

PEP 1220142

PN AD-583



# Proyecto de Graduación



Asesor del Proyecto: Ing. José Tomás Carmona

*Integrantes:*

<i>Alejandra Motiño</i>	951090
<i>Marianila Banegas</i>	961073
<i>Samy Bendeck</i>	972019

Enero 23, 2002



---

## **Resumen Ejecutivo**

El presente informe fue realizado con el propósito de brindar asesoría a Jeny Recarte la cual está constituida en la actualidad como comerciante individual para poder vender los productos artesanales que elabora en la Aldea El Capiro.

El informe está conformado por cinco partes o capítulos, cada uno de igual importancia: Diagnóstico Actual de la Empresa, los estudios de Mercado, Técnico y Financiero y, por último, se presenta una reseña de la Feria del Emprendedor Comayagua Colonial 2001. A continuación se presenta un resumen de cada una de las partes:

### **Diagnóstico Actual de la Empresa**

Jeny Recarte (Comerciante Individual) surge de un proyecto el cual se creó para reactivar las zonas rurales de los municipios después del Huracán Mitch, ocurrido en 1998. El proyecto se llama Políticas Económicas y de Productividad (PEP) y fue el precursor de que personas como Jeny se capacitaran en la elaboración de papel artesanal.

Algunos de los productos que elabora Jeny son: hojas de papel en cuatro tamaños, cajitas, bolsitas, papel grabado, tarjetas de presentación, y recientemente, productos de barro forrados del papel artesanal.

Al realizar un análisis FODA de la empresa, algunos puntos salieron a relucir. Estos son los siguientes:



---

---

#### Fortalezas:

Dentro de estas se encontraron: liderazgo de la propietaria y su espíritu de superación; entrega justo a tiempo de los pedidos; propietaria muestra habilidad y deseo de realizar la venta; busca innovar y diversificar (nuevas alternativas) productos.

#### Oportunidades:

Algunos de estas son: espíritu de superación de propietaria lograría una expansión del negocio y generación de empleo; ubicación permite el abastecimiento adecuado de materia prima a bajo costo; el servicio al cliente puede crear imagen positiva; con el uso adecuado de herramientas de marketing se puede lograr incrementar ventas y participación en el mercado; con investigación y desarrollo se puede crear ventaja competitiva, busca acaparar nuevos mercados; posible financiamiento a través de Fundación COVELO.

#### Debilidades:

Estas son: las ayudantes poseen poca capacitación y experiencia, lo que afecta la productividad; espacio limitado para la producción del papel; la insuficiente educación limita la buena dirección administrativa y productiva del negocio; debido a lo artesanal del proceso, este tiene poca productividad a un alto costo en horas trabajadas; pocas o inadecuadas herramientas de promoción, políticas de precios y comercialización; escasa capacidad de inversión; la mayoría de los hondureños no tienen conocimiento o interés en este producto.

#### Amenazas:

Las que se encontraron son: mínima capacidad de producción, no satisface toda la demanda; acceso inadecuado (carretera en mal estado), falta de servicios públicos; empresas más tecnificadas (competencia interna y externa), bajo costo; poca afluencia de turistas debido a los atentados sucedidos en USA.



---

## Estudio de Mercado

El objetivo de este estudio es analizar e identificar la viabilidad del proyecto, de acuerdo con los factores predominantes en el mercado de papel de fibra vegetal y establecer las mejoras necesarias del mismo.

Para lograr esto se realizaron dos tipos de investigaciones, primaria y secundaria. Algunas entidades que dieron información secundaria fueron: PEP, FEDECAMARA, Secretaria de Turismo y la Cámara de Comercio e Industria de Comayagua. Estas brindaron algunos de los antecedentes del rubro, datos a cerca de la competencia y la comercialización de este tipo de productos en nuestro país.

Para realizar la investigación de datos primarios se tomó como muestra 66 empresas de 103, que es la población de hoteles y tiendas de souvenir en Tegucigalpa, Santa Lucia, Valle de Ángeles y Comayagua; y se les aplicó una encuesta diseñada para obtener datos relevantes a la mezcla de mercadotecnia que se propone aplicar a la empresa.

### Demanda Actual

La investigación de campo realizada dio como resultado que el 83% del total de una muestra de 103 empresas, compraría papel fabricado con fibras naturales, lo cual indica que este producto tiene gran demanda y aceptación.

Las ventas se proyectaron en base al crecimiento anual de las empresas turísticas (hoteles y souvenirs) el cual da un 8.78% de incremento. Pero para hacer una proyección mas realista, ya que los atentados del 11 de Septiembre en EEUU y la mala publicidad de Honduras ante la comunidad internacional; se decidió utilizar un 5% los dos primero años y 6% en el tercero, ya que se estima se reactive el flujo de turistas para ese entonces. Las ventas se estimaron utilizando un 12% de participación de mercado. Solo se tomaron en consideración los 6 productos de mayor demanda. Se muestra en la siguiente tabla las ventas para los cuatro años en cuestión.



---

---

### Propuestas de Estrategias de Mercadeo:

Para incrementar la participación de mercado se propone utilizar algunas herramientas de promoción, como: venta personal, ofrecimiento de muestras, exposiciones o ferias y la elaboración de muestrarios.

Estas herramientas no solo ayudarán a la empresa al incremento de la participación, sino que utilizándolas con estrategias de diversificación y diferenciación pueden lograr un posicionamiento positivo en los consumidores.

### Estudio Técnico

El objetivo general de este, es presentar y analizar las especificaciones del proceso productivo, el material utilizado, así como el equipo, espacio y mano de obra necesarios para el buen funcionamiento del proyecto.

La materia prima más importante, son las plantas en si. Para la elaboración del papel se puede utilizar cualquier planta que posea propiedades fibrosas, pero algunas utilizadas por Papiro Colonial debido a su disponibilidad en el lugar de trabajo, son: tule, maguey, papaya, café, motate, amate, valeriana, curarina y tuza, por mencionar algunos. Cada una de estas plantas le da un color y una textura única al papel.

### Proceso de Elaboración:

El proceso de elaboración se realiza todo de la manera más artesanal, usando equipo rudimentario y manual. Este consta de nueve pasos: selección de las plantas, corte de las mismas, cocción, lavado, formación, prensado, traspaso de la hoja y el secado del papel en pizarras de formica. Todo este proceso dura aproximadamente 15 horas, 5 minutos y 55 segundos.

La mano de obra utilizada en Papiro colonial constituye el principal recurso para la elaboración del papel de fibra vegetal, ya que este se fabrica 100% de manera artesanal.

---

---



---

### Maquinaria y Equipo:

Dentro del equipo propuesto para brindar mayor productividad y eficiencia al proceso productivo se encuentra una prensa, esta con la función de eliminar la humedad lo mas que se pueda y brindar un producto mas uniforme; una trituradora eléctrica, esta con la función de proporcionar mayor consistencia e uniformidad al producto, haciendo también mas eficiente el procesos productivo; también dentro del equipo se estipula una estufa de gas, la que serviría para acelerar el proceso de producción.

### Propuestas del Estudio Técnico

Algunas de las propuestas del estudio técnico son para hacer un producto diferenciado y así seguir con lo planteado con las estrategias del estudio de mercado, también se plantean propuestas que sirven para tener un mejor control sobre las operaciones de producción y venta de productos, como ser las hojas de control.

### Estudio Financiero

Esta es la parte final de todo el estudio de factibilidad realizado a la empresa Papiro Colonial, este estudio se realizó con el propósito de demostrar que la inversión propuesta será económicamente rentable. Esta evaluación consistió en preparar los estados financieros (estados de resultados, balance general), hacer las proyecciones de los flujos de efectivo para 3 años, calcular la rentabilidad financiera, valor presente neto (VAN), tasa interna de retorno (TIR) entre otros. La información anterior proporcionó las bases para sustentar la factibilidad del proyecto. El análisis se basó desde el punto del inversionista (sin inflación – sin financiamiento) y del punto de vista de la inversión total (con inflación –con financiamiento).

+



---

## **Feria del Emprendedor Comayagua Colonial 2001**

La feria se realizó el 2 de Diciembre de 2001 con el propósito de dar a conocer el producto artesanal, así como también demostrarle a la productora como realizar, de manera profesional, un stand que logre captar la atención del público para futuras exposiciones de su empresa.

El stand fue decorado con temas alusivos a la naturaleza, para crear una experiencia satisfactoria al visitante. Dentro del mismo se incluyó el proceso productivo, las plantas utilizadas y los productos, antes y después de la asesoría.



---

## **INTRODUCCIÓN**

En cumplimiento de nuestra responsabilidad social y profesional para con la comunidad, la Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC) y la productora Jeny Recarte, a lo largo de tres meses hemos unido esfuerzos en la elaboración del Proyecto Papiro Colonial, brindando a nuestros productores de los municipios del interior del país, opciones concretas de desarrollo, a través del uso del conocimiento y el esfuerzo propio.

El presente documento es producto de nuestro esfuerzo emprendedor y el deseo de aportar ideas de negocio realistas y útiles para el desarrollo económico del Municipio de Comayagua, Departamento de Comayagua..

A lo largo del desarrollo del proyecto se mantuvo un contacto estrecho con el productor asesorado y cada una de las propuestas presentadas al mismo, se formularon con el sentido de responsabilidad que conlleva la confianza depositada en el grupo asesor.

Nuestro principal objetivo fue demostrar y enseñar a nuestra productora, la existencia de nuevas ideas en la diversificación de diseños de sus productos, la presencia de un mercado interesado en la adquisición de los mismos, como también la capacidad financiera y la rentabilidad de dicho proyecto.



---

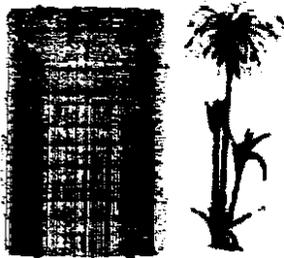
---

## **DIAGNÓSTICO DE LA EMPRESA**

### **DESCRIPCIÓN DEL LUGAR**

La Aldea del Capiro se encuentra ubicada a 6 kms. de la ciudad de Comayagua. La carretera que actualmente lleva hasta la aldea es principalmente de tierra y es la misma que lleva al parque ecológico "La Montaña" de Comayagua. Después, la carretera se divide en dos caminos, uno que lleva al parque y el otro que continúa hasta llegar al Capiro, al que, en los días de lluvia solo se puede llegar a la aldea con automóvil de doble tracción, debido al material de que está compuesto el suelo.

### **RESEÑA HISTÓRICA DEL PAPEL**



Planta de Papiro

Los Japoneses no fueron los primeros en descubrir el proceso de elaboración de papel. Hace mas de 5,000 años, los egipcios utilizaban los tallos de papiro, una planta acuática muy alta que crece en los bancos del Río Nilo para fabricar papel, habrían los tallos, haciendo grietas en ellos, para posteriormente trenzarlos y, humedeciéndolos y golpeándolos, lo aplanaban formando hojas de papel que lijaban con piedras. Los Griegos y los Romanos continuaron utilizando y elaborando papiro, pero el papel real, tal y como nosotros lo conocemos, fue inventado por los chinos y patentado por Ts'ai Lun, un oficial de la Corte Imperial. Inicialmente utilizaba como materiales cuerda y redes viejas de pesca que convertía en una pasta mojándolas y golpeándolas y que posteriormente escurría y prensaba, transformándolas en hojas de papel que secaba al sol antes de utilizarlas. Después comenzó a utilizar fibra de plantas y hebras de seda.



---

---

Al igual que los Japoneses nosotros también contamos con una variedad de plantas (tusa, tule, curarina, izote, etc.), la mayoría de cuyos materiales son gratuitos y su único costo es el tiempo y el esfuerzo que se lleva en recolectarlos y prepararlos. Con cada uno de ellos se puede obtener un tipo distinto de papel con distintas características, apropiadas para diferentes usos.

Su elaboración va mas allá de consistir en una mera artesanía, convirtiéndose en un importante medio en vía de desarrollo, para contribuir a la protección del entorno.

### **ANTECEDENTES DEL NEGOCIO**

El objetivo del proyecto PROLICO, del programa de Políticas Económicas y Productividad (PEP), es la capacitación de 29 líderes de varias aldeas pertenecientes a los municipios de Danlí, Choluteca y Comayagua, a fin de mejorar la capacidad local en la formulación e implementación de proyectos para la generación de empleo y el incremento de los ingresos de las familias rurales.

El PEP, que es auspiciado por la USAID y ejecutado por un consorcio liderado por Chemonics International Inc., se sumó a los esfuerzos nacionales mediante el desarrollo de una estrategia de asistencia técnica de 4 años consecutivos. Dicha asistencia se orienta a apoyar a las principales instituciones del sector público y privado, en el diseño e implementación de políticas económicas. Bajo esta supervisión es como Jeny Recarte (Asesorada), se capacitó en la elaboración del papel de fibra vegetal, convirtiéndose posteriormente en emprendedora de Jeny Recarte (Comerciante Individual). Actualmente trabaja únicamente con tres ayudantas de la Aldea, pero en sus inicios comenzó con 17 ayudantas, pero la falta de coordinación provocó la reducción del personal.

El lugar donde se elabora el papel de fibra vegetal se encuentra localizado en la misma aldea, contando con un pequeño local de tres cuartos, donde desarrolla el 70% del proceso



---

de producción y el 30% restante lo realiza en el patio de su casa (ubicada a 10 mts. del local anterior).

La experiencia que ella hoy en día tiene, es gracias al PEP; su interés y disciplina ha hecho crecer su habilidad técnica en la elaboración de papel de fibra vegetal, ya que ha diversificado los diferentes usos de este producto. Su ingenio e imaginación la han llevado a experimentar cada día la utilización de diferentes tipos de plantas para la elaboración del papel de fibra natural.

En el transcurso del tiempo, Jeny ha logrado un reconocimiento, tanto en la Aldea El Capiro como también en Comayagua, logrando de esta manera que su producto sea demandado por importantes empresas del país, como la Cervecería Hondureña y algunos organismos internacionales, como la OEA.

**OBJETIVO GENERAL DE JENY RECARTE. (COMERCIANTE INDIVIDUAL.)**

**Desarrollar un producto nuevo en el mercado nacional y lograr la exportación del mismo.**

**OBJETIVO ESPECÍFICO DE JENY RECARTE. (COMERCIANTE INDIVIDUAL.)**

**Lograr la industrialización de la elaboración del producto para poder tener un nivel competitivo superior.**



---

## ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

### Cuadro # 1.1

#### Análisis del Producto

Descripción del producto	Productos Complementarios	Productos Sustitutos
El negocio elabora papel de fibra vegetal, ofreciendo diferentes presentaciones del producto, como ser: Bolsitas, cajas, hojas, papel grabado, tarjetas y sobres. Para la realización de estos productos utiliza diferentes plantas (izote, maguey, café, tule, motate, tallo de huerto, curarina). De estas fibras se obtienen diferentes colores y texturas para brindar mayor variedad a sus clientes.	Entre estos productos se encuentran: objetos de barro forrados de papel de fibra vegetal. (Jarrones, cómales, casas, campanas y ollas)	Entre los principales productos de esta categoría están: papel lustroso, papellillo, papel traza, cartoncillo, cartulina y otros tipos de papel que simulan fibras en su superficie y cumplen la misma función.

## ANÁLISIS FODA

Este tipo de análisis es utilizado para conocer la situación actual del negocio, basándose en factores internos (fortalezas, debilidades) y factores externos (oportunidades, amenazas).

Este análisis es empleado para localizar problemas o fallas dentro de la empresa para poder corregirlas, así como también fortalezas que necesitan que se aumenten para lograr que el negocio prospere y salga adelante. Este análisis nos indica también las posibles oportunidades que se presentan en el mercado y algunas de las amenazas que se pueden encontrar en el camino.



Cuadro # 1.2  
Análisis FODA

Variables claves	Factores Internos		Factores Externos	
	Fortalezas	Debilidades	Oportunidades	Amenazas
Recurso humano	Liderazgo de la propietaria y su espíritu de superación	Ayudantes poseen poca capacitación y experiencia, lo que afecta la productividad	Espíritu de superación de propietaria lograría una expansión del negocio y generación de empleo	Minima capacidad de producción, no satisface toda la demanda
Infraestructura/ Ubicación		Espacio limitado para la producción del papel.	Ubicación permite el abastecimiento adecuado de materia prima a bajo costo	Acceso inadecuado (carretera en mal estado), falta de servicios públicos.
Educación		Limita la buena dirección administrativa y productiva del negocio		
Fabricación		Debido a lo artesanal del proceso este tiene poca productividad a un alto costo en horas trabajadas		Empresas más tecnificadas (competencia interna y externa), bajo costo
Servicios	Entrega justo a tiempo de los pedidos		Creación de imagen positiva en los clientes	
Esfuerzo de Marketing (ventas)	Propietaria muestra habilidad y deseo de realizar la venta	Pocas o inadecuadas herramientas de promoción, políticas de precios y comercialización	Con el uso adecuado de herramientas de marketing se puede lograr incrementar ventas y participación en el mercado	
Investigación y desarrollo	Busca innovar y diversificar (nuevas alternativas) productos		Creación de ventaja competitiva, busca acaparar nuevos mercados	
Recursos financieros		Escasa capacidad de inversión	Posible financiamiento a través de COVELO	
Mercado		La mayoría de los hondureños no tienen conocimiento o interés en este producto debido a la falta de promoción.		Poca afluencia de turistas debido a los atentados sucedidos en U.S.A.



---

---

## **ESTUDIO DE MERCADO**

### **OBJETIVO GENERAL**

**Analizar e identificar la viabilidad del proyecto, de acuerdo con los factores predominantes en el mercado de papel de fibra vegetal y establecer las mejoras necesarias del mismo.**

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- ◆ **Identificar el segmento de mercado apropiado para dirigir los esfuerzos de mercadeo y de esta manera conocer quienes son los clientes potenciales.**
- ◆ **Determinar y realizar proyecciones de la demanda y la oferta del papel de fibra vegetal.**
- ◆ **Identificar los principales competidores directos e indirectos para diseñar la mejor estrategia de competencia en el mercado.**
- ◆ **Definir las políticas y estrategias de precios, distribución y promoción.**
- ◆ **Determinar cuáles son las preferencias y necesidades de los clientes acerca de los productos con mayor demanda.**
- ◆ **Proponer diferentes estrategias de mercadeo que orienten los esfuerzos de la empresa en el corto y mediano plazos.**
- ◆ **Diseñar estrategias alternativas para llegar a otros mercados que no han sido explotados (empresas de diversos rubros no relacionados con el turismo).**



---

## **METODOLOGÍA UTILIZADA**

### **INVESTIGACIÓN SECUNDARIA**

Para formarse una idea del mercado de papel de fibra vegetal se consultó al PEP (políticas, económicas y de productividad), la Secretaría de Turismo, Cámara de Comercio e Industria de Tegucigalpa (CCIT), Cámara de Comercio de Comayagua y FEDECAMARA (Federación de Cámaras de Comercio de Honduras), para poder así definir los establecimientos donde se vende este tipo de papel y una de las limitantes que se enfrentó fue la escasa información sobre este rubro. Se buscó también empresas turísticas (souvenirs y hoteles) afiliadas a la Cámara de Comercio e Industrias de Tegucigalpa y Comayagua.

Al realizar las visitas a hoteles y souvenirs, se pudo observar que el producto en su mayoría era aceptado, pero a la vez existía cierta reserva en cuanto a los precios de los productos que se estaban ofreciendo y esto se debe a la novedad de estos en el mercado hondureño. Se percibió cierta necesidad, por parte de las empresas entrevistadas, de brindar apoyo a los pequeños artesanos del país, como también contribuir a la conservación del medio ambiente. Al ser estos productos desconocidos dentro del mercado nacional, se logró una buena percepción del mismo entre los empresarios, ya que es un producto nuevo, original y atractivo.

### **INVESTIGACIÓN PRIMARIA**

Para el desarrollo de la investigación de mercados, fue necesario visitar el municipio de Comayagua para realizar y aplicar una entrevista personal, para obtener información específica (concluyente) de los consumidores y el mercado, la que también se llevó a cabo en Tegucigalpa.

Se realizó una investigación exploratoria para obtener datos relevantes sobre el mercado del papel y de esta manera poder diseñar una encuesta, que pudiera responder a las necesidades de información buscadas.



---

Antes de aplicar la encuesta concluyente, se realizaron pruebas de entrevista dentro del mercado de Comayagua,(ver anexo #1 ) a fin de verificar su efectividad. En la primera prueba no se obtuvieron resultados satisfactorios, por lo que se recurrió a la corrección de la misma y aplicación de una segunda encuesta.

La encuesta que finalmente se aplicó está formada por 5 preguntas claves y los datos generales (ver anexo #2.).

El diseño de la misma contiene respuestas de género simple (elección entre 2 respuestas, si o no), elección múltiple (elección entre varios factores que pueden influir en la preferencia) y finalmente de respuesta abierta (brinda libertad en las respuestas).

Se tomó como escenario las ciudades de Comayagua y Tegucigalpa y en ésta última se incluyó los Municipios de Santa Lucía y Valle de Ángeles. Las encuestas se llevaron a cabo del 23 al 24 de Octubre del año 2001.

La entrevista fue aplicada a empresas turísticas, como hoteles y souvernirs, específicamente a los propietarios o encargados de realizar las compras, ya que son éstos los que tienen la decisión de qué productos adquirir para la empresa.

Al momento de la aplicación de esta segunda encuesta se pidió a los entrevistados suponer que existe un flujo normal de turistas, ya que por los atentados en EEUU en septiembre del 2001 no existe un flujo de turistas normal.



---

---

## DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA

Para la unidad muestral, se contó con una lista de empresas, proporcionada por el Instituto Hondureño de Turismo.

La muestra se calculó con la siguiente fórmula:

$$n = \frac{p(1-p)}{\frac{E^2}{Z^2} + \frac{p(1-p)}{N}} \qquad n = \frac{0.5(1-0.5)}{\frac{0.05^2}{1.96^2} + \frac{0.5(1-0.5)}{103}}$$

**n= 66 encuestas**

Donde:

- ◆ Z =Nivel de confianza que tendrá la muestra, en este caso, es igual al 95% que equivale a 1.96.
- ◆ n = tamaño de la muestra
- ◆ N<sup>1</sup>= Número de empresas (souvenirs y hoteles) de Tegucigalpa, Valle de Ángeles, Santa Lucía y Comayagua.
- ◆ P=Número de aciertos que se presentarán en la muestra; siendo conservadores se tomó el 50%.
- ◆ E=Equivale al error que estará presente en la muestra que este caso es 5%.

---

<sup>1</sup> Datos recolectados del Boletín Estadístico 1999, Inst. de Turismo

---



---

---

## **SEGMENTACIÓN DE MERCADO**

La segmentación de mercado está formada por personas que responden a una serie de estímulos de mercadeo, nuestra segmentación está dada por quienes toman la decisión de comprar este tipo de papel , ya sea para uso personal, para regalo o para recuerdo y sobre todo personas con interés por comprar productos ecológicos.

La segmentación que se realizó, se hizo basándose en los diferentes tipos de consumidores de este producto:

### **GEOGRÁFICAMENTE**

Es cuando el mercado al cual se está dirigiendo el producto se divide en diferentes unidades geográficas (Norte, sur, este, oeste) ó ya sea por ciudades (Tegucigalpa, San Pedro Sula, Comayagua).

### **SEGÚN BENEFICIOS PERCIBIDOS**

Es cuando se segmenta según los diferentes beneficios que los consumidores (clientes) buscan en este tipo de productos.

### **PSICOGRÁFICAS**

La división se hace sobre la base del interés de las personas en productos decorativos, así como también en ayudar al ambiente o ayudar en el desarrollo comunitario, ya que este producto se fabrica de manera artesanal por miembros de una aldea.



A continuación se presenta la segmentación que se hizo del producto y a su vez se ofrece propuestas para un futuro.

**Cuadro # 2.1**  
Segmentación del Mercado

Geográficamente		Beneficios		Psicográficas	
Actual	Propuesto	Actual	Propuesto	Actual	Propuesto
Se ofrece los mismos productos en áreas geográficas diferentes (Comayagua, Tegucigalpa y San Pedro Sula)	Ofrecer productos modificados según la necesidad de cada área geográfica (Cobertura Nacional)	La originalidad, la diferencia y lo atractivo y novedoso del producto, es lo que motiva a ciertas personas a comprarlo	Diseñar un producto modificado (papel con aromas, cambios de textura del papel, diseños decorativos) para buscar nuevos beneficios y usos	Los clientes (consumidores) tienen una conciencia socioambiental ya que apoyan tanto a la artesanía local como al medio ambiente	Mantener la misma segmentación y llegar a aquellos consumidores que también tienen conciencia de desarrollo nacional

### ANÁLISIS DE LA DEMANDA ACTUAL.

Para hacer el análisis de la demanda se determinó una muestra representativa de 66 empresas, del proyecto *Jeny Recarte (Comerciante Individual)*, localizado en la aldea El Capiro, en el municipio de Comayagua.

La investigación de campo realizada dio como resultado que el 83% del total de una muestra de 103 empresas, compraría papel fabricado con fibras naturales, lo cual indica que este producto tiene gran demanda y aceptación.

Para obtener el dato de la demanda se preguntó a las empresas en qué cantidades compraría y con qué frecuencia (mensual, trimestral, semestral), con el fin de obtener las estimaciones de compra de cada uno de los productos durante el año. Se obtuvo una demanda de 56,970 productos anuales.



A continuación se presenta detalladamente la demanda mensual, trimestral y semestral, para definir el total de demanda por producto.

**Cuadro # 2.2**  
Demanda Mensual

<b>Producto</b>	<b>Cantidad mensual<sup>3</sup> Unidades</b>	<b>Cantidad Anual de Unidades</b>
Cajas	151	1,812
Bolsas	526	6,312
Papel Grabado	73	876
Tarjetas con sobre	440	5,280
Papel (hoja)	185	2,220
Folder	73	876
Tarjetas de presentación	1,687	20,244
Libretas	32	384
Agendas	32	384
<b>Total</b>	<b>3,199</b>	<b>38,888</b>

**Cuadro # 2.3**  
Demanda Trimestral

<b>Producto</b>	<b>Cantidad trimestral<sup>4</sup> unidades</b>	<b>Cantidades Anual Unidades</b>
Cajas	275	1,100
Bolsas	135	540
Tarjetas con sobre	729	2,916
Papel (hoja)	176	704
Tarjetas de presentación	2,768	11,072
<b>Total</b>	<b>4,083</b>	<b>16,332</b>

<sup>3</sup> Dato obtenido de las encuestas

<sup>4</sup> Dato obtenido de las encuestas



**Cuadro # 2.4**  
Demanda Semestral

<b>Producto</b>	<b>Cantidad semestral<sup>1</sup> unidades</b>	<b>Cantidades Anual unidades</b>
Cajas	57	114
Bolsas	7	14
Papel Grabado	7	14
Tarjetas con sobre	68	136
Papel (hoja)	68	136
Fólder	918	1 836
Tarjetas de presentación	57	114
<b>Total</b>	<b>1,125</b>	<b>2,250</b>

**Cuadro # 2.5**  
Demanda Total

<b>Producto</b>	<b>Demanda total anual unidades</b>
Tarjetas de presentación	33,152
Tarjetas con sobre	8,332
Bolsas	6,866
Papel (hoja)	3,060
Cajas	3,026
Papel Grabado	890
Fólder	876
Libretas	384
Agendas	384
<b>Total Demanda</b>	<b>56,970</b>

Cuadro 2.5 Es el resultado de las demandas de productos mensual, trimestral y semestral para el año 2001.

<sup>1</sup> Dato obtenido de las encuestas



Los resultados de las encuestas indican que los productos con mayor demanda en el año son: las tarjetas de presentación (58%), Tarjetas con sobre (15%) y bolsas (12%), que conforman el 85% de la demanda total.

## PROYECCIONES DE LA DEMANDA

Para pronosticar la demanda de *Jeny Recarte (Comerciante Individual)* en los siguientes años, se tomó en consideración la tasa de crecimiento de las empresas turísticas (hoteles y Souvernirs) del año 95 al 99<sup>6</sup>. Cabe mencionar que estas empresas se encuentran entre los primeros tres lugares de preferencia más visitados por los turistas extranjeros.<sup>7</sup>

A continuación se presenta los incrementos de los hoteles y souvernirs.

**Cuadro # 2.6**  
Crecimiento de empresas turísticas

Actividad	1995	1996	1997	1998	1999
Hoteles	405	446	482	521	558
Souvernirs	125	140	168	193	184
<b>Total</b>	<b>530</b>	<b>586</b>	<b>650</b>	<b>714</b>	<b>742</b>

Por lo tanto, el cálculo de la tasa de crecimiento anual promedio se obtuvo de la siguiente forma:

$$[(\text{Año } 99/\text{Año}95)^{1/4} - 1] * 100$$

$$\text{Empresas Turísticas } [(742/530)^{1/4} - 1] * 100$$

$$= 8.78\% \text{ (incremento)}$$

<sup>6</sup> Datos obtenidos en Inst. de Turismo

<sup>7</sup> Datos obtenidos en Inst. de Turismo



El porcentaje obtenido no es representativo, ya que actualmente el flujo de turistas ha disminuido considerablemente por los atentados en EEUU del 11 de septiembre del 2001 y por la mala publicidad que se le da a Honduras por la delincuencia y homicidios a estadounidenses. Debido a lo anterior se decidió aplicar una tasa del 5% para los dos primeros años de proyección e incrementar esta al 6% para el tercer año ya que se considera que en dicho año se reactive un poco el turismo; las proyecciones se presentan a continuación en el Cuadro 2.7.

#### Aspectos cualitativos que afectan el flujo de turistas a Honduras:

- ⊕ Casos de homicidios a estadounidenses
- ⊕ Criminalidad
- ⊕ Secuestros
- ⊕ Infraestructura inadecuada para recibir turistas exigentes
- ⊕ Miedo a viajar en avión, por temor a un secuestro( atentados EEUU 11/9/01)
- ⊕ Educación pobre de habitantes para recibir y atender a turistas

Cuadro # 2.7

Demanda total proyectada

Producto	Demanda total anual Unidades 2001	Demanda total anual Unidades 2002	Demanda total anual Unidades 2003	Demanda total anual Unidades 2004
Tarjetas de presentación	33,152	34,810	36,550	38,743
Tarjeta con sobre	8,332	8,749	9,186	9,737
Bolsas	6,866	7,209	7,570	8,024
Papel (hoja)	3,060	3,213	3,374	3,576
Cajas	3,026	3,177	3,336	3,536
Papel Grabado	890	935	981	1,040
Fólder	876	920	966	1,024
Libretas	384	403	423	449
Agendas	384	403	423	449
<b>Total</b>	<b>56,970</b>	<b>59,519</b>	<b>62,809</b>	<b>66,576</b>



---

## OFERTA

### ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Debido a que la industria papelerera de fibra vegetal se desarrolla en pequeña escala en nuestro país, los datos relacionados a volúmenes de ventas no existen de forma oficial. Para obtener datos históricos de la competencia, se recurrió a FEDECAMARA y al Cuerpo de Paz, donde se nos brindó una información general de la misma.

Las empresas competidoras en este mismo rubro se iniciaron bajo el mismo enfoque del proyecto PROLICO del PEP. Estas empresas se encuentran actualmente ubicadas en Danlí y Choluteca. También elaboran este producto en San Juancito, pero esta producción no fue asesorada por el PEP.

Dichos negocios cuentan con mayor experiencia en este campo de elaboración de papel, ya que lograron un mayor desarrollo por la coordinación que existe entre ellos.

El proceso de elaboración de la competencia es menos artesanal, ya que cuentan con servicios públicos, facilitándoles así la utilización de maquinaria eléctrica, logrando mayor eficiencia y efectividad.

A continuación se presenta la lista de empresas competidoras y los principales productos ofertados.

**Cuadro # 2.8**  
Principales Competidores

Empresa	Productos
Ensueños de Papel e Indeco, localizadas en el centro de Danlí.	Papel carta (8.5"x11")
Centro en Villa Santa (Danlí).	Tarjetas
Papelín y Esperanzas del Futuro ubicadas en Choluteca	Cajas Forradas (12"x6"x2")
Centro de Capacitación en San Juancito.	Bolsas decorativas (10"x15"x2")



---

## PARTICIPACION DE MERCADO

El porcentaje de participación es el porcentaje o promedio del total de las ventas del mercado que posee una empresa con relación al total. Debido a que el rubro o comercialización de este producto es reciente, la participación de mercado es difícil de calcular, pero se propone un 12%. Por lo que se proponen los siguientes supuestos:

- ❖ Debido a lo novedoso del producto en nuestro país se puede suponer que atraerá la atención de más personas y se incremente la demanda de dichos productos, dejando así un margen o porcentaje del mercado desatendido.
- ❖ Ya que el proceso productivo no es industrializado y no hay una producción en serie, existe un mercado insatisfecho el cual puede llegar a ser un 12% o mayor.

### Cuadro # 2.9

Proyecciones de venta por año

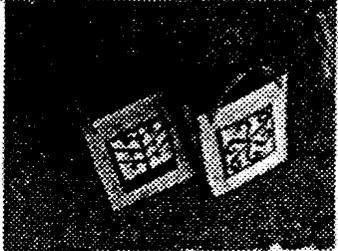
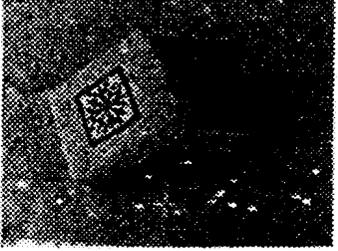
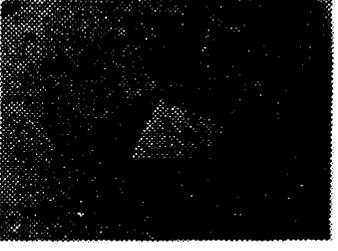
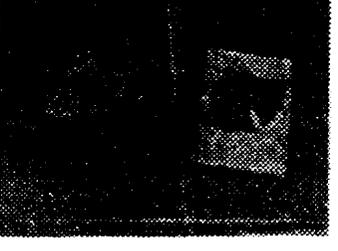
Producto	Proyección de venta anual Unidades 2002	Proyección de venta anual Unidades 2003	Proyección de venta anual Unidades 2004
Tarjetas de presentación	3,978	4,575	5,261
Tarjeta con sobre	1,000	1,150	1,322
Bolsas	824	948	1,090
Papel (hoja)	367	422	486
Cajas	363	418	480
Papel Grabado	107	123	141
<b>Total</b>	<b>6,639</b>	<b>7,635</b>	<b>8,780</b>



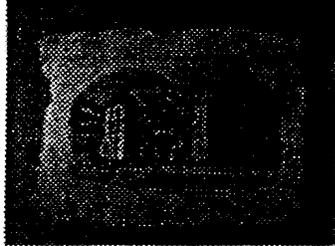
## PRODUCTO

Los productos principales son elaborados de las fibras de plantas que se encuentran en Comayagua, específicamente en la aldea El Capiro. Entre los productos que la productora presenta se encuentra:

Cuadro # 2.10  
Presentación de Productos Actuales

Producto	Imagen
Bolsas decorativas	
Cajas	
Sobres	
Tarjetas para ocasiones especiales	



Producto	Imagen
Papel grabado	
Productos de barro forrados de papel	

El color y la textura de los mismos dependen del tipo de planta utilizada en la fabricación de papel, por lo que se brinda una mayor variedad.

## PRECIO

Dentro de esta sección se analizarán aspectos tales como el comportamiento histórico de los precios, los actuales del mercado o competencia, las políticas de precio actuales y el efecto de estos sobre la demanda.

### COMPORTAMIENTO HISTÓRICO DE LOS PRECIOS

Actualmente no se cuenta con esta información, ya que es un producto de reciente lanzamiento dentro del mercado nacional.

### PRECIOS DE LA COMPETENCIA

La competencia directa de Jeny Recarte (Comerciante Individual) son: Ensueño de papel e Indeco, localizadas en el centro de Danlí, un centro en Villa Santa (Danlí), Papelin y Esperanzas del Futuro, ubicadas ésta últimas en Choluteca y el Centro de Capacitación en San Juancito.



A continuación se presenta una lista de precios de los productos de la competencia:

**Cuadro # 2.11**  
Precios de la competencia

Productos	Precios (al detalle)
Papel carta (8.5"x11")	Lps. 9.00
Tarjetas	Lps. 20.00
Cajas Forradas (12"x6"x2")	Lps. 40.00
Bolsas decorativas (10"x15"x2")	Lps. 40.00

#### EFFECTO DEL PRECIO SOBRE LA DEMANDA

La demanda para este tipo de producto es elástica, ya que se considera la medida en que los consumidores responderán ante cambios en los precios. Esto contribuye a que los mismos opten por la compra de productos sustitutos.

#### PRECIOS ACTUALES

Los precios de los diferentes productos, establecidos por la empresa son los siguientes:

**Cuadro # 2.12**  
Precios actuales

Productos	Precios (al detalle)
Papel carta	Lps. 9.00
Tarjetas	Lps. 15.00
Sobres	Lps. 15.00
Cajas decorativas	Lps. 25.00
Bolsas decorativas	Lps. 25.00
Papel gravado en tinta	Lps. 30.00



---

## PRECIOS Y POLÍTICAS DE PRECIOS DE LA EMPRESA

Jeny tiene a la disposición una gama de productos de papel de fibra vegetal a disposición de los consumidores, a precios ya establecidos; caso contrario a los pedidos especiales en los cuales se otorgará una cotización del producto.

Actualmente Jeny no trabaja en base a una política de precios establecida, sino según la cantidad de compra y en base a sus costos establece el precio. A continuación se presenta una propuesta de políticas de precio.

### Propuesta

Se establecen como políticas de precio las siguientes:

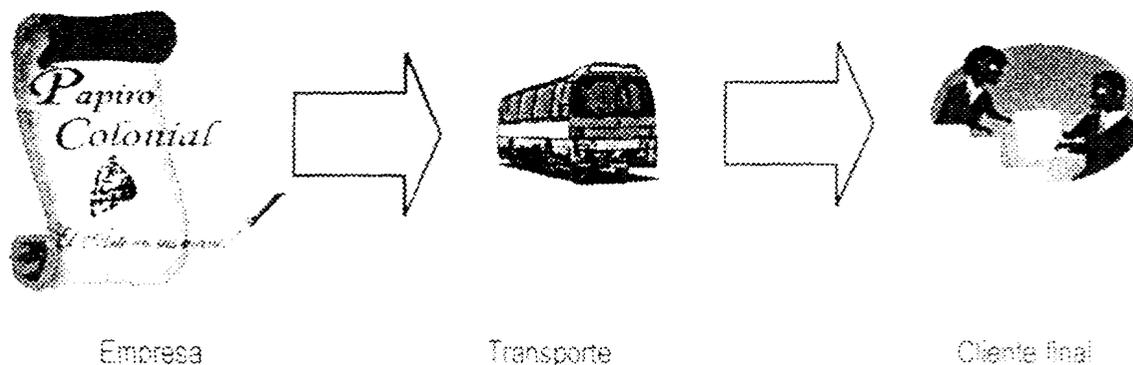
- ❖ Precios y especificaciones: sujeto a cambios sin previo aviso.
- ❖ Ordenes especiales: estas ordenes requieren de un 50% de anticipo y no pueden ser canceladas o devuelto el depósito.
- ❖ Devolución de mercadería: no se aceptan devoluciones, no hay excepciones. La mercadería rota será inspeccionada por la empresa "Papiro Colonial". En caso de que se capte la devolución por fuerza mayor se cobrará un 15% por toda mercadería devuelta, sin excepciones.
- ❖ Fletes y Transporte: los fletes deberán ser cancelados el momento de ser cancelado el pago de la factura.
- ❖ Cheques Devueltos: todo cheque devuelto ya sea por insuficiencia de fondos, fondos por confirmar o alguna otra razón se le hará un cargo por servicio a su cuenta de Lps 100.
- ❖ Tipo de Venta: las ventas se pueden realizar de contado o en forma de consignación (en souvenir)
- ❖ Garantía: Toda pieza posee una garantía de 30 días por defectos de manufactura. En caso de cualquier fallo que tenga valida la garantía, todo cliente deberá presentar la factura de compra. De no poseerlo no se podrá responder por los hechos.



---

## CANALES DE DISTRIBUCIÓN

La forma de distribución que utiliza el negocio es de acuerdo a la procedencia del pedido del producto. En el caso de recibir una petición de productos de Tegucigalpa o San Pedro Sula, se utiliza el siguiente medio de distribución:



Los pedidos de la localidad de Comayagua son entregados de manera personal por la propietaria del negocio.

## CARGOS DE VENTAS

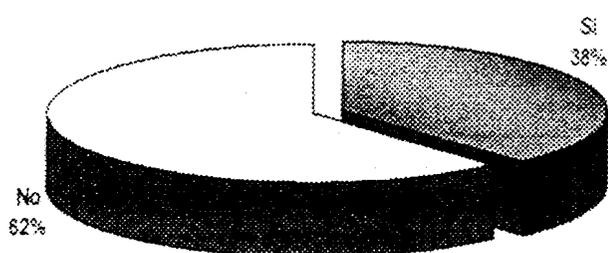
Fletes a Tegucigalpa .....Lps. 20.00 por pedido



---

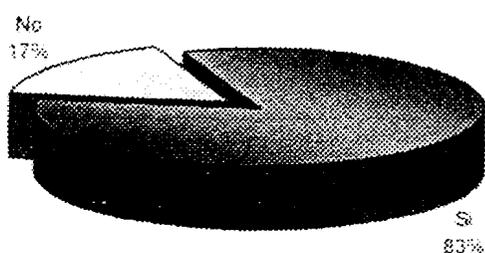
## RESULTADOS DEL ESTUDIO

¿Conoce Ud. el papel fabricado de fibra natural de planta?



La mayoría de los encuestados (68%) desconocen este tipo de producto, por lo que es necesario diseñar una campaña de promoción para que el producto sea reconocido dentro del mercado del papel. Dentro del porcentaje de entrevistados que conocen el producto, el 56% mencionó que lo conocieron por terceras personas.

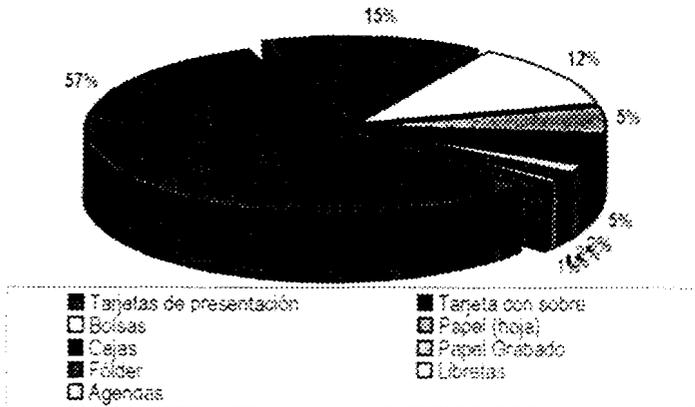
¿Compraría Ud. productos elaborados de este material?



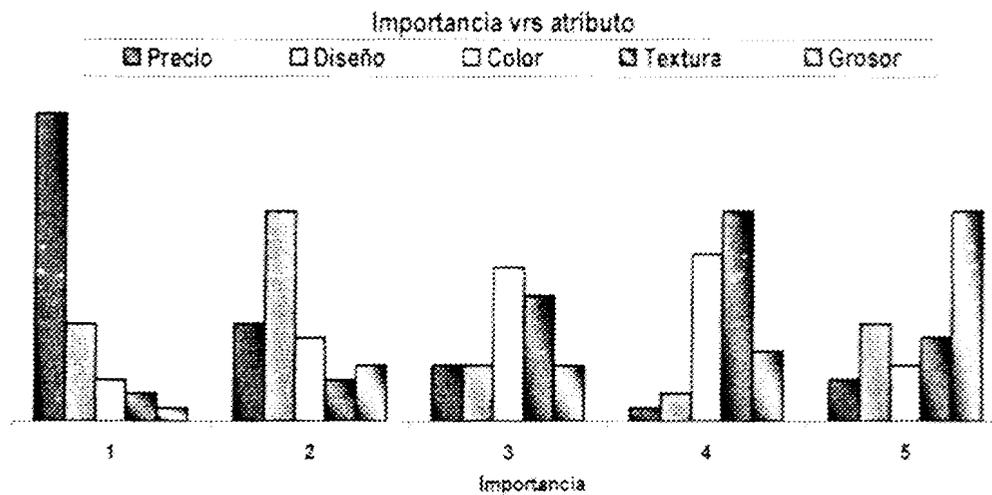
La mayoría de los encuestados (83%) están dispuestos a comprar productos de fibra vegetal, se puede apreciar que existe una gran aceptación por parte del mercado. La principal razón por la que lo adquirirían es por lo atractivo

del producto

¿En que presentaciones le gustaría adquirir este producto?



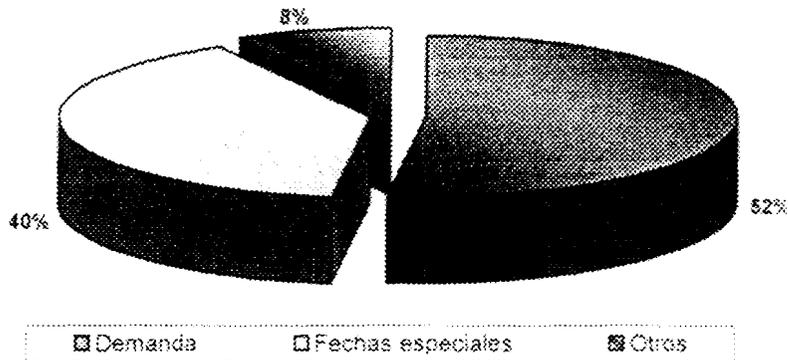
Los principales productos que le gustaría adquirir los entrevistados, son las tarjetas de presentación (57%), tarjeta con sobre (15%) y bolsas decorativas (12%), por lo que es necesario enfocarse en estos productos, creando novedosos diseños.



En esta gráfica se puede observar, que los entrevistados dan una mayor importancia al precio del producto, seguido del diseño y color. Por lo que es necesario considerar cambios en el precio, para ello se debe realizar un análisis financiero de los costos. En cuanto al diseño y color se propone realizar cambios que se detallan en este estudio y en el análisis técnico.



### Ocasiones de Compra



De las personas que están dispuestas a comprar este producto, un 52% lo adquiriría cuando exista demanda por parte de los clientes y un 40% lo compraría para fechas especiales como temporada de navidad, día de San Valentín, etc.

### ESTRATEGIAS DE MERCADEO (PROPUESTAS)

Dentro de las estrategias de mercadeo se estipulan las estrategias o herramientas para promover la empresa y los productos que esta elabora.

#### W.M. NÚMERO DE PARTICIPACIÓN

Para aumentar la participación en el mercado nacional de los productos fabricados por Papiro Colonial se debe recurrir a herramientas de promoción, estas herramientas no solo permitirán a la empresa obtener mayor participación sino que ayudarán en el posicionamiento de la empresa y sus productos en la mente de los consumidores. Dentro de estas herramientas se encuentran:



### Cuadro # 2.13

#### Herramientas de promoción

Herramienta	Metodología	Costos
Venta Personal	La venta personal se refiere a visitar y promover el producto y sus beneficios a posibles prospectos y a compradores existentes de los productos.	Tarjetas de presentación (diseño e impresión): 150.00/ 100 tarjetas (trimestral) y viáticos SPS o Tegucigalpa Lps. 500 (semestralmente) (Ver Anexo #3 muestra)
Ofrecimiento de Muestras	Ofrecer muestras a empresas que pudieran estar interesadas en la compra de estos productos, como tiendas relacionadas con el turismo (hoteles, restaurantes, tiendas souvenirs) y empresas no turísticas que les gustaría diferenciar su negocio a través del uso de papel ecológico.	Muestras de productos: Lps 100.00 (mensual)
Exposiciones	Exponer los productos en ferias o exposiciones artesanales, y de esta manera lograr contacto con prospectos.	Costo de materiales, muestras etc. 500.00 (semestrales).
Elaboración de Muestrarios	En dicha elaboración se recomienda hacer un muestrario de los distintos tipos de papel, según la planta o materiales utilizados para su fabricación y un segundo muestrario que contenga los productos fabricados de este material con su respectivo código, precio unitario y precio mayorista.	Diseño e impresión de muestrarios: 500.00 (anual) (Ver Anexo #3 fotos)

Si se aplican estas herramientas de manera eficiente se espera incrementar las ventas en un 10%, ya que en la actualidad no se aplican de una forma adecuada.

Antes de aplicar o implementar estas herramientas se recomienda utilizar una estrategia de diversificación de productos, que consiste en proporcionar nuevos o diferentes productos elaborados del papel de fibra natural, tanto a clientes existentes como a nuevos clientes o prospectos. Para lograr esta tarea, el grupo ha logrado recolectar nuevas ideas de productos que se podrían elaborar con papel ecológico. Estas ideas se presentan en la sección de *Reformas al Producto y Variedad*.



---

## POSICIONAMIENTO

Antes de incursionar dentro de este tema se tiene que recurrir a la creación de un logo con su respectivo slogan. Se diseñaron tres logos, de los cuales se escogió unánimemente uno. La marca o el nombre de la empresa ya lo había ideado Jeny, lo cual facilitó ese trabajo y a criterio del grupo es representativo de la empresa. A continuación se presenta el logotipo y el slogan, que se propone que use la empresa cuando se encuentre constituida con el nombre de *Papiro Colonial*.



El posicionamiento se refiere al lugar que ocupa el producto o empresa en la mente del consumidor, se puede incrementar a través de las herramientas de promoción descritas anteriormente. Aunado al esfuerzo de promoción, la empresa puede lograr mayor posicionamiento y lealtad hacia la marca si realiza una diferenciación en los productos que ofrece. La diferenciación es el arte de lograr, que productos similares o empresas que se dedican a lo mismo, se diferencien entre sí al incrementar el valor agregado que la empresa ofrece.



---

La empresa se encuentra en un nivel de posicionamiento muy bajo ya que son pocas las personas que la conocen. Dentro de las personas que conocen la empresa, esta goza de un lugar privilegiado debido a que la propietaria se asegura de que el producto arribe a tiempo a su destino. El producto se puede posicionar por varias categorías:

#### *ATRIBUTOS O BENEFICIOS*

Las características de este papel varían según la fibra de planta que se este utilizando, además se pueden usar no solo las hojas, también se pueden desarrollar cajas, bolsas decorativas siempre buscando las preferencias de cada cliente, siempre buscando varios diseños y tamaños.

#### *CALIDAD/ PRECIO*

Las opciones existentes de papel vegetal son varias, pero la elección de compra se basa principalmente en el atractivo que se pueda extraer de la fibra de la planta. Por lo que lo novedoso y original del diseño logran impactar al cliente.

#### *APLICACIÓN O USUARIOS*

Este tipo de papel va dirigido a usuarios que compran, utilizan o regalan productos novedosos, atractivos y buscan contribuir a la conservación del medio ambiente.

#### *NIVEL DE TECNOLOGÍA*

Para la elaboración de este tipo de papel, se hace de una manera artesanal que no se necesita tener alta tecnología, el equipo que se esta utilizando no requiere de electricidad.

#### *NIVEL DE SENSIBILIDAD*

La demanda del producto que Jeny ofrece es inelástica ya que los materiales que se utilizan para la elaboración del papel no varían en un cambio en la inflación.



Esto se puede lograr coordinando las siguientes áreas de la empresa

**Cuadro # 2.14**  
Áreas de la empresa

Área	Personal a Cargo	Diferenciación Aplicada
Administración	Jeny Recarte	Brindar capacitación y entrenamiento a empleados así como promover un ambiente de trabajo agradable a estos para motivar y propiciar alta productividad y sentimiento de compromiso.
Investigación y Desarrollo	Todos los miembros de la empresa	Desarrollar de manera constante nuevos productos o modificaciones en los productos existente para lograr una posición favorable en el mercado y mantenerla. Investigar periódicamente los gustos de las personas para que la empresa no quede rezagada y lograr mayor crecimiento.
Atención al Público y Ventas	Todos los miembros de la empresa	Brindar siempre una atención excelente y proporcionar un servicio de post venta y retroalimentación. Este servicio consiste en preguntar a los clientes si los productos han tenido aceptación, si están satisfechos con el producto y qué modificaciones, si existieran, se le podría hacer al producto para lograr mayor aceptación.

#### FACTORES DE SELECCIÓN

Al pensar en la ubicación del proyecto se consideraron los siguiente factores:

- ◆ Cercanía con la materia prima
- ◆ Mayor accesibilidad
- ◆ Acceso a servicios públicos
- ◆ Disponibilidad de recursos humanos
- ◆ Tamaño adecuado del edificio



---

---

## REFORMAS AL PRODUCTO Y VARIEDAD

A los productos actuales se les puede realizar una serie de modificaciones para proporcionar un producto con una calidad consistente y un diseño superior al ofertado actualmente en Honduras. Algunas de las reformas serían las que a continuación se presentan.

### ETIQUETADO:

Dentro del etiquetado se pretende incluir en cada producto una reseña de la elaboración del papel, el material del cual está hecho, una nota de agradecimiento por contribuir no solo con el ambiente sino con el desarrollo comunitario, el número de teléfono de la empresa, con su respectivo logo, slogan y correo electrónico. Estos datos se pretenden presentar en inglés y en español. Esta etiqueta será impresa en el mismo papel ecológico.

### EMPAQUE:

Debido a las diferentes presentaciones de los productos y a que el canal de distribución solo permite comercializar el producto con empresas o intermediarios, el empaque se proporcionará de acuerdo a la cantidad del pedido. Se enviará cada pedido empaçado primero en bolsas plásticas (para proteger el producto de la humedad) y después en cajas de cartón debidamente etiquetadas, selladas y cuidando que el producto en ningún momento esté expuesto a deterioro alguno.

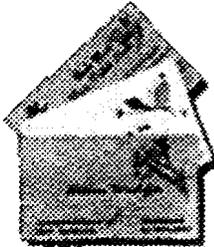
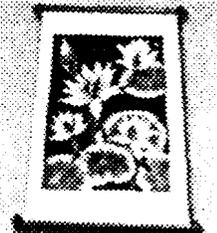
### NUEVOS DISEÑOS Y VARIEDAD:

Se producirán los nuevos diseños en poca escala para esperar la respuesta del consumidor final; si existe aceptación, se fabricará una mayor cantidad y así la empresa se evita costos por almacenamiento y por sobreproducción no vendida. Algunos de los nuevos diseños propuestos se presentan a continuación:



**Cuadro # 2.14**

Propuestas de nuevos productos

Descripción del producto	Fotografía	Descripción del producto	Fotografía
Fólder con amarre de cordón fabricado de mata de plátano		Tarjetas para toda ocasión con motivos florales	
Separador de libro con motivo floral. (flores y hojas dentro del papel)		Pergamino con diseño grabado	
Tarjeta sellada con pedazo de corteza de árbol		Etiquetas para regalos, etiquetas para identificar los productos	
Hojas de papel con ramitas decorativas		Diferentes figuras presentadas en bolsas, cajas y tarjetas	



---

---

## CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO

- ◊ El objetivo principal del negocio es la elaboración de papel de fibra vegetal, haciendo diferentes presentaciones del mismo (bolsas, cajas, sobres, tarjetas).
- ◊ Se determinó una muestra de 66 empresas, para realizar las diferentes entrevistas se contó con una lista de empresas 103 en total.
- ◊ El mercado se segmentó en base a diferentes características de consumidores se toma en cuenta: geográficamente, beneficios percibidos y psicográficamente, para poder así definir los diferentes tipos de consumidores y poder llegar a ellos con una publicidad adecuada.
- ◊ El mercado meta o el mercado al cual se debe concentrar el esfuerzo de mercadotecnia, son empresas turísticas o empresas donde existe un flujo constante de turistas y debido a que este se encuentra en decremento<sup>2</sup>, se deben desarrollar productos para el consumo nacional, tales como tarjetas de presentación, menús para restaurantes, invitaciones, pantallas para candelas, calendarios y otros productos que tengan aceptación en el mercado nacional. Para determinar estos productos se recomienda diseñar varios y realizar una investigación a través de un grupo foco, en el cual participarían turistas.
- ◊ La demanda total de productos es de 56,970 unidades, este dato se obtuvo a través de la encuesta, proyectadas a 103 empresas.

---

<sup>2</sup> Evidencia de esto son comentarios de los propietarios o personal encargado de compras al momento de aplicar la encuesta.

---

---



- 
- ◊ Los productos de mayor demanda según datos obtenidos de la encuesta son: las tarjetas de presentación (57%), tarjeta con sobre (15%) y bolsas decorativas (12%), por lo que es necesario enfocarse en estos productos, creando novedosos diseños.
  
  - ◊ La competencia directa que tiene actualmente este negocio se encuentra localizada en Danlí, cuyo negocio se llama Ensueños de Papel e Indeco; Papeln y Esperanzas del futuro ubicadas en Choluteca y el Centro de Capacitación localizado en San Juancito.
  
  - ◊ Las proyecciones de ventas para el año 2002 es de 6,639, 2003 de 7,635 y en el 2004 de 8,780 unidades.
  
  - ◊ El canal de distribución definido para el negocio de Papiro Colonial comienza con la empresa → Detallistas (empresas) → Consumidor final.



---

## RECOMENDACIONES

- ◆ No existe una sola estrategia para competir en el mercado ya que el mercado cambia constantemente debido al cambio en los consumidores (gustos, preferencias, modas, etc.), también por la presencia de competencia nueva y antigua, eventos inesperados (atentado EEUU) y cualquier otra variable que afecte al mercado o a alguna de sus variables. Por eso se recomienda la utilización de estrategias como la diversificación y diferenciación de productos y servicios. Con estas dos estrategias aunadas a una fuerte investigación y desarrollo podría prosperar *Papiro Colonial*.
- ◆ Proporcionar siempre un excelente servicio al cliente unido a un producto de calidad, para lograr buena impresión y lograr publicidad gratuita de la empresa.
- ◆ Implementar las propuestas, ya que estas permitirán el crecimiento continuo del proyecto, así como de la participación en el mercado.



---

---

## **ESTUDIO TÉCNICO**

### **OBJETIVO GENERAL**

Presentar y analizar las especificaciones del proceso de elaboración de papel de fibra vegetal, el tipo de material utilizado, equipo, espacio y mano de obra necesaria, con el fin de documentar los procesos actuales y sugerir posibles mejoras.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- ◇ Explicar el proceso de elaboración de papel con sus tiempos correspondientes en cada operación y proponer las mejoras del mismo.
- ◇ Determinar los requerimientos de inventario de materia prima para el proceso productivo del papel.
- ◇ Definir el programa y proceso de producción a seguir para la elaboración de papel de fibra vegetal.
- ◇ Definir la organización para el giro social del negocio en cuestión.
- ◇ Establecer el equipo involucrado en la producción.
- ◇ Elaborar descripciones de los puestos y la disponibilidad de Mano de obra.
- ◇ Estimar el plan de manufactura en cuanto a inversión fija, costos de arranque y costos de operación.

### **INFORMACIÓN PRELIMINAR DEL ESTUDIO**

La información primaria que se ha utilizado para el Estudio Técnico ha provenido en su mayoría de las visitas realizadas al Municipio de Comayagua y la Aldea El Capiro.



Esta información ha sido obtenida, con el propósito de determinar distribución del área de trabajo, insumos, requerimientos de inventario, proceso productivo, identificación de las herramientas utilizadas, requisitos legales y disponibilidad de mano de obra, entre otros, ayudando a determinar la factibilidad de la propuesta en materia técnica.

#### FIGURA 1.10

Papel de fibra vegetal. Producto elaborado de fibra vegetal de planta (izote, tusa, curarina, papaya, maguey, tule, café, banano, motate, etc.) es un papel consistente y su presentación varía de acuerdo a las preferencias y necesidades de cada cliente. El papel se elabora diferentes presentaciones:

**Cuadro 3.1**  
Tipo de productos

Producto	Usos	Cantidad de papel	Tamaño
Hojas	Se puede usar para hacer libretas, agendas. Y es la materia prima para fabricar los demás productos.	1 hoja	5½" x 8½" 6½" x 11" 8½" x 14" 15" x 21"
Bolsas	Este tipo de producto se puede utilizar como empaque decorativo para regalos	1 hoja tamaño 6½" x 11"	4½" x 4" x 2"
Cajas	Este tipo de producto se puede utilizar como empaque decorativo para regalos	1 hojas 0.20 cm. de grosor de 8½" x 14"	5½" x 5½" x 2"
Tarjetas / sobres	Es para ocasiones especiales (navidad, cumpleaños, invitaciones, etc.)	Depende del tamaño y diseño por lo general se requieren 2 hojas 8½" x 11"	5½" x 8½"
Tarjetas de presentación	Para empresas, brindando información personal y detallada	1 hoja 8½" x 11"	10 tarjetas



Según el tipo de fibra utilizada se obtiene diferentes colores (este se da según la fibra de planta que se este utilizando) para brindar mayor variedad a sus clientes. A continuación se muestran algunos ejemplos.

**Cuadro 3.2**  
Colores y texturas

Fibra de planta	Descripción	Color
Izote	Nombre científico: <i>Yucca guatemalensis</i> . Es una planta muy común en Honduras, esta es usada de forma ornamental y también cultivada por su flor la cual es comestible.	
Maiz (tusa)	Nombre científico: <i>Zea Mays</i> . Planta cultivada de mayor interés por su origen estructura y variación. Esta constituida por un eje central, sostenida por un sistema radical, fibroso y compacto. Esta planta es de origen americano.	
Curatina	Nombre científico: <i>Sansevieria guineensis</i> . Originalmente cultivada como ornamental, se encuentra en algunos sitios apartados de los hogares, una vez sembrada es difícil erradicarla.	
Papaya	Pertenece a la familia de las <i>Carricáceas</i> . Es una hierba gigantesca que alcanza hasta 8-10 metros de altura. Se forma de un eje central, que lleva al final un penacho de hojas enormes.	
Tule	Es una hierba utilizada en su mayoría en la fabricación de canastas; sirve también como planta ornamental.	
Café	Pertenece a la familia de las <i>Rubiáceas</i> . La planta es alta y ramificada, hay en ella un eje vertical del que salen ramas laterales más largas y pendientes.	
Platano	Pertenece a las familias de las <i>Musáceas</i> . Su origen es indio malayo, son hierbas gigantes. De los tallos subterráneos, brotan seudo tallos aéreos, formados por las bases envolventes de las hojas por cuyo centro crece los ejes florales.	



---

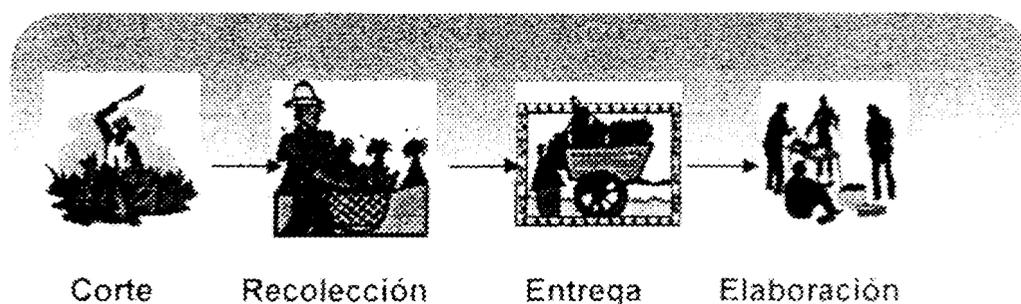
#### DISPONIBILIDAD DE MATERIA PRIMA

La materia prima utilizada en la elaboración del papel, consiste en plantas como: izote, tusa, curarína, papaya, maguey, tule, café y banano entre otros.

Estas se obtienen en los alrededores de la aldea El Capiro, lo que representa una ventaja para la productora, ya que existe disponibilidad, abundancia y variedad de plantas.

Una vez a la semana Jeny encarga un costal a sus proveedores, cuyo costo es de 20 lempiras.

La forma de recolección de la materia prima se muestra a continuación:



Se selecciona un proveedor para obtener la materia prima. Este busca, corta, recolecta y entrega las plantas a Papiro Colonial, para luego ser almacenado y posteriormente realizar la transformación de la misma.

La materia prima es proporcionada en costales de 40 libras de fibra de plantas, el costo de los mismos es de Lps. 20.00 por unidad, independientemente del tipo de planta que se proporcione.



## LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

El proyecto está localizado en el Municipio de Comayagua, en la Aldea El Capiro. La aldea está ubicada a unos 6 Km. de la ciudad en una calle de tierra que lleva tanto al Parque "La Montaña" como a la aldea en sí. Una vez en el desvío se recorren unos 2 kms hasta llegar a la escuela de la aldea, justo enfrente es donde está ubicada la casa de Jeny Recarte y unos 20 metros más adelante se encuentra su taller donde elabora los productos.

## JUSTIFICACIÓN DE LA TECNOLOGÍA

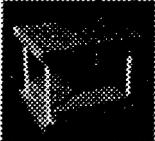
La tecnología utilizada actualmente para la elaboración de papel de fibra vegetal, se realiza de una manera artesanal. Durante el proceso de fabricación, las herramientas que intervienen son muy pocas.

Durante la entrevista sostenida con la propietaria Jeny Recarte, esta manifestó su deseo por mejorar o cambiar su proceso y equipo de producción, para satisfacer la demanda de sus clientes y de esta manera mejorar su capacidad productiva.

A continuación se presenta las propuestas de maquinaria que debería implementar la propietaria.

### Cuadro 3.3

#### Descripción del equipo

Equipo	Descripción
Prensa	Es primordial para la eliminación de la humedad del papel, lo que agilizaría el proceso productivo. Consiste en dos tablas de madera, en donde cada esquina posee unos tornillos para ejercer presión en cada punto. Ejemplo: 
Trituradora eléctrica	Es un aparato hidráulico, que tiene las mismas funciones de una licuadora. Este es necesario para acelerar el proceso de elaboración de pulpa.
Estufa de gas	Estufa de dos hornillas, con capacidad de cocinar hasta 50 lbs. por hornilla. Es para el proceso de cocción de las fibras.



## ESTIMACIÓN DE REQUERIMIENTOS DE INVENTARIOS

### INVENTARIO DE MATERIA PRIMA

Actualmente Papiro Colonial cuenta con poca cantidad de inventarios de materia prima y en vista del giro del negocio el cual utiliza materia vegetal; esta se puede adquirir en cualquier parte del territorio de este Municipio.

**Cuadro 3.4**  
Definición de Materia prima directa

<b>Materia prima directa</b>	<b>Cantidad Mensual</b>
Fibra vegetal	8 costales de 40 libras de producto
Potasa	20 libras
Leña	50 leños
Cloro <sup>1</sup>	1 galón
Almidón	3 libras
Pétalos de flores <sup>2</sup>	6 libras
Ramas de la planta (hebras) <sup>2</sup>	3 libras

**Cuadro 3.5**  
Materia prima Indirecta

<b>Materia prima indirecta</b>	<b>Cantidad Mensual</b>
Anilina	20 bolsitas de 50 gramos
Pegamento blanco	0.5 galón

La materia prima directa (fibra vegetal) se adquiere semanalmente 2 costales de fibra que equivalen a 40 libras cada costal, a un costo de Lps. 20.00 por unidad.

<sup>1</sup> El cloro se utiliza para aclarar el color del papel.

<sup>2</sup> Los pétalos y las ramas (hebras) de la misma planta se utiliza para efectos decorativos y crear textura al pape.



---

## PROCESOS DE ELABORACIÓN

El proceso de elaboración es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para transformar

**Paso 1** Se debe seleccionar la fibra de planta que se vaya a utilizar, para la elaboración del papel. Esta selección afectara directamente al tipo de papel que se desee elaborar.

**Paso 2** Se procede a separar la fibra de la planta, cortando la planta en pequeños pedazos.

**Paso 3** Se cocina las fibras en una olla de acero inoxidable con agua hirviendo, agregándole una solución de potasa ( 1 oz. por litro de agua), para disolver las plantas liberando las fibras de celulosa<sup>1</sup> de los ácidos nocivos.

**Paso 4** Una vez cocinada la fibra , se extrae de la olla, para luego ser trasladada a un balde que contiene una bolsa de malla de plástico y de esta manera escurrir el agua de la fibra. Inmediatamente se procede a extraer la bolsa del balde (se trabaja sobre una pila), para ir derramando agua dentro de la bolsa y de esta manera eliminar los restos de potasa hasta obtener una fibra limpia.

**Paso 5** En este paso se procede a moler la fibra, utilizando una piedra de moler para obtener la pulpa.

**Paso 6** Para la formación de papel, se deposita la pulpa en un barril cortado por mitad, donde este contiene agua , inmediatamente se procede a revolver esta mezcla con la mano. Luego se le agrega almidón para reforzar el papel y darle mayor rigidez.

Finalmente se introduce el molde de tela metálica en la mezcla anterior de pulpa y agua. Luego se debe escurrir el agua del molde, una vez escurrido se debe colocar el molde sobre una base de tabla de formica, tela de franela, manta y finalmente el molde con el papel (puestas una encima de otra), para lograr absorber el agua. Se debe ejercer un poco de presión con la mano sobre el molde para que se desprenda el papel del molde.

---

<sup>1</sup> Celulosa - pegamento natural que contiene la mayoría de las plantas y que permite que sus fibras permanezcan unidas, cuando se elabora el papel.



---

Finalmente se desprende el molde quedando el papel formado sobre la manta. Luego se coloca encima otra manta, para colocar otro papel y así sucesivamente (se puede colocar hasta 30 hojas de papel).

**Paso 7** El papel que se encuentra sobre la base (tabla de formica, mantas, y tela de franela), se le debe colocar otra tabla de formica (imitando un sándwich), para poder prensar. Se ejerce peso utilizando un bloque de barro, para terminar de eliminar restos de agua y lograr que el papel quede un poco mas seco.

**Paso 8** Se debe traspasar el papel que esta sobre la manta y colocar el lado del papel sobre una tabla de formica, pero con anterioridad se debe limpiar la tabla con una esponja y  $\frac{1}{2}$  cucharadita de aceite vegetal, para eliminar residuos y facilitar que el papel se adhiera a la base de formica.

Es necesario pasar sobre la manta que contiene el papel un rodillo, para que se desprenda el papel de la misma, luego se despega el papel poco a poco de la manta hasta lograr que el mismo quede totalmente sobre la tabla de formica.

**Paso 9** Para finalizar el proceso se coloca la tabla de formica, en donde tiene contenida la hoja, al exterior, procurando que pueda recibir un poco de aire y a la vez se debe evitar el contacto de los rayos solares. Una vez seco el papel se desprende de la tabla y se procede al almacenamiento y elaboración de productos.

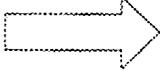
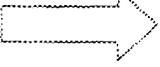
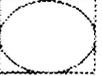
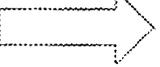
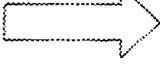


Cuadro 3.6 Proceso transformador

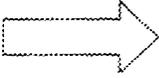
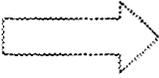
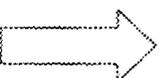
Estado Inicial	Proceso Transformador		Producto Final
<p><b>Insumos</b> Elementos sobre los cuales se efectuará el proceso de transformación. Entre éstos encontramos: izote, la tusa, curanina, papaya, tulle, café, banano y tallo de huerta</p>		<p><b>Paso 1</b> Selección de las fibras vegetales <b>Paso 2</b> Corte de fibra</p>	<p><b>Productos</b> Los productos finales resultado del proceso son: Tarjetas de presentación, bolsas y cajas decorativas, tarjetas / sobres y hojas de papel.</p>
		<p><b>Paso 3</b> Proceso de cocción de la fibra</p>	
		<p><b>Paso 4</b> Lavado de fibra</p>	
<p><b>Suministros</b> Entre los recursos necesarios para realizar el proceso de producción, se encuentran: la anilina, cloro, almidón y potasa.</p>		<p><b>Paso 5</b> Pulpeado</p>	
		<p><b>Paso 6</b> Formación de papel</p>	
		<p><b>Paso 7</b> Prensado</p>	
		<p><b>Paso 8</b> Traspaso de hoja</p>	
		<p><b>Paso 9</b> Secado de papel</p>	
	<p><b>Subproductos</b> No existen subproductos</p>		



## Flujograma del Proceso de Elaboración de Papel

Actividad	Detalle	Tiempo	Observación
	Selección de fibra a utilizar	30 min.	Se realiza un limpieza de la fibra, eliminando cualquier objeto no correspondiente en el proceso
	Transportar la fibra al área de corte y picado	2 min.	
	Cortar las fibras	45 min.	Este tiempo varia de acuerdo a la cantidad de libras de fibras que se cortará
	Inspeccionar que la fibra esté cortada en pequeño pedazos	3 min.	Es importante que la fibra se corte en pedazos pequeños para la cocción de la misma.
	Llevar la fibra al área de cocción	4 min.	Se debe trasladar a otra casa que queda aproximadamente a 8 mts
	Cocinar e inspeccionar	2 - 6 hrs	El tiempo de cocción varia segun el tipo de planta, el tiempo de cocción menor es de 2 hrs. y el mayor tiempo es de 6hrs
	Traslado de la fibra al área de lavado	1 min.	El área de lavado y cocción queda en la misma casa.
	Traspaso de la fibra a una bolsa de malla de plástico	3 min.	Se coloca la fibra por partes a la bolsa.
	Lavar la fibra e inspeccionar la eliminación de potasa.	15 min.	Esperar a que se elimine la potasa, por lo tanto el tiempo puede variar.
	Transportar la fibra a la piedra (pulpeado)	1 min.	
	Pulpear la fibra	30 min.	Pulpear hasta que la fibra se convierta en una pasta manejable
	Recoger la pulpa.	15 seg.	
	Colocar la pulpa en un balde	10 seg.	

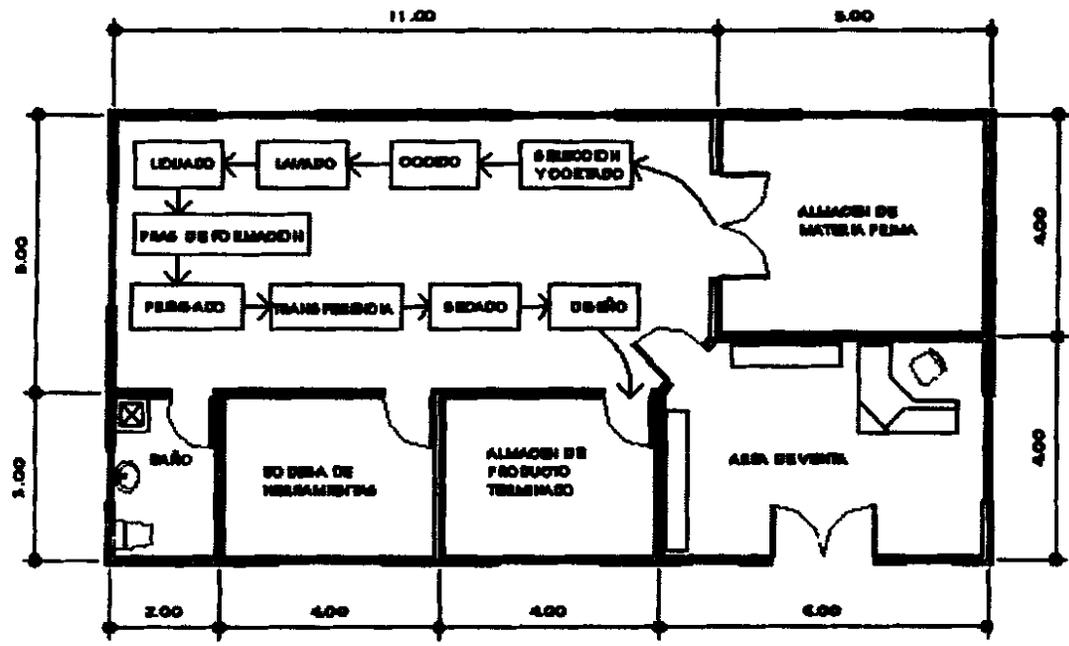


Actividad	Detalle	Tiempo	Observación
	Trasladar la pulpa al área de formación de papel.	4 min.	Se traslada de nuevo a la otra casa donde se realiza el 80% de la producción.
	Colocar la pulpa en un barril con agua.	2 min.	En esta etapa se da inicio a la formación de papel.
	Introducir los moldes de papel en el barril.	30 seg.	Este tiempo es únicamente para la introducción de un molde, ya que los demás moldes serán introducidos después de terminado el proceso del primer molde.
	Ecurrir el molde de papel.	1 min.	Se debe eliminar el exceso de agua que haya quedado en el molde.
	Colocar la pulpa en la base.	1 min.	La base se lleva de 15-30 hojas.
	Desprender el molde sobre la base.	1 min.	En esta fase queda el papel sobre la manta.
	Trasladarse la base completa al área de secado.	1 min.	Por lo general la base lleva de 15 a 30 hojas.
	Prensar la base.	30 min.	Las hojas han retirado un 40% de la humedad.
	Transportar el papel al área de producción.	1 min.	
	Traspasar cada hoja a la tabla de formica.	2 min.	Este tiempo es por hoja.
	Transportar al área de secado.	2 min.	
	Secar el papel sobre tabla de formica.	12 horas.	El papel debe recibir sombra y un poco de aire.



## DISTRIBUCION DE LA PLANTA

Para la distribución de la planta se toma en cuenta el espacio necesario para que todos los procesos se desarrollen de una manera adecuada y encontrar el óptimo uso del espacio del proyecto. A continuación se muestra la distribución de la planta en metros:





---

---

## **MANO DE OBRA**

La mano de obra utilizada en Papiro Colonial constituye el recurso principal para la elaboración del papel de fibra vegetal, ya que este se fabrica 100% de manera artesanal.

Se pueden identificar 2 tipos de mano de obra, directa e indirecta. La mano de obra directa consiste en todas aquellas personas que tienen contacto directo con el producto o con los clientes. En este caso la mano de obra directa la componen Jeny Recarte y 3 ayudantas. Todas estas personas están capacitadas para realizar todas las actividades del proceso productivo. En cuanto a la venta y servicio al cliente, la única encargada para realizar estas tareas es Jeny Recarte.

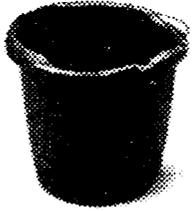
La mano de obra indirecta la componen las personas que no tienen contacto directo con el productos o con los clientes como ser: los puestos administrativos, los supervisores y el personal de limpieza y seguridad.

En la empresa en cuestión Jeny Recarte labora como administradora y supervisora de todas las actividades, pero esta también se encarga del proceso productivo así que se considera solamente como mano de obra directa.

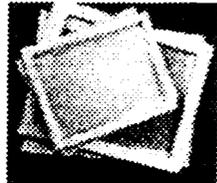
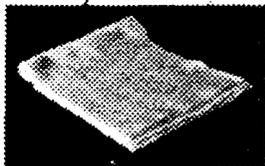
## **MAQUINARIA Y EQUIPO**

El nivel tecnológico de la maquinaria y equipo se especificó anteriormente, ahora se prosigue a la descripción de la totalidad del equipo utilizado, así como la cantidad con que cuenta la empresa y la función de la misma dentro del proceso productivo.



Cantidad	Nombre	Función	Descripción
4	Tijeras	Cortar plantas en pedazos pequeños	Tijeras de mango de plástico y cuerpo metálico.
2	Ollas	Cocer plantas	Ollas de acero inoxidable de 17" de alto y 15" de diámetro 
2	Cucharones	Mezclar para lograr un cocimiento uniforme	De madera de 20"
2	Picadores	Servir como base para picar plantas	Tablas de plástico de 20"x10"x 1/2"
2	Machetes	Picar las partes más duras de las plantas	Cuchilla gruesa, afilada de 12" 
5	Costales	Colar y lavar plantas cocidas	De plástico de 25"x14"
12	Baldes	Servir como recipiente para el agua desprendida del cocimiento	De plástico con capacidad de 3.5 galones 
2	Piedras de moler	Triturar las plantas cocidas para convertirlas en pulpa	Piedra maeza de 17" x 14" x 3 1/2" con mazo de piedra de 12" de largo y 3" de diámetro
1	Barril cortado por mitad	Colocar la pulpa en agua y agregar almidón	Barril cortado verticalmente por la mitad y colocado sobre una base metálica con cuatro soportes 3/4"x 2 3/4"x 11" (radio) y 17" altura base metálica.



2 de cada uno	Moldes de tela metálica	Extraer la pulpa almidonada del tanque	<p>Malla metálica en forma rectangular con marco de madera:</p> <p>a) 7"x9½"x1½"</p> <p>b) 14½"x11½"x1½"</p> <p>c) 18"x12"x1½"</p> <p>d) 24"x18"x1½"</p> 
	Mantas	Servir de base y secar la pulpa	<p>Tela de manta de color neutro (mismos tamaños que moldes)</p> 
4	Tablas de formica	Servir de base para que el papel adquiera uniformidad	Tablas de 22"x 15"x ½" forradas por un lado de formica
2	Bloques	Ejercer presión sobre las tablas de formica para que el papel adquiera uniformidad y desprenda un poco de agua.	Bloques de adobe de 21"x 10"x 7" con un peso aproximado de 12 lbs
4	Pizarras de formica	Servir de base para el secado del papel	Plywood forrado por ambos lados de formica de 72"x 23"x ½"
2	Rodillos	Traspasar la hoja de la manta a la pizarra de formica	Rodillos para cocina de madera de 21" de largo, área de mangos 5" cada una, área de aplanado de 11"
6	Burros	Servir de apoyo para las pizarras de formica y apoyo para tabla usada como mesa de trabajo.	
1	Tabla para mesa de trabajo	Mesa para picar, armar diferentes productos, etc	Tabla de plywood 48"x 48"x ½"



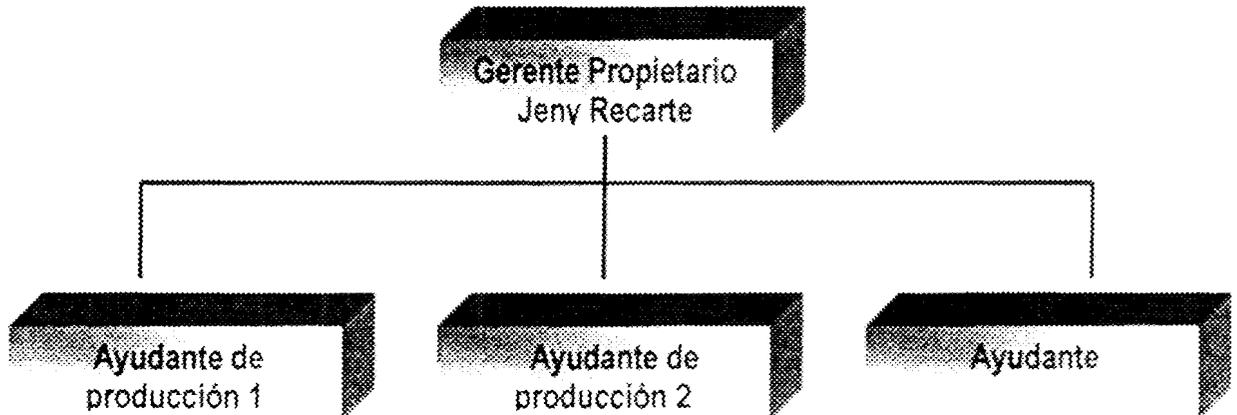
---

## Estructura Organizativa

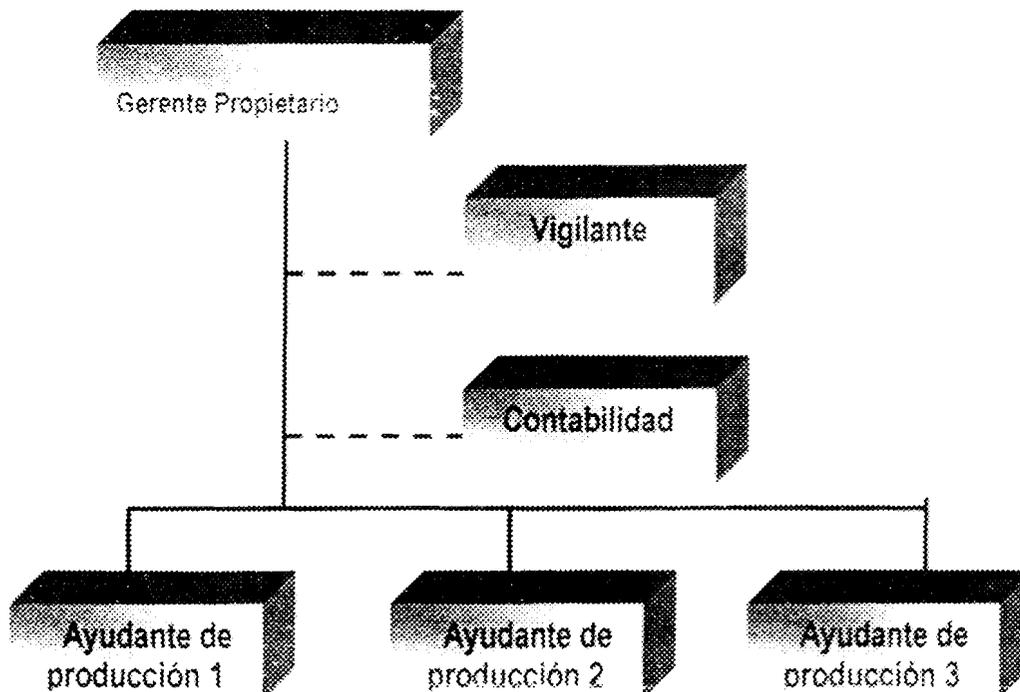
Actualmente Jeny Recarte cuenta con tres empleados (mujeres) de los cuales 3 de ellas son ayudantes en el área de producción.

A continuación se muestra el organigrama actual de Jeny Recarte:

### Organigrama Actual



### Organigrama Propuesto





#### Misión

Según pláticas con Jeny Recarte, su empresa tiene la misión de: "Ofrecer nuevas alternativas de productos artesanales, fabricados de desechos de plantas secas y de cosechas, contribuyendo así a la armonía humano / naturaleza que se necesita en el mundo. Satisfaciendo así no solo una necesidad humana sino también del medio ambiente"

#### Visión

La visión de Papiro Colonial es: " Lograr que la fabricación y comercialización de este producto despierte el interés nacional e internacional para contribuir al ambiente, y ser uno de los principales productos no-tradicionales de exportación."

#### Análisis de puestos

<b>Cargo</b>	<b>Requisitos</b>	<b>Funciones</b>
<i>Gerente Propietaria</i>	Poseer habilidades interpersonales, capacitación en análisis de costos, así como de administración de micro empresas	Se encargará de la supervisión de cada una de las personas que desempeñan las diferentes labores; así como también realizará las labores del control y compra de materias. También deberá mantener motivados y capacitados a sus empleados.
<i>Personal de Producción</i>	<i>Capacitación en la elaboración de papel artesanal, así como estar motivadas</i>	Se encargaran de la elaboración de los productos que se ofrecerán, controlar y reportar a la gerente la compra de materia prima.
<i>Contador</i>	<i>Poseer título de perito mercantil y estar colegiado en contaduría pública</i>	Llevar la contabilidad de la empresa y presentar reportes una vez al mes



## Propuestas

PROPUESTA	OBJETIVO	MATERIAL	PROCESO DE ELABORACIÓN
Impermeabilización del papel	Lograr conseguir un papel resistente al agua.	Cera de velas o betún	Frotar con ellos la superficie del papel (una vez secado y elaborado el papel) tan uniformemente como se pueda. Después, cubre la hoja de papel con un pliego de papel estraza y plancharlo para que la cera iraspase a la hoja. Estos elementos se deben añadir a la pulpa
Perfumado del papel	Brindar un producto diferenciado.	Popurri o hierbas aromáticas	
		Aceites de esencia	Aplicarlo al papel una vez seco, ya que dará un olor más fuerte, al no haberse diluido la esencia en agua. Una vez que la hoja este seca, situarla sobre la tabla de prensar. Después, colocar el objeto seleccionado para la estampación sobre el papel, en el lugar elegido y boca abajo. Cubrir esto con otra tabla de prensar. Finalmente, colocar el "sandwich" en la prensa y presionar tanto como se pueda. Sujetar el objeto bajo y contra el molde del papel mientras éste se extrae del barril (paso # 6), para elaborar la hoja de papel. El lugar por donde el objeto toque la pasta o la malla del molde quedará mas fino que las áreas restantes.
Estampación en seco	Lograr efectos decorativos	Objetos planos para estampar (moneda, llaves, etc.)	
Elaboración de marcas al agua	Lograr variedad de diseños de papel.	Objeto plano y que repele el agua	



Dentro de las propuestas se encuentran también unas hojas para el control de la producción y del inventario para así lograr mayor eficiencia, tanto en la recolección de información como también control de las unidades dañadas o mal elaboradas.

### Hoja de Control de Producción

Fecha				
Nombre	Producto	Unidades producidas	Mal Elaboradas	Unidades para la Venta
Jeny	005-1	10	2	8
Patricia	002-1	25	5	20
Yamilet	007-1	16	1	15

### Hoja de Inventario

Fecha				
Producto	Inicial	Producidas	Salidas	Final
001-	5	20	10	15
001-1	15	10	5	20
002-	60	0	15	45



---

---

## CONCLUSIONES DEL ESTUDIO TECNICO

- ◆ El tiempo aproximado de producción desde que se recolecta la materia prima hasta que se tiene la hoja de papel seca es de aproximadamente 15 horas 5 minutos y 55 segundos. El tiempo de producción puede variar dependiendo de la planta utilizada, ya que la fibra varía de planta en planta.
- ◆ Dentro del equipo ha utilizar esta una prensa, una trituradora eléctrica y una estufa de gas; este equipo serviría para mejorar el producto, al mismo tiempo que se desarrollaría un proceso productivo mas eficiente y en un menor tiempo de producción.
- ◆ La mano de obra utilizada en Papiro Colonial es el recurso más importante ya que es un producto de naturaleza artesanal. La mayor parte de esta es directa ya que la única que desempeña labor administrativa es la propietaria pero esta también tiene gran parte en la elaboración de los productos.
- ◆ El organigrama propuesto esta compuesto de la gerente propietaria, un vigilante y uno contador (personal de staff), y las ayudantes o personal de producción.
- ◆ Algunas de las propuestas del estudio técnico son para hacer un producto diferenciado y así seguir con lo planteado con las estrategias del estudio de mercado, también se plantean propuestas que sirven para tener un mejor control sobre las operaciones de producción y venta de productos, como ser las hojas de control.



---

---

## RECOMENDACIONES

- ◇ Al implementar el equipo que funciona con energía eléctrica, se recomienda ser prudente en el manejo de estos para ser eficiente en los gastos que se realicen por el uso de estos. También mantener el equipo en buen estado para que no sea necesaria la reparación de los mismos en un corto tiempo.
  
- ◇ Se recomienda no tener mucho inventario de producto terminado, ya que este causa gastos por almacenamiento. Se recomienda mantener el producto terminado almacenado en bolsas plásticas para evitar que la humedad los deteriore.
  
- ◇ Si se cuece las plantas durante demasiado tiempo, el papel resultante podrá deteriorarse con facilidad.
  
- ◇ Se recomienda trabajar únicamente por pedidos ya que así se ahorran varios costos de producción y solo mantener muestras de los productos.



---

---

## **ESTUDIO FINANCIERO**

### **OBJETIVOS**

- ◇ Presentar la metodología utilizada para la determinación de la VAN y la TIR
- ◇ Determinar la inversión inicial de la empresa y su situación financiera
- ◇ Determinar las necesidades totales de capital (Inversión Fija y Capital de Trabajo).
- ◇ Elaborar los estados financieros proyectándolos, bajo condiciones actuales por los siguientes 3 años.
- ◇ Analizar y proyectar los gastos e ingresos para elaborar estados financieros a 3 años .
- ◇ Determinar el punto de equilibrio (en unidades físicas y monetarias) a la vez el valor presente neto (VAN) y la tasa interna de retorno (TIR) del proyecto; con la finalidad de determinar la rentabilidad y oportunidad del negocio Papiro Colonial.
- ◇ Se concluirá con el cálculo de la inversión y los beneficios de las mejoras propuestas y su respectiva rentabilidad.

Según aspectos del estudio de mercado y técnico, se pudo concluir que existe un potencial de mercado por cubrir y de manera tecnológica no hay impedimentos para que el proyecto no se lleve a cabo.

A continuación se presenta la estructura de costos que pretende determinar cual es la cantidad de recursos económicos necesarios para la realización del proyecto Papiro Colonial. Al momento de determinar los egresos es necesario definir el término Costo:

- ◇ Costo .- se puede decir que este es un desembolso (salida) de efectivo o en especie, en este caso se hablarán de 2 tipos de costo; los costos hundidos que



son los que actualmente se ha incurrido en el negocio y los costos de oportunidad que son los costos en que se van a incurrir para poder buscar mejoras a la empresa.

En la empresa Papiro Colonial se pueden desglosar los siguientes Costos:

### 1. Costos de Producción

Estos son los que entran y forman parte en el proceso del producto terminado. Los materiales que se utilizan en la elaboración del papel de fibra vegetal se detallan en el cuadro 4.1 se hizo también una descripción de la inversión, de los materiales usados por la propietaria del negocio y así poder determinar la cantidad de materiales a utilizar mensualmente.

Cuadro 4.1 Materias Primas

Materiales Directos	Inversión Inicial	Costo Inicial de la Inversión	Cantidad Mensual	Costo Unitario	Costo mensual	Costo Anual
Fibra vegetal	20 costales	L. 400.00	8 costales	L. 20.00	L. 160.00	L. 1,440.00
Potasa	90 libras	L. 2,250.00	15 libras	L. 25.00	L. 375.00	L. 3,375.00
Lena	15 cargas	L. 600.00	3carga	L. 40.00	L. 120.00	L. 1,080.00
Caja de Fósforo	20 cajitas	L. 20.00	10 cajitas	L. 1.00	L. 10.00	L. 90.00
Cloro	2 galones	L. 62.60	1 galón	L. 31.30	L. 31.30	L. 281.70
Almidón	4 libras	L. 140.00	3 libras	L. 20.00	L. 60.00	L. 540.00
Aceite Clover Brand	2 botellas	L. 45.70	1 botella	L. 22.85	L. 22.85	L. 205.65
<b>Sub-total</b>		<b>L. 3,518.30</b>			<b>L. 778.15</b>	<b>L. 7,012.35</b>



Se debe mencionar que el costo inicial de la inversión esta para un periodo de 8 meses, por no tener un programa de materiales adecuado lo que provoca al negocio un atraso en el momento de adquirir algún material ya que pierde aproximadamente un día de producción porque tendria que viajar desde Capiro a Comayagua y Viceversa.

Los empleados son los encargados de transformar la materia prima en producto terminado para la venta. A continuación se desglosa la cantidad de empleados requeridos así como el salario que percibe y sus respectivas prestaciones sociales.

Cuadro 4.2

<b>Mano de Obra Directa</b>	<b>Total Sueldos pagados</b>	<b>Sueldo Propuesto</b>	<b>Prestaciones Mensuales</b>	<b>Total Mensual</b>	<b>Total Anual</b>
Empleado de Producción 1		400	11.67	411.67	4,940.04
Empleado de Producción 2		400	11.67	411.67	4,940.04
Empleado de producción 3		400	11.67	411.67	4,940.04
<b>Sub-total</b>	<b>4,419</b>	<b>1,200</b>	<b>35.01</b>	<b>1,215.01</b>	<b>14,620.12</b>

Al incrementar el nivel de producción, se vio la necesidad de aumentar los salarios de dichos empleados para lograr un mayor incentivo para cumplir con las demandas exigidas por el mercado, con un mayor nivel de calidad. Actualmente el sueldo de dichos empleados esta en un rango de L. 200.00 a L. 300.00 mensuales, trabajando la mitad de las 8 horas laborables.

es el personal que no interviene directamente en la transformación de las materias primas. Dentro de este rubro se incluyeron los siguientes costos:



Cuadro 4.3

Plan de Obra Indirecta	Total Sueldos pagados	Salario Propuesto	Presupuesto Mensual	Total Mensual	Total Anual
Gerente- propietaria		2,900.00	84.58	2,984.58	35,815.00
Vigilante		800.00	23.33	823.33	9,880.00
<b>Sub-total</b>		<b>3,700</b>	<b>107.91</b>	<b>3,807.91</b>	<b>45,695</b>

Los materiales indirectos son los que forman parte auxiliar en la presentación del producto terminado, sin ser el producto en sí, entre estos se mencionan los siguientes:

Cuadro 4.4

Materiales Indirectos	Inversión Inicial	Costo Inicial de la Inversión	Cantidad Mensual	Costo Unitario	Costo Mensual	Costo Anual
Pétalos de flores			5 libras	L. 17.00	L. 85.00	L. 765.00
Anilina	8 bolsitas	L. 64.00		L. 8.00		
Pegamento Blanco	1 galón	L. 240.00	1/2 galón	L. 240.00	L. 90.00	L. 810.00
<b>Sub-total</b>		<b>L. 304.00</b>			<b>L. 175.00</b>	<b>L. 1,575.00</b>

Los insumos requeridos para el funcionamiento del proceso productivo se detallan a continuación

Cuadro 4.5

Servicios Básicos	Costo Mensual	Costo Anual
Agua	L. 150.00	L. 1,350.00
electricidad	L. 200.00	L. 1,800.00
Teléfono	L. 300.00	L. 2,700.00
<b>sub-total</b>	<b>L. 650.00</b>	<b>L. 5,850.00</b>



Los costos indirectos de fabricación son costos virtuales que se tratan y tienen el efecto de un costo sin serlo. A continuación se presenta detalladamente el cuadro de depreciaciones de los activos fijos.

Cuadro 4.6 Depreciación de Activos Fijos<sup>1</sup>

Maquinaria y Equipo	Costo Total	Valor residual 10%	Valor a depreciar	Depreciación mensual	Depreciación anual
<b>Maquinaria y equipo de producción</b>					
Estufa eléctrica	L. 3.000.00	L. 300.00	L. 2.700.00	L. 45.00	L. 540.00
Licadora eléctrica	L. 394.00	L. 39.40	L. 354.60	L. 5.91	L. 70.92
Prensa	L. 1.300.00	L. 130.00	L. 1.170.00	L. 19.50	L. 234.00
<b>Total maquinaria y equipo de producción</b>	<b>L. 4.694.00</b>	<b>L. 469.40</b>	<b>L. 4.224.60</b>	<b>L. 70.41</b>	<b>L. 844.92</b>
<b>Mobiliario y equipo de oficina</b>					
Escritorio	L. 1.200	L. 120.00	L. 1.080.00	L. 18.00	L. 216.00
Silla de escritorio	L. 600	L. 60.00	L. 540.00	L. 9.00	L. 108.00
Sumadora	L. 1.500	L. 150.00	L. 1.350.00	L. 22.50	L. 270.00
Sillas para el cliente	L. 740	L. 74.00	L. 666.00	L. 11.10	L. 133.20
Estante de Madera	L. 700	L. 70.00	L. 630.00	L. 10.50	L. 126.00
<b>Total mobiliario y equipo de oficina</b>	<b>L. 4.740.00</b>	<b>L. 474.00</b>	<b>L. 4.266.00</b>	<b>L. 71.10</b>	<b>L. 853.20</b>
<b>Total Depreciación Activo Fijo</b>	<b>L. 9.434.00</b>	<b>L. 943.40</b>	<b>L. 8.490.60</b>	<b>L. 141.51</b>	<b>L. 1.698.12</b>

Las depreciaciones se realizaron bajo el método de línea recta, esto consiste en recuperar una cantidad igual cada año por un periodo de 5 años, aplicándose un 10% de valor residual.

Cuadro 4.7 Amortización de Activos Diferidos

Inversión Diferida	Costo Total	Valor a Amortizar	Amortización Mensual	Amortización anual
Total Inversión Diferida	12,191	10,972	L. 182.87	2,194

La inversión diferida son los activos intangibles de la empresa, por lo que es necesario realizar una amortización ya que estos activos con el uso del tiempo, no baja de precio o se deprecia. La amortización se realiza para recuperar la inversión en dichos activos.

<sup>1</sup> Inversión fija son los bienes propiedad de la empresa



## 2. Costos de Administración

Cuadro 4.8

Costos Administrativos	costo de inversión	cantidad Mensual	costo Unitario	costo mensual	costo anual
Gerente Propietaria		1		L. 2.984.58	L. 26.861.25
Vigilante		1		L. 823.33	L. 7.410.00
Alquiler	2200	9 meses	L. 500.00	L. 500.00	L. 4.500.00
<b>sub total</b>	<b>2200</b>			<b>L. 4.307.92</b>	<b>L. 38.771.25</b>

Actualmente se ha pagado 11 meses de alquiler, con un costo mensual de L. 200.00, en el transcurso del año.

Se propone a la propietaria trasladarse a un nuevo local ubicado en el Municipio de Comayagua, por lo que este gasto se incluyó en el cuadro anterior. El costo incluido de alquiler del nuevo establecimiento es únicamente por 9 meses del año 1, 2 y 3, ya que los tres meses restantes se incluyeron dentro del capital de trabajo

## 3. Costos de Venta

Cuadro 4.9

Costos de Venta	costo de inversión	cantidad Mensual	costo Unitario	costo mensual	costo anual
Gasto de promoción y publicidad					L. 1.950.00
Viáticos por ventas personal (2)		2 veces	L. 300.00		L. 600.00
<b>sub total</b>					<b>L. 2.550.00</b>

A continuación se detalla en el siguiente cuadro cada uno de los gastos de promoción y publicidad incurridos y propuestos dentro del proyecto.



Cuadro 4.10

Gastos de Promoción y Publicidad	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Cantidad	Unidad	Costo Unitario
Tarjetas de presentación	4	L	1.50	100.00	L	50.00	L	600.00	
Creación de Logotipo		L	150.00	1.00	L	150.00	L	150.00	
Mostrario de Productos		L	200.00	1.00	L	200.00	L	200.00	
Participación en Ferias y exposiciones	2	L	500.00	2.00	L	83.33	L	1.000.00	
<b>Total gastos de promoción y publicidad</b>					L	<b>483.33</b>	L	<b>1.950.00</b>	

#### 4. Costos Financieros

Se detallan los intereses que se deben pagar en relación con el préstamo de L. 23,879.85 obtenido en Fundación Coveló. ( ver cuadro 4.12 y 4.13)

#### METODOLOGIA UTILIZADA

Para determinar la factibilidad del proyecto se utilizaron los métodos del valor presente Neto (VAN) y la tasa interna de rendimiento (TIR), Balance General y flujo de caja, para saber si es conveniente o no la ejecución del mismo.



---

---

◇ **Valor Presente Neto (VAN)**

Es un método usado para evaluar las propuestas de inversión de capital mediante la obtención del valor presente de los flujos netos de efectivo en el futuro descontado al costo de capital de la empresa o a la tasa de rendimiento requerida.

Si en el proyecto la VAN es cero, significa que los flujos de efectivo del proyecto son justamente suficiente para reembolsar el capital invertido y para proporcionar la tasa requerida de rendimiento sobre ese capital. El proyecto se aceptara cuando la VAN es Cero o mayor a este, de lo contrario el proyecto se rechazara.

◇ **Tasa Interna de retorno (TIR)**

Este método se usa para evaluar las propuestas de inversión mediante la aplicación de la tasa de rendimiento sobre un activo, la cual se calcula encontrando la tasa de descuento que iguala el valor presente de los flujos de entrada de efectivo al costo de la inversión. Es aquella tasa de descuento que hace el valor presente de los flujos de entrada de un proyecto sea igual al valor presente de sus costos.

Si la VAN y la TIR son positivas y la TIR es mayor que la tasa mínima de rendimiento aceptable el proyecto es aceptado.



Cuadro 4.11 Plan Global de Inversiones

1. Inversión Fija	Inventario unidades	Costo de inventario	cantidad	Costo unitario	Costo Total
Maquinaria y equipo de producción					
Estufa eléctrica	1	L. 3,000.00		L. 3,000.00	
Prensa			1	L. 1,300.00	L. 1,300.00
Tijeras	4	L. 288.00		L. 72.00	
Ollas	2	L. 240.00	1	L. 120.00	L. 120.00
Cucharones	2	L. 96.00	2	L. 48.00	L. 96.00
Picadores	2	L. 200.00		L. 100.00	
Machetes	2	L. 300.00		L. 150.00	
Costales	5	L. 28.00	8	L. 5.00	L. 28.00
Baldes	12	L. 540.00	6	L. 45.00	L. 270.00
licuadora eléctrica	1	L. 394.00		L. 394.00	
Piedras de Moler	3	L. 750.00			
Barril Cortado por mitad	1	L. 250.00	1	L. 250.00	L. 250.00
Moldes de Tela Metálica	8	L. 416.00	2	L. 52.00	L. 104.00
Mantas	3 yardas	L. 60.00	3 yardas	L. 20.00	L. 60.00
Tablas de Formica	4	L. 1,000.00		L. 250.00	
Bloques		L. -		L. 1.50	
Fizarras de formica	2	L. 700.00	2	L. 350.00	L. 700.00
Rodillos	2	L. 174.00	1	L. 87.00	L. 87.00
Burros	6	L. 1,200.00		L. 200.00	
Guantes de Hule	1	L. 14.00	2	L. 14.00	L. 28.00
Tablas para mesa de trabajo	1	L. 80.00		L. 80.00	
<b>sub- total</b>		<b>L. 9,727.00</b>			<b>L. 3,940.00</b>
Mobiliario de oficina					
Escritorio			1	L. 1,200.00	L. 1,200.00
Silla de escritorio			1	L. 600.00	L. 600.00
Sumadora			1	L. 900.00	L. 900.00
Sillas para el cliente			2	L. 370.00	L. 740.00
Estante de Madera	2	L. 700.00		L. 350.00	
Mecha de trapeador	1	L. 22.00	1	L. 22.00	L. 22.00
Trapeador	1	L. 22.00	1	L. 22.00	L. 22.00
Escoba	1	L. 28.00	1	L. 28.00	L. 28.00
<b>sub-total</b>		<b>L. 772.00</b>			<b>L. 3,512.00</b>
<b>1.2 Diferidos</b>					
Estudio de factibilidad			1	L. 10,000.00	L. 6,000.00
Escritura y gastos legales			1	L. 2,691.00	L. 2,691.00
Imprevistos				L. 1,500.00	L. 1,500.00
<b>sub-total</b>					<b>L. 12,191.00</b>
<b>1.3 Capital de Trabajo Inicial (3 meses)</b>					
Aquiler				L. 500.00	L. 1,500.00



Servicios básicos	L.	650.00	L.	1,950.00	
Papejería (talonario de Factura)	L.	18.00	L.	36.00	
Sueldos	L.	5,042.92	L.	15,128.75	
inventario (1mes)	L.	1,242.00	L.	1,242.00	
viáticos de transporte y combustible	3	L.	200.00	L.	600.00
<b>sub total</b>				<b>L. 20,456.75</b>	
<b>Total de la inversión</b>		<b>L. 10,499.00</b>		<b>L. 39,199.75</b>	

El plan de inversión que anteriormente se refleja cual es la inversión al inicio del negocio ya sea referente a sus maquinaria y equipo de producción como de oficina. además del costo y cantidad de artículos utilizados. Al estar 8 meses aproximadamente en el mercado la inversión que se ha hecho es de Lps. 10,499.00 y se esta proponiendo una inversión en maquinaria y equipo, diferidos y un capital de trabajo para 3 meses de operación a un costo de Lps 39,199.75.00. Cabe mencionar que los costos unitarios de los productos se mantienen constantes debido a que son materiales que no sufren cambios al corto plazo

Cuadro 4.12

<b>PLAN DE INVERSIÓN Y FUENTES DE FINANCIAMIENTO</b>				
	<b>Inversión Total</b>	<b>Fondos Propios</b>	<b>Financiamiento</b>	
<b>INVERSION FIJA</b>				
<b>Maquinaria y Equipo de producción</b>				
Prensa	L. 1,300.00	L. 520.00	L.	780.00
Ollas	L. 120.00	L. 48.00	L.	72.00
Cucharones	L. 96.00	L. 36.40	L.	57.60
Costales	L. 25.00	L. 10.00	L.	15.00
Baldes	L. 270.00	L. 108.00	L.	162.00
Barril Cortado por mitad	L. 250.00	L. 100.00	L.	150.00
Moldes de Tela Metálica	L. 104.00	L. 41.60	L.	62.40
Mantas	L. 60.00	L. 24.00	L.	36.00
Pizarras de formica	L. 700.00	L. 280.00	L.	420.00
Rodillos	L. 87.00	L. 34.80	L.	52.20
Guantes de Hule	L. 28.00	L. 11.20	L.	16.80
<b>sub total</b>	<b>3,040</b>	<b>L. 1,216.00</b>	<b>L.</b>	<b>1,824.00</b>
<b>Mobiliario y Equipo de oficina</b>				
Escritorio	L. 1,200.00	L. 480.00	L.	720.00
Silla de escritorio	L. 600.00	L. 240.00	L.	360.00
Sumadora	L. 1,500.00	L. 600.00	L.	900.00



Sillas para el cliente	L.	740.00	L.	296.00	L.	444.00
Mecha de trapeador	L.	22.00	L.	8.80	L.	13.20
Trapeador	L.	22.00	L.	8.80	L.	13.20
Escoba	L.	26.00	L.	11.20	L.	16.80
<b>sub-total</b>		<b>4,112</b>	<b>L.</b>	<b>1,644.80</b>	<b>L.</b>	<b>2,467.20</b>
<b>TOTAL ACTIVO FIJO</b>		<b>7,152</b>		<b>2,861</b>		<b>4,291</b>
<b>Inversión Diferida</b>		<b>12,191</b>	<b>L.</b>	<b>4,876.40</b>	<b>L.</b>	<b>7,314.60</b>
<b>Capital de trabajo (3 meses)</b>						
Alquiler	L.	1,500	L.	600.00	L.	900.00
Servicios básicos	L.	1,960	L.	780.00	L.	1,170.00
Papelera (talónario de Factura)	L.	36	L.	14.40	L.	21.60
Sueldos	L.	15,129	L.	6,051.50	L.	9,077.25
Inventario (1mes)	L.	1,242	L.	496.80	L.	746.20
viáticos de transporte y combustible	L.	600	L.	240.00	L.	360.00
<b>sub total</b>		<b>20,457</b>	<b>L.</b>	<b>8,182.70</b>	<b>L.</b>	<b>12,274.05</b>
<b>Total del Proyecto</b>	<b>L.</b>	<b>39,799.75</b>	<b>L.</b>	<b>15,919.90</b>	<b>L.</b>	<b>23,879.85</b>
<b>PARTICIPACION %</b>		<b>100%</b>		<b>40%</b>		<b>60%</b>

## Disponibilidad de Recursos Financieros

El monto a utilizar para la inversión a las mejoras propuestas para el negocio Papiro Colonial es de Lps. 39,199.75 y la fuente de financiamiento sería la Fundación Coveló.

Dicha Fundación cuenta con un Programa de Crédito Individual, que busca financiar a empresarios independientes, propietarios de una micro o pequeña empresa, en forma individual.

Los requisitos para aplicar a este financiamiento son:

- Mayor de 18 años.
- Tener como mínimo un año de residir en el actual domicilio.
- Llevar un sistema simple de control de cuentas.
- Fotocopia de la Tarjeta de Identidad.
- Demostrar solvencia moral.



Los tipos de garantía para este programa son: fiduciarias, prendarias, hipotecarias o mixtas. Cuando se pide una garantía prendaria o mixta el costo de la garantía no debe ser menor al 60% del total del préstamo.<sup>2</sup>

La tasa de interés es del 36% anual en un periodo de 3 años, incluido un año de gracia, en el que solo se pagan intereses. A continuación se presenta la amortización del préstamo que se hizo utilizando cuota Nivelada sobre pago a capital, ya que es la manera en que la realizan en esta fundación.

Cuadro 4.13

TABLA DE AMORTIZACIÓN Fundación Covelo				
MESES PERIODO	CUOTA NIVELADA	Tasa de Interés: ABONO A CAPITAL	PAGO DE INTERESES	36% SALDO INSOLUTO
0				L. 23.879.85
1			L. 716.40	23.879.85
2			L. 716.40	23.879.85
3			L. 716.40	23.879.85
4			L. 716.40	23.879.85
5			L. 716.40	23.879.85
6			L. 716.40	23.879.85
7			L. 716.40	23.879.85
8			L. 716.40	23.879.85
9			L. 716.40	23.879.85
10			L. 716.40	23.879.85
11			L. 716.40	23.879.85
12			L. 716.40	23.879.85
13	1.410.04	693.66	L. 716.40	23.186.20
14	1.410.04	714.46	L. 695.59	22.471.74
15	1.410.04	735.89	L. 674.15	21.735.85
16	1.410.04	757.97	L. 652.08	20.977.89
17	1.410.04	780.71	L. 629.34	20.197.18
18	1.410.04	804.13	L. 605.92	19.393.05

<sup>2</sup> Dato obtenido en una entrevista con la Lic. Karla Ucles, encargada del Departamento de Créditos de fundación Covelo.



19	1,410.04	828.25	L	581.79	18,564.80
20	1,410.04	853.10	L	556.94	17,711.70
21	1,410.04	878.69	L	531.35	16,833.01
22	1,410.04	905.05	L	504.99	15,927.06
23	1,410.04	932.20	L	477.84	14,995.75
24	1,410.04	960.17	L	449.87	14,035.58
25	1,410.04	988.98	L	421.07	13,046.60
26	1,410.04	1,018.66	L	391.40	12,027.96
27	1,410.04	1,049.20	L	360.84	10,978.75
28	1,410.04	1,080.68	L	329.36	9,898.07
29	1,410.04	1,113.10	L	296.94	8,784.97
30	1,410.04	1,146.49	L	263.56	7,638.48
31	1,410.04	1,180.89	L	229.15	6,457.59
32	1,410.04	1,216.32	L	193.73	5,241.27
33	1,410.04	1,252.81	L	157.24	3,988.46
34	1,410.04	1,290.39	L	119.66	2,698.08
35	1,410.04	1,329.10	L	80.94	1,358.97
36	1,410.04	1,368.97	L	41.07	0.00

### Capacidad de Pago

Dicho análisis se realizó con la finalidad de conocer la existencia de disponibilidad de pago por parte de la propietaria, en el caso de adquirir un préstamo. Es importante este dato, ya que el prestamista necesita conocer si existe capacidad para cumplir con cada uno de los pagos exigidos.

	1	2	3
Utilidad neta	1,314	14,112	33,577
Más Depreciaciones y amortizaciones	3,893	3,893	3,893
<b>Capacidad de Pago</b>	<b>5,208</b>	<b>18,004</b>	<b>37,470</b>
Menos Amortización del préstamo			
Préstamo del banco	(3,391)	16,471	17,370
Total Amortizaciones			
<b>Índice de Capacidad de Pago</b>	<b>1.54</b>	<b>1.09</b>	<b>2.18</b>



El análisis demuestra que en los dos últimos años de operación, existe capacidad de pago por parte del negocio. Se puede observar una variación en los resultados, ya que para el primer año existe un déficit de 1.54, a diferencia del segundo año (1.09) y tercer año (2.16) en donde existe capacidad para cubrir el pago de la deuda.

### Flujos de Efectivo (Punto de vista del Inversorista)

Cuadro 4.14

		Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
<b>Ingreso</b>					
Préstamo	L.	23,880			
Ingreso Por Ventas	L.	13,465	L. 80,908	L. 104,210	L. 128,386
Ingreso por participación feria	L.	2,166			
<b>Total Ingreso</b>	L.	<b>39,510</b>	<b>L. 80,908</b>	<b>L. 104,210</b>	<b>L. 128,386</b>
<b>Egresos</b>					
Maquinaria y equipo	L.	3,040			
Mobiliario y equipo de oficina	L.	3,512			
Costo de producción	L.	8,241	L. 29,445	L. 30,328	L. 31,845
Costo de Administración	L.	2,200	L. 38,771	L. 44,587	L. 51,275
Costo de Ventas	L.	6,000	L. 2,550	L. 2,933	L. 3,372
Depreciación	L.	92	L. 1,698	L. 1,698	L. 1,698
Amortización Diferidos			L. 2,194	L. 2,194	L. 2,194
Intereses y cuota amortizada			L. 8,597	L. 16,471	L. 17,370
Diferidos	L.	12,191			
capital trabajo	L.	20,457			
<b>Total egresos</b>	L.	<b>55,733</b>	<b>L. 83,255</b>	<b>L. 98,211</b>	<b>L. 107,755</b>
Utilidad antes de ISR	L.	(16,223)	L. (2,347)	L. 5,999	L. 20,632
Impuesto sobre la renta(15%)	L.	-	L. 0	L. 900	L. 3,095
<b>Utilidad después de ISR</b>	L.	<b>(16,223)</b>	<b>L. (2,347)</b>	<b>L. 5,099</b>	<b>L. 17,537</b>
Depreciación			L. 1,698	L. 1,698	L. 1,698
Amortización Diferidos			L. 2,347	L. 2,194	L. 2,194
Flujo de Caja Neto	L.	(16,223)	L. 1,545	L. 8,992	L. 21,429
<b>Flujo de Caja Neto Deflatado</b>	L.	<b>(16,223)</b>	<b>L. 1,344</b>	<b>L. 6,799</b>	<b>L. (4,091)</b>



---

Los flujos netos de efectivo calculados anteriormente se obtuvieron restando a los ingresos todos los costos incurridos en la producción como también los impuestos que se debe pagar. Los ingresos no provienen únicamente por ventas del producto sino también por fuentes externas, como el préstamo que se recibirá en el año 2002.

Los costos presentados son los que se han venido analizando con anterioridad e igualmente provienen de fuentes internas, que son todos aquellos costos incurridos en la producción, y externas como los intereses y cuota de amortización que se incluyen a partir del año 1, ya que el préstamo fue adquirido en el transcurso del año 0. Los flujos de efectivo calculados y la tasa a la que se evaluará el proyecto (TMAR 12%) proporcionan las bases para el cálculo del valor actual neto (VAN) y la tasa interna de retorno (TIR). Estos datos se presentan a continuación:

<b>VAN</b>	<b>381</b>
TIR	13%

Se concluye que el proyecto es factible, ya que la TIR esta sobre la TMAR y el valor actual neto es positivo.

A continuación se presenta los flujos de efectivo desde el punto de vista de la inversión total (sin adquirir el préstamo). Cabe mencionar que los resultados tanto de la VAN y la TIR proporcionan suficientes evidencias de factibilidad del proyecto. Es importante mencionar que es necesario que el negocio adquiera el valor del préstamo, ya que no cuenta con suficiente liquidez para poner en marcha el proyecto.



## Flujo de Efectivo (Inversión Total)

Cuadro 4.15

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
<b>Ingreso</b>				
<b>Ventas</b>				
Ingreso por ventas	L. 13.465.00	L. 80.908.18	L. 104.209.73	L. 128.386.39
Ingreso por participación fena	L. 2.165.50			
<b>total ingreso</b>	<b>L. 15.630.50</b>			
<b>Egresos</b>				
<b>Inversión</b>				
Inversión Actual	L. 10.499.00			
Maquinaria y equipo	L. 3.040			
Mobiliario y equipo de oficina	L. 4.112			
Costo de Producción	L. 8.241	L. 29.445	L. 29.816	L. 30.386
Costo de Administración	L. 2.200	L. 38.771	L. 38.771	L. 38.771
Costo de Ventas		L. 2.550	L. 2.550	L. 2.550
Depreciación	L. 92	L. 1.698	L. 1.698	L. 1.698
Amortización Diferidos		L. 2.194	L. 2.194	L. 2.194
capital de trabajo	L. 20.457			
diferidos	L. 12.191			
<b>Total egresos</b>	<b>L. 50.333</b>	<b>L. 74.659</b>	<b>L. 75.130</b>	<b>L. 75.608</b>
Utilidad antes de ISR	L. (34.703)	L. 6.250	L. 29.080	L. 52.778
Impuesto sobre la renta(*)	L. -	L. 937	L. 4.362	L. 7.917
Utilidad después de ISR	L. (34.703)	L. 5.312	L. 24.718	L. 44.861
Depreciación		L. 1.698	L. 1.698	L. 1.698
Amortización Diferidos		L. 2.194	L. 2.194	L. 2.194
<b>Flujo de Caja Neto</b>	<b>L. (34.703)</b>	<b>L. 9.205</b>	<b>L. 28.611</b>	<b>L. 48.754</b>

<b>TUAR</b>	<b>12.000%</b>
<b>VAN</b>	<b>Lps 31.026.40</b>
<b>IR</b>	<b>47.28%</b>



## Estado de Resultados

Cuadro 4.16

Detalle	año 0	año 1	año 2	año 3
<b>Ingresos por Ventas</b>				
ventas de productos	L. 13,466.00	L. 80,908.18	L. 104,209.73	L. 128,386.39
Ingreso por participación feria	L. 2,166.50			
<b>Total Ingreso</b>	<b>L. 15,630.50</b>			
<b>Egresos</b>				
Costo de producción	L. 8,241.30	L. 28,444.66	L. 29,739.30	L. 30,036.69
Costo de Administración	L. 2,200.00	L. 38,771.26	L. 38,771.26	L. 38,771.26
Costo de Ventas	L. 8,580.00	L. 2,550.00	L. 2,626.50	L. 2,705.30
Gasto por intereses		L. 8,596.75	L. 16,470.65	L. 17,370.39
<b>Total egresos</b>	<b>L. 19,021.30</b>	<b>L. 79,362.85</b>	<b>L. 87,607.70</b>	<b>L. 88,883.63</b>
Utilidad antes del Impuesto s/Renta	L. (3,390.80)	L. 1,545.33	L. 16,602.03	L. 39,602.76
Impuesto s/ Renta 15%		L. 231.80	L. 2,490.31	L. 5,925.41
<b>Utilidad neta</b>	<b>L. (3,390.80)</b>	<b>L. 1,313.53</b>	<b>L. 14,111.73</b>	<b>L. 33,677.34</b>

En el estado de resultados se presenta todos los ingresos y gastos durante los períodos como también la utilidad neta, en este proyecto se puede observar que los ingresos excedieron el total de los egresos, teniendo como resultado ganancias que incrementan en cada año. Existe una variación de utilidad entre el año 0 y los demás años, esto es, porque en el año 2001 las ventas son mínimas, ya que el negocio recién inició operaciones, mientras que en los próximos años las ventas se verán incrementadas ya que se cuenta con un plan propuesto de mejoras (estudio de mercado, técnico y financiero).

### Proyección de ingreso / costo / punto de equilibrio

Los ingresos de Papiro Colonial registradas en el 2001 (año de operación) son los siguientes:

ventas de productos	L. 12,386.00
Ingreso por participación feria	L. 2,166.50
<b>Total Ingreso</b>	<b>L. 14,530.50</b>



Las proyecciones de ventas obtenidas por el estudio de mercado son las siguientes:

Cuadro 4.17

Productos	Año 2002			Año 2003			Año 2004		
	Unidades	Precio unitario	Ingreso total	Unidades	Precio unitario	Ingreso total	Unidades	Precio unitario	Ingreso total
Tarjetas de presentación	3,978	L. 2.40	L. 9,547.78	4,456	L. 2.76	L. 12,297.54	4,990	L. 3.04	L. 15,150.56
Tarjetas con sobre	1,000	L. 30.00	L. 29,995.20	1,120	L. 34.50	L. 38,633.82	1,264	L. 37.95	L. 47,696.86
Boisas	924	L. 28.00	L. 23,069.76	923	L. 32.20	L. 29,713.86	1,034	L. 35.42	L. 36,607.46
Papel (hoja)	367	L. 6.00	L. 2,937.60	411	L. 9.20	L. 3,783.63	461	L. 10.12	L. 4,661.43
Cajas	363	L. 32.00	L. 11,619.64	407	L. 36.80	L. 14,966.35	465	L. 40.48	L. 18,438.55
Papel gravado	107	L. 35.00	L. 3,738.00	120	L. 40.26	L. 4,814.54	134	L. 44.28	L. 5,931.52
<b>Total</b>	<b>6,639</b>		<b>L. 80,908.18</b>	<b>7,436</b>	<b>L. 25.95</b>	<b>L. 104,209.73</b>	<b>8,328</b>	<b>L. 28.55</b>	<b>L. 128,388.39</b>

Para determinar el precio de venta por producto se requirió bastante cooperación por parte de la productora, la cual nos facilitó los costos por producto en relación con la materia prima requerido que es la base al momento de formular los precios, en el precio propuesto se incluye los otros costos de producción (costos de insumos, mano de obra entre otros)

Cuadro 4.18

Productos	Año 2002			Año 2003			Año 2004		
	Unidades	Costo unitario	Costo total	Unidades	Costo unitario	Costo total	Unidades	Costo unitario	Costo total
Tarjetas de presentación	3,978	L. 1.95	L. 7,757.57	4,456	L. 2.01	L. 8,946.13	4,990	L. 2.11	L. 10,524.18
Tarjetas con sobre	1,000	L. 6.75	L. 6,746.92	1,120	L. 6.95	L. 7,785.55	1,264	L. 7.30	L. 9,155.81
Boisas	924	L. 4.50	L. 3,707.64	923	L. 4.64	L. 4,277.13	1,034	L. 4.67	L. 5,029.91
Papel (hoja)	367	L. 4.50	L. 1,652.40	411	L. 4.54	L. 1,806.21	461	L. 4.87	L. 2,241.70
Cajas	363	L. 4.50	L. 1,634.04	407	L. 4.64	L. 1,895.03	465	L. 4.87	L. 2,216.79
Papel gravado	107	L. 24.50	L. 2,616.60	120	L. 28.24	L. 3,018.51	134	L. 26.50	L. 3,549.77
<b>Total</b>	<b>6,639</b>	<b>L. 7.76</b>	<b>L. 24,117.17</b>	<b>7,436</b>	<b>L. 8.02</b>	<b>L. 27,821.57</b>	<b>8,328</b>	<b>L. 8.42</b>	<b>L. 32,718.16</b>



Para poder determinar el punto de equilibrio se procedió por adquirir un promedio entre el precio y costo unitario del primer año para luego hacer va proyección en los siguientes años respectivamente:

Cuadro 4.19

Referencias de Punto de Equilibrio	Año 2002		Año 2003		Año 2004	
	Unidades	Precio Unitario	Unidades	Precio Unitario	Unidades	Precio Unitario
Precio	6.639	22.57	7.436	25.95	8.328	28.55
Costo	6.639	7.78	7.436	8.02	8.328	8.42
Margen Promedio (L)	6.639	14.79	7.436	17.93	8.328	20.13
Margen Promedio (%)	6.639	66%	7.436	69%	8.328	71%
Costo Fijo	41.321.25		47.519.44		54.647.36	
PE unidades	2.793.86		2.649.66		2.714.72	
<b>PE lempiras</b>	<b>62.607.95</b>		<b>68.868.75</b>		<b>76.968.10</b>	

El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que son exactamente iguales los beneficios por venta (utilidades) al momento de sumarle de los costos fijos y variables. Este punto dará con facilidad el punto mínimo de producción al que debe operarse para no incurrir en pérdidas.

#### Fórmulas del punto de equilibrio

Punto de equilibrio en Lempiras = costo fijos / %margen promedio

Punto de equilibrio en unidades = costos fijos / margen promedio en lempiras (unitario)



## Balance General Papero Colonial

Cuadro 4.20

<b>ACTIVO</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
<b>Circulante:</b>				
Efectivo	L. 1,711.41			
Caja y Bancos	L. 3,200.00		L. 8,602.57	L. 34,527.00
<b>Total Circulante</b>	<b>L. 4,911.41</b>	<b>L. -</b>	<b>L. 8,602.57</b>	<b>L. 34,527.00</b>
<b>Activos Fijos</b>				
Mobiliario y equipo de oficina	L. 4,884.00	L. 4,884.00	L. 4,884.00	L. 4,884.00
Depreciación acumulada	L. 853.20	L. 1,706.40	L. 2,559.60	L. 3,412.80
<b>sub total</b>	<b>L. 4,030.80</b>	<b>L. 3,177.60</b>	<b>L. 2,324.40</b>	<b>L. 1,471.20</b>
Maquinaria y equipo de Producción	L. 12,767.00	L. 12,767.00	L. 12,767.00	L. 12,767.00
Depreciación acumulada	L. 844.92	L. 1,689.84	L. 2,634.76	L. 3,379.68
<b>sub total</b>	<b>L. 11,922.08</b>	<b>L. 11,077.16</b>	<b>L. 10,232.24</b>	<b>L. 9,387.32</b>
<b>Total Fijo</b>	<b>L. 15,952.88</b>	<b>L. 14,254.76</b>	<b>L. 12,556.64</b>	<b>L. 10,858.52</b>
Activos Diferidos	L. 12,191.00	L. 12,191.00	L. 12,191.00	L. 12,191.00
Aquiller pagado por adelantado		L. 1,500.00	L. 1,500.00	L. 1,500.00
Amortización		L. 8,596.75	L. 16,470.66	L. 17,379.39
<b>Total Diferido</b>	<b>L. 12,191.00</b>	<b>L. 12,191.00</b>	<b>L. 12,191.00</b>	<b>L. 12,191.00</b>
Otros activos	L. 20,456.75	L. 20,456.75	L. 20,456.75	L. 30,456.75
<b>Total del activo</b>	<b>L. 53,512.04</b>	<b>L. 46,902.51</b>	<b>L. 53,806.96</b>	<b>L. 88,033.27</b>
<b>PASIVO Y CAPITAL</b>				
Préstamo	L. 23,879.86	L. 16,263.10	L. 7,409.20	L. 6,609.46
otros pasivos	L. 2,754.00	L. 3,768.00	L. 7,815.00	L. 13,456.00
Capital inicial	L. 10,954.00	L. 10,954.00	L. 10,954.00	L. 10,954.00
Capital del socio	L. 15,919.90	L. 15,919.90	L. 15,919.90	L. 15,919.90
Utilidades retenidas			L. 10,952.37	L. 41,181.98
<b>Total Pasivo y Capital</b>	<b>L. 53,507.75</b>	<b>L. 45,925.00</b>	<b>L. 53,060.47</b>	<b>L. 88,021.33</b>

<sup>3</sup> El capital inicial, es la inversión realizada por la productora en maquinaria / equipo de producción y mobiliario de oficina (ver cuadro 4.11).

<sup>4</sup> El capital del socio es la cantidad aportada con fondos propios de la productora (ver cuadro 4.12).



---

## **Conclusiones y Recomendaciones**

- ❖ Actualmente se cuenta con una ventaja en costos, ya que parte de la materia prima se encuentra con abundancia en los alrededores de la zona de producción.
- ❖ Según bases financieras, el proyecto Papiro Colonial es rentable, aunque un poco sensible a los cambios en los ingresos o egresos.
- ❖ Es necesario que se lleve un registro contable, para obtener un mayor control en los gastos que se incurran como también en los ingresos obtenidos.
- ❖ La inversión total del proyecto es bajo, por lo que hace que el mismo sea atractivo y pueda llevarse a la ejecución por la productora.
- ❖ De acuerdo a las estrategias de mercadeo planteadas en el estudio, las ventas se espera que aumenten en el transcurso del tiempo, lo anterior se sustenta con la experiencia vivida en la feria, ya que hubo una gran aceptación de los productos por parte del mercado.
- ❖ Existe una gran capacidad por parte de la productora para la administración de recursos (financieros, humanos y materiales), por lo que recomendamos que disponga del mayor empeño e interés para poner en práctica los conocimientos adquiridos en el área de contabilidad como también la experiencia obtenida de los asesores de proyecto durante los tres meses de intenso trabajo conjunto.



---

---

# ANEXOS



---

---

## **FERIA DEL EMPRENDEDOR COMAYAGUA COLONIAL 2001**

### **INTRODUCCION**

La realización de la Feria del Emprendedor Comayagua Colonial fue un éxito. Durante la preparación todo parecía no terminar. El día comenzó desde las 5:00 am, ya que todos los grupos comenzaban a prepararse para ese interminable día. A las 6:00 am estaban reunidos la mayoría de los grupos en la plaza, todos con un ánimo incomparable y un nerviosismo impactante. A medida que transcurría el día todos los grupos estaban más relajados aunque cansados de la faena que parecía no terminar. Una vez acabada la jornada a todos nos pareció que tanto trabajo había sido fructífero y que el tiempo transcurrido no fueron horas sino minutos.

### **OBJETIVOS**

Para obtener un mejor resultado, así como una buena coordinación el grupo se trazo los siguientes objetivos:

- ◆ Dar a conocer el papel artesanal y los productos que se pueden fabricar de este.
- ◆ Analizar la aceptación que poseen dichos productos.
- ◆ Demostrar y capacitar a Yeny en el montaje profesional de un stand.
- ◆ Lograr la participación activa de las productoras.
- ◆ Hacer contactos con posibles compradores.
- ◆ Lograr la venta de los artículos de papel artesanal.



## REALIZACION DEL STAND

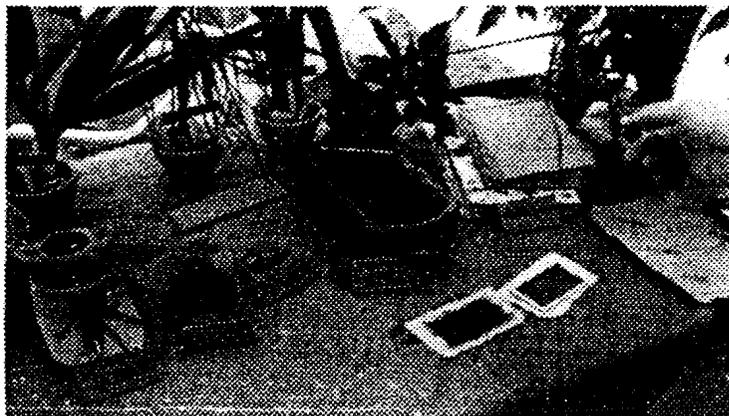
El motivo o tema que se represento fue lo natural y ecológico. Pensando en este tema se busco que la decoración estuviese representada por símbolos de la naturaleza. Algunos de los objetos o materiales utilizados para cumplir con este propósito fueron:

- ❖ Tela de bramante
- ❖ Petate
- ❖ Troncos
- ❖ Una simulación de una pared de piedra; y
- ❖ Pino para brindar un aroma silvestre; entre otras cosas.

## CONTENIDO DEL STAND

El stand se encontraba compuesto, en primer lugar, por un rotulo el cual fue pintado en un petate que incluía el logotipo y slogan de Papiro Colonial, con su respectiva misión y visión.

Posteriormente se mostró, en el lado izquierdo del stand, el proceso productivo, muestras de las diferentes plantas usadas en la elaboración del papel y los muestrarios, el anterior a la asesoría y el propuesto por el grupo.





---

Al continuar el recorrido nos encontramos con algunos productos que fabricaba anteriormente Yeny, como se puede observar eran un tanto rudimentarios y poco atractivos



Después pasamos a los productos modificados los cuales poseen mayor valor agregado y una etiqueta la cual muestra el nombre de la empresa, el número de teléfono y el correo electrónico de Papiro Colonial.

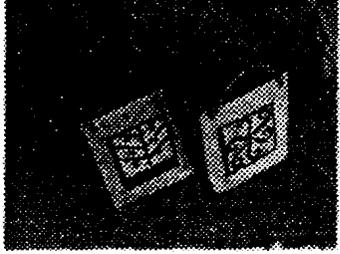
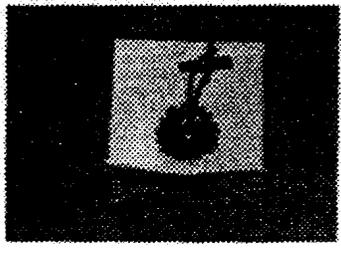




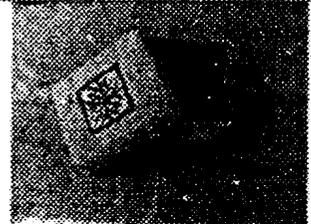
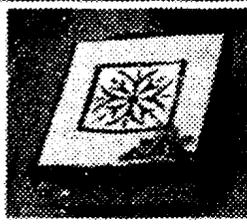
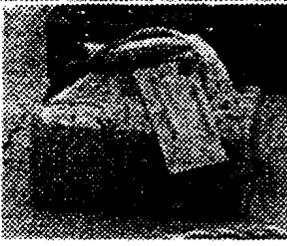
Toda la composición del stand se presenta a continuación junto a los integrantes del equipo y con la participación de la productora asesorada y sus ayudantas.



En la siguiente tabla se presentarán algunos de los productos con sus modificaciones y diseños de nuevos productos ideados por el grupo.

Producto	Antes	Después
Bolsitas		



Producto	Antes	Después
Productos Forrado de Papel		
Productos nuevos	Pantalla para candelas 	
Cajas		
Nuevo diseño de caja		



---

---

## **PERCEPCION GENERAL DEL STAND**

**Según comentarios recibidos el día de la feria, la decoración del Stand pareció muy original a la mayoría, ya que ésta logró representar a la naturaleza, no solo con la decoración, sino también con el aroma a pino fresco.**

## **PROCESO PRODUCTIVO**

**Decidimos no solo atraer la atención con toda la decoración, ya que al exponer el proceso productivo y algunas de las plantas utilizadas en la elaboración del papel, nos propusimos cultivar y educar a las personas, ya que muchas de ellas no conocían siquiera el papel artesanal.**

## **ACEPTACION DE LOS PRODUCTOS**

**La aceptación de los productos fue fabulosa, en especial los productos de barro forrados de papel artesanal. Estos tuvieron tal aceptación que en las primeras dos horas de la feria ya estaba vendida la mayoría. Se decidió no entregar los productos vendidos, hasta más adelante, ya que el stand hubiese quedado vacío. Esta falta de productos se debió a que la productora estaba un poco escéptica de la feria y no fabricó la cantidad de productos propuesta por el grupo.**



## VENTA DE PRODUCTOS

A continuación se muestran las ventas que se realizaron durante la feria:

Cantidad	Productos	Precio Unitario Promedio	Costo Unitario Promedio	Utilidad Neta Unitaria	Utilidad Neta
5	Bolsitas	25.00	6.00	19.00	95.00
2	Cajitas	20.00	5.00	15.00	30.00
10	Casas de barro	150.00	80.00	70.00	700.00
5	Jarrones de barro	100.00	60.00	40.00	200.00
5	Iglesias de barro	175.00	100.00	75.00	375.00
25	Papel grabado	35.00	9.50	25.50	637.50
	<b>Tamaño de Papel</b>				
10	8 1/2" x 11"	9.00	4.50	4.50	45.00
8	8 1/2" x 14"	12.00	5.50	6.50	52.00
2	15" x 20"	25.00	9.50	15.50	31.00
Total					2,165.50

45

**ENCUESTA**

1. ¿ Actualmente en que departamento reside usted?

\_\_\_\_\_

2. ¿ Conoce usted el papel fabricado de fibra natural?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_ (pase a la pregunta #7)

3. ¿Cómo se entero de la existencia de este producto?

\_\_\_\_\_

4. ¿A adquirido usted alguna vez este producto?

Si \_\_\_\_\_  
No \_\_\_\_\_ ¿Por qué? \_\_\_\_\_ (pase a la preg.#7)

5. ¿ Donde adquirió estos productos?

\_\_\_\_\_

6. ¿En que presentaciones ha adquirido este producto?

Papel _____	Cajas _____	Papel grabado _____
Libretas _____	Sobres _____	otros _____
Tarjetas _____	Bolsas _____	

7. ¿Compraría usted productos elaborados de este material?

Si \_\_\_\_\_ ¿Por qué? \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_ ¿Por qué? \_\_\_\_\_ (pase a datos demográficos)

8. ¿ Evalúe cada atributo del 1-5, siendo 1 de < valor y 5 de > valor?

Textura \_\_\_\_\_ Grosor \_\_\_\_\_ Color \_\_\_\_\_ Diseño \_\_\_\_\_

Observaciones \_\_\_\_\_

9. ¿ cuanto estaría dispuesto a pagar?

Papel _____	Cajas _____	Papel grabado _____
Libretas _____	Sobres _____	Tarjetas _____ Bolsas _____

10. ¿Dónde le gustaría encontrar este tipo de producto?

\_\_\_\_\_

**ENCUESTA**

1. ¿ Conoce usted el papel fabricado de fibra natural de plantas?

Si \_\_\_\_\_ Donde? \_\_\_\_\_  
 No \_\_\_\_\_

2. ¿Compraría usted productos elaborados de este material?

Si \_\_\_\_\_ ¿Por qué? \_\_\_\_\_  
 No \_\_\_\_\_ ¿Por qué? \_\_\_\_\_ (pase a datos demográficos)

3. ¿En que presentaciones le gustaría adquirir este producto?

Papel \_\_\_\_\_ Cajas \_\_\_\_\_ Papel grabado \_\_\_\_\_ Fólder \_\_\_\_\_  
 Libretas \_\_\_\_\_ Sobres \_\_\_\_\_ Agenda \_\_\_\_\_ Tarjetas de presentación \_\_\_\_\_  
 Tarjetas \_\_\_\_\_ Bolsas \_\_\_\_\_ otros \_\_\_\_\_

5.

Cantidad Unitaria	Producto	Con que frecuencia		
		Mensual	Trimestral	Semestral

Observaciones: \_\_\_\_\_

6. ¿ Enumere por orden de importancia los siguientes atributos, siendo 1 de > valor y 5 de < valor?

Textura \_\_\_\_\_ Grosor \_\_\_\_\_ Color \_\_\_\_\_ Precio \_\_\_\_\_ Diseño \_\_\_\_\_

7. ¿ Cuanto estaría dispuesto a pagar, por los siguientes productos ( marque con una X la castilla)?

Papel	Tarjetas	Bolsas	Sobres	Papel grabado	Cajas
Lps. 9.00 - 12.00	Lps. 15.00 - 18.00	Lps. 22.00 - 25.00	Lps. 22.00 - 25.00	Lps. 30.00 - 34.00	Lps. 22.00 - 25.00
Lps. 13.00 - 16.00	Lps. 19.00 - 22.00	Lps. 26.00 - 29.00	Lps. 26.00 - 29.00	Lps. 35.00 - 38.00	Lps. 26.00 - 29.00
Lps. 17.00 - 20.00	Lps. 23.00 - 26.00	Lps. 30.00 - 34.00	Lps. 30.00 - 34.00	Lps. 39.00 - 42.00	Lps. 30.00 - 34.00

8. ¿En que ocasiones compraría este tipo de producto?

\_\_\_\_\_

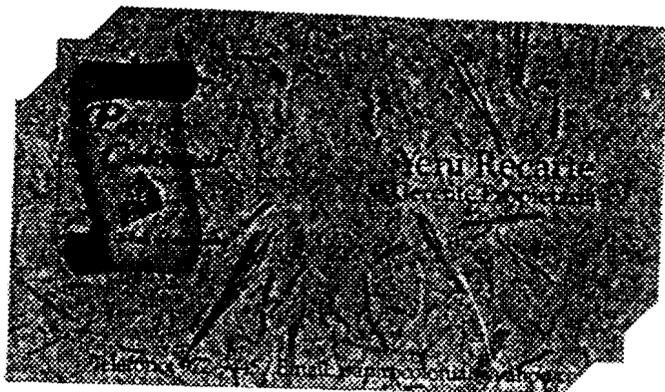
**DATOS DE LA EMPRESA**

Nombre Empresa: \_\_\_\_\_ Nombre Encuestado: \_\_\_\_\_

Teléfono: \_\_\_\_\_ Ubicación: \_\_\_\_\_

### Anexo #3

Muestra de Tarjeta de Presentación:



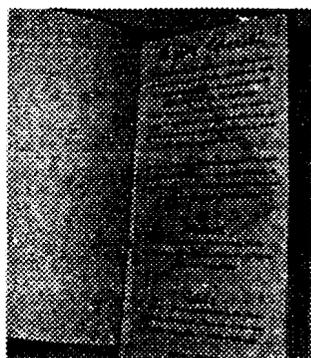
Fotos de Muestrario Propuesto:



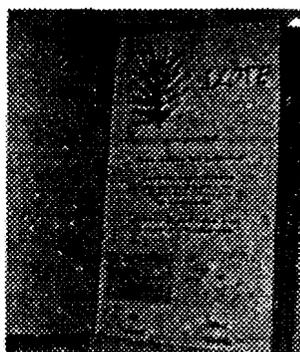
Caratula



Portada



Breve Reseña de  
Papiro Colonial



Dibujo de Planta con  
muestra de papel

Anexo # 4

Lista de Contactos

Empresa	Encargado	Teléfono	Ubicación
Alfarería Uclés	Erlinda Uclés	779-0599	Santa Lucía (Tegucigalpa)
El camaleón Souvernir's	Ruth Flores	766-2125	Valle de angeles (Tegucigalpa)
Ecosistemas Souvernir's	Roger Cruz	779-0319	Santa Lucía (Tegucigalpa)
Hondufloor	Karina Bueso	232-5242	Centro Comercial Los Castaños (Tegucigalpa)
Value Center	Marlen Vargas	221-4015	Mall El Dorado (Tegucigalpa)
Cyber Café	Vilma de Suazo		Mall El Dorado (Tegucigalpa)
Distribuidora Covesa	Oscar Cosenza	221-4215	Mall El Dorado (Tegucigalpa)
Sol y Sombra	Tomas Navarro	221-4268	Mall El Dorado (Tegucigalpa)
Arte Honduras	Iris de Pineda	220-5077	Hotel Honduras Maya (Centro de Tegucigalpa)
Souvernir's Shop	Chaito de Hernández	222-4528	Centro de Tegucigalpa
Souvernir's Don Quijote	Nora Campos	220-4535	Centro de Tegucigalpa
Souvernir's Latino	Leticia Carranza	222-2029	Centro de Tegucigalpa
Artesanía Maya	Isabel Casco	238-2471	Centro de Tegucigalpa
Academia Creación	Agustina López	238-1072	Centro de Tegucigalpa
Souvernir's Copan Maya	Fátima Fajardo	238-2027	Centro de Tegucigalpa
Marce's	Leticia de Mahomar	232-5963	Col. Palmira (Tegucigalpa)
Camelot Music	Nasim Farach	232-1367	Mall Multiplaza (Tegucigalpa)
Hotel Excelsior	Jorge Salman	237-2638	Centro de Tegucigalpa
Alessandra Souvernir's	Melba Avila	766-2775	Valle de angeles (Tegucigalpa)
Hotel Posada del Angel	Ciro Peña	766-2875	Valle de angeles (Tegucigalpa)
Souvenir's Tegucigalpa	Carla Estevez	233-7682	Centro de Tegucigalpa
Los cartuchos	Luis Alfonso	766-2981	Valle de angeles (Tegucigalpa)
New Suvernir's	Carola Diters	772-1071	Comayagua
Banco La Vivienda	Gabriela Vallecillo	772-0474	Comayagua
Clamer Tours	Alicia Romero	772-0925	Comayagua
DHL	Suyapa Marroquin	772-1062	Comayagua
Budget	Nataly Wulpert	772-9212	Comayagua
Banco BGA	Marbella Urquía	772-0031	Comayagua
Hotel Halston	Ana Marcia	772-0755	Comayagua
Nature's Sunshine	Henry Valdiviezo	772-3466	Comayagua
Bio Productos Naturales	Mireya Cruz	772-8036	Comayagua
INCEHSA	Hans Tech	772-0358	Comayagua
Vilatoro Fotocolor	Florana Matínez	772-1528	Comayagua
Banco Baner	Gema Madrid	772-2643	Comayagua
Florarte	Gelda de Bográn	772-0088	Comayagua
Esther Tours	Sandra Maldonado	772-1288	Comayagua
Agencia de viaje López	Maria Luisa Díaz	772-4729	Comayagua
Banco Continental	Heidy Cabrera	772-1622	Comayagua