pino. Cuantificando el mercado, determinando la demanda que tendrían estos artículos, las ventas proyectadas y las estrategias comerciales para lograrlas.

Y finalmente se pretende ofrecer en forma extendida la implementación y factibilidad técnica del proyecto para realizarla en la empresa, presenta las necesidades de ajuste organizacionales en la empresa. Se finaliza el documento con el estudio económico, financiero y ambiental concluyendo los resultados del estudio en las consideraciones finales para la apertura de la Empresa del Pino EMPI S de R.L y ofrecer el producto con su marca FRUTOS DEL PINO. Localizada en el Municipio de Lepaterique, Departamento de Francisco Morazán.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO

1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

El presente estudio de factibilidad tiene como finalidad la comercialización y el desarrollo de la artesanía de la hoja de pino de las mujeres de Lepaterique.

Se Tiene la ventaja que es un producto amigable con el ambiente ya que no contiene químicos ni contaminantes es utilizada la fibra natural de la hoja de pino que se obtiene del suelo cuando hay cortes de pino o cuando esta se cae, para luego confeccionar las diferentes piezas de artesanía que pueden ser utilizadas para uso decorativo o doméstico.

La idea de este proyecto surge en vista de la necesidad de fortalecer la actividad comercial como motor para el desarrollo económico del municipio de Lepaterique, mediante la utilización de los recursos disponibles para su mayor aprovechamiento, potenciando el talento artesanal de las mujeres de este municipio y la abundancia de materia prima que existe en la zona.

1.2 ANTECEDENTES

En el interior de este documento se expone una descripción general del municipio de Lepaterique según el Plan Estratégico de Desarrollo Municipal (PEDM, 2003, página 49) nos describe que es un pueblo muy antiguo que originalmente se llamaba Lepatrequi, en el recuento poblacional de 1791, siendo un pueblo adscrito al curato de Ojojona y se rebautizó con el nombre de Lepaterique, la fecha en que se le asignó la categoría de Municipio es desconocida, pero en la División Política Territorial (DPT, 1889, página 75) era considerado como tal, perteneciendo al Distrito de Sabana grande. Es separado de ese Distrito el 16 de Octubre de 1913 y se anexo al de

Tegucigalpa. Cuenta con una extensión territorial de 498.8 Km² y una población de 3,415 habitantes.

El origen de su nombre viene de la lengua Lenca que significa “Cerro del Tigre”. Ya que en esa región por sus densas montañas fue un lugar con una rica fauna y era muy común encontrar manadas de tigrillos en la zona. Situación que a la fecha no se observa ya que este pueblo se ha dedicado a la extracción de resina y pino lo que ha ahuyentado la fauna original existente en este municipio.

Un estudio socio económico realizado por el proyecto Manejo y utilización sostenida de Bosques de Coníferas en Honduras (Canales, Díaz, & Pineda, página 13-15)¹ el proyecto muestra que se puede considerar una situación de pobreza y extrema pobreza con ingresos mensuales entre 20 y 40 dólares, lo que no ha permitido el desarrollo de la comunidad, Las actividades productivas y comerciales que predominan en el área son muy variadas, como la extracción de resina, madera aserrada, leña de pino, carbón, y como productos agrícolas las familias producen camote, yuca, repollo, brócoli, coliflor, tomate, chile, lechuga, caña de azúcar y mora, esta última la obtienen de forma natural sin necesidad de ser cultivada. Otra actividad muy grande es la avicultura principalmente para la producción de huevos, la ganadería en menor escala también forma parte de las actividades productivas del municipio. En la actualidad hay 7 familias que han sido apoyadas por el proyecto MAFOR para la perfección y elaboración de las artesanías de pino.

En relación a la actividad artesanal lenca, Evaluación de los productos Forestales (Depósito de documentos de la FAO), podemos encontrar artesanas especialistas, que por medio de la venta, trueque e intercambio de servicios, abastecen con sus productos

¹Programa de Rescate y promoción de la producción Artesanal, Canales María, Díaz Eny, Pineda María
pág.13-15, 2003.

desde su comunidad hasta amplias regiones. Entre las actividades artesanales más antiguas, se destaca la alfarería. Esta actividad es elaborada por mujeres, cuya producción varía desde el autoconsumo hasta la venta al por mayor para el mercado nacional e internacional. Además de la alfarería, la producción artesanal lenca ha incluido la elaboración de productos alimenticios, el bordado, cestería y petates.

Los bordados así como los textiles han sido una práctica común en toda el área lenca. Cultivaban varias especies de algodón, algunos de cosecha anual, y también muchas clases de agave² (cabuya). Para hilar, las lencas utilizaban un huso o molinete para realizar los bordados y diseñar los diferentes estilos. Las mujeres producían vestimentas, mantas de colores, cobijas etc. Durante la colonia se exigían a los indios mantas de algodón como tributos.

La única comunidad lenca en donde las mujeres siguen fabricando tela de lana y algodón en telares artesanales, es la de Togopala en el municipio de La Esperanza, Intibucá. (Varsa, 2003, Página 14).³

A medida se modernizan las ciudades los pueblos van perdiendo sus costumbres, hay mucha migración de parte de los jóvenes hacia la ciudades más grandes lo que los obliga a la modernización, de aquí que se ha perdido la enseñanza de los ancianos del hilado, la artesanía, el telar y los estilos propios de estas culturas y pueblos, se puede mencionar que otro aspecto negativo para la reducción artesanal se debe a la escases de materia prima, la deforestación, que poco a poco ha obligado al campesino a cambiar su estilo de vida, y la valorización social negativa de los objetos artesanales propios de nuestros pueblos.

La actividad artesanal en el municipio de Lepaterique actualmente no representa la principal fuente de generación de ingresos, siendo su participación reducida en la economía a nivel local. Hoy en día Lepaterique cuenta con un pequeño grupo de mujeres que elaboran y comercializan artesanías con hoja de pino. Su capacidad de

² Agave: Pita o cabuya fibra con que se fabrican cuerdas y tejidos.

³ Varsa 2003 Pág. 14.

producción es limitada y se basa en pequeños pedidos específicos por parte de un único distribuidor quien comercializa los productos en Valle de Ángeles. (González, 2008).⁴

Dicha actividad representa los primeros esfuerzos en materia artesanal que se hacen en el municipio de Lepaterique que podrían convertirse en una potencial fuente de ingresos, así como en un reconocimiento turístico de Lepaterique. Dentro de los Programas de Desarrollo de Lepaterique (PEDM) incluyen en la sección relacionada con Turismo, Recreación y Bienestar Ciudadano, el proyecto encaminado a fomentar y apoyar

La producción de artesanías y manualidades de las comunidades lencas a través de la construcción de un sitio exclusivo para la venta de estos artículos, el cual hoy en día no existe así como tampoco el apoyo necesario para desarrollar esta actividad.

Actualmente los únicos indicios de esta producción artesanal, en el país, se encuentran en la Esperanza, Intibucá Honduras PROGRAMA DE RESCATE Y PROMOCIÓN DE LA PRODUCCIÓN ARTESANAL, INDÍGENA Y TRADICIONAL, DE HONDURAS (PROCAFOR, 1995)⁵

En donde las mujeres se encuentran debidamente organizadas y sus productos son comercializados en el extranjero otro lugar más cercano es Guaimaca y Talanga en Francisco Morazán,

En la actualidad estas mujeres fabrican estos productos pero no tiene mercado para comercializarlo ya que posiblemente no tienen los conocimientos ni las bases necesarias para ofrecer el producto al mercado tanto nacional como internacional.

⁴ Entrevista Ángela González

⁵ PROGRAMA DE RESCATE Y PROMOCIÓN DE LA PRODUCCIÓN ARTESANAL, INDÍGENA Y TRADICIONAL, DE HONDURAS (PROCAFOR, 1995)

Por otra parte existe un estudio para Nicaragua acerca de los Productos Forestales No Madereros (año 2000), el cual incluye a las artesanías de hoja de pino. Nicaragua ha sido el país dentro de la región centroamericana quien ha logrado desarrollar de una mejor manera la producción artesanal de la hoja de pino. Un estudio mesoamericano realizado por Asociación de Desarrollo Forestal Campesina de Dipilto (ADEPROFOCA)⁶ demuestra la importancia de potenciar esta actividad y capacitar a las mujeres, para mejorar las condiciones de vida de sus familias y comunidad. En la comunidad de Dipilto (Nicaragua) las mujeres han viajado a Costa Rica, Honduras y Guatemala a capacitar a otras campesinas de estos países en el campo de la artesanía de pino y en procesos de carbonización. Otras comunidades como la de Jalapa, San José de Cusmapa poseen también una amplia experiencia en la elaboración y comercialización de este tipo de artesanías. Guatemala es otro ejemplo de desarrollo de esta actividad en donde se otorgó un premio a la productividad rural a la comunidad de Sierra de las Minas entregado por el Banco Mundial y Fundación Soros, por la creación de un proyecto que consiste en la elaboración de artesanías de hoja de pino la cual ayuda a prevenir incendios.

Con el problema de nuestro planeta, el calentamiento global, tenemos que empezar a educar a nuestra gente, en el reciclamiento de productos y el aprovechamiento al máximo de los productos ofrecidos por la naturaleza, con esta artesanía se está aprovechando un producto natural que se toma directamente del suelo y no se requiere mucho proceso para la elaboración, por esto se dice que es un producto amigable con el ambiente.

El impacto esperado del proyecto es lograr el desarrollo del Municipio, a través del fortalecimiento artesanal de las mujeres del municipio de Lepaterique, de forma sostenible y que les permita alcanzar un crecimiento económico a través de la comercialización de este producto, así como el mejoramiento de sus condiciones de vida.

⁶ (ADEPROFOCA)

1.3 PROBLEMA Y/U OPORTUNIDAD

En el país, la generación de empleo constituye una de las herramientas básicas de la Estrategia para la Reducción de la pobreza; a la vez, los bosques se establecen como un recurso y sector clave en la Política Nacional del Gobierno.

Dada que la inequidad rural se relaciona con el acceso a la tierra, el Sistema Social Forestal (SSF Pág. 9)⁷ de la Administración Forestal del Estado, ha establecido para que las comunidades organizadas puedan acceder al beneficio tanto de bosque Nacionales como bosques ejidales⁸.

La formación colectiva del trabajo en el manejo forestal ha sido a través de grupos de microempresas dedicadas al maderero, en estos grupos participan mayormente hombres (Programa Regional Forestal de Centroamérica Pág. 15). Esto limita el acceso a las mujeres al aprovechamiento de los recursos forestales, por factores socioculturales relacionados a la división del trabajo y los estereotipos de género, así mismo el pago por trabajo realizados por mujeres es mínimo y en otros no es remunerado (Programa Regional Forestal de Centroamérica Pag.9)⁹.

Esta situación reduce los ingresos destinados a satisfacer las necesidades del hogar, y por otra parte limita la independencia económica de la mujer.

Se puede aprovechar este proyecto y el potencial de este género, así como el producto que ellas elaboran, para generar ingresos a través del desarrollo y la comercialización de la artesanía de hoja de pino Producida en Lepaterique, esto genera empleo, independencia económica para las mujeres, contribuye a la protección del bosque

⁷ el Sistema Social Forestal (SSF Pág. 9)

⁸ Ejidales: Los pinares ejidales son en esencia también bosques nacionales que están bajo el control de las municipalidades, sea por tradición o por asignación más reciente de estado.

⁹ Programa Regional Forestal de Centroamérica Pag.9

porque es un producto elaborado de materiales naturales así como la participación en el mercado nacional como internacional.

1.4 PREGUNTAS DEL ESTUDIO

1. ¿Cuáles son los costos para la elaboración del producto de las artesanías de hoja de pino?
2. ¿Qué estructura organizacional es conveniente para el funcionamiento de la empresa, y cuál es su impacto en la estructura de costos?
3. ¿Cuál es realmente el interés de las personas por obtener las artesanías?
4. ¿Cuál será la capacidad de producción mensual?
5. ¿Cuál será la rentabilidad anual proyectada?
6. ¿Cuál es el impacto al medio ambiente que este producto puede causar?
7. ¿Existe demanda potencial nacional e internacional para la artesanía de hoja de pino?

1.5 OBJETIVOS DEL ESTUDIO

1.5.1 OBJETIVO GENERAL

Determinar la factibilidad (de mercado, técnica, organizacional, legal y financiera) que permita decidir sobre la inversión en el desarrollo y la comercialización de la artesanía de hoja de pino de las mujeres de Lepaterique, Francisco Morazán.

1.5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Determinar el comportamiento de los distintos componentes del mercado oferta, demanda, precio del producto y canales de distribución.
2. Diseñar los procesos de producción, implementar los canales de comercialización y determinar el costo del producto al llegar al detallista.

3. Definir la estructura organizacional, que se requiere para una empresa dedicada a la artesanía de hoja de pino. Bajo la modalidad de fabricación conjunta.
4. Determinar la viabilidad para la exportación de los productos de hoja de pino.
5. Inducir a los habitantes del municipio a participar en la actividad artesanal.

1.6 JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO

El propósito de desarrollar la comercialización y producción de la artesanía de hoja de pino de Lepaterique nace, tomando en consideración la oportunidad y el talento artesanal de las mujeres de este municipio, y la oportunidad de encontrar mercado tanto nacional como internacional, ya que no es un producto comercializado en este Municipio, teniendo la ventaja de abrir mercado local, nacional e internacional pudiéndose lograr esto por etapas, comenzando por el mercado local, Tegucigalpa.

Tomando como ejemplo los logros que han tenido los productores de artesanía de hoja de pino del municipio de Intibucá, esto puede mejorar el nivel de vida de los habitantes de esta comunidad, por lo que generaría empleo y por ende ingresos, a través de la comercialización de estos productos, así mismo, se daría a conocer el atractivo del Municipio, como un lugar turístico y establecer una denominación de origen de las Artesanías de Hoja de Pino de Lepaterique.

En la actualidad este municipio, no se conoce como un lugar en el que se produce esta artesanía, lo que ha causado que se quede atrás en su atractivo artesanal en relación a otros municipios que si se conocen por sus artesanías, como es: Ojojona, Santa Ana, Valle de Ángeles, por lo que con este proyecto se espera explotar el talento artesanal del mismo, aprovechándose como fuente de desarrollo económico y al mismo tiempo, que pueda servir de ejemplo para otros municipios que se encuentran en la misma condición, y al mismo tiempo el aprovechamiento de los recursos locales disponibles.

Se considera necesario fortalecer la producción artesanal de Lepaterique como una actividad alterna a las existentes, para un aprovechamiento óptimo de los recursos naturales ya que no implica deforestación o deterioro del bosque de pino, siendo este la principal fuente de materia prima; y a través de la comercialización de estos productos es posible generar una imagen positiva para el municipio convirtiéndose en un incentivo para visitar y poder adquirir un recuerdo agradable y útil de Lepaterique.

De este producto se podrán beneficiar directamente las mujeres artesanas que trabajan en conjunto para la elaboración de estos productos y de forma indirecta, las familias de las comunidades, el comercio (restaurantes, hoteles, suvenires etc.), los intermediarios, la alcaldía, así como los consumidores finales, ya que podrán adquirir un artículo útil y decorativo.

1.6.1 APOORTE Y BENEFICIO SOCIAL DEL PROYECTO

Las expectativas esperadas, de contribuir a conocer mejor, la actividad artesanal de la hoja de pino elaborada en el Municipio de Lepaterique, Departamento de Francisco Morazán, y los aportes que brindará a la economía, local como nacional, y además despertará el interés de la población en general por este rubro, concientizándose a la vez, de la importancia que representa para el país.

De la misma manera se tiene como propósito principal recuperar parte de nuestras tradiciones ya casi perdidas, ofreciendo al público productos netamente hondureños fabricados bajo un estándar de calidad, en un lugar típico, cercano a la capital, creativos y a un precio justo.

La empresa contribuirá con la creación de empleo directo, incrementando la inversión productiva que contribuye a la generación de impuestos hacia el estado y genera una visión competitiva de orientar nuevos lineamientos hacia la producción y

comercialización de productos artesanales, esto puede contribuir a la conciencia de comenzar a transformar la gestión de la pequeña empresa en Honduras.

1.6.2 CONVENIENCIA ECONÓMICA Y DE MERCADO

Mediante la realización de un estudio de factibilidad (de mercado, técnico, legal, organizacional y financiero) se reduce la incertidumbre asociada a la toma de decisiones de invertir y permite una mejor asignación de los recursos económicos. El estudio de factibilidad para el desarrollo o la fabricación y comercialización de la artesanía de hoja de pino establece las bases para efectuar el proceso de administración del proyecto y así lograr su materialización.

Conviene a la economía donde el momento que presenta una oportunidad para generar actividad económica, ocupación y la generación de nuevos mercados nacionales e internacionales.

1.7 COMPONENTES METODOLÓGICOS DEL ESTUDIO

La metodología a seguir en el desarrollo del estudio será recabar la información secundaria ya existente e información a través de entrevistas personales con personas involucradas directamente con la producción del producto en este caso son las productoras de artesanía de Lepaterique, grupos de personas individuales, posibles compradores, instituciones claves, como la Secretaria de Turismo, Secretaria de Cultura Arte y Deporte, Secretaría de Recursos Naturales, Secretaría de Gobernación y justicia, Relacionadas con el presente proyecto, cubriendo los aspectos mercadológico, técnico, organizacional, financiero y legal, basándose en los siguientes aspectos fundamentales, que son: a) Revisión de documentación existente; b) Recolección, y análisis de estadísticas ya existentes; c) Realización de entrevistas con las empresas artesanales y distribuidores que funcionan en el País; d) Realización de entrevistas con dirigentes nacionales y de filiales de la Asociación Nacional de artesanos ; e) Visitas a algunos municipios productores de artesanías de hoja de pino, Yamaranguila, Guaimaca o encargados de programas como PROCAFOR f) Realización de entrevistas con

instituciones financieras, Banca, Cooperativas. g) Realización de entrevistas con expertos en Derecho Mercantil y algunas Embajadas Europeas; h) Procesamiento de datos y producción de informes.

1.7.1 METODOLOGÍA MERCADOLÓGICA

Se realizarán visitas y entrevistas personales con los encargados de Souvenirs, algunas personas contacto de las embajadas europeas, personas individuales de Tegucigalpa y Comayagüela, para investigar los precios de compra, las cantidades y los periodos en que se demandan artesanía de hoja de pino, las posibilidades de participación de nuevos proveedores, el sistema de pago a los proveedores y determinar si en realidad los actuales proveedores satisfacen la demanda de los clientes que distribuyen dicho producto.

1.7.2 METODOLOGÍA TÉCNICA

Para obtener información secundaria se visitaran las bibliotecas de instituciones educativas públicas y privadas tales como: Universidad Nacional Autónoma de Honduras (U.N.A.H.), Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC) y Escuela Agrícola Panamericana el Zamorano, en donde se procederá a revisar la bibliografía técnica existente, relacionada con tipos de instalaciones físicas y el manejo del producto, como el manejo de materia prima, método de producción, venta etc.

Se realizarán visitas de campo para la recolección de información primaria a través de entrevistas personales, con algunas de las mujeres que elaboran el producto, en Lepaterique y Guaimaca, así como con instituciones de cooperación internacional, como El Programa Regional Forestal de Centroamérica (MAFOR-PROCAFOR), ubicada en Tegucigalpa que desde los noventa, está trabajando

para el desarrollo de comunidades en el manejo adecuado del bosque de coníferas en Honduras.

Con la información recopilada se procederá a elaborar para el proyecto: el diseño de procesos de producción, sistemas de costos, sistema de calidad y el plan de inversión.

1.7.3 METODOLOGÍA ORGANIZACIONAL

Se aplicarán a la empresa procesos relacionados con: Administración General, Estrategia Administrativa y de Recursos Humanos.

Formación de la junta directiva, estructura organizativa, capacitación y entrenamiento, control de calidad, acondicionamiento de la planta.

1.7.4 METODOLOGÍA LEGAL

Se realizarán visitas y entrevistas con personeros de instituciones como la Cámara de Comercio, Alcaldía del Distrito central, Alcaldía de Lepaterique, Instituto Hondureño de Seguridad Social (IHSS), Régimen de Aportaciones Privadas (RAP), Instituto Nacional de Formación Profesional (INFOP) y la Dirección Ejecutiva de Ingresos (DEI) para conocer de trámites administrativos requeridos en el componente legal del estudio.

Además, se consultará tanto a expertos en Derecho Empresarial, como bibliografía relacionada con esa rama del derecho. Todo lo anterior con el propósito de conocer los requisitos que son requeridos para la operación de la empresa desde el punto de vista legal y ambiental así como también las cargas tributarias que se deben pagar al Estado.

1.7.5 METODOLOGÍA FINANCIERA

Se identificarán y visitarán las principales instituciones públicas y privadas que constituyen fuentes de financiamiento para determinar: Tipo de garantías, accesibilidad a préstamos, vigencia de tasas de interés, formas, plazos y períodos de pago, factores que constituyen la verdadera estructura financiera de la producción artesanal.

Finalmente se determinarán aspectos relacionados con la contabilidad financiera y administrativa, análisis financiero y de formulación y evaluación de proyectos de inversión.

CAPÍTULO II

MARCO CONCEPTUAL

2.1 DEFINICIONES Y CONCEPTOS MÁS UTILIZADOS

Árbol de pino: este es un árbol de la familia de las Abietáceas, con las flores masculinas y femeninas separadas en distintas ramas. Tiene por fruto la piña, y por semilla el piñón. Su tronco, elevado y recto, contiene trementina; la hoja muy estrechas, puntiagudas y punzantes, persisten durante el invierno y están reunidas por la base en hacecillos de a dos, tres o cinco. Estas son utilizadas para desarrollar artesanías. (Diccionario, Encarta)

Artesanía:¹⁰ Es una industria cultural que comprende actividades de producción y comercialización, la artesanía, es un eslabón muy importante dentro de la cadena de atributos que debe ofrecer un destino turístico. Secretaría de Turismo (Turismo, 2006 Página 44).

Calidad: se refiere al conjunto de propiedades inherentes a algo, que permiten juzgar y apreciar su valor.

Hilo para crochet: Hebra larga y delgada de una materia textil, especialmente la que se usa para coser y para bordados de calidad. (Diccionario Encarta)

MAFOR¹¹: Proyecto de desarrollo rural, apoya el desarrollo de organizaciones forestales comunitarias en los diferentes municipios de Honduras. (Mafor-Procafor, 2003.)

¹⁰ Secretaría de Turismo (Turismo, 2006 Página 44).

¹¹ Proyecto de desarrollo rural, apoya el desarrollo de organizaciones forestales comunitarias en los diferentes municipios de Honduras. (Mafor-Procafor, 2003.)

Producto: es cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para su atención, adquisición, uso, o consumo, y que podría satisfacer un deseo o una necesidad.

Producción: Suma de productos que se están creando o desarrollando, por tener dicho producto gran demanda.

Pedido: Encargo hecho a un fabricante o vendedor de géneros de su tráfico.

PROCAFOR: Programa Regional Forestal de Centroamérica. Es coordinador de proyectos nacionales existente en Honduras, Nicaragua y Guatemala, Promueve el intercambio de experiencias en grupos de trabajos artesanales. (Mafor-Procafor, 2003.)

Recolección: Época en que tiene lugar recoger o levantar un producto.

2.1.2 CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO

2.1.3 PRODUCTO ARTESANIA HOJA DE PINO

El producto consiste en artesanías ecológicas elaboradas a base de hoja de pino, que pueden tener diferentes tipos de formas y usos dependiendo de la artesanía.

Son elaboradas a base de hoja de pino su materia prima se puede conseguir a bajo costo, ya que se obtiene del bosque seleccionando las hojas secas de pino que se desprenden de los árboles. Su confección es 100% manual requiriendo adicionalmente de aguja e hilo para su fabricación.

2.1.4 DEFINICIONES DEL PRODUCTO Y SERVICIO

En un producto 100% natural elaborado a mano, los diseños se hacen por iniciativa personal y de acuerdo a los solicitado en los pedidos, la producción se hace de acuerdo a lo solicitado en los pedidos de igual manera se elaboran productos para ofertar.

Entre los productos elaborados con hoja de pino están:

Canasta



Figura1

Fuente propia, Coello

La canasta es un producto de uso doméstico, decorativo y utilitario que puede ser utilizada para almacenar diferentes tipos de objetos y alimentos. Sus dimensiones son de 12" de largo por 6" de ancho y 4" de alto.

Tapete



Figura 2

El tapete es uno de los productos que requiere de menos tiempo para su elaboración y es utilizado para decorar o servir de soporte o base a platos, ollas, entre otros. Sus dimensiones son de 14" de diámetro.

Florero



Figura 3

El florero es un artículo que posee la función principal de servir como decoración, depositando en él flores únicamente artificiales. Sus dimensiones 6" de ancho por 10" de alto. Su elaboración toma un poco más de tiempo.

Frutera



Figura 4

La frutera es uno de los productos más atractivos por sus variadas formas, puede ser utilizada para depositar frutas, verduras tortillas, entre otras.

Debido a su original aspecto también puede usarse como objeto decorativo en el hogar. Sus dimensiones son de 14" de diámetro por 4" de alto.

Cabe mencionar que estos productos son muy versátiles debido a que se trabajan con otros tipos de formas, colores y dimensiones.

2.1.5 TIPOS DE VENTA DEL PRODUCTO

La venta al darse el proyecto se haría de manera directa del productor al cliente que ha realizado el pedido, así como incluir a intermediarios, como al público en general que tenga interés en el producto pueden ser compradores locales, nacionales o extranjeros.

2.2 MARCO CONTEXTUAL

2.2.1 SURGIMIENTO DEL PRODUCTO Y SERVICIO EN LA HISTORIA

Un análisis de la situación forestal de Honduras nos demuestra que la base de recursos se encuentra en 5.989.600 hectáreas con cobertura forestal, lo que equivale al 53.2% del territorio nacional, a pesar de que se estiman en un 87.7% del territorio nacional (9.865.548). El bosque latifoliado corresponde al 25% del territorio, el bosque de pino a un 22% y bosque mixto (pino y otras especies) a un 5%. Las áreas desforestadas se calculan en un 15% y las zonas agrícolas, ganaderas y otros en un 32% a pesar de que solamente deberían ser un 12.3%. Se estima que hay 1.8 millones de hectáreas de pinares ralos en suelos pobres, o bien pueden estar degradados por la extracción selectiva, el sobrepastoreo, plagas e incendios forestales.

De los bosques de producción en pinares, 1.55 millones de hectáreas, el 45.3% (700 mil hectáreas) está en tierras nacionales y el 54.7% (846 mil hectáreas) está en tierras privadas o ejidales. De los bosques de producción en latifoliadas, 475 mil hectáreas, el 89.5% (425 mil hectáreas) está en tierras nacionales y el 10.5% (50 mil hectáreas) en tierras privadas o ejidales. El volumen en pie en los bosques de producción de coníferas es de 108.8 millones de m³, con un promedio de 70 m³/ha. El crecimiento anual es de 6.1 millones de m³. Lo que sería equivalente al volumen de corte anual permisible. El volumen en pie en los bosques latifoliados de producción es de 81 millones de m³, con

un promedio de 169 m³/ha. El crecimiento anual es de 2.4 millones de m³. Sin embargo, el volumen aprovechable, considerando el número reducido de especies comerciales, es de unos 180 mil m³ al año (el volumen comercial aprovechable sería equivalente a un 7.5% del crecimiento total anual).

La extracción de leña es realizada por la población rural, en forma individual y a través de algunas cooperativas agroforestales.¹² Según AFE - COHDEFOR (1996), las fuentes son en un 67% bosques latifoliados no comerciales (especies arbustivas), 19% pinares, 9% desperdicios de aprovechamientos forestales y 5% desperdicios de aserrío.

Producción y exportación de flora y fauna. Entre éstos productos se encuentran plantas y/o animales de los que se extrae materia prima para la realización de una serie de actividades artesanales que generan medicinas, artesanías, alimentación y otros productos comerciales, como el caso del junco (Cardulovia).

Los bosques ejidales de Honduras cubren un total de 877 mil hectáreas y un total del 14.4 % de la cobertura forestal total. Un 23.6 % de los bosques de pino y un 6.6% de los bosques de latifoliadas pertenecen a ejidos municipales. En los bosques ejidales latifoliados no hay manejo forestal ni planes de manejo presentados ante la Corporación Hondureña de Desarrollo Forestal (CFE-COHDEFOR).

Las 216 mil Hectáreas probablemente tienen poca presencia de los funcionarios municipales y tienen aprovechamiento ocasional por individuos y comunidades aledañas, su aprovechamiento es informal, están siendo convertidos a otros usos y eventualmente pueden estar protegidos debido principalmente a su inaccesibilidad. No hay información sobre estos bosques en las estadísticas e informes oficiales.

Es un recurso no utilizado, que debe tener un potencial al menos para algunos municipios del país. Los pinares ejidales son en esencia también bosques nacionales

¹² AFE - COHDEFOR (1996)

que están bajo el control de las municipalidades, sea por tradición o por asignación más reciente. Se trata de 660 mil hectáreas, en las cuales al año 2001 habría 121 planes de manejo forestal aprobados, cubriendo 187 mil hectáreas a manejar y con una corta anual permisible de 332 mil m³/año.

Los municipios de Guaymaca, Yamaramguila, Lepaterique, poseen bosques ejidales de coníferas de alta calidad, situación que generó en los años sesenta la proliferación de empresas forestales que trabajaban mediante concesiones obtenidas a través de la Administración Forestal del Estado.

Estos madereros y aserraderos realizaban pagos no reglamentados a la municipalidad, que no correspondían con el volumen de madera extraído, sino con un área asignada; por otro lado no contribuían a resolver las necesidades sociales y económicas de la población que vive en éstas zonas forestales.

Esta situación condujo a que algunas poblaciones sobre todo en el departamento de Intibucá se levantaran en protestas y se paralizaron concesiones asignadas a industrias foráneas al Municipio.

A partir del año 1992, con la entrada en vigencia de la Ley de Modernización y Desarrollo del Sector Agrícola (LMDSA), se establece que los propietarios de la tierra son también dueños de los bosques forestales y se les responsabiliza por su manejo, esto trae consigo nuevas oportunidades para que las Municipalidades con bosque ejidales desarrollen un manejo forestal que beneficie a la mayoría de sus pobladores. Proyecto Manejo y utilización sostenida de Bosques de Coníferas en Honduras¹³ (Canales, Díaz, & Pineda, Artesanía de Pino, 2003).

El proyecto MAFOR, al igual que otros proyectos como CATIE de desarrollo rural, se enmarcan en esta coyuntura para proveer acuerdos entre las comunidades, las

¹³ Ley de Modernización y Desarrollo del Sector Agrícola(Canales, Díaz, & Pineda, Artesanía de Pino, 2003).

Municipalidades y la Administración Forestal del Estado (AFE), con el fin de desarrollar el manejo forestal de bosques ejidales con participación comunitaria.

La forma colectiva de trabajo en el manejo forestal de Guaimaca, Yamaranguila y Lepaterique, originalmente fue a través de grupos o microempresas dedicadas al maderero. En estos grupos participaban mayormente hombres, así como algunas mujeres

En el caso de Lepaterique se forma el Banco Comunal 'Fe y Alianza' ¹⁴ ubicado en la comunidades meta del Proyecto Manejo y Utilización Sostenible de Bosques de Coníferas en Honduras, (MAFOR) que es uno de los proyectos nacionales de PROCAFOR. MAFOR es un proyecto social – forestal, cuyo objetivo principal es promover la capacidad de autogestión del campesino y campesina a través de la promoción, organización y capacitación para la implementación de proyectos productivos diseñados por ellos mismos. Bancos Comunales en el Programa Regional Forestal para Centroamérica (Raquel Mejía y René Benítez pág.31-33).

MAFOR es un proyecto que a través de un proceso de capacitación a líderes comunales, se identificaron y formularon diferentes micro-proyectos productivos, basados en el recurso forestal: aserrío manual, producción de carbón, y producción de leña. Este tipo de actividad forestal naturalmente requirió de un apoyo financiero a los proponentes. Así, en 1994, comienzan a operar los fondos revolventes para la facilitación de préstamos a los grupos organizados a los que se les aprobaron sus micro proyectos.

Se estableció, para tal fin, el reglamento interno del fondo a través de un comité de crédito integrado por el Director regional de la AFE-COHDEFOR, el Director del proyecto, un representante del grupo meta principal y un representante de la institución financiera que administra el fondo. Esta última ofrece créditos directos a cada grupo y

¹⁴ Bancos Comunales en el Programa Regional Forestal para Centroamérica (Raquel Mejía y René Benítez pág.31-33).

es la responsable de su recuperación. Surge entonces el Banco Comunal 'Fe y Alianza', como una alternativa para atender las necesidades planteadas por las mujeres. MAFOR proporciona apoyo, a través de capacitación y extensión, y los fondos provienen de la Cooperativa Agroforestal Lepaterique y de la Municipalidad de Lepaterique. El banco inició actividades a principios de 1996, con 22 socias. MAFOR vio en el banco la oportunidad de atender las necesidades prácticas de la mujer campesina y fortalecer su emancipación y autoestima a través de aprender a administrar dinero y establecer proyectos generadores de utilidades (Bancos Comunales en PROCAFOR pág. 31-33).

En Guaimaca en 1995 se establecieron 3 grupos madereros y en 1997 se formó la Cooperativa Forestal Nuevo esfuerzo Limitada (COFONEL) Integrada por 21 mujeres que fueron las primeras a nivel nacional en dedicarse a la actividad de resinación, encontraron varias dificultades en el camino, el propósito fue que las mujeres se involucraran en la actividad del maderero; pero se presentaron algunos inconvenientes, ya que los hombres no querían que las mujeres trabajaran en el bosque. A pesar de estas dificultades, la cooperativa siguió funcionando formándose el grupo Lazos de Amistad que se dedica a la artesanía de hoja de pino.¹⁵ (Canales, Díaz, & Pineda, Artesanía Hoja de Pino , 2003).

En Yamaranguila: en el año 2001 se organiza la Cooperativa Regional Agroforestal PALISAL, dedicada al manejo forestal, dada las dificultades del trabajo colectivo mixto, las mujeres de la cooperativa se organizan para dedicarse a la artesanía de la hoja de pino llamado su grupo Manos ágiles.

Por ser la elaboración de artesanía de pino una actividad novedosa y con alto potencial para generar ingresos, alrededor de la misma se han realizado varios intercambios entre los grupos de las mujeres que permiten enriquecer el proceso de la elaboración y abrir oportunidades para mujeres de otras comunidades.

15 (Canales, Díaz, & Pineda, Artesanía Hoja de Pino , 2003). Procafor

La experiencia generada por los grupos de Guaimaca y Yamaranguila se originó a través del intercambio de las mujeres de Nueva Segovia, Nicaragua, y a su vez las mujeres de Yamaranguila han instruido a las mujeres de Quebrada Honda Municipio de Villa de San Antonio Comayagua Y de San Isidro en Intibucá.

A principios del 2003, se desarrollo en Yamaranguila el primer encuentro Nacional de Mujeres que elaboran artesanía de pino el cual Contó con la participación de artesanas locales, de Guaimaca y Lepaterique; el encuentro tuvo como objetivos: compartir diseños, buscar la estandarización de precios y estilos de las piezas e identificar mercados existentes y potenciales. (Canales, Díaz, & Pineda, Artesanías de Pino, 2003)

2.2.2 ÉXITO DE EMPRESAS DEDICADAS A LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE LA ARTESANIA DE HOJA DE PINO EN HONDURAS.

Hasta Octubre del 2003¹⁶ se han organizado seis grupos de mujeres artesanas en el País, siendo estas:

- **Yamaranguila**
 - Manos Ágiles
 - Las Flores
- **Guaimaca**
 - Lazos de Amistad
- **En Lepaterique.**
 - Fruto del Pino.

¹⁶ Programa Promafor (Canales, Díaz, & Pineda, Artesanías de Pino, 2003)

 **Intibucá**

 San Isidro

 **Villa de san Antonio**

 Quebrada Onda

Los grupos que han tenido éxito hasta la fecha son los grupos manos ágiles y las Flores de Yamaranguila, Intibucá, Fruto del Pino de Lepaterique, los cuales están trabajando con los grupos de artesanos en Intibucá a nivel nacional, en la venta de estos productos en la Zona.

Los grupos que han tenido problemas con las ventas y no han encontrado mercado son los grupos de Villa de San Antonio, Quebrada Onda, San Isidro, Lazos de Amistad de Guaimaca, ya que no han podido mercadear sus productos, y el personal capacitado que produce las artesanías se ha retirado.

Resultados del trabajo de grupos: Primer Encuentro Nacional de Mujeres que elaboran artesanías de pino en Honduras.

Nombre del Grupo	Logros	Problemas	Aspiraciones
Grupo: Fruto del Pino (Lepaterique)	<ul style="list-style-type: none"> ✿ Hemos aprendido a elaborar artesanías. ✿ Conocer el comercio de las artesanías. ✿ Contar con el Proyecto MAFOR y de Municipalidad. ✿ Siempre estamos unidas. ✿ Hemos expuesto sobre la Artesanías en Lepaterique y otros lugares. ✿ Participación en diferentes Ferias 	<p>Se han retirado algunas compañeras de nuestro grupo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✿ Progresar en este tipo de trabajo. ✿ Seguir Manteniendo nuestros ahorros. ✿ Aprender nuevos diseños. ✿ Mantener la venta de nuestros productos.
Grupo: Lazos de Amistad (Guaimaca)	<ul style="list-style-type: none"> ✿ Capacitarnos en artesanías con el apoyo del Proyecto MAFOR. ✿ Hemos obtenidos ingresos. ✿ Valorar la hoja de pino como materia prima. ✿ Desarrollo de la creatividad en artesanías. ✿ Descubrir la combinación de los materiales de pino con otros, por ejemplo bambú, semilla de roble, frijol, abono, etc. ✿ Participar en el primer concurso de artesanías a nivel Nacional. 	<ul style="list-style-type: none"> ✿ No tenemos mercado. ✿ Dificultad para encontrar hilo. ✿ Los precios de venta son muy bajos. 	<ul style="list-style-type: none"> ✿ Aprender más sobre las artesanías. ✿ Mejorar el comercio de las artesanías. ✿ Ser reconocidas a nivel Nacional e internacional.

<p>Grupo: las Flores Cofradía (Yamaranguila)</p>	<p>Ganancias familiares y venta de artesanías.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✘ Problemas para la compra de hilos. ✘ Falta de mercados seguros, sólo en espera. ✘ No hay claridad en el papel desempeñado en cargos directivos. ✘ Después de la separación del grupo manos Ágiles no hemos tenido venta. 	<ul style="list-style-type: none"> ✘ Aprender más sobre artesanías con el apoyo de otros grupos. ✘ Que otras personas conozcan lo que hacemos nosotras.
---	--	---	---

FUENTE: AFE-COHDEFOR/MAFOR Página 50-51 ¹⁷

2.2.3 EXISTENCIA DE PRODUCTOS EN EL MERCADO NACIONAL, HISTORIA, CAMBIOS.

Estos productos existen en el mercado nacional hace poco tiempo, no se tiene en detalle desde que fecha se está elaborando este producto, el proyecto MAFOR comenzó el apoyo con las mujeres artesanas de hoja de pino desde la formación de cooperativas de grupos de maderero desde 1995 (Procafor1992-2003, pág16) elaborado artesanalmente, la producción de este tipo de producto no ha sido orientada a nivel industrial.

La promoción se realiza por diferentes medios, como la participación directa en eventos, exposiciones, ferias, y concursos artesanales contactos en diversos puntos

¹⁷ AFE-COHDEFOR/MAFOR Página 50-51

de venta donde puedan exhibirse en mercados (pabellones de artesanías de Valle de Ángeles en Francisco Morazán y Pabellón Guamilito en San Pedro Sula) tiendas de artesanías.

2.2.4 PAPEL DE ALGUNOS DE LOS ACTORES INVOLUCRADOS Y SU RELACIÓN CON EL PRODUCTO

Los proveedores: De estos se depende para garantizar la adecuada elaboración de las unidades producidas. Entre los proveedores de materias primas necesarias para la elaboración de ciertos tipos están los fabricantes de hilo, y las tiendas proveedoras de este material a las que se les dificulta el adquirir productos de calidad y con variedad de colores.

Los compradores: Representan a los clientes directos de la Empresa tales como suvenires, publico de Ferias en los mercados municipales y en las exposiciones artesanales que es donde mayormente se presenta el producto terminado.

Las productoras: De ellas depende el correcto manejo y operación de la empresa con lo que se garantiza la producción fijada como meta y la calidad del producto requerida por nuestros clientes.

Los Competidores: Se puede distinguir las artesanas de otras comunidades que se dedican al mismo tipo de comercialización que la empresa en estudio y que tienen ya un posicionamiento permanente en el mercado de la artesanía.

Competidores que venden otras artesanías como la artesanía de hoja de tusa, barro, semillas, junco, Es bien conocido el alto porcentaje de artesanía de barro que se vende la cual se comercializa de diversas maneras y a bajos precios.

CAPÍTULO III

EL PROYECTO

3.1 NOMBRE DEL PROYECTO

El nombre sugerido para la empresa es Empresa del Pino S. de R.L ubicado en el Municipio de Lepaterique, y sus siglas serán EMPI. S de RL

3.2 ÁREA GEOGRÁFICA DEL PRODUCTO

El área geográfica de acción del proyecto es el Municipio de Lepaterique¹⁸, que es la zona más alta del Departamento de Francisco Morazán, se encuentra en la parte suroeste de la ciudad capital de Honduras, Tegucigalpa, Lepaterique está localizado a unos 40 Kilómetros sobre la carretera al Batallón que conduce a la aldea de Mateo, situado en una extensa llanura rodeado de montañas de Lepaterique.

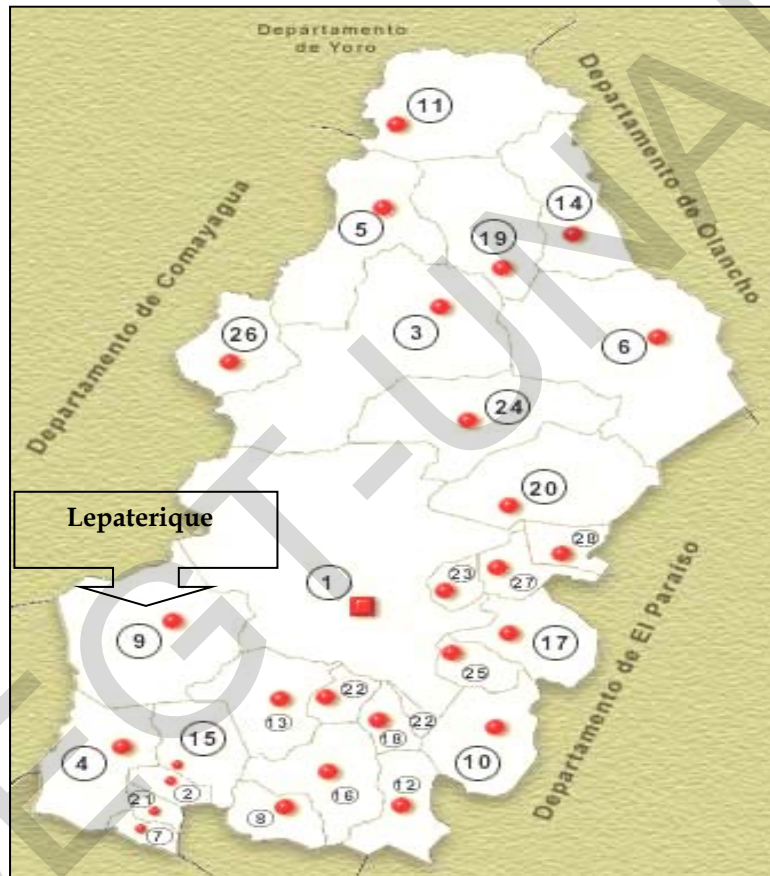
El Municipio de Lepaterique limita al Norte con el Municipio de Lamaní, Departamento de Comayagua; y con el Distrito Central Departamento de Francisco Morazán; al Sur con los municipios de Reitoca y Curarén ambos de Francisco Morazán; al Este con el municipio de Ojojona y el Distrito Central y al Oeste con los municipios de Aguanqueterique y Lamaní. (Justicia, 2003)

El proyecto se desarrolla en un local ubicado en el centro del Municipio.

¹⁸ srdis.ciesin.org/cases/honduras-001.htm 3 de Oct. 2008

Figura No 5

Mapa del Departamento de Francisco Morazán y el municipio de Lepaterique.



Lepaterique



3.3 ÁREA TEMÁTICA DEL PRODUCTO

El proyecto se va a desarrollar dentro del sector dedicado a la artesanía de hoja de pino, la cual ha experimentado bajas tasas de crecimiento en los últimos años. El estancamiento de la producción y comercialización obedece a diversos factores, tales como la de no contar con locales propios, para la venta de la artesanía, no tienen mercado, los precios de venta son muy bajos, falta de responsabilidad en la entrega de los pedidos a los clientes, dificultad en la recolección adecuada de materia prima, no hay claridad en el papel desempeñado en cargos directivos.

Estos problemas se presentan en la comercialización de las artesanías de hoja de pino. Con la implementación de la Empresa del Pino se busca producir y comercializar un producto de calidad (artesanías) en la ciudad Capital como primera etapa, al mercado nacional como segunda etapa y al mercado internacional como tercera etapa.

En este proyecto se utilizará la estructura general de la metodología de la Evaluación de Proyectos para hacer una serie de determinaciones, tales como mercado insatisfecho, ubicación y diseño adecuado de las instalaciones físicas,. Técnicas organizacionales, legales y financieras para una empresa dedicada a la producción y venta de artesanía de hoja de Pino.

3.4 OBJETIVOS DEL PROYECTO

3.4.1 OBJETIVO GENERAL

Lograr que la Empresa del Pino S de RL se establezca sólidamente, en un período de cuatro años; y que alcance un nivel de rentabilidad conforme al crecimiento esperado de una empresa de esta naturaleza.

3.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar las posibilidades de expandir las ventas de productos elaborados a base de la hoja de pino.
- Conocer el grado de aceptación de las artesanías de Lepaterique en el mercado local.
- Identificar el precio de mercado que las personas estarían dispuestas a pagar por artesanía de hoja pino producida en Lepaterique.

3.5 IMPACTO ESPERADO DEL PROYECTO

- ✦ El impacto a través de la generación de empleo y el ingreso familiar en la economía de la zona y específicamente a la comunidad de Lepaterique lo que provoca distribución de ingreso entre la población.
- ✦ En la economía de los propietarios, pues se espera que de acuerdo al estudio; el proyecto opere y produzca con costos fijos y variables que permitan la permanencia y estabilidad de la empresa, adquiriendo un posicionamiento del producto en el mercado.
- ✦ Desarrollo integral de la mujer, en el mejoramiento de su nivel de vida, estima, relaciones interpersonales, comunicación, y la comercialización del producto les dará la oportunidad de relacionarse con otros actores locales como externos.
- ✦ Generación de una mayor valoración a la utilidad del árbol lo que contribuye a la enseñanza y al mejoramiento del ambiente.
- ✦ Generación de divisas a la nación.

3.6 ANÁLISIS SITUACIONAL DEL PROYECTO

A continuación se presenta una proyección de diagnóstico de la situación de la empresa que permitirá determinar las fortalezas y debilidades propias de la misma, en cuanto a su capacidad de producción y situación financiera así como también determinar las oportunidades y amenazas propias del entorno económico en que se desarrollará la actividad de la empresa.

3.6.1 FORTALEZAS

- ❖ Las mujeres artesanas de productos elaborados con hoja de pino cuentan con mano de obra calificada y residen en el Municipio de Lepaterique.
- ❖ El Municipio de Lepaterique goza de riquezas naturales que incluye una diversidad de paisaje como ser especialmente los bosques de pino, por lo que la principal materia prima para la elaboración de las artesanías elaboradas con hoja de pino, se encuentra a su alcance.
- ❖ Las artesanías son elaborados con materiales naturales, sin químicos o contaminantes, siendo un producto amigable con el medio ambiente.
- ❖ Los productos no son de uso único, pueden ser de uso domestico, decorativo así como en diversos tamaños y su gama de colores vivos se adecuan a las preferencias de sus clientes.
- ❖ Las artesanas cuentan con capacitación especializada en la elaboración de las artesanías elaboradas a base de hoja de pino, siendo un factor importante para la sostenibilidad del proyecto.
- ❖ Las artesanas trabajan bajo la modalidad de trabajo en equipo, lo cual fortalece la dinámica en la confección de las artesanías.
- ❖ El Municipio de Lepaterique forma parte de la mancomunidad denominada como MACSUR que incluye a Santa Ana, San Buenaventura, Ojojona, Nueva Armenia,

permitiendo a las artesanas mayor contacto con personal a capacitar en la elaboración de las artesanías como parte del fortalecimiento y desarrollo integral de las comunidades.

- ❖ La cercanía a Tegucigalpa provee mayor facilidad para el acceso a la demanda local e internacional

3.6.2 OPORTUNIDADES

- ❖ El alto potencial turístico, es un factor importante para motivar a los clientes a movilizarse para adquirir las artesanías elaboradas a base de hoja de pino.
- ❖ Las características, acabado y demás bondades de las artesanías, se presentan para ser un producto exportable.
- ❖ Lepaterique ha sido y sigue siendo apoyada por diversas cooperaciones internacionales, de las cuales se pueden mencionar la GTZ (Cooperación Alemana), HEKS (Concertación Suiza) y SNB (Servicio Holandés), entre otras lo cual facilita las relaciones estratégicas de apoyo para esta actividad artesanal para el fortalecimiento empresarial de las mujeres artesanas.
- ❖ La posible construcción de una carretera que comunique a Lepaterique con Ojojona, facilitará al acceso al producto captando clientes potenciales de otras áreas.

3.6.3 DEBILIDADES

- ❖ Las artesanas no cuentan con servicio de comunicación en sus hogares, la señal celular es inexistente no así en el centro del Municipio, por lo que hacen uso del servicio de telefonía fija de HONDUTEL en las instalaciones de la Alcaldía Municipal.
- ❖ No cuentan con una herramienta que facilite la elaboración de la artesanía y que les permita reducir tiempo y costo de mano de obra.

- ❖ No cuentan con apoyo de la Alcaldía ni de ninguna otra institución.
- ❖ Falta de capacitación en técnicas de comercialización, negociación, ambiente así como en las áreas de organización, administración y cultura turística, restándoles poder de negociación.
- ❖ Carencia de iniciativa en la comunidad hacia proyectos de desarrollo que mejoren la calidad de vida local.
- ❖ No poseen luz eléctrica, dificultando la producción de las artesanías por factor tiempo.
- ❖ Falta de involucramiento en la actividad artesanal por parte de la comunidad, lo que provoca un déficit de mano de obra.
- ❖ Actualmente solo se cuenta con una carretera de acceso.
- ❖ Actualmente solo se cuenta con una carretera de acceso.

3.6.4 AMENAZAS

- ❖ Degradación de los recursos naturales por falta de programas sostenibles en la explotación de estos recursos. La deforestación que existe en la zona, si no es controlada debidamente, afectará directamente en la elaboración de las artesanías.
- ❖ La migración constante de los pobladores jóvenes de las comunidades, puede debilitar la capacidad de producción de las artesanías.
- ❖ La crisis mundial amenaza con la contracción económica afectando la actividad comercial de las artesanías.
- ❖ Pérdida del apoyo que proveen los organismos internacionales de cooperación y otras instituciones que inciden en el desarrollo de la comunidad.
- ❖ Rezago en el desarrollo turístico frente a otras localidades que cuentan con características y potencialidades similares al municipio de Lepaterique.

CAPÍTULO IV

COMPONENTES DEL PROYECTO

4.1 COMPONENTE MERCADOLÓGICO

4.1.1 Determinación del mercado meta primario y secundario

4.1.1.1 Mercado Meta Primario

El mercado meta primario se define, como el conjunto de compradores que tienen necesidades o características comunes, a los cuales la empresa decide servir en forma prioritaria.

Inicialmente y por razones geográficas, el mercado meta será el Distrito Central que incluye la ciudad de Comayagüela y Tegucigalpa que es la ciudad capital de Honduras y la ciudad más grande del país. Ubicada al pie del cerro El Picacho (1,240 m.) en una cuenca formada por el río Grande o Choluteca, a unos 990 metros sobre el nivel del mar. La población estimada para el 2007 del Distrito Central es de 1.098,045 habitantes. Instituto Nacional de Estadísticas (2007).

4.1.1.2 Mercado Meta Secundario

El mercado meta secundario estará formado, por las tiendas que venden artesanías, los suvenires.

4.1.2 INVESTIGACIÓN DE MERCADO

4.1.2.1 Determinación del universo y meta

Para determinar el universo se consideraran la Ciudad de Tegucigalpa y Comayagua, escogiendo El segmento del mercado meta escogido son todas las personas que habitan en el Distrito Central de clase media hacia arriba, ambos sexos.

Población de Distrito Central: 1, 098,045
 Población clase media, media alta y alta¹⁹: 19.42%, 9.81% y 3.29% respectivamente. (Encuesta Permanente de Hogares de Propósitos Múltiples.) Septiembre 2007.

Es importante mencionar que las fuentes de datos secundarios para el Municipio son limitadas, por lo que fue necesario implementar una herramienta de investigación que recabara la mayor cantidad de datos primarios. Considerando el objetivo de la investigación y los recursos disponibles se utilizó la encuesta (ver anexo 1) como herramienta para la obtención de datos primarios. El tipo de muestreo utilizado fue probabilístico ya que se seleccionaron las personas al azar, es decir que cada una de las personas de la población tiene una probabilidad de ser seleccionada y el método de muestreo utilizado fue el aleatorio simple con población infinita, en donde todas las personas tienen la misma probabilidad de selección. Este método es el más representativo para efectos del presente proyecto, eligiendo cada miembro de forma independiente a los demás mediante un procedimiento aleatorio partiendo de la muestra.

¹⁹ Fuente: EPHPM (Encuesta Permanente de Hogares de Propósitos Múltiples) Septiembre 2007

Para calcular el tamaño de la muestra, se utilizó la siguiente fórmula:

$$n = Z_{\alpha}^2 \frac{p \cdot q}{i^2} \text{ Donde,}$$

n: Tamaño de la muestra.

Z: Valor correspondiente a la distribución de Gauss, para una confianza de 95% o un $\alpha = 0.05$, $Z = 1,96$; Para una confianza del 99% o un $\alpha = 0.01$ $Z = 2,58$

p: Probabilidad de éxito.

q: Probabilidad de fracaso.

i: Error

$$n = 1.96^2 \frac{0.5 \cdot 0.5}{0.05^2}$$

$$n = 384$$

4.1.2.2 Método para recopilar información

La información se recopilará por medio de entrevistas y encuestas, en los lugares de afluencia de personas de los niveles que se ha seleccionado.

En el siguiente cuadro se resume el método de muestreo utilizado.

Tabla No 2

Característica	Descripción
Elementos de Muestreo	Personas mayores de 20 años laboralmente activa y/o estudiando
Unidades de Muestreo	Familias
Alcance	Distrito Central
Tiempo	Del 20 al 31 de Agosto 2008
Tamaño de la muestra	384 personas

Fuente: Propia 2008.

El alcance del proyecto se enfoca en el Municipio del Distrito Central como un mercado meta potencial inicial, debido a la cercanía del municipio de Lepaterique y la capacidad adquisitiva del mercado.

4.1.2.3 Análisis e Interpretación de Datos

Conclusiones del Estudio de Mercado

1. Dentro de los resultados obtenidos de las encuestas se determinó que el 64.3 % de los encuestados compran artesanías típicas de Honduras y un 35.7 % no lo hacen.
2. De quienes adquieren artesanías se determinó que el 34.6 % las compran de barro, el 22.9% de madera y el 6% de cuero. El porcentaje restante que corresponde a un 36.5% adquiere de varios tipos como metal, tuza, junco entre otras.
3. De la población encuestada el 19.27% conoce la artesanía de pino mientras que el resto que suma el 80.73 no la conoce y nunca ha comprado el producto.
4. El 67.7% de las personas encuestadas estarían dispuestas a comprar artesanías elaboradas con hojas de pino, en cambio un 32.3% no les interesa comprarlas. Estos resultados demuestran que hay un buen número de personas que estarían dispuestas a comprar ese tipo de artesanías que no son tan conocidas.
5. En cuanto a la plaza según los resultados de la encuesta un 40.4% les gustaría adquirir estos productos en las tiendas de souvenir, un 5.2% en el aeropuerto y el 13.8% les gustaría adquirir estos productos en El Municipio de Lepaterique.
6. Este último porcentaje es muy importante ya que indica que hay interés en el mercado por desplazarse hasta Lepaterique, generando una mayor afluencia turística al Municipio.
7. De las personas encuestadas el 7% prefiere enterarse de estos productos a través de la radio, el 16.4% prefiere enterarse en revistas turísticas, un 30.5% prefieren enterarse por medio del periódico siendo este el medio de mayor peso y un 7.3% preferiría conocerlos por Internet
8. Al momento de hacer los cruces entre variables entre edad y compra de artesanías hondureñas se puede determinar que existe un mayor porcentaje de

personas con edades que oscilan entre los 20 y 30 años siendo este del 66% que compran artesanías típicas hondureñas.

9. Al momento de hacer los cruces entre variables entre sexo y compra de artesanías típicas de Honduras de artesanías hondureñas se puede determinar que existe un mayor porcentaje de mujeres que compran artesanías típicas hondureñas, siendo este del 70%.
10. De las personas encuestadas al realizar el cruce de la variable compra de artesanías de hojas de pino con la variable ingresos familiar se determinó que si estarían dispuestas a comprar estos productos, devengan ingresos mayores a los L. 15,000

4.1.3 Determinación de la demanda

Demanda Pasada:

Según la entrevista realizada con la Señora Máyela Martínez, Artesana de Lepaterique, en sus inicios trabajaban por pedidos, con una demanda de 48 unidades mensuales para sumar con un total de 576 unidades elaboradas anualmente.

Demanda actual:

Inicialmente y geográficamente el mercado meta será el Distrito Central que incluye la ciudad de Comayagüela y Tegucigalpa que es la ciudad capital de Honduras y la ciudad más grande del país. Ubicada al pie del cerro El Picacho (1240 m.) en una cuenca formada por el río Grande o Choluteca, a unos 990 metros sobre el nivel del mar. La población estimada para el 2007 del Distrito Central es de 1, 098,045 habitantes²⁰.

²⁰ Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE), 2007.

Segmentación de Mercado:

El segmento del mercado meta escogido son todas las personas que habitan en el Distrito Central de clase media hacia arriba, ambos sexos.

Población de Distrito Central:	1, 098,045
Población clase media, media alta y alta ²¹ respectivamente	19.42%, 9.81% y 3.29%
Segmento potencial a comprar:	67.7% ²²
Tasa de crecimiento poblacional:	2.2% ²³

Tabla No3

Segmento Poblacional

Segmento Poblacional	
Población del Distrito Central	1,098,045
Población clase media (19.42%)	213,186
Población clase media alta (9.81%)	107,663
Población clase alta (3.29 %)	36,092
Total Población de clase Media a Alta, población dividida entre Cuatro	356,941/4 89,235

Se considera la división entre cuatro, tomando en cuenta que cada persona cuenta con cuatro miembros en la familia. El total de la población sería 89,235 de clase media alta.

Fuente propia 2008.

²¹ Fuente: EPHPM (Encuesta Permanente de Hogares de Propósitos Múltiples) Septiembre 2007

²² Este porcentaje corresponde al de personas que estarían interesados en adquirir artesanías de hoja de pino, obtenido de los resultados de las encuestas.

²³ Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE), Proyecciones de Población 2001-2015. Censo de Población y vivienda 2001.

Tabla No 4

Cálculo de la Demanda Actual de Hoja de Pino

Artículo	Demanda Total	% Participación	Frecuencia Demandada			
			Mensual	Trimestral	Semestral	Anual
Canastas	44,927	36%	28,375	9,458	4,729	2,365
Frutero	21,521	17%	7,409	5,998	2,822	5,292
Tapete	22,079	18%	9,337	1,945	4,669	6,128
Florero	35,568	29%	23,778	2,774	3,567	5,449
Total	124,095	100%	68,899	20,175	15,787	19,234

Tabla No 5

Demanda Anual de Unidades

Artículo	Demanda Anual (Unidades)
Canasta	44,927
Frutera	21,521
Tapete	22,079
Florero	35,568
TOTAL	124,095

Fuente: Propia 2008

Demanda Anual en Unidades = **124,095**

Demanda Futura:

La demanda futura se calcula de la siguiente manera:

Demanda Futura = Demanda anual en unidades x crecimiento poblacional.

Tabla No 6

Demanda Futura

Producto	2009	2010	2011	2012	2013	Total
Canastas	44,927	45,915	46,926	47,958	49,013	234,739
Frutero	21,521	21,994	22,478	22,973	23,478	112,445
Tapete	22,079	22,565	23,061	23,569	24,087	115,360
Florero	35,568	36,350	37,150	37,968	38,803	185,839
Total	124,095	126,825	129,615	132,467	135,381	648,383

Fuente: Propia 2008

4.1.3.1 Pronóstico de Venta

Oferta

Oferta Pasada:

Debido a la falta de información no existen datos históricos de la oferta pasada de artesanías en base a hoja de pino o artesanías afines.

Oferta Actual:

En cuanto a la competencia directa, que en este caso son las Artesanas de La esperanza Intibucá, presentan una oferta de productos de forma anual de la siguiente manera, según la artesana Ángela González Sánchez:

Tabla No 7

Oferta Actual	
Producto	Producción anual
Canastas	2,400 unidades
Fruteros	4,200 unidades
Tapetes	2,400 unidades
Floreros	2,400 unidades
En Total la Oferta Actual	11,400 artículos

La competencia indirecta es representada por todos aquellos grupos artesanales que trabajan con materiales como junco, mimbre y tuza, de los cuales no existe información de los datos de la oferta o su producción anual.

Oferta Futura:

Las artesanas de La Esperanza Intibucá esperan aumentar su producción a 12,000 artículos anuales, un total de **14,400 unidades anuales** para los próximos 2 años. No existe información de parte de la competencia indirecta en cuanto a proyecciones de oferta.

Mercado Aprovechable

El Mercado aprovechable corresponde a la división de la Demanda entre la Oferta:

Mercado Aprovechable= Demanda / Oferta

Mercado Aprovechable = 124,095/11,400 = 11 **unidades**

Participación de Mercado

El porcentaje de participación en el mercado de productos artesanales a base de hoja de pino en el Distrito Central será:

Participación en Mercado= Proyección Ventas / Demanda Anual

Actualmente las artesanas de Lepaterique cuentan con una producción limitada, debido a que no dedican tiempo completo a la elaboración de las artesanías (dedican una buena parte de tiempo a los quehaceres del hogar y a cuidar a sus hijos) logrando una producción anual de 1,680 unidades para obtener una participación de mercado del 0.014

Participación de Mercados = $(1,680/124,095 \text{ unidades}) = 0.014 = 1.4\%$.

Tabla No 8

Participación Actual de la Demanda	
Oferta (unidad)	1,680
Demanda (unidad)	124,095
Participación de mercado.	0.014 1.4%

Este resultado no es suficiente para satisfacer la demanda que existe en el Distrito Central de dichas artesanías. Por lo tanto se propone el incremento de la producción como el tiempo dedicado a la misma, logrando así elaborar 45 piezas diarias trabajando a tiempo completo, cinco días a la semana, teniendo una estructura organizacional bien definida. De esta manera se obtendrá una producción anual de 7,200 unidades (7,200 unidades*20 días*12 meses) para una participación de mercado del 5.87%

$$\text{Participación de Mercados} = (10,800/124,095 \text{ unidades}) = 0.087$$

Tabla No 9

Participación del Proyecto en la Demanda	
Oferta (unidades)	7,200
Demanda (unidades)	124,095
Participación de mercado.	0.058 5.8%

En base a la demanda y participación de mercado se pueden proyectar las ventas tanto en unidades como en valor económico para los siguientes 5 años:

Tabla No 10

Ventas Totales Proyectadas en unidades

Ventas Proyectadas			
Año	Demanda	Participación de Mercado	Ventas Proyectadas
2009	124,095	5.80%	7,200
2010	126,825	5.67%	7,200
2011	129,615	5.55%	7,200
2012	132,467	5.43%	7,200
2013	135,381	5.32%	7,200

Fuente: Propia 2008

Para el cálculo del precio se consideraron los costos fijos y variables, mano de obra y el margen de ganancia. Para el cálculo de los ingresos proyectados se considera en base a precios constantes.

Tabla No 11

Proyección de ventas

Año	Unidades	Precio Promedio	Total
2009	7,200	151	1088,305
2010	7,200	166	1197,136
2011	7,200	183	1316,849
2012	7,200	201	1448,534
2013	7,200	221	1593,387
Total	36,000		6644,211

Tabla No 12

Precios por Productos

Precios 2008 (Lempiras)	
Canasta	144
Florero	208
Frutera	145
Tapete	80

Fuente: Propia 2008

Considerando los resultados de la investigación de mercado, en cuanto a la preferencia de las personas encuestadas por los diferentes artículos, se establecieron las ventas proyectadas por producto en unidades.

Tabla No 13

Proyección de precios de venta

Producto	Canasta	Frutera	Tapete	Florero
2009	144.00	145.00	80.00	208.00
2010	158.40	159.50	88.00	228.80
2011	174.24	175.45	96.80	251.68
2012	191.66	193.00	106.48	276.85
2013	210.83	212.29	117.13	304.53

Una vez calculado el precio de venta y las ventas proyectadas en unidades, es posible calcular las ventas en unidad monetaria.

Tabla No 14

Proyección de ventas

Año	Unidades	Precio Promedio	Total
2009	7,200	151	1088,305
2010	7,200	166	1197,136
2011	7,200	183	1316,849
2012	7,200	201	1448,534
2013	7,200	221	1593,387
Total	36,000		6644,211

Fuente: Propia 2008

Demanda Insatisfecha

La Demanda Insatisfecha se obtiene de la siguiente manera:

DI = Demanda – Oferta

DI= 124,094 – 11,400= 112,695 unidades

4.1.4 Análisis de la competencia**4.1.4.1 Benchmarking Competitivo**

Dentro de los mercados competidores se pueden encontrar a todas las variedades de artesanías como cuero, barro, madera. Que representan una competencia indirecta, estas se pueden encontrar en municipios como Valle de Ángeles, Santa Lucía, Ojojona, entre otros y de forma directa se cuentan con las artesanías elaboradas en Guaimaca y La Esperanza en donde se trabaja con la hoja de pino.

4.1.4.2 Estrategias para competir

La empresa se esforzará por alcanzar y satisfacer el segmento de mercado que no está cubierto, y la estrategia a tomar será la publicidad, la que enfocará en la atención al cliente y lo versátil de nuestro producto.

Las posibles debilidades encontradas en este mercado es la inconstancia de la elaboración del producto ya que no se encuentran de manera permanente en el mercado siendo este un producto con una buena demanda.

Los precios en el mercado son muy altos para esta artesanía algunas tiendas de suvenires mantiene sus productos por el alto precio que piden al mercado.

No se ha identificado que la competencia tenga estrategias, ya que se investigó el mercado al cual se han orientado está abandonado, no hay proyección de venta para esta artesanía en el Distrito Central, de las tiendas de suvenir encuestadas en Tegucigalpa solo el 43.00% venden este producto y el 14% tenían producto en existencia.

No se tiene datos del crecimiento de los dos últimos años, ya que solo se tiene información de la permanencia del mercado en Intibucá. Se cree que el nuevo negocio podría traer más clientes ya que la demanda del producto es grande la artesanía de hoja de pino podría desplazar la preferencia por otros productos.

Los aspectos que se pudieran mejorar en este proyecto es la existencia de producto en las tiendas y para los proveedores, así mismo se puede implementar la estrategia de la diferenciación del producto, en colores, tamaños, y consistencia.

Estructura de precios

- Entrar al mercado con los precios²⁴ de plaza, ofreciendo un producto cien por ciento orgánico y de calidad a un buen precio.
- Ofrecer cierto porcentaje de descuento en las compras por mayor.

Según los resultados obtenidos en las encuestas el precio óptimo para cualquier artesanía de hoja de pino oscila entre los L. 100 y L. 150.

La base para establecer el precio será de acuerdo a la fijación de precios de costo, más margen de utilidad, el cual es calculado en el Estudio Técnico.

Tabla No 15

Cálculo de precios por producto

Precios 2009 (Lempiras)			
Producto	Costos	Margen de ganancia (40%)	Precio para el 2009
Canasta	102.73	41.09	144.00
Florero	148.57	59.43	208.00
Frutero	103.64	41.46	145.00
Tapete	57.47	22.99	80.00

Fuente: Propia 2008

4.1.5 Plan de mercadotecnia

4.1.5.1 Objetivos y Estrategias de Servicio

- Desarrollar la capacidad de prestar el servicio prometido con precisión y consistencia desde el primer momento.
- Prestar el servicio con prontitud y amabilidad.

²⁴ El precio es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio, o la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio Klotler, Armstrong p(317)

- Mostrar interés y atención individualizada a los clientes inspirando confianza de parte de los empleados.(como empresa)

La estrategia será mantener comunicación constante con los clientes, con la disponibilidad de parte del personal para responder a cualquier inquietud.

4.1.5.2 Objetivos y estrategias de marca

- Posicionarse en la mente del consumidor a través de la marca **FRUTO DEL PINO** que le va a significar arte, calidad y variedad.

Realizar el registro de la marca, para utilizar ese respaldo en la promoción y publicidad del producto y así garantizar el uso exclusivo de la misma.

4.1.5.3 Objetivos y Estrategias de Publicidad y Promoción

- Que la marca **FRUTO DEL PINO** sea conocida entre los distribuidores mayoristas y los consumidores.

- Que EMPI sea una empresa que produce artesanías de pino de alta calidad.

- Garantizar a los distribuidores mayoristas por parte de la Empresa, un trato personalizado y directo.

- Esto se va a lograr mediante la estrategia de mensaje o el posicionamiento del anuncio (lo que intento transmitir de mi producto, como calidad, variedad, novedad).

Para influir en las ventas del producto, la promoción puede ser realizada por anuncios impresos, ya que puedo transmitir información detallada sobre el producto y comunicar de manera eficaz imágenes y usos del producto.

La estrategia de promoción que se utilizará según el tipo de mercado estudiado será exhibiciones en los puntos de ventas, y se tomarán en cuenta las coyunturas con las ferias de artesanías como A gafan y las ferias que se realizan en Lepaterique y los municipios aledaños. Al mismo tiempo se les ofrecerá la publicidad del producto.

Se consideran las etapas más importantes, la primera etapa promocional se hará en febrero A gafan, en Septiembre En las Feria Lepaterique y en Diciembre A gafan.

- Publicidad: En periódicos de mayor circulación, revista Honduras Tips, Link de internet, Hojas volantes entregadas en lugares estratégicos como hoteles, restaurantes, cafés, además de elaborar stickers con el logo de la Empresa.

Hacer entrega a los intermediarios de un afiche, para que lo coloque en los establecimientos de distribución que son clientes de la empresa, y en el cual se dará a conocer: el nombre de la Empresa productora de artesanía de hoja de Pino. Se realizará un aumento de la publicidad en el mes de Julio y Diciembre por ser meses en que puede aumentar las ventas del producto por tener extranjeros en el país.

- Venta personal: Presentación personal de los servicios en conversaciones con los futuros clientes con el propósito de hacer ventas.

Después de llevar a cabo la investigación de mercados se logró determinar cuáles son los medios por los cuales les gustaría enterarse a las personas de los productos artesanales de hoja de pino, siendo el periódico el medio preferido y en segundo lugar las revistas turísticas.

📰 Periódico: las publicaciones de los productos serán a través de los periódicos de mayor difusión en el país, como El Heraldó y La Tribuna. Estas publicaciones se llevarán a cabo cada tres meses a media página blanco y negro a un costo de L. 7,150 por anuncio.

📰 Revistas turísticas: con la ayuda de artículos informativos se podrán promover los productos artesanales inicialmente en la revista Honduras Tips cuya publicación se realiza 2 veces al año. El artículo aparecerá en cada publicación a media página blanco y negro con un costo de Lps. 7,300.00 por anuncio.

📰 Internet: la información de las artesanías así como del municipio se hará a través de Internet, haciendo uso de la página www.letsgehonduras.com. De manera que aparezca como un link en cada una de estas páginas. El costo anual del link es de \$150.00.

A continuación se presenta el plan de medios:

Tabla No 16

Plan de Medios

Medio	Inserciones anuales	Participación plan de medios	Observaciones
Periódicos	4	77%	Cada tres meses
Honduras Tips	2	20%	Cada Semestre
Internet	1	3%	Aparecerá como link
TOTAL		100%	

Fuente: Propia 2008

Tabla No 17



Presupuesto de Publicidad	
Medio	Presupuesto Anual
Periódicos	57,200
Revista	14,600
Link	2,854.50
Total	74,654.50

Fuente: Propia 2008

Los resultados esperados Sobre la publicidad y la promoción serán el impacto del nuevo producto y la cuota de participación de mercado.

Los mecanismos de monitoreo que se emplearan será la encuesta a consumidores para conocer, si el cliente recuerda lo que se promocionó y el producto.


4.1.5.4 Objetivos y estrategias de precios

-  Entrar al mercado con los precios de plaza, ofreciendo un producto cien por ciento orgánico y de calidad a un buen precio.
-  Ofrecer cierto porcentaje de descuento en las compras por mayor.

Según los resultados obtenidos en las encuestas el precio óptimo para cualquier artesanía de hoja de pino oscila entre los L. 100 y L. 150.

El precio se establece de acuerdo a la fijación de precios de costo más margen, el cual se calcula en el Estudio Técnico.

4.1.5.5 Objetivos y estrategias de ventas

-  Alcanzar el sistema de trabajo justo a tiempo basado en la comunicación y el trabajo en equipo.

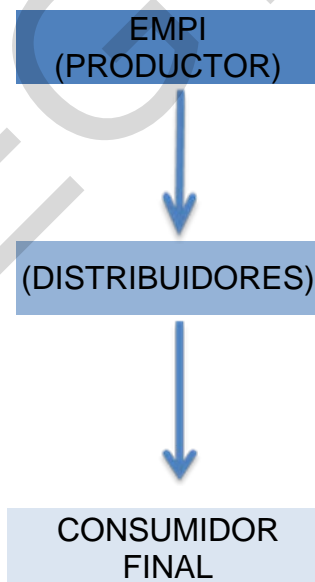
- 📌 Ejercer un mayor control del precio del producto de la empresa, que permita ofrecer precios razonables y competitivos.
- 📌 Trabajar conforme a un programa de distribución semanal del producto.
- 📌 A largo plazo hacer uso de nuevos canales de distribución para colocar el producto de la empresa en otros lugares del país.

4.1.5.6 Objetivos y estrategias de distribución

El canal de distribución²⁵ que será utilizado en **EMPI** será: De la empresa a los distribuidores y los consumidores finales.

Figura No 6

Estrategia de distribución Planta de Producción



La estrategia actual de la competencia, es trabajo por pedidos a las empresas (o fabricante) y este lo vende al consumidor final.

²⁵ Los canales de distribución son conjuntos de organizaciones o personas, interdependientes que participan en el proceso de poner a disposición de los consumidores un bien o servicio para su uso o adquisición. Kotler Keller Duodecima edición, Pearson (Pág. 468)

Finalmente para lograr el posicionamiento del producto en el mercado, se implementará una estrategia de diferenciación de servicios: Que consistirá en garantizar la entrega puntual de canales de calidad y en las cantidades determinadas, a través de contratos semanales, realizados entre la empresa y los distribuidores de artesanías:

- 📌 Crear y mantener una imagen favorable.
- 📌 Uso de venta y publicidad
- 📌 Reconocer la importancia de todo el personal de contacto con el público.
- 📌 La fuerza de ventas se encargará de llevar un control de las necesidades de los clientes en cuanto al periodo de compra del producto y ofrecer directamente el producto a los distribuidores del mismo.

Las estrategias serán:

- 📌 Complacer al cliente y siempre contar con existencias de producto, es decir esta empresa no vende “No Hay “.

Como una segunda opción para poder adquirir el producto los consumidores podrán desplazarse hasta la aldea El Guayabal en el Municipio de Lepaterique, la cual se encuentra a 15 minutos del centro del municipio.

4.2 Componente Técnico

4.2.1 Localización del Proyecto

La comercialización artesanías de hoja de pino de Lepaterique, estará localizada en la Región Centroamericana en el país de Honduras, este tiene fronteras con Nicaragua al sureste y con El Salvador y Guatemala al oeste. Al norte, cerca de 800 kilómetros de sus costas están bañadas por el Mar Caribe. Al Sur se encuentra el Golfo de Fonseca, sobre el Océano Pacífico.

Macro Localización

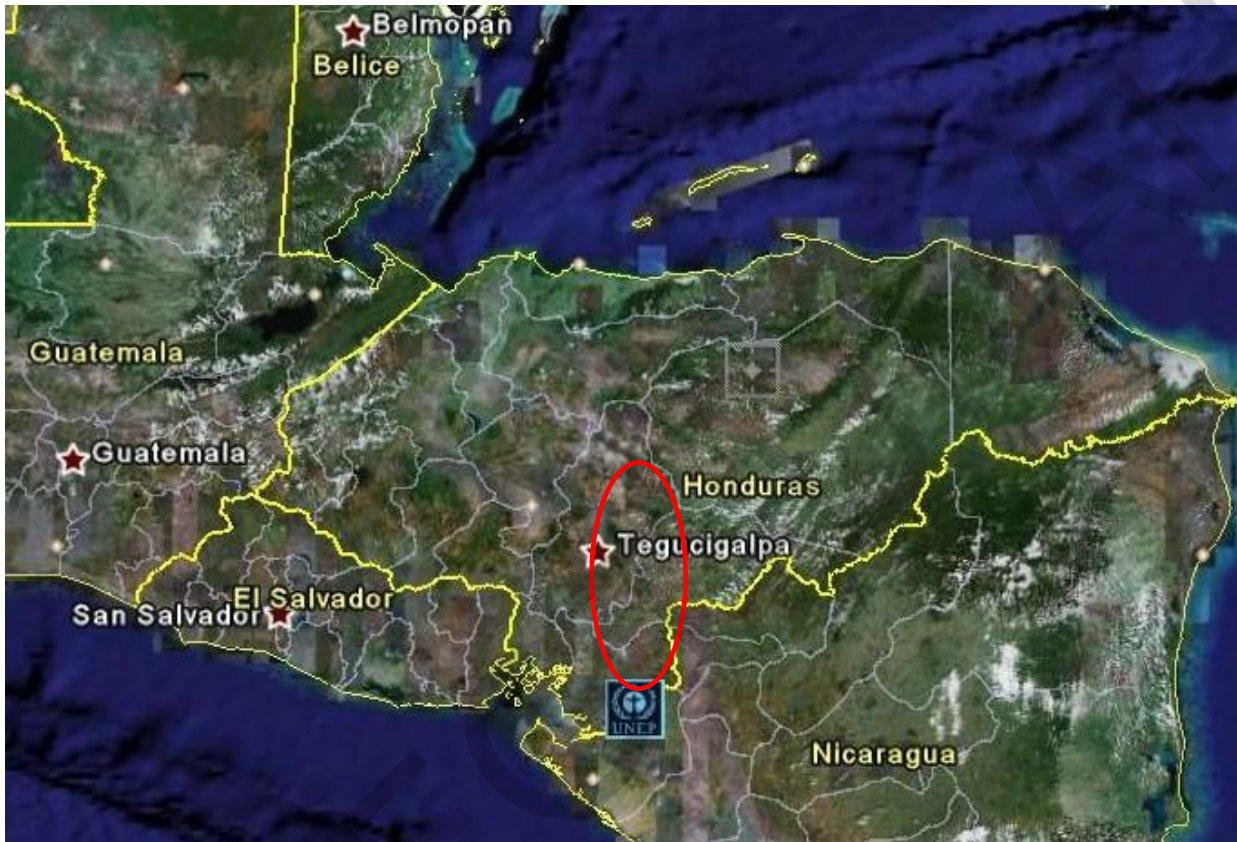


Figura 7

Las artesanías se elaboran en la centro del Municipio de Lepaterique, Departamento de Francisco Morazán.

El Municipio de Lepaterique ²⁶es la zona más alta del Departamento de Francisco Morazán, y se localiza en la parte sureste de la ciudad capital, a unos 40 Kilómetros sobre la carretera al Batallón que conduce a la aldea de

²⁶ srdis.ciesin.org/cases/honduras-001.htm 3 de Oct. 2008

Mateo, está situado en una extensa llanura rodeado de montañas de Lepaterique.

El Municipio de Lepaterique limita al Norte con el Municipio de Lamaní, Departamento de Comayagua; y con el Distrito Central Departamento de Francisco Morazán; al Sur con los municipios de Reitoca y Curarén ambos de

Francisco Morazán; al Este con el municipio de Ojojona y el Distrito Central y al Oeste con los municipios de Aguanqueterique y Lamaní.

El proyecto se desarrolla en un local ubicado en el centro del Municipio.

4.2.2 Diseño de procesos de producción.

El siguiente proceso de producción se establece tomando en cuenta la participación, en el primer año, de 15 artesanas en la confección de las artesanías de hoja de pino. Se espera incorporar en los años siguientes un número mayor de artesanas para lograr aumentar la producción. El proceso de producción se establece para cada artículo determinando su responsable, materia prima utilizada, costos fijos y variables así como el tiempo (ver fotos anexo 4).

Se considera la producción de 30 artículos diarios.

Objetivo:

Determinar la función de la producción optima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción de la artesanía de hoja de pino.

Flujos del Proceso de producción

El Recolector de hojas de pino:

1. Se traslada al bosque para seleccionar y recolectar la hoja de pino.
 - a. Almacena las hojas de pino seleccionadas en sacos.

2. Entrega sacos con hojas de pino a la operaria.

La Operaria:

3. Recibe del Recolector sacos con hojas de pino y procede a la revisión de las mismas según especificaciones de calidad establecidas.
1. Una vez que las hojas de pino han sido revisadas y cumplen con las especificaciones de calidad, la operadora llena formulario de revisión de hoja de pino con su visto bueno.
2. Solicita al recolector que firme el formulario.
3. Solicita al recolector el traslado de los sacos al almacén de materia prima.
4. Remite al Recolector al área de contabilidad con el formulario para gestionar su pago por los sacos de hoja de pino.

La operaria:

5. Traslada del almacén de materia prima los sacos de hoja de pino al área de secado.
6. Esparce las hojas de pino sobre una plancha expuesta al sol para su secado.
7. Una vez seca la hoja de pino la traslada al almacen de materia prima preparada, para proceder a la fabricación de las artesanía.

Jefe de Producción:

1. Establece las órdenes de trabajo por operaria según pedidos.
2. Indica a las operarias el tipo de artesanía y cantidad a producir.
3. Supervisa con los estándares de calidad las artesanías a medida se van elaborando (sobre la marcha).


La operaria:

1. Se traslada al almacén de materia prima preparada a solicitar las hojas de pino para proceder a la elaboración de la artesanía según orden de trabajo.

2. Procede a hacer el centro, uniendo cinco racimos de pino con la aguja e hilo seleccionando el color del hilo según la orden de trabajo.
3. A medida que va uniendo con la aguja e hilo las hojas de pino, en esta medida la Operaria va dando la forma de la artesanía que este elaborando, siguiendo los parámetros establecidos del modelo.
4. Una vez finalizada la artesanía el jefe de producción autoriza que se proceda a empacarla.
5. La operaria empaca la artesanía en caja y la sella.
6. Traslada la artesanía empacada al almacén de producto terminado.

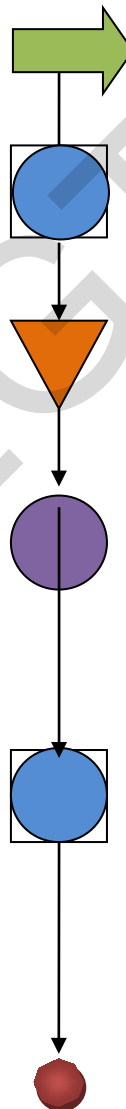
FiguraNo 9

Técnicas de análisis de proceso

 Procesos de Producción Empresa Del Pino S. De R.L.	D-PP-01	Recolección de Hoja de Pino	
	Página	Versión 01	01/10/08

RECOLECCIÓN HOJA DE PINO

Cantidad: por unidad




El recolector de hojas de pino se traslada al bosque (5 min)

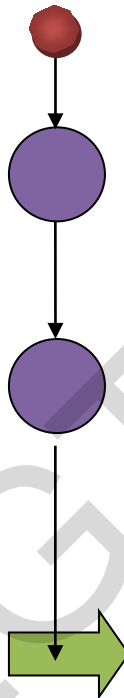
Selecciona y recolecta las hojas de pino (5 horas)

Almacena las hojas de Pino seleccionadas en sacos (10 min)

Entrega sacos con hojas de pino a la operaria. (10 min)

La Operaria recibe sacos con hojas de pino y procede a la revisión de las mismas según especificaciones de calidad establecidas. (5 min)


 Procesos de Producción Empresa Del Pino S. De R.L.	D-PP-01	Recolección de Hoja de Pino	
	Página	Versión 01	01/10/08



La operaria llena el Formulario de revisión de hoja de pino con su visto bueno. (4min)

Recolector firma el formulario.(1 min)

El recolector traslada los sacos al almacen de materia prima y se dirige al área de contabilidad con formulario para gestionar su pago. (10 min)


 Procesos de Producción Empresa Del Pino S. De R.L.	P-PP-	Preparación de Hoja de Pino	
	Página	Versión 01	01/10/08

RESUMEN PROCESO RECOLECCIÓN HOJA DE PINO PARA FABRICACIÓN

MANO DE OBRA		NUMERO DE OPERACIONES	TIEMPO DE TRABAJO	PAGO POR MINUTO Lps.	COSTO UNITARIO M.O. Lps.		NUMERO DE OPERACIONES	TIEMPO DE TRABAJO	PAGO POR MINUTO Lps.	COSTO UNITARIO M.O. Lps.
	C a n a s t a	3	4min	0.19	0.76	F r u t e r o	3	4min	0.19	0.76
		2	5min	0.19	0.95		2	5min	0.19	0.95
		1	0min				1	0min		
		2	0min				2	0min		
PAGO A RECOLECTO							0.44			
TOTALES		8	9min	0.38	Lps.2.15		8	9min	0.38	3.03

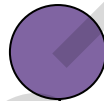
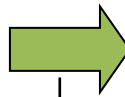
MANO DE OBRA		NUMERO DE OPERACIONES	TIEMPO DE TRABAJO	PAGO POR MINUTO Lps.	COSTO UNITARIO M.O. Lps.		NUMERO DE OPERACIONES	TIEMPO DE TRABAJO	PAGO POR MINUTO Lps.	COSTO UNITARIO M.O. Lps.
	T a p e t e	3	4min	0.19	0.76	F l o r e r o	3	4min	0.19	0.76
		2	5min	0.19	0.95		2	5min	0.19	0.95
		1	0min				1	0min		
		2	0min				2	0min		
PAGO A RECOLECTO							0.75			
TOTALES		8	9min	0.38	2.46		8	9min	0.38	2.43

FiguraNo 9

 Procesos de Producción Empresa Del Pino S. De R.L.	P-PP	Preparación de Hoja de Pino	
	Página	Versión 01	01/10/2008

PREPARACIÓN DE HOJA DE PINO

Cantidad: por unidad



La operaria traslada del almacén de materia prima los sacos de hoja de pino al área de secado (5 min)

La operaria esparce las hojas de pino sobre una sobre una plancha expuesta al sol para su secado (10 min)

La hoja de pino seca, la operaria la traslada al almacen de materia prima preparada, para proceder a la fabricación de las artesanías. (10 min)

Revisado por: Jefe de Producción	Aprobado por: Gerente de General
-------------------------------------	-------------------------------------


 Procesos de Producción Empresa Del Pino S. De R.L.	P-PP-	Preparación de Hoja de Pino	
	Página	Versión 01	01/10/08

Tabla No 18

RESUMEN PROCESO PREPARACIÓN HOJA DE PINO PARA FABRICACIÓN

MANO DE OBRA	NUMERO DE OPERACIONES	TIEMPO DE TRABAJO	PAGO POR MINUTO Lps.	COSTO UNITARIO M.O. Lps
	1	10min	0.19	1.90
		0min		
		0min		
	2	15min	0.19	2.85
TOTALES	3	25min	0.38	Lps.4.75


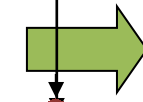
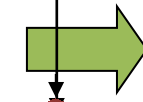
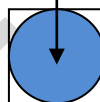
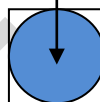
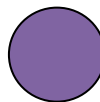
 Procesos de Producción Empresa Del Pino S. De R.L.	D-PP	Elaboración de las artesanías	
	Página	Versión 01	01/10/08

Figura 10

ELABORACIÓN DE LAS ARTESANÍAS




El jefe de producción establece las órdenes de trabajo por operaria según pedidos. (15 min)

Indica a las operarias el tipo de artesanía y cantidad a producir. La operaria sigue instrucciones. (5 min)

Supervisa la calidad de las artesanías a medida se van elaborando. (en tiempo sobre la marcha 5min)

La operaria se traslada al almacén de materia prima preparada a solicitar las hojas de pino para proceder a la elaboración de la artesanía según orden de trabajo.(2 min)


 Procesos de Producción Empresa Del Pino S. De R.L.	D-PP	Elaboración de las artesanías	
	Página	Versión 01	01/10/08

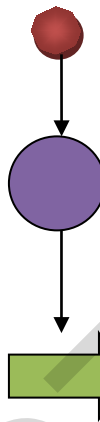


Procede a hacer el centro, uniendo cinco racimos de pino con la aguja e hilo seleccionando el color del hilo según la orden de trabajo.

A medida va uniendo con aguja e hilo las hojas de pino, en esta medida la Operaria da la forma de la artesanía que se elabora (1 día completo con los procesos adicionales 465min)

Una vez finalizada la artesanía el jefe de producción autoriza que se proceda a empacarla. (2min)


 Procesos de Producción Empresa Del Pino S. De R.L.	D-PP	Elaboración de las artesanías	
	Página	Versión 01	01/10/08



La operaria empaqueta la artesanía en caja y la sella.(3 min)

Traslada la artesanía empaquetada al almacén de producto terminado.
(5 min)

Revisado por: Jefe de Producción	Aprobado por: Gerente de General
-------------------------------------	-------------------------------------

 Procesos de Producción Empresa Del Pino S. De R.L.	P-PP-02	Distribución de la artesanía	
	Página	Versión 01	01/10/08

DISTRIBUCIÓN DE LAS ARTESANÍAS

Producto

Producción: Por unidad

Costos administrativos

El cliente tiene dos opciones para reclamar su pedido:

- a. El cliente se presenta a la empresa a reclamar su pedido.

Jefe de Producción:

1. Llena orden de salida del producto terminado según orden de pedido.
2. Selecciona el tipo de artesanía según orden de salida.
3. Llena formulario de entrega de pedido.
4. Notifica al cliente que su pedido está listo para ser reclamado en la empresa.


El Cliente:

1. Se presenta a la empresa a reclamar su pedido.

Jefe de Producción:

1. Entrega pedido al cliente a fin de que verifique que el pedido este completo.
2. Solicita al cliente que firme formulario de entrega de pedido.

- b. La empresa remite pedido al Cliente por medio de transporte

 Procesos de Producción Empresa Del Pino S. De R.L.	P-PP-02	Distribución de la Artesanía	
	Página	Versión 01	01/10/08

Jefe de Producción:


1. Llena orden de salida del producto terminado según orden de pedido.
2. Selecciona el tipo de artesanía según orden de salida.
3. Llena formulario de entrega de pedido.

Quien lo entrega

1. Verifica que el pedido esta completo.
2. Firma de recibido el formulario de entrega del pedido.
3. Traslada el pedido a la empresa de transporte.
4. Entrega documentación soporte del envío al Jefe de producción.

Jefe de Producción:

1. Notifica al cliente que su pedido ha sido enviado proporcionando los datos correspondientes para su reclamo.
2. Solicita al cliente que envíe vía fax el formulario de entrega del pedido debidamente firmado.

 Procesos de Producción Empresa Del Pino S. De R.L.	D-PP-02	Distribución de la artesanía	
	Página	Versión 01	01/10/08





DISTRIBUCIÓN DE LAS ARTESANÍAS

Producción: Por unidad

Procesos similares a todo el producto

Tabla No19

CUADRO RESUMEN PROCESO DISTRIBUCION ARTESANÍA DE HOJA DE PINO

OPERACIONES	NUMERO DE OPERACIONES	TIEMPO DE TRABAJO
	15	82min
		0min
		0min
	1	25min
TOTALES	16	107min

Nota: No se reflejan costos de mano de obra por ser las operaciones, costos administrativos.

Mano de obra²⁷ (Planta)

El Proyecto contará con la participación de 15 artesanas que confeccionarán las artesanías de hoja de pino. Se espera integrar a un grupo mayor de artesanas pertenecientes a la comunidad, para incrementar la producción y poder cumplir con la demanda del producto.

Mano de Obra directa: Las artesanas que fabrican las artesanías.

Mano de Obra indirecta: Personas ajenas a la producción o que intervienen indirectamente en ella como los recolectores y clasificadores de hoja de pino así mismo como el gerente y administrador.

TablaNo 20

Mano de Obra

Producto	Mano de Obra en Lps.
Canasta	97.66
Florero	143.26
Frutero	97.66
Tapete	52.06

Fuente: Propia 2008

Los costos de mano de obra son calculados en el proceso de producción. Una vez calculados los costos de mano de obra, materia prima y costos variables es posible establecer el precio de venta considerando un margen de ganancia del 40%.

²⁷ Se entiende por **mano de obra** el coste total que representa el montante de trabajadores que tenga la empresa incluyendo los **salarios y todo tipo de impuestos** que van ligados a cada trabajador <http://es.wikipedia.org/wiki/>

Tabla No21

Costo Unitario Por Producto

Costo unitario por producto (Lempiras)				
Materia Prima	Canasta	Florero	Frutero	Tapete
Hoja de Pino	0.44	0.72	1.32	0.75
Hilo	1.52	1.4	1.31	1.46
Mano de Obra	97.66	143.26	97.66	52.06
Costos Variables	0.11	0.19	0.35	0.2
Costos Indirectos	3	3	3	3
Total Costo Unitario	102.73	148.57	103.64	57.47

Fuente: Propia 2008

Tabla No 22

Cálculo del costo de mano de obra de operaria por minuto

CARGO: OPERARIA	CÁLCULOS EN LEMPIRAS
Sueldo mensual	2,800.00
Sueldo diario	$2,700/30 \text{ días}=93.33$
Sueldo por hora	$90/8\text{hrs}=11.66$
Sueldo por minuto	$11.25/60\text{min}=0.1944$

El sueldo mensual fue tomado de la planilla de pagos contenida en el presente proyecto

Tabla No23

Cálculo del costo de mano de obra de jefe de producción por minuto

Cargo: Jefe de Producción	Cálculos en Lempiras
Sueldo mensual	6,000.00
Sueldo diario	$6,000/30 \text{ días}=200.00$
Sueldo por hora	$200.00/8\text{hrs}=25$
Sueldo por minuto	$25/60\text{min}=0.4167$

El sueldo mensual fue tomado de la planilla de pagos contenida en el presente proyecto.


El jefe de producción supervisa en la marcha, es decir, supervisa a medida se va elaborando la artesanía para corregir desviaciones a tiempo y así evitar esperar hasta que el producto ya esté acabado. Con dicho procedimiento se minimizan los costos por desperdicios, el tiempo y agotamiento físico de la operaria.

Tabla No24

CUADRO RESUMEN PROCESO ELABORACIÓN PRODUCTO

JEFE DE PRODUCCIÓN

MANO DE OBRA	C a n a s t a	NUMERO DE OPERACIONES	TIEMPO DE TRABAJO	PAGO POR MINUTO Lps.	COSTO UNITARIO M.O. Lps.	F r u t e r o	NUMERO DE OPERACIONES	TIEMPO DE TRABAJO	PAGO POR MINUTO Lps.	COSTO UNITARIO M.O. Lps.
		3	17 min	0.28	4.76		3	17min	0.28	4.76
		1	5min	0.28	1.4		2	5min	0.28	1.4
			0min					0min		
			0min					0min		
TOTALES		4	22min	0.56	6.16		5	22min	0.56	6.16

MANO DE OBRA	T a p e t e	NUMERO DE OPERACIONES	TIEMPO DE TRABAJO	PAGO POR MINUTO Lps.	COSTO UNITARIO M.O. Lps.	F l o r e o	NUMERO DE OPERACIONES	TIEMPO DE TRABAJO	PAGO POR MINUTO Lps.	COSTO UNITARIO M.O. Lps.
		3	17min	0.28	4.76		3	17 min	0.28	4.76
		1	3min	0.28	0.84		1	10min	0.28	2.8
			0min					0min		
			0min					0min		
TOTALES		4	20 min	0.56	5.6		4	27 min	0.56	7.56


 Procesos de Producción Empresa Del Pino S. De R.L.	D-PP	Elaboración de las artesanías	
	Página	Versión 01	01/10/08

Tabla No 25

CUADRO RESUMEN PROCESO ELABORACIÓN PRODUCTO OPERARIA

MANO DE OBRA	C	NUMERO DE OPERACIONES	TIEMPO DE TRABAJO	PAGO POR MINUTO Lps.	COSTO UNITARIO M.O. Lps.	F	NUMERO DE OPERACIONES	TIEMPO DE TRABAJO	PAGO POR MINUTO Lps.	COSTO UNITARIO M.O. Lps.
				3	473min		0.19	89.87		3
			0min							
			0min					0min		
		2	0min	0.19	1.33		2	7min	0.19	1.33
T	S	5	480min	0.38	91.2		5	480min	0.38	91.2

MANO DE OBRA	T	NUMERO DE OPERACIONES	TIEMPO DE TRABAJO	PAGO POR MINUTO Lps.	COSTO UNITARIO M.O. Lps.	F	NUMERO DE OPERACIONES	TIEMPO DE TRABAJO	PAGO POR MINUTO Lps.	COSTO UNITARIO M.O. Lps.
		3	223min	0.19	44.27		3	713min	0.19	135.47
			0min							
			0min							
		2	7min	0.19	1.33		2	7min	0.19	1.33
T	S	5	240min	0.38	45.6		5	720min	0.38	136.8

Tabla No 26

MATERIA PRIMA

Cálculo de porcentaje de hoja de pino por saco necesario para la elaboración de cada producto

Producto	Unidades	Total medidas en pulgadas por unidad	cálculo	Porcentaje %
Canasta	20	387.44	$387.44/1336*100$	29
Florero	10	320.64	$320.64/1336*100$	24
Frutero	5	293.92	$293.92/1336*100$	22
Tapete	10	334	$334/1336*100$	25
Totales	45	1,336		100%

Las medidas en pulgadas fueron tomadas directamente por las artesanas del municipio de Lepaterique. El presente cuadro servirá de base para los procesos siguientes.

Tabla No 27

Cálculo De Pago Al Recolector Por Tres Sacos De Pino

Producto	Costo del saco en Lps.	Costo total por los 3 sacos Lps.	Cálculo del costo en Lps.	Costo de materia prima por unidad Lps.
Canasta	10	30	$30 * 29\%=8.7/20$ unid.	0.44
Frutero	10	30	$30 * 22\%=6.6/5$ unid.	1.32
Florero	10	30	$30 * 24\%=7.2/10$ unid.	0.72
Tapete	10	30	$30 * 25\%=7.5/10$ unid.	0.75

Los cálculos se basan en el precio por saco de hoja de pino, la cantidad de productos a elaborar y el porcentaje del contenido del saco que representa.

Tabla No 28

Cálculo del Costo del Hilo

Producto	un carrete de hilo	costo	Cálculo del costo en L.
Canasta	25	L38.00	1.52
Frutero	29	L38.00	1.31
Florero	27	L38.00	1.41
Tapete	26	L38.00	1.46

Tomando en consideración la producción semanal de los productos y el porcentaje que estas representan tabla No22 se calcula los costos variables.

Consumo de Luz anual L.720.00, tomando en cuenta que en todo el proceso de producción representa un 70%.

Consumo de agua Anual L. 240.00 Tomando en cuenta que el consumo de agua representa un 30% en el proceso de producción.

Tabla No 29

Cálculo costos variables

Producto	Luz	Agua
Canasta	L. 0.10	L. 0.01
Frutero	L. 0.31	L. 0.04
Florero	L. 0.17	L. 0.02
Tapete	L. 0.18	L. 0.02

Tabla No 30

DESCRIPCION	CANASTA	FRUTERO	TAPETE	FLORERO
	COSTO LPS.	COSTO LPS.	COSTO LPS.	COSTO LPS.
MATERIA PRIMA				
hoja de pino	0.44	1.32	0.75	0.72
Hilo	1.52	1.31	1.46	1.4
MANO DE OBRA	97.66	97.66	52.06	143.26
COSTOS VARIABLES	0.11	0.35	0.2	0.19
COSTOS INDIRECTOS:				
Aguja	1.5	1.5	1.5	1.5
Gillette	1.5	1.5	1.5	1.5
TOTAL COSTO UNITARIO	Lps. 102.73	Lps. 103.64	Lps.57.47	Lps. 148.57

Tabla N°31

Mano de Obra

Producto	Mano de Obra en Lempiras.
Canasta	97.66
Florero	143.26
Frutero	97.66
Tapete	52.06

Fuente: Propia 2008

Los costos de mano de obra son calculados en el proceso de producción. Una vez calculados los costos de mano de obra, materia prima y costos variables es posible establecer el precio de venta considerando un margen de ganancia del 40%.

Tabla N° 32

Costo unitario por producto

Costo unitario por producto (Lempiras)				
Materia Prima	Canasta	Florero	Frutero	Tapete
Hoja de Pino	0.44	0.72	1.32	0.75
Hilo	1.52	1.4	1.31	1.46
Mano de Obra	97.66	143.26	97.66	52.06
Costos Variables	0.11	0.19	0.35	0.2
Costos Indirectos	3	3	3	3
Total Costo Unitario	102.73	148.57	103.64	57.47

Fuente: Propia 2008

Los precios por artículo para el 2008 se calculan de la siguiente manera:

Tabla N° 33

Cálculo de precios por producto

Precios 2009 (Lempiras)			
Producto	Costos	Margen de ganancia (40%)	Precio para el 2009
Canasta	102.73	41.09	144.00
Florero	148.57	59.43	208.00
Frutero	103.64	41.46	145.00
Tapete	57.47	22.99	80.00

Fuente: Propia 2008

4.2.3 Sistema de higiene y seguridad

La higiene y seguridad son importantes en la empresa ya que están relacionados con las condiciones ambientales del trabajo que garantiza la salud física, mental y con las condiciones de bienestar de las personas. Por esta razón se deberá llevar cabo labores que faciliten estas tareas a través de un:

Ambiente físico

- Una buena iluminación del local.
- Adecuada ventilación del local
- Adecuadas áreas para desarrollar cada actividad.

Ambiente Psicológico

- Relaciones humanas agradables
- Estilo de gerencia democrática y participativa.
- Eliminación de posibles fuentes de estrés.

Aplicación de principios de ergonomía

- Mezas e instalaciones ajustadas al tamaño de las personas.

- Todo el equipo y mobiliario necesario para el buen desempeño de las actividades.
- Señalización de las áreas de trabajo.

4.2.4 Tecnología y equipo

Factores relevantes que determinan la adquisición equipo: a continuación se presenta la tabla de las principales actividades y el mobiliario necesario para desarrollarlas.

Tabla No 34

Actividad	Descripción de actividad	Mobiliario y equipo necesario
1	Recepción de pino	ninguno
2	Inspección de materia prima	ninguno
3	Almacenar	ninguno
4	solicita materia prima para trabajar	canasta, mesa, silla
5	Procede a elaborar el centro del producto	Aguja, hilo, tijeras, Gillette, dedal
7	Trasportar al almacén el producto terminado	ninguno
8	Colocar en los estantes el producto	Troco
9	Almacenar	ninguno

Tabla 35

No	Mobiliario y Equipo	Características	Tamaño físico	cantidad
1	Canastas	Plásticas, cuadradas	15x25 pulg.	15
2	Mesas de trabajos	Plásticas, cuadradas		2
3	Sillas	Trabajo sin ruedas forradas		16
4	Estantes	Metal		2
5	aguja	metal	medianas	36
6	dedal	común		30
7	Gillette	normal		36
8	Tijeras	medianas		15
9	Computadora	Memoria de de 1 giga, disco duro 160giga, proc.3.0	De Escritorio	1
10	Escritorio	Metal	Mediano	1
11	Archivo	Metal	Mediano 4 gavetas	1
12	Teléfono	Teclas		1
13	Máquina sumadora	Mediana		1
14	Caja fuerte	Metal	medianas	1
15	Troco	Metal	grande	1

4.2.5 Plan de Inversión

Se requieren por parte de la empresa, una serie de instalaciones físicas necesarias tanto desde el punto de vista administrativo como del proceso productivo en sí.

El plan de inversión para el desarrollo de la fabricación de las artesanías estará conformado:

- 🌳 Terreno.
- 🌳 Adaptación de la planta de trabajo.
- 🌳 Mobiliario y equipo
- 🌳 Capital de trabajo.

4.3 Componente Administrativo

En la parte de organización y el marco administrativo de la empresa, se detalla las descripciones de funciones de cada puesto del recurso humano, las políticas de producción y laborales que aseguren el funcionamiento correcto de todas las operaciones, además de brindar una guía correspondiente a los registros que deben llevarse, a fin de cumplir con los requerimientos de la ley y llevar un control adecuado

4.3.1 Visión

Ser una empresa líder en calidad expandiendo su penetración en decoración en todos los mercados posibles, para situarnos como una empresa de más rápido y mayor crecimiento, mejorando el desarrollo social, cultural, y económico de nuestro país.

4.3.2 Misión.

Somos una empresa con valores y principios que con el talento humano capacitado ofrecemos artesanía orgánica de calidad, en diversidad de tamaños, diseños, para contribuir al desarrollo cultural y económico de nuestro país.

Valores

- Honestidad: Para la administración transparentes en todas las operaciones que se desarrollen dentro y fuera de la empresa.
- Responsabilidad: en el manejo de los bienes y recursos tanto materiales como humanos para responder a cada una de las obligaciones adquiridas.
- Puntualidad en la Entrega del producto: Entrega en el tiempo oportuno que el cliente lo desea.
- Respeto: para el sano desarrollo y fidelidad hacia los clientes, instituciones, proveedores y empleados.

- Amabilidad: Ser amables con todo el personal y clientela en general.
- Ética: en cada actividad a ser realizada dentro y fuera de la empresa.
- Perseverancia: Manteniendo firmeza en los objetivos propuestos y metas a ser alcanzadas.

4.3.3 Objetivos institucionales

- ✦ Asegurar la viabilidad financiera de la empresa a largo plazo.
- ✦ Fomentar el bienestar familiar y el desarrollo personal y profesional de los empleados de EMPI.
- ✦ Contribuir a mejorar el nivel económico social y cultural de sus empleados, de su grupo familiar y de la comunidad en general.
- ✦ Proveer un servicio de clase mundial a nuestros clientes, mediante la mejora permanente de los productos y procesos de operación de la empresa
- ✦ Asegurar la calidad en la prestación de los servicios y la satisfacción a nuestros clientes y usuarios.
- ✦ Operar en un marco de transparencia, legalidad y ética.
- ✦ Contar con personal de excelencia profesional y humana.
- ✦ Eficientar la administración y el uso de los recursos institucionales hacia el logro de resultados.
- ✦ Atender los requerimientos asociados con el medio ambiente y las necesidades sociales derivadas de la operación.

4.3.4 Políticas

- ✘ Orientar la actividad empresarial hacia el aseguramiento continuo de la calidad al cliente.
- ✘ Desarrollar la eficiencia y la capacidad competitiva en todas las actividades, de manera que los productos sean suministrados al menor costo posible.
- ✘ Contribuir con el desarrollo del país, en concordancia con las políticas gubernamentales establecidas.
- ✘ Promover en forma oportuna los ajustes en los precios de venta de los productos a efecto de cubrir los costos, gastos e inversiones empresariales.
- ✘ Promover el establecimiento de la protección integral en todas las actividades de la Empresa.
- ✘ Fomentar las buenas relaciones obrero patronales y la proporcionalidad entre los objetivos empresariales y los recursos humanos.
- ✘ Procurar mantener inventarios mínimos para cubrir al menos 30 días venta
- ✘ Promover la capacitación del personal de la empresa en concordancia con la estrategia y objetivos de la Empresa.

4.3.5 Constitución Legal

En el marco legal se describe los procedimientos legales que deben ser llevados a cabo para la constitución de la empresa, los procedimientos para obtener el derecho de uso exclusivo de la marca, así como los procedimientos para solicitud de operación de la misma.

La constitución legal de la empresa es desarrollada a través de una serie de actividades que se resumen en la siguiente tabla:

Tabla N° 36

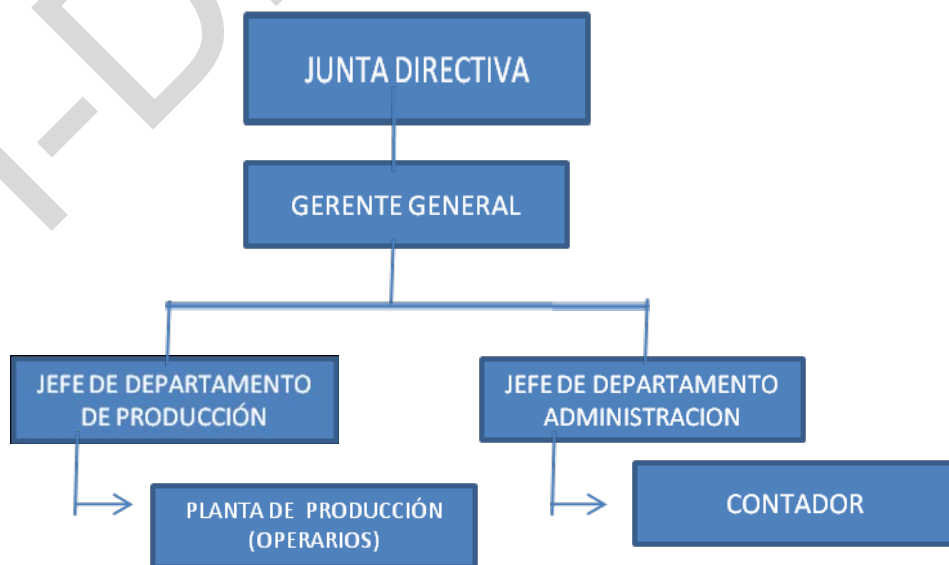
Secuencia	Trámite Administrativo
NOTARIO PÚBLICO	<ul style="list-style-type: none"> - Autorización de la Escritura Publica - Timbres de contratación - Timbres del Colegio de Abogados y Registro - Papel sellado de Escritura y Protocolo
DIARIO OFICIAL LA GACETA	<ul style="list-style-type: none"> - Publicación
CORTE SUPREMA DE JUSTICIA	<ul style="list-style-type: none"> - Calificación judicial y Registro Mercantil
MINISTERIO DE EDUCACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> - Trámite de apertura y funcionamiento de un centro educativo preescolar.
DIRECCIÓN EJECUTIVA DE INGRESOS (DEI)	<ul style="list-style-type: none"> - Registro Tributario Nacional de la Empresa (RTN)
CÁMARA DE COMERCIO E INDUSTRIA (CCIT)	<ul style="list-style-type: none"> - Registro obligatorio y afiliación libre
ALCALDÍA MUNICIPAL	<ul style="list-style-type: none"> - Permiso de inicio de operaciones
SECRETARIA DE RECURSOS NATURALES Y	<ul style="list-style-type: none"> - Permiso para obtener la aprobación de proyectos según inversión y sector.

AMBIENTE	
SECRETARIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO	- Registro de la inversión
AFILIACIÓN A INSTITUCIONES	- Instituto Hondureño de Seguridad Social (IHSS) - Fondo Social de la Vivienda (RAP – FOSIVI) - Instituto de Formación Profesional (INFOP)
DIARIOS DE MAYOR CIRCULACIÓN	- Publicación del anuncio del inicio de actividades profesionales

4.3.6 Estructura Orgánica y de personal

La estructura organizativa del Empresa del Pino, EMPI, estará conformada de acuerdo al tamaño inicial de la empresa.

Figura N° 11



4.3.7 Descripción y Perfiles de Puestos

Gerente General

Perfil del puesto

- Licenciado en Administración de empresas o carreras afines
- Conocimiento de paquetes básicos de computación
- Dominio del idioma ingles
- Dominio en el desarrollo de planes estratégicos
- Dominio de estrategias de ventas

Habilidades requeridas

- Capacidad de negociación
- Capacidad para trabajar bajo presión
- Habilidad para la toma de decisiones
- Habilidad para el manejo eficiente del personal
- Habilidad para el trabajo en equipo
- Desarrollo de estrategias de mercadeo

Personal bajo su cargo el jefes de producción y el jefe de Administración.

Reporta a la junta Directiva

Jefe de Producción

Perfil del puesto

- Técnico en administración de empresas preferiblemente egresado del INTAE
- Conocimiento de paquetes básicos de computación.
- Experiencia con el manejo del personal.

Habilidades requeridas

- Capacidad para trabajar bajo presión
- Habilidad para la toma de decisiones
- Habilidad para el manejo eficiente del personal
- Habilidad para administrar el tiempo y recursos
- Habilidad para el trabajo en equipo

Encargado del área de producción y del personal operario.

Reporta al Gerente general.

Jefe de Administración

Perfil del puesto

- Técnico en administración de empresa preferiblemente egresado del INTAE.
- Conocimiento de las Normas Internacionales Financieras
- Conocimiento de paquetes básicos de computación
- Conocimiento del manejo de paquetes contables

Habilidades requeridas

- Capacidad de negociación con proveedores
- Habilidad para el manejo de presupuestos
- Capacidad para trabajar bajo presión
- Habilidad para la toma de decisiones
- Habilidad para el manejo eficiente del personal
- Habilidad para el trabajo en equipo

Área de apoyo: **Contador**

Perfil del puesto

- Perito mercantil y contador público
- Conocimiento de paquetes básicos de computación

Habilidades requeridas

- Capacidad para trabajar bajo presión
- Habilidad para elaborar informes contables
- Habilidad para el análisis de la información contable generada para la toma de decisiones de mandos superiores
- Habilidad para trabajar en equipo

Operarios

Departamento de Producción.

Reporta al jefe de Producción su relación interna es con el departamento de Producción.

Habilidades requeridas

- Disponibilidad para residir en las cercanías de Empresa.
- Responsable, ordenado y puntual.

- Honradez.
- Leal y discreto.
- Disponibilidad para el trabajo en equipo.
- Habilidad manual.

4.3.8 Proceso de selección de personal

El proceso de selección se ejecutará de tal manera que se identifique y seleccione a cada individuo idóneo para un puesto de trabajo, de acuerdo con lo requerido en el perfil del mismo. Este proceso de selección se volverá más complejo en la medida que el puesto de trabajo tenga una mayor jerarquía en la estructura organizativa.

Para la selección de personal se seguirán los siguientes pasos:

Realizar una entrevista preliminar, con el propósito de obtener los datos generales (solicitud de empleo) y la hoja de vida del solicitante.

- a. Revisar las solicitudes de empleo y hojas de vida.
- b. En caso de que el solicitante represente una buena opción, se le citará para aplicarle la prueba de selección apropiada para el puesto de trabajo y la entrevista de selección.
- c. Se aplicarán exámenes y psicológicos para optar al puesto de trabajo.
- d. Si es preciso se verificarán las referencias y antecedentes del solicitante.
- e. Se requerirá del solicitante exámenes médicos rutinarios como norma de la empresa.
- f. Se tomará la decisión de selección. Se contrata al candidato si cumple con los requisitos anteriores.

El proceso de selección y contratación de personal es básico para la elección de los colaboradores idóneos en este tipo de empresa, para lograr la mejor atención.

Políticas de reclutamiento, selección y promoción.

Las políticas de recursos humanos acompañan a los empleados desde su ingreso hasta su retiro de la empresa a través de políticas específicas que refuerzan y orientan cada etapa de su desarrollo y promoción.

- Es política de la empresa seleccionar a las personas más idóneas para el desarrollo de la empresa considerando sus adecuación para el cargo y su potencial de desarrollo.
- Todo el personal que ingrese a la empresa debe tener entre otras las siguientes características: orientación de calidad de servicio, flexibilidad, capacidad de trabajo en equipo, orientación al logro.
- La responsabilidad del reclutamiento, selección contratación e inducción al cargo es responsabilidad de la gerencia general y la administración.
- En los cargos masivos se privilegiara el ingreso del personal sin experiencia , el cual recibirá la inducción y capacitación requerida,
- Es requisito que las personas que ingresan a la empresa deban tener por lo menos cursado su primaria completa para nivel operario, y para las demás áreas haber cursado educación media completa o universitaria.
- Toda persona que se incorpore a la empresa deberá ser evaluada psicológicamente de acuerdo al procedimiento establecido.
- La selección de personal se basara en el perfil de cargo vacante.
- Una vez que el empleado se incorpore a la empresa será responsabilidad del supervisor o jefe inmediato brindarle el apoyo y orientación procurando su adaptación e integración a la empresa.
- Para llenar un cargo vacante se dará prioridad a los candidatos internos privilegiados postulantes del área. Cualquier movimiento interno de personal traslado o promoción deberá tener la aprobación de la gerencia General, de la Administración y de la jefatura correspondiente.

Criterios de la selección de personal

- Seleccionar a la persona más idónea para el cargo
- Existe un perfil definido para cada cargo
- Todo personal debe ser evaluado técnica y psicológicamente.
- Prioridad al reclutamiento interno.
- Antecedentes judiciales, malas referencias laborales descalifican al postulante

Políticas De Promoción.

Desarrollar las evaluaciones internas como las evaluaciones del desempeño y la capacitación al personal.

Estrategias de capacitación de Recursos Humanos

Capacitación y Entrenamiento

Todo el personal involucrado directamente en la actividad artesanal, participará en jornadas anuales de capacitación para la mejora continua en la confección, formación a las mujeres artesanas para que desarrollen sus conocimientos de lo que significa la eco-rentabilidad y para que formen con habilidades gerenciales, todo en su conjunto, es un gran aporte en la motivación para las mujeres artesanas en su apoyo a la actividad. Las áreas serán modificadas año a año, según las necesidades de formación que se requieran.

Las áreas serán las siguientes:

Eco-rentabilidad negocio al mismo tiempo que se minimizan los impactos ambientales del mismo. Para ello se requerirá obtener los siguientes conocimientos claves:

- Buen uso de materias primas.
- Buen uso de la energía.

- Responsabilidad de renovación de los recursos.
- Utilización de los desperdicios para elaborar un producto o subproducto de utilidad.
- Protección del medio ambiente.
- Conocimiento de regulaciones internacionales del comercio respecto al desempeño ambiental de las empresas.
- Oportunidades de negocios al reciclar.
- La importancia de una producción limpia que implica una actitud más productiva y de menor costo.
- Beneficios de una administración eco-rentable.

Nuevos Diseños y Mejores Prácticas de Confección

El cambio en los gustos y preferencias del cliente en cuanto a colores, tamaños y usos, es una variable que se considera de alto valor en el presente proyecto, es por ello que los nuevos diseños serán acorde con la demanda, previa una investigación de mercados para ser desarrollada de forma regular.

Las mejores prácticas de confección, se orientará a la importancia que tienen los procesos colaborativos, concentrándose geográficamente las mujeres artesanas provenientes de diferentes aldeas, creando un clima de negocios en rentabilidad y competitividad. Otros temas relacionados son:

- Plan de reducción de deshechos.
- Plan de calidad en los procesos.
- Plan de higiene en la planta.

- Plan de proyección social.
- La prevención de incendios.
- Combate del incendio.
- Insumos para el combate de incendios.
- Equipamiento del combate del incendio.
- Primeros auxilios.

Desarrollo de Habilidades Gerenciales

Para poder ejercer las funciones y roles propios de la gerencia, un gerente debe poseer ciertas habilidades²⁸.

Existen tres grandes grupos de habilidades gerenciales las cuales serán aplicadas en las capacitaciones:

Habilidades técnicas, Habilidades humanas y conceptuales.

En las habilidades técnicas se involucrará el conocimiento y experticia en determinados procesos, técnicas o herramientas propias del cargo o área específica que ocupa.

En las habilidades humanas, se orientará hacia la habilidad de interactuar efectivamente con la gente.

En las habilidades conceptuales, se tratará de la formulación de ideas – entender relaciones abstractas, desarrollar nuevos conceptos, resolver problemas en forma creativa, etc.

²⁸ Disponible en <http://www.degerencia.com/area.php?areaid=1015>

Políticas Laborales

A todo empleado se le informara cuáles son sus responsabilidades y tareas en el puesto que desempeña.

Propósito: Que el empleado trabaje con el fin de alcanzar los objetivos de la empresa.

Alcance: Aplica a todo el personal.

Ejecutor: Gerente.

Revisión de la política: Será revisada cada seis meses.

Procedimiento: Al momento de ingresar un nuevo empleado se le entregara por escrito la descripción de su puesto.

🚩 El período de prueba será de 60 días.

Propósito: Evaluar el desenvolvimiento del nuevo empleado.

Alcance: Aplica a todo el personal.

Ejecutor: Gerente.

Revisión de la política: Será revisada cada año.

Documento que aplican: Contrato de trabajo.

Procedimiento: Una vez cumplidos los 60 días se realizara una evaluación para decidir si se deja como permanente o no.

🚩 El horario de trabajo será de lunes a viernes de 7:00 AM. A 3:00 PM.

Propósito: Cumplir la jornada de 44 horas que establece la ley.

Alcance: Aplica a todo el personal.

Ejecutor: Gerente.

Revisión de la política: Será revisada cada año.

Documentos que aplican: Listado de entrada y salida de todo el personal.

Procedimiento: Se controlara por medio de un formato en donde se detallara la fecha, nombre del empleado, hora de entrada y hora de salida.

- ✿ Se le proporcionara al empleado los materiales necesarios para el buen desempeño de sus labores.

Propósito: El buen desempeño de las labores de cada empleado contando con todo el material.

Alcance: Todos los empleados

Ejecutor: operarias

Revisión de la política: Será revisada cada año.

Documentos que aplican: Contrato de trabajo.

Procedimiento: El empleado será el encargado del cuidado y limpieza de área de trabajo, y deberá reportar cuando haya que hacer alguna reparación.

- ✿ El salario se les pagara a los empleados quincenalmente.

Propósito: Que todos los empleados estén satisfechos con su trabajo.

Alcance: Aplica a todo el personal.

Ejecutor: Gerente.

Revisión de la política: Será revisada cada año.

Documentos que aplican: Comprobante de pago, contrato de trabajo.

Procedimiento: Dichos pagos se realizaran los días quince y treinta de cada mes debiendo estos firmar su comprobante de pago.

- ✿ El aumento salarial será conforme a la tasa de inflación que dicta el Banco Central de Honduras.

Propósito: Realizar el aumento de sueldos y salarios a los empleados y así tener un recurso humano satisfecho.

Alcance: Esta política será manejada para todo el personal.

Responsable: Gerente.

Revisión de la Política: Será revisada cada doce meses.

Documento Aplicable: Comprobantes de pago.

Procedimientos: Dicho cambios se realizarán una vez por año.

4.4 Criterios para la Aplicación del Proceso Administrativo Componente Legal

4.4.1 Constitución Legal

La Empresa del Pino S. de R. L. (EMPI), se constituirá como una Sociedad de Responsabilidad Limitada (S. de R. L.) para lo cual, los socios deberán comparecer ante un abogado y notario con los documentos necesarios y dispuestos a expresar el funcionamiento durante la vida y liquidación del mismo (ver anexo

Según el Código de Comercio de la República de Honduras: Sociedad de responsabilidad limitada es la que existe bajo una razón social o bajo una denominación y cuyos socios solo están obligados al pago de sus aportaciones, que nunca estarán representadas por títulos-valores, sino en los casos y con los requisitos que establece el Código de Comercio (Título II – Capítulo IV, Art.-66).

Para constituirse como una Sociedad de Responsabilidad Limitada, el capital inicial no será inferior a cinco mil lempiras (L 5,000.00); se dividirá en partes sociales que pueden ser de valor y categoría desiguales, pero que en todo caso serán de cien Lempiras o de un múltiplo de cien (Título II – Capítulo IV, Art.-70). El costo estimado es de alrededor de L12,000.00 a L17,000.00, el cual incluye los gastos de Abogado.

Al constituirse la sociedad, el capital deberá estar íntegramente suscrito. Podrá exhibirse como mínimo el cincuenta por ciento del valor de cada parte social, pero en todo caso la suma de las aportaciones hechas no será inferior a cinco mil lempiras (Título II – Capítulo IV, Art.-71).

La escritura constitutiva deberá contener:

1. El lugar y fecha en que se celebra el acto.
2. El nombre, nacionalidad y domicilio de las personas físicas o jurídicas que constituyan la sociedad.

3. La clase de sociedad que se constituya (en este caso, Sociedad de Responsabilidad Limitada)
4. La finalidad de la sociedad.
5. Su razón social o denominación.
6. Su duración o la declaración expresa de constituirse por tiempo indeterminado.
7. El importe del capital social; cuando el capital sea variable se indicará el mínimo.
8. La expresión de lo que cada socio aporta en dinero o en otros bienes y el valor atribuido a estos.
9. El domicilio de la sociedad.
10. La manera conforme a la cual haya de administrarse la sociedad y las facultades de los Gerentes.
11. El nombramiento de los Gerentes y la designación de los que han de llevar la firma social.
12. La manera de hacer la distribución de las utilidades o pérdidas entre los socios.
13. El importe de las reservas.
14. Los casos en que la sociedad haya de disolverse anticipadamente.
15. Las bases para practicar la liquidación de la sociedad.
16. El modo de proceder a la elección de los liquidadores, cuando no hayan sido designados anticipadamente.

La constitución de la sociedad y sus modificaciones se harán constar en Escritura Pública, otorgada ante notario (Título II – Capítulo I, Art.- 14).

4.4.1.1 Proceso de Escrituración y Registro

Una vez elaborada la Escritura de Constitución, para que tenga validez legal, la misma debe ser publicada, mediante un aviso de constitución de sociedad, que deberá publicarse en el Diario Oficial La Gaceta y en dos periódicos de amplia circulación.

4.4.1.2 Inscripciones

La escritura pública también debe ser registrada en el Registro de Comerciantes Sociales de Tegucigalpa. Entre la información que se debe presentar, se encuentra el Testimonio de Escritura Pública de Constitución, copia del recibo de depósito del capital pagado extendido por el Banco en el cual fue depositado, y los avisos presentados en los diarios

4.4.1.3 Registro Tributario

El trámite del registro Tributario Nacional (RTN) se lleva a cabo en las oficinas de la Dirección Ejecutiva de Ingresos (DEI), misma que es dependiente de la Secretaría de Estado en los Despachos de Finanzas.

Están obligados a inscribirse en la DEI: aquellos contribuyentes responsables de las siguientes obligaciones:

- a) Todas las personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, domiciliadas en el país.
- b) Contribuyentes con obligaciones tributarias materiales: pago de impuestos, tasas y contribuciones.
- c) Contribuyentes con obligaciones tributarias formales: por presentación de las diferentes declaraciones de impuestos y retenciones.
- d) Contribuyentes con otras obligaciones tributarias :
 - Los importadores, exportadores y los que re apliquen gestión de compra ventas al por mayor.
 - Las sociedades legalmente constituidas de acuerdo al código de comercio.
 - Las sociedades extranjeras que realicen operaciones en Honduras.
 - Las sociedades irregulares de hecho.
 - Las sucesiones indivisas (herencias indivisas).

- Las instituciones de beneficencia y las agrupaciones organizadas con fines científicos, políticos, culturales o deportivos sin fines de lucro y que tengan empleados bajo su cargo.
 - Las cooperativas de cualquier grado.
 - Las instituciones desconcentradas.
 - Las instituciones descentralizadas.
 - Otros.
 -
- e) Instituciones que deben inscribirse para fines de control: secretarías de estado, instituciones autónomas, instituciones semi autónomas, corporaciones del estado y alcaldías.

Los requisitos para obtener el RTN de la Empresa del Pino (EMPI) son:

1. Copia de la escritura de constitución, si no dispone de la misma, se requiere una nota, de parte del notario autorizante con las siguientes indicaciones :
 - a. El número de instrumento de creación de la sociedad.
 - b. El nombre, razón o denominación social del comerciante.
 - c. El nombre de los socios fundadores o accionistas.
2. Solicitud de inscripción en formulario de inscripciones (DEI – 410).
3. Fotocopia del RTN de su apoderado legal.
4. El trámite deberá ser realizado por el apoderado legal.
5. La inscripción en el RTN es gratis.

4.4.2 Permiso de Operación

No se contará con oficinas en Tegucigalpa M. D. C. y la Empresa estará ubicada en El Municipio de Lepaterique que está bajo la jurisdicción del Municipio del Distrito Central, por lo que el permiso de operación será solicitado ante dicha jurisdicción.

Los requisitos para obtener el permiso de operación son:

- Solicitud dirigida a la Alcaldía Municipal.
- Fotocopias de: Acta Constitutiva de la Sociedad, Registro Tributario Nacional, Tarjeta de Identidad, solvencia Municipal Vigente.
- Croquis de ubicación del negocio.
- Se inspeccionará el negocio para verificar si cumple con los requisitos municipales para operación.

Resolución: De 5 a 10 días

Así mismo se deberá llenar el formulario respectivo, para notificar a la DEI el inicio de operación de la Empresa²⁹.

4.4.3 Notificación de inicio de operaciones

Para el inicio de operaciones se deberá llenar el formulario respectivo, para notificar a la DEI el inicio de actividades de la Empresa

4.4.4 Autorización de libros

El comerciante está obligado a llevar cuenta y razón de todas sus operaciones y tendrá una contabilidad mercantil debidamente organizada, con el sistema de partida doble de acuerdo al Código de Comercio

Todo comerciante deberá llevar, al efecto, un Libro de Inventarios y Balances, un Libro Diario y un Libro Mayor, y los demás que sean necesarios por exigencias objetivas o de leyes especiales (Título III – Capítulo I, Art.- 430).

Los libros de fuerza legal deberán ser empastados y foliados, y serán autorizados por la municipalidad del lugar donde estuviere situada la oficina principal del comerciante o la sucursal cuyos libros se pretenda autorizar. Esta autorización se

²⁹ www.dei.gob.hn, , 2007

hará sin más exigencias de otros trámites y requisitos, más que la presentación de los libros.

En todo caso la autorización se hará constar en una hoja al principio de cada libro (Título III – Capítulo I, Art.- 433).

4.4.5 Registro de la Propiedad Industrial

Como parte de los trámites necesarios para utilizar el nombre y protección de la marca se debe realizar gestiones ante el Registro de la Propiedad Industrial, el que depende del Registro de la Propiedad, conforme a la Ley de Propiedad Industrial, el siguiente artículo especifica lo requerido.

ARTICULO 85. – La solicitud de registro de marca será presentada ante el Registro de la Propiedad Industrial e indicará los datos relativos al solicitante y al mandatario.

Esta solicitud será acompañada de:

Veinte (20) ejemplares de la reproducción de la marca, indicando la lista completa de los productos o servicios para los cuales se solicita el registro de la marca, la clase internacional y adjuntando los timbres de ley correspondientes.

- Una completa descripción de la marca, en la que se determine con claridad y precisión la parte esencial o su principal signo distintivo y se inserten traducidas al español las leyendas y menciones que contengan escritas en otro idioma;
- El documento de mandato; y,
- Certificado de origen cuando reivindique la prioridad.
- El solicitante podrá ser una persona natural o jurídica, nacional o extranjera, y deberá acompañar los documentos relativos.

4.4.6 Afiliación en el IHSS

El propósito de afiliación es la de brindar los servicios de salud que requieran los trabajadores de la empresa, asegurando su bienestar y el de su familia, con lo se garantiza una mejor calidad de vida para todo el personal.

De acuerdo a la ley del Seguro Social, la solicitud de inscripción de la empresa y sus trabajadores, se deberá realizar dentro de los cinco días del inicio de operación de la empresa.

Los requisitos indispensables para la afiliación son:

- ✂ Fotocopia de escritura de Constitución de la empresa o Declaración de Comerciante Individual.
- ✂ Fotocopia del permiso de operación extendido por Alcaldía para el funcionamiento del negocio.
- ✂ Fotocopia de Tarjeta de Identidad del Patrono y/o Gerente General.
- ✂ Lista de trabajadores indicando:
 - Nombres y apellidos completos
 - Fecha de inicio de labores de cada trabajador
 - Puesto que desempeña cada trabajador.
 - Salario que devenga mensualmente cada trabajador.
 - Número de afiliación de cada trabajador si lo tiene.
 - Fotocopia de tarjeta de identidad de cada trabajador.

Resolución: 10 días

Costos: Ninguno

4.4.7 Afiliación al INFOP

El objetivo de la inscripción es mantener a los empleados capacitados para los retos actuales y futuros que pueden presentarse en sus respectivos puestos de trabajo, inversión que va a mejorar la capacidad de la empresa para competir en el mercado.

La inscripción en el Instituto Nacional de Formación Profesional (INFOP), es obligación de las Sociedades Mercantiles, para lo cual debe reunir los siguientes requisitos:

- ❖ Llenar formulario especial otorgado por el INFOP.
- ❖ Fotocopia de la Escritura de Constitución.
- ❖ Fotocopia de permiso de operación vigente.
- ❖ Fotocopia del Registro Tributario Nacional de la empresa.
- ❖ Lista completa de empleados.
- ❖ Lista de Sueldos.
- ❖ Datos generales del inversionista o representante legal.

Resolución: Inmediata

Costo: Ninguno

4.4.8 Afiliación al RAP

Deberán pertenecer a este régimen todas las empresas privadas con 10 o más trabajadores afiliados al sistema con una aportación obrero patronal del 1.5% sobre el sueldo del empleado, con el propósito de brindar un apoyo económico al empleado que desee realizar una inversión o tenga una emergencia financiera.

Requisitos:

- ❖ Fotocopia Planilla de Pago.
- ❖ Fotocopia Escritura de Constitución.

4.4.9 Ministerio de Trabajo

Conforme al Código de Trabajo, todo patrono está obligado a legalizar documentos y el reglamento interno de la empresa de acuerdo a lo siguiente:

a) Reglamento Interno de Trabajo

Todo patrono está obligado a tener un reglamento interno de trabajo cuando

Ocupe:

- más de cinco trabajadores, de carácter permanente, en empresas comerciales;
- más de diez en empresas industriales;
- más de veinte en empresas agrícolas forestales y,
- más de diez en empresas mixtas.

El Reglamento de Trabajo deberá someterse a la aprobación de la Secretaría de Trabajo y Seguridad Social, por medio de un profesional del Derecho (artículos 87, 88 y 89 del Código de Trabajo).

Presentada la solicitud con todos los documentos y requisitos exigidos, la Secretaría tarda un promedio de 30 días hábiles en aprobarlo y extender la certificación correspondiente.

b) Reglamento Especial

Cuando la actividad de la empresa no esté contemplada en el Reglamento General de Medidas Preventivas de Accidentes de Trabajo y Enfermedades Profesionales, se requiere de la aprobación de un reglamento especial. Este debe regular los riesgos existentes en la empresa y también es aprobado por la Secretaría de Trabajo. Un profesional del Derecho presentará la solicitud con todos los documentos y requisitos. La Secretaría tarda un promedio de 30 días hábiles en aprobarlo y extender la certificación correspondiente.

4.5 Componente Ambiental

Mediante la Ley General del Medio Ambiente, emitida en Junio 1993 bajo decreto N. 104-93 y su Reglamento General, se establece que el ambiente es el conjunto formado por los recursos naturales, culturales y el espacio rural y urbano, que puede verse alterado por agentes físicos, químicos o biológicos, o por otros factores debido a causas naturales o actividades humanas, todos ellos susceptibles de afectar de forma directa o indirecta, las condiciones de vida del hombre y el desarrollo de la sociedad.

Así mismo se califica la evaluación de impacto ambiental (EIA) como un proceso de análisis que sirve para identificar, predecir y describir los posibles impactos positivos y negativos de un proyecto propuesto antes de su desarrollo y etapas de pre inversión e inversión. En la evaluación se proponen las medidas de mitigación para los impactos negativos y un plan de control y seguimiento periódico.

Mediante acuerdo N. 635-2003, se introduce la modalidad de una “Tabla de Categorización Ambiental”, la cual está compuesta por cuatro categorías en donde cada una describe la ubicación a aplicar al proyecto a realizar. Es así como los proyectos pueden ser clasificados conforme a la siguiente categorización:

Categoría 1: Aplican los proyectos que deberán únicamente reportar sus actividades, recibiendo en reconocimiento una constancia de registro.

Categoría 2: Para proyectos con impactos predecibles, deberán firmar un contrato estandarizado previo a su autorización ambiental.

Categoría 3: Proyectos que requieren de una licencia ambiental

Categoría 4: Se ubican en esta categoría, los proyectos que no pueden ser ejecutados

La organización y fortalecimiento artesanal, es un proyecto que pertenece a la categoría 1 descrita en la tabla, ubicándose en la posición 11 como un proyecto de manufactura pequeño, entendiéndose que no requiere presentar evaluación de impacto ambiental previo a sus etapas de pre inversión, inversión y desarrollo, sino que deben de reportar sus actividades

4.5.1 Pasos para Obtener Licencia ambiental

Los pasos para obtener la Licencia Ambiental, son presentarse a la Secretaría de Estado en el despacho de Recursos Naturales y Ambiente, solicitar una EVALUACIÓN DE IMPACTO AMBIENTAL (EIA), para prevenir los posibles efectos negativos

4.5.2 Disposición de Desechos

La Empresa del Pino EMPI, contará con un equipamiento sanitario que estará debidamente reglamentado por el ministerio de salud y en completo orden con respecto al tratamiento que se le dará a las aguas servidas y residuos o desechos sólidos. Los desechos no biodegradables serán trasladados al crematorio de localidad.

4.5.3 Contaminación

Pese a que sus actividades no producen un impacto ambiental que afecte los recursos naturales y medio ambiente, es mandatorio que el proyecto esté registrado y que reporte sus actividades.

El uso de las hojas de pino y el hilo son la materia prima del presente proyecto los cuales son biodegradables, amigables con el medio ambiente.

Las diversas artesanías cumplen con lo estipulado en el artículo N. 45 de la Ley General del Ambiente, en donde se establece que el recurso forestal debe de ser manejado y utilizado bajo el principio de protección de la biodiversidad, rendimiento sostenible y uso múltiple del recurso, atendiendo sus funciones económicas, ecológicas y sociales.

Al mencionar su función económica, se visualiza al proyecto en el impacto esperado en la mejora de la calidad de vida de las artesanas del Municipio de Lepaterique mediante la venta de sus productos elaborados con hoja de pino.

Su función ecológica va orientada a que la elaboración de los productos elaborados con hoja de pino, como materia prima no genera ninguna alteración en los recursos forestales. Sus diversos usos contribuyen a la disminución de artículos con contenidos tóxicos dentro de los hogares y que son difíciles de degradar por la naturaleza.

Por ser un proyecto organizador y fortalecedor de capacidades, su función social como producto forestal, es fundamental ya que es parte integral del presente documento.

Medidas de Mitigación

La materia prima e insumos que intervienen en el proceso de elaboración de la artesanía, no representan peligro significativo con el medio ambiente.

Para contribuir al desarrollo sostenible de los recursos naturales, las artesanas del Municipio de Lepaterique formarán parte de las actividades que la municipalidad realice en coordinación con la Administración Forestal del Estado, siendo dichas actividades relacionadas a la protección de los bosques contra incendios y plagas forestales y las demás actividades nocivas que afecten el recurso forestal y el ambiente. Como deber de ciudadanas, cooperarán con las autoridades civiles y militares en la protección de los recursos forestales, según el artículo N. 47 de la Ley General del Ambiente.

4.6 Componente Financiero

Introducción

El estudio financiero y económico es útil para determinar la factibilidad del proyecto, desde el punto de vista numérico, al analizar los resultados proyectados conforme a la demanda identificada en el estudio de mercado y combinarlo con las posibilidades de los inversionistas y la obtención de financiamiento de una o más instituciones bancarias del país.

Este brinda a los inversionistas un panorama financiero que muestre las ganancias o pérdidas al invertir en el proyecto de Instalación y Operación de la fabricación de artesanía a base de hoja de pino, así mismo determina la viabilidad del proyecto

mediante la aplicación de las técnicas de evaluación económica y financiera, comúnmente usadas en estudios de factibilidad de proyectos de inversión.

4.6.1 Objetivo General

Ofrecer a los inversionistas un panorama financiero que muestre las ganancias o pérdidas al invertir en el proyecto de Fabricación y comercialización de la artesanía de la hoja de pino, y además, determinar la viabilidad económica y financiera del mismo mediante la aplicación de las técnicas de evaluación económica y financiera comúnmente usadas en estudios factibilidad de proyectos de inversión.

4.6.2 Objetivos Específicos

- Realizar el análisis financiero del proyecto en condiciones normales de operación.
- Estimar la sensibilidad del proyecto ante los cambios en variables consideradas de importancia.
- Determinar la rentabilidad económica y financiera del proyecto, que ayude a la toma de decisiones de invertir o no.
- Calcular e interpretar las razones financieras.

4.6.3 Plan de Inversión y Fuentes de Financiamiento

Las inversiones iniciales comprenden la adquisición de activos fijos o tangibles, gastos de organización (activos diferidos), que se determinaron en el estudio legal y finalmente el capital de trabajo requerido para iniciar las operaciones de la empresa.

El capital de trabajo es la inversión adicional (distinto de la inversión en activo fijo y diferido), con que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa; esto es, hay que financiar la primera producción antes de recibir ingresos. En este caso se ha calculado el capital de trabajo requerido para operar durante un mes,

periodo que se considera apropiado para obtener la primera producción de la empresa y además, suficiente para que los clientes potenciales conozcan de la existencia de la empresa.

UDI-DEGT-UNAH

Tabla No37

**PROYECTO EMPRESA DEL PINO
LEPATERIQUE, FRANCISCO MORAZÁN
INICIO DE OPERACIONES A PARTIR DEL 1 DE ENERO DE 2009**

PLAN GLOBAL DE INVERSION Y FUENTES DE FINANCIAMIENTO

RUBRO DE INVERSION	INVERSION TOTAL	FONDOS PROPIOS	PRESTAMOS BANCOS
ADAPTACIÓN DEL LOCAL	50,000.00	30,000.00	20,000.00
MOBILIARIO Y EQUIPO	63,431.60	0.00	63,431.60
ENSERES Y ACCESORIOS	0.00	0.00	0.00
TOTAL GASTOS DE INSTALACION			
TOTAL MOBILIARIO Y EQUIPO	63,431.60		
Sub Total:	113,431.60	30,000.00	83,431.60
	100.00%	26.45%	73.55%
Capital de Trabajo: 1 mes de costos fijos	105,955.75	105,955.75	0.00
TOTAL INVERSION:	219,387.35	135,955.75	83,431.60
PARTICIPACION:	100.0%	61.97%	38.03%
MOBILIARIO Y EQUIPO REQUERIDO			
Concepto	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
MOBILIARIO Y EQUIPO			
Mesones	2	2,262	4,525
Sillas	22	782	17,204
Estantes	2	2,206	4,413
Computadora	1	14,895	14,895
Escritorio	2	3,200	6,400
Archivo	1	5,000	5,000
Telefono	1	400	400
Máquina sumadora	1	1,395	1,395
Caja fuerte	1	8,200	8,200
Troco	1	1,000	1,000
SUB TOTAL			63,432
ENSERES Y ACCESORIOS			
Dedal			0.00
Tijeras			0.00
SUB TOTAL			0.00
TOTAL			63,431.60
Capital de Trabajo			
	Mensual		Total
Un mes del total de costos	105,955.75		105,955.75
TOTAL			105,955.75

La participación de capital propio es de 61.97%, con un 38.03% de financiamiento, valores dentro de los límites aceptables para un proyecto de inversión de esta naturaleza.

La inversión total del proyecto es L,219,387.35. Esta inversión considera la adaptación del local que será alquilado, la compra de mobiliario y equipo y capital de trabajo que corresponde a 1 mes de los costos fijos para programar el periodo de producción y venta y no provocar iliquidez a la empresa.

Costo de Capital o Tasa Mínima de Aceptación de Rendimiento (TMAR)

Tabla No 38

PROYECTO ARTESANÍA HOJA DE PINO LEPATERIQUE, FRANCISCO MORAZÁN

COSTO PONDERADO DE CAPITAL

FUENTE	MONTO	PARTICIPACION	TASA DE INTERES	COSTO PONDERADO DE CAPITAL
SOCIOS	135,955.75	61.97%	10.0%	6.20%
BANCO X	50,058.96	22.82%	17.0%	3.88%
BANCO Y	33,372.64	15.21%	18.0%	2.74%
Total:	219,387.35	100.00%		12.81%

NOTA: se está consciente de que se podría obtener hasta un 15.5%, como tasa bancaria y hasta un 8% como tasa de inversión, para los socios. no obstante, este cálculo es conservador y por lo tanto, se está dejando un margen de ganancia en caso de no lograr una negociación favorable, o en caso de que ocurra algún imprevisto o fluctuación inesperada en el mercado.

La TREMA del proyecto es la que determina el rendimiento mínimo que los socios esperan, esta fue calculada con un 10% de rendimiento, que sería el esperado en

inversiones en bonos del Banco Central de Honduras, La TREMA calculada es de 12.81%, tasa que se utilizará para comparar con el retorno sobre la inversión.

Los costos de producción fueron calculados, considerando la mano de obra y materia prima, y utensilios necesarios para la fabricación de los cuatro productos sujetos de estudio, que incluye:

- ✓ Sueldos y salarios
- ✓ Impuestos
- ✓ Publicidad y promoción.

Los costos de administración toman en consideración al personal administrativo para cada año, con un incremento de 10% anual, que va en concordancia con los aumentos al salario mínimo legal. (Ver anexo)

El costo de ventas está dado mayormente por los gastos de distribución y transporte, por la distancia de la planta de producción a los centros de venta, ubicados mayormente en la ciudad de Tegucigalpa. Incluye:

- ✓ Sueldos y salarios
- ✓ Publicidad y promoción.

El financiamiento es utilizado para la compra de mobiliario y equipo y la adaptación del local alquilado, para el inicio de operaciones de la empresa, el nivel de endeudamiento inicial del proyecto es de 38.03%.

La depreciación del mobiliario es calculada conforme a lo establecido por la ley para este tipo de artículos, 10 años con un valor residual de 1%, los gastos de organización se amortizan en 5 años, también conforme a lo establecido en ley.

Presupuesto de Ingresos Costos variables y costos fijos fueron calculados en detalle para cada uno de los diferentes tipo de producto que son canasta, frutero, tapete y florero.

4.6.4 Proyección de Estudios Financieros

A continuación se presentan los estados financieros de la empresa proyectados a cinco años, tales como:

- **Estado de Resultados Proyectado**, que es el documento que resume los ingresos y los gastos de la empresa a lo largo de un periodo contable, generalmente mensual o un año.
- **Flujo de Efectivo Proyectado**, en el que se muestran las entradas y salidas de efectivo, en oposición a los ingresos y gastos que se reportan para calcular las utilidades netas, generadas por una empresa anualmente.
- **Balance General Proyectado**, en el que se muestra la posición financiera de la empresa en un punto específico en el tiempo. Se indican las inversiones realizadas por la empresa bajo la forma de activos y los medios a través de los cuales se financiaron los activos, ya sea que los fondos se obtuvieron mediante la solicitud de financiamiento y mediante la aportación de los socios (Capital Social).

La proyección de estados financieros nos lleva a determinar la factibilidad del proyecto, logrando identificar la factibilidad, conforme a esta información se toma decisiones.

En el Estado de Resultados se muestra que para cada año, la empresa genera utilidades, incrementando cada periodo en muy buen porcentaje, con un incremento en las ventas proyectadas conforme al número de unidades que se muestra en el cuadro de proyección de ventas, resultado de las encuestas, combinado con la tasa de crecimiento de la población para la ciudad de Tegucigalpa.

El Estado de Resultados se muestra a continuación:

Tabla No 39

ESTADOS DE RESULTADOS PRO FORMA (CONSOLIDADO)

CONCEPTO	TOTAL 2009	TOTAL 2010	TOTAL 2011	TOTAL 2012	TOTAL 2013	GRAN TOTAL
VENTAS						
VENTAS	1090,146.00	1198,962.00	1318,659.00	1450,320.00	1595,155.00	6653,242.00
VENTAS TOTALES . . .	1090,146.00	1198,962.00	1318,659.00	1450,320.00	1595,155.00	6653,242.00
COSTOS VARIABLES						
MATERIA PRIMA	24,551.49	27,602.10	36,079.50	48,671.62	63,838.83	200,743.53
MANO DE OBRA	336,000.00	369,600.00	406,560.00	447,216.00	491,937.60	2051,313.60
COSTOS INDIRECTOS	33,028.90	37,132.87	48,537.44	65,477.51	85,881.83	270,058.56
TOTAL COSTOS VARIABLES . . .	393,580.39	434,334.97	491,176.94	561,365.12	641,658.26	2522,115.68
UTILIDAD BRUTA . . .	696,565.61	764,627.03	827,482.06	888,954.88	953,496.74	4131,126.32
GASTOS DE OPERACION						
SALARIOS	318,000.00	349,800.00	384,780.00	423,258.00	465,583.80	1941,421.80
DÉCIMO TERCER MES	26,500.00	29,150.00	32,065.00	35,271.50	38,798.65	161,785.15
CATORCEAVO MES	13,250.00	29,150.00	32,065.00	35,271.50	38,798.65	148,535.15
ENERGIA ELÉCTRICA	720.00	792.00	871.20	958.32	1,054.15	4,395.67
AGUA	240.00	264.00	290.40	319.44	351.38	1,465.22
SERVICIO DE COMUNICACIÓN (Celular)	7,200.00	7,920.00	8,712.00	9,583.20	10,541.52	43,956.72
ALQUILER	24,000.00	26,400.00	29,040.00	31,944.00	35,138.40	146,522.40
TRANSPORTE	3,600.00	3,960.00	4,356.00	4,791.60	5,270.76	21,978.36
MATERIALES Y SUMINISTROS	6,000.00	6,600.00	7,260.00	7,986.00	8,784.60	36,630.60
DEPRECIACIÓN	16,279.73	16,279.73	16,279.73	16,279.73	16,279.73	81,398.64
PUBLICIDAD	74,654.50	82,119.95	90,331.95	99,365.14	109,301.65	455,773.19
OTROS GASTOS	10,901.46	11,991.61	13,190.77	14,509.84	15,960.83	66,554.50
TOTAL GASTOS DE OPERACION . . .	501,345.69	564,427.28	619,242.04	679,538.27	745,864.13	3110,417.41
UTILIDAD DE OPERACION . . .	195,219.92	200,199.75	208,240.02	209,416.60	207,632.61	1020,708.91
GASTOS FINANCIEROS						
BANCO X	7,985.48	6,708.60	5,196.91	3,407.24	1,288.46	24,586.69
BANCO Y	5,645.92	4,761.06	3,703.10	2,438.19	925.83	17,474.10
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	13,631.40	11,469.66	8,900.01	5,845.42	2,214.29	42,060.79
UTILIDAD ANTES DE ISR . . .	181,588.52	188,730.09	199,340.00	203,571.18	205,418.32	978,648.12
IMPUESTO SOBRE LA RENTA . .	45,397.13	47,182.52	49,835.00	50,892.80	51,354.58	244,662.03
UTILIDAD NETA . . .	136,191.39	141,547.57	149,505.00	152,678.39	154,063.74	733,986.09

El flujo de caja de EMPI es positivo desde el inicio de operaciones, porque se considera que desde que se inicia la producción se inicia la distribución de la artesanía en la ciudad de Tegucigalpa y otros municipios cercanos de vocación turística. (Ver anexo para cada año).

UDI-DEGT-UNAH

El Balance General para los cinco años proyectados se muestra así:

Tabla No 40

PROYECTO EMPRESA DEL PINO
LEPATERIQUE, FRANCISCO MORAZÁN
BALANCE GENERAL PRO FORMA

ACTIVO	31/12/2009	31/12/2010	31/12/2011	31/12/2012	31/12/2013
ACTIVO CIRCULANTE					
CAJA Y BANCOS	246,959.79	391,158.27	540,744.54	690,449.60	837,908.88
INVERSIONES A CORTO PLAZO	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
CUENTAS POR COBRAR	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
INVENTARIO	21,784.26	24,491.03	32,012.93	43,185.78	56,643.47
TOTAL ACTIVO CIRCULANTE	268,744.05	415,649.30	572,757.47	733,635.37	894,552.35
ACTIVO FIJO					
TERRENO	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
EDIFICIOS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
MOBILIARIO Y EQUIPO	57,151.87	50,872.14	44,592.41	38,312.69	32,032.96
OTROS ACTIVOS FIJOS					
TOTAL ACTIVO FIJO	57,151.87	50,872.14	44,592.41	38,312.69	32,032.96
OTROS ACTIVOS					
ACTIVO DIFERIDO	40,000.00	30,000.00	20,000.00	10,000.00	0.00
OTROS ACTIVOS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
TOTAL OTROS ACTIVOS	40,000.00	30,000.00	20,000.00	10,000.00	0.00
TOTAL ACTIVO	365,895.92	496,521.45	637,349.89	781,948.06	926,585.31
PASIVO Y CAPITAL					
PASIVO A CORTO PLAZO					
CUENTAS POR PAGAR	21,784.26	24,491.03	32,012.93	43,185.78	56,643.47
DOCUMENTOS POR PAGAR	13,628.82	16,198.46	19,253.05	22,884.19	0.00
ISR POR PAGAR	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
OTROS PASIVOS A CORTO PLAZO	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
TOTAL PASIVO A CORTO PLAZO	35,413.07	40,689.49	51,265.99	66,069.97	56,643.47
PASIVO A LARGO PLAZO					
PRESTAMOS A LARGO PLAZO	58,335.71	42,137.24	22,884.19	0.00	0.00
OTROS PASIVOS A LARGO PLAZO	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
TOTAL PASIVO A LARGO PLAZO	58,335.71	42,137.24	22,884.19	0.00	0.00
TOTAL PASIVO	93,748.78	82,826.74	74,150.18	66,069.97	56,643.47
CAPITAL					
CAPITAL SOCIAL	135,955.75	135,955.75	135,955.75	135,955.75	135,955.75
UTILIDAD DEL PERIODO	136,191.39	141,547.57	149,505.00	152,678.39	154,063.74
UTILIDADES RETENIDAS		136,191.39	277,738.96	427,243.96	579,922.35
TOTAL CAPITAL	272,147.14	413,694.71	563,199.71	715,878.10	869,941.84
TOTAL PASIVO Y CAPITAL	365,895.92	496,521.45	637,349.89	781,948.06	926,585.31

4.6.5 Indicadores Financieros

La evaluación financiera de la empresa es realizada a través indicadores que miden la liquidez de la empresa, que obtiene resultados muy positivos en:

- **Liquidez:** las razones reflejan que la empresa obtiene resultados positivos y capacidad para enfrentar sus obligaciones a corto plazo y a través del tiempo, porque a medida que pasan los años, estos van mejorando, llegando a grados de liquidez excelentes, lo que permite a la empresa proyectar, mejoras que no son incluidas en este estudio.
- **Administración de Activos:** en estos renglones, la empresa muestra una gran actividad, especialmente en la rotación de sus inventarios, manteniéndose constante porque son calculados en base a la demanda y no un crecimiento porcentual aplicado directamente. La rotación de activos es alta porque la empresa tiene poco volumen de activos porque no requiere una gran estructura, su mayor demanda es la mano de obra.
- **Administración de Deuda:** la razón de deuda es baja porque la empresa no requiere un alto nivel de endeudamiento y muestra una alta capacidad de pago de los intereses de la deuda.
- **Rentabilidad:** los indicadores de rentabilidad también son altos, con un margen de utilidad sobre las ventas, indicando que la generación de utilidades de la empresa es alta. El rendimiento sobre los activos muestra un descenso, producto del crecimiento del activo por la acumulación de recursos reflejados en la cuenta de caja. El rendimiento sobre el capital contable muestra que la empresa genera un buen retorno y que transforma la inversión en una cantidad muy atractiva, volviendo el proyecto factible financieramente.

Tabla No 41

**PROYECTO ARTESANÍA HOJA DE PINO
LEPATERIQUE, FRANCISCO MORAZÁN**

RAZONES FINANCIERAS

RAZON FINANCIERA	31/12/2009	31/12/2010	31/12/2011	31/12/2012	31/12/2013
<i>Liquidez</i>					
Razón circulante	7.59	10.22	11.17	11.10	15.79
Razón rápida / Prueba de Acido	6.97	9.61	10.55	10.45	14.79
<i>Administración de Activos</i>					
Rotación de Inventarios	18.07	17.73	15.34	13.00	11.33
Días de venta pendientes de cobro (DSO)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Rotación de los Activos Fijos	19.07	23.57	29.57	37.85	49.80
Rotación de los Activos Totales	2.98	2.41	2.07	1.85	1.72
<i>Administración de Deudas</i>					
Deuda Total a Activos Totales	0.16	0.08	0.04	0.00	0.00
Rotación del Interés (TIE)	14.32	17.45	23.40	35.83	93.77
<i>Rentabilidad</i>					
Margen de Utilidad sobre Ventas	12%	12%	11%	11%	10%
Generación Básica de Utilidades (UAI/ACT. TOTAL)	53%	40%	33%	27%	22%
Rendimiento sobre los Activos Totales (ROA)	37%	29%	23%	20%	17%
Rendimiento sobre el Capital Contable Común (ROE)	100%	104%	110%	112%	113%

4.6.6 Punto de Equilibrio

Tabla No 42

**PROYECTO EMPRESA DEL PINO
LEPATERIQUE, FRANCISCO MORAZÁN
PERIODO DEL 2009 AL 2013**

PUNTO DE EQUILIBRIO PONDERADO

Concepto	2009	2010	2011	2012	2013
Precio de venta (Promedio)	151.41	166.52	183.15	201.43	221.55
Venta total (Unidades)	7,200	7,200	7,200	7,200	7,200
Ingresos (L)	1090,152.00	1198,944.00	1318,680.00	1450,296.00	1595,160.00
Costo variable (L)	393,580.39	434,334.97	491,176.94	561,365.12	641,658.26
Margen de contribución (L)	696,571.61	764,609.03	827,503.06	888,930.88	953,501.74
Costo fijo (L)	501,345.69	564,427.28	619,242.04	679,538.27	745,864.13
Punto de equilibrio (L)	195,225.92	200,181.75	208,261.02	209,392.60	207,637.61
Punto de equilibrio (% de ingreso)	0.18	0.17	0.16	0.14	0.13

El punto de equilibrio de la empresa se alcanza a un nivel de operación de 17.9%, lo que resulta atractivo porque deja un muy buen margen de operación, permitiendo niveles de operación bajos y aun así percibir utilidades.

4.6.7 Recuperación de la inversión

Tabla No 43

**PROYECTO ARTESANÍA HOJA DE PINO
LEPATERIQUE, FRANCISCO MORAZÁN**
*VALOR PRESENTE NETO, TASA INTERNA DE RETORNO, TASA INTERNA DE
RETORNO MODIFICADA Y PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN*

PERIODO	FLUJOS	FLUJOS DESCONTADOS	RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN FLUJOS DESCONTADOS
	-		
AÑO 0	219,387.35	-219,387.35	-219,387.35
AÑO 1	246,959.79	218,916.58	-470.77
AÑO 2	144,198.48	113,309.28	112,838.51
AÑO 3	149,586.27	104,195.49	217,034.00
AÑO 4	149,705.06	92,437.05	309,471.05
AÑO 5	147,459.28	80,711.26	390,182.31

TASA ANUAL NOMINAL	12.81%
VALOR PRESENTE NETO	345,875.64
TASA INTERNA DE RETORNO	84.7%
TIR MODIFICADA	35.5%
TÉCNICAS DE EVALUACIÓN	
INVERSIÓN	-219,387.35
VALOR PRESENTE	345,875.64
V. A. N. (puro)	126,488.29
T I R	84.73%
TIRM	38.39%
C.C.P.	12.81%
RENTABILIDAD	71.92%
RELACIÓN BENEFICIO COSTO	1.58

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

PERIODO	FLUJOS	INVERSIÓN
	-	
AÑO 0	219,387.35	-219,387.35
AÑO 1	246,959.79	27,572.44
AÑO 2	144,198.48	171,770.92
AÑO 3	149,586.27	321,357.19
AÑO 4	149,705.06	471,062.25
AÑO 5	147,459.28	618,521.53

La inversión se recuperará en el primer año. Con los flujos descontados la inversión se recupera en el segundo año.

La TIR del proyecto es de 84.73%, que se considera alta para un proyecto de este tipo, con una TIRM de 38.39, evidenciando que el proyecto es muy atractivo aun con los flujos de efectivo descontados.

La rentabilidad del proyecto es de 71.92%, superior al valor de la tasa esperada por los socios. El VAN es positivo y superior a la inversión, generando un Beneficio de L.1.58 un lempira con cincuenta y ocho centavos, por cada Lempira invertido.

4.6.8 Análisis de sensibilidad

El análisis de sensibilidad es una técnica de análisis de riesgo que muestra en forma exacta la cantidad en que cambiará el VAN, y la TIR, en respuesta a los cambios en variables básicas.

La sensibilización del proyecto tiene también un pequeño efecto en la TIR y el VAN del proyecto. Considerándose rentable el proyecto, con una TIR de 20.77%, un VAN positivo de L36, 867. Con una reducción de 5% en los ingresos y 5% en los gastos.

4.6.9 Evaluación económica del proyecto

- El proyecto permite obtener utilidades desde 2009 al 2013 que van desde L246, 959.79, L144, 198.48, L149,586.27, L149,705.06, L147,459.28, Lo que posibilita inversiones dentro de la vida del proyecto, con propósitos de expansión o distribución de utilidades entre los socios.

- El VAN de L314,485.34, significa que este proyecto se paga a sí mismo, con un costo de capital ponderado de 12.81%. Además la TIR es de 84.7% que significa el rendimiento de la inversión, resultado superior al costo de capital. Por lo antes expuesto, la puesta en marcha del proyecto bajo las condiciones establecidas para el escenario conservador, que es el analizado durante el proyecto es factible desde el punto de vista financiero.
- En cuanto a la recuperación de la inversión ocurrirá en el primer año con los flujos descontados se recupera en el segundo mes del segundo año.
- También se estimaron razones financieras de liquidez, rentabilidad, recuperación de la inversión, etc. que suministraron resultados atractivos para los inversionistas (Tabla No. 41).
- Por los resultados obtenidos del análisis de sensibilidad realizado anteriormente, se puede concluir que La Empresa Del Pino, es un proyecto de inversión rentable, ya que supera la prueba de sensibilidad más extrema de incremento en los gastos y costos de venta (5%) y una reducción en sus ingresos, por lo tanto demuestra su factibilidad y viabilidad en la evaluación financiera y económica.

4.7 Recomendación

Conforme a lo analizado en el componente mercadológico, el técnico, el administrativo, el legal, el ambiental y el financiero, se puede recomendar continuar con el proyecto porque, resulta factible, esencialmente porque el proyecto es capaz de generar un retorno importante sobre la inversión de los socios del proyecto.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

Los Datos Secundarios son aquellos que se recopilan para propósitos distintos al problema que se enfrenta.

La investigación Descriptiva es aquella que busca describir mejor los problemas o situaciones de marketing, como el potencial de mercado de un producto o las características demográficas y actitudes de los consumidores.

Una encuesta es un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa de la población o instituciones, con el fin de conocer estados de opinión o hechos específicos.

Los Datos Primarios consisten en información que se obtiene para un propósito específico

Demanda (economía). Se denomina Demanda al acto, actitud o predisposición de adquirir bienes y/o servicios, para prever la satisfacción de las necesidades, por parte de uno o más consumidores.

En economía, oferta se define como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a diferentes precios y condiciones dadas, en un determinado momento.

Participación de Mercado: Este tipo de estudio es realizado con la finalidad de determinar el peso que tiene una empresa o marca en el mercado. Se mide en términos de volumen físico o cifra de negocios.

El Producto es cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para su atención, adquisición, uso, o consumo, y que podría satisfacer un deseo o una necesidad.

El Precio es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio, o la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio.

La Plaza comprende las actividades de la empresa que ponen el producto a disposición de los consumidores meta.

La Promoción abarca las actividades que comunican las ventajas del producto y convencen a los consumidores a comprarlo.

La Publicidad es cualquier forma pagada de presentación y promoción no personal de ideas, bienes o servicios, por un patrocinador identificado.

UDI-DEGT-UNAH

BIBLIOGRAFIA

- Baca Urbina Gabriel, Evaluación de Proyectos Quinta edición, Mc Graw Hill.
- Cruz, M. (2004). ADEPROFOCA, *Una Alternativa de Desarrollo Forestal en Nicaragua en Beneficio de las comunidades de Dipilto, Nueva Segovia*. Extraído 1 de Octubre 2003
http://www.simas.org.ni/_experiencia/Adeprofoca%20una%20alternativa%20de%20desarrollo%20forestal.pdf
- Datanalisis (s.f.). Participación de Mercado. Extraído el 1 de octubre 2008.
<http://www.datanalisis.com/lista.asp?sec=110007>
- Deferencia.com (s.f.). Habilidades Gerenciales. Extraído el 5 de Octubre de 2008.
<http://www.degerencia.com/area.php?areaid=1015>
- FAO, (s.f.). Evaluación de los productos forestales no madereros. Extraído el 25 de Septiembre <http://www.fao.org/docrep/007/ae159s/AE159S12.htm>
- Kotler Philip, Armstrong Gary (2001). Marketing (8va Ed.) México. Pearson Education.
- Kotler Philip, Kevin Lane. (2006). Dirección de Marketing, Duodécima edición. México Pearson Educación.
- INE, EPHPM (Encuesta Permanente de Hogares de Propósitos Múltiples) Septiembre 2007
- MAFOR (1992). Desarrollo Forestal Participativo en Lepaterique.
- Narres K. Malhotra (1997). Investigación de Mercados (2da Ed.) México. Prentice Hall.
- Norte Nica (s.f.). Artesanía Tradicional. Extraído el 6 de Octubre de 2008.
<http://www.nortenica.com/sitio.php?idsitiointeres=193>
- Secretaría de Gobernación y Justicia (2003). Plan Estratégico de Desarrollo Municipal (PEDM).

- Secoff, M. (2002). Libro Electrónico Honduras Universal. Extraído el 1 de Octubre de 2008 desde <http://www.angelfire.com/ca5/mas/honduras.html>
- UICN (Unión Mundial para la Naturaleza). Premio a la Productividad Rural 3003. Extraído el 6 de Octubre de <http://www.iucn.org/places/orma/noticias/04062003a.htm>
- Vianica.com (s.f.). Artesanías de Pino de Cusmapa. Extraído el 6 de octubre <http://www.vianica.com/sp/activity/132/artesantias-de-pino-de-cusmapa>

UDI-DEGT-UNAH

A N E X O S

Anexo No 1

Encuesta

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE HONDURAS
MAESTRIA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

La maestría en Administración de Empresas está realizando una investigación sobre Artesanía de Hoja de Pino, producida en Lepaterique, Francisco Morazán.

Agradeceremos a usted sus respuestas.



1. ¿Ha comprado usted artesanías típicas de Honduras?

Si _____ No _____

Si su respuesta es **No** pase a la pregunta # 3

2. ¿Qué tipo de artesanías ha adquirido? Marque una sola opción.

De barro _____ De Madera _____ De Cuero _____ Otros (Especifique): _____

3. ¿Conoce usted la artesanía elaborada con hojas de pino?

Si _____ No _____

4. ¿Estaría dispuesto a comprar canastas, fruteras, tapetes, floreros elaborados a base de hoja de pino por indígenas Lencas?

Si _____ No _____

Si su respuesta es **No** pase a datos demográficos

5. Si usted conoce la artesanía elaborada con hojas de pino qué producto o productos preferiría comprar.

Canastas _____ Fruteras _____ Tapetes _____ Floreros _____

6. ¿Qué precios sugeriría usted para estos productos? Marque una sola opción.

Producto Precio (Lps)	Canasta	Frutera	Tapete	Florero
100-150				
151-200				
201-250				
251-300				
300 en adelante				

7. ¿Con que frecuencia y qué cantidad compraría? Marque una sola opción.

Frecuencia \ Cantidad	Cantidad			
	1	2	3	4
Mensualmente				
Trimestralmente				
Semestralmente				
Anualmente				

8. ¿Qué destino daría a estos productos?

Regalos ____ Envió a Parientes al Exterior ____ Uso en casa ____

Regalo a extranjeros ____ Otros _____

9. ¿Donde le gustaría adquirir estos productos? Marque una sola opción.

Tiendas de Suvenir ____ Aeropuerto ____ En Lepaterique ____

Otros (Especifique): _____

10. ¿A través de qué medios de comunicación le gustaría enterarse de estos productos? Marque una sola opción.

Radio ____ Revistas turísticas ____ Periódico ____ Internet ____

Otros (Especifique): _____

Datos demográficos

11. Edad

1) 20 - 30 años ____

3) 41- 50 años ____

2) 31 - 40 años ____

4) De 51 adelante ____

12. Sexo

Femenino ____

Masculino ____

13. Ingreso Familiar Mensual

1 Menor de 5,000 ____

3 De 10,001 a 15,000 ____

2 De 5,001 a 10,000 ____

4 De 15,000 en adelante ____

BUEN DÍA Y GRACIAS POR SU VALIOSA COLABORACIÓN

Anexo No 2

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE HONDURAS
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



Artesanía Hoja de Pino

ENCUESTA

La maestría en Administración de Empresas está realizando una investigación sobre Artesanía de hoja de Pino, producida en Lepaterique, Francisco Morazán.

Instrucciones: marque con una "X" sobre la línea de la respuesta, o las respuestas correctas.

1. ¿Conoce usted la artesanía elaborada con hoja de pino?

_____ Si

_____ No

2. ¿Vende artesanías de hoja de pino en su Tienda?

_____ Si

_____ No

Si la respuesta es "No" pase a la pregunta número cuatro.

3. ¿Dónde las adquiere?

_____ Valle de ángeles

_____ Pabellón de los Artesanos Tegucigalpa

_____ Yamaranguila (Intibucá)

_____ Lepaterique

_____ otros especifique

4. ¿Está interesado en vender artesanía de hoja de pino?

_____ Si

_____ No

5. ¿Cuál Cree será la aceptación de las artesanías de parte de sus clientes?

_____ Mala

_____ Regular

_____ Buena

_____ Muy Buena

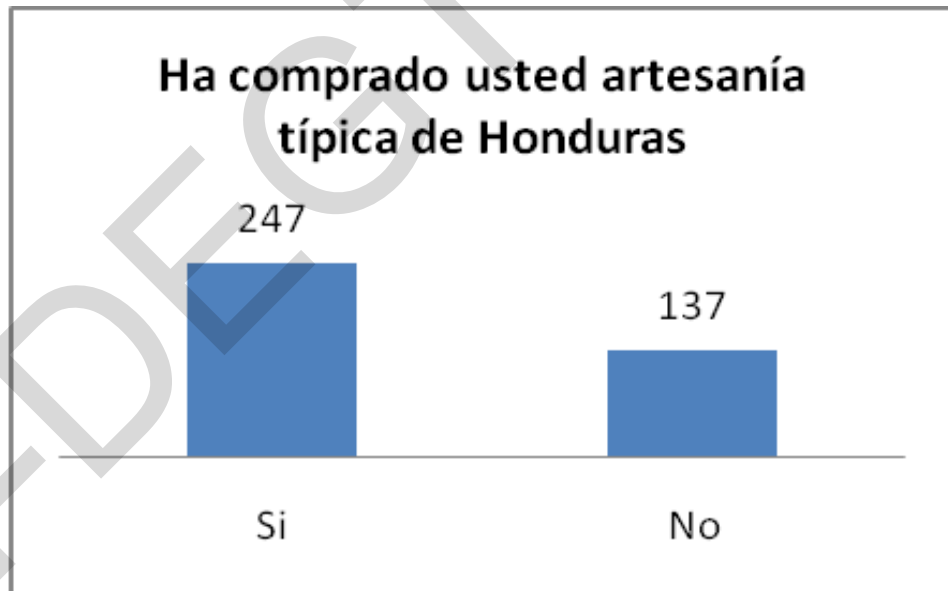
Anexo No 3

Tabulación y Gráficos

1. ¿Ha comprado usted Artesanías típicas de Honduras?

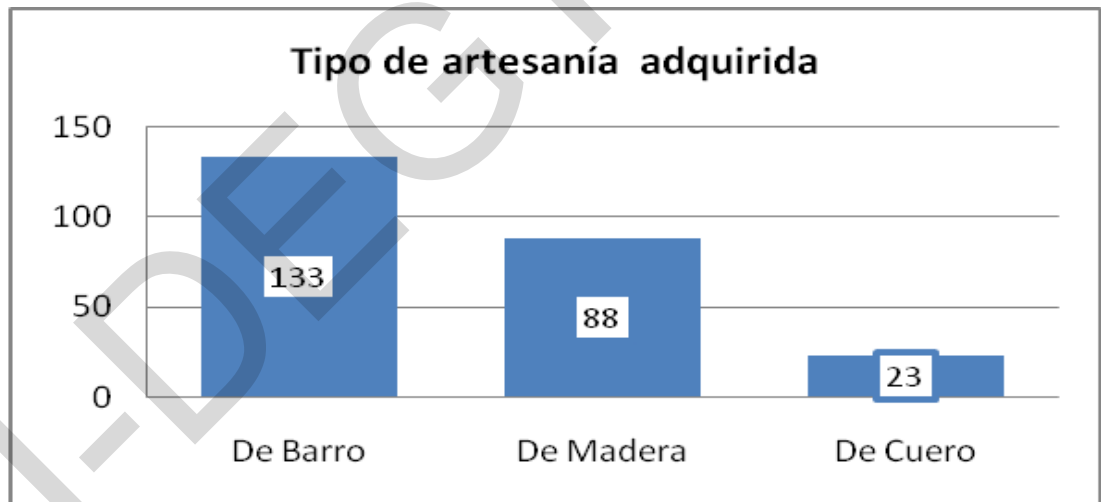
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	247	64.3
No	137	35.7
Total	384	100

Desviación Estandar 78
 mediana 184



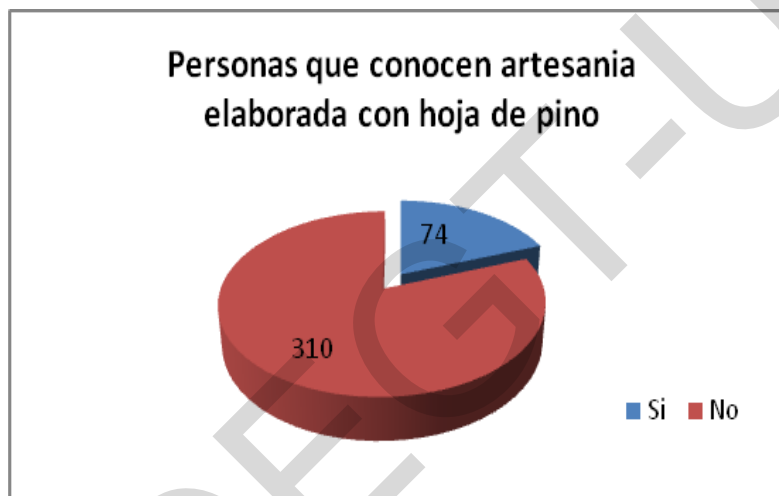
2. ¿Qué tipo de artesanía ha adquirido?

Respuesta		Porcentaje
De Barro	133	34.6
De Madera	88	22.9
De Cuero	23	6
Total	244	63.5



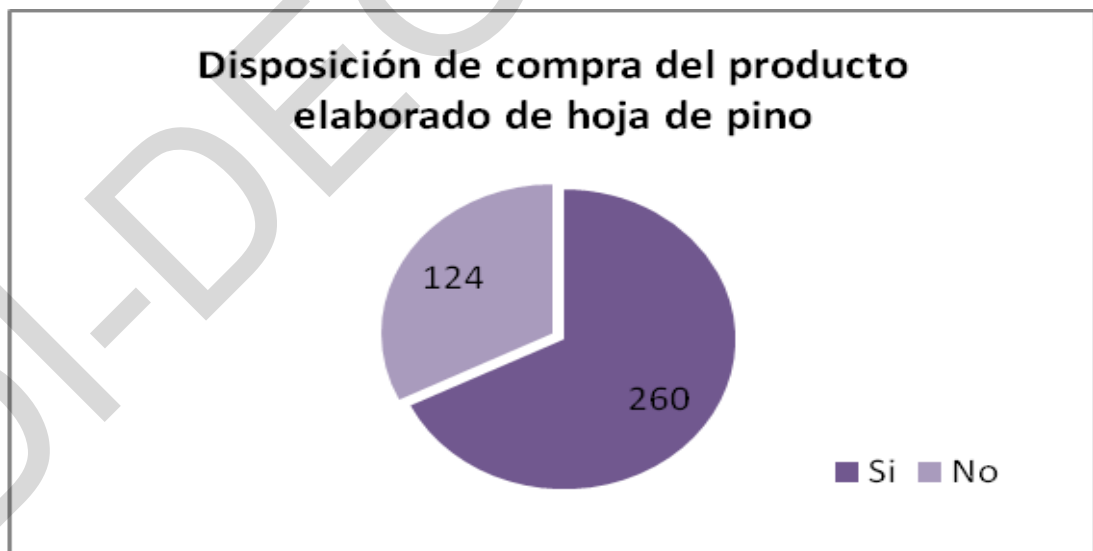
3. ¿Conoce usted la artesanía elaborada con hojas de pino?

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	74	19.27
No	310	80.73
Total	384	100



4. ¿Estaría dispuesto a comprar canastas, fruteras, tapetes, floreros elaboradas a base de hoja de pino por indígenas lencas

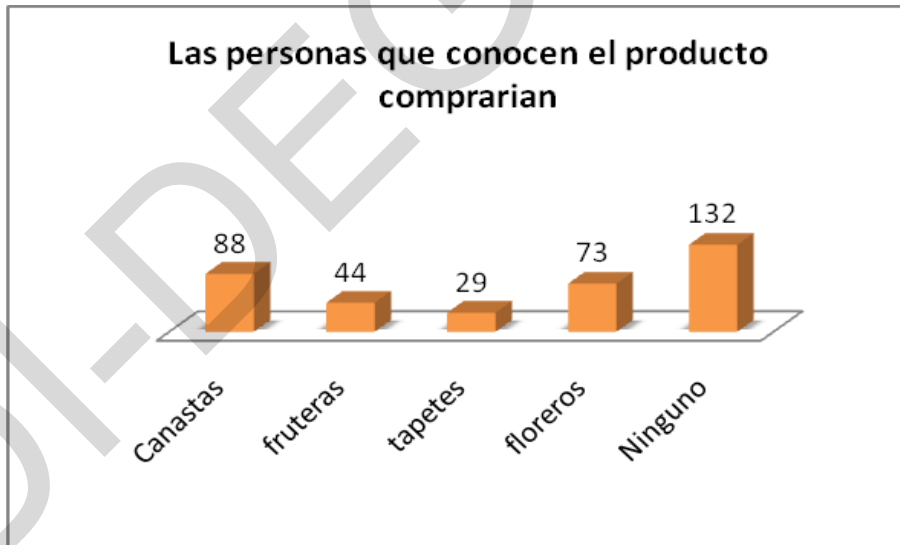
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	260	67.7
No	124	32.3
Total	384	100



5. Si usted conoce la artesanía elaborada con hojas de pino que producto(s) preferiría comprar.

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Canastas	88	23
fruteras	44	11
tapetes	29	8
floreros	73	19
Ninguno	132	34
Total	366	95

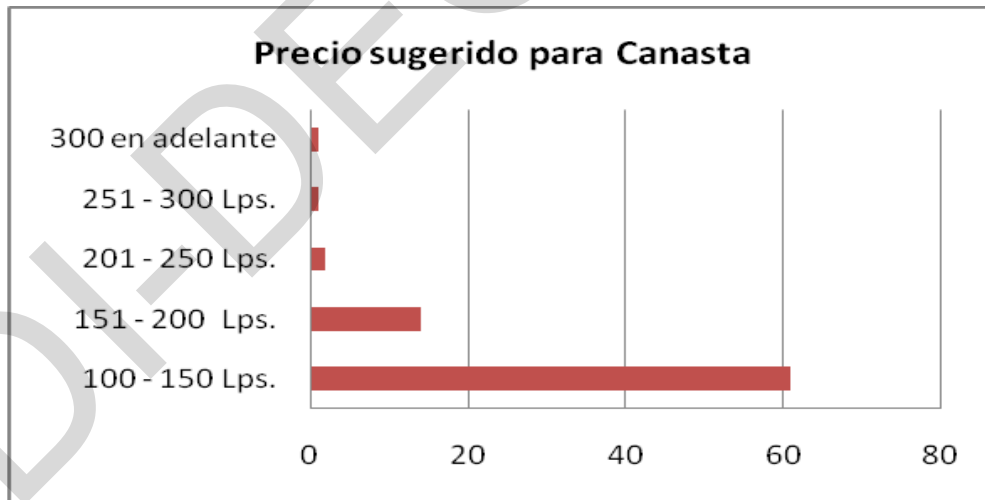
Desviación Estandar 40
 Varianza 1621
 Media 64
 Mediana 73



6. ¿Qué precios sugeriría usted para estos productos? Canasta

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
100 - 150 Lps.	61	15.9
151 - 200 Lps.	14	3.6
201 - 250 Lps.	2	0.5
251 - 300 Lps.	1	0.3
300 en adelante	1	0.3
Total	79	20.6

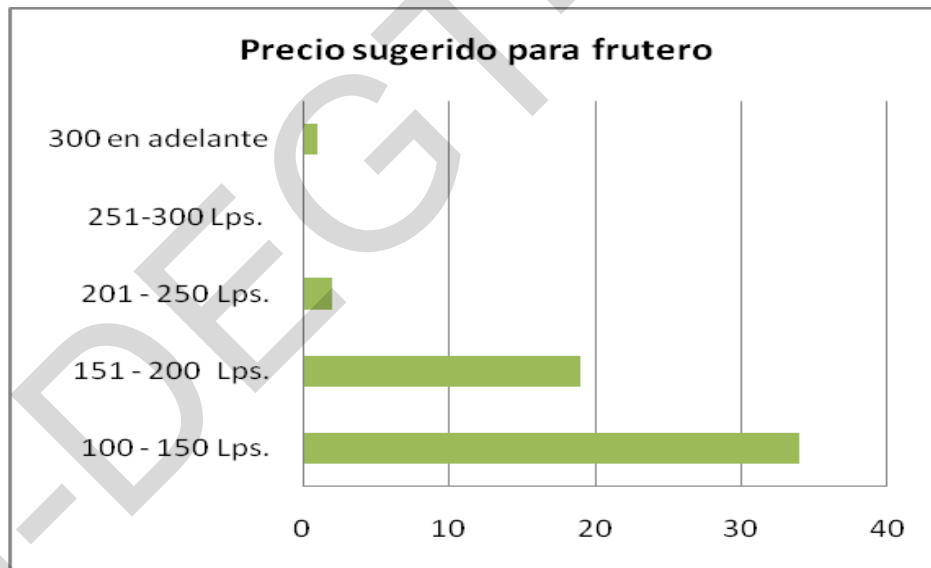
Desviación Estándar 26
 Varianza 669
 Media 4
 Moda 1
 Mediana 4



Precio sugerido para Frutero

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
100 - 150 Lps.	34	8.9
151 - 200 Lps.	19	4.9
201 - 250 Lps.	2	0.5
251-300 Lps.	0	0
300 en adelante	1	0.3
Total	56	14.6

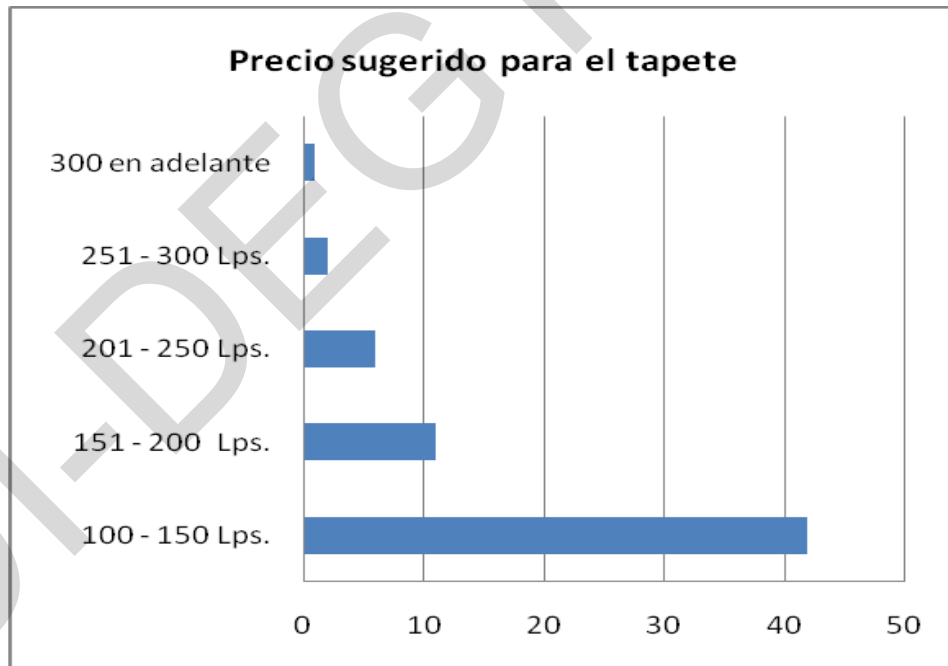
Desviación estándar 15
 Varianza 224
 Mediana 2



Precio sugerido para Tapete

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
100 - 150 Lps.	42	10.9
151 - 200 Lps.	11	2.9
201 - 250 Lps.	6	1.6
251 - 300 Lps.	2	0.5
300 en adelante	1	0.3
Total	62	16.2

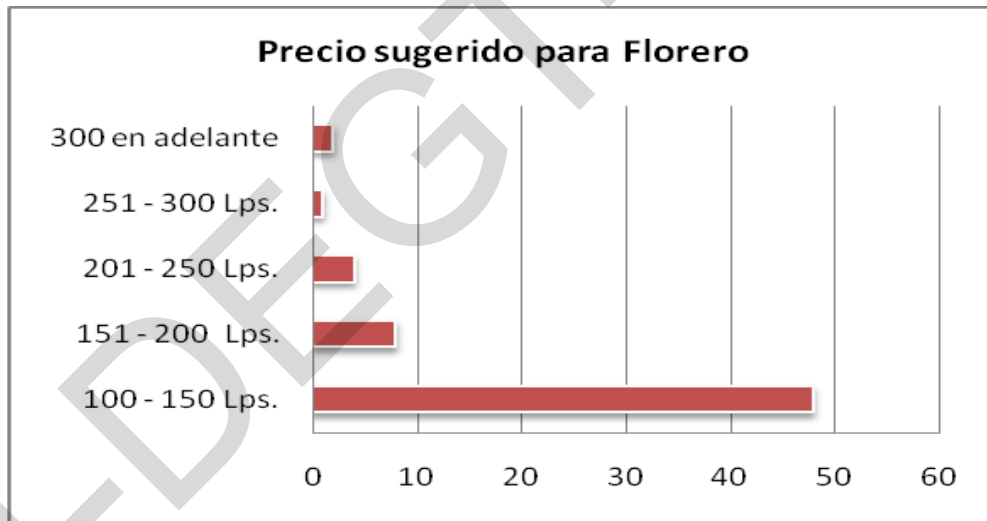
Desviación Estándar 17
 Varianza 289
 Media 6
 Mediana 6



Precio sugerido para Florero

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
100 - 150 Lps.	48	12.5
151 - 200 Lps.	8	2.1
201 - 250 Lps.	4	1
251 - 300 Lps.	1	0.3
300 en adelante	2	0.5
Total	63	16.4

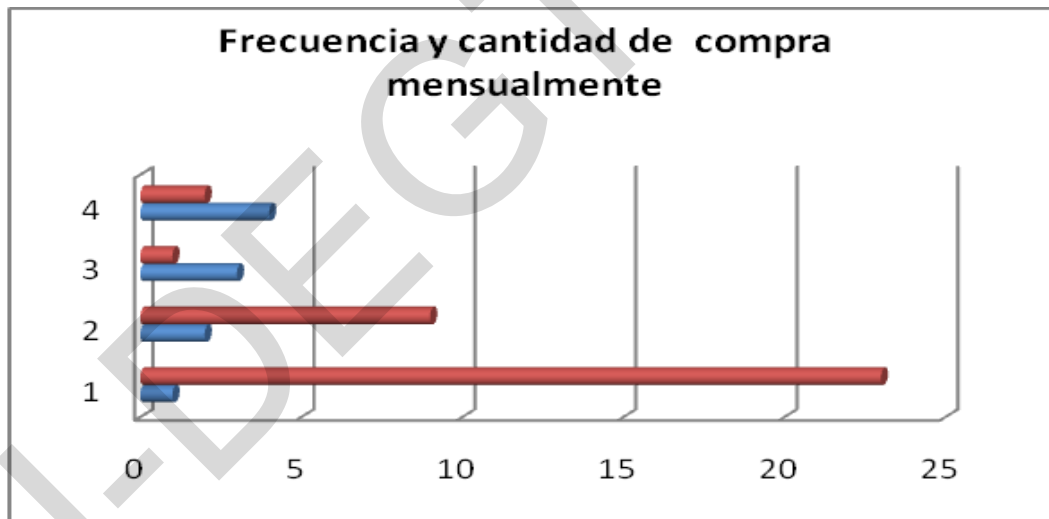
Desviación Estándar 20
 Varianza 399
 Media 5
 Mediana 4



7 ¿Con que frecuencia y qué cantidad compraría? (Mensualmente)

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
1	23	6.0
2	9	2.3
3	1	0.3
4	2	0.5
Total	35	9.1

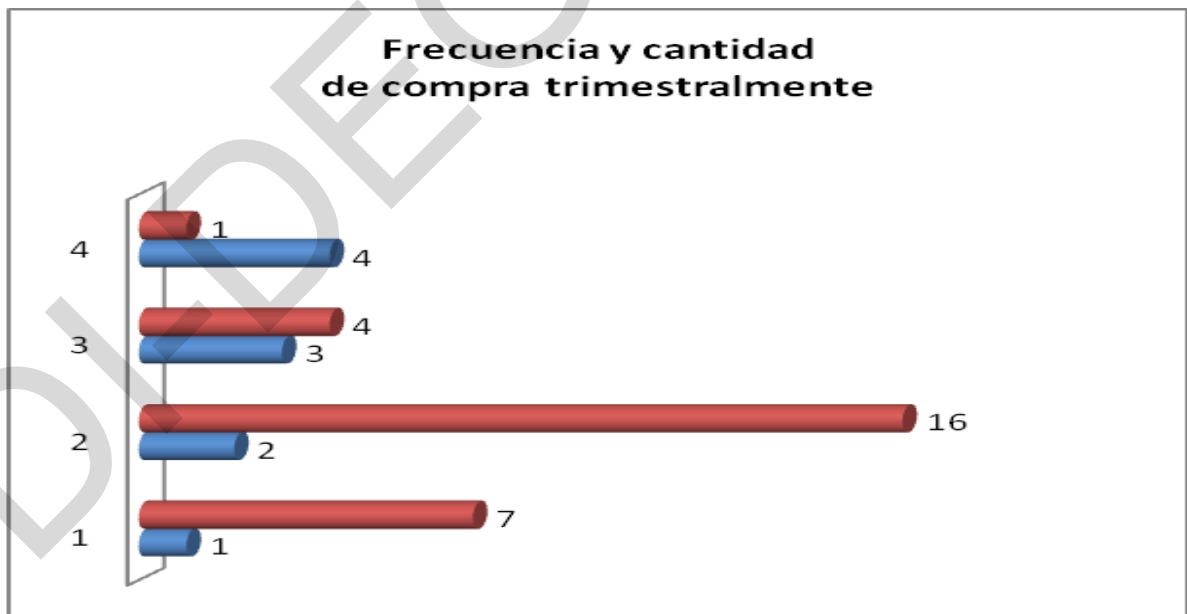
Desviación
 Estándar 10
 Varianza 103
 Media 5
 Mediana 6



¿Con que frecuencia y qué cantidad compraría? (trimestralmente)

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
1	7	
2	16	4.2
3	4	1.0
4	1	0.3
Total	28	5.5

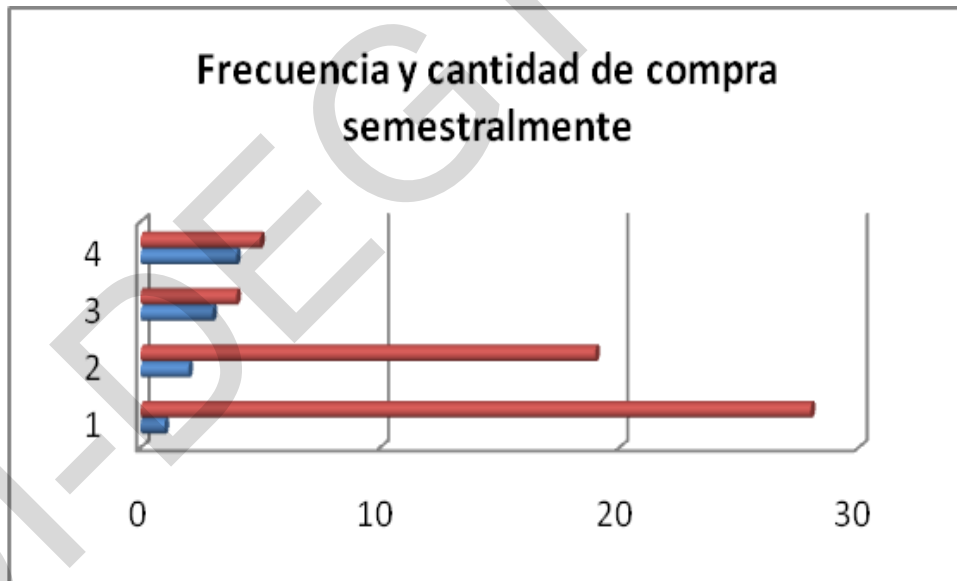
Desviación Estándar	6
Varianza	42
Media	5
Mediana	6



¿Con que frecuencia y qué cantidad compraría? (Semestralmente)

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
1	28	7.3
2	19	4.9
3	4	1
4	5	1.3
Total	56	14.5

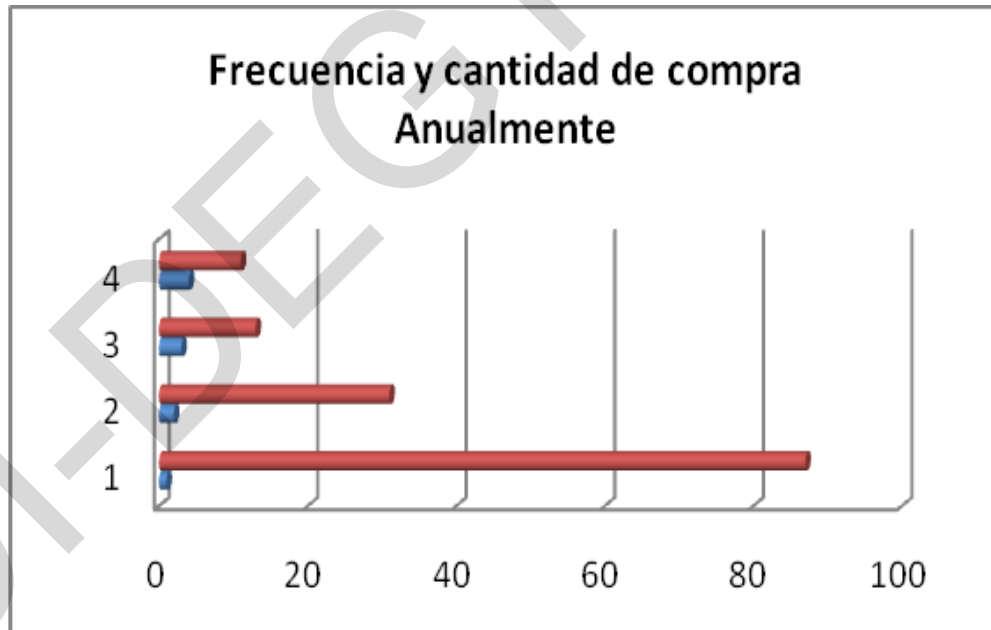
Desviación Estándar 12
 Varianza 134
 Media 10
 Mediana 12



¿Con que frecuencia y qué cantidad compraría? (Anualmente)

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
1	87	22.7
2	31	8
3	13	3.4
4	11	2.9
Total	142	37

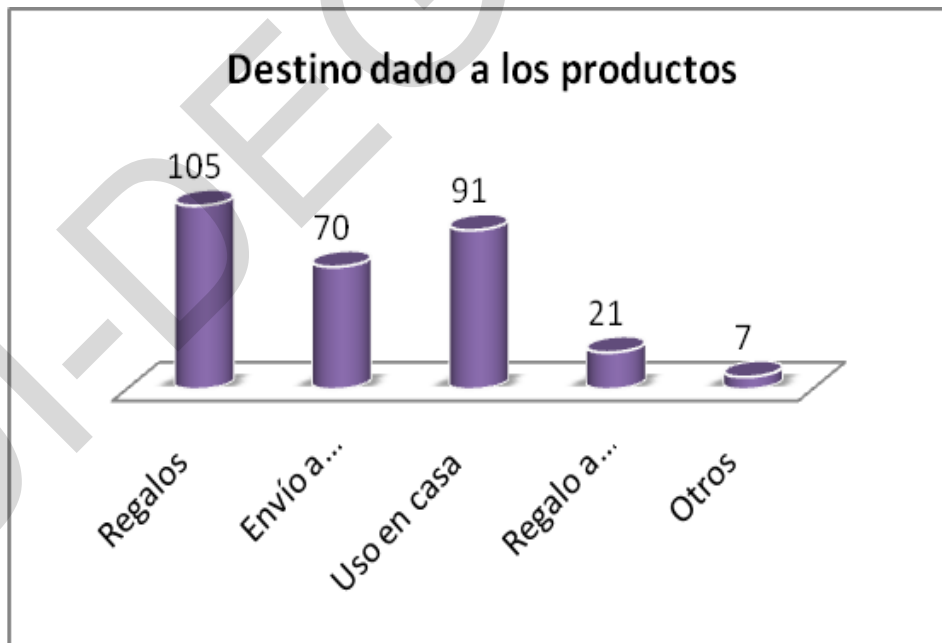
Desviación Estándar 35
 Varianza 1260
 Mediana 22



8 ¿Qué destino daría a estos productos?

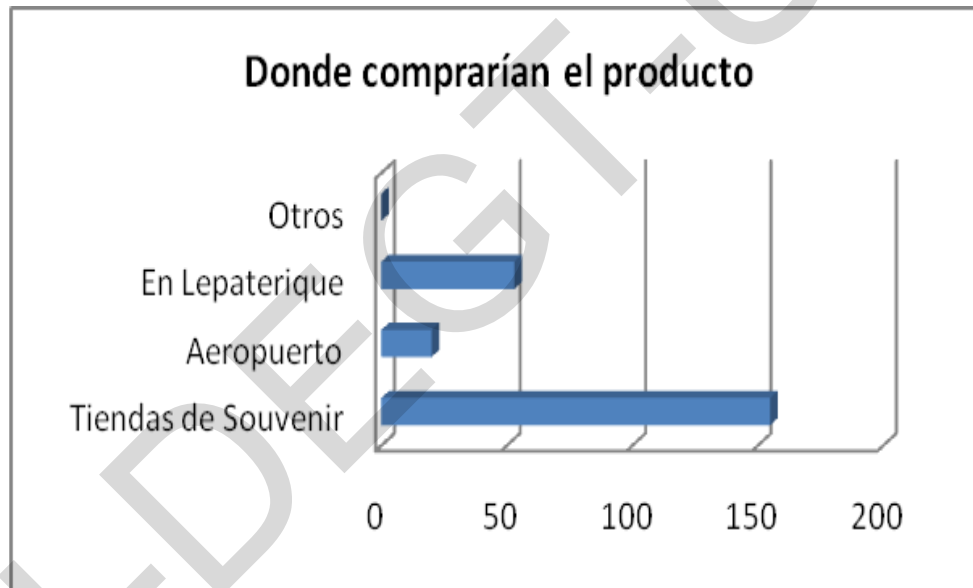
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Regalos	105	27.3
Envío a parientes al exterior	70	18.2
Uso en casa	91	23.7
Regalo a extranjeros	21	5.5
Otros	7	1.8
Total	294	76.5

Desviación Estándar 43
 Varianza 1852
 Media 40
 Mediana 70



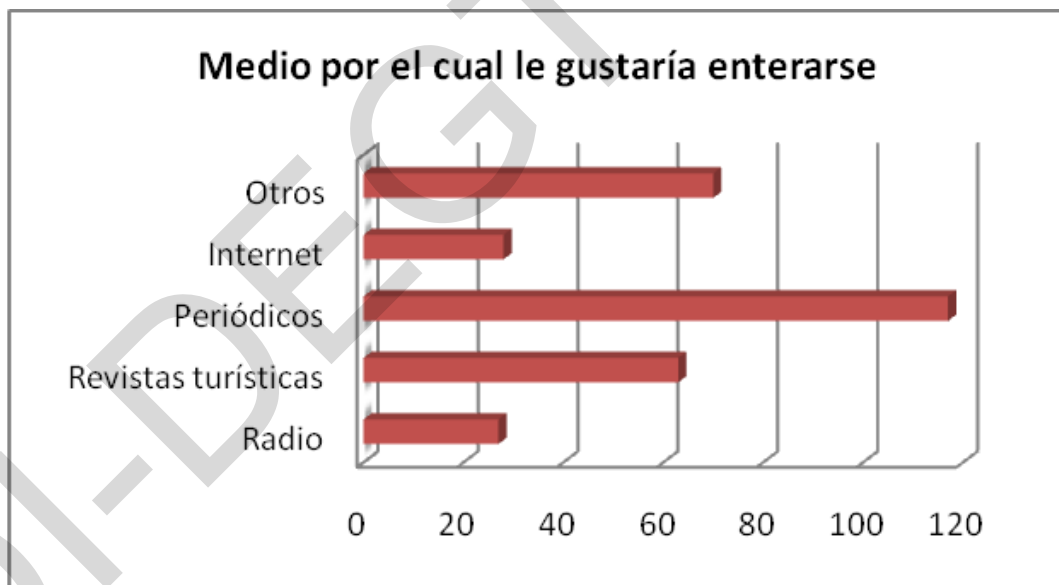
9. ¿Dónde le gustaría adquirir estos productos?

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Tiendas de Souvenir	155	40.4
Aeropuerto	20	5.2
En Lepaterique	53	13.8
Otros	0	
Total	228	59.4



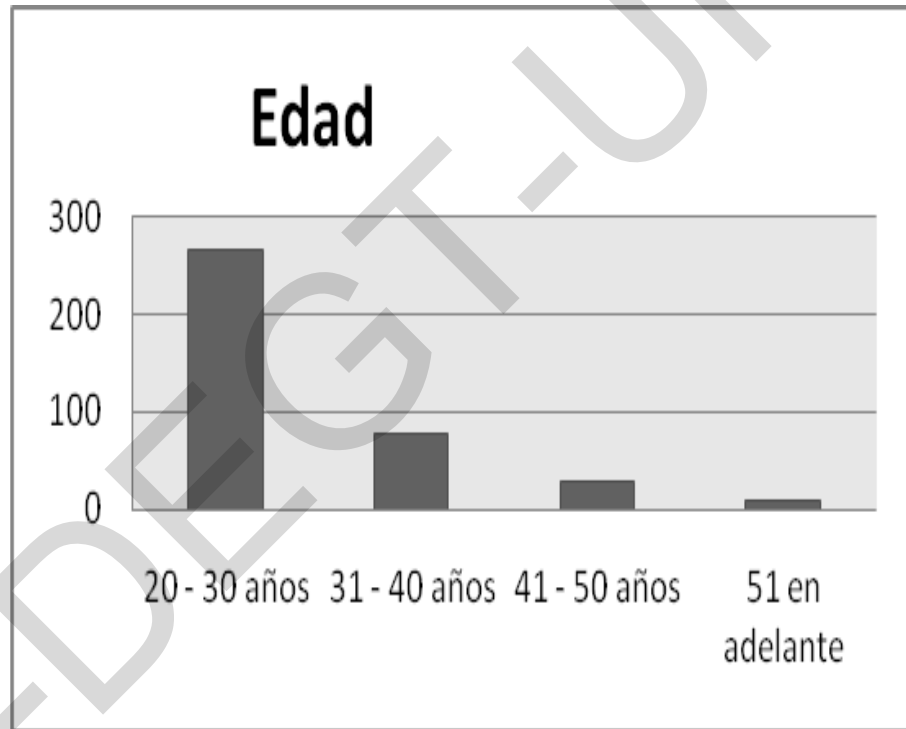
10. A través de qué medios de comunicación le gustaría enterarse de estos productos?

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Radio	27	7
Revistas turísticas	63	16.4
Periódicos	117	30.5
Internet	28	7.3
Otros	70	18.3
Total	305	79.5



11. Edad

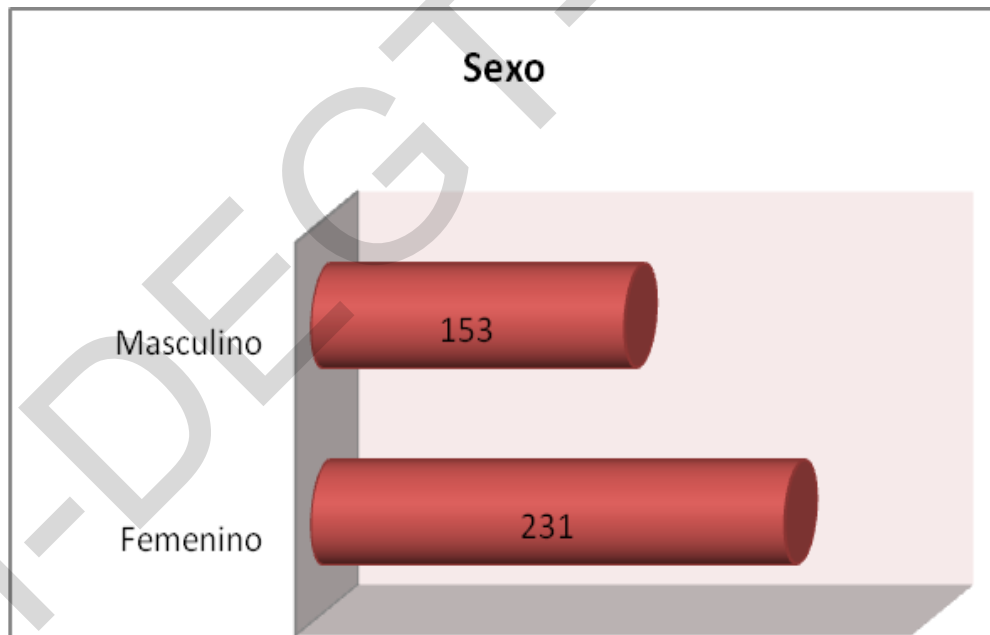
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
20 - 30 años	267	69.5
31 - 40 años	78	20.3
41 - 50 años	29	7.6
51 en adelante	10	2.6
Total	384	100



12. sexo

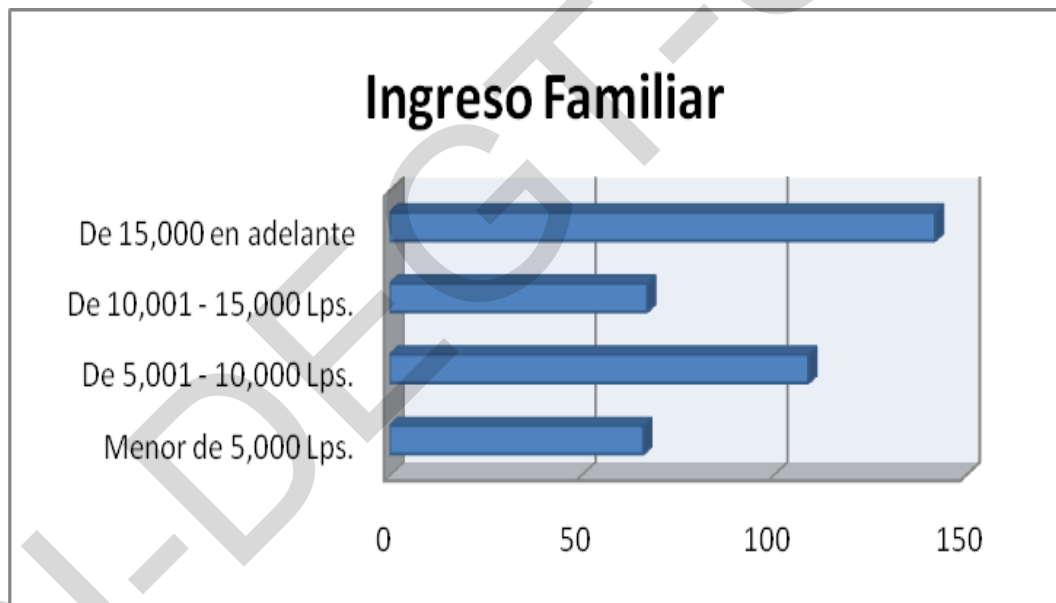
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Femenino	231	60.2
Masculino	153	39.8
Total	384	100

Desviación Estándar 55
 Varianza 3042
 Media 188
 Mediana 192



13. Ingreso Familiar Mensual

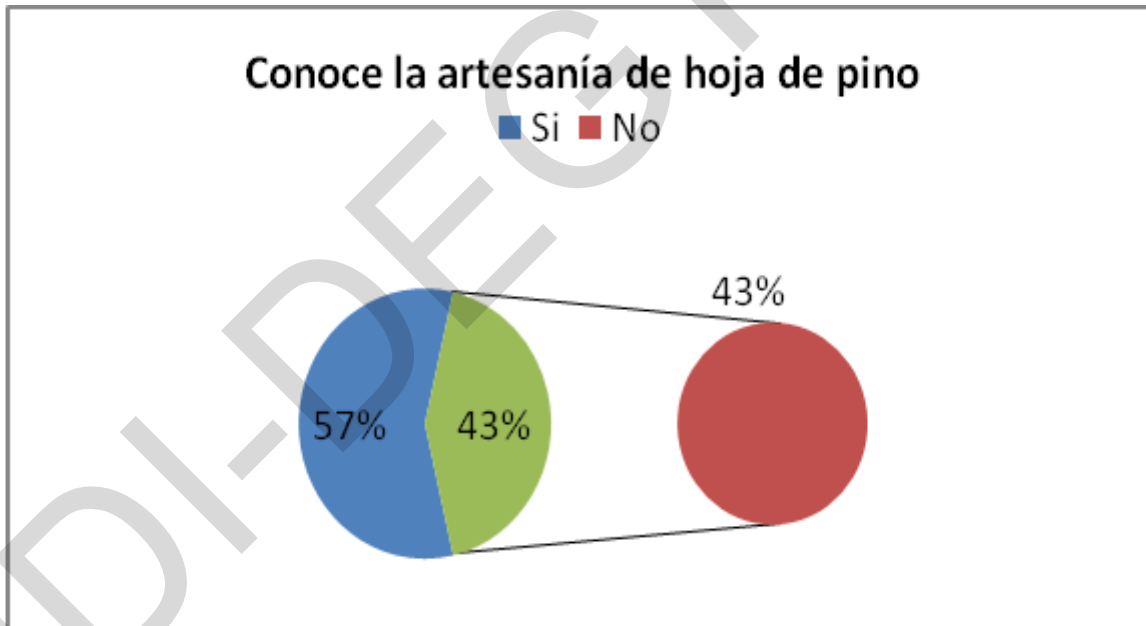
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Menor de 5,000 Lps.	66	17.2
De 5,001 - 10,000 Lps.	109	28.4
De 10,001 - 15,000 Lps.	67	17.4
De 15,000 en adelante	142	37
Total	384	100



RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS A SOUVENIRS

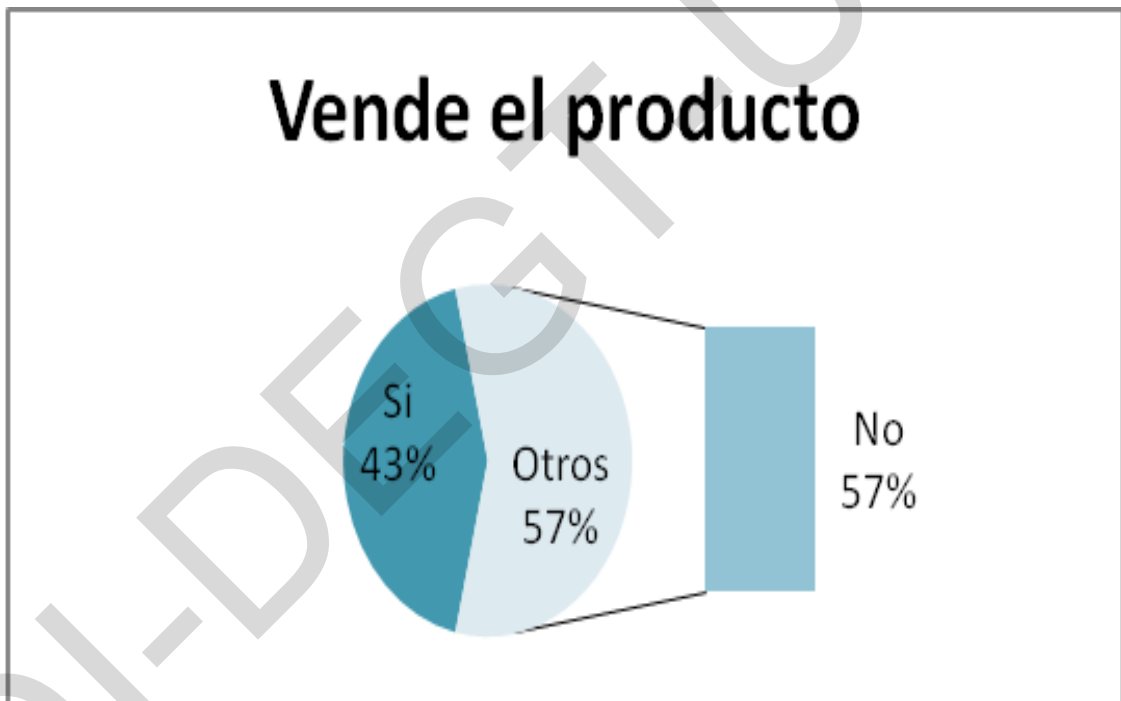
1. ¿Conoce usted la artesanía elaborada con hoja de pino?

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	4	57.1
No	3	42.9
Total	7	100



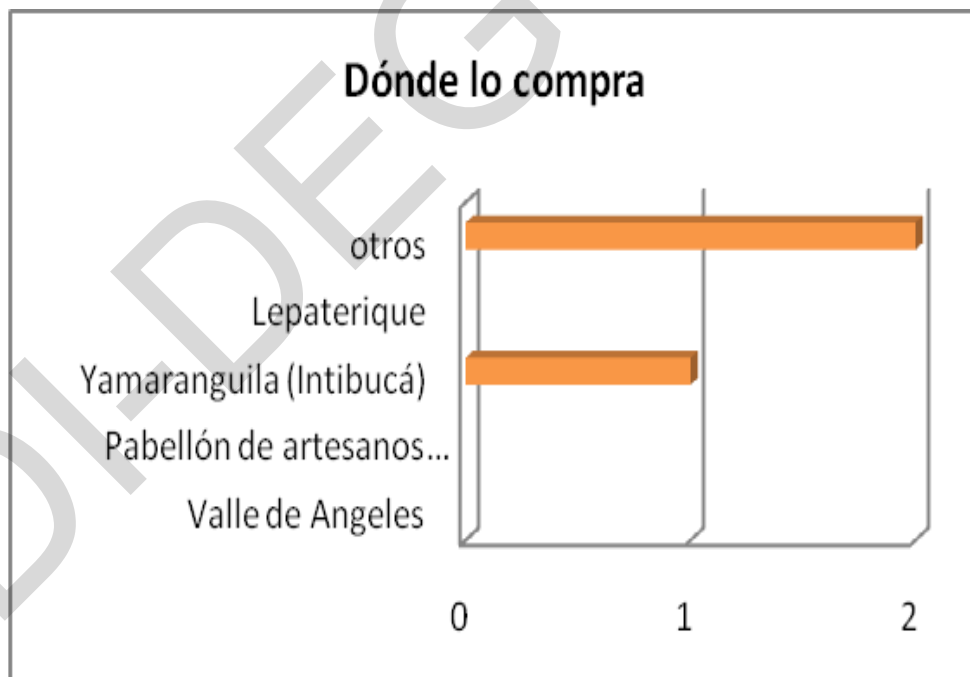
2. ¿Vende artesanías de hoja de pino en su tienda?

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	3	42.9
No	4	57.1
Total	7	100



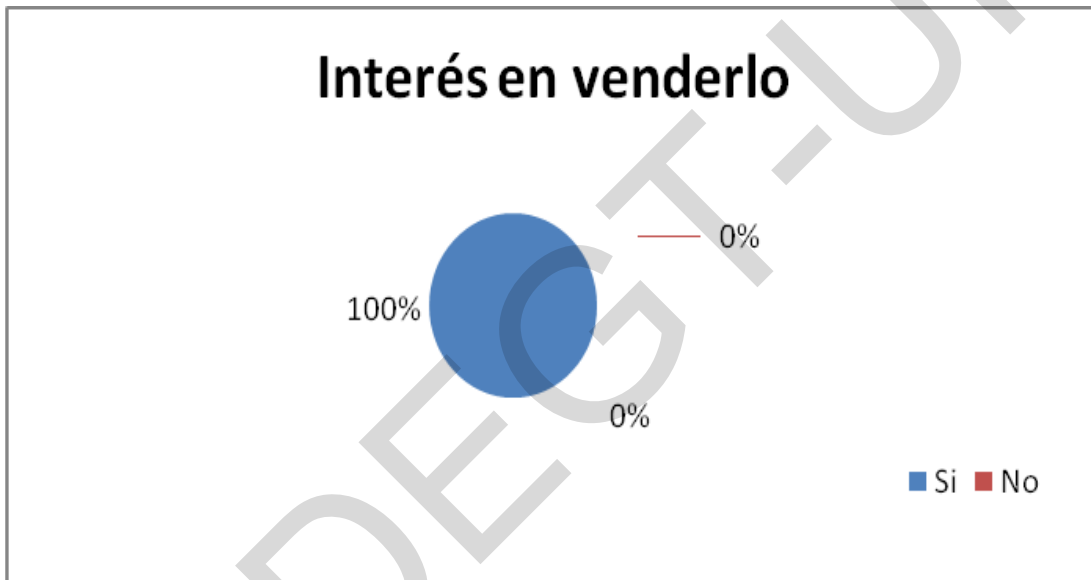
3. ¿Dónde las adquiere?

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Valle de Ángeles		0
Pabellón de artesanos Tegucigalpa		0
Yamaranguila (Intibucá)	1	14.3
Lepaterique		0
otros	2	28.6
Total	3	42.9



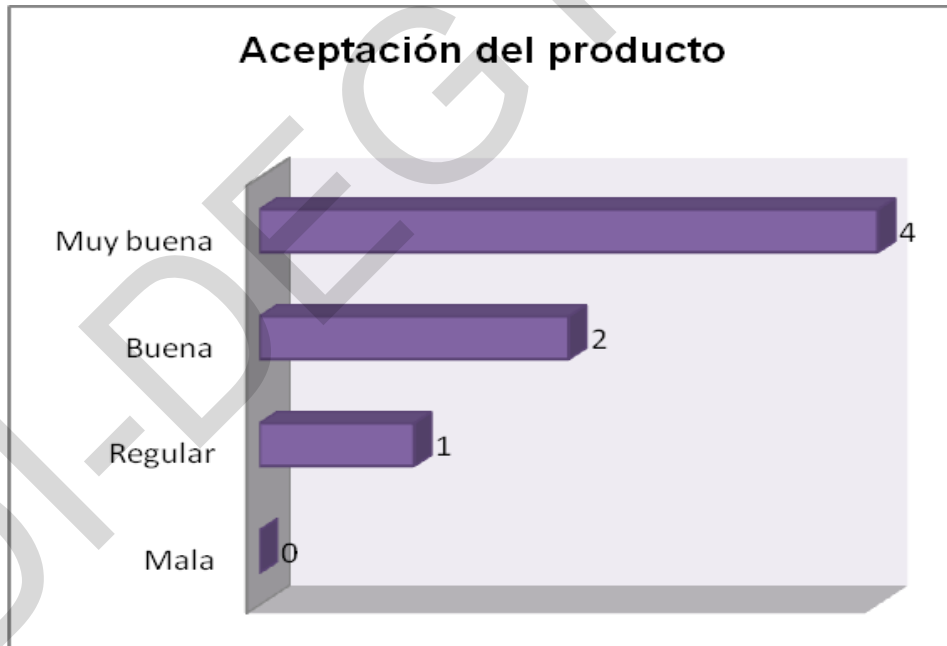
4. ¿Está interesado en vender artesanías de hoja de pino?

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	7	100
No	0	0
Total	7	100



5. ¿Cuál cree será la aceptación de las artesanías de parte de sus clientes?

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Mala	0	
Regular	1	14.3
Buena	2	28.6
Muy buena	4	57.1
Total	7	100



Anexo No 4

Cálculo del Porcentaje de Frecuencia por Artículo

Canasta

Mensual		
Cantidad	Personas	
1	10	
2	2	
3		
4		Porcentaje
Total	12	19%

Frutera

Mensual		
Cantidad	Personas	
1	2	
2		
3	1	
4		Porcentaje
Total	3	7%

Trimestral		
Cantidad	Personas	
1	3	
2	5	
3		
4		Porcentaje
Total	8	13%

Trimestral		
Cantidad	Personas	
1	3	
2	3	
3	1	
4		Porcentaje
Total	7	17%

Semestral		
Cantidad	Personas	
1	7	
2	4	
3	1	
4	1	Porcentaje
Total	13	21%

Semestral		
Cantidad	Personas	
1	2	
2	3	
3	1	
4	1	Porcentaje
Total	7	17%

Anual		
Cantidad	Personas	
1	23	
2	5	
3	1	
4	1	Porcentaje
Total	30	48%

Anual		
Cantidad	Personas	
1	12	
2	10	
3	2	
4	1	Porcentaje
Total	25	60%

Tapete

Mensual		
Cantidad	Personas	
1	2	
2	1	
3		
4		Porcentaje
Total	3	8%

Florero

Mensual		
Cantidad	Personas	
1	5	
2	3	
3		
4	1	Porcentaje
Total	9	20%

Trimestral		
Cantidad	Personas	
1		
2	2	
3		
4		Porcentaje
Total	2	5%

Trimestral		
Cantidad	Personas	
1	1	
2	1	
3	1	
4		Porcentaje
Total	3	7%

Semestral			Semestral		
Cantidad	Personas		Cantidad	Personas	
1	5		1	4	
2	3		2	2	
3			3	2	
4	1	Porcentaje	4		Porcentaje
Total	9	24%	Total	8	18%

Anual			Anual		
Cantidad	Personas		Cantidad	Personas	
1	14		1	14	
2	5		2	5	
3	4		3	4	
4	1	Porcentaje	4	1	Porcentaje
Total	24	63%	Total	24	55%

Anexo No 5

FOTOS DEL PROCESO DE ELBORACIÓN



Se escogen grupos de 10 ramitas para irlas uniendo con el hilo y poco a poco se va formando el producto.



Con el hilo se sujetan las ramitas de manera que quede firme.



Una vez hecho el inicio del artículo se procede a unirlas con puntadas haciendo uso de una aguja.



La materia prima usada es la hoja de pino, la cual se sujeta con el hilo utilizando una aguja y tijera como equipo.

Anexo No 6

**FORMATO PARA LAS SOLICITUDES DE AUTORIZACIÓN DE LOS PROYECTOS
CATEGORÍA 1**

FORMA DECA-006

SE SOLICITA CONSTANCIA DE REGISTRO. SE ACOMPAÑAN DOCUMENTOS.

**SEÑOR SECRETARIO DE ESTADO EN LOS DESPACHOS DE RECURSOS NATURALES Y
AMBIENTE
SERNA**

Yo, _____ generales actuando en mi condición de _____ de la
Empresa _____, carácter que acredito con _____ que acompaño, con todo respeto
comparezco ante usted solicitando se me extienda la respectiva Constancia de Registro para el desarrollo
del Proyecto _____ como requisito legal para la realización de las actividades del mismo.

PETICIÓN

Por lo anteriormente expuesto al Señor Secretario de Estado PIDO: Admitir la presente solicitud con los
documentos que acompaño, darle el trámite respectivo y en definitiva resolver de conformidad
otorgándome la Constancia de Registro ambiental solicitada.

Tegucigalpa, Municipio del Distrito Central a los _____ días del mes de _____ del año _____.

Firma

REQUISITOS AUTORIZACIÓN PROYECTOS PROYECTOS CATEGORÍA 1

1. Solicitud (FORMA DECA-006) presentada por el proponente, en papel blanco tamaño oficio.
2. Ficha de Registro Ambiental (FORMA DECA 004), firmada por el proponente, debidamente llena.
3. Resumen del proyecto de 2 a 5 páginas.
 - a. Localización en uno de los siguientes formatos: (indicar cuál)
 - b. Plano de ubicación del proyecto (zonas urbanas).
 - c. Mapa 1:50,00 (zonas rurales)
 - d. ó cualquier otro medio gráfico que muestre las características del entorno
4. Documento de constitución de sociedad, de comerciante individual o personería jurídica.
5. Título de propiedad o arrendamiento del lugar donde se va a desarrollar el proyecto, debidamente timbrado y registrado.
6. Constancia extendida por la Unidad Ambiental Municipal (UMA) o por el Alcalde del lugar de ubicación del proyecto en la que haga constar el estado del proyecto (si ha iniciado operaciones, etapa de ejecución actual.)

Las fotocopias de escritura o cualquier otro tipo de documentos deberán presentarse autenticados.

La Ficha de Registro Ambiental (FORMA DECA 004) y el Resumen del Proyecto se adjuntarán también en versión electrónica

Anexo No 7

**PROYECTO ARTESANÍA HOJA DE PINO
LEPATERIQUE, FRANCISCO MORAZÁN
ESTADO DE RESULTADOS PRO FORMA**

CONCEPTO	TOTAL 2009	TOTAL 2010	TOTAL 2011	TOTAL 2012	TOTAL 2013	GRAN TOTAL
VENTAS						
VENTAS	1090,146.00	1198,962.00	1318,659.00	1450,320.00	1595,155.00	6653,242.00
VENTAS TOTALES . . .	1090,146.00	1198,962.00	1318,659.00	1450,320.00	1595,155.00	6653,242.00
COSTOS VARIABLES						
MATERIA PRIMA	24,551.49	27,602.10	36,079.50	48,671.62	63,838.83	200,743.53
MANO DE OBRA	336,000.00	369,600.00	406,560.00	447,216.00	491,937.60	2051,313.60
COSTOS INDIRECTOS	33,028.90	37,132.87	48,537.44	65,477.51	85,881.83	270,058.56
TOTAL COSTOS VARIABLES . . .	393,580.39	434,334.97	491,176.94	561,365.12	641,658.26	2522,115.68
UTILIDAD BRUTA . . .	696,565.61	764,627.03	827,482.06	888,954.88	953,496.74	4131,126.32
GASTOS DE OPERACION						
SALARIOS	318,000.00	349,800.00	384,780.00	423,258.00	465,583.80	1941,421.80
DÉCIMO TERCER MES	26,500.00	29,150.00	32,065.00	35,271.50	38,798.65	161,785.15
CATORCEAVO MES	13,250.00	29,150.00	32,065.00	35,271.50	38,798.65	148,535.15
ENERGIA ELÉCTRICA	720.00	792.00	871.20	958.32	1,054.15	4,395.67
AGUA	240.00	264.00	290.40	319.44	351.38	1,465.22
SERVICIO DE COMUNICACIÓN (Celular)	7,200.00	7,920.00	8,712.00	9,583.20	10,541.52	43,956.72
ALQUILER	24,000.00	26,400.00	29,040.00	31,944.00	35,138.40	146,522.40
TRANSPORTE	3,600.00	3,960.00	4,356.00	4,791.60	5,270.76	21,978.36
MATERIALES Y SUMINISTROS	6,000.00	6,600.00	7,260.00	7,986.00	8,784.60	36,630.60
DEPRECIACIÓN	16,279.73	16,279.73	16,279.73	16,279.73	16,279.73	81,398.64
PUBLICIDAD	74,654.50	82,119.95	90,331.95	99,365.14	109,301.65	455,773.19
OTROS GASTOS	10,901.46	11,991.61	13,190.77	14,509.84	15,960.83	66,554.50
TOTAL GASTOS DE OPERACION . . .	501,345.69	564,427.28	619,242.04	679,538.27	745,864.13	3110,417.41
UTILIDAD DE OPERACION . . .	195,219.92	200,199.75	208,240.02	209,416.60	207,632.61	1020,708.91
GASTOS FINANCIEROS						
BANCO X	7,985.48	6,708.60	5,196.91	3,407.24	1,288.46	24,586.69
BANCO Y	5,645.92	4,761.06	3,703.10	2,438.19	925.83	17,474.10
TOTAL GASTOS FINANCIEROS . . .	13,631.40	11,469.66	8,900.01	5,845.42	2,214.29	42,060.79
UTILIDAD ANTES DE ISR . . .	181,588.52	188,730.09	199,340.00	203,571.18	205,418.32	978,648.12
IMPUESTO SOBRE LA RENTA . . .	45,397.13	47,182.52	49,835.00	50,892.80	51,354.58	244,662.03
UTILIDAD NETA . . .	136,191.39	141,547.57	149,505.00	152,678.39	154,063.74	733,986.09

Anexo No 8

**PROYECTO EMPRESA DEL PINO
LEPATERIQUE, FRANCISCO MORAZÁN
BALANCE GENERAL PRO FORMA**

ACTIVO	31/12/2009	31/12/2010	31/12/2011	31/12/2012	31/12/2013
ACTIVO CIRCULANTE					
CAJA Y BANCOS	246,959.79	391,158.27	540,744.54	690,449.60	837,908.88
INVERSIONES A CORTO PLAZO	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
CUENTAS POR COBRAR	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
INVENTARIO	21,784.26	24,491.03	32,012.93	43,185.78	56,643.47
TOTAL ACTIVO CIRCULANTE	268,744.05	415,649.30	572,757.47	733,635.37	894,552.35
ACTIVO FIJO					
TERRENO	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
EDIFICIOS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
MOBILIARIO Y EQUIPO	57,151.87	50,872.14	44,592.41	38,312.69	32,032.96
OTROS ACTIVOS FIJOS					
TOTAL ACTIVO FIJO	57,151.87	50,872.14	44,592.41	38,312.69	32,032.96
OTROS ACTIVOS					
ACTIVO DIFERIDO	40,000.00	30,000.00	20,000.00	10,000.00	0.00
OTROS ACTIVOS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
TOTAL OTROS ACTIVOS	40,000.00	30,000.00	20,000.00	10,000.00	0.00
TOTAL ACTIVO	365,895.92	496,521.45	637,349.89	781,948.06	926,585.31
PASIVO Y CAPITAL					
PASIVO A CORTO PLAZO					
CUENTAS POR PAGAR	21,784.26	24,491.03	32,012.93	43,185.78	56,643.47
DOCUMENTOS POR PAGAR	13,628.82	16,198.46	19,253.05	22,884.19	0.00
ISR POR PAGAR	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
OTROS PASIVOS A CORTO PLAZO	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
TOTAL PASIVO A CORTO PLAZO	35,413.07	40,689.49	51,265.99	66,069.97	56,643.47
PASIVO A LARGO PLAZO					
PRESTAMOS A LARGO PLAZO	58,335.71	42,137.24	22,884.19	0.00	0.00
OTROS PASIVOS A LARGO PLAZO	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
TOTAL PASIVO A LARGO PLAZO	58,335.71	42,137.24	22,884.19	0.00	0.00
TOTAL PASIVO	93,748.78	82,826.74	74,150.18	66,069.97	56,643.47
CAPITAL					
CAPITAL SOCIAL	135,955.75	135,955.75	135,955.75	135,955.75	135,955.75
UTILIDAD DEL PERIODO	136,191.39	141,547.57	149,505.00	152,678.39	154,063.74
UTILIDADES RETENIDAS		136,191.39	277,738.96	427,243.96	579,922.35
TOTAL CAPITAL	272,147.14	413,694.71	563,199.71	715,878.10	869,941.84
TOTAL PASIVO Y CAPITAL	365,895.92	496,521.45	637,349.89	781,948.06	926,585.31

Anexo No 9

PROYECTO ARTESANÍA HOJA DE PINO
LEPATERIQUE, FRANCISCO MORAZÁN

FLUJO DE EFECTIVO PRO FORMA
CONSOLIDADO

CONCEPTO	JAN 2009	FEB 2009	MAR 2009	APR 2009	MAY 2009	JUN 2009	JUL 2009	AUG 2009	SEP 2009	OCT 2009	NOV 2009	DEC 2009
SALDO INICIAL	0,00	109.271,45	128.187,32	147.099,95	152.546,80	171.452,81	180.417,93	185.854,62	204.750,33	223.642,50	229.068,59	247.953,53
ACTIVIDAD OPERATIVA												
INGRESOS:												
VENTA	90.845,50	90.845,50	90.845,50	90.845,50	90.845,50	90.845,50	90.845,50	90.845,50	90.845,50	90.845,50	90.845,50	90.845,50
TOTAL INGRESOS ACT. OPERATIVA	90.845,50	90.845,50	90.845,50	90.845,50	90.845,50	90.845,50	90.845,50	90.845,50	90.845,50	90.845,50	90.845,50	90.845,50
COSTOS VARIABLES												
MATERIA PRIMA	2.045,96	2.045,96	2.045,96	2.045,96	2.045,96	2.045,96	2.045,96	2.045,96	2.045,96	2.045,96	2.045,96	2.045,96
MANO DE OBRA	28.000,00	28.000,00	28.000,00	28.000,00	28.000,00	28.000,00	28.000,00	28.000,00	28.000,00	28.000,00	28.000,00	28.000,00
COSTOS INDIRECTOS	2.752,41	2.752,41	2.752,41	2.752,41	2.752,41	2.752,41	2.752,41	2.752,41	2.752,41	2.752,41	2.752,41	2.752,41
TOTAL COSTOS VARIABLES ...	32.798,37	32.798,37	32.798,37	32.798,37	32.798,37	32.798,37	32.798,37	32.798,37	32.798,37	32.798,37	32.798,37	32.798,37
GASTOS DE OPERACION												
SALARIOS	26.500,00	26.500,00	26.500,00	26.500,00	26.500,00	26.500,00	26.500,00	26.500,00	26.500,00	26.500,00	26.500,00	26.500,00
DÉCIMO TERCER MES	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
CATORCEAVO MES	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	13.250,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
ENERGIA ELÉCTRICA	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
AGUA	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00
SERVICIO DE COMUNICACIÓN (Celular)	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
ALQUILER	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00
TRANSPORTE	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
MATERIALES Y SUMINISTROS	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
DEPRECIACIÓN	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64
PUBLICIDAD	20.804,50	0,00	0,00	17.950,00	0,00	0,00	17.950,00	0,00	0,00	17.950,00	0,00	0,00
OTROS GASTOS	908,46	908,46	908,46	908,46	908,46	908,46	908,46	908,46	908,46	908,46	908,46	908,46
TOTAL GASTOS DE OPERACION ...	53.049,60	32.245,10	32.245,10	50.195,10	32.245,10	45.495,10	50.195,10	32.245,10	32.245,10	50.195,10	32.245,10	58.745,10
GASTOS FINANCIEROS												
BANCO X	709,17	701,59	693,91	686,11	678,21	670,19	662,06	653,81	645,45	636,97	628,37	619,65
BANCO Y	500,59	495,39	490,11	484,75	479,31	473,78	468,18	462,49	456,71	450,85	444,91	438,87
TOTAL GASTOS FINANCIEROS ...	1.209,76	1.196,98	1.184,01	1.170,86	1.157,51	1.143,97	1.130,24	1.116,30	1.102,17	1.087,82	1.073,27	1.058,51
IMPUESTO SOBRE LA RENTA ...	946,94	6.151,26	6.154,51	1.670,29	6.161,13	2.852,02	1.680,45	6.171,43	6.174,97	1.691,05	6.182,19	-439,12
SALDO NETO DE OPERACION	2.840,83	18.453,79	18.463,52	5.010,88	18.483,39	8.556,05	5.041,35	18.514,30	18.524,90	5.073,16	18.546,57	-1.317,36
ACTIVIDAD DE INVERSION												
INGRESOS:												
DEPRECIACIÓN	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64
PRESTAMOS DESEMBOLSADOS	83.431,60											
APORTACIONES DE CAPITAL	135.955,75											
TOTAL INGRESOS DE ACT. DE INVERSION	220.743,99	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64
EGRESOS:												
ABONOS A PRESTAMOS	881,78	894,56	907,53	920,68	934,03	947,57	961,30	975,24	989,37	1.003,72	1.018,27	1.033,03
PAGO DE DIVIDENDOS		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
COMPRA ACTIVOS	113.431,60											
TOTAL EGRESOS DE ACT. DE INVERSION	114.313,38	894,56	907,53	920,68	934,03	947,57	961,30	975,24	989,37	1.003,72	1.018,27	1.033,03
SALDO NETO DE INVERSION	106.430,61	462,08	449,12	435,96	422,62	409,08	395,34	381,41	367,27	352,93	338,38	323,62
SALDO NETO DEL PERIODO	109.271,45	18.915,87	18.912,63	5.446,84	18.906,01	8.965,12	5.436,69	18.895,71	18.892,17	5.426,09	18.884,95	-993,74
SALDO FINAL	109.271,45	128.187,32	147.099,95	152.546,80	171.452,81	180.417,93	185.854,62	204.750,33	223.642,50	229.068,59	247.953,53	246.959,79

PROYECTO ARTESANÍA HOJA DE PINO
LEPATERIQUE, FRANCISCO MORAZÁN

FLUJO DE EFECTIVO PRO FORMA
CONSOLIDADO

CONCEPTO	JAN 2010	FEB 2010	MAR 2010	APR 2010	MAY 2010	JUN 2010	JUL 2010	AUG 2010	SEP 2010	OCT 2010	NOV 2010	DEC 2010
SALDO INICIAL	246.959,79	250.610,80	271.421,72	292.228,79	298.223,20	319.022,40	317.955,07	323.937,41	344.724,35	365.507,10	371.476,84	392.251,00
ACTIVIDAD OPERATIVA												
INGRESOS:												
VENTAS	99.913,50	99.913,50	99.913,50	99.913,50	99.913,50	99.913,50	99.913,50	99.913,50	99.913,50	99.913,50	99.913,50	99.913,50
TOTAL INGRESOS ACT. OPERATIVA	99.913,50	99.913,50	99.913,50	99.913,50	99.913,50	99.913,50	99.913,50	99.913,50	99.913,50	99.913,50	99.913,50	99.913,50
COSTOS VARIABLES												
MATERIA PRIMA	2.300,17	2.300,17	2.300,17	2.300,17	2.300,17	2.300,17	2.300,17	2.300,17	2.300,17	2.300,17	2.300,17	2.300,17
MANO DE OBRA	30.800,00	30.800,00	30.800,00	30.800,00	30.800,00	30.800,00	30.800,00	30.800,00	30.800,00	30.800,00	30.800,00	30.800,00
COSTOS INDIRECTOS	3.094,41	3.094,41	3.094,41	3.094,41	3.094,41	3.094,41	3.094,41	3.094,41	3.094,41	3.094,41	3.094,41	3.094,41
TOTAL COSTOS VARIABLES ...	36.194,58	36.194,58	36.194,58	36.194,58	36.194,58	36.194,58	36.194,58	36.194,58	36.194,58	36.194,58	36.194,58	36.194,58
GASTOS DE OPERACION												
SALARIOS	29.150,00	29.150,00	29.150,00	29.150,00	29.150,00	29.150,00	29.150,00	29.150,00	29.150,00	29.150,00	29.150,00	29.150,00
TRECEAVO MES	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	29.150,00
CATORCEAVO MES	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	29.150,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
ENERGIA ELECTRICA	66,00	66,00	66,00	66,00	66,00	66,00	66,00	66,00	66,00	66,00	66,00	66,00
AGUA	22,00	22,00	22,00	22,00	22,00	22,00	22,00	22,00	22,00	22,00	22,00	22,00
SERVICIO DE COMUNICACION	660,00	660,00	660,00	660,00	660,00	660,00	660,00	660,00	660,00	660,00	660,00	660,00
COMBUSTIBLE	2.200,00	2.200,00	2.200,00	2.200,00	2.200,00	2.200,00	2.200,00	2.200,00	2.200,00	2.200,00	2.200,00	2.200,00
TRANSPORTE	330,00	330,00	330,00	330,00	330,00	330,00	330,00	330,00	330,00	330,00	330,00	330,00
MATERIALES Y SUMINISTROS	550,00	550,00	550,00	550,00	550,00	550,00	550,00	550,00	550,00	550,00	550,00	550,00
DEPRECIACION	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64
PUBLICIDAD	22.884,95	0,00	0,00	19.745,00	0,00	0,00	19.745,00	0,00	0,00	19.745,00	0,00	0,00
OTROS GASTOS	999,30	999,30	999,30	999,30	999,30	999,30	999,30	999,30	999,30	999,30	999,30	999,30
TOTAL GASTOS DE OPERACION ...	58.218,89	35.333,94	35.333,94	55.078,94	35.333,94	64.483,94	55.078,94	35.333,94	35.333,94	55.078,94	35.333,94	64.483,94
GASTOS FINANCIEROS												
BANCO X	610,80	601,83	592,73	583,50	574,14	564,65	555,03	545,27	535,37	525,33	515,14	504,82
BANCO Y	432,74	426,52	420,20	413,80	407,29	400,69	393,99	387,18	380,28	373,27	366,16	358,94
TOTAL GASTOS FINANCIEROS ...	1.043,54	1.028,35	1.012,93	997,30	981,43	965,34	949,01	932,45	915,65	898,60	881,30	863,76
IMPUESTO SOBRE LA RENTA ...	1.114,12	6.839,16	6.843,01	1.910,67	6.850,89	-432,59	1.922,74	6.863,13	6.867,33	1.935,34	6.875,92	-407,20
SALDO NETO DE OPERACION	3.342,36	20.517,47	20.529,03	5.732,01	20.552,66	-1.297,77	5.768,22	20.589,39	20.602,00	5.806,03	20.627,75	-1.221,59
ACTIVIDAD DE INVERSION												
INGRESOS:												
DEPRECIACION	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64
PRESTAMOS DESEMBOLSADOS												
APORTACIONES DE CAPITAL												
TOTAL INGRESOS DE ACT. DE INVERSION	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64
EGRESOS:												
ABONOS A PRESTAMOS	1.048,00	1.063,19	1.078,61	1.094,24	1.110,11	1.126,20	1.142,53	1.159,09	1.175,89	1.192,94	1.210,24	1.227,78
PAGO DE DIVIDENDOS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL EGRESOS DE ACT. DE INVERSION	1.048,00	1.063,19	1.078,61	1.094,24	1.110,11	1.126,20	1.142,53	1.159,09	1.175,89	1.192,94	1.210,24	1.227,78
SALDO NETO DE INVERSION	308,64	293,45	278,04	262,40	246,54	230,45	214,12	197,55	180,75	163,70	146,41	128,86
SALDO NETO DEL PERIODO	3.651,01	20.810,92	20.807,07	5.994,41	20.799,19	-1.067,33	5.982,34	20.786,95	20.782,75	5.969,74	20.774,16	-1.092,73
SALDO FINAL	250.610,80	271.421,72	292.228,79	298.223,20	319.022,40	317.955,07	323.937,41	344.724,35	365.507,10	371.476,84	392.251,00	391.158,27

PROYECTO ARTESANÍA HOJA DE PINO
LEPATERIQUE, FRANCISCO MORAZÁN

FLUJO DE EFECTIVO PRO FORMA
CONSOLIDADO

CONCEPTO	JAN 2011	FEB 2011	MAR 2011	APR 2011	MAY 2011	JUN 2011	JUL 2011	AUG 2011	SEP 2011	OCT 2011	NOV 2011	DEC 2011
SALDO INICIAL	391.158,27	394.423,65	416.564,61	438.700,98	444.543,08	466.670,09	464.743,56	470.571,32	492.683,77	514.791,23	520.604,00	542.701,25
ACTIVIDAD OPERATIVA												
INGRESOS:												
VENTAS	109.888,25	109.888,25	109.888,25	109.888,25	109.888,25	109.888,25	109.888,25	109.888,25	109.888,25	109.888,25	109.888,25	109.888,25
TOTAL INGRESOS ACT. OPERATIVA	109.888,25	109.888,25	109.888,25	109.888,25	109.888,25	109.888,25	109.888,25	109.888,25	109.888,25	109.888,25	109.888,25	109.888,25
COSTOS VARIABLES												
MATERIA PRIMA	3.006,62	3.006,62	3.006,62	3.006,62	3.006,62	3.006,62	3.006,62	3.006,62	3.006,62	3.006,62	3.006,62	3.006,62
MANO DE OBRA	33.880,00	33.880,00	33.880,00	33.880,00	33.880,00	33.880,00	33.880,00	33.880,00	33.880,00	33.880,00	33.880,00	33.880,00
COSTOS INDIRECTOS	4.044,79	4.044,79	4.044,79	4.044,79	4.044,79	4.044,79	4.044,79	4.044,79	4.044,79	4.044,79	4.044,79	4.044,79
TOTAL COSTOS VARIABLES ...	40.931,41	40.931,41	40.931,41	40.931,41	40.931,41	40.931,41	40.931,41	40.931,41	40.931,41	40.931,41	40.931,41	40.931,41
GASTOS DE OPERACION												
SALARIOS	32.065,00	32.065,00	32.065,00	32.065,00	32.065,00	32.065,00	32.065,00	32.065,00	32.065,00	32.065,00	32.065,00	32.065,00
TRECEAVO MES	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	32.065,00
CATORCEAVO MES	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
ENERGIA ELECTRICA	72,60	72,60	72,60	72,60	72,60	72,60	72,60	72,60	72,60	72,60	72,60	72,60
AGUA	24,20	24,20	24,20	24,20	24,20	24,20	24,20	24,20	24,20	24,20	24,20	24,20
SERVICIO DE COMUNICACION	726,00	726,00	726,00	726,00	726,00	726,00	726,00	726,00	726,00	726,00	726,00	726,00
COMBUSTIBLE	2.420,00	2.420,00	2.420,00	2.420,00	2.420,00	2.420,00	2.420,00	2.420,00	2.420,00	2.420,00	2.420,00	2.420,00
TRANSPORTE	363,00	363,00	363,00	363,00	363,00	363,00	363,00	363,00	363,00	363,00	363,00	363,00
MATERIALES Y SUMINISTROS	605,00	605,00	605,00	605,00	605,00	605,00	605,00	605,00	605,00	605,00	605,00	605,00
DEPRECIACION	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64
PUBLICIDAD	25.173,45	0,00	0,00	21.719,50	0,00	0,00	21.719,50	0,00	0,00	21.719,50	0,00	0,00
OTROS GASTOS	1.099,23	1.099,23	1.099,23	1.099,23	1.099,23	1.099,23	1.099,23	1.099,23	1.099,23	1.099,23	1.099,23	1.099,23
TOTAL GASTOS DE OPERACION ...	63.905,12	38.731,67	38.731,67	60.451,17	38.731,67	70.796,67	60.451,17	38.731,67	38.731,67	60.451,17	38.731,67	70.796,67
GASTOS FINANCIEROS												
BANCO X	494,34	483,72	472,95	462,02	450,95	439,71	428,31	416,76	405,04	393,15	381,09	368,87
BANCO Y	351,61	344,18	336,63	328,97	321,19	313,29	305,28	297,15	288,89	280,52	272,01	263,38
TOTAL GASTOS FINANCIEROS ...	845,96	827,90	809,58	790,99	772,13	753,00	733,60	713,91	693,93	673,67	653,11	632,25
IMPUESTO SOBRE LA RENTA ...	1.051,44	7.349,32	7.353,90	1.928,67	7.363,26	-648,21	1.943,02	7.377,81	7.382,81	1.958,00	7.393,01	-618,02
SALDO NETO DE OPERACION	3.154,32	22.047,95	22.061,69	5.786,01	22.089,77	-1.944,63	5.829,05	22.133,44	22.148,42	5.874,00	22.179,04	-1.854,06
ACTIVIDAD DE INVERSION												
INGRESOS:												
DEPRECIACION	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64
PRESTAMOS DESEMBOLSADOS												
APORTACIONES DE CAPITAL												
TOTAL INGRESOS DE ACT. DE INVERSION	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64
EGRESOS:												
ABONOS A PRESTAMOS	1.245,58	1.263,64	1.281,96	1.300,55	1.319,41	1.338,54	1.357,94	1.377,63	1.397,61	1.417,87	1.438,43	1.459,29
PAGO DE DIVIDENDOS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL EGRESOS DE ACT. DE INVERSION	1.245,58	1.263,64	1.281,96	1.300,55	1.319,41	1.338,54	1.357,94	1.377,63	1.397,61	1.417,87	1.438,43	1.459,29
SALDO NETO DE INVERSION	111,06	93,00	74,68	56,09	37,24	18,11	-1,30	-20,99	-40,96	-61,23	-81,79	-102,65
SALDO NETO DEL PERIODO	3.265,38	22.140,95	22.136,37	5.842,10	22.127,01	-1.926,52	5.827,75	22.112,45	22.107,46	5.812,77	22.097,25	-1.956,71
SALDO FINAL	394.423,65	416.564,61	438.700,98	444.543,08	466.670,09	464.743,56	470.571,32	492.683,77	514.791,23	520.604,00	542.701,25	540.744,54

PROYECTO ARTESANÍA HOJA DE PINO
LEPATERIQUE, FRANCISCO MORAZÁN

FLUJO DE EFECTIVO PRO FORMA
CONSOLIDADO

CONCEPTO	JAN 2012	FEB 2012	MAR 2012	APR 2012	MAY 2012	JUN 2012	JUL 2012	AUG 2012	SEP 2012	OCT 2012	NOV 2012	DEC 2012
SALDO INICIAL	540.744,54	543.102,12	566.222,43	589.337,29	594.528,04	617.631,77	614.276,20	619.449,89	642.536,32	665.616,82	670.772,70	693.841,06
ACTIVIDAD OPERATIVA												
INGRESOS:												
VENTAS	120.860,00	120.860,00	120.860,00	120.860,00	120.860,00	120.860,00	120.860,00	120.860,00	120.860,00	120.860,00	120.860,00	120.860,00
TOTAL INGRESOS ACT. OPERATIVA	120.860,00	120.860,00	120.860,00	120.860,00	120.860,00	120.860,00	120.860,00	120.860,00	120.860,00	120.860,00	120.860,00	120.860,00
COSTOS VARIABLES												
MATERIA PRIMA	4.055,97	4.055,97	4.055,97	4.055,97	4.055,97	4.055,97	4.055,97	4.055,97	4.055,97	4.055,97	4.055,97	4.055,97
MANO DE OBRA	37.268,00	37.268,00	37.268,00	37.268,00	37.268,00	37.268,00	37.268,00	37.268,00	37.268,00	37.268,00	37.268,00	37.268,00
COSTOS INDIRECTOS	5.456,46	5.456,46	5.456,46	5.456,46	5.456,46	5.456,46	5.456,46	5.456,46	5.456,46	5.456,46	5.456,46	5.456,46
TOTAL COSTOS VARIABLES ...	46.780,43	46.780,43	46.780,43	46.780,43	46.780,43	46.780,43	46.780,43	46.780,43	46.780,43	46.780,43	46.780,43	46.780,43
GASTOS DE OPERACION												
SALARIOS	35.271,50	35.271,50	35.271,50	35.271,50	35.271,50	35.271,50	35.271,50	35.271,50	35.271,50	35.271,50	35.271,50	35.271,50
TRECEAVO MES	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	35.271,50
CATORCEAVO MES	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	35.271,50	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
ENERGIA ELECTRICA	79,86	79,86	79,86	79,86	79,86	79,86	79,86	79,86	79,86	79,86	79,86	79,86
AGUA	26,62	26,62	26,62	26,62	26,62	26,62	26,62	26,62	26,62	26,62	26,62	26,62
SERVICIO DE COMUNICACION	798,60	798,60	798,60	798,60	798,60	798,60	798,60	798,60	798,60	798,60	798,60	798,60
COMBUSTIBLE	2.662,00	2.662,00	2.662,00	2.662,00	2.662,00	2.662,00	2.662,00	2.662,00	2.662,00	2.662,00	2.662,00	2.662,00
TRANSPORTE	399,30	399,30	399,30	399,30	399,30	399,30	399,30	399,30	399,30	399,30	399,30	399,30
MATERIALES Y SUMINISTROS	665,50	665,50	665,50	665,50	665,50	665,50	665,50	665,50	665,50	665,50	665,50	665,50
DEPRECIACION	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64
PUBLICIDAD	27.690,79	0,00	0,00	23.891,45	0,00	0,00	23.891,45	0,00	0,00	23.891,45	0,00	0,00
OTROS GASTOS	1.209,15	1.209,15	1.209,15	1.209,15	1.209,15	1.209,15	1.209,15	1.209,15	1.209,15	1.209,15	1.209,15	1.209,15
TOTAL GASTOS DE OPERACION ...	70.159,97	42.469,18	42.469,18	66.360,63	42.469,18	77.740,68	66.360,63	42.469,18	42.469,18	66.360,63	42.469,18	77.740,68
GASTOS FINANCIEROS												
BANCO X	356,47	343,89	331,14	318,21	305,09	291,79	278,30	264,62	250,74	236,67	222,40	207,92
BANCO Y	254,62	245,73	236,70	227,54	218,24	208,80	199,22	189,50	179,63	169,61	159,45	149,13
TOTAL GASTOS FINANCIEROS ...	611,09	589,62	567,84	545,75	523,33	500,59	477,52	454,12	430,37	406,28	381,84	357,05
IMPUESTO SOBRE LA RENTA ...	827,13	7.755,19	7.760,64	1.793,30	7.771,77	-1.040,42	1.810,36	7.789,07	7.795,01	1.828,17	7.807,14	-1.004,54
SALDO NETO DE OPERACION	2.481,39	23.265,58	23.281,91	5.379,90	23.315,30	-3.121,27	5.431,07	23.367,21	23.385,02	5.484,50	23.421,41	-3.013,62
ACTIVIDAD DE INVERSION												
INGRESOS:												
DEPRECIACION	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64
PRESTAMOS DESEMBOLSADOS												
APORTACIONES DE CAPITAL												
TOTAL INGRESOS DE ACT. DE INVERSION	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64
EGRESOS:												
ABONOS A PRESTAMOS	1.480,45	1.501,92	1.523,70	1.545,79	1.568,21	1.590,95	1.614,02	1.637,42	1.661,17	1.685,26	1.709,70	1.734,49
PAGO DE DIVIDENDOS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL EGRESOS DE ACT. DE INVERSION	1.480,45	1.501,92	1.523,70	1.545,79	1.568,21	1.590,95	1.614,02	1.637,42	1.661,17	1.685,26	1.709,70	1.734,49
SALDO NETO DE INVERSION	-123,81	-145,27	-167,05	-189,15	-211,56	-234,30	-257,37	-280,78	-304,52	-328,61	-353,05	-377,85
SALDO NETO DEL PERIODO	2.357,58	23.120,31	23.114,86	5.190,75	23.103,73	-3.355,58	5.173,69	23.086,43	23.080,49	5.155,88	23.068,36	-3.391,46
SALDO FINAL	543.102,12	566.222,43	589.337,29	594.528,04	617.631,77	614.276,20	619.449,89	642.536,32	665.616,82	670.772,70	693.841,06	690.449,60

PROYECTO ARTESANÍA HOJA DE PINO
LEPATERIQUE, FRANCISCO MORAZÁN

FLUJO DE EFECTIVO PRO FORMA
CONSOLIDADO

CONCEPTO	JAN 2013	FEB 2013	MAR 2013	APR 2013	MAY 2013	JUN 2013	JUL 2013	AUG 2013	SEP 2013	OCT 2013	NOV 2013	DEC 2013
SALDO INICIAL	690.449,60	691.611,00	715.610,92	739.604,37	743.880,81	767.861,03	762.735,50	766.991,66	790.951,31	814.903,91	819.138,89	843.077,07
ACTIVIDAD OPERATIVA												
INGRESOS:												
VENTAS	132.929,58	132.929,58	132.929,58	132.929,58	132.929,58	132.929,58	132.929,58	132.929,58	132.929,58	132.929,58	132.929,58	132.929,58
TOTAL INGRESOS ACT. OPERATIVA	132.929,58	132.929,58	132.929,58	132.929,58	132.929,58	132.929,58	132.929,58	132.929,58	132.929,58	132.929,58	132.929,58	132.929,58
COSTOS VARIABLES												
MATERIA PRIMA	5.319,90	5.319,90	5.319,90	5.319,90	5.319,90	5.319,90	5.319,90	5.319,90	5.319,90	5.319,90	5.319,90	5.319,90
MANO DE OBRA	40.994,80	40.994,80	40.994,80	40.994,80	40.994,80	40.994,80	40.994,80	40.994,80	40.994,80	40.994,80	40.994,80	40.994,80
COSTOS INDIRECTOS	7.156,82	7.156,82	7.156,82	7.156,82	7.156,82	7.156,82	7.156,82	7.156,82	7.156,82	7.156,82	7.156,82	7.156,82
TOTAL COSTOS VARIABLES ...	53.471,52	53.471,52	53.471,52	53.471,52	53.471,52	53.471,52	53.471,52	53.471,52	53.471,52	53.471,52	53.471,52	53.471,52
GASTOS DE OPERACION												
SALARIOS	38.798,65	38.798,65	38.798,65	38.798,65	38.798,65	38.798,65	38.798,65	38.798,65	38.798,65	38.798,65	38.798,65	38.798,65
TRECEAVO MES	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	38.798,65
CATORCEAVO MES	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	38.798,65	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
ENERGIA ELECTRICA	87,85	87,85	87,85	87,85	87,85	87,85	87,85	87,85	87,85	87,85	87,85	87,85
AGUA	29,28	29,28	29,28	29,28	29,28	29,28	29,28	29,28	29,28	29,28	29,28	29,28
SERVICIO DE COMUNICACION	878,46	878,46	878,46	878,46	878,46	878,46	878,46	878,46	878,46	878,46	878,46	878,46
COMBUSTIBLE	2.928,20	2.928,20	2.928,20	2.928,20	2.928,20	2.928,20	2.928,20	2.928,20	2.928,20	2.928,20	2.928,20	2.928,20
TRANSPORTE	439,23	439,23	439,23	439,23	439,23	439,23	439,23	439,23	439,23	439,23	439,23	439,23
MATERIALES Y SUMINISTROS	732,05	732,05	732,05	732,05	732,05	732,05	732,05	732,05	732,05	732,05	732,05	732,05
DEPRECIACION	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64
PUBLICIDAD	30.459,87	0,00	0,00	26.280,60	0,00	0,00	26.280,60	0,00	0,00	26.280,60	0,00	0,00
OTROS GASTOS	1.330,07	1.330,07	1.330,07	1.330,07	1.330,07	1.330,07	1.330,07	1.330,07	1.330,07	1.330,07	1.330,07	1.330,07
TOTAL GASTOS DE OPERACION ...	77.040,30	46.580,43	46.580,43	72.861,03	46.580,43	85.379,08	72.861,03	46.580,43	46.580,43	72.861,03	46.580,43	85.379,08
GASTOS FINANCIEROS												
BANCO X	193,24	178,36	163,26	147,95	132,42	116,67	100,70	84,50	68,07	51,41	34,51	17,38
BANCO Y	138,65	128,02	117,23	106,28	95,16	83,87	72,42	60,80	49,00	37,02	24,86	12,52
TOTAL GASTOS FINANCIEROS ...	331,90	306,38	280,49	254,22	227,58	200,54	173,12	145,29	117,07	88,43	59,38	29,90
IMPUESTO SOBRE LA RENTA ...	521,47	8.142,81	8.149,29	1.585,70	8.162,51	-1.530,39	1.605,98	8.183,08	8.190,14	1.627,15	8.204,56	-1.487,73
SALDO NETO DE OPERACION	1.564,40	24.428,44	24.447,86	4.757,11	24.487,54	-4.591,17	4.817,94	24.549,25	24.570,42	4.881,45	24.613,69	-4.463,19
ACTIVIDAD DE INVERSION												
INGRESOS:												
DEPRECIACION	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64
PRESTAMOS DESEMBOLSADOS												
APORTACIONES DE CAPITAL												
TOTAL INGRESOS DE ACT. DE INVERSION	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64	1.356,64
EGRESOS:												
ABONOS A PRESTAMOS	1.759,64	1.785,16	1.811,05	1.837,32	1.863,96	1.891,00	1.918,42	1.946,25	1.974,47	2.003,11	2.032,16	2.061,64
PAGO DE DIVIDENDOS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL EGRESOS DE ACT. DE INVERSION	1.759,64	1.785,16	1.811,05	1.837,32	1.863,96	1.891,00	1.918,42	1.946,25	1.974,47	2.003,11	2.032,16	2.061,64
SALDO NETO DE INVERSION	-403,00	-428,52	-454,41	-480,67	-507,32	-534,35	-561,78	-589,60	-617,83	-646,47	-675,52	-704,99
SALDO NETO DEL PERIODO	1.161,40	23.999,92	23.993,45	4.276,44	23.980,22	-5.125,52	4.256,16	23.959,65	23.952,59	4.234,99	23.938,17	-5.168,18
SALDO FINAL	691.611,00	715.610,92	739.604,37	743.880,81	767.861,03	762.735,50	766.991,66	790.951,31	814.903,91	819.138,89	843.077,07	837.908,88

Anexo No 10

PROYECTO ARTESANÍA HOJA DE PINO
LEPATERIQUE, FRANCISCO MORAZÁN

PROYECCION DE AMORTIZACION DE PRESTAMOS E INTERESES

PTMO BANCO X			2009	2009	2009	2009	2009	2009	2009	2009	2009	2009	2009	2009	2009
MONTO	PLAZO	TASA	JAN	FEB	MAR	APR	MAY	JUN	JUL	AUG	SEP	OCT	NOV	DEC	
50,058.96	60	17%													
SALDO INICIAL			50,058.96	49,524.03	48,981.53	48,431.34	47,873.36	47,307.47	46,733.57	46,151.53	45,561.25	44,962.61	44,355.48	43,739.76	
ABONO A CAPITAL			534.93	542.50	550.19	557.98	565.89	573.90	582.04	590.28	598.64	607.12	615.72	624.45	
ABONO A INTERESES			709.17	701.59	693.91	686.11	678.21	670.19	662.06	653.81	645.45	636.97	628.37	619.65	
TOTAL CUOTA			1,244.09	1,244.09	1,244.09	1,244.09	1,244.09	1,244.09	1,244.09	1,244.09	1,244.09	1,244.09	1,244.09	1,244.09	
SALDO FINAL			49,524.03	48,981.53	48,431.34	47,873.36	47,307.47	46,733.57	46,151.53	45,561.25	44,962.61	44,355.48	43,739.76	43,115.31	
PTMO. BANCO Y			BA												
MONTO	PLAZO	TASA	JAN	FEB	MAR	APR	MAY	JUN	JUL	AUG	SEP	OCT	NOV	DEC	
33,372.64	60	18%													
SALDO INICIAL			33,372.64	33,025.78	32,673.72	32,316.39	31,953.69	31,585.54	31,211.88	30,832.61	30,447.66	30,056.93	29,660.34	29,257.79	
ABONO A CAPITAL			346.86	352.06	357.34	362.70	368.14	373.66	379.27	384.96	390.73	396.59	402.54	408.58	
ABONO A INTERESES			500.59	495.39	490.11	484.75	479.31	473.78	468.18	462.49	456.71	450.85	444.91	438.87	
TOTAL CUOTA			847.45	847.45	847.45	847.45	847.45	847.45	847.45	847.45	847.45	847.45	847.45	847.45	
SALDO FINAL			33,025.78	32,673.72	32,316.39	31,953.69	31,585.54	31,211.88	30,832.61	30,447.66	30,056.93	29,660.34	29,257.79	28,849.22	
GRAN TOTAL ABONO A CAPITAL			881.78	894.56	907.53	920.68	934.03	947.57	961.30	975.24	989.37	1,003.72	1,018.27	1,033.03	
GRAN TOTAL ABONO A INTERESES			1,209.76	1,196.98	1,184.01	1,170.86	1,157.51	1,143.97	1,130.24	1,116.30	1,102.17	1,087.82	1,073.27	1,058.51	
TOTAL			2,091.54	2,091.54	2,091.54	2,091.54	2,091.54	2,091.54	2,091.54	2,091.54	2,091.54	2,091.54	2,091.54	2,091.54	

PROYECTO ARTESANÍA HOJA DE PINO
LEPATERIQUE, FRANCISCO MORAZÁN

PROYECCION DE AMORTIZACION DE PRESTAMOS E INTERESES

BANCO X, PMO. NO. XXX			2013	2013	2013	2013	2013	2013	2013	2013	2013	2013	2013	2013
MONTO	PLAZO	TASA	JAN	FEB	MAR	APR	MAY	JUN	JUL	AUG	SEP	OCT	NOV	DEC
50,058.96	60	17%												
SALDO INICIAL			13,640.67	12,589.82	11,524.08	10,443.25	9,347.10	8,235.42	7,108.00	5,964.60	4,805.00	3,628.98	2,436.30	1,226.72
ONO A CAPITAL			1,050.85	1,065.74	1,080.84	1,096.15	1,111.68	1,127.43	1,143.40	1,159.60	1,176.02	1,192.68	1,209.58	1,226.72
IO A INTERESES			193.24	178.36	163.26	147.95	132.42	116.67	100.70	84.50	68.07	51.41	34.51	17.38
TOTAL CUOTA			1,244.09	1,244.09	1,244.09	1,244.09	1,244.09	1,244.09	1,244.09	1,244.09	1,244.09	1,244.09	1,244.09	1,244.09
SALDO FINAL			12,589.82	11,524.08	10,443.25	9,347.10	8,235.42	7,108.00	5,964.60	4,805.00	3,628.98	2,436.30	1,226.72	0.00
Y, PMO. NO. YYY														
MONTO	PLAZO	TASA	JAN	FEB	MAR	APR	MAY	JUN	JUL	AUG	SEP	OCT	NOV	DEC
33,372.64	60.00	0.18												
SALDO INICIAL			9,243.52	8,534.73	7,815.30	7,085.08	6,343.92	5,591.63	4,828.06	4,053.03	3,266.38	2,467.93	1,657.51	834.92
ONO A CAPITAL			708.79	719.42	730.22	741.17	752.29	763.57	775.02	786.65	798.45	810.43	822.58	834.92
IO A INTERESES			138.65	128.02	117.23	106.28	95.16	83.87	72.42	60.80	49.00	37.02	24.86	12.52
TOTAL CUOTA			847.45	847.45	847.45	847.45	847.45	847.45	847.45	847.45	847.45	847.45	847.45	847.45
SALDO FINAL			8,534.73	7,815.30	7,085.08	6,343.92	5,591.63	4,828.06	4,053.03	3,266.38	2,467.93	1,657.51	834.92	0.00
ONO A CAPITAL			1,759.64	1,785.16	1,811.05	1,837.32	1,863.96	1,891.00	1,918.42	1,946.25	1,974.47	2,003.11	2,032.16	2,061.64
IO A INTERESES			331.90	306.38	280.49	254.22	227.58	200.54	173.12	145.29	117.07	88.43	59.38	29.90
TOTAL			2,091.54	2,091.54	2,091.54	2,091.54	2,091.54	2,091.54	2,091.54	2,091.54	2,091.54	2,091.54	2,091.54	2,091.54

Anexo No 11

PROYECTO EMPRESA DEL PINO
LEPATERIQUE, FRANCISCO MORAZÁN
INICIO DE OPERACIONES A PARTIR DEL 1 DE ENERO DE 2009

PLAN GLOBAL DE INVERSION Y FUENTES DE FINANCIAMIENTO

RUBRO DE INVERSION	INVERSION TOTAL	FONDOS PROPIOS	PRESTAMOS BANCOS
ADAPTACIÓN DEL LOCAL	50,000.00	30,000.00	20,000.00
MOBILIARIO Y EQUIPO	63,431.60	0.00	63,431.60
ENSERES Y ACCESORIOS	0.00	0.00	0.00
TOTAL GASTOS DE INSTALACION TOTAL MOBILIARIO Y EQUIPO	63,431.60		
Sub Total:	113,431.60	30,000.00	83,431.60
	100.00%	26.45%	73.55%
Capital de Trabajo: 1 de costos fijos	105,955.75	105,955.75	0.00
TOTAL INVERSION:	219,387.35	135,955.75	83,431.60
PARTICIPACION:	100.0%	61.97%	38.03%
MOBILIARIO Y EQUIPO REQUERIDO			
Concepto	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
MOBILIARIO Y EQUIPO			
Mesones	2	2,262	4,525
Sillas	22	782	17,204
Estantes	2	2,206	4,413
Computadora	1	14,895	14,895
Escritorio	2	3,200	6,400
Archivo	1	5,000	5,000
Telefono	1	400	400
Máquina sumadora	1	1,395	1,395
Caja fuerte	1	8,200	8,200
Troco	1	1,000	1,000
SUB TOTAL			63,432
ENSERES Y ACCESORIOS			
Dedal			0.00
Tijeras			0.00
SUB TOTAL			0.00
TOTAL			63,431.60
Capital de Trabajo			
	Mensual		Total
Un mes del total de costos	105,955.75	-	105,955.75
TOTAL			105,955.75

Anexos No 12

TIPO DE DEPRECIACION: LINEA RECTA

ACTIVO	COSTO INICIAL	VIDA UTIL (EN MESES)	VALOR RESIDUAL (1%)	DEPRECIACION MENSUAL
GASTOS DE ORGANIZACIÓN	50,000.00	60.00	0.00	833.33
BIENES MUEBLES	63,431.60	120.00	634.32	523.31
TOTALES . . .	113,431.60		634.32	1,356.64

DEPRECIACION MENSUAL

MOB. Y EQUIPO	1,356.64
---------------	----------

Anexos No 13

**PROYECTO ARTESANÍA HOJA DE PINO
LEPATERIQUE, FRANCISCO MORAZÁN**

COSTO PONDERADO DE CAPITAL

FUENTE	MONTO	PARTICIPACION	TASA DE INTERES	COSTO PONDERADO DE CAPITAL
SOCIOS	135,955.75	61.97%	10.0%	6.20%
BANCOS	50,058.96	22.82%	17.0%	3.88%
BANCOS	33,372.64	15.21%	18.0%	2.74%
Total:	219,387.35	100.00%		12.81%

Anexo No 14

**PROYECTO EMPRESA DEL PINO
LEPATERIQUE, FRANCISCO MORAZÁN
PERIODO DEL 2009 AL 2013
PUNTO DE EQUILIBRIO PONDERADO**

Concepto	2009	2010	2011	2012	2013
Precio de venta (Promedio)	151.41	166.52	183.15	201.43	221.55
Venta total (Unidades)	7,200	7,200	7,200	7,200	7,200
Ingresos (L)	1090,152.00	1198,944.00	1318,680.00	1450,296.00	1595,160.00
Costo variable (L)	393,580.39	434,334.97	491,176.94	561,365.12	641,658.26
Margen de contribución (L)	696,571.61	764,609.03	827,503.06	888,930.88	953,501.74
Costo fijo (L)	501,345.69	564,427.28	619,242.04	679,538.27	745,864.13
Punto de equilibrio (L)	195,225.92	200,181.75	208,261.02	209,392.60	207,637.61
Punto de equilibrio (% de ingreso)	0.18	0.17	0.16	0.14	0.13

Anexo No 15

PROYECTO ARTESANÍA HOJA DE PINO LEPATERIQUE, FRANCISCO MORAZÁN

**VALOR PRESENTE NETO, TASA INTERNA DE RETORNO, TASA INTERNA DE
RETORNO MODIFICADA Y PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN**

PERIODO	FLUJOS	FLUJOS DESCONTADOS	RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN FLUJOS DESCONTADOS
AÑO 0	-219,387.35	-219,387.35	-219,387.35
AÑO 1	246,959.79	218,916.58	-470.77
AÑO 2	144,198.48	113,309.28	112,838.51
AÑO 3	149,586.27	104,195.49	217,034.00
AÑO 4	149,705.06	92,437.05	309,471.05
AÑO 5	147,459.28	80,711.26	390,182.31

TASA ANUAL NOMINAL	12.81%
VALOR PRESENTE NETO	345,875.64
TASA INTERNA DE RETORNO	84.7%
TIR MODIFICADA	35.5%
TÉCNICAS DE EVALUACIÓN	
INVERSIÓN	-219,387.35
VALOR PRESENTE	345,875.64
V. A. N. (puro)	126,488.29
T I R	84.73%
TIRM	38.39%
C.C.P.	12.81%
RENTABILIDAD	71.92%
RELACIÓN BENEFICIO COSTO	1.58

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

PERIODO	FLUJOS	INVERSION
AÑO 0	-219,387.35	-219,387.35
AÑO 1	246,959.79	27,572.44
AÑO 2	144,198.48	171,770.92
AÑO 3	149,586.27	321,357.19
AÑO 4	149,705.06	471,062.25
AÑO 5	147,459.28	618,521.53

Anexos No 16

**PROYECTO ARTESANÍA HOJA DE PINO
LEPATERIQUE, FRANCISCO MORAZÁN
INICIO DE OPERACIONES A PARTIR DEL 1 DE ENERO DE 2009**

CAPACIDAD DE PAGO

CONCEPTO	AÑOS				
	2009	2010	2011	2012	2013
Utilidad Neta	136,191.39	141,547.57	149,505.00	152,678.39	154,063.74
(+)Depreciacion	16,279.73	16,279.73	16,279.73	16,279.73	16,279.73
Sub Total:	152,471.12	157,827.30	165,784.73	168,958.11	170,343.47
(-)Amort.Prest.	11,467.07	13,628.82	16,198.46	19,253.05	22,884.19
Capacidad de Pago	141,004.04	144,198.48	149,586.27	149,705.06	147,459.28

Anexos No 17

**PROYECTO ARTESANÍA HOJA DE PINO
LEPATERIQUE, FRANCISCO MORAZÁN**

RAZONES FINANCIERAS

RAZON FINANCIERA	31/12/2009	31/12/2010	31/12/2011	31/12/2012	31/12/2013
<i>Liquidez</i>					
Razón circulante	7.59	10.22	11.17	11.10	15.79
Razón rápida / Prueba de Acido	6.97	9.61	10.55	10.45	14.79
<i>Administración de Activos</i>					
Rotación de Inventarios	18.07	17.73	15.34	13.00	11.33
Días de venta pendientes de cobro (DSO)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Rotación de los Activos Fijos	19.07	23.57	29.57	37.85	49.80
Rotación de los Activos Totales	2.98	2.41	2.07	1.85	1.72
<i>Administración de Deudas</i>					
Deuda Total a Activos Totales	0.16	0.08	0.04	0.00	0.00
Rotación del Interés (TIE)	14.32	17.45	23.40	35.83	93.77
<i>Rentabilidad</i>					
Margen de Utilidad sobre Ventas	12%	12%	11%	11%	10%
Generación Básica de Utilidades (UAI/ACT. TOTAL)	53%	40%	33%	27%	22%
Rendimiento sobre los Activos Totales (ROA)	37%	29%	23%	20%	17%
Rendimiento sobre el Capital Contable Común (ROE)	100%	104%	110%	112%	113%

ANEXOS18

**PROYECTO EMPRESA DEL PINO
LEPATERIQUE, FRANCISCO MORAZÁN
PLANILLA DE EMPLEADOS**

CARGO	SUELDO	COLATERALES			TOTAL COLATERALES OBLIGATORIOS	GASTO TOTAL
		IHSS	INFOP	RAP		
Gerente General	10,000.00	336	100	150	586	10,586.00
Jefe de Producción	6,000.00	336	60	90	486	6,486.00
Jefe Administrativo	6,000.00	336	60	90	486	6,486.00
Contador	4,500.00	336	45	67.5	448.5	4,948.50
SUB TOTAL	26,500.00	1,344.00	265.00	397.50	2,006.50	28,506.50
Operaria No. 1	2,800.00	201.6	28	42	271.6	3,071.60
Operaria No. 2	2,800.00	201.6	28	42	271.6	3,071.60
Operaria No. 3	2,800.00	201.6	28	42	271.6	3,071.60
Operaria No. 4	2,800.00	201.6	28	42	271.6	3,071.60
Operaria No. 5	2,800.00	201.6	28	42	271.6	3,071.60
Operaria No. 6	2,800.00	201.6	28	42	271.6	3,071.60
Operaria No. 7	2,800.00	201.6	28	42	271.6	3,071.60
Operaria No. 8	2,800.00	201.6	28	42	271.6	3,071.60
Operaria No. 9	2,800.00	201.6	28	42	271.6	3,071.60
Operaria No. 10	2,800.00	201.6	28	42	271.6	3,071.60
SUB TOTAL PRODUCCIÓN	28,000.00					
TOTAL	54,500.00	1,344.00	265.00	397.50	2,006.50	28,506.50

Fuente: Propia 2008

ANEXO 19

Distribución de la Planta

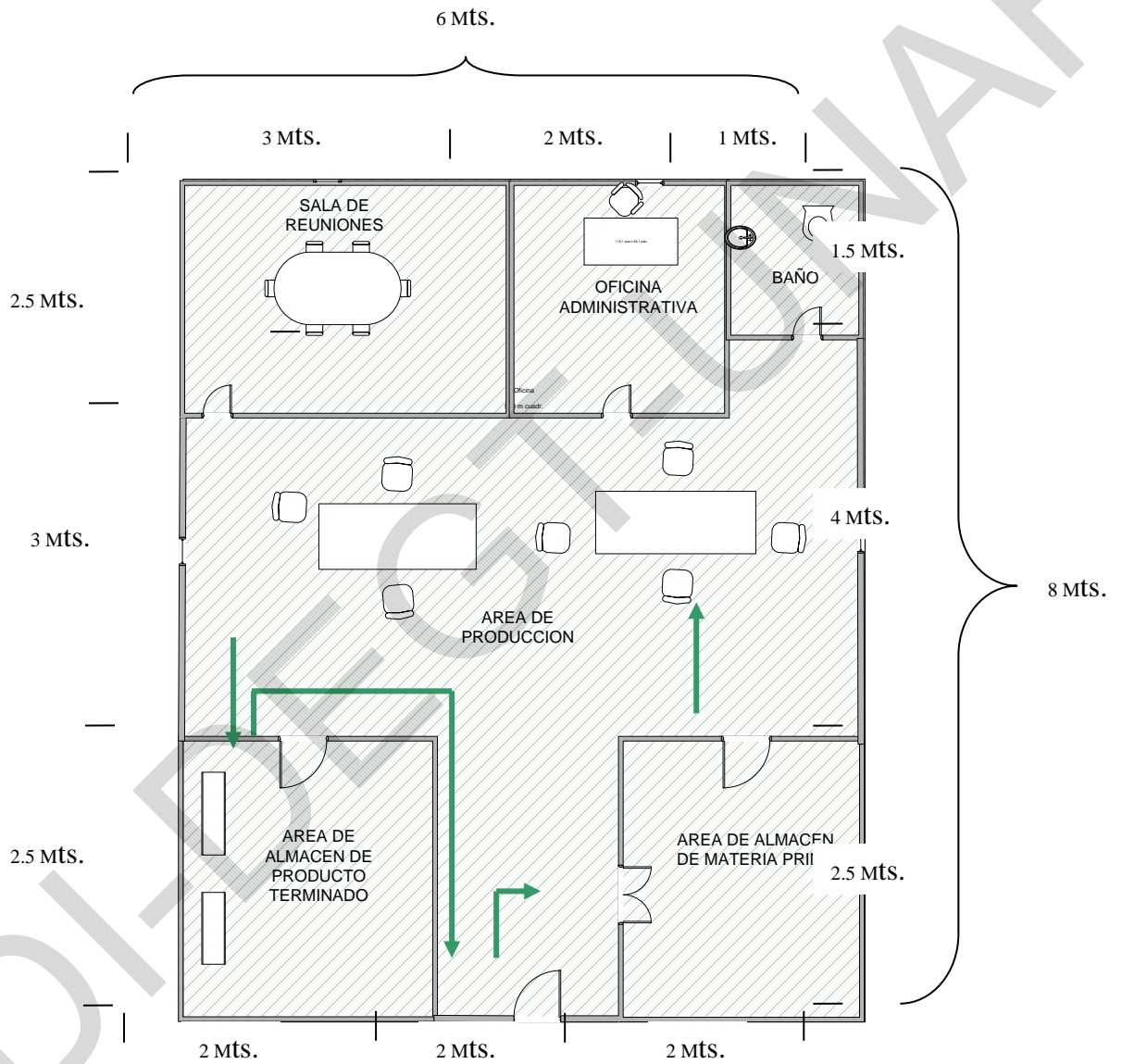


Figura 4.3

Área estacionamiento.