



FACULTAD DE POSTGRADO

TESIS DE POSTGRADO

**ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA EL
ESTABLECIMIENTO DE UNA NUEVA SUCURSAL DE CAFÉ
LITERARIO EN LAS INSTALACIONES DE UPNFM**

SUSTENTADO POR:

DIANA CAROLINA FLORES ESTRADA

PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE

MÁSTER EN ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS

TEGUCIGALPA, FRANCISCO MORAZÁN, HONDURAS,

C.A.

ENERO, 2015

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA
UNITEC**

FACULTAD DE POSTGRADO

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR

LUIS ORLANDO ZELAYA MEDRANO

SECRETARIO GENERAL

ROGER MARTINEZ

VICERRECTOR ACADÉMICO

MARLON BREVÉ REYES

VICERRECTORA CAMPUS SPS

ANA LOURDES LAFFITE

DECANO DE LA FACULTAD DE POSTGRADO

DESIREE TEJADA

**ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA EL
ESTABLECIMIENTO DE UNA NUEVA SUCURSAL DE CAFÉ
LITERARIO EN LAS INSTALACIONES DE UPNFM**

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

MÁSTER EN

ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS

ASESOR METODOLÓGICO

LIDABEL ALMENDAREZ

ASESOR TEMÁTICO

ANA MAIER

MIEMBROS DE LA TERNA:

ING. OSCAR CARDONA

ING. ISMAEL ABARCA

DERECHOS DE AUTOR



FACULTAD DE POSTGRADO
ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA EL
ESTABLECIMIENTO DE UNA NUEVA SUCURSAL DE CAFÉ
LITERARIO EN LAS INSTALACIONES DE UPNFM

AUTORES:

DIANA CAROLINA FLORES ESTRADA

Resumen

El presente documento se ha elaborado con el fin de dar a conocer la importancia y los beneficios posibles al ampliar las operación de Café Literario hacia la UPNFM, se muestra como una propuesta que estudia el mercado hacia el cual esta ampliación estaría dirigido, la inversión necesario a ser realizada para poder contar con un segundo local de éxito y la rentabilidad que es posible obtener al definir bien el negocio y contar con un sistema apropiado de seguimiento, monitoreo y control.

Se pretende contar con equipo e instalaciones de primera calidad que inviten a los consumidores a pasar un momento agradable al consumir los productos brindados por el café, contar con la oportunidad de elegir entre una golosina, un dulce o un bocadillo saludable siempre poniendo en primer lugar la satisfacción del cliente y por ende la calidad del producto.



GRADUATE SCHOOL
PRE-FEASIBILITY STUDY FOR THE ESTABLISHMENT OF
A NEW BRANCH OF LITERARY COFFEE AT UPNFM
FACILITIES

AUTHORS:
DIANA CAROLINA FLORES ESTRADA

ABSTRACT

This document has been prepared in order to publicize the importance and potential benefits to extend the operation Literary Cafe towards UPNFM, shown as a proposal that studies the market to which this extension would run, investment necessary to be done to have a local second of success and profitability that can be obtained by defining the business well and have an appropriate tracking system, monitoring and control.

It is intended to take first quality equipment and location, that invite consumers to spend some quality time to consume the products offered by the coffee shop, have the opportunity to choose from a treat, a sweet or a healthy snack always putting first customer satisfaction and therefore the quality of the product.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios en primer lugar, que me ha brindado la oportunidad de culminar con éxito este proyecto y me ha dado la fuerza para salir adelante enfrentando la adversidad, en segundo lugar a mis padres y a mi esposo que me han apoyado en este largo trayecto y han contribuido para hacer de mí una mejor persona y una mejor profesional.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a todos mis compañeros de grupo de quien pude aprender tantas cosas y con quien pude presentar excelentes proyectos, a los catedráticos que me han dado la oportunidad de absorber conocimientos que a ellos tanto les ha costado adquirir y a Café Literario y todo el personal por brindarme la oportunidad de crecer y darme la posibilidad de expandir la empresa.

ÍNDICE DE CONTENIDO

CAPITULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN	1
1.1 INTRODUCCIÓN	1
1.2 ANTECEDENTES	2
1.2.1 RESEÑA HISTÓRICA (Morazan, 2008)	2
1.2.2 LA LIBRERÍA UNIVERSITARIA.....	3
1.2.3 CAFÉ LITERARIO	6
1.3 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA.....	7
1.3.2 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	8
1.4 OBJETIVOS	9
1.5 JUSTIFICACIÓN	9
CAPITULO II. MARCO TEÓRICO	10
2.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL	11
2.1.1 ANÁLISIS DEL MACRO-ENTORNO	11
2.1.2 ANÁLISIS DEL MICRO-ENTORNO.....	18
2.2 TEORÍAS	20
2.2.1 TEORÍAS DE SUSTENTO.....	20

2.2.2	CONCEPTUALIZACIÓN.....	21
CAPITULO III. METODOLOGÍA.....		23
3.1	CONGRUENCIA METODOLÓGICA	23
3.1.1	LA MATRIZ METODOLÓGICA.....	23
3.1.2	OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	25
3.1.3	HIPÓTESIS.....	26
3.2	ENFOQUE Y MÉTODOS	26
3.3	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	26
3.3.1	POBLACIÓN.....	26
3.3.2	MUESTRA	27
3.3.3	UNIDAD DE ANÁLISIS.....	28
3.3.4	UNIDAD DE RESPUESTA	28
3.4	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS APLICADOS.....	28
3.4.1	INSTRUMENTOS (CUESTIONARIOS, FICHAS DE OBSERVACIÓN, ETC.).....	28
3.4.2	TÉCNICAS (ENCUESTAS, ENTREVISTAS, ETC.)	28
3.4.3	PROCEDIMIENTOS	28

3.5	FUENTES DE INFORMACIÓN	29
3.5.1	FUENTES PRIMARIAS	29
3.5.2	FUENTES SECUNDARIAS	29
CAPITULO IV. RESULTADOS Y ANALISIS.....		30
4.1	PRODUCTO.....	30
4.1.1	DEFINICIÓN DE CAFÉ	31
4.2	MODELO DE NEGOCIOS.....	31
4.3	PROPIEDAD INTELECTUAL.....	32
4.4	FACTORES CRÍTICOS DE RIESGOS	33
4.5	ESTUDIO DE MERCADO	58
4.5.1	ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA Y LA INDUSTRIA	58
4.5.2	ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR.....	60
4.5.3	ESTIMACIÓN DE LAS TENDENCIAS DEL MERCADO	60
4.5.4	ESTRATEGIA DE MERCADO Y VENTAS	68
4.6	ESTUDIO DE PRODUCCIÓN Y OPERACIONES	70
4.6.1	DISEÑO DEL PRODUCTO O SERVICIO.....	70
4.6.2	INSTALACIONES DE PRODUCCIÓN	71

4.6.3	PLANIFICACIÓN DE PRODUCCIÓN.....	76
4.6.4	COSTOS.....	79
4.6.5	MATERIA PRIMA	80
4.6.6	PLANIFICACIÓN ORGANIZACIONAL	84
4.6.7	FACTORES AMBIENTALES	110
4.7	ESTUDIO FINANCIERO	113
4.7.1	FLUJO DE CAJA PROYECTADO	113
4.7.2	ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO.....	115
4.7.3	ANÁLISIS DE PUNTO DE EQUILIBRIO.....	116
4.7.4	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.....	116
4.7.5	REQUERIMIENTOS DE CAPITAL Y FINANCIEROS	119
4.8	ASPECTOS LEGALES Y REGULATORIOS.....	119
4.8.1	TRÁMITES LEGALES	119
4.8.2	MARCO REGULATORIO	125
CAPITULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....		127
5.1	CONCLUSIONES.....	127
5.2	RECOMENDACIONES	128

CAPITULO VI. APLICABILIDAD	129
6.1 MODELO DE NEGOCIOS.....	129
6.2 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	129
6.3 ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR	129
6.4 ESTIMACIÓN DE LAS TENDENCIAS DEL MERCADO	130
6.5 ANÁLISIS PARA LA FIJACIÓN DE PRECIOS.....	131
6.6 ESTRATEGIA DE MERCADO Y VENTAS.....	131
6.7 ESTUDIO TÉCNICO	132
6.8 PRODUCTO.....	132
6.9 INSTALACIONES DE PRODUCCIÓN	133
6.10 PLANIFICACIÓN ORGANIZACIONAL.....	134
6.11 FACTORES AMBIENTALES.....	135
6.12 ESTUDIO FINANCIERO	135
6.12.1 FLUJO DE CAJA PROYECTADO	136
6.12.2 CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN Y PUESTA EN MARCHA DEL PROYECTO. 137	
6.12.3 ESTRUCTURA DE DESGLOSE DE TRABAJO	138

Anexos	142
ANEXO 1.....	142
ANEXO 2.....	143
ANEXO 3.....	145
ANEXO 4.....	146
ANEXO 5.....	149

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Instalaciones de Café Literario en la Universidad Nacional Autónoma de Honduras. Fuente: (Flores, 2014).....	6
Figura 2 Zonas Productoras de Café	13
Figura 3 Ciclo del Proyecto.....	33
Figura 4 Consumo de café por día	65
Figura 5 Preferencias de la Marca	65
Figura 6 Preferencia de Marca.....	66
Figura 7 Vista Satelital de la Universidad Pedagógica Francisco Morazán..	72
Figura 8 Distribución Actual del Área	73
Figura 9 Distribución Prevista de las áreas de Café Literario	74
Figura 10 Vista Final de Café Literario UPNFM en 3D	75
Figura 11 Proceso de Elaboración de Café	77
Figura 12 Proceso para elaboración de granitas y refresco naturales.	78
Figura 13 Gráfica de Preferencias de Tipos de Bebida	79
Figura 14 Gráfica de Preferencia de Jugos Naturales	79
Figura 15 Gráfica de Preferencias de Bocadillos.....	80

Figura 16 Organigrama General de la Empresa	84
Figura 17 Ubicación de Baristas en el Organigrama	90
Figura 18 Ubicación de Administrador en el Organigrama	97
Figura 19 Ubicación de Gerente General en el Organigrama	105
Figura 20 Ubicación de Consejo de Propietarios en el Organigrama	110

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Variedades del Café y Cualidades Organolépticas modificado de (Puertas, 2002)	12
Tabla 2 Población Económicamente Activa Centroamérica	19
Tabla 3 Diagrama de Gantt, Procedimiento para la Elaboración del Estudio.	29
Tabla 4 Categorización de los Riesgos	34
Tabla 5 Identificación y Análisis Cualitativo de Riesgos	39
Tabla 6 Plan de Respuesta a los Riesgos	50
Tabla 7 Bocadillos de preferencia	58
Tabla 8 Precios de la Competencia	59
Tabla 9 Oferta Café Literario	59
Tabla 10 Porcentaje de Consumo por Marca	66
Tabla 11 Fijación Interna de Precios	67
Tabla 12 Precio de venta	67
Tabla 13 Capacidad de Producción por Hora	75
Tabla 14 Ingredientes y Costo de Bebidas	81
Tabla 15 Costos Unitarios	81

Tabla 16 Costos de inversión	82
Tabla 17 Identificación de los Tipos de Contaminantes en el Proceso	111
Tabla 18 Pago por Permiso de Operación de Acuerdo al Ingreso	121
Tabla 19 Pago Anual por Código de Barra	124
Tabla 20 Precio de Venta en Café Literario	131
Tabla 21 Costos de Inversión Inicial	133

CAPITULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 INTRODUCCIÓN

En un país como Honduras el tema del café es de vital importancia tanto económica como socialmente, ha sido cultivado por muchos años pero podría ser mejor explotado. En el presente documento se pretende dar a conocer la oportunidad que presenta la transformación del café y la posibilidad que este nos brinda al mejorar la calidad de vida al aumentar nuestros ingresos.

Según Rodney Santacreo Ponce (Santacreo Ponce, 2004), historiador, el café fue traído a Honduras en 1788, sin embargo no es hasta años recientes en que los productores de café especial se han interesado por darle valor agregado a este cultivo. El precio del café en la bolsa de valores es muy variable, sin embargo se pretende demostrar que la apertura de un café en las instalaciones de la Universidad Pedagógica Francisco Morazán UPNFM será rentable.

El café debe cumplir con ciertas características que permitan la distinción de este entre la competencia para esto se han definido los requerimientos necesarios para poder ofrecer café de calidad a los consumidores de dicha universidad.

Para comprobar la rentabilidad de este establecimiento ubicado en la librería de la UPNFM se ha considerado como objetivo principal, elaborar un estudio de pre-factibilidad para la apertura de Café Literario para el año 2015 en la universidad Pedagógica Nacional dentro de la librería UPNFM.

Para cumplir dicho objetivo se han elaborado los estudios de mercado, técnico y financiero que permitirán conocer las oportunidades que brinda este tipo de negocio en un establecimiento como los es la UPNFM y al final del documento se pueden conocer los resultados, las conclusiones, recomendaciones y limitantes que se tuvieron al realizar los estudios correspondientes.

1.2 ANTECEDENTES

1.2.1 RESEÑA HISTÓRICA (Morazan, 2008)

La Universidad Pedagógica Francisco Morazán, ubicada en Tegucigalpa, Honduras, ha sido el centro educativo de los docentes de educación superior por excelencia, creada como una escuela de educación superior del profesorado en 1956, convirtiéndose en lo que hoy conocemos como la Universidad Pedagógica Nacional Francisco Morazán en 1989.

La UPNFM surge como escuela de educación superior del profesorado en 1956 como una necesidad gubernamental para mejorar el grado de conocimiento y experiencia en el sistema educativo nacional y debido a la gran necesidad del país se abre en 1974 el Programa de Profesionalización de Docentes del Nivel Primario y en 1978 el Programa de Educación a Distancia.

El Programa de educación a distancia está dirigido básicamente a los maestros asignados a las comunidades para impartir clases de educación básica, con el propósito de que puedan continuar sus estudios y que esto esté acorde con el tiempo, recursos o trabajo del que ellos dependen. Es un programa con creciente necesidad que se deriva en la creación, en 1981 del Centro Regional de la Escuela Superior del Profesorado F.M. en la ciudad de San Pedro Sula.

El 14 de diciembre de 1989, después de 33 años de exitosa trayectoria a nivel nacional este centro de estudio se convierte en la reconocida Universidad Nacional Pedagógica Francisco Morazán-UPNFM, con especial interés en la formación a nivel superior de los ya maestros de educación básica. Actualmente la UPNFM cuenta con carreras de licenciatura presencial y a distancia, postgrados a nivel de maestría y doctorado, oportunidad para cursar diplomados y carreras cortas, además de continuar con programas de educación continua para docentes entre otros.

1.2.2 LA LIBRERÍA UNIVERSITARIA

La Universidad Pedagógica Nacional Francisco Morazán cuenta con 2 librerías, donde llegan miles de estudiantes de diferentes grados académicos con el propósito de adquirir libros y útiles escolares, una de ellas ubicada en San Pedro Sula y la otra en Tegucigalpa, debido a la naturaleza de la población universitaria estas librerías son lugares muy dinámicos, los alumnos, quienes también son profesores tienen mucha necesidad de comprar materiales y libros tanto para recibir como para impartir clases.

El actual Rector de esta Universidad, David Orlando Marín, remodeló esta librería en abril 2012, dejando un espacio provisto para la ubicación de un café, donde los estudiantes puedan llegar a adquirir esta bebida y comprar el material didáctico que necesiten o el libro de su predilección, mismo que pueden leer en las inmediaciones de la librería con el propósito de fomentar la lectura. (Hernandez, 2014)

Actualmente en la librería se llevan a cabo diferentes tipos de actividades literarias, sin embargo no se cuenta con el valor agregado que busca el Rector Marín para darle realce a este tipo de eventos y busca un café que se interese por varios elementos como ser: calidad del producto, buena atención e interés por la formación; características de Café Literario.

1.2.2.1 ORIGEN DEL CAFÉ

La historia del origen del consumo del café ha sido víctima de varios escritores, estudiosos del café y anécdotas fantásticas, según Santiago de Lascasas Monreal (Lascasas Monreal, 2010) en su publicación origen del café muchos estudiosos del café coinciden en que el consumo del café es originario de Etiopía y de acuerdo a Charles G. H. Schaefer, profesor de la Universidad de Valparaíso, quienes primero lo consumían fue la tribu de Los Oromo, sin embargo su uso era muy diferente al actual, puesto que se le consideraba una medicina.

Ellos manifestaban “El café es nuestra gran medicina. De entre todos los árboles fue bendecido por Waqa (supremo Dios del Cielo), bendecido con sus lágrimas. Todas

las plantas crecen por la lluvia pero la planta del café brota de las lágrimas de Waqa.”
(Lascasas Monreal, 2010)

Además, se consumía en todo tipo de eventos que esta tribu desease solemnizar como ser matrimonios, nacimientos entre otros. Se comía básicamente mezclada con cereales y manteca de origen animal con el propósito de reponer las fuerzas que aquellos que realizaban arduas labores.

El café es un producto que fue consumido únicamente en Etiopia por muchos siglos antes de ser consumido fuera de sus fronteras, además de los Etíopes dos médicos muy reconocidos se han referido a él como medicina, uno en el siglo IX llamado Abu Bakr Muhammad Ibn Zakariya El Razi (832-932) ejerció su profesión en los hospitales de Bagdad y se refiere al café en su obra Al- Haiwi (El Continente) y el otro Abu Ali Al-Husáin Ibn Sinna también conocido como “el príncipe de los médicos” habla del café en su obra “Al-Ganum fir-Tebb (Canon de la Medicina) y en su segundo libro asegura que otros autores ya han hablado del café 200 años antes que él.
(Lascasas Monreal, 2010)

Se cuentan otras historias acerca de los orígenes del café y una de las más famosas relata que la bebida fue descubierta por el mundo árabe, mas no por los árabes, sino por sus cabras, según cuenta la leyenda un pastor llamado Kaldí pastoreaba sus cabras y notaba que cuando ellas comían una extraña fruta no necesitaban descanso.

El pastor junto con el Abad de un monasterio también decidieron probar los frutos y comprobaron el efecto estimulante de este, pero se dieron cuenta que su sabor era amargo y en vista de esto decidieron poner a cocer los frutos en agua y es así como nace esta bebida.

“Este cuentecito que Nairone Banesius escribió... ha tenido un éxito que su autor nunca debió pensar que obtendría. En cualquier escrito que se refiera al café, escritor

es poco exigentes con la historia del producto refieren esta historieta como cierta.” (Lascasas Monreal, 2010)

El consumo del café se fue expandiendo desde el mundo árabe hacia Europa viajeros y mercaderes que portaban consigo granos de café, a raíz de un regalo ofrecido por un embajador turco para el Rey Luis XIV, esta bebida se apoderó de los sentidos de los aristócratas de la época de manera tal que una planta fue traída hacia América por un oficial naval que la portaba en un depósito de vidrio para protegerla, esta planta fue sembrada en Martinica en 1720 y para 1777 el país ya contaba con entre 18 y 19 millones de plantas, sin embargo fueron los alemanes quienes promovieron esta bebida por América, se dice que el resto de las plantas que hoy se encuentran en territorio latinoamericano son producto de las semillas de esa planta.

1.2.2.2 EL ORIGEN DEL CAFÉ EN HONDURAS

El café llega a Honduras después de 1798 procedente de Guatemala, de acuerdo a Rodney Santacreo Ponce (Santacreo Ponce, 2004) en su artículo Historia del Café en Honduras, fue traído por El Gobernador Intendente y Comandante General, Don Ramón de Anguiano y según aparece en el Anuario Estadístico del señor Antonio R Vallejo la primera referencia de cafeto en plantación data del año 1804, según datos oficiales del censo levantado en 1801.

La primera referencia de cafeto en plantación durante la colonia de la Provincia de Honduras en el reino de Guatemala, por su gobernador Intendente y Comandante General, don Ramón Anguiano; data de 1804, como un cultivo de excelente calidad y buen rendimiento; lo cual aparece expresado en el Anuario Estadístico del señor Antonio R. Vallejo, publicado de 1889 a 1893, dentro de los datos oficiales del censo levantado en 1801 (Puertas, 2002)

Esta información fue posteriormente desmentida por el señor Edgar Ortiz del Banco Nacional del Fomento, por el Ing. Pompilio Ortega, director de Agricultura y por

el mismo Dr. Jesús Aguilar Paz, quienes manifiestan que para 1804 este cultivo ya era conocido en diferentes partes de Honduras.

El cultivo del café fue promovido por el Dr. Marco Aurelio Soto en 1887 quien emitió un decreto con el propósito de impulsar los cultivos de café, azúcar, cacao y jiquilete.

1.2.3 CAFÉ LITERARIO

Café Literario es un establecimiento que actualmente está ubicado en la librería “José Trinidad Reyes” dentro del edificio administrativo de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras, como se puede apreciar en la figura 1. Dicho establecimiento tiene un fuerte interés en fomentar el consumo de café especial de calidad y para ello se organizan actividades educativas como catas de café y charlas en las que los consumidores pueden aprender a diferenciar los diferentes tipos de café, conocer la importancia económica del rubro a nivel nacional y distinguir las calidades de café, entre otros.



Figura 1 Instalaciones de Café Literario en la Universidad Nacional Autónoma de Honduras. Fuente: (Flores, 2014)

Para poder brindar un servicio de primera calidad la gerencia de Café Literario ha gestionado y programado capacitaciones en diferentes temas para los empleados por ejemplo, barismo, manipulación higiénica de alimentos, mercadeo y servicio al cliente, y

han sido posibles gracias al apoyo de diferentes instituciones como ser : La Cámara de Comercio de Honduras, Instituto de Formación Profesional (INFOP) y el Instituto Hondureño del Café (IHCAFE) , aparte de capacitaciones realizadas por expertos traídos de manera directa por Café Literario y se llevado a cabo tanto en Tegucigalpa como en ciudades del interior del país.

Durante el funcionamiento de Café Literario en la Universidad Nacional se ha contado con la oportunidad no solamente de ofrecer la calidad del café hondureño dentro de las instalaciones de la librería universitaria, sino también se han atendido solicitudes desde la rectoría de apoyar en eventos trascendentales como ser el día internacional del café en el Centro Regional del Litoral Atlántico (CURLA) y el Campeonato Panamericano de Atletismo en el Polideportivo de la UNAH, está y otras experiencias han servido para que la empresa se encuentre fortalecida y se encuentre en la necesidad y capacidad de expandirse hacia la Universidad Pedagógica Nacional y así poder atender la actual necesidad que presenta esta universidad de brindar una nueva alternativa a su población estudiantil.

El proyecto de expansión surge a raíz de una conjugación de necesidades entre la UPNFM y Café Literario quienes buscan satisfacer la demanda de los estudiantes de este centro, así como también lograr un beneficio económico a través de la expansión de café literario y el aumento de visitantes a la librería.

1.3 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

1.3.1. ENUNCIADO DEL PROBLEMA

1.3.1.1 PROBLEMA PRINCIPAL:

Café Literario cuenta con la trazabilidad necesaria para garantizar un café de calidad ya que su proceso es manejado desde el grano hasta la taza, es una empresa que ha ido creciendo poco a poco a lo largo de los años a través de la adición de valor al producto cada vez de diferente manera, siendo la última de ellas la transformación

de la taza de café en abril del 2013. En este momento tiene la necesidad de expandir sus operaciones ya que cuenta con la experiencia y los recursos necesarios para iniciar un nuevo establecimiento, es necesario saber si la expansión de Café Literario hacia las instalaciones de la UPNFM es positiva para el negocio y será bien aceptada por la población universitaria.

1.3.1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Después de identificar los diferentes factores que conforman el problema es necesario saber lo siguiente: ¿Qué tan factible es como oportunidad de negocio desde el punto de vista de mercado, técnico y financiero, el establecimiento de Café Literario en la Universidad Pedagógica Francisco Morazán?

1.3.2 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

Para realizar esta investigación se deben responder las siguientes preguntas, mismas que estarán orientadas con el propósito de brindar respuesta al problema principal, para poder alcanzar los objetivos del estudio estas se deben de orientar para obtener una respuesta a la formulación del problema, de manera que se alcancen los objetivos en la investigación.

Las preguntas a tomar en cuenta se presentan a continuación:

- ¿Cuál es el mercado existente en la Universidad Pedagógica Nacional para establecer la venta de productos y servicios ofrecidos por Café Literario dentro de las instalaciones de la librería?
- ¿Cuál es la negociación para iniciar la relación entre la Librería UPNFM y Café Literario?
- ¿Cuál es el costo de las inversiones necesarias para poder establecer un local de Café Literario dentro de la Librería UPNFM?
- ¿Cuál es la TIR y la VAN para el proyecto de pre-factibilidad del montaje de un Café Literario en la Librería UPNFM?

- ¿Cuáles son las consideraciones primordiales para la apertura de la segunda sucursal de Café Literario?

1.4 OBJETIVOS

1.4.1. OBJETIVO GENERAL

- Elaborar un estudio de pre-factibilidad para la apertura de Café Literario para el año 2015 en la Universidad Pedagógica Nacional dentro de la librería UPNFM.

1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Conocer el mercado de la UPNFM para el consumo de café, otras bebidas y bocadillos.
- Definir el marco regulatorio que regirá la relación entre la librería y café literario.
- Determinar cuáles deben ser las inversiones necesarias para la ubicación de Café Literario dentro de la Librería UPNFM.
- Determinar si la apertura de Café Literario dentro de la Librería UPNFM es rentable.
- Determinar cuáles son las consideraciones primordiales para la apertura de la segunda sucursal de Café Literario.

1.5 JUSTIFICACIÓN

Honduras por tradición ha sido un reconocido productor de café de buena calidad, sin embargo no es un consumidor de este. Por años Honduras ha exportado su mejor producto y ha dejado para consumo local un café de baja calidad, aunque Honduras produce uno de los mejores cafés a nivel mundial, la falta de promoción y conocimiento sobre su propio producto ha llevado a comercializar el grano como de calidad estándar pudiendo este ser comercializado como café High Grown, es decir un café de alta calidad.

En la actualidad es poco el producto de calidad que se somete a proceso de transformación y comercialización como café tostado o como bebida dentro del país,

esto representa una pérdida invisible para los productores quienes perfectamente puede realizar esta labor con mano de obra local y obtener una mayor ganancia a través de la adición de valor al producto.

Los establecimiento de consumo de café en Honduras son en su mayoría locales comerciales en ocasiones muy pequeños, pero siempre muy concurridos, que no cuentan con café de alta calidad por estar orientados, sobre todo puramente a la comercialización de la bebida para lograr mayor rentabilidad y no a la promoción del grano con la importancia que merece.

Las autoridades de la UPNFM y la gerencia de Café Literario buscan, de manera conjunta, crear un espacio apropiado para conjugar una buena taza de café con un buen libro, crear un ambiente agradable en la librería, que le dé realce al lugar, con el propósito de fomentar la lectura y el consumo de café de calidad en los estudiantes de la UPNFM.

La ubicación de Café Literario en la Librería UPNFM no solamente le brindara a la población universitaria nuevas alternativas para el consumo del café, sino que al utilizar un modelo de negocios diversificado amplía la probabilidad de aumentar las ventas de la librería al crear mayor flujo de consumidores al interior de la misma.

Café Literario no solamente es un comercio de café inocuo y diferente sino también una institución comprometida a la formación de los consumidores sobre la importancia del consumo de café de calidad y es una ventaja para esta empresa tener la oportunidad de transmitir esa información a los cuna de los docentes del país.

CAPITULO II. MARCO TEÓRICO

En el capítulo del marco teórico se pueden observar un conjunto de teorías y datos como parte de la revisión bibliográfica que ayudaran a comprender el contexto del proyecto, esta información proporcionaran información valiosa para los diferentes estudios a realizar.

2.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

2.1.1 ANÁLISIS DEL MACRO-ENTORNO

2.1.1.1 TIPOS DE CAFÉ

El café pertenece a la familia Rubiaceae, género Coffea, las dos especies económicamente más importantes de café son la Coffea Arábica (Arábica) dentro de la que se encuentra más del 60% de la producción mundial y la especie Coffea canephora (Robusta). (K.C., 1985)

Y de esta combinación se dependen más de 3500 variedades con diferentes características, algunas resistentes a plagas, otras resistentes a diferentes enfermedades y condiciones climatológicas, además de tener diferente sabor. "El café se produce en 77 países, su bebida es muy apreciada por su aroma, sabor y por su efecto estimulante" (Puertas, 2002)

De acuerdo a los datos de la Organización Internacional del Café uno de los mayores productores de café en el mundo es Colombia, ubicado en 4to lugar en el año 2013, cuya producción es 100% arábica lo que lo convierte en productor de los mejores cafés del mundo con variedades tales como:

Variedad	Cualidades Organolépticas Sobresalientes
Bourbon	Taza equilibrada y amargo modelado
Caturra	Amargor y aromas pronunciados
Colombia	Acidez alta y amargo pronunciado
Típica	Taza muy suave
Maragipe	Cuerpo medio, sabor suave
Tabi	Taza equilibrada y aroma intenso
Castillo ®	Balanceada, suave

Tabla 1 Variedades del Café y Cualidades Organolépticas modificado de
(Puertas, 2002)

Además de las diferencias botánicas también existen diferentes tipos de bebidas a base de café, en la actualidad la base de estas bebidas es la esencia del café llamada espresso.

2.1.1.2 ¿QUÉ ES EL ESPRESSO?

El espresso es una bebida aromática una extracción de café a presión que pretende una equidad entre la amargura, acidez y dulzura extraída de 7 grs. De café, de la que se obtiene aproximadamente 1 oz. De esencia.

Un espresso de café no debe contener ningún aditivo artificial ni se le debe agregar agua después de la extracción, texto traducido de The Certified Italian Espresso and Cappuccino, suplemento n° 16, año 2006

Elaborar el espresso es una muestra de respeto hacia toda la cadena de valor del café desde la siembra hasta su consumo como bebida, es respeto hacia los productores y recolectores de los granos y hacia el consumidor final dándole la oportunidad de disfrutar de una emulsión energizante agradable al paladar.

La primera patente de una cafetera espresso que se conoce fue presentada en Italia por el Milanés Luis Bezzera en 1901. Este modelo se basaba en la salida de vapor agua a presión, y hasta 1945 no aparecieron las primeras máquinas de café express con palanca manual o de pistón. (Quintanilla Plascensia, 2003)

De esta bebida se derivan elaboración tales como el cappuccino, latte que es la más consumida por los americanos machiato, mocha, entre otros.

2.1.1.3 IMPORTANCIA ECONÓMICA DEL CAFÉ

El café es un rubro que en las últimas décadas ha tenido mucho impacto en la economía de los diferentes países del mundo, debido a que su producción es posible únicamente entre el Trópico de Cáncer y El Trópico de Capricornio, ubicación de los países en vías de desarrollo, este rubro representa un alto porcentaje en el producto interno bruto de estos, por lo que es muy importante su comercialización a nivel mundial.

"Las zonas productoras alrededor del mundo se localizan entre los trópicos de cáncer y de capricornio." (Especialidad, 2013)



Figura 2 Zonas Productoras de Café

Fuente: Asociación Mexicana de Cafés y Cafeterías de Especialidad (Especialidad, 2013)

2.1.1.4 CAFÉ LITERARIO EN EL MUNDO

A lo largo de la historia del café este se ha asociado a la disciplina intelectual, los círculos más cultos de la sociedad y por ende a la lectura, pero ¿por qué esta asociación entre café y literatura que dio origen los Cafés Literarios a lo largo del mundo? Al hablar de Cafés Literarios tendremos que definir el contexto sobre el cual se desarrolla esta sociedad. La lectura es un placer busca la satisfacción tanto física como intelectual y emotiva. El café de calidad por su parte es una sustancia que actúa como estimulante de las funciones cerebrales superiores aumentando las capacidades intelectuales y liberando así sustancias que nos generan placer, esto lo convierte en un patrocinador de la reflexión, la creación artística y la inspiración. Tenemos así la primera razón de esta fuerte sociedad: Tanto el consumo de café como la lectura son actividades que proporcionan placer.

La asociación de ambos ya existía en 1554 cuando se abrió la primera cafetería en Constantinopla, allí sólo se servía café y se denominaban “casas de la sabiduría”. Según el escritor alemán Heinrich Eduard Jacob 1954, “Gracias al café se intensificaron y modificaron de una forma impredecible las capacidades y las actividades del cerebro humano.” Hoy en día un Café Literario busca promover esta sociedad; otros escritores como el mexicano Marco Antonio Campos en su ensayo *El café literario en Ciudad de México en los siglos XIX y XX*, (editorial aldus) concluyó que estos espacios constituyen “un lugar para la soledad reflexiva, la grata compañía de la lectura y la concentración en la escritura”. El café literario como espacio, es aquel que entrega a la persona el entorno necesario para emprender el viaje literario.

El café literario, un escenario para la lectura placentera.

El café literario es un escenario que entrega un ambiente agradable y cómodo para leer, realizar actividades grupales de desarrollo intelectual y otras actividades

culturales. En este punto podemos incluir actividades de docencia y académicas que se llevan a cabo en universidades y centros de educación superior. Por estas razones parece conveniente la ubicación de estos espacios en centros académicos que provean el ambiente necesario para incrementar la receptividad y la percepción. Además de ser un lugar idóneo para la exhibición y comercialización de volúmenes literarios.

2.1.1.5 LEER EN UN CAFÉ

El café como lugar público de reunión tiene una larga historia en Europa. Al comenzar el siglo XX surgieron algunos en este continente, convirtiéndose en centros de tertulias literarias. En el ambiente de estas tertulias nacieron ideas políticas, culturales, literarias de vanguardia y también correspondientes a obras de literatura. Casi lo mismo ocurrió en América Latina en países como México, Colombia, Argentina y Chile. (König, 2002)

Existe un fenómeno desde hace algunos años en los círculos universitarios: Mientras que las personas se alejan cada vez más y se comunican de manera electrónica, los estudiosos y líderes de diversas disciplinas buscan un sitio clásico de comunicación directa donde siempre se han tratado asuntos no solamente privados, sino también culturales y políticos: el café.

Numerosos trabajos han salido al respecto en Europa, por ejemplo: Ulla Heise (1996), *Kaffee und Kaffeehaus. Eine Bohne macht Kulturgeschichte*. (El café y el Café. Una planta hace historia cultural.) La autora describe en su libro el desarrollo del consumo de café en Europa, desde el siglo XVI hasta el XX, y los establecimientos donde se consumía y se consume la bebida. Resulta que los cafés funcionaban como lugares lujosos, centros de debates políticos, focos de rebeliones, salas de concierto, talleres literarios, y muchas cosas más, a veces también reemplazaban a la patria chica, incluso la casa misma.

En casos extremos como en el del escritor Peter Altenberg en Viena, los autores pasaban el día entero en el café, e incluso se les enviaba el correo allá.

Particularmente famosos fueron los cafés literarios donde se reunían regularmente los miembros de las tertulias literarias para leerse recíprocamente sus últimos textos y para discutir sobre los desarrollos novísimos de la literatura. En el libro *Literarische affeehäuser. Kaffeehaus-literaten*. (Cafés literarios. Literatos de Café.), editado en Viena por Michael Rössner se reúnen estudios sobre los cafés literarios de varias ciudades europeas y latinoamericanas, vistos desde la perspectiva crítica literaria y lingüística. Cafés como el Café Central en Viena, A Brasileira en Lisboa, Café Pombo en Madrid, Café Sélect y Café Flore en París, Café Florián en Venecia o Café Größenwahn, que quiere decir “Café Megalomanía”, en Berlín, siguen siendo lugares míticos de la literatura. (König, 2002)

Surge la segunda fuerte asociación entre café y literatura y es que muchos escritores se han declarado adictos a café y es que el café confiere un nerviosismo y un **estado de alerta** que resultan muy útiles durante la escritura. (Rodríguez Morales, Ricardo (1991/92): “Cafés y tertulias literarias”. En: Gran Enciclopedia de Colombia. Vol. V, Santafé de Bogotá, pp. 229 – 244) El café juega un papel importante en los procesos de **lectura y escritura**. (Currey, 2014). Una muestra de escritores adictos al café:

Honoré de Balzac novelista francés se tomaba unas **cincuenta tazas de café al día**. Algunos de sus biógrafos sostienen que fue esa adicción lo que lo llevó a la muerte, a los 51 años. El autor de la *Comedia humana* habló de los beneficios e inconvenientes de la cafeína en "Los placeres y dolores del café", un ensayo que escribió antes de morir: Este café cae en el estómago... A partir de ese momento, todo se agita. Las ideas rápidas se ponen en marcha como los batallones de un gran ejército... [...] La pluma se desliza por el papel, el combate, la lucha, llega a una violencia extrema y luego muere bajo un mar de tinta, negro como un auténtico campo de batalla que se oscurece en una nube de pólvora.

El escritor de *El Mago de Oz*, Frank Baum, también empezaba su día con un buen desayuno y 4 o 5 tazas de café con azúcar y crema. El matemático Paul Erdős creía que “Un matemático es una máquina que puede convertir el café en teoremas”, y

gustaba de tomar expresos y tabletas de cafeína. Entre los otros genios que no podían vivir sin una taza de café se encuentran Proust, Glenn Gould, Francis Bacon, Jean Paul Sartre, Gustav Mahler entre otros escritores que han declarado en sus escritos una oda al café.

El café en las universidades

Por último en el plano académico pedagógico la asociación café y literatura ha surgido como un método de aprendizaje. El café literario es un evento que se desarrolla en justamente en un café, en ello se discute y socializa un libro, la obra completa de determinado autor, tener que leer el libro y comentarlo, compartir tus apreciaciones, lo que te movilizo. Algunas veces se invita al autor para compartir con el público. Se generan diferentes puntos de vista de una misma obra. Y se vuelve interesante al preguntar al autor acerca de su obra.

Otra ventaja de implementar un Café Literario en una universidad es la de crear una ambiente basado en la cultura del libro, algo que en nuestro país no se ha generalizado como debiera. Cuando se entra al Café Literario, inmediatamente se refuerzan implícitamente una serie de mensajes: “leer es una actividad positiva”, “la lectura desarrolla nuestro potencial”, “el leer amplía nuestros horizontes”. Parfraseando a la teoría de sistemas, todo lo que ocurre en el ambiente determina nuestra conducta; si el ambiente es de cultura, nuestro comportamiento necesariamente se orienta hacia ella. El problema es que en nuestra realidad cotidiana son escasos los ambientes de promoción a la cultura. (Mansilla Cortez, 2004)

2.1.1.6 CAFÉS LITERARIOS EN LA ACTUALIDAD.

En la actualidad se recalca como estos lugares son cada vez más populares en la Argentina y en el mundo (Job, 2014). En estos lugares “Los clientes pueden leer en las mesas los libros y quienes quieran comprar, lo compran” como idea de comercialización de café y libros. Se busca que algunos clientes puedan pasar horas sentados leyendo con sólo un café. Aunque como idea de empresa no resulta tan

rentable al final sí lo es ya que aunque otros cafés buscan como ideal que haya una rotación rápida, los cafés Literarios disfrutan cuando viene gente y se queda leyendo un rato, ya que si la gente se siente a gusto leyendo y no se siente apurada, por lo general vuelve” A todos ellos los une el placer por la lectura.

Los cafés literarios están comenzando a ser reconocidos por su importancia historia y cultural. En Madrid España, el Café Gijón fundado el 15 de mayo del año 1888, se convertiría, tras la guerra civil española, en un famoso lugar de tertulia literaria y reunión de intelectuales y artistas de la época del régimen de Franco, y la transición española. (Esteban, y otros, 2002) En el local se celebra cada año el premio literario que lleva su nombre uno de los más importantes de la lengua española. Al cumplir su centenario a finales del siglo XX queda como testigo de una época de florecimiento de cafés literarios en el mundo.

2.1.2 ANÁLISIS DEL MICRO-ENTORNO

2.1.2.1 TIPOS DE CAFÉ EN HONDURAS

La única especie de café cultivada en Honduras tal y como se puede apreciar en el anexo N° 1 es Arábica y sus variedades se definen algunas como arábicas suaves en el anexo N° 2, El Instituto Hondureño del café establece que se cultivan variedades tales como Típica, Bourbon, Catuai, Parainema y Lempira, sin embargo en la entrevista realizada al Ing. Enrique López Auxume, Coordinador Regional de FAO en la zona de Lepaera, Lempira, nos habla acerca de otras variedades cultivadas por los productores como ser IHCAFE 90, Ovata y Pacas, preferidas en muchas ocasiones por la calidad de la taza y por la resistencia a diferentes condiciones climatológicas.

En Honduras se consumen bebidas a base de café tanto frías como calientes, desde las más tradicionales como ser: café negro (también llamado Americano), Latte, Cappuccino, Mocha, hasta las más sorprendentes mezcladas con maracuyá, chabacanos, esencia de almendra, entre otros. Estas últimas pueden ser encontradas

en los establecimientos de venta de café gourmet que se han proliferado en los últimos años por la ciudad.

2.1.2.2 IMPORTANCIA ECONÓMICA DEL CAFÉ EN HONDURAS

Honduras está ubicado entre uno de los primeros 10 productores de café en el mundo como se constata en el anexo N° 1 y en el N° 3 se observa la cantidad de familias productoras de café en Honduras, mas no así las únicas dependientes de este rubro.

En Honduras la población económicamente activa en el área rural equivale a 1, 152,000 de los habitantes, como se puede observar en la tabla N° 2, y de estos aproximadamente 300,000 empleos son producto del café, es decir un 26% del PEA rural depende del café, esto convierte a Honduras en el segundo país en Centroamérica con mayor generación de empleos por este rubro después de Guatemala, de acuerdo a los datos de CEPAL del censo 2000.

Tabla 2 Población Económicamente Activa Centroamérica

CENTROAMÉRICA: POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA, 2000

País	PEA Rural (miles de personas)	PEA rural/ PEA Total (%)	Empleo en la producción de café (miles de personas)
Centroamérica	5771	47.8	1640
Costa Rica	725	48.2	200
El Salvador	936	40.3	160
Guatemala	2286	56.8	700
Honduras	1152	47.8	300
Nicaragua	672	37.1	280

Fuente: CELADE, América Latina: Población Económicamente Activa, 1980-2025, Boletín Demográfico N° 64, julio de 1999 y cifras oficiales de los países.

2.2 TEORÍAS

2.2.1 TEORÍAS DE SUSTENTO

Con el propósito de validar la información contenida en el presente documento se muestran diferentes teorías que sustentaran esta tesis.

2.2.1.1 GENERACIÓN DE MODELOS DE NEGOCIO

Un modelo de negocio se puede definir como “un conjunto complejo de rutinas interdependientes que se descubren, ajustan y matizan mediante la acción” el propósito de un modelo de negocios es la generación de valor de una empresa mediante la cadena de valor (Barrios, Marcelo, 2010).

En este caso se pretende crear un modelo de negocios de diversificación donde

“Una empresa con un modelo de negocios diversificado puede servir a dos segmentos no relacionados.” (OSTERWALDER & YVES PIGNEUR, 2011) Es decir en este caso las personas que van a comprar libros no necesariamente sienten necesidad de tomar café o degustar algún bocadillo o viceversa, sin embargo es conveniente para el mercado de Tegucigalpa, contar con un lugar donde se puedan hacer ambas cosas a la vez, o simplemente disfrutar de un café mientras se decide qué libro será el protagonista de nuestra próxima lectura.

Uno de los factores más importantes de un modelo de negocios es la sostenibilidad del mismo y esto depende en gran medida de los recursos asignados para que este modelo se mantenga dinámico, cuando hablamos de dinámico nos referimos a la posibilidad de innovar que este modelo nos permita, esto puede ser a través de diferentes productos o servicios adicionales o que generen aún más valor a lo ofrecido por el negocio.

2.2.1.2 ELABORACIÓN DE CAFÉ DE CALIDAD

La Sociedad Estadounidense para la Calidad define la calidad como "un término subjetivo para el que cada persona tiene su propia aceptación y de hecho podemos ver como haciendo uso del marketing muchas compañías comercializadoras de productos de consumo masivo nos dan a conocer las características de su producto para definir un producto de calidad (Summers, 2006), por ejemplo: El cornflakes de Kellogg's define un cornflakes de calidad como una hojuela de maíz crujiente, de determinado tamaño, grosor y forma, para muchas personas esa es la calidad de una buena hojuela de maíz y debido a ello están dispuestos a pagar el precio de esta marca.

Summers(2006) en su libro Administración de la Calidad, plantea que técnicamente la calidad puede tener dos significados: (1) las características de un producto o servicio que le dan la capacidad de satisfacer necesidades explícitas o implícitas y (2) un productos o servicio libre de defectos, este último planteado también por el doctor W. Edward Deming.

Basado en la investigación experimental llevada a cabo por el Instituto Nacional Espresso Italiano, un capuchino de alta calidad que se rige por la tradición se hace de 25 ml de café espresso y 100 ml de leche al vapor espuma.

Las barras de café que sirven al italiano certificado Espresso utilizan una mezcla de café calificado, equipo y grinder- calificado, dispensador y personal calificado. Sólo mediante el cumplimiento con las tres condiciones anteriores, bajo la supervisión de los expertos y constante capacitación se permite ofrecer al consumidor un café identificado como espresso de calidad, con el además de la leche fresca, con espuma por las prácticas adecuadas, esto se convierte un Cappuccino de calidad.

2.2.2 CONCEPTUALIZACIÓN

Las técnicas a utilizar para realizar la presente investigación serán las siguientes:

2.2.2.1 PRINCIPALES TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

(Bernal, 2006) En su libro Metodología de la Investigación pág. 176, considera que la investigación cuantitativa y cualitativa utiliza generalmente las técnicas e instrumentos siguientes de acuerdo al problema objeto de investigación.

Para esta investigación que tendrá un enfoque mixto, es decir tanto cuantitativo, como cualitativo se utilizaran las siguientes técnicas para conocer la parte cualitativa encuesta, entrevista, observación sistemática, pruebas estadísticas y técnicas proyectivas y con el propósito de trabajar en la investigación cualitativa se consideraran la entrevista estructurada y no estructurada, observación sistemática y no sistemática, anécdotas y relatos.

CAPITULO III. METODOLOGÍA

3.1 CONGRUENCIA METODOLÓGICA

3.1.1 LA MATRIZ METODOLÓGICA

Titulo	Problema	Pregunta de Investigación	Objetivo		Variables	
			General	Especifico	Independiente	Dependiente
¿Qué tan factible es como oportunidad de negocio desde el punto de vista de mercado, técnico y financiero, el establecimiento de Café Literario en la Universidad Pedagógica Francisco Morazán?	¿Cuál es el mercado existente en la Universidad Pedagógica Nacional para establecer la venta de productos y servicios ofrecidos por Café Literario dentro de las instalaciones de la librería?	Elaborar un estudio de pre-factibilidad para la apertura de Café Literario para el año 2015 en la universidad Pedagógica Nacional dentro de la librería UPNFM.	General	Conocer el mercado de la UPNFM para el consumo de café y bocadillos.	Demanda	Rentabilidad
			Especifico	Definir el marco regulatorio que regirá la relación entre la librería y café literario.	Normativa	
			Especifico	Determinar cuáles deben ser las inversiones necesarias para la ubicación de	Costos del nuevo equipo	

	establecer un local de Café Literario dentro de la Librería UPNFM?		Café Literario dentro de la Librería UPNFM.		
	¿Cuál es la TIR y la VAN para el proyecto de pre-factibilidad del montaje de un Café Literario en la Librería UPNFM?		Determinar si la apertura de Café Literario dentro de la Librería UPNFM es rentable.	Costos en base a demanda	
	¿Cuáles son las consideraciones primordiales para la apertura de la segunda sucursal de Café Literario?		Determinar cuáles son las consideraciones primordiales para la apertura de la segunda sucursal de Café Literario.		

3.1.2 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Titulo	Definición	Dimensiones	Indicador	Ítems	Unidades	Escala	
Variable Independiente	Conceptual	Operacional					
Demanda de mercado	Es la suma de las cantidades demandadas por los individuos que lo integran.	Se obtendrá la demanda individual y luego se sumara para conocer la demanda de la muestra, esta se tomara como la demanda de mercado	Mercadeo y comercialización	Consumo diarios de tazas de café	Tazas de café	Cantidad de tazas	Numérica ¿Cuántas tazas de café diarias consume?
Situación actual del proceso de negociación	Conjunto de normas por las cuales se regirán las actividades a llevar a cabo entre Café Literario y La UPNFM	Se obtendrá un conjunto de acuerdos a través de los cuales se definirá el costo del alquiler. Las condiciones y fechas de pago	Administración	Fundamento legal Normativa Condiciones		Contrato	Nominal ¿Cuál es el costo del alquiler de la en el espacio de la librería UPNFM?
Costo del Nuevo equipo	Costo que representa la cantidad de equipo que se adquirirá por	Se obtendrá la cantidad de equipo necesaria para el montaje del negocio de acuerdo a los resultados del estudio de mercado	Producción	Consumo diario de tazas de café	Numero de maquinas	Numero de maquinas	Nominal ¿Cuál es la capacidad instalada necesaria para satisfacer la demanda de la UPNFM?

3.1.3 HIPÓTESIS

El nuevo establecimiento de Café Literario que estará ubicado en la Librería de la UPNFM será rentable para la empresa.

3.2 ENFOQUE Y MÉTODOS

Para realizar la presente investigación se utilizara un enfoque mixto con el propósito de potenciar las fortalezas y reducir las debilidades ya sea dentro de la investigación cualitativa y cuantitativa.

El método de investigación a realizarse en esta investigación será el descriptivo, se utilizara dicho método con el propósito de especificar, medir y evaluar los componentes del fenómeno a investigar, en este caso las preferencias y opiniones de la población de la UPNFM. Al finalizar este estudio se habrá descrito lo que se investiga.

Finalmente se obtendrá una estrategia para lograr los mejores resultados posibles partiendo de la información provista por los participantes de la investigación.

3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El diseño de la investigación será, exploratorio- descriptivo debido a que se contara con la realización de un sondeo para la obtención de resultados y además se obtendrán como resultado cantidades específicas.

3.3.1 POBLACIÓN

La población hacia la que va dirigida la investigación será aquella que frecuenta las instalaciones de la UPNFM, esto incluye estudiantes, docentes, personal administrativo y visitantes de la universidad, ya sea que estos sean participantes de conferencias, clientes de la librería, entre otros.

La universidad cuenta con un numero promedio de 26,000 personas matriculadas, esto incluye tanto la modalidad presencial como la modalidad distancia por lo tanto este será el dato que se tomara para el cálculo de la muestra, dado que el levantamiento de información se pretende realizar de lunes a sábado, en el horario en el que se proyecta brindar atención en Café Literario, esto con el propósito de contar con un número representativo de personas encuestadas en cada sector.

3.3.2 MUESTRA

El tipo de muestreo que se realizara será el muestreo no probabilístico (no aleatorio), se considera que este tipo de muestreo es el más adecuado para esta investigación dado que habrá una clara influencia para seleccionar las personas que serán parte de la muestra.

Este tipo de muestreo se considera no muy riguroso ni científico dado que no todos los elementos de la población podrán ser parte del estudio. El tamaño de la muestra calculado es de 379 personas a ser encuestadas, tomando un nivel de confianza de 95% y un intervalo de confianza de 5%. Para la obtención del tamaño de la muestra se utilizó la siguiente formula.

$$s = \frac{Z^2 * (p) * (1-p)}{c^2}$$

Dónde:

Z= nivel de confianza

p = porcentaje de posibilidad de selección

c = intervalo de confianza.

3.3.3 UNIDAD DE ANÁLISIS

La unidad de análisis identificada para este estudio serán los individuos que forman parte de la población universitaria de la UPNFM.

3.3.4 UNIDAD DE RESPUESTA

La respuesta obtenida de esta investigación serán la cantidad de tazas que se venderán a lo largo de determinado periodo de tiempo.

3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS APLICADOS

3.4.1 INSTRUMENTOS (CUESTIONARIOS, FICHAS DE OBSERVACIÓN, ETC.)

Como instrumento de investigación se hará uso básicamente de los cuestionarios y las fichas de observación estos últimos se levantarán en el transcurso del día para conocer el movimiento de los diferentes establecimientos y ventas de comida.

3.4.2 TÉCNICAS (ENCUESTAS, ENTREVISTAS, ETC.)

La técnica más apropiada para realizar esta investigación es la encuesta, ya que con esta se podrán recolectar los datos necesarios para cumplir nuestros objetivos.

3.4.3 PROCEDIMIENTOS

Con el propósito de llevar a cabo el estudio de una manera organizada se seguirá el orden siguiente:

CAPITULO IV. RESULTADOS Y ANALISIS

4.1 PRODUCTO

Café Literario es un establecimiento que busca incitar a los consumidores del buen café a desarrollar, de manera simultánea gusto por la lectura, actualmente funciona en la Universidad Nacional Autónoma de Honduras(UNAH), donde se han utilizado varias estrategias que de momento no han tenido tanto éxito como se esperaba, por ejemplo, en alianza con la librería universitaria se pretendía que los estudiantes y demás clientes pudieran seleccionar un libro y comenzar su lectura en las instalaciones del café y así pudieran decidir si estaban dispuestos a comprar este libro o no, también el diseño de la librería permitía un libre flujo de clientes tanto en la parte de la librería como en el café, sin embargo después de múltiples robos dentro de la librería esta libertad se ha ido reduciendo cada vez más.

En la Universidad Pedagógica se pretenden diseñar nuevas estrategias de mercado para lograr la vinculación entre el café y la librería y probablemente probar con las que se desearon inicialmente en la Universidad Autónoma.

El producto de venta principal serán las bebidas a base de café entre ellos se incluye el espresso, el americano, cappuccino, latte, mocha, machiato, granizado de café, entre las principales, además se ofrecerán bocadillos, repostería seca y fría, emparedados y café recién molido. Estos productos serán ofrecidos dentro de las instalaciones de la librería UPNFM dentro de la Universidad Pedagógica Francisco Morazán.

Además de ofrecer un producto de alta calidad por su selección al momento de clasificar el grano y ofrecer un bocadillos variados, se busca ayudar en el factor nutricional, ya que es la preocupación de hoy, esto se llevara a cabo a través de varios medios; utilizando una materia prima más saludable como: productos naturales, frutas, leche, pan integral, agua, azucares no refinados, productos no transgénicos;

asimismo, garantizar por medio de la selección del personal, buenas Prácticas de Manufactura en los productos que se ofrecerán.

En el caso de las bebidas se ofrecerá un solo tamaño para las bebidas calientes que será un vaso de cartón de 8 oz. En el caso de las granitas el tamaño será un vaso de 12 oz. en una presentación de vaso transparente y en el caso de bebidas naturales un vaso de cartón de 16 oz.

En el caso de los bocadillos se contará con los proveedores que ya le brindan servicio a Café Literario ubicado en la UNAH.

4.1.1 DEFINICIÓN DE CAFÉ

Café Literario, es un café que se combina de una base de espresso y leche en diferentes medidas, definiéndolo de la siguiente manera, Calientes: cappuccino, machiato, americano, mocha, latte, espresso, helados granita de café. El producto es un bien especializado y va dirigido a un mercado cautivo sin embargo se ofrecerán capacitaciones acerca de la calidad y la importancia del café a nivel nacional debido a que el sabor del café especial es diferente al café que se comercializa actualmente.

Como productos adicionales se encuentran las bebidas a base de frutas tropicales, granitas de fruta y bocadillos, lo cual se ofrecerá de acuerdo a la cantidad de las personas que lo consumirán, definiendo así sus gustos y preferencias.

4.2 MODELO DE NEGOCIOS

A través del modelo de negocios a implementarse en Café Literario, es decir el modelo de diversificación, se pretende lograr un atractivo en el cual la librería UPNFM y Café Literario funcionaran como negocios independientes, sin embargo se beneficiaran el uno del otro atrayendo diferente tipo de clientes en diversos momentos, ambos se beneficiaran de los diferentes eventos y promociones del otro para dar a conocer su producto.

Este tipo de modelo le traerá a Café Literario diferente tipo de beneficios, como por ejemplo:

- ✚ Disminución en los costos de promoción y publicidad para dar a conocer el lugar debido a la afluencia de clientes con la que cuenta la librería.
- ✚ Disminución en el costo de edificación y ambientación del local.
- ✚ Disminución en los costos variables, debido al aprovechamiento del uso de aire acondicionado y seguridad con el que ya cuenta la librería.

Además de los beneficios que existen para Café Literario también habrá beneficios para la librería y la universidad en general, como por ejemplo.

- ✚ Remodelación del ambiente de la librería.
- ✚ Aumento en el flujo de clientes que visitaran la librería a raíz de la presencia de Café Literario.
- ✚ Creación de un nuevo ambiente para comer y estudiar.

4.3 PROPIEDAD INTELECTUAL

La marca Café Literario es una marca registrada bajo el trámite siguiente:

Registro de Marcas

1. Los(as) interesados(as) deberán diseñar la Etiqueta de la Marca que desean registrar, misma que deberá contener la siguiente información:

Requisitos de la etiqueta:

- Marca o nombre del producto;
- Contenido neto (peso, volumen o unidades);
- Identidad del producto (descripción del producto);
- Contenido nutricional;
- Ingredientes (de mayor a menor);

- Dirección de la empresa y teléfonos;
- Nombre del fabricante, y
- Registro sanitario, fecha de elaboración y vencimiento.

2. Una vez elaborada la Etiqueta de la Marca, se debe acudir a la ventanilla del Registro de Marcas y Patentes para solicitar la búsqueda de antecedentes de la marca que se desea registrar.

3. Los trámites siguientes para registrar una marca, patente y derechos de autor deben ser gestionados por el/la apoderado(a) legal de la empresa a quien se le debe extender un poder de representación, quien posteriormente deberá presentar en la ventanilla los siguientes documentos:

- Formulario de solicitud de registro de marcas debidamente completado,
- Timbre de Ley,
- Fotocopia de Escritura de Constitución,
- Presentar 21 etiquetas de la marca a registrar,
- Certificado de origen cuando reivindique la propiedad,
- Carta Poder Autenticada.

La propiedad intelectual del presente informe se debe a sus autores y únicamente puede ser utilizado bajo autorización de los mismos.

4.4 FACTORES CRÍTICOS DE RIESGOS

Para hacer el análisis de riesgos se realizó una tormenta de ideas considerando las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas en cada una de las etapas del proceso cíclico del proyecto.

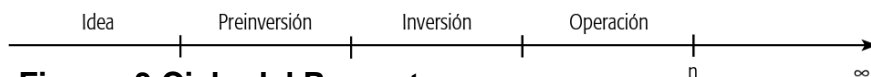


Figura 3 Ciclo del Proyecto

Fuente: (Sapag Chain & Sapag Chain, 2008, pág. 23)

Gestión del Riesgo

Tabla 3 Proceso de Gestión de Riesgo

PROCESO	DESCRIPCION	HERRAMIENTAS
Planificación de Gestión de Riesgos	Elaborar Plan de Gestión de los Riesgos.	PMBOK
Identificación de Riesgos.	Identificar cuáles son los riesgos que pueden afectar el proyecto y documentar sus características.	Checklists de riesgos.
Análisis Cualitativo de Riesgos.	Evaluar la probabilidad e impacto. Establecer ranking de importancia.	Definición de probabilidad e impacto. Matriz de Probabilidad e Impacto.
Planificación de Respuesta a los Riesgos.	Definir respuesta a riesgos Planificar ejecución de respuestas.	Tormenta de ideas.
Seguimiento y Control del Riesgo.	Verificar la ocurrencia de riesgos Supervisar y verificar la ejecución de respuestas. Verificar aparición de nuevos riesgos.	Metodología participativa a través de reuniones semanales con el personal y patrocinador.

Tabla 4 Categorización de los Riesgos

CATEGORIAS DE RIESGO				
CATEGORIA	CATEGORIA I	CATEGORIA II	CODIGO DE RIESGO	CATEGORIA III
Fase de Pre-inversión.	Técnico	Ingeniería de Proyecto.	R001	Incumplimiento de normas y especificaciones para la remodelación de este tipo de locales.
			R002	Que se exceda la capacidad instalada del centro.
			R003	No contar la disponibilidad de los ingenieros que trabajan directamente con la UPN y el personal de mantenimiento del local.

CATEGORIAS DE RIESGO					
CATEGORIA	CATEGORIA I	CATEGORIA II	CODIGO DE RIESGO	CATEGORIA III	
Etapa de Ejecución	Técnico	Requisitos.	R004	No contar con los contratos antes de la fecha de inicio de la obra.	
			R005	No contar con la disponibilidad para cerrar la librería durante la remodelación.	
		Tecnología.	R006	Adquisición tardía de máquinas de café y de bebidas.	
			R007	Adquisición tardía de Mobiliario y Equipo de facturación	
			R008	Adquisición tardía de Mobiliario y Equipo de Cocina.	
			R009	Huelgas y marchas	
			Calidad.	R010	Calidad deficiente de la remodelación terminada.
		R011		Fallos en los servicios públicos.	
		Externo	Contrataciones.	R012	Incumplimiento del plazo establecido para la entrega del local.
				R013	Incumplimiento de normas de calidad y diseño.
				R014	Exceder el presupuesto asignado al proyecto.
	Regulatorios.		R015	Incumplimiento de los requerimientos de la UPN en cuanto a los estándares para las instalaciones.	
	Clima.		R016	Condiciones Climáticas adversas (Lluvias intensas, inundaciones, etc. que no permitan la ejecución de la obra.)	

	De Organización	Proveedores.	R017	Incumplimiento interno de entregas en tiempo y cantidad.
		Recursos.	R018	Contratar personal con poca disponibilidad de trabajar.
			R019	Falla de la comunicación en el equipo de trabajo.
			R020	Insuficiencia de mano de obra local.
			R021	Equipo insuficiente.
		Financiación.	R022	Falta de Financiamiento descrito en el plan.
	Gerencia	Estimación.	R023	Incumplimiento en el flujo de desembolsos.
		Planificación.	R024	Trabajos no programados.
			R025	Gestión deficiente de los cambios en el proyecto.
		Control.	R026	Cometer un error producto de evaluaciones tardías.
		Comunicación.	R027	Bajo rendimiento de personal.
			R028	Empleados inconformes y abandono del trabajo.
			R029	Falta de Liderazgo para coordinar equipo.

CATEGORIAS DE RIESGO				
CATEGORIA	CATEGORIA I	CATEGORIA II	CODIGO DE RIESGO	CATEGORIA III
Fase de Pre-inversión.	Técnico	Tecnología	R030	No obtener el registro sanitario y permisos a tiempo para operar.
		Ingeniería de Proyecto.	R001	Incumplimiento de normas y especificaciones para la remodelación de este tipo de locales.
		Calidad.	R002	Que se exceda la capacidad instalada del centro.
			R003	No contar la disponibilidad de los ingenieros que trabajan directamente con la UPN y el personal de mantenimiento del local.
	Externo	Mercado.	R035	Falta de Mercadeo.
		Clima.	R036	Condiciones Climáticas adversas (Lluvias intensas, inundaciones, etc.)
		Cliente.	R037	Oposición y presión por parte de la competencia.(Boicot)
			R038	Incapacidad de pago.
			R039	Huelgas y marchas
	De la Organización.	Proveedores.	R040	Incumplimiento de entregas en tiempo y cantidad.
		Recursos.	R041	Baja Calificación del personal.

			R042	Falla de la comunicación en el equipo de trabajo.
			R043	Capacidad instalada insuficiente.
			R044	Inexperiencia con el equipo de trabajo.
			R045	Personal insuficiente.
			R046	Equipo y maquinaria de mala calidad.
			R047	Personal no calificado para dar mantenimiento al equipo.
			R048	Precio alto de repuestos para el equipo.
			R049	Enfermedad del personal
			Financiación.	R050
	R051	Fondos insuficientes para dar mantenimiento al proyecto.		
	Propios del Café	Accidentes.	R052	Venta de artículos adicionales al café.
			R053	Accidentes laborales.
			R054	Accidentes de los clientes durante su permanencia en el café.
			R055	Robo, asaltos en la propiedad.
			R056	Impuesto de guerra al personal y a los consumidores.
			R057	Dar a conocer la marca y obtener oportunidades de ampliación
	Gerencia	Estimación.	R058	Incumplimiento en el pago de proveedores, alquiler, empleados, etc...
		Control Financiero.	R059	Indicadores de rentabilidad menores a los planificados.

Tabla 5 Identificación y Análisis Cualitativo de Riesgos

NOMBRE DEL PROYECTO	SIGLAS DEL PROYECTO
"Ampliación de Café Literario hacia las Instalaciones de la UPNFM"	CL2

PROBABILIDAD	VALOR NUMERICO	IMPACTO	VALOR NUMERICO
Muy improbable	0.1	Muy Bajo	0.05
Relativamente Probable	0.3	Bajo	0.10
Probable	0.5	Moderado	0.20
Muy Probable	0.7	Alto	0.60
Casi Certeza	0.9	Muy Alto	0.80

TIPO DE RIESGO	PROBABILIDAD DE IMPACTO.	X
Muy Alto	mayor a	0.50
Alto	menor a	0.50
Moderado	menor a	0.30
Bajo	menor a	0.10
Muy Bajo	menor a	0.05

CODIGO DEL RIESGO	DESCRIPCION DEL RIESGO	CAUSA RAÍZ	ESTIMACION DE PROBABILIDAD	RESTRICCIÓN AFECTADA	ESTIMACIÓN DE IMPACTO	PROB. X IMPACTO	TIPO DE RIESGO
R001	Incumplimiento de normas y especificaciones para la remodelación de este tipo de locales.	No cumplir con las políticas establecidas por la universidad.	0.1	Alcance	0.2	0.02	Moderado
				Tiempo	0.8	0.08	
				Costo	0.6	0.06	
				Calidad	0.6	0.06	
				TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO		0.22	
R002	Que se exceda la capacidad instalada del centro.	Tener un espacio físico muy reducido de las instalaciones del centro.	0.3	Alcance	0.1	0.03	Moderado
				Tiempo	0.05	0.015	
				Costo	0.2	0.06	

				Calidad	0.6	0.18	
				TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO		0.285	
R003	No contar la disponibilidad de los ingenieros que trabajan directamente con la UPN y el personal de mantenimiento del local.	Procesos y procedimientos para contar con el permiso y disposición del personal a tiempo.	0.3	Alcance	0.2	0.06	Muy Alto
				Tiempo	0.8	0.24	
				Costo	0.6	0.18	
				Calidad	0.1	0.03	
				TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO		0.51	
R004	No contar con los contratos antes de la fecha de inicio de la obra.	Cerrar la negociación sin contar con un margen de tiempo adecuado por retrasos.	0.5	Alcance	0.1	0.05	Muy Alto
				Tiempo	0.6	0.3	
				Costo	0.6	0.3	
				Calidad	0.2	0.1	
				TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO		0.75	
R005	No contar con la disponibilidad para cerrar la librería durante la remodelación.	Que el periodo en el que se va a construir sea de temporada alta en la librería.	0.5	Alcance	0.1	0.05	Muy Alto
				Tiempo	0.6	0.3	
				Costo	0.6	0.3	
				Calidad	0.1	0.05	
				TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO		0.7	
R006	Adquisición tardía de máquinas de café y de bebidas	Problemas logísticos de la empresa	0.1	Alcance	0.2	0.02	Moderado
				Tiempo	0.6	0.06	
				Costo	0.2	0.02	
				Calidad	0.1	0.01	
				TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO		0.11	
R007	Adquisición tardía de Mobiliario y Equipo de facturación.	Mala planificación de entrega	0.3	Alcance	0.1	0.03	Moderado
				Tiempo	0.2	0.06	
				Costo	0.1	0.03	
				Calidad	0.05	0.015	
				TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO		0.105	
R008	Adquisición tardía de Mobiliario y Equipo de	Mala logística de entrega.	0.1	Alcance	0.05	0.005	
				Tiempo	0.2	0.02	

	Cocina.			Costo	0.2	0.02	Bajo
				Calidad	0.1	0.01	
				TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO		0.055	
R009	Mal funcionamiento de sistema de facturación	Falta de conocimiento de las necesidades informáticas del café.	0.3	Alcance	0.05	0.015	Muy Alto
				Tiempo	0.6	0.18	
				Costo	0.6	0.18	
				Calidad	0.8	0.24	
				TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO		0.615	
R010	Calidad deficiente de la remodelación terminada.	Falta de requerimientos establecidos durante el proceso de la obra.	0.3	Alcance	0.1	0.03	Muy Alto
				Tiempo	0.6	0.18	
				Costo	0.6	0.18	
				Calidad	0.8	0.24	
				TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO		0.63	
R011	Fallas en los servicios públicos.	Mal control de la calidad de la obra.	0.3	Alcance	0.2	0.06	Muy Alto
				Tiempo	0.6	0.18	
				Costo	0.8	0.24	
				Calidad	0.6	0.18	
				TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO		0.66	
R012	Incumplimiento del plazo establecido para la entrega del local.	Periodo de tiempo en la obra que no se cumplió.	0.7	Alcance	0.6	0.42	Muy Alto
				Tiempo	0.8	0.56	
				Costo	0.6	0.42	
				Calidad	0.1	0.07	
				TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO		1.47	
R013	Incumplimiento de normas de calidad y diseño.	Falta de especificaciones de calidad y diseño en la obra.	0.3	Alcance	0.1	0.03	Alto
				Tiempo	0.2	0.06	
				Costo	0.1	0.03	
				Calidad	0.8	0.24	
				TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO		0.36	
R014	Exceder el presupuesto asignado	Mala planificación de presupuesto en	0.3	Alcance	0.2	0.06	
				Tiempo	0.1	0.03	

	al proyecto.	el proyecto.		Costo	0.8	0.24	Alto
				Calidad	0.1	0.03	
				TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO		0.36	
R015	Incumplimiento de los requerimientos de la UPN en cuanto a los estándares para las instalaciones.	Falta de lineamientos establecidos en el proyecto.	0.1	Alcance	0.05	0.005	Moderado
				Tiempo	0.6	0.06	
				Costo	0.6	0.06	
				Calidad	0.1	0.01	
				TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO		0.135	
R016	Condiciones Climáticas adversas (Lluvias intensas, inundaciones, etc.)	Factor climático volátil.	0.1	Alcance	0.6	0.06	Moderado
				Tiempo	0.2	0.02	
				Costo	0.6	0.06	
				Calidad	0.6	0.06	
				TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO		0.2	
R017	Incumplimiento interno de entregas en tiempo y cantidad.	Mal control en el proceso de la entrega.	0.3	Alcance	0.1	0.03	Alto
				Tiempo	0.2	0.06	
				Costo	0.6	0.18	
				Calidad	0.6	0.18	
				TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO		0.45	
R018	Contratar personal con poca disponibilidad de trabajar.	Selección de personal inadecuada	0.3	Alcance	0.2	0.06	Alto
				Tiempo	0.2	0.06	
				Costo	0.2	0.06	
				Calidad	0.6	0.18	
				TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO		0.36	
R019	Falla de la comunicación en el equipo de trabajo.	Mala relación entre el personal de café literario y el personal de UPNFM.	0.3	Alcance	0.6	0.18	Alto
				Tiempo	0	0	
				Costo	0.1	0.03	
				Calidad	0.8	0.24	
				TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO		0.45	
R020	Insuficiencia de mano de obra local.	Personal no capacitado para la	0.3	Alcance	0.2	0.06	
				Tiempo	0.6	0.18	

		remodelación de calidad.		Costo	0.6	0.18	Muy Alto
				Calidad	0.6	0.18	
				TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO		0.6	
R021	Equipo insuficiente.	Mala Planificación	0.5	Alcance	0.6	0.3	Muy Alto
				Tiempo	0.2	0.1	
				Costo	0.6	0.3	
				Calidad	0.8	0.4	
				TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO		1.1	
R022	Falta de Financiamiento descrito en el plan.	No contar con los recursos económicos disponibles.	0.3	Alcance	0.2	0.06	Alto
				Tiempo	0.6	0.18	
				Costo	0.6	0.18	
				Calidad	0.1	0.03	
				TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO		0.45	
R023	Incumplimiento en el flujo de desembolsos	No cumplir con las fechas establecidas de desembolso.	0.3	Alcance	0.6	0.18	Alto
				Tiempo	0.6	0.18	
				Costo	0.2	0.06	
				Calidad	0.2	0.06	
				TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO		0.48	
R024	Trabajos programados no	Mala planificación	0.3	Alcance	0.6	0.18	Muy Alto
				Tiempo	0.2	0.06	
				Costo	0.6	0.18	
				Calidad	0.6	0.18	
				TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO		0.6	
R025	Gestión deficiente de los cambios en el proyecto.	Falta de dirección de control y monitoreo	0.3	Alcance	0.2	0.06	Muy Alto
				Tiempo	0.6	0.18	
				Costo	0.6	0.18	
				Calidad	0.6	0.18	
				TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO		0.6	
R026	Cometer un error de producto de	Falta de organización y	0.5	Alcance	0.6	0.3	
				Tiempo	0.2	0.1	

	evaluaciones tardías.	supervisión		Costo	0.6	0.3	Muy Alto
				Calidad	0.6	0.3	
				TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO		1	
R027	Bajo rendimiento de personal.	Falta de motivación, incentivos del constructor de la obra.	0.3	Alcance	0.05	0.015	Moderado
				Tiempo	0.2	0.06	
				Costo	0.2	0.06	
				Calidad	0.2	0.06	
				TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO		0.195	
R028	Empleados inconformes y abandono del trabajo.	Falta de motivación del personal	0.3	Alcance	0.2	0.06	Moderado
				Tiempo	0.2	0.06	
				Costo	0.2	0.06	
				Calidad	0.2	0.06	
				TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO		0.24	
R029	Falta de Liderazgo para coordinar equipo.	Comunicación inadecuada	0.3	Alcance	0.6	0.18	Alto
				Tiempo	0.6	0.18	
				Costo	0.2	0.06	
				Calidad	0.2	0.06	
				TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO		0.48	
R030	No contar con el permiso sanitario y registros a tiempo para operar.	No se estimó el tiempo establecido	0.5	Alcance	0.2	0.1	Alto
				Tiempo	0.6	0.3	
				Costo	0.05	0.025	
				Calidad	0.1	0.05	
				TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO		0.475	
R031	No acceso a servicios de comunicaciones (Telefonía, Internet, cable, etc.)	Malas conexiones	0.3	Alcance	0.2	0.06	Alto
				Tiempo	0.6	0.18	
				Costo	0.6	0.18	
				Calidad	0.2	0.06	
				TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO		0.48	
R032	Conflicto Laboral.	Valores, principios, cultura diferente.	0.3	Alcance	0.2	0.06	
				Tiempo	0.05	0.015	

				Costo	0.05	0.015	Moderado
				Calidad	0.2	0.06	
				TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO		0.15	
R033	Insatisfacción de los usuarios por el servicio brindado.	Servicio deficiente, mala atención, maltrato.	0.5	Alcance	0.8	0.4	Muy Alto
				Tiempo	0	0	
				Costo	0.6	0.3	
				Calidad	0.8	0.4	
				TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO		1.1	
R034	Fallos en los servicios públicos.	Malas conexiones, daños en los sistemas de abastecimiento.	0.3	Alcance	0.2	0.06	Muy Alto
				Tiempo	0.6	0.18	
				Costo	0.6	0.18	
				Calidad	0.6	0.18	
				TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO		0.6	
R035	Falta de Mercado.	Poca Publicidad y Propaganda	0.3	Alcance	0.2	0.06	Moderado
				Tiempo	0	0	
				Costo	0.6	0.18	
				Calidad	0.1	0.03	
				TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO		0.27	
R036	Condiciones Climáticas adversas (Lluvias intensas, inundaciones, etc.)	Clima.	0.1	Alcance	0.1	0.01	Moderado
				Tiempo	0.2	0.02	
				Costo	0.2	0.02	
				Calidad	0.6	0.06	
				TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO		0.11	
R037	Oposición y presión por parte de la competencia.(Boicot)	Inconformidad con la ubicación del café en la UPNFM.	0.3	Alcance	0.6	0.18	Alto
				Tiempo	0.6	0.18	
				Costo	0.2	0.06	
				Calidad	0	0	
				TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO		0.42	
R038	Incapacidad de pago.	Costo de servicio muy alto.	0.3	Alcance	0.8	0.24	
				Tiempo	0	0	

				Costo	0.8	0.24	Muy Alto
				Calidad	0.2	0.06	
				TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO		0.54	
R039	Huelgas y marchas	Ubicación de la universidad.	0.3	Alcance	0.2	0.06	Moderado
				Tiempo	0	0	
				Costo	0.6	0.18	
				Calidad	0	0	
				TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO		0.24	
R040	Incumplimiento de entregas en tiempo y cantidad.	Selección inadecuada de proveedores.	0.1	Alcance	0.2	0.02	Moderado
				Tiempo	0.6	0.06	
				Costo	0.1	0.01	
				Calidad	0.6	0.06	
				TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO		0.15	
R041	Baja Calificación del personal.	Selección inadecuada del personal	0.3	Alcance	0.2	0.06	Muy Alto
				Tiempo	0.2	0.06	
				Costo	0.6	0.18	
				Calidad	0.8	0.24	
				TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO		0.54	
R042	Falla de comunicación en el equipo de trabajo.	Ambiente de trabajo hostil.	0.3	Alcance	0	0	Alto
				Tiempo	0.2	0.06	
				Costo	0.2	0.06	
				Calidad	0.6	0.18	
				TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO		0.3	
R043	Capacidad instalada insuficiente.	Fondos insuficientes para adquisición de equipo requerido. Exceso de la demanda.	0.3	Alcance	0.2	0.06	Alto
				Tiempo	0.1	0.03	
				Costo	0.6	0.18	
				Calidad	0.6	0.18	
				TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO		0.45	
R044	Inexperiencia con el	Contratación de	0.1	Alcance	0	0	

	equipo de trabajo.	personal no calificado. Poco entrenamiento en el uso del equipo.			Tiempo	0.1	0.01	Muy bajo.
					Costo	0.2	0.02	
					Calidad	0.2	0.02	
					TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO		0.05	
R045	Personal insuficiente.	Planificación errónea del personal requerido.	0.1		Alcance	0.2	0.02	Moderado
					Tiempo	0	0	
					Costo	0.6	0.06	
					Calidad	0.6	0.06	
					TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO		0.14	
R046	Equipo y maquinaria de mala calidad.	Proveedores Inadecuados.	0.1		Alcance	0.05	0.005	Moderado.
					Tiempo	0	0	
					Costo	0.6	0.06	
					Calidad	0.6	0.06	
					TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO		0.125	
R047	Personal no calificado para mantenimiento de equipo.	Selección inadecuada del personal.	0.1		Alcance	0.2	0.02	Moderado
					Tiempo	0.2	0.02	
					Costo	0.2	0.02	
					Calidad	0.6	0.06	
					TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO		0.12	
R048	Precio alto de repuestos para el equipo.	Selección inadecuada de proveedores.	0.1		Alcance	0	0	Bajo
					Tiempo	0	0	
					Costo	0.6	0.06	
					Calidad	0	0	
					TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO		0.06	
R049	Enfermedad Personal.	del Virus y condiciones climatológicas adversas.	0.3		Alcance	0.1	0.03	Alto
					Tiempo	0.6	0.18	
					Costo	0.1	0.03	
					Calidad	0.6	0.18	
					TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO		0.42	

R050	No obtener la utilidad esperada.	Costos de Operación exceden los costos programados. Planificación incorrecta de la base costos del café.	0.3	Alcance	0	0	Moderado
				Tiempo	0	0	
				Costo	0.8	0.24	
				Calidad	0	0	
				TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO		0.24	
R051	Fondos insuficientes para financiar el proyecto.	Incremento del precio de materiales, salario mínimo, equipo, etc. Ingresos insuficientes para operación del café.	0.5	Alcance	0.2	0.1	Muy Alto
				Tiempo	0	0	
				Costo	0.8	0.4	
				Calidad	0.1	0.05	
				TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO		0.55	
R052	Venta de artículos adicionales al café	Creatividad para la explotación de la marca.	0.5	Alcance	0	0	Muy Alto.
				Tiempo	0.1	0.05	
				Costo	0.8	0.4	
				Calidad	0.8	0.4	
				TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO		0.85	
R053	Accidentes laborales.	No contar con las medidas de seguridad y de higiene ocupacional.	0.5	Alcance	0	0	Muy Alto.
				Tiempo	0.2	0.1	
				Costo	0.8	0.4	
				Calidad	0.2	0.1	
				TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO		0.6	
R054	Accidentes de los clientes durante su permanencia en el café.	Descuido propio. Falta de señalización y rotulación en el área. Negligencia, descuido y falta de atención a los clientes.	0.5	Alcance	0	0	Muy Alto.
				Tiempo	0	0	
				Costo	0.6	0.3	
				Calidad	0.8	0.4	
				TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO		0.7	
R055	Robo, asaltos en la propiedad.	Descuido de personal de Vigilancia. Equipo de seguridad	0.3	Alcance	0	0	Alto
				Tiempo	0	0	
				Costo	0.6	0.18	

		insuficiente.		Calidad	0.6	0.18	
				TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO		0.36	
R056	Impuesto de guerra al personal y a los usuarios.	Inseguridad en el país.	0.1	Alcance	0	0	Muy bajo.
				Tiempo	0	0	
				Costo	0.05	0.005	
				Calidad	0.05	0.005	
				TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO		0.01	
R057	Dar a conocer la marca y obtener oportunidades de ampliación	Buen servicio y buena calidad de producto	0.3	Alcance	0	0	Alto
				Tiempo	0.2	0.06	
				Costo	0.8	0.24	
				Calidad	0.2	0.06	
				TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO		0.36	
R058	Incumplimiento en el pago de proveedores, alquiler, empleados, etc.	Administración inapropiada del café.	0.1	Alcance	0	0	Bajo
				Tiempo	0	0	
				Costo	0.8	0.08	
				Calidad	0.2	0.02	
				TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO		0.1	
R059	Indicadores de rentabilidad menores a los planificados.	Administración inapropiada del café. Falta de control, seguimiento, monitoreo de la estrategia financiera.	0.5	Alcance	0.2	0.1	Muy Alto.
				Tiempo	0	0	
				Costo	0.8	0.4	
				Calidad	0.6	0.3	
				TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO		0.8	

Tabla 6 Plan de Respuesta a los Riesgos

CODIGO DEL RIESGO	DESCRIPCION DEL RIESGO	CAUSA RAÍZ	PROB. X IMPACTO	TIPO DE RIESGO	RESPONSABLE DEL RIESGO	RESPUESTAS PLANIFICADAS	TIPO DE RESPUESTA.	RESPONSABLE DE LA RESPUESTA.
							Evitar / Mitigar / Transferir Explotar/ Compartir/ Mejorar Aceptar.	
R003	No contar la disponibilidad de los ingenieros que trabajan directamente con la UPN y el personal de mantenimiento del local.	Procesos y procedimientos para contar con el permiso y disposición del personal a tiempo.	0.51	Muy Alto mayor a 0.50	Director Proyecto. del	1. Identificar al personal de la universidad requerido para realizar la remodelación dentro de la universidad. 2. Revisión y Control del avance del diseño por parte de un tercero especialista en el área. 3. Verificación de la implementación de las normas y especificaciones del diseño. 4. Validación del Diseño.	Mitigar. Mitigar. Mitigar. Mitigar.	Director de Proyecto Responsable del diseño. Especialista en el área de diseño Especialista.
R004	No contar con los contratos antes de la fecha de inicio de la obra.	Cerrar la negociación sin contar con un margen de tiempo adecuado por retrasos	0.75	Muy Alto	Director Proyecto. del UPNFM	1. Contar con los contratos firmados para el montaje del café 2. Diseño con especificaciones dadas 3. Contar con la documentación requerida.	Evitar Mitigar. Evitar	Director de Proyecto Responsable del diseño. Director de Proyecto
R005	No contar con la disponibilidad para cerrar la librería durante la remodelación.	Que el periodo en el que se va a construir sea de temporada alta en la librería.	0.7	Muy Alto	UPNFM Consejo propietarios de	1. Conocer los horarios de la librería 2. Hacer contratación para trabajos nocturnos y fines de semana.	Mitigar Mitigar	Ingeniero del proyecto Ingeniero del proyecto

R009	Mal funcionamiento de sistema de facturación	Falta de conocimiento de las necesidades informáticas del café.	0.615	Muy Alto	Administrador Proveedor	1. Verificar los lineamientos que solicite la dirección ejecutiva de ingresos. 2. Contar con un proveedor responsable y con credibilidad.	Evitar Mitigar.	Administrador Administrador
R010	Calidad deficiente de la remodelación terminada.	Falta de requerimientos establecidos durante el proceso de la obra.	0.63	Muy Alto	UPNFM Ingeniero del Proyecto Consejo de propietarios	1. Realizar una supervisión constante de la remodelación. 2. Adquisición de materiales de calidad.	Mitigar Mitigar	Consejo de propietarios /UPNFM Ingeniero del proyecto
R011	Fallas en los servicios públicos.	Mal control de la calidad de la obra.	0.66	Muy Alto	Ingeniero del Proyecto	1 Adquisición de materiales de calidad. 2 Establecer procedimientos de supervisión y control. 3. Contar con el presupuesto necesario para la adquisición de materiales y contratación de personal capacitado.	Mitigar. Mitigar. Mitigar.	Ingeniero del proyecto
								Ingeniero del proyecto
								Ingeniero del proyecto
R012	Incumplimiento del plazo establecido para la entrega del local.	Periodo de tiempo en la obra que no se cumplió.	1.3	Muy Alto	Director del Proyecto.	1. Contratación de mano de obra calificada y responsable. 2. Establecer multas por entregas tardías o de mala calidad y bonificaciones por entregas a tiempo y con buena calidad. 3. Comenzar la remodelación con suficiente tiempo de holgura para realizar pruebas.	Mitigar Transferir / Mitigar Evitar	Ingeniero del proyecto Consejo de propietarios /UPNFM Consejo de propietarios /UPNFM
R013	Incumplimiento de normas de calidad y diseño.	Falta de especificaciones de calidad y diseño en la	0.66		Administrador Ingeniero del	1. Establecer un sistema de comunicación que permita conocer todos los detalles de la remodelación. 2. Contratación de personal calificado.	Mitigar. Mitigar.	Ingeniero del proyecto Ingeniero del proyecto

		obra.		Muy Alto	Proyecto			
R014	Exceder el presupuesto asignado al proyecto.	Mala planificación de presupuesto en el proyecto.	1.47	Alto	Ingeniero Proyecto del	1. Establecer hitos en la programación del proyecto.	Mitigar	Director del proyecto
R017	Incumplimiento interno de entregas en tiempo y cantidad.	Mal control en el proceso de la entrega.	0.36	Alto	Ingeniero Proyecto del	1. Especificaciones de entrega bien establecidas.	Mitigar.	Ingeniero del proyecto
R018	Contratar personal con poca disponibilidad de trabajar.	Selección de personal inadecuada	0.36	Alto	Ingeniero Proyecto del	1. Verificar la experiencia y referencia de los empleados.	Mitigar	Ingeniero del proyecto
R019	Falla de la comunicación en el equipo de trabajo.	Mala relación entre el personal de café literario y el personal de UPNFM.	0.45	Alto	Administrador / Consejo propietarios /UPNFM de	1. Dar a conocer e incentivar buenas relaciones entre el personal de Café Literario y la Librería	Mitigar	Consejo de propietarios / UPNFM / Administrador
R020	Insuficiencia de mano de obra local.	Personal no capacitado para la remodelación de calidad.	0.6	Muy Alto	Ingeniero proyecto del	1. Utilizar herramientas de planificación como diagrama de Gantt para conocer la cantidad de personal necesario durante la remodelación.	Mejorar	Ingeniero del proyecto

R021	Equipo insuficiente.	Mala Planificación	1.1	Muy Alto	Administrador	1. Definir y organizar las necesidades de equipo según los trabajos a realizar.	Mitigar	Ingeniero de proyecto
R022	Falta de financiamiento descrito en el plan.	No contar con los recursos económicos disponibles.	0.45	Alto	Ingeniero del proyecto Consejo de propietarios	1. Elaborar el presupuesto del proyecto considerando los factores que pueden incrementar los costos. 2. Gestionar el financiamiento considerando un margen de tiempo de desembolsos previo al comienzo del proyecto.	Mitigar Evitar	Ingeniero del proyecto Consejo de propietarios
R023	Incumplimiento en el flujo de desembolsos	No cumplir con las fechas establecidas de desembolso.	0.48	Alto	Consejo de propietarios	1. Conocer el cronograma de trabajo con anticipación. 2. Conocer las políticas de desembolsos de la institución financiera.	Evitar Evitar	Consejo de propietarios / Ingeniero del proyecto Consejo de propietarios
R024	Trabajos no programados	Mala planificación	0.6	Muy Alto	Ingeniero del proyecto	1. Mantener a la vista la programación realizada. 2. Supervisión constante.	Mitigar Mitigar.	Ingeniero de proyecto.
R025	Gestión deficiente de los cambios en el proyecto.	Falta de dirección de control y monitoreo	1	Muy Alto	Director de proyecto	1. Elaborar un plan de gestión de la configuración del proyecto.	Mitigar	Ingeniero de proyecto.
R026	Cometer un error de producto	Falta de organización y	1			1. Elaborar una plantilla de monitoreo y control.	Mitigar	Ingeniero de proyecto.

	evaluaciones tardías.	supervisión		Muy Alto	Director proyecto del			
R029	Falta de Liderazgo para coordinar equipo.	Comunicación inadecuada	0.48	Alto	Ingeniero proyecto. de	1. Recibir capacitaciones. 2. Contratar personal con experiencia 3. Instrucciones claras y toma de decisiones participativa.	Mitigar Mitigar mitigar	Ingeniero de proyecto. Ingeniero de proyecto Ingeniero de proyecto.
R030	No contar con el permiso sanitario y registros a tiempo para operar.	No se estimó el tiempo establecido	0.475	Alto	Consejo propietarios/ Administrador de	1. Realizar los trámites con suficiente anticipación.	Mitigar	Administrador/ Consejo de propietarios
R031	No acceso a servicios de comunicaciones (Telefonía, Internet, cable, etc.)	Malas conexiones	0.48	Alto	Ingeniero proyectos de	1. Definir los servicios de telecomunicación en los planos de la remodelación. 2. Adquirir materiales de calidad.	Mitigar	Ingeniero de proyecto
R033	Insatisfacción de los usuarios por el servicio brindado.	Servicio deficiente, mala atención, maltrato.	1.1	Muy Alto	Administrador	1. Capacitar al personal en temas diversos. 2. Adquirir y proveer servicio y producto de calidad. 3. Incluir las variables necesarias en el estudio de Mercado que permita asegurar la demanda esperada: Gustos y Preferencias de los futuros clientes.	Mitigar Mitigar	Administrador

R034	Fallos en los servicios públicos.	Malas conexiones, daños en los sistemas de abastecimiento.	0.6	Muy Alto	Instituciones publicas	1. Adquisición de equipo de respaldo para mantener en funcionamiento el café. 2. Revisión periódica de los sistemas de servicios sanitarios, agua potable, electricidad y conexiones.	Evitar Mitigar	Administrador Administrador
R037	Oposición y presión por parte de la competencia.(Boicot)	Inconformidad con la ubicación del café en la UPNFM.	0.42	Alto	Competencia	1. Idear e implementar estrategias de mercadeo que nos permitan permanecer a la vanguardia.	Mitigar	Administrador
R038	Incapacidad de pago.	Costo de servicio muy alto.	0.54	Muy Alto	Administrador	1. Medir la capacidad de pago de los consumidores a través de la encuesta.	Mitigar	Administrador
R041	Baja Calificación del personal.	Selección inadecuada del personal	0.54	Muy Alto	Administrador	1. Revisión periódica de los sistemas de servicios sanitarios, agua potable, electricidad y conexiones.	Mitigar	Mantenimiento
R042	Falla de la comunicación en el equipo de trabajo.	Ambiente de trabajo hostil.	0.33		Administrador	1. Elaborar perfil de Recurso Humano previo a la contratación. 2. Poner a prueba por dos meses a personal previo a contratación definitiva.	Mitigar Mitigar	Administrador

				Alto		3. Evaluar al personal del centro.	Mitigar	
R043	Capacidad instalada insuficiente.	Fondos insuficientes para adquisición de equipo requerido. Exceso de la demanda.	0.45	Alto	Director del Centro.	1. Realizar un estudio técnico que permita definir la capacidad que debe tener el café.	Mitigar.	Consejo de propietarios
R049	Enfermedad del Personal.	Virus y condiciones climatológicas adversas.	0.42	Alto	Administrador	1. Inscribir a los empleados en el Seguro Social. 2. Crear un ambiente de disponibilidad del personal para cubrir en caso de emergencias.	Transferir / Mitigar Mitigar	Administrador / Consejo de propietarios Administrador
R051	Fondos insuficientes para financiar el proyecto.	Incremento del precio de materiales, salario mínimo, equipo, etc. Ingresos insuficientes para operación del café.	0.55	Muy Alto	Director del Centro.	1. Elaborar un estudio financiero para la operación del café e incluir capital de trabajo.	Mitigar	Administrador / Consejo de propietarios
R052	Venta de artículos adicionales al café	Creatividad para la explotación de la marca.	0.85	Muy Alto	Administrador	1. Aprovechar las oportunidades que se presenten de dar a conocer la marca y posicionarse en la mente de los consumidores. 2. Brindar buena atención al cliente.	Explotar Acepta.	Administrador Administrador
R053	Accidentes laborales.	No contar con las medidas de seguridad y de higiene	0.6		Administrador de Consejo propietarios	1. Elaborar un plan de limpieza del centro. 2. Supervisar y verificar que el plan de higiene y limpieza se lleve a cabo.	Mitigar. Mitigar.	Administrador Administrador

		ocupacional.		Muy Alto	Mantenimiento, los empleados, personal de aseo.	3. Seguro contra accidentes laborales.	Transferir / Mitigar	Administrador
R054	Accidentes de los clientes durante su permanencia en el café.	Descuido propio. Falta de señalización y rotulación en el área. Negligencia, descuido y falta de atención a los clientes	0.7	Muy Alto	Administrador UPNFM	1. Diseño e implementación de un plan de señalización dentro del centro. 2. Brindar envases con señalización de caliente y frío. 3. Contar con un botiquín de primeros auxilios.	Mitigar Mitigar. Mitigar.	Administrador Administrador Administrador
R055	Robo, asaltos en la propiedad.	Descuido de personal de Vigilancia. Equipo de seguridad insuficiente.	0.36	Alto.		1. Contar con cámaras de seguridad. 2. Contar con servicio de vigilancia.	Mitigar. Transferir.	Consejo de propietarios UPNFM
R057	Dar a conocer la marca y obtener oportunidades de ampliación	Buen servicio y buena calidad de producto	0.36	Alto.	Administrador	1. Capitalizar la empresa con el propósito de poder aprovechar oportunidades de ampliación. 2. Buscar oportunidades de ampliación en otras universidades	Explotar Mejorar	Consejo de propietarios Consejo de propietarios
R059	Indicadores de rentabilidad menores a los planificados.	Administración inapropiada del café. Falta de control, seguimiento, monitoreo de la estrategia financiera.	0.8	Muy Alto.	Consejo de propietarios	1. Realizar auditorías ocasionales. 2. Solicitar informes de rendición de cuentas una vez cada 15 días. 3. Supervisar el café	Mitigar Mitigar Mitigar	Consejo de propietarios Consejo de propietarios Consejo de propietarios

4.5 ESTUDIO DE MERCADO

“Un estudio de mercado sirve para obtener, analizar y comunicar información acerca de los clientes, el producto, el precio, el tipo de distribución, las promociones, los competidores y los proveedores.” (Barrientos, 2002)

4.5.1 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA Y LA INDUSTRIA

Competencia; Se realizaron varias visitas a la UPNFM en las que se identificaron los diferentes locales donde se vende café, diferentes bebidas, repostería y bocadillos, para poder interpretar que tan satisfecha se encuentra la población universitaria con lo que se ofrece actualmente en la UPNFM realizamos la pregunta,

1. Que bocadillos le gustaría degustar en el establecimiento.

Tabla 7 Bocadillos de preferencia

Etiquetas de fila	Cuenta	de
BOCADILLOS	10.61%	BOCADILLOS
PAN TRAD	11.67%	
REPOSTERIA	47.21%	
REPOSTERIA-BOCA	4.51%	
REPOSTERIA-PAN TRAD	10.61%	
REPOSTERIA-PAN TRAD-BOCAD	15.38%	
(en blanco)	0.00%	
Total general	100.00%	

Al 77.72% de la población le gustaría encontrar repostería dentro del café aun cuando la universidad cuenta con un local en el que se vende exclusivamente helados y repostería, al momento de realizar las visitas se pudo observar que este local esta descuidado y carece de postres, se ha ocupado únicamente de los helados.

Dentro de las instalaciones del centro se venden café de varias calidades pero no se vende café de altura o café especial, lo que brinda una excelente oportunidad para abordar el mercado.

4.5.1.1 ANÁLISIS DE PRECIOS EXTERNOS

Tabla 8 Precios de la Competencia

EMPRESA	PRODUCTOS	PRECIOS DE LA COMPETENCIA.	PROMOCION
Espresso Americano	Café, galletas y pasteles	Americano 8 oz. – Lps. 18.00 Cappuccino 8 oz. – Lps. 30.00 Latte 8 oz. – Lps. 27.00 Pasteles Lps. 45.00-Lps. 55.00 Galletas Lps. 13.00 –Lps. 15.00	Anuncios de Televisión, Publicaciones en diarios, rótulos, redes sociales y pagina web.
DK Donuts	Ofrece donas, Nescafé	Donas Lps. 16.00 – Lps 20.00	Publicaciones en diarios, rótulos, redes sociales y pagina web.
Heladería y Repostería UPN	Vende Copas de helados, yogurt, paletas, cono, sunday, pasteles	Helados de 210 ml cuesta Lps 15 , helado de 500 ml Lps 30 y el de 1000 ml cuesta Lps 45, pasteles Lps 45.00	Rótulos
Cafetería	Almuerzos, golosinas, café	Americano Lps. 15.00 Bocadillos Lps. 15.00- Lps. 45.00	Ninguna

En el siguiente cuadro se muestra nuestra oferta al mercado que hemos establecido.

Tabla 9 Oferta Café Literario

Descripción Por Tamaño	Café Semanal	Café Anual	Pasteles (Porciones Semanal)	Pastel (porciones anual)
OFERTA (Un)	1320	55660	300	12650
Descripción Por Tamaño	Jugos naturales Semanal	Jugos naturales Anual	Granita sabores Semanal	Granita sabores Anual
OFERTA (Un)	600	25300	300	12650

Nota: 33% de aprovechamiento de nuestra capacidad instalada

4.5.2 ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR

La UPNFM es una universidad con una población de 26100 personas actualmente y solamente se cuenta con un café establecido formalmente además de ventas de café en la cafetería, pero no como servicio especializado, esto se debe en gran medida a la falta de espacio.

Como se ha planteado anteriormente la demanda se encuentra insatisfecha con los negocios que actualmente ofrecen los productos y servicios con los que cuenta Café Literario, como ser la venta de postres, que a pesar de contar con ellos manifiestan que son productos que les gustaría comprar.

En cuanto al café especial la demanda potencial es alta pero el mercado está acostumbrado a café de tipo comercial, por lo tanto es necesario comenzar un proceso de educación al consumidor para dar a conocer las ventajas que produce consumir café de calidad comparado con las desventajas de consumir el café que se comercializa actualmente.

4.5.3 ESTIMACIÓN DE LAS TENDENCIAS DEL MERCADO

Para determinar la demanda o el número de compradores potenciales que pueden consumir café y otros productos que se ofrecerán en café literario, fue necesario buscar información sobre el número de personas dispuestas a consumir este tipo de productos, para esto se llevó a cabo una encuesta diseñada con sus respectivos objetivos.

¿Cuáles son las preferencias del mercado de la UPN en cuanto al consumo de café y bocadillos?

Objetivos

Objetivo General

1. Determinar las preferencias de consumo de café y bocadillos en la UPN.

Objetivos Específicos

- 1.1. Conocer el perfil del encuestado.

Variables: Genero, Edad, Ingreso Familiar

Posibles respuestas y variables involucradas

Variable	Valor o respuesta
Genero	Femenino Masculino
Edad	Menor de 18 años De 18 a 25 años De 26 a 35 años De 36 en adelante
Ingreso familiar	De 0 a 7500 De 7500 a 15000 De 15000 en adelante

- 1.2. Conocer la cantidad de consumo de café diario por hora, lugar y tipo de café.

Variables: Edad, Genero, Ocupación, Tazas diarias, Hora preferida para consumir café. Lugar, Tipo de café

Variable	Posibles Respuestas
Edad	Menor de 18 años De 18 a 25 años De 26 a 35 años De 35 en adelante
Genero	Femenino Masculino
Ocupación	Trabaja am Estudia am Trabaja pm Estudia pm
Tazas diarias de café	1 2 3 Más de 3 No
Horario de consumo de café	Mañana Tarde Noche
Lugar de consumo	Casa Oficina Comercio
Tipo de café	Americano o Negro Cappuccino Latte Otro

1.3. Conocer la marca preferida de los consumidores de café molido y anuencia para comprar café recién molido.

Variables: Compraría café recién molido, marca de café actual.

Variable	Posibles Respuestas
Marca de café actual	Indio Oro Maya Mascafé Nescafé Otra Especifique
Compraría café recién molido	Si No

1.4. Conocer el ingreso y género de las personas que estarían dispuestas a comprar café recién molido

Variables: compraría café recién molido, ingreso familiar, género y ocupación

Variables	Posibles respuestas
Compraría café recién molido	Si No
Ingreso Familiar	De 0 a 7500 De 7500 a 15000 De 15000 en adelante
Genero	Femenino Masculino
Ocupación	Trabaja Estudia Ambas

1.5. Conocer el tipo de producto que prefieren para consumo extra aparte del café.

Variables: bocadillos, bebidas adicionales

Variables	Posibles respuestas
Bocadillos	Bocadillos salados (Sándwiches, pan con frijoles, etc.) Repostería (pasteles helados y secos) Pan tradicional (rosquillas, pan de queso, tustacas, etc.)
Bebidas adicionales	Jugos naturales Chai Granita de sabores Té o infusión

1.6. Conocer las preferencias en consumo de café preparado y bebidas adicionales.

Variables: temperatura, tipo de café caliente, tipo de café frio, bebida adicionales.

Variables	Posibles respuestas
Temperatura	Frio Caliente
Tipo de café caliente	Americano o negro Cappuccino Latte Machiato Espresso Otro
Tipo de café frio	Latte Granita Saboreado Otro
Bebidas adicionales	Jugos naturales Chai Granitas de sabores Otro.

Para mayor referencia Ver encuesta anexo 4

De acuerdo a los resultados obtenidos, un 84.5% de los compradores potenciales beben café, un 43.73% consume café de marcas no tradicionales, por medio de la encuesta realizamos dos preguntas estratégicas, para saber la cantidad de nuestros compradores potenciales estarían dispuestos a probar otra marca de café y con qué frecuencia, estas fueron:

2. ¿Cuántas tazas de café bebe al día?

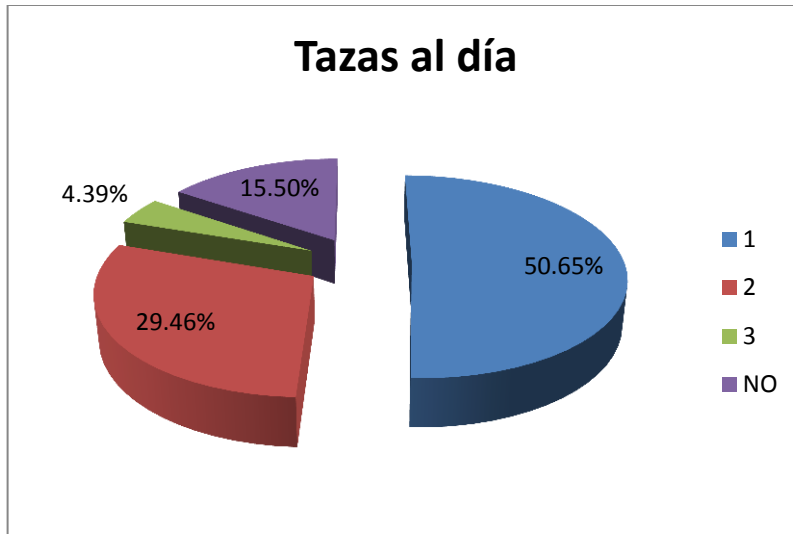


Figura 4 Consumo de café por día

Esto nos da como resultado el porcentaje de gente que no bebe café que es un 15.50% y el porcentaje que si bebe que representa un 84.5%, esto nos indica que de 26100 personas que frecuentan la UPNFM 22,054.50 toman café al menos una vez al día, la segunda pregunta fue,

3. ¿Qué marca de café molido consume actualmente?

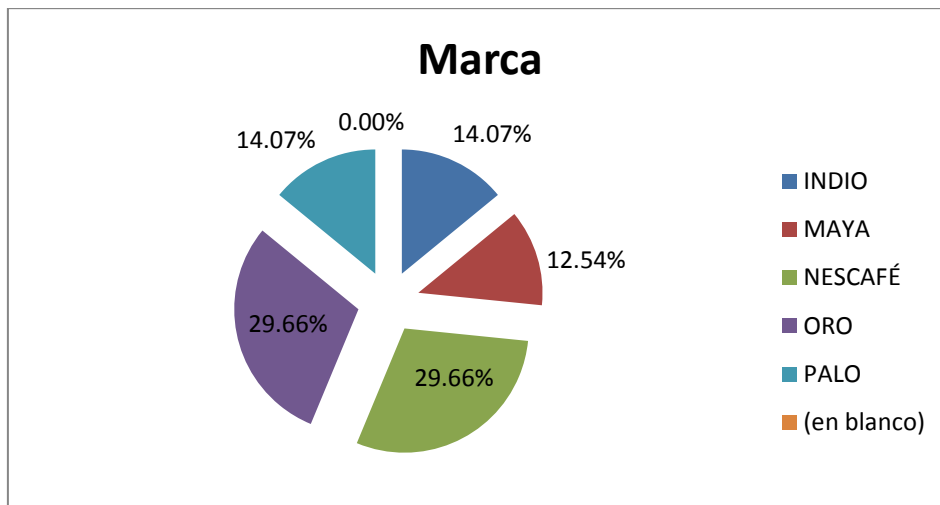


Figura 5 Preferencias de la Marca

Se puede observar que el 43.73% de la población consume café de palo y nescafé que representan los cafés de marcas no tradicionales, es decir 9644 personas.

El cruce de las preguntas, cuantas tazas de café bebe al día con que marca de café bebe nos permite observar que el 30.89% de las personas que consumen café de marcas no tradicionales beben café al menos una vez al día, el 12.23% consumen 2 tazas al día y el 0.61% 3 tazas al día esto se traduce en 2979, 1179 y 58 personas respectivamente, dando como resultado un total de 4216 personas que consumen al menos una tazas de café al día.

Tabla 10 Porcentaje de Consumo por Marca

Cuenta de MARCA	Etiquetas de columna							
Etiquetas de fila	INDIO	MAYA	NESCAFÉ	ORO	PALO	(en blanco)	Total general	Nescafe+palo
1	4.59%	6.73%	22.02%	17.74%	8.87%	0.00%	59.94%	30.89%
2	9.48%	5.81%	7.65%	7.34%	4.59%	0.00%	34.86%	12.23%
3	0.00%	0.00%	0.00%	4.59%	0.61%	0.00%	5.20%	0.61%
NO	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
(en blanco)	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Total general	14.07%	12.54%	29.66%	29.66%	14.07%	0.00%	100.00%	43.73%

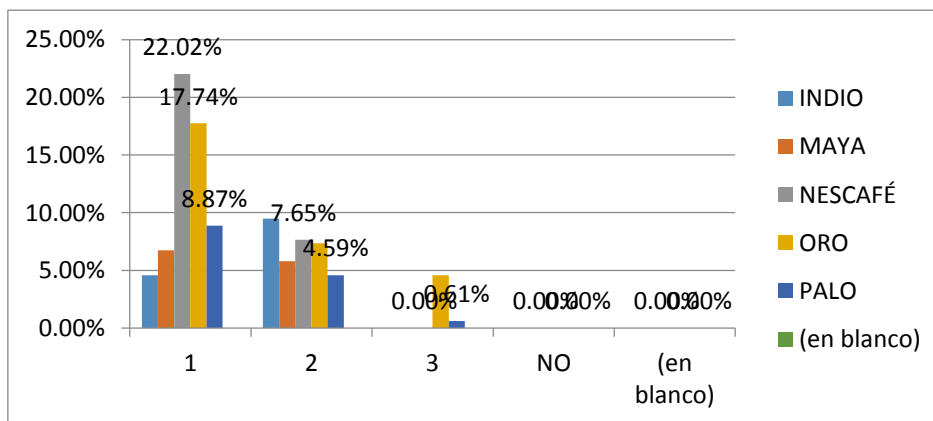


Figura 6 Preferencia de Marca

Análisis de Precios Internos

Tabla 11 Fijación Interna de Precios

	Costo Unitario	M/O	Alquiler	Costo Variable	Costo Total	Precio Venta	Margen de utilidad
Cappuccino y latte	7.74	2	0.09	1.47	11.29	30	0.62
Granita de café	11.86	2	0.09	2.09	16.02	34	0.53
Jugo naturales	5.12	2	0.09	1.08	8.27	18	0.54
Repostería	30	2	0.09	4.81	36.88	49	0.25

Análisis para la fijación de precios

En el análisis de los precios de la competencia podemos apreciar que la mayoría de los competidores directos ofrecen los mismos precios ya que se han fijado los precios de acuerdo a la plaza, sin embargo la estrategia de mercado que se utiliza es una estrategia de diferenciación que permitirá a la empresa distinguirse por la calidad y variedad de sus productos.

En el caso de Café Literario se han fijado los precios siguientes:

Tabla 12 Precio de venta

Producto	Precio
Cappuccino y Latte	30.00
Granita	34.00
Jugos Naturales	18.00
Repostería	49.00

Comparando los precios de la competencia, podemos ver que algunos de nuestros precios son más altos, esto debido a que nuestro producto tiene mayor calidad, producto elaborado con frutas y sin preservantes, café de altura y repostería exclusiva, buscando los gustos y preferencia del mercado no explotado.

4.5.4 ESTRATEGIA DE MERCADO Y VENTAS

La estrategia de mercadeo y ventas se hará en base a la mezcla de mercado que está dividida en las 5 “P”, producto, precio, plaza, promoción y personal.

Producto. El producto se define como un extracto de café mesclado con diferentes cantidades de agua y leche, en determinados casos saborizante. Bebidas naturales con diferentes combinaciones, bebidas frías, bocadillos y repostería.

Precio. Solo manejaremos los precios para nuestros clientes minoristas.

Plaza. El canal de distribución del producto será de manera directa y entrega inmediata.

Promoción. Se ofrecerá una promoción de introducción durante los dos primeros meses del proyecto, se realizaran diferentes actividades educativas para dar a conocer nuestro producto y diferenciar los tipos de café para que el consumidor final pueda distinguir las diferentes calidades de café, para el resto de temporada se ofrecerá diferentes promociones para fechas especiales como el día internacional del café, navidad, día del padre, entre otras.

Personal. Contratación de los servicios de personal adicional y especializado durante los eventos para mantener las degustaciones y promocionar el producto.

4.5.4.1 MEDIOS DE PUBLICIDAD

Para hacer llegar el mensaje a nuestro mercado meta utilizaremos la siguiente publicidad:

- **Redes Sociales**

Se dará a conocer nuestra página en Facebook donde se presentara la lista e imágenes de nuestros productos.

- **Rótulo**

Se contratará una empresa encargada de la creación de un rótulo colocado en los predios de la empresa a manera de que el público nos identifique y logremos el posicionamiento de nuestra marca y producto.

4.5.4.2 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

En canal de distribución que utilizaremos es el directo: Productor –consumidor final, el minorista o consumidor final acudirá directamente a Café Literario, para la compra de café, bebidas y bocadillos y postres.

4.5.4.3 POLÍTICAS DE VENTAS

- Las formas de pago pueden realizarse de 2 maneras: Efectivo y Tarjeta de Crédito & Débito.
- Se aceptara Tarjetas de Crédito: Visa, MasterCard, y American Express.
- Se aceptaran Tarjetas de Débito de todos los Bancos de Honduras y extranjeros.

4.5.4.4 POLÍTICA DE CRÉDITO

No se proporcionara crédito.

- Descuentos

Se aplicaran únicamente los descuentos decretados por la ley.

A. LEY INTEGRAL DE PROTECCION AL ADULTO MAYOR Y JUBILADOS

DECRETO LEGISLATIVO NO. 199-2006 Artículo 30 Numeral 4

Descuento del Veinticinco por ciento (25%) en consumo individual de comida.

B. LEY DE EQUIDAD Y DESARROLLO INTEGRAL PARA LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD

DECRETO No. 160-2005 Artículo 53 Numeral 11

Descuento Veinte por ciento (20%) en consumo individual de comidas en restaurantes.

C. Se aplicara descuento a las compras mayores de Lps 50,000, este de un 5% de descuento.

D. En el caso de devoluciones u otros casos en los que sea necesario se aplicara LA LEY DE PROTECCION AL CONSUMIDOR

DECRETO No 24-2008 Articulo 9, 19

4.6 ESTUDIO DE PRODUCCIÓN Y OPERACIONES

4.6.1 DISEÑO DEL PRODUCTO O SERVICIO

Los suministros e insumos necesarios se encuentran en calidad y cantidad en el mercado local, en caso del café se produce directamente en las fincas de los socios de Café Literario. Los equipos y tecnología necesarios para llevar a cabo el proyecto, se compraran en el país.

A continuación se describen los ingredientes constituyentes del café y sus principales funciones:

El producto principal a ser utilizado como materia prima es el café de exportación que se produce directamente en las fincas del occidente de Honduras.

Leche: Se buscara una marca de leche de baja cremosidad ya que lo que busca es resaltar son las características del café no la cremosidad de la leche.

Aromatizantes: Se hará uso de saborizantes para diferentes tipos de bebidas a base de café y leche.

Agua: Es el medio disolvente del café, se utilizará para finalizar la preparación de algunas bebidas, se obtendrá a través de marcas reconocidas de agua purificada.

Aire y vapor de agua. Es un ingrediente fundamental en la preparación de diferentes tipos de café por lo que es importante obtener el equipo adecuado que nos brinde este producto.

Bebidas y granizados

Frutas naturales: Es un producto que se encuentra fácilmente en el mercado local y que se utilizara para la elaboración de refrescos naturales y granizados.

4.6.2 INSTALACIONES DE PRODUCCIÓN

Café Literario es una empresa que elabora y comercializa bebidas a base de café, refrescos y bebidas naturales tradicionales y exóticas, postres y bocadillos. La nueva sucursal estará ubicada dentro de las instalaciones de la UPNFM, universidad que cuenta con una población de 26100 personas.

La universidad está ubicada en la Col. El Dorado, colindando con el boulevard de las Fuerzas Armadas, La colonia Miraflores, frente al centro comercial Plaza Miraflores.

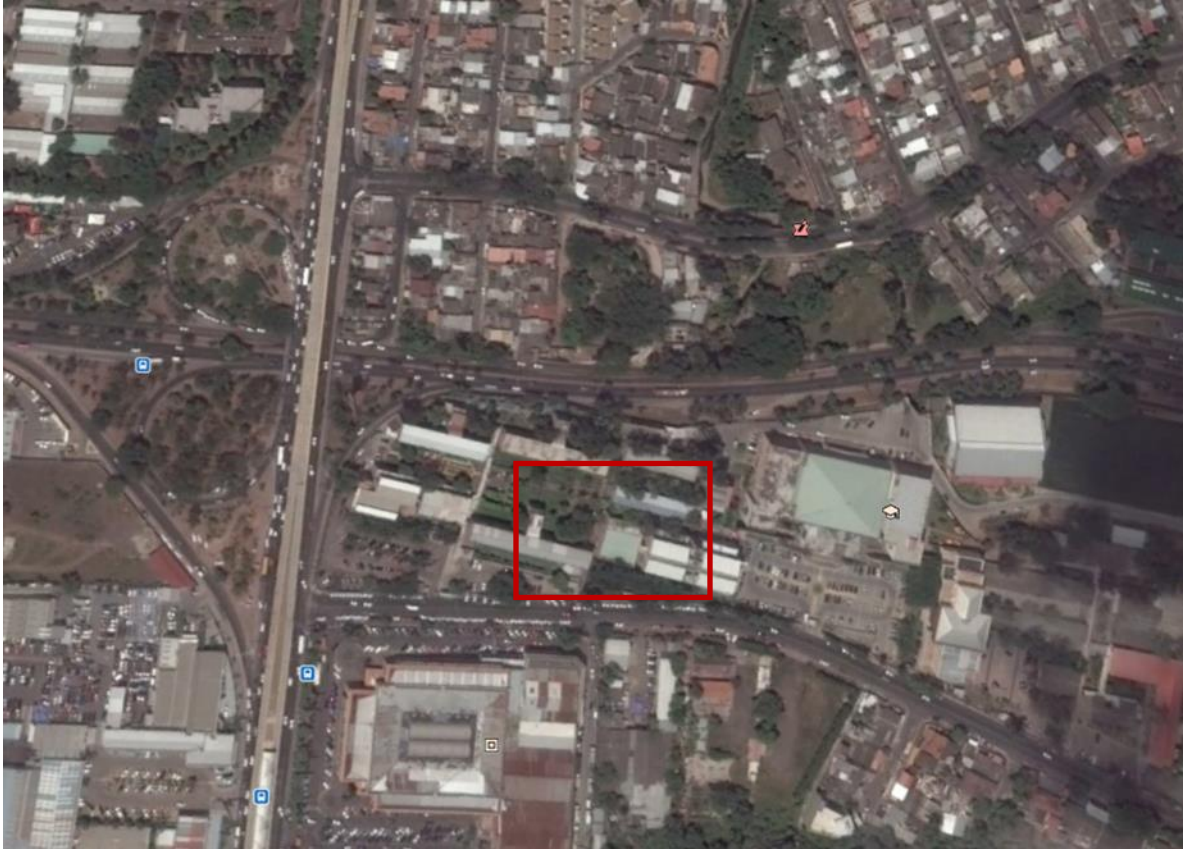


Figura 7 Vista Satelital de la Universidad Pedagógica Francisco Morazán

Para poder establecer Café Literario dentro de las instalaciones de la librería se deberá acondicionar el local según las necesidades del café.

Situación Actual

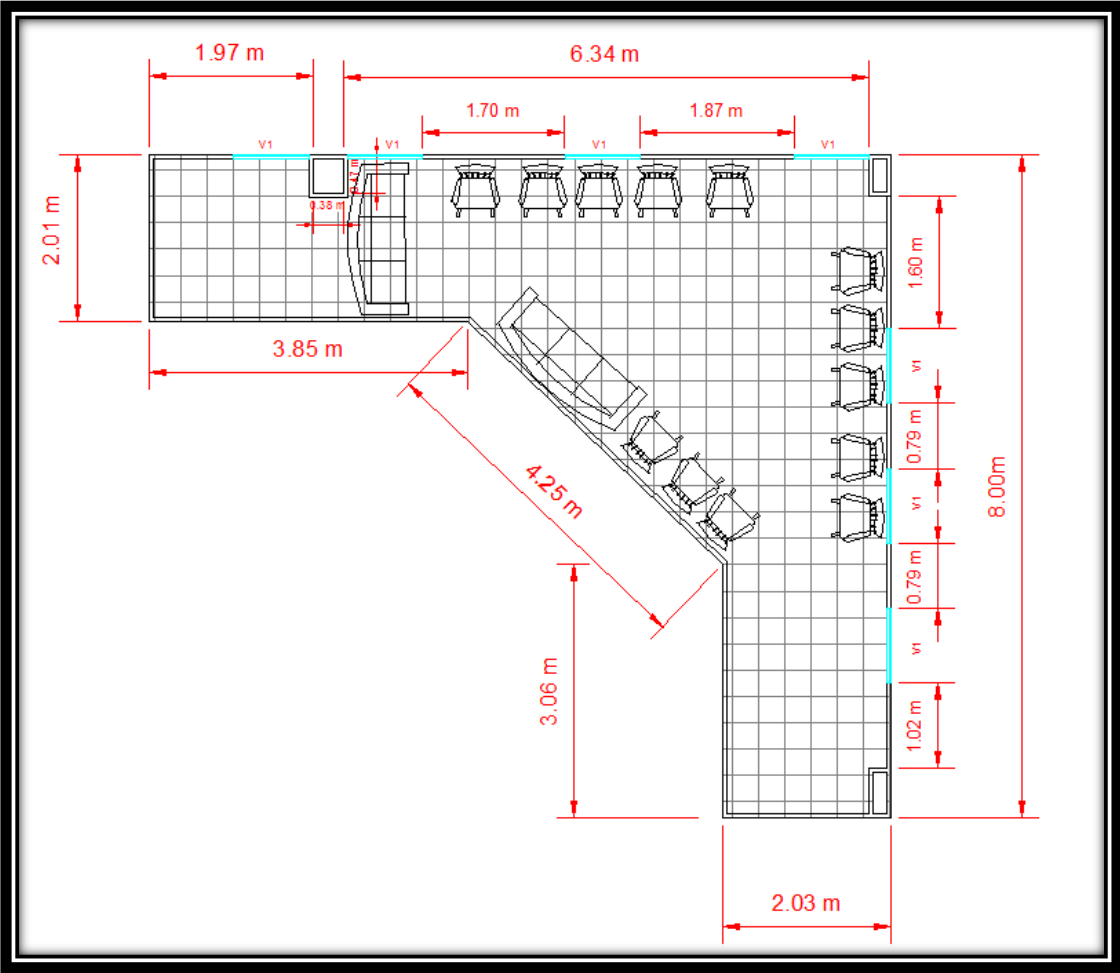


Figura 8 Distribución Actual del Área

Distribución de las Áreas

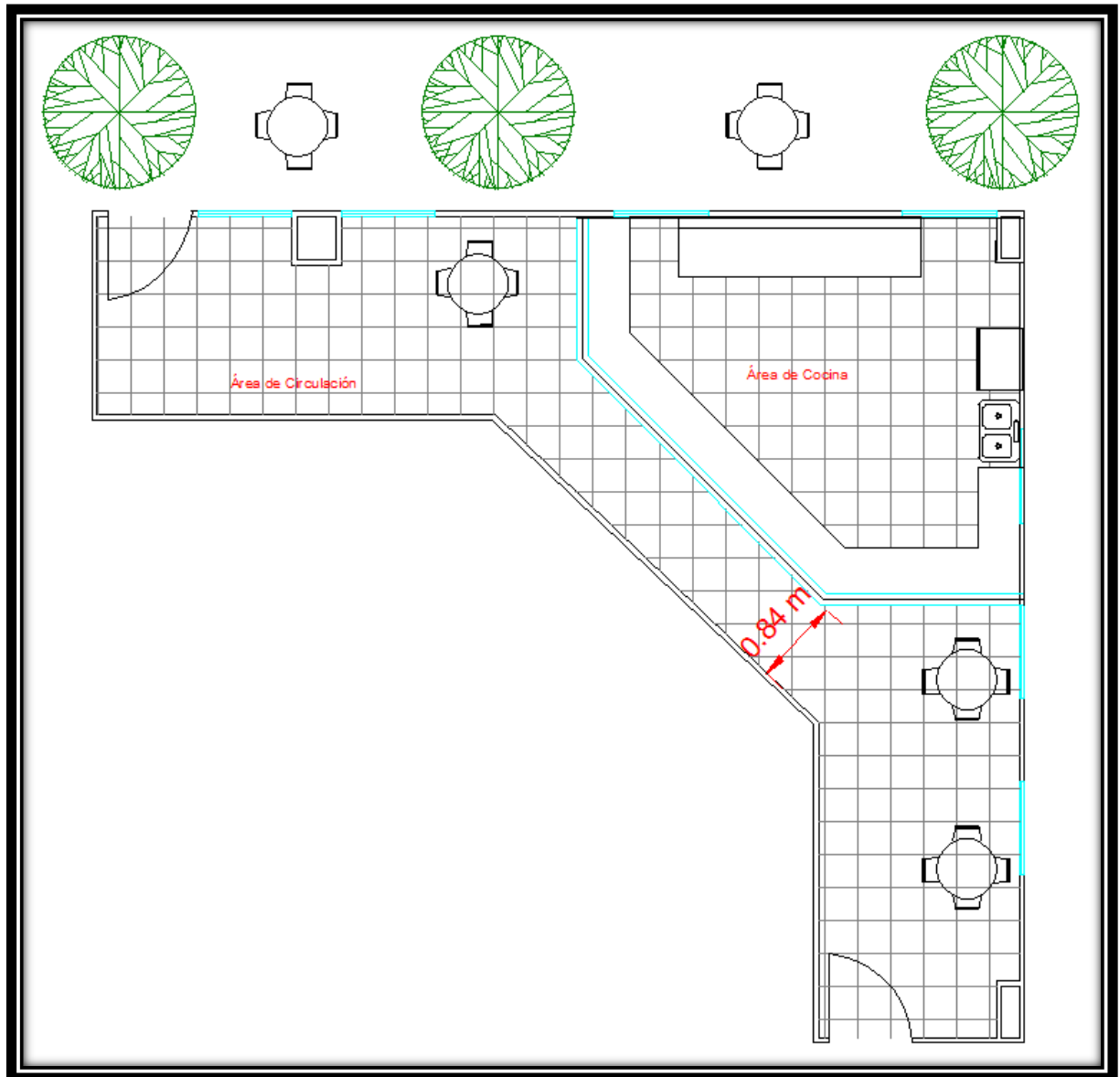


Figura 9 Distribución Prevista de las áreas de Café Literario

Área de Circulación 19.58 m²

Área de cocina 9.34m²

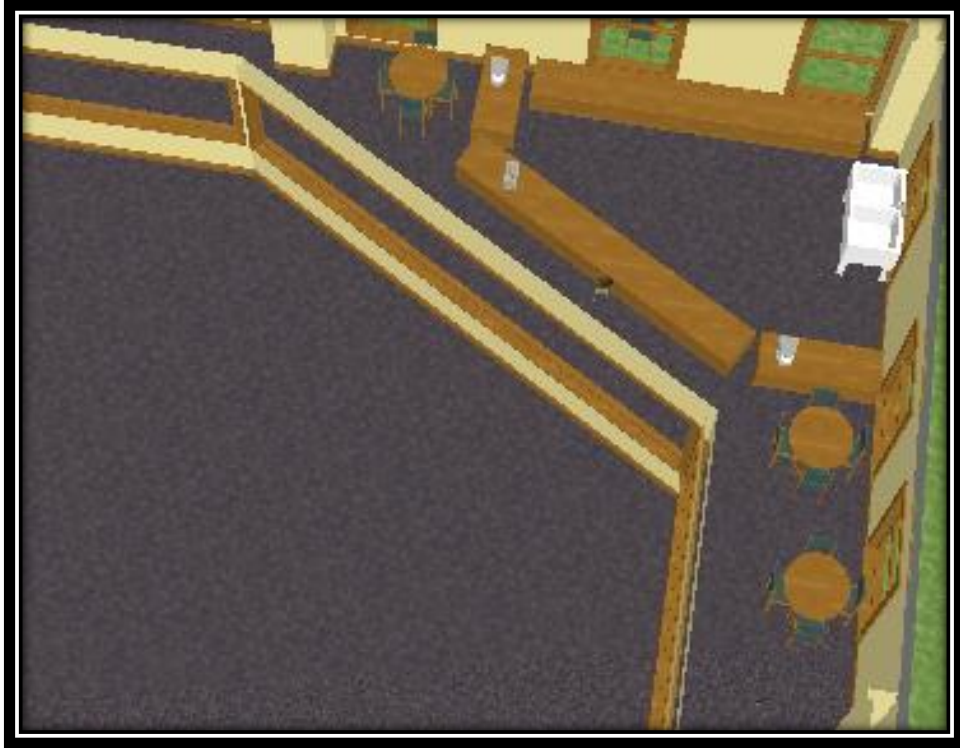


Figura 10 Vista Final de Café Literario UPNFM en 3D

Capacidad de producción de las diferentes maquinas

Tabla 13 Capacidad de Producción por Hora

Maquinas	Capacidad	Tamaño			
		hora	8 oz	12 oz	16 oz
Máquina para Granizados	24 Lts.	1	N/A	66	N/A
Molino	1200 gr.	1	320	N/A	N/A
Máquina para café	11.5 Lts.	1	59	N/A	N/A
Máquina para Jugos	40 Lts.	1	N/A	N/A	75
Licuidora	2 Lts.	1	N/A	4	3

Se tomó como base la producción por hora de cada una de las maquinas, en el caso de la licuidora esta se requiere únicamente para bebidas especiales.

Teniendo lo siguiente en la presentación de 8 oz. se pueden producir 472 unidades por día, en la de 12 oz. 560 unidades por día y en la presentación de 16 oz 492 unidades por día. Estos cálculos están basados en una jornada laboral de 8 horas.

Al mes se contaría una producción variante ya que depende del mercado y de la producción de bebidas que más tenga demanda.

4.6.3 PLANIFICACIÓN DE PRODUCCIÓN

Café

- Precalentamiento de las maquinas – Las maquinas se llenan automáticamente de agua purificada y llegar a calentar el agua a 115° en un periodo de 45 min.
- Molido del Café – Después de la calibración del molino se procede al molido del café para lograr la extracción de la esencia.
- Extracción de la esencia del café - se coloca el café molido en la máquina de café para lograr la extracción de la esencia por 20 segundos.
- Calentado y espumado de la leche - (Depende del tipo de café a preparar) Se procede a calentar y espumar la leche con el vapor de la máquina de café para luego verterla en el recipiente con el extracto de café.
- Agregar agua caliente (Depende del tipo de café a preparar) – Se le agrega agua caliente al extracto de café para finalizar la preparación del café americano.
- Finalizar la preparación de cappuccino o latte – Verter la leche y la espuma de leche en el extracto de café.

Bebidas naturales y granitas

Se prepara el concentrado natural con agua y azúcar, luego se vierte en los tanques para que estos comiencen el proceso de enfriamiento y granizado.

🌐 Bocadillos y postres

Se comparan a proveedores independientes.

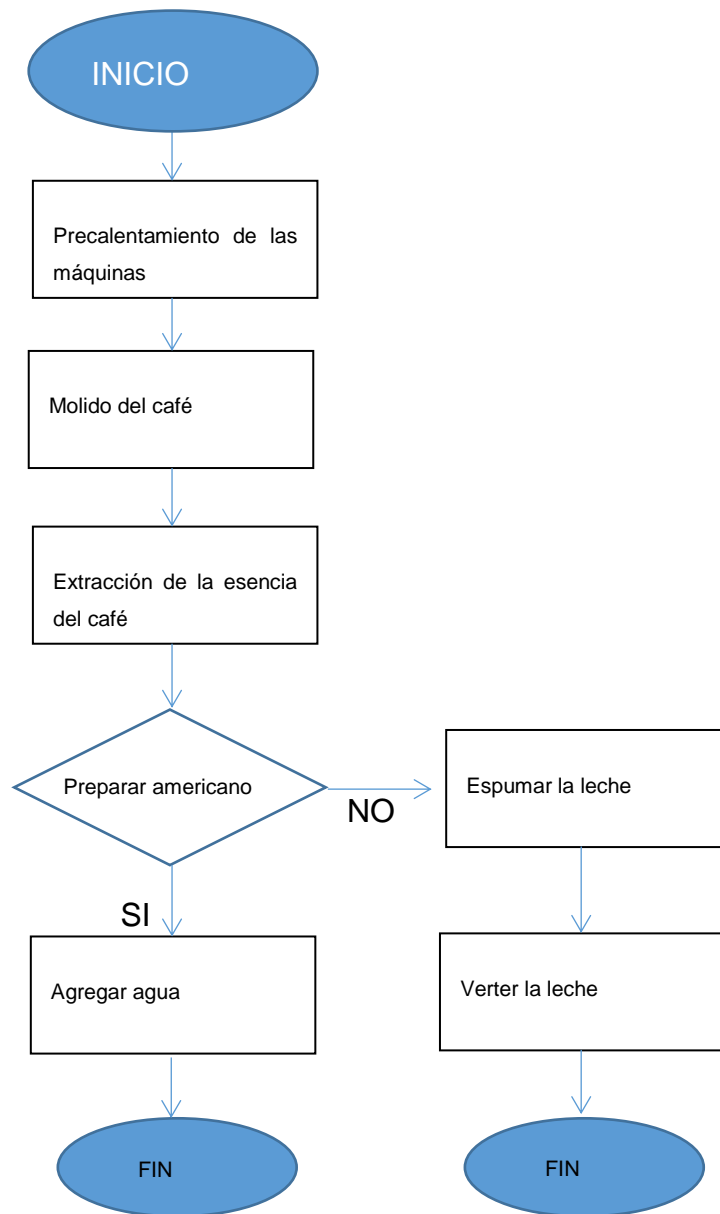


Figura 11 Proceso de Elaboración de Café

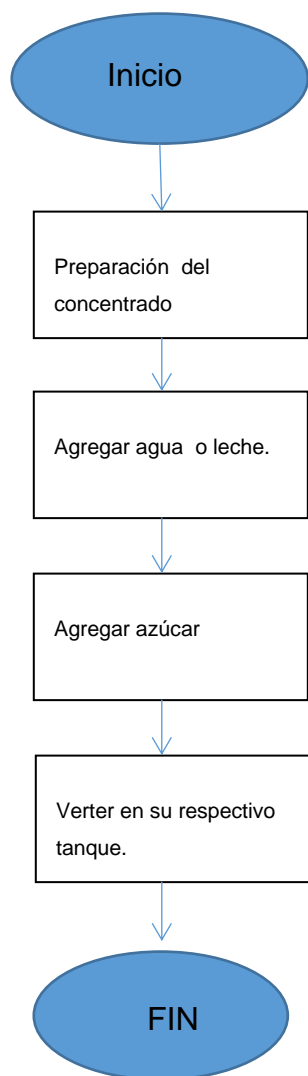


Figura 12 Proceso para elaboración de granitas y refresco naturales.

4.6.4 COSTOS

Los costos que se consideran para efectos del estudio son aquellos de los productos que de acuerdo al estudio de mercado marcan las mayores preferencias de los consumidores, como se puede observar en los gráficos siguientes:

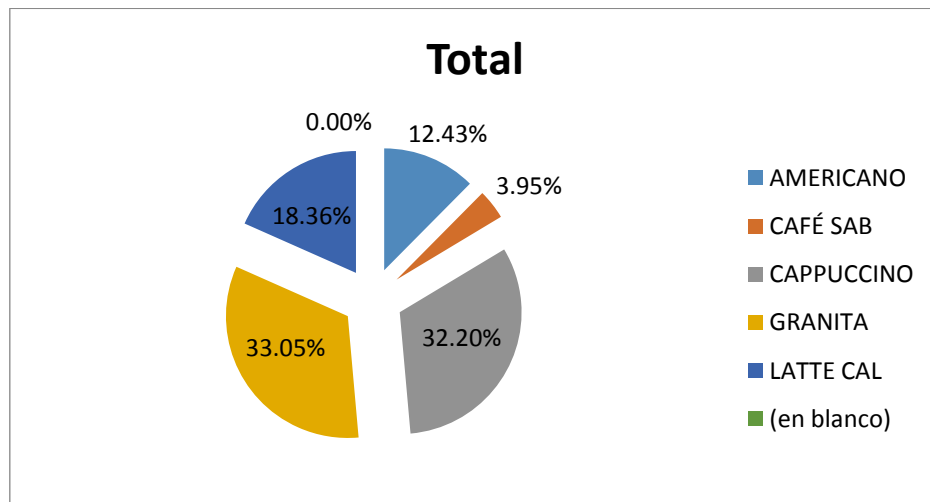


Figura 13 Gráfica de Preferencias de Tipos de Bebida

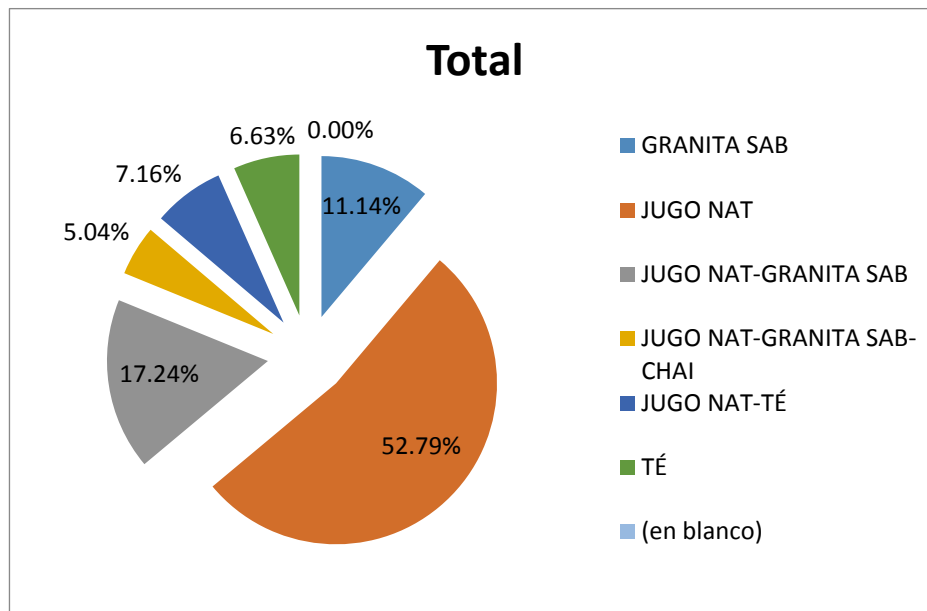


Figura 14 Gráfica de Preferencia de Jugos Naturales

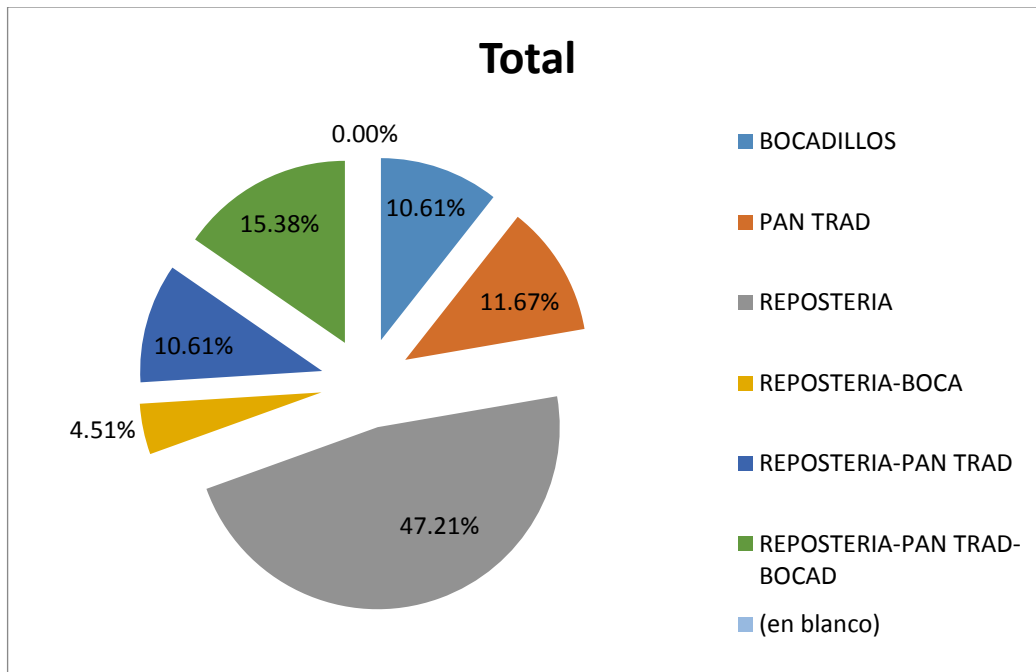


Figura 15 Gráfica de Preferencias de Bocadillos

De acuerdo a la encuesta realizada el mayor porcentaje de bebidas a base de café lo tienen la granitas con un 33.05%, seguido por cappuccino y latte que representan un 50.52% y de igual manera comparten el proceso de elaboración, por lo tanto se tomó en cuenta, los jugos o refrescos naturales con un 82.23%, las granitas de sabores con un 33% y en cuanto a bocadillos el mayor porcentaje lo tiene la repostería con un 77.72% por lo tanto estos fueron los productos que se consideraron para el análisis de costos.

4.6.5 MATERIA PRIMA

La materia prima se tomara de varios proveedores locales.

Los ingredientes necesarios para la elaboración del café que incluye leche, podemos determinar que son los siguientes:

Tabla 14 Ingredientes y Costo de Bebidas

Ingredientes para Cappuccino y Latte		
Descripción	Cantidad	Precio
Café	400g	80.00 Lps
Leche	1 Lt.	19.00 Lps
Agua	1 Lt.	4.00 Lps
Ingredientes para bebidas naturales y granitas de sabores		
Descripción	Cantidad	Precio
Concentrado de fruta	3.81 Lt	160.00 Lps
Azúcar	1 Lb.	9.00 Lps
Agua	1 Lt.	4.00 Lps

Tabla 15 Costos Unitarios

Producto	Precio			
Vaso 8 oz	1.13			
Vaso 12 oz.	3.35			
Vaso 16 oz	2.54			
Cappuccino y latte	8 Oz	Precio Unitario	Unidades	Costo Unitario
Café	1 Lb	80.00	Lps 32	2.50
Leche	1 lt	19.00	Lps 5	3.80
Agua	1 lt	4.00	Lps 16	0.25
Azúcar	4 lbs.	32.00	Lps 500	0.06
Precio x Unidad				6.61
Granitas de café	12 oz.	Precio unitario	Unidades	Costo Unitario
Café	1.5 Lb	120.00	Lps 42	2.86
Leche	18 lt	342.00	Lps 42	8.14
Agua	1 lt	4.00	Lps 42	0.10
Azúcar	4 lbs.	32.00	Lps 42	0.76
Precio x Unidad				11.86
Jugos naturales	16 oz	Precio Unitario	Unidades	Costo Unitario
Concentrado de frutas	2 gal	160.00	Lps 42	3.81
Azúcar	2 lbs.	15.00	Lps 42	0.36
Agua	10 lts.	40.00	Lps 42	0.95
Precio x Unidad				5.12

Tabla 16 Costos de inversión

Descripción	Costo	Denominación
Estudio	2000	\$
Materiales de remodelación	15000	\$
Instalaciones eléctricas	1500	\$
Instalaciones sanitarias	1500	\$
Granizadoras	5290	\$
Molino Expo bar	1725	\$
Mc New Elegance 2 Grupos 11.5lts	5520	\$
Licuada industrial	1325	\$
Suministros	2250	\$
Equipo de oficina y facturación	1000	\$
Contingencia	15775	\$
Aspectos Legales	5000	\$
Total	57885	\$
Total en lempiras	1244527.5	L

COSTOS DE OPERACIÓN

COSTOS DE OPERACION

CONCEPTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<u>MO</u>	53,600.00	56,280.00	59,094.00	62,048.70	65,151.14	68,408.69	71,829.13	75,420.58	79,191.61	83,151.19
MATERIA PRIMA	1,113,751.54	1,136,026.57	1,158,747.10	1,181,922.04	1,205,560.49	1,229,671.69	1,254,265.13	1,279,360.43	1,304,937.44	1,331,066.19
COSTOS VARIABLES	291,837.89	298,076.64	304,460.28	310,992.69	317,677.91	324,520.10	331,523.56	338,692.75	346,032.26	353,546.85
TOTAL	1,459,189.43	1,490,383.21	1,522,301.38	1,554,963.43	1,588,389.53	1,622,600.48	1,657,617.82	1,693,463.77	1,730,161.31	1,767,734.23

4.6.6 PLANIFICACIÓN ORGANIZACIONAL

Mano de obra

Se contratara mano de obra local y personas sin experiencia en el manejo de maquinaria para para café. Se necesitaran 6 empleados que estén operando la maquinaria y que ayuden en servicio, atención al cliente y facturación.

Inicialmente se contratara un administrador que se encargue de los pagos, compras, inventario, depósitos y planilla, con la ampliación del café se prevé la contratación de un Gerente General.

Organización



Figura 16 Organigrama General de la Empresa

Análisis de puesto

Barista

Generalidades.

- Nombre del puesto: **Barista**
 - Código: 0400
- Ubicación
 - Ubicación:
 - Café Literario, Librería Universidad Pedagógica Francisco Morazán, campus Tegucigalpa
 - Departamento:
 - Atención al cliente
 - Secciones a que pertenece:
 - Ventas
 - Secciones a su cargo:
 - Elaboración de bebidas.
 - Entrega de pedidos
- Responsables
 - Jefe Inmediato:
 - Administrador
 - Reporta además a:
 - Consejo de propietarios
 - Gerente General
- Contactos
 - Internos
 - Baristas
 - Administrador
 - Gerente General
 - Externos
 - Clientes

- Proveedores
 - Guardias de Seguridad
 - Inspectores de AMDC
 - Inspectores del Ministerio de Salud
 - Inspectores UPNFM
- Puestos Superiores:
 - Consejo de Propietarios
 - Gerente General
 - Administrador
 - Jornadas de trabajo:
 - Jornada normal de trabajo:
 - De lunes a viernes con horario de 7:00am a 7:00pm (dos turnos diferenciados)
 - Jornada sábados:
 - Horario de 8:00am a 12:00m un turno y de 12:00m a 4:00pm otro turno

Descripción General del Puesto:

Elaborar las bebidas y servir los pedidos a los clientes según sea el caso. Todo esto debe ser desarrollado con las medidas de higiene establecidas; en el local de Café Literario.

Despejar consultas realizadas por los clientes con relación a precios, especificaciones de los productos que están a la venta en Café Literario. Desarrollar y difundir el conocimiento básico sobre la elaboración de bebidas, servir platillos y auxiliar al administrador; según sea requerido.

Funciones.

Son las responsabilidades básicas del puesto, realizadas a diario (D), semanal (S), mensual (M), anual (A), ocasional (O).

Funciones	D	S	M	A	O
Elaboración de Bebidas	X				
Limpieza del área de trabajo	X				
Atención, solución y seguimiento de consultas y sugerencias de clientes.		X			
Cumplir con calendario de horarios sabatinos.		X			
Abastecimiento de productos desechables	X				
Recepción y realización de pedidos de productos a proveedores	X				
Preparar zona de exterior del local (limpiar, barrer, ubicar sillas y mesas)	X				
Limpieza e higienización de vajillas y maquinaria	X				
Realización de inventarios	X				
Elaboración de informes a la Gerencia General.					X
Apoyar al administrador en labores del área de caja					X
Ejecutar cualquier otra función que se asigne a fin de contribuir con la misión de Café Literario.					X
Cumplimiento de meta por ventas.				X	

Especificación del puesto

✚ Conocimientos necesarios:

- Habilidad verbal
- Manejo de Computadora
- Estudiante universitario
- Comunicación
- Otros conocimientos: normas de etiqueta, alimentos, etcétera.

✚ Experiencia:

- Conocimientos en ventas, despacho de alimentos.
 - Sin experiencia.

Conocimiento y naturaleza del puesto:

- ✚ Se considera que para lograr una aceptable familiarización con el puesto, es necesario un tiempo aproximado de 2 a 3 meses.
- ✚ El trabajo requiere de facilidad de palabra, pensamiento audaz y cordialidad en la atención a clientes.
- ✚ El barista debe organizar diariamente su trabajo de manera óptima.
 - ✚ Se debe tomar en cuenta la necesidad del caso; respuestas urgentes y despejar dudas en el momento indicado. Atenciones de urgencia.
- ✚ Organización en cuanto al tiempo de trabajo designado para realizar tareas
- ✚ Tipo más ordinario de decisiones que debe tomar y/o problemas a los que se enfrenta:
 - ✚ Decisiones en los pedidos, elaboración de bebidas y despacho de pedidos.
 - ✚ Atención de calidad a clientes.
 - ✚ Informar y auxiliar a personal de Café Literario.
 - ✚ Calendarización de horarios sabatinos.
 - ✚ Cumplir con el establecimiento de metas por el Café Literario.
- ✚ Iniciativa:
 - ✚ El puesto exige sugerir eventualmente nuevos métodos, mejoras, procedimientos y estrategias para maximizar la rentabilidad de la empresa y generar mayor satisfacción a sus clientes.
 - ✚ Retroalimentar a sus superiores de posibles problemas y cambios que afecten al producto o al negocio en general.
- ✚ Requisitos físicos:
 - ✚ Edad: 18 a 26 años de edad
 - ✚ Sexo: femenino (de preferencia)
 - ✚ Nacionalidad: Indiferente

- ✚ Estado civil: Indiferente
- ✚ Orden y presentación indispensable
- ✚ Cordialidad, humildad y capacidad de comunicación con sus semejantes.
- ✚ Esfuerzo mental:
 - ✚ Atención concentrada recurrente
 - ✚ Esfuerzo físico.
 - ✚ En algunos casos, se requerirá movilización fuera del local.

Responsabilidades

- ✚ Responsabilidad de bienes
 - ✚ Equipo:
 - ✚ Maquinaria de la cafetería (freezers, jugueras, cafeteras, microondas, góndolas, etc.).
 - ✚ Material de limpieza
 - ✚ Camisas proporcionadas por la empresa como uniforme.
- ✚ Responsabilidad en trámites y procesos
 - ✚ Ventas a clientes, evitando a toda costa, situaciones que generen insalubridad.
 - ✚ Breves capacitaciones a los empleados de recién ingreso a Café Literario.
- ✚ Responsabilidad en información:
 - ✚ Tiene accesos a datos confidenciales de los clientes como:
 - ✚ Números de identidad
 - ✚ Tarjetas de crédito
 - ✚ Tarjetas de presentación
 - ✚ Políticas gerenciales de la empresa.
 - ✚ Políticas de venta.

Ubicación en el Organigrama de la Empresa

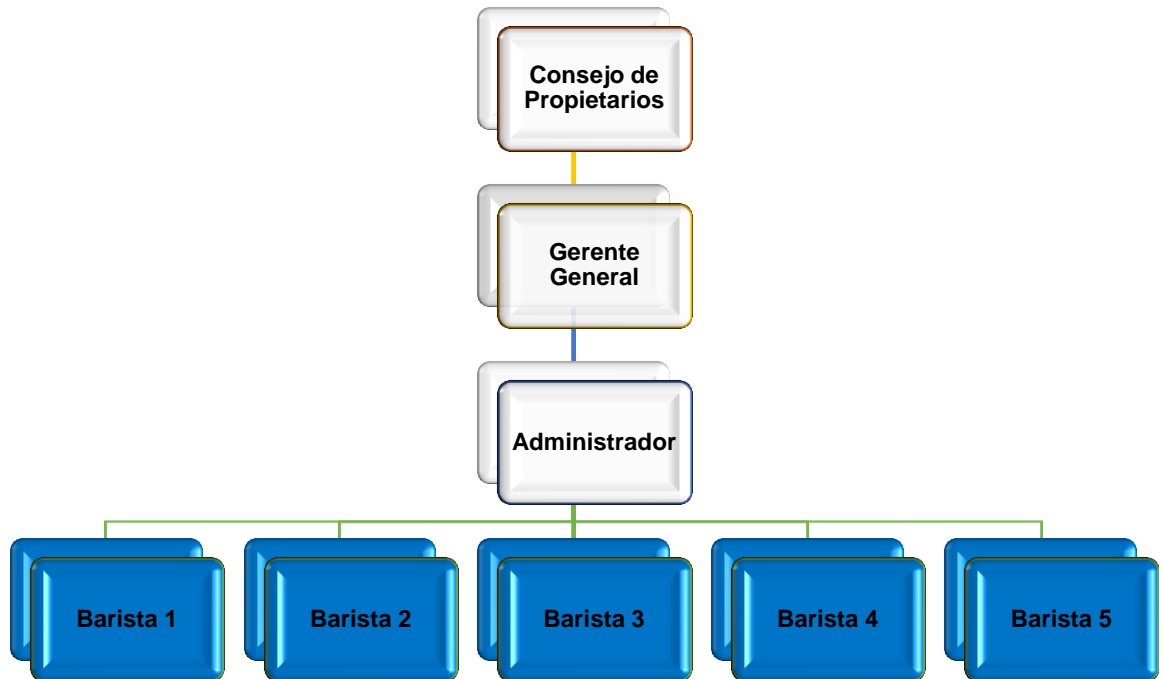


Figura 17 Ubicación de Baristas en el Organigrama

Administrador.

Generalidades.

- Nombre del puesto: **Administrador**
 - Código: 0300
- Ubicación
 - Ubicación:
 - Café Literario, Librería Universidad Pedagógica Francisco Morazán, campus Tegucigalpa Departamento:
 - Atención al público
 - Caja
 - Secciones a que pertenece:
 - Ventas
 - Caja

- Secciones a su cargo:
 - Elaboración de bebidas.
 - Facturación
 - Entrega de pedidos
- Responsables
 - Jefe Inmediato:
 - Gerente General
 - Reporta además a:
 - Consejo de propietarios
- Contactos
 - Internos
 - Baristas
 - Gerente General
 - Consejo de Propietarios
 - Externos
 - Clientes
 - Proveedores
 - Guardias de Seguridad
 - Inspectores de AMDC
 - Inspectores del Ministerio de Salud
 - Inspectores UPNFM
 - Proveedores de sistema contable
- Puestos Superiores:
 - Consejo de Propietarios
 - Gerente General
- Jornadas de trabajo:
 - Jornada normal de trabajo:

- De lunes a Viernes con horario de 7:00am a 7:00pm (dos turnos diferenciados)
- Jornada Sábados:
 - Horario de 8:00am a 12:00m

Descripción General del Puesto:

Se encargará de realizar la facturación de todos los pedidos realizados por los clientes, descuentos, devoluciones y cargo de impuestos.

Será el responsable de realizar pagos a proveedores, mantener cuadros de caja, ejecutar arqueos de caja, reportes especiales a la Gerencia General.

Estará a cargo de los baristas que trabajen en café literario, propiciando el logro de metas, satisfacción del cliente, aplicación de normas de calidad e higiene y manejo óptimo del sistema de software a su disposición, diseñado para cafeterías.

Deberá coordinar horarios de retiros y depósitos de efectivo en los bancos ubicados en el campus universitario, cuadros de POS y administración correcta de facturas con sus impuestos correspondientes.

Funciones.

Son las responsabilidades básicas del puesto, realizadas a diario (D), semanal (S), mensual (M), anual (A), ocasional (O).

Funciones	D	S	M	A	O
Activación del sistema	X				
Comprobar corte de caja del día anterior	X				
Realizar arqueo de caja inicial	X				
Rotulación de productos	X				
Organización de vitrinas	X				
Compra de productos de repostería a proveedores	X				
Compra de refrescos a proveedores		X			
Limpieza e higienización de vajillas y maquinaria					X
Realización de inventarios		X			
Elaboración de informes a la Gerencia General.					X
Cuadros de caja mensual			X		
Ejecutar cualquier otra función que se asigne a fin de contribuir con la misión de Café Literario.					X
Coordinar reuniones con el personal a su cargo, para solución de conflictos, retroalimentación de políticas, etc.					X
Gestionar nuevos proveedores y crear promociones y ofertas para la clientela		X			

Especificación del Puesto

✚ Conocimientos necesarios:

- Graduado Universitario
- Operaciones contables
- Habilidades gerenciales
- Habilidad verbal
- Manejo de Computadora y sistema contable
- Manejo de equipo de repostería y cocina
- Gestión de proveedores
- Comunicación efectiva
- Otros conocimientos: normas de etiqueta, capacitación para manipulación de equipos de cafeterías, elaboración de informes ejecutivos

✚ Experiencia:

- Conocimientos contables y administrativos.
- Sin experiencia

Conocimiento y Naturaleza del Puesto:

- ✚ Se considera que para lograr una aceptable familiarización con el puesto, es necesario un tiempo aproximado de 3 a 5 meses.
- ✚ Se requiere de organización y honestidad, debido a que se le encomienda la administración del dinero.
- ✚ El trabajo requiere de facilidad de palabra, pensamiento audaz y cordialidad en la atención a clientes y proveedores.
- ✚ El Administrador debe organizar diariamente su trabajo de manera óptima.
 - ✚ Se debe tomar en cuenta el hecho de coordinar acciones en conjunto con los baristas, para que las operaciones diarias sean realizadas satisfactoriamente. Atenciones de urgencia.
- ✚ Organización en cuanto al tiempo de trabajo designado para realizar tareas
- ✚ Tipo más ordinario de decisiones que debe tomar y/o problemas a los que se enfrenta:
 - ✚ Decisiones en las cantidades de productos solicitados a proveedores.
 - ✚ Flujos de caja mínimos y máximos.
 - ✚ Atención de calidad a clientes.
 - ✚ Informar y auxiliar a personal de Café Literario.
 - ✚ Calendarización de horarios sabatinos. Encargado directo.
 - ✚ Llamados de atención a baristas.
 - ✚ Cumplir con el establecimiento de metas por el Café Literario.
- ✚ Iniciativa:

- ✚ El puesto exige mantener una disciplina de orden y honestidad. Se le confían los fondos que ingresan al establecimiento; asignándole también la administración de personal.
- ✚ Retroalimentar a sus superiores de posibles problemas y cambios que afecten al producto o al negocio en general.
- ✚ Estar al tanto de nuevas normativas que pudieran afectar a Café Literario.

✚ **Requisitos físicos:**

- ✚ Edad: 20 a 26 años de edad
- ✚ Sexo: femenino (de preferencia)
- ✚ Nacionalidad: Indiferente
- ✚ Estado civil: De preferencia soltero
- ✚ Orden y presentación indispensable
- ✚ Cordialidad, humildad y capacidad de comunicación con sus semejantes.
- ✚ Esfuerzo mental:
 - ✚ Atención concentrada recurrente
 - ✚ Capacidad de resolución de conflictos con clientes
 - ✚ Esfuerzo físico.
 - ✚ Exposición al manejo de valores
 - ✚ Se requerirá movilización fuera del local para la realización de depósitos o retiros de efectivo para el funcionamiento del establecimiento.

Responsabilidades

✚ **Responsabilidad de Bienes**

- ✚ **Equipo:**
 - ✚ Sumadora
 - ✚ Computadora
 - ✚ POS bancarios

- ✚ Maquinaria de la cafetería (freezers, juguerras, cafeteras, microondas, góndolas, etc.).
- ✚ Material de limpieza
- ✚ Camisas proporcionadas por la empresa como uniforme.
- ✚ Responsabilidad en trámites y procesos
 - ✚ Compra de productos a proveedores, verificando normas de calidad, tales como: fecha de caducidad, sabor, textura, tamaño, ingredientes, fechas de entregas, etc.
 - ✚ Breves capacitaciones a los empleados de recién ingreso a Café Literario.
 - ✚ Cobros completos y correctos a clientes por las compras realizadas en el establecimiento.
- ✚ Responsabilidad en Información:
 - ✚ Tiene accesos a datos confidenciales como:
 - ✚ Números de identidad de clientes
 - ✚ Tarjetas de crédito de clientes
 - ✚ Número de cuentas bancarias de la empresa
 - ✚ Tarjetas de presentación de clientes
 - ✚ Políticas gerenciales de la empresa.
 - ✚ Políticas de venta.
 - ✚ Flujos de efectivos mínimos y máximos de caja
 - ✚ Contactos de proveedores.
 - ✚ Recetas y métodos de elaboración de productos.

Ubicación en el Organigrama de la empresa

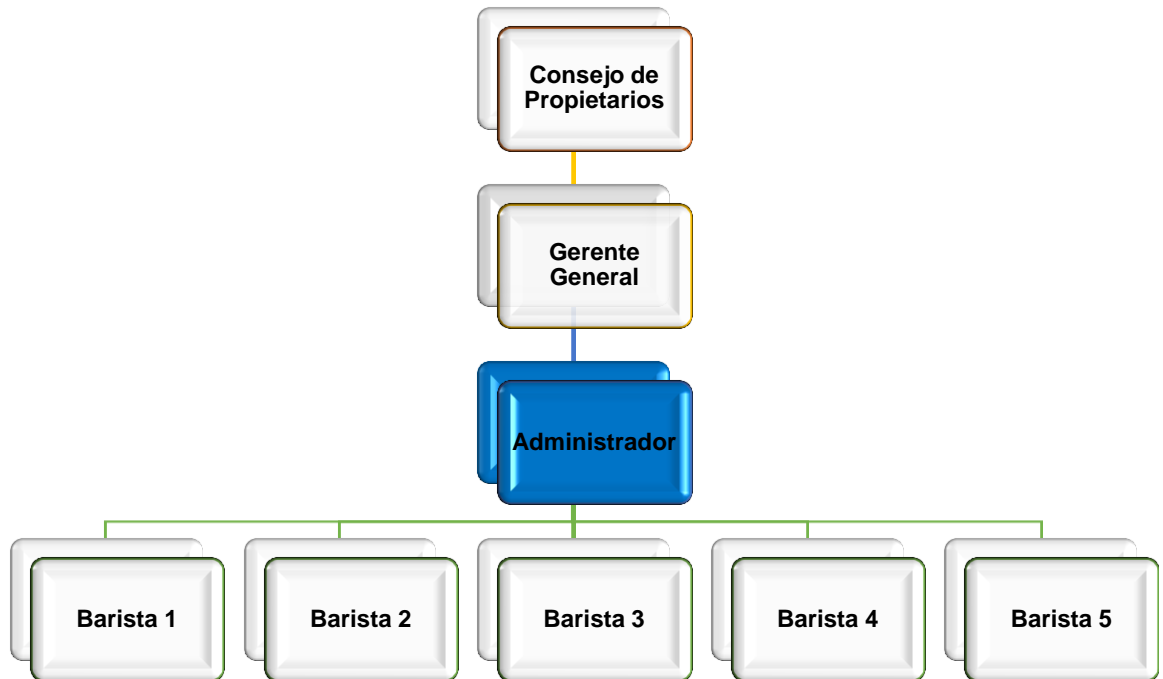


Figura 18 Ubicación de Administrador en el Organigrama

Gerente General

Generalidades

- Nombre del puesto: **Gerente General**
 - Código: 0200
- Ubicación
 - Ubicación:
 - Café Literario, Librería Universidad Pedagógica Francisco Morazán, campus Tegucigalpa
 - Departamento:
 - Dirección
 - Secciones a que pertenece:
 - Ventas
 - Administración

- Caja
 - Secciones a su cargo:
 - Elaboración de bebidas.
 - Facturación
 - Entrega de pedidos
- Responsables
 - Jefe Inmediato:
 - Consejo de Propietarios
- Contactos
 - Internos
 - Baristas
 - Administrador
 - Consejo de Propietarios
 - Externos
 - Clientes
 - Proveedores
 - Instituto Hondureño del Café
 - Rectoría UPNFM
 - Guardias de Seguridad
 - Inspectores de AMDC
 - Inspectores del Ministerio de Salud
 - Inspectores UPNFM
 - Proveedores de sistema contable
- Puestos Superiores:
 - Consejo de Propietarios
- Jornadas de trabajo:
 - Jornada normal de trabajo:

- De lunes a Viernes con horario de 7:00am a 7:00pm (pudiendo realizar visitas intermitentes)
- Jornada Sábados:
- Horario de 8:00am a 12:00m (opcional)

Descripción General del Puesto:

Realiza funciones de organización, coordinación, control de las actividades que se efectúan en Café Literario. Presenta solicitud de compras de equipos, de materiales y de mercancía. Elabora informes mensuales para determinar los gastos y las ventas obtenidas, participa en inventarios y distribuye los diferentes turnos de trabajo al personal de cafetería bajo su responsabilidad.

Será el encargado de gestionar a los interesados que tengan influencias en el negocio, así como también estará a cargo de realizar el proceso de reclutamiento y selección del personal.


Deberá participar en las reuniones quincenales que sostiene el Consejo de Propietarios y deberá comunicar todos los hechos relevantes de la operatividad diaria del negocio a sus dueños.

FUNCIONES.

Son las responsabilidades básicas del puesto, realizadas a diario (D), semanal (S), mensual (M), anual (A), ocasional (O).

Funciones	D	S	M	A	O
Organiza las labores del servicio de bar y alimentación			X		
Coordina y supervisa las tareas del personal de cada área de servicio alimenticio	X				
Realiza los pedidos de equipos, materiales y mercancía según la necesidad de la cafetería		X			
Solicita información de las necesidades de equipos, materiales y mercancías	X				
Supervisa personal de administración y baristas	X				
Soluciona conflictos internos del negocio	X				
Solicita al Administrador la información de ventas de la cafetería	X				
Hace el balance de ingresos y egresos semanal de Café Literario		X			
Determina la existencia de los productos e insumos de cafetería		X			
Recibe y analiza el informe de Estado de Resultados de Café Literario			X	X	
Distribuir materiales necesarios para realizar labores	X				
Programa los alimentos que se proporcionarán a los clientes	X				
Determina horarios de trabajo, cambios de turno y permisos		X			
Resuelve consultas sobre los problemas planteados por los empleados					X
Evalúa el desempeño del personal de Café Literario				X	

Especificación del Puesto

-  Conocimientos necesarios:
- Profesional universitario
 - Presentación personal
 - Operaciones Aritméticas básicas
 - Operaciones contables
 - Habilidades gerenciales
 - Habilidad verbal
 - Conocimiento de idiomas (Inglés)

- Manejo de Computadora y sistema contable
- Manejo de equipo de repostería y cocina
- Gestión de proveedores
- Comunicación efectiva
- Otros conocimientos: normas de etiqueta, capacitación para manipulación de equipos de cafeterías, elaboración de informes ejecutivos, elaboración de reportes contables, manejo de reuniones.

✚ Experiencia:

- Licenciatura en Administración de Empresas, Ingeniería Industrial o carrera afín.
 - Deseable experiencia mayor a 2 años de laborar en algún restaurante o cafetería, área de caja o administración.

Conocimiento y naturaleza del puesto:

- ✚ Se considera que para lograr una aceptable familiarización con el puesto, es necesario un tiempo aproximado mayor a 4 meses.
- ✚ Se requiere de organización y honestidad, debido a que se le encomienda la administración general del negocio.
- ✚ El trabajo requiere de facilidad de palabra, pensamiento audaz y cordialidad en la atención a clientes y proveedores; capacidad de resolución de conflictos, reclutamiento de personal, etc.
- ✚ El Gerente General debe organizar diariamente su trabajo de manera óptima, siempre manteniendo un pensamiento sistémico, siendo visionario y emprendedor.
 - ✚ Se debe tomar en cuenta el hecho de coordinar acciones en conjunto con todo el personal de Café Literario, para que las operaciones diarias sean realizadas satisfactoriamente. Atenciones de urgencia.
- ✚ Organización en cuanto al tiempo de trabajo designado para realizar tareas

✚ Tipo más ordinario de decisiones que debe tomar y/o problemas a los que se enfrenta:

- ✚ Aplicación de rangos salariales a puestos
- ✚ Elaboración de informes de emergencia
- ✚ Decisiones en las cantidades de productos solicitados a proveedores.
- ✚ Flujos de caja mínimos y máximos.
- ✚ Atención de calidad a clientes.
- ✚ Informar y auxiliar a personal de Café Literario.
- ✚ Calendarización de horarios sabatinos. Supervisor.
- ✚ Llamados de atención al personal.
- ✚ Cumplir con el establecimiento de metas por el Café Literario.
- ✚ Elaboración de plan de incentivos para empleados

✚ Iniciativa:

- ✚ El puesto exige una personalidad proactiva, manteniendo permanentemente la unidad del equipo de trabajo y su iniciativa.
- ✚ Retroalimentar a sus superiores de posibles problemas y cambios que afecten al producto o al negocio en general.
- ✚ Estar al tanto de nuevas normativas que pudieran afectar a Café Literario.
- ✚ Idear nuevos campos de negocio.
- ✚ Realizar alianzas estratégicas con proveedores.

✚ Requisitos físicos:

- ✚ Edad: 25 a 30 años de edad
- ✚ Sexo: Masculino o femenino
- ✚ Nacionalidad: Indiferente
- ✚ Estado civil: Indiferente
- ✚ Orden y presentación indispensable

- ✚ Cordialidad, humildad y capacidad de comunicación con sus semejantes.
- ✚ Esfuerzo mental:
 - ✚ Atención concentrada recurrente
 - ✚ Capacidad de resolución de conflictos con clientes
 - ✚ Esfuerzo físico.
 - ✚ Exposición al manejo de valores
 - ✚ Se requerirá movilización fuera del local para la realización de depósitos o retiros de efectivo para el funcionamiento del establecimiento.

Responsabilidades

- ✚ Responsabilidad de Bienes
 - ✚ Equipo:
 - ✚ Local
 - ✚ Mobiliario y equipo para atención a clientes
 - ✚ Sumadora
 - ✚ Computadora
 - ✚ POS bancarios
 - ✚ Maquinaria de la cafetería (freezers, jugueras, cafeteras, microondas, góndolas, etc.).
 - ✚ Material de limpieza
 - ✚ Camisas proporcionadas por la empresa como uniforme.
- ✚ Responsabilidad en trámites y procesos
 - ✚ El Gerente General se constituye como el representante legal de la empresa para cualquier trámite.
 - ✚ Vocero del Consejo de Propietarios ante interesados internos y externos
 - ✚ Supervisar y aprobar compra de productos a proveedores, verificando normas de calidad, tales como: fecha de

caducidad, sabor, textura, tamaño, ingredientes, fechas de entregas, etc.

- ✚ Capacitaciones a los empleados de recién ingreso a Café Literario.
- ✚ Cobros completos y correctos a clientes por las compras realizadas en el establecimiento.
- ✚ Atención de quejas y sugerencias

✚ Responsabilidad en Información:

- ✚ Tiene accesos a datos confidenciales como:
 - ✚ Números de identidad de clientes
 - ✚ Tarjetas de crédito de clientes
 - ✚ Número de cuentas bancarias de la empresa
 - ✚ Tarjetas de presentación de clientes
 - ✚ Políticas gerenciales de la empresa.
 - ✚ Políticas de venta.
 - ✚ Flujos de efectivos mínimos y máximos de caja
 - ✚ Contactos de proveedores.
 - ✚ Recetas y métodos de elaboración de productos.
 - ✚ Base de datos de la empresa
 - ✚ Resoluciones del Consejo de Propietarios
 - ✚ Escala salarial de todos los empleados
 - ✚ Criterios de contratación de personal
 - ✚ Convenios con franquicias y marcas registradas

✚ Ubicación en el Organigrama de la empresa

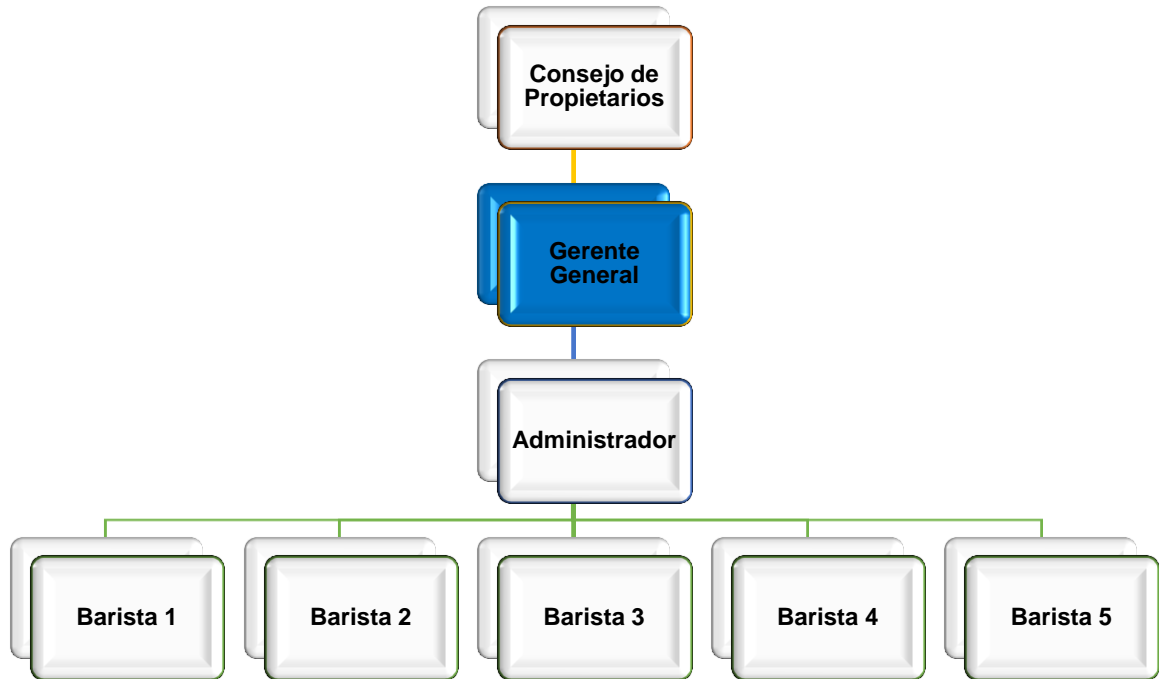


Figura 19 Ubicación de Gerente General en el Organigrama

Consejo Propietario.

Generalidades

- Nombre del puesto: Consejo de Propietarios
 - Código: 0100
- Ubicación
 - Ubicación:
 - Café Literario, Librería Universidad Pedagógica Francisco Morazán, campus Tegucigalpa
 - Departamento:
 - Dirección

- Secciones a que pertenece:
 - Administración
- Secciones a su cargo:
 - Ventas
 - Administración
 - Facturación
- Contactos
 - Internos
 - Gerente General
 - Administrador
 - Baristas (Ocasionalmente)
 - Externos
 - Proveedores
 - Instituciones Financieras
 - Instituto Hondureño del Café (IHCAFE)
 - Rectoría de la UPNFM
 - Inspectores del Ministerio de Salud
 - Inspectores UPNFM
- Jornadas de trabajo:
 - Jornada normal de trabajo:
 - Junta ordinaria programada cada 15 días.
 - Junta extraordinaria, cuando sea requerida.

Descripción General del puesto:

Toma decisiones para el buen manejo y desarrollo de Café Literario y presentar informes sobre el desarrollo de sus funciones y de las actividades cumplidas por el negocio, acordes con las leyes, reglamentos y programas que se relacionen con su actividad.

Funciones.

Son las responsabilidades básicas del puesto, realizadas a diario (D), semanal (S), mensual (M), anual (A), ocasional (O).

Funciones	D	S	M	A	O
Elaborar planes y proyectos para el desarrollo de las actividades comerciales.			X		
Elaborar el presupuesto de ingresos y gastos del ejercicio económico para el cual ha sido elegido.				X	
Elaborar y desarrollar programas para optimizar la administración de los recursos, la operación de la empresa y la prestación de los servicios que le corresponden.		X			
Supervisar el desempeño del personal y equipo de trabajo del Café.			X		
Autorizar la adquisición, enajenación, uso, aprovechamiento o garantía de los bienes muebles e inmuebles que integran el patrimonio de la empresa con sujeción a las leyes y disposiciones de la materia	X				
Nombrar y remover gerentes y demás empleados					X
Fijar términos y condiciones para contratación y dada de baja del personal.				X	
Convocar a asambleas ordinarias y extraordinarias		X			
Revisar y aprobar planes de trabajo.				X	
Las demás que sean necesarias para el cumplimiento de las anteriores.					X

Especificación del puesto

✚ Conocimientos necesarios:

- Licenciatura en Administración de Empresas o carrera afín con Maestría en Dirección Empresarial, Finanzas, Administración de Proyectos o afín.
- Manejo de idiomas (Inglés/Español)
- Operaciones aritméticas
- Habilidad verbal
- Redacción
- Manejo de Computadora y paquetes de software
- Comunicación

- Capacidad de análisis
- ✚ Experiencia:
 - Conocimientos en:
 - Deseable experiencia requerida de 4 a 5 años en puestos de supervisor, gerente o ejecutivo en alguna empresa reconocida.

Conocimiento y naturaleza del puesto:

- ✚ Se considera que para lograr una aceptable familiarización con el puesto, es necesario un tiempo aproximado de 2 a 3 meses.
- ✚ Es función primordial del Consejo de Administración, delimitar, planear y proponer, en base a su experiencia, capacidad técnica y prestigio profesional en materia financiera, legal o administrativa las estrategias generales de negocios de la empresa con el fin de llevar a cabo una adecuada toma de decisiones.
- ✚ Organización en cuanto al tiempo de trabajo designado para realizar tareas
- ✚ Tipo más ordinario de decisiones que debe tomar y/o problemas a los que se enfrenta:
 - ✚ Definir la visión estratégica del Café.
 - ✚ Participar en la toma de decisiones.
 - ✚ Aprobar las operaciones relevantes y con personas relacionadas.
- ✚ Iniciativa:
 - ✚ El puesto exige sugerir estrategias para maximizar la rentabilidad de la empresa y generar mayor satisfacción a sus clientes.
- ✚ Requisitos físicos:
 - ✚ Edad: 30 a 50 años de edad
 - ✚ Sexo: Indiferente
 - ✚ Nacionalidad: Indiferente
 - ✚ Estado civil: Indiferente

- ✚ Orden y presentación indispensable
- ✚ Capacidad económica de suscribir las acciones que conforman el capital social
- ✚ Cordialidad, humildad y capacidad de comunicación con sus semejantes, honesto, confiable y responsable.
- ✚ Esfuerzo mental:
 - ✚ Atención concentrada recurrente
 - ✚ En algunos casos, se requerirá movilización fuera del local.

NOTA: Para este puesto no se requiere de reclutamiento; sino la aceptación por parte de los propietarios del negocio.

Responsabilidades

- ✚ Responsabilidad en trámites y procesos
 - ✚ Suscripción del capital social.
 - ✚ Inscripción de la sociedad en el Registro Público de Comercio.
 - ✚ Afiliación de la empresa a la Cámara de Comercio; y otras asociaciones mercantiles.
- ✚ Responsabilidad en Información:
 - ✚ Tiene accesos a datos confidenciales de la empresa como:
 - ✚ Estados de resultados anuales.
 - ✚ Cifras económicas de la empresa.
 - ✚ Datos personales de los propietarios.
 - ✚ Datos personales de los empleados.
 - ✚ Políticas gerenciales de la empresa.
 - ✚ Políticas de venta.
- ✚ Ubicación en el Organigrama de la empresa

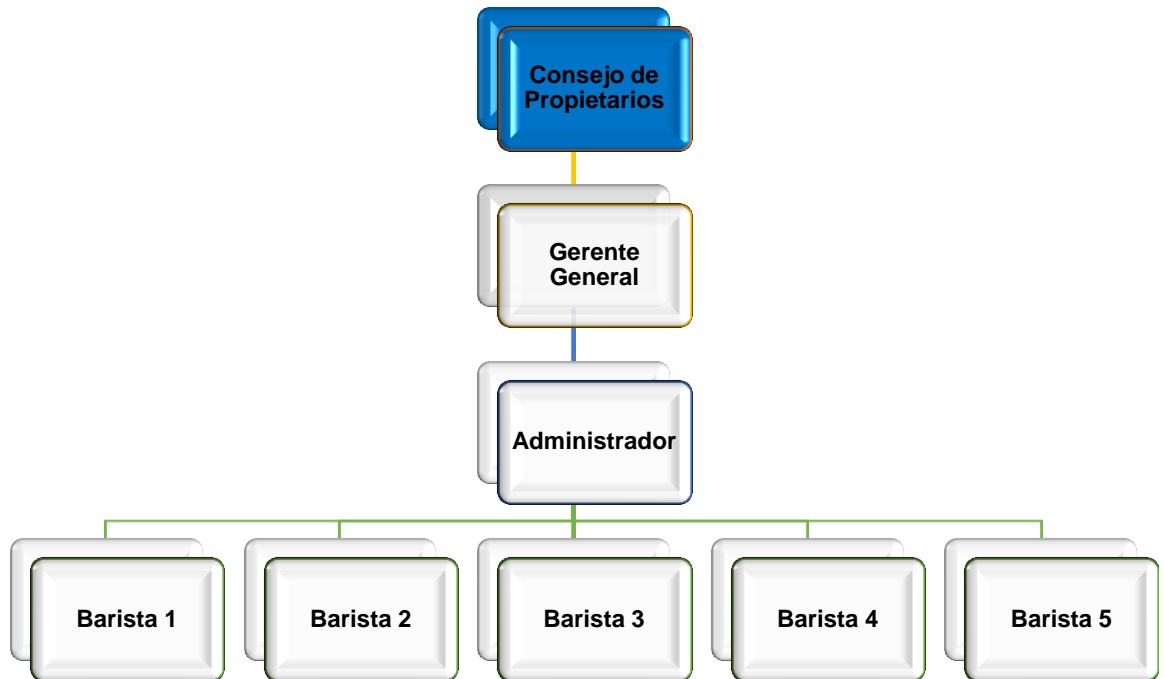


Figura 20 Ubicaci3n de Consejo de Propietarios en el Organigrama

4.6.7 FACTORES AMBIENTALES

En este apartado se pueden ver los impactos ambientales que se podrían producir a raíz del montaje del negocio.

Marco Legal Ambiental

La empresa est regida por LA LEY GENERAL DEL AMBIENTE responsable de la política ambiental; quien asegura el cumplimiento de los dispositivos ambientales.

Tabla 17 Identificación de los Tipos de Contaminantes en el Proceso

Proceso	Tipo de contaminante
Molido del café	Vapores, sonidos
Extracción de esencia de café	Olores, sonidos
Espumado de leche	Vapores, sonidos
Servido	Ninguno
Elaboración de concentrado para refrescos y granitas	Sonido
Mezcla de fruta con agua o leche	Ninguno
Empacado de repostería	Ninguno

Identificación de Factores del Entorno que Pueden Ser Afectados por el Proyecto

En el entorno donde se ubicara el proyecto no se verá afectado por el proyecto como tal, sin embargo nuestra principal fuente de materia prima puede ser un gran contaminante y se pretenden establecer una estrategia para promover la formación, sensibilización, participación y comunicación ambiental, a todos los trabajadores para que conozcan el proceso de cultivo del café y conseguir entre todos un mayor compromiso ambiental, fomentando su integración activa y trabajo en equipo.

Parte del compromiso ambiental de Café Literario es implantar medidas de prevención, control y corrección, encaminadas a disminuir el impacto ambiental derivado de nuestra actividad, reduciendo la generación de residuos, emisiones, ruidos, aguas residuales, uso de tanto material biodegradable como sea posible reciclar el papel que los clientes desechen como ser facturas de consumo y de esta manera potenciar el reciclado a través de la implantación de buenas prácticas medioambientales.

- 1 Conocer las causas de la contaminación.
- 2 Tomar medidas correctivas destinadas a controlar y eliminar los riesgos contaminantes del medio ambiente.
- 3 Interés y participación activa de todos los trabajadores, desde el más alto directivo, hasta el más humilde de los trabajadores.

4 La seguridad, salud y protección ambiental es tarea de todos.

Control de Impactos

Con el propósito de controlar los impactos ambientales producidos se le realizara mantenimiento a las maquinas utilizadas en el establecimiento cada 6 meses, se llevaran a cabo jornada de capacitación y concienciación para los empleados.

4.7 ESTUDIO FINANCIERO

4.7.1 FLUJO DE CAJA PROYECTADO

CONCEPTO	AÑO										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ENTRADAS											
Ingresos											
Ventas anuales	3,175,150.00	3,445,480.50		3,734,906.18	4,044,660.72	4,376,053.45	4,730,473.80	5,109,396.05	5,514,384.34	5,947,097.98	6,409,297.01
Costos											
Gastos Administrativos	62,100.00	65205		68019	70973.7	74076.135	77333.69175	80754.12634	84345.58265	88116.61179	92076.19238
Materia Prima	1,113,751.54	1,136,026.57		1,158,747.10	1,181,922.04	1,205,560.49	1,229,671.69	1,254,265.13	1,279,350.43	1,304,937.44	1,331,036.19
Costos Variables	291,837.89	298,076.64		304,460.28	310,992.69	317,677.91	324,520.10	331,523.56	338,692.75	346,032.26	353,546.85
Utilidad Bruta	1,707,460.58	1,946,172.29		2,203,679.80	2,480,772.29	2,778,738.92	3,098,948.31	3,442,853.23	3,811,995.58	4,208,011.66	4,632,637.78
Depreciación	29793.625	29793.625		29793.625	29793.625	29793.625	29793.625	29793.625	29793.625	29793.625	29793.625
Interes	343497.265	343497.265		343497.265	300560.1069	257622.9487	214685.7906	171748.6325	128811.4744	85874.31624	42937.15812
Utilidad Neta Antes de Imp.	1,334,169.69	1,572,881.40		1,830,388.91	2,150,418.55	2,491,322.35	2,854,468.90	3,241,310.97	3,653,390.48	4,092,343.72	4,559,907.00
Impuesto sobre Renta	333542.4213	393220.3491		457597.2268	537604.6385	622830.5868	713617.2246	810327.7434	913347.6191	1023085.93	1139976.75
Utilidad Neta	1,000,627.26	1,179,661.05		1,372,791.68	1,612,813.92	1,868,491.76	2,140,851.67	2,430,983.23	2,740,042.86	3,069,257.79	3,419,930.25
Depreciación		29,793.63		29,793.63	29,793.63	29,793.63	29,793.63	29,793.63	29,793.63	29,793.63	29,793.63
Pago de capital				(197,412.22)	(197,412.22)	(197,412.22)	(197,412.22)	(197,412.22)	(197,412.22)	(197,412.22)	(197,412.22)
SUB TOTAL	0.00	1,030,420.89	1,209,454.67	1,205,173.08	1,445,195.32	1,700,873.16	1,973,233.08	2,263,364.63	2,572,424.26	2,901,639.19	3,252,311.65
SALIDAS											
Prestamo											
Inversion											
SUB TOTAL											
FLUJO NETO DE FONDOS											

INDICADORES DE RENTABILIDAD	
INTERES	15.0%
VAN	L. 8,053,710.19
TIR	275%

Análisis de rentabilidad

De acuerdo a los indicadores VAN y TIR de este proyecto se puede analizar que el proyecto es rentable financieramente con una VAN positiva y una TIR de 275% y mayor que el costo de oportunidad que en este caso es de 15% representado por el porcentaje de beneficio que se obtendría en un depósito a plazo fijo.

4.7.2 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

Estado de Resultados Proyectado										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos										
Ventas anuales	3,175,150.00	3,445,480.50	3,734,906.18	4,044,660.72	4,376,063.45	4,730,473.80	5,109,396.05	5,514,384.34	5,947,097.98	6,409,297.01
Costos										
Gastos Administrativos	62,100.00	65205	68019	70973.7	74076.135	77333.69175	80754.12634	84345.58265	88116.61179	92076.19238
Materia Prima	1,113,751.54	1,136,026.57	1,158,747.10	1,181,922.04	1,205,560.49	1,229,671.69	1,254,265.13	1,279,350.43	1,304,937.44	1,331,036.19
Costos Variables	291,837.89	298,076.64	304,460.28	310,992.69	317,677.91	324,520.10	331,523.56	338,692.75	346,032.26	353,546.85
Utilidad Bruta	1,707,460.58	1,946,172.29	2,203,679.80	2,480,772.29	2,778,738.92	3,098,948.31	3,442,853.23	3,811,995.58	4,208,011.66	4,632,637.78
Depreciación	29793.625	29793.625	29793.625	29793.625	29793.625	29793.625	29793.625	29793.625	29793.625	29793.625
Interes	343497.265	343497.265	343497.265	300560.1069	257622.9487	214685.7906	171748.6325	128811.4744	85874.31624	42937.15812
Utilidad Neta Antes de Imp.	1,334,169.69	1,572,881.40	1,830,388.91	2,150,418.55	2,491,322.35	2,854,468.90	3,241,310.97	3,653,390.48	4,092,343.72	4,559,907.00
Impuesto sobre Renta	333542.4213	393220.3491	457597.2268	537604.6385	622830.5668	713617.2246	810327.7434	913347.6191	1023065.93	1139976.75
Utilidad Neta	1,000,627.26	1,179,661.05	1,372,791.68	1,612,813.92	1,868,491.76	2,140,851.67	2,430,983.23	2,740,042.86	3,069,257.79	3,419,930.25

El estado de resultado nos muestra la relación de los ingresos con respecto a los gastos con el fin de saber si la operación de cada uno de los años estudiados nos proporcionara utilidad o perdida y tomar medidas al respecto, en el caso de Café Literario y con las proyecciones de acuerdo a la oferta y la demanda se puede observar que desde el primer año de operaciones se obtiene una utilidad neta de 1,000,627.00 alentando así la posibilidad de invertir en esta ampliación.

4.7.3 ANÁLISIS DE PUNTO DE EQUILIBRIO

Punto de Equilibrio								
	Unidades a vender anual	% de participación	Precio	Costo Variable	Margen	Margen unitario	Costo Fijo por producto	Punto de Equilibrio
Cappuccino y latte	55,660	52.38%	1,669,800.00	81952.67	1,587,847.33	28.53	81,504.76	2,857.05
Granita	12,650	11.90%	430,100.00	26435.72	403,664.28	31.91	18,523.81	580.50
Jugos Naturales	25,300	23.81%	455,400.00	27293.13	428,106.87	16.92	37,047.62	2,189.42
Repostería	12,650	11.90%	619,850.00	60856.37	558,993.63	44.19	18,523.81	419.19
	106,260	100.00%						
	Costos Fijos							
Alquiler	102,000.00							
Salarios	53,600.00							
Total	155,600.00							

De acuerdo a la investigación realizada se pretende vender 55,660 unidades de café como cappuccino y latte, 12650 unidades de granita 25300 unidades de jugos naturales y 12650 piezas de repostería el hecho de que el punto de equilibrio de estos productos sea de 2,857un., 580un., 2189un., y 419 nos garantiza la obtención de beneficios en este tipo de negocios.

4.7.4 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

El análisis de sensibilidad se realizó con dos escenarios diferentes el primero con una disminución en las ventas de 5% donde el VAN es positivo y la TIR disminuye en 30% y el segundo con un aumento en los costos de 5% donde el resultado del VAN es positivo y la TIR sufre una disminución de 9% con respecto al TIR original.

5 % Disminución en las Ventas

FLUJO DE FONDOS (Disminución 5% en Ventas)

AÑO

CONCEPTO	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ENTRADAS											
Ingresos											
Ventas anuales		3,016,392.50	3,273,206.48	3,548,160.87	3,842,427.68	4,157,250.77	4,493,950.11	4,853,926.25	5,238,665.13	5,649,743.08	6,088,832.16
Costos											
Gastos Administrativos		62,100.00	65205	68019	70973.7	74076.135	77333.69175	80754.12634	84345.58265	88116.61179	92076.19238
Materia Prima		1,113,751.54	1,136,026.57	1,158,747.10	1,181,922.04	1,205,560.49	1,229,671.69	1,254,265.13	1,279,350.43	1,304,937.44	1,331,036.19
Costos Variables		291,837.89	298,076.64	304,460.28	310,992.69	317,677.91	324,520.10	331,523.56	338,692.75	346,032.26	353,546.85
Utilidad Bruta		1,548,703.08	1,773,898.26	2,016,934.49	2,278,539.25	2,559,936.25	2,862,424.62	3,187,383.43	3,536,276.36	3,910,656.76	4,312,172.93
Depreciación		29793.625	29793.625	29793.625	29793.625	29793.625	29793.625	29793.625	29793.625	29793.625	29793.625
Interes		343497.265	343497.265	343497.265	300560.1069	257622.9487	214685.7906	171748.6325	128811.4744	85874.31624	42937.15812
Utilidad Neta Antes de Imp.		1,175,412.19	1,400,607.37	1,643,643.60	1,948,185.52	2,272,519.67	2,617,945.21	2,985,841.17	3,377,671.26	3,794,988.82	4,239,442.15
Impuesto sobre Renta		293853.0463	350151.8429	410910.8996	487046.3796	568129.9187	654486.3022	746460.2928	844417.8148	948747.2053	1059860.538
Utilidad Neta		881,559.14	1,050,455.53	1,232,732.70	1,461,139.14	1,704,389.76	1,963,458.91	2,239,380.88	2,533,253.44	2,846,241.62	3,179,581.61
Depreciación		29,793.63	29,793.63	29,793.63	29,793.63	29,793.63	29,793.63	29,793.63	29,793.63	29,793.63	29,793.63
Pago de capital				(197,412.22)	(197,412.22)	(197,412.22)	(197,412.22)	(197,412.22)	(197,412.22)	(197,412.22)	(197,412.22)
SUB TOTAL	0.00	911,352.76	1,080,249.15	1,065,114.10	1,293,520.54	1,536,771.16	1,795,840.31	2,071,762.28	2,365,634.85	2,678,623.02	3,011,963.02
SALIDAS											
Prestamo		1,579,297.77									
Inversion		(1,974,122.21)									
SUB TOTAL		(394,824.44)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
FLUJO NETO DE FONDOS		911,352.76	1,080,249.15	1,065,114.10	1,293,520.54	1,536,771.16	1,795,840.31	2,071,762.28	2,365,634.85	2,678,623.02	3,011,963.02

INDICADORES DE RENTABILIDAD

INTERES	15.0%
VAN	L. 778,213.37
TIR	245%

5% Aumento en los Costos

Aumento de 5% en los costos de materia prima

FLUJO DE FONDOS (Aumento 5% Costos de Materia Prima)

AÑO

CONCEPTO	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ENTRADAS											
Ingresos											
Ventas anuales		3,175,150.00	3,445,480.50	3,734,906.18	4,044,660.72	4,376,053.45	4,730,473.80	5,109,396.05	5,514,384.34	5,947,097.98	6,409,297.01
Costos											
Gastos Administrativos		62,100.00	65205	68019	70973.7	74076.135	77333.69175	80754.12634	84345.58265	88116.61179	92076.19238
Materia Prima		1,169,439.12	1,192,827.90	1,216,684.46	1,241,018.15	1,265,838.51	1,291,155.28	1,316,978.39	1,343,317.95	1,370,184.31	1,397,588.00
Costos Variables		291,837.89	298,076.64	304,460.28	310,992.69	317,677.91	324,520.10	331,523.56	338,692.75	346,032.26	353,546.85
Utilidad Bruta		1,651,773.00	1,889,370.96	2,145,742.44	2,421,676.18	2,718,460.90	3,037,464.73	3,380,139.97	3,748,028.05	4,142,764.79	4,566,085.98
Depreciación		29793.625	29793.625	29793.625	29793.625	29793.625	29793.625	29793.625	29793.625	29793.625	29793.625
Interes		343497.265	343497.265	343497.265	300560.1069	257622.9487	214685.7906	171748.6325	128811.4744	85874.31624	42937.15812
Utilidad Neta Antes de Imp.		1,278,482.11	1,516,080.07	1,772,451.55	2,091,322.45	2,431,044.32	2,792,985.31	3,178,597.72	3,589,422.95	4,027,096.85	4,493,355.19
Impuesto sobre Renta		319620.527	379020.017	443112.888	522830.613	607761.0808	698246.3284	794649.4293	897355.7387	1006774.212	1123338.798
Utilidad Neta		958,861.58	1,137,060.05	1,329,338.66	1,568,491.84	1,823,283.24	2,094,738.99	2,383,948.29	2,692,067.22	3,020,322.64	3,370,016.39
Depreciación		29,793.63	29,793.63	29,793.63	29,793.63	29,793.63	29,793.63	29,793.63	29,793.63	29,793.63	29,793.63
Pago de capital				(197,412.22)	(197,412.22)	(197,412.22)	(197,412.22)	(197,412.22)	(197,412.22)	(197,412.22)	(197,412.22)
SUB TOTAL	0.00	988,655.21	1,166,853.68	1,161,720.07	1,400,873.24	1,655,664.65	1,927,120.39	2,216,329.69	2,524,448.62	2,852,704.04	3,202,397.80
SALIDAS											
Prestamo		1,579,297.77									
Inversion		(1,974,122.21)									
SUB TOTAL		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
FLUJO NETO DE FONDOS		988,655.21	1,166,853.68	1,161,720.07	1,400,873.24	1,655,664.65	1,927,120.39	2,216,329.69	2,524,448.62	2,852,704.04	3,202,397.80

INDICADORES DE RENTABILIDAD

INTERES	15.0%
VAN	L. 778,213.37
TIR	264%

4.7.5 REQUERIMIENTOS DE CAPITAL Y FINANCIEROS

Café Literario iniciara operaciones en la UPNFM siendo financiada a través de crédito en un 80% y capital propio en un 20%., la tasa de interés cobrada por el banco será de 18% y la tasa de capital propio en un depósito a plazo fijo es del 15%, por lo tanto se ha estimado una tasa de descuento de 15% que representa el beneficio obtenido al tener el dinero en un depósito a plazo fijo.

Para conocer las opciones de crédito a las cuales se podía acceder se visitaron varios bancos siendo Banhcafe la única institución con fondos disponibles para emprendimientos PYME, esto debido a que tienen una fuerte política de captación de nuevos clientes.

El monto al cual se puede optar en este banco depende únicamente de la capacidad de pago y la cobertura posible por parte del banco, en nuestro caso el monto asciende a Los. 1, 974,122.21 y debido a que es un nuevo emprendimiento el banco nos otorga un periodo de gracia de 2 años en los que únicamente se pagara intereses del financiamiento.

El plazo dentro del cual se pagara este préstamo será de 10 años y el banco acepta únicamente garantías hipotecarias de los socios, siempre y cuando estas se encuentren en el área urbana.

4.8 ASPECTOS LEGALES Y REGULATORIOS

4.8.1 TRÁMITES LEGALES

Café Literario es una empresa legalmente constituida, registrada en la Cámara de Comercio e Industria, sin embargo para operar en otro establecimiento es necesario obtener un segundo permiso de operación correspondiente a la nueva ubicación.

Permiso de Operación

Es el documento que extiende la alcaldía municipal, para garantizar que la empresa opera conforme a las leyes municipales.

PERSONA QUE REALIZA EL TRÁMITE: El (la) empresario(a).

INSTITUCIÓN QUE REALIZA EL TRÁMITE: Alcaldía Municipal del municipio donde operará la empresa.

TIEMPO PROMEDIO: El tiempo de respuesta, variara dependiendo la municipalidad don se tramite el permiso, el tiempo varía desde cuatro (4) días en aquellas municipalidades que han pasado por procesos de simplificación municipal, hasta treinta (30) días hábiles en alcaldías de mayor tamaño como la de Tegucigalpa.

VALOR: Los costos por permisos de operación en la Alcaldía Municipal del Distrito Central, se cobra sobre la base de:

- a) Monto de declaración o proyecto de volumen de ventas del año; y
- b) La Actividad Económica.

Según el Plan de Atributos 73, dispone que los contribuyentes ya sea natural o Jurídico pagarán anualmente según sus ingresos declarados o verificados, de acuerdo con la tabla siguiente:

Tabla 18 Pago por Permiso de Operación de Acuerdo al Ingreso

Rango de Ingresos en Lempiras	Tasa Anual Permisos de Operación en Lempiras
Hasta 50,000.00	100
De 50,000.01 a 100,000	150
De 10,000.01 a 300,000	250
De 300,000.01 a 300,000	375
De 600,000.01 a 1,000,000.01	500
De 1,000,000.01 a 2,000,000.01	600
De 2,000,000.01 a 5,000,000.01	850
De 5,000,000.01 a 10,000,000.00	1,100
De 10,000,000.01 a 15,000,000.00	1,300
De 15,000,000.01 a 20,000,000.00	1,500
De 20,000,000.01 a 30,000,000.00	1,700
De 30,000,000.01 a 40,000,000.00	2,000
De 40,000,000.01 a 60,000,000.00	2,200
De 60,000,000.01 en adelante	2,500

TRÁMITES A REALIZAR:

El proceso varía de acuerdo al Municipio donde se gestione el permiso; en el caso particular de Tegucigalpa y Comayagüela es el siguiente:

El(la) empresario(a) debe presentarse en la ventanilla de información de la Alcaldía Municipal del Distrito Central (A.M.D.C.) de la Oficina de Permisos de Operación que actualmente funciona frente a “Clínicas Viera”, para solicitar los requisitos a presentar de acuerdo al giro de la empresa y el formulario forma 04 (estos documentos son gratuitos).

Si se trata de una sociedad, deberá presentar además la siguiente documentación:

- Constancia de compatibilidad de donde se ubica el negocio, adjuntando el croquis de ubicación de la empresa y su respectiva clave catastral.
- Fotocopia de tarjeta de identidad del/la representante legal.
- Fotocopia de solvencia municipal vigente del/la dueño(a) o del/la representante legal del negocio.

- Fotocopia del Registro Tributario de la empresa.
- Fotocopia de Escritura de Constitución con su registro mercantil.
- Inscripción de la empresa en la Cámara de Comercio e Industrias de Tegucigalpa.
- Presentar el contrato de arrendamiento del local donde estará ubicada la empresa con su respectivo número de clave catastral.
- Llenar la Forma 04 y forma 05 esta última en caso de que se presente más de un negocio (Declaración Jurada de las ventas estimadas que espera realizar en el año de operación, enero a diciembre).
- Recibo de pago debidamente cancelado de impuesto de bienes inmuebles del local donde operará la empresa, en caso de alquiler copia del contrato de arrendamiento.

Después de iniciado el proceso de solicitud de permiso de operación, se dará al empresario(a), un tiempo máximo de ocho (8) días para que se realicen las inspecciones, las cuales dependerán del tipo de empresa a operar que pueden ser: inspección de zonificación, juzgado de policía, medio ambiente, vialidad, uso de suelo, talleres y metroplan. Si el resultado de las inspecciones es favorable, se procede a la emisión y entrega del permiso.

AUTORIZACIÓN DE LIBROS CONTABLES

De acuerdo con el Código de Comercio el/la empresario(a) estará obligado(a) a llevar cuenta y razón de todas sus operaciones y deberá llevar una contabilidad mercantil debidamente organizada, en base al sistema de partida doble. Para ello, deberá llevar, un Libro de Inventarios y Balances, un Libro Diario y un Libro Mayor y los demás que sean necesarios para exigencias objetivas o de leyes especiales.

Los libros obligatorios deberán estar empastados y foliados y serán autorizados por el Alcalde Municipal del lugar en donde estuviere situada la empresa. Se hará

constar el número de folios que tuviere el libro y en cada uno de ellos se estampará el sello del organismo correspondiente.

PERSONA QUE REALIZA EL TRÁMITE: El (la) empresario(a).

INSTITUCIÓN QUE REALIZA EL TRÁMITE: Alcaldía Municipal del municipio donde operará la empresa.

TIEMPO PROMEDIO: Diez (10) días hábiles.

VALOR: Serán fijados de acuerdo al plan de arbitrios de cada municipalidad, valores que son modificados cada año.

TRÁMITES A REALIZAR:

Para la autorización de dichos libros el/el empresario (a) debe presentar en el de control tributario:

- Permiso de operación de la Alcaldía Municipal,
- Recibo de pago en la tesorería de la Alcaldía por volumen de ventas,
- Autorización de libros folios.

Código de Barra

Es posible que se tome la decisión de vender café recién molido en las instalaciones de Café Literario, en caso de pretender realizar este tipo de diversificación será necesario realizar el trámite de código de barra.

Es un número único que se asigna a un producto generalmente de consumo masivo. Dichos códigos son representados por un símbolo (serie de barras claras y oscuras de anchura variables), las cuales pueden ser identificadas automáticamente en la caja registradora del punto de venta, mediante un sistema incorporado a la misma,

compuesto por un lector óptico (scanner) que permite decodificar el símbolo de cada artículo.

PERSONA QUE DEBE REALIZAR EL TRÁMITE: El/la empresario(a).

INSTITUCIÓN QUE SE REALIZA EL TRÁMITE: Dirección del Sistema Electrónico de Comercio (DISELCO), ubicado en la Cámara de Comercio de Tegucigalpa y SPS. Los demás municipios deberán acudir a estas ciudades para realizar el trámite.

TIEMPO PROMEDIO: De dos (2) a tres (3) días después de entregados los documentos y realizado el pago de los costos.

VALOR DEL TRÁMITE:

Si su empresa es fabricante la cuota anual por concepto de afiliación depende de la facturación o de las ventas totales que su negocio reporte al año; de acuerdo a la declaración de ventas de la Alcaldía Municipal y a la siguiente tabla:

Tabla 19 Pago Anual por Código de Barra

FACTURACIÓN ANUAL REPORTADA		MEMBRESIA
Desde Lps.	Hasta Lps.	Membresía Anual U.S.\$
0.00	150,000	U.S.\$ 0.00
150,001	1,000,000	U.S.\$ 100.00
1,000,001	EN ADELANTE	U.S.\$ 200.00

Licencia Sanitaria

Presentar solicitud que indique “SE SOLICITA LICENCIA SANITARIA”, que contenga la siguiente documentación:

Órgano al que se dirige: En Tegucigalpa, Dirección General de Regulación Sanitaria o en los municipios del interior del país, Jefatura de Región Departamental de Salud.

- Nombre y generales del propietario o representante legal de la empresa.
- Razón o denominación de la sociedad.
- Nombre del establecimiento, y actividad a la que se dedica.
- Dirección exacta del establecimiento, incluyendo teléfono, fax y correo electrónico,
- Lugar y fecha de la solicitud.
- Documentos a presentar
- Poder otorgado al representante legal de la empresa.
- Fotocopia de la escritura de constitución de la empresa.
- Fotocopia del documento que acredite al profesional que actuara como gerente.
- Recibo de pago por servicios de licencia sanitaria, el cual se cancela en la ventanilla de atención al cliente.

Presentación de los planos de las instalaciones físicas, eléctricas, agua potable y agua residuales del establecimiento aprobado por la alcaldía municipal correspondiente.

4.8.2 MARCO REGULATORIO

Con el propósito de definir la relación que existirá entre la Librería de la UPNFM y Café Literario se utilizó la entrevista como herramienta, se realizaron 2 entrevistas una al Lic. Manuel Hernández quien dio a conocer el interés del Sr. Rector de la UPNFM por contar con un espacio en el que los alumnos se puedan educar y divagar al mismo tiempo, degustando un buen café.

La segunda entrevista se le realizó a la Lic. Joselina Ferrera quien dio a conocer los términos que tiene la UPNFM para llevar a cabo la alianza, entre ellos se destacan

la responsabilidad de Café Literario de llevar a cabo la remodelación del local con la oportunidad de amortizar la inversión a un periodo máximo de 6 años, periodo en el que se pagara un porcentaje de la renta a la universidad y el otro porcentaje se descontara, además de definirse el espacio disponible para la ubicación del café.

CAPITULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

Café Literario es una empresa joven, con un concepto diferente y lleno de pasión, con propuestas que buscan mejorar la economía de las familias que en el trabajan brindando oportunidad de obtener ingresos y al mismo tiempo superación académica, es por esta razón que se ha buscado la oportunidad de expansión y después de realizar el estudio de pre-factibilidad para su ampliación se concluye que,

- El mercado de la UPNFM es un mercado joven, dispuesto a cambiar sus preferencias y fácilmente educable, un mercado cuyas preferencias van acorde con la oferta de Café Literario y que puede promover la cultura el buen café y los productos de calidad a través un efecto multiplicador.
- El marco regulatorio que propone la UPNFM es lo suficientemente atractivo como para incentivar la inversión y puesta en marcha de este establecimiento dentro de las instalaciones de la Librería UPNFM.
- Para poder llevar a cabo la ampliación es necesario realizar una inversión de Lps. 1, 244,527.50 que incluye la remodelación necesaria en la librería para la instalación del café y la adquisición del equipo necesario y de buena calidad más Lps. 729,594.00 que corresponden a capital de trabajo necesario para operar el primer año.
- La evaluación financiera muestra que el montaje de este negocio bajo las condiciones y consideraciones presentadas es rentable, con un VAN positivo en todos los escenarios y con una TIR mayor a la tasa de descuento.
- Antes de llevar a cabo la ampliación es necesario verificar la experiencia y las referencias de las personas responsables de llevar a cabo la remodelación, conocer la planificación y las necesidades de desembolsos para poder realizarlos en el tiempo debido y asegurarse que todos los trámites legales estén en orden antes de comenzar la ampliación.

5.2 RECOMENDACIONES

Después de conocer el contexto, las necesidades y las oportunidades que se presentan para poder llevar a cabo la ampliación de Café Literario se recomienda lo siguiente:

- Considerar las preferencias de los clientes sin perder la perspectiva de educación e innovación en el negocio e identificar otras oportunidades para ofrecer café especial y bocadillos saludables.
- Asegurarse de contar con los contratos y autorizaciones por parte de la UPNFM antes de comenzar la ampliación.
- Tener presente la importancia de la presentación tanto del personal como del establecimiento considerando el mantenimiento tanto del local como del equipo que se utilizara. Brindar capacitación constante al personal con el fin de brindar siempre un buen servicio.
- Realizar constantes visitas de monitoreo para garantizar el buen funcionamiento y la rentabilidad del negocio, negociar la oportunidad de pagar los préstamos de Café Literario a menor tiempo con el propósito de disminuir la cantidad de intereses a pagar y negociar crédito 0% intereses con los proveedores de equipo.

CAPITULO VI. APLICABILIDAD

6.1 MODELO DE NEGOCIOS

A través del modelo de negocios a implementarse en Café Literario, es decir el modelo de diversificación, se pretende lograr un atractivo en el cual la librería UPNFM y Café Literario funcionaran como negocios independientes, sin embargo se beneficiaran el uno del otro atrayendo diferente tipo de clientes en diversos momento, ambos se beneficiaran de los diferentes eventos y promociones del otro para dar a conocer su producto.

6.2 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Para poder llevar a cabo el análisis de la competencia se utilizó básicamente el método de observación y se realizaron algunas preguntas en la encuesta que dan a conocer la satisfacción de los consumidores con el servicio brindado actualmente, al 77.72% de la población le gustaría encontrar repostería dentro del café aun cuando la universidad cuenta con un local en el que se vende exclusivamente helados y repostería, al momento de realizar las visitas se pudo observar que este local esta descuidado y carece de postres, se ha ocupado únicamente de los helados.

Dentro de las instalaciones del centro se venden café de varias calidades pero no se vende café de altura o café especial, lo que brinda una excelente oportunidad para abordar el mercado.

6.3 ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR

Como se ha planteado anteriormente la demanda se encuentra insatisfecha con los negocios que actualmente ofrecen los productos y servicios con los que cuenta Café Literario, como ser la venta de postres, que a pesar de contar con ellos manifiestan que son productos que les gustaría comprar.

En cuanto al café especial la demanda potencial es alta pero el mercado está acostumbrado a café de tipo comercial, por lo tanto es necesario comenzar un proceso de educación al consumidor para dar a conocer las ventajas que produce consumir café de calidad comparado con las desventajas de consumir el café que se comercializa actualmente.

6.4 ESTIMACIÓN DE LAS TENDENCIAS DEL MERCADO

De acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta anexo 4, un 84.5% de los compradores potenciales beben café, un 43.73% consume café de marcas no tradicionales, por medio de la encuesta misma realizamos dos preguntas estratégicas, para saber la cantidad de nuestros compradores potenciales estarían dispuestos a probar otra marca de café y con qué frecuencia, estas fueron:

2. ¿Cuántas tazas de café bebe al día?

Esto nos da como resultado el porcentaje de gente que no bebe café que es un 15.50% y el porcentaje que si bebe que representa un 84.5%, esto nos indica que de 26100 personas que frecuentan la UPNFM 22,054.50 toman café al menos una vez al día, la segunda pregunta fue,

4. ¿Qué marca de café molido consume actualmente?

Se puede observar que el 43.73% de la población consume café de palo y nescafe que representan los cafés de marcas no tradicionales, es decir 9644 personas.

De esta manera podemos notar la gran oportunidad que existe en este mercado.

6.5 ANÁLISIS PARA LA FIJACIÓN DE PRECIOS

Luego de obtener nuestros costos se fijaron los precios de acuerdo a la plaza, sin embargo la estrategia de mercado que se utiliza es una estrategia de diferenciación que permitirá a la empresa distinguirse por la calidad y variedad de sus productos.

Tabla 20 Precio de Venta en Café Literario

Producto	Precio
Cappuccino y Latte	30.00
Granita	34.00
Jugos Naturales	18.00
Repostería	49.00

6.6 ESTRATEGIA DE MERCADO Y VENTAS

La estrategia de mercadeo y ventas se hará en base a la mezcla de mercado que está dividida en las 5 “P”, producto, precio, plaza, promoción y personal.

Producto. El producto se define como un extracto de café mesclado con diferentes cantidades de agua y leche, en determinados casos saborizante. Bebidas naturales con diferentes combinaciones, bebidas frías, bocadillos y repostería.

Precio. Solo manejaremos los precios para nuestros clientes minoristas.

Plaza. El canal de distribución del producto será de manera directa y entrega inmediata.

Promoción. Se ofrecerá una promoción de introducción durante los dos primeros meses del proyecto, se realizaran diferentes actividades educativas para dar a conocer nuestro producto y diferenciar los tipos de café para que el consumidor final pueda distinguir las diferentes calidades de café, para el resto de temporada se ofrecerá

diferentes promociones para fechas especiales como el día internacional del café, navidad, día del padre, entre otras.

Personal. Contratación de los servicios de personal adicional y especializado durante los eventos para mantener las degustaciones y promocionar el producto.

6.7 ESTUDIO TÉCNICO

(Miranda Miranda, 2005) define:

El estudio técnico que supone: la determinación del tamaño mas conveniente, la identificación de la localización final más apropiada y obviamente la selección del modelo tecnológico administrativo idóneo que sean consecuentes con el comportamiento de mercado y las restricciones de orden financiero.(p.118)

6.8 PRODUCTO

El producto de venta principal serán las bebidas a base de café entre ellos se incluye el espresso, el americano, cappuccino, latte, mocha, machiato, granizado de café, entre las principales, además se ofrecerán bocadillos, repostería seca y fría, emparedados y café recién molido. Estos productos serán ofrecidos dentro de las instalaciones de la librería UPNFM dentro de la Universidad Pedagógica Francisco Morazán.

Además de ofrecer un producto de alta calidad por su selección al momento de clasificar el grano y ofrecer un bocadillos variados, se busca ayudar en el factor nutricional, ya que es la preocupación de hoy, esto se llevara a cabo a través de varios medios; utilizando una materia prima más saludable como: productos naturales, frutas, leche, pan integral, agua, azucares no refinados, productos no transgénicos; asimismo, garantizar por medio de la selección del personal, buenas Prácticas de Manufactura en los producto que se ofrecerá.

6.9 INSTALACIONES DE PRODUCCIÓN

Café Literario es una empresa que elabora y comercializa bebidas a base de café, refrescos y bebidas naturales tradicionales y exóticas, postres y bocadillos. La nueva sucursal estará ubicada dentro de las instalaciones de la UPNFM, universidad que cuenta con una población de 26100 personas.

El espacio donde estará ubicado el café cuenta con un área de circulación de 19.58 m² y un Área de cocina 9.34m². y para efectos del estudio se han considerado los productos que según la encuesta tendrían mayor demanda en el café, estos son cappuccino, latte, jugos naturales, repostería y granitas.

En cuanto al tema de producción y costos la materia prima, es decir el café representa el elemento más variable y de mayor importancia ya que de este depende el funcionamiento del establecimiento, además de ser el insumo del que depende la máquina de mayor costo según la inversión inicial.

Tabla 21 Costos de Inversión Inicial

Descripción	Costo	Denominación
Estudio	2000	\$
Materiales de remodelación	15000	\$
Instalaciones eléctricas	1500	\$
Instalaciones sanitarias	1500	\$
Granizadoras	5290	\$
Molino Expo bar	1725	\$
Mc New Elegance 2 Grupos 11.5lts	5520	\$
Licuada industrial	1325	\$
Suministros	2250	\$
Equipo de oficina y facturación	1000	\$
Contingencia	15775	\$
Aspectos Legales	5000	\$
Total	57885	\$
Total en lempiras	1244527.5	L

A través de la elaboración de este estudio podemos conocer nuestras necesidades de inversión, mismas que ascienden a la cantidad de Lps. 1, 974,122.21 considerando los Lps. 1, 244,527.00 de inversión inicial más Lps. 729,595.00 de capital de trabajo necesario para el primer año.

6.10 PLANIFICACIÓN ORGANIZACIONAL

Se contratara mano de obra local y personas sin experiencia en el manejo de maquinaria para para café. Se necesitaran 6 empleados que estén operando la maquinaria y que ayuden en servicio, atención al cliente y facturación.

Inicialmente se contratara un administrador que se encargue de los pagos, compras, inventario, depósitos y planilla, con la ampliación del café se prevé la contratación de un Gerente General.



6.11 FACTORES AMBIENTALES

En el entorno donde se ubicara el proyecto no se verá afectado por el proyecto como tal, sin embargo nuestra principal fuente de materia prima puede ser un gran contaminante y se pretenden establecer una estrategia para promover la formación, sensibilización, participación y comunicación ambiental, a todos los trabajadores para que conozcan el proceso de cultivo del café y conseguir entre todos un mayor compromiso ambiental, fomentando su integración activa y trabajo en equipo.

6.12 ESTUDIO FINANCIERO

Dentro del presente estudio se han utilizado varias herramientas para conocer la eficacia administrativa proyectada de la empresa.

Fernández Espinoza (2007) afirma: “Desde el punto de vista financiero, el objetivo de las empresas que alcanza el nivel de eficacia debe ser maximizar la riqueza de los accionistas.

A través de la elaboración del estudio financiero podemos conocer si el negocio es rentable o no en este caso se han realizado flujos de caja, estados de resultado, análisis de sensibilidad disminuyendo las ventas y aumentando los costos de materia prima y se han dado a conocer las condiciones y fuentes de financiamiento posibles para la puesta en marcha de este negocio, tal y como se muestra en el flujo de caja proyectado a continuación el negocio promete ser rentable en todos y cada uno de los escenarios mostrados con un VAN positivo y una TIR mayor a la tasa de descuento, representada por tasa a la que obtendríamos el beneficio de tener el capital a plazo fijo.

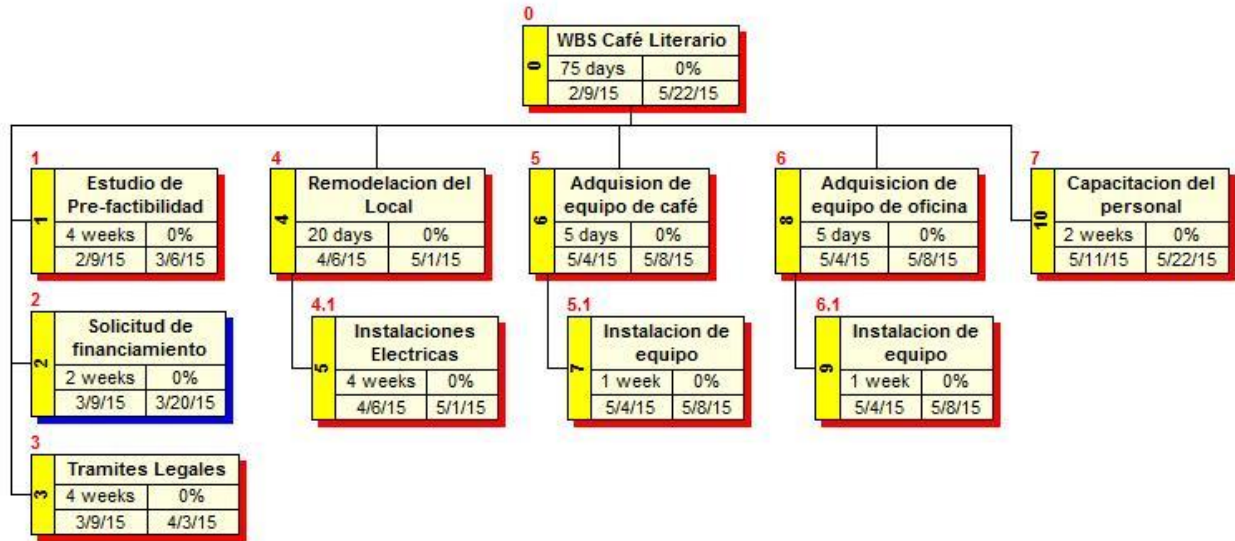
6.12.1 FLUJO DE CAJA PROYECTADO

FLUJO DE FONDOS

AÑO

CONCEPTO	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ENTRADAS											
Ingresos											
Ventas anuales		3,175,150.00	3,445,480.50	3,734,906.18	4,044,660.72	4,376,053.45	4,730,473.80	5,109,396.05	5,514,384.34	5,947,097.98	6,409,297.01
Costos											
Gastos Administrativos		62,100.00	65205	68019	70973.7	74076.135	77333.69175	80754.12634	84345.58265	88116.61179	92076.19238
Materia Prima		1,113,751.54	1,136,026.57	1,158,747.10	1,181,922.04	1,205,560.49	1,229,671.69	1,254,265.13	1,279,350.43	1,304,937.44	1,331,036.19
Costos Variables		291,837.89	298,076.64	304,460.28	310,992.69	317,677.91	324,520.10	331,523.56	338,692.75	346,032.26	353,546.85
Utilidad Bruta		1,707,460.58	1,946,172.29	2,203,679.80	2,480,772.29	2,778,738.92	3,098,948.31	3,442,853.23	3,811,995.58	4,208,011.66	4,632,637.78
Depreciación		29793.625	29793.625	29793.625	29793.625	29793.625	29793.625	29793.625	29793.625	29793.625	29793.625
Interes		343497.265	343497.265	343497.265	300560.1069	257622.9487	214685.7906	171748.6325	128811.4744	85874.31624	42937.15812
Utilidad Neta Antes de Imp.		1,334,169.69	1,572,881.40	1,830,388.91	2,150,418.55	2,491,322.35	2,854,468.90	3,241,310.97	3,653,390.48	4,092,343.72	4,559,907.00
Impuesto sobre Renta		333542.4213	393220.3491	457597.2268	537604.6385	622830.5868	713617.2246	810327.7434	913347.6191	1023085.93	1139976.75
Utilidad Neta		1,000,627.26	1,179,661.05	1,372,791.68	1,612,813.92	1,868,491.76	2,140,851.67	2,430,983.23	2,740,042.86	3,069,257.79	3,419,930.25
Depreciación		29,793.63	29,793.63	29,793.63	29,793.63	29,793.63	29,793.63	29,793.63	29,793.63	29,793.63	29,793.63
Pago de capital				(197,412.22)	(197,412.22)	(197,412.22)	(197,412.22)	(197,412.22)	(197,412.22)	(197,412.22)	(197,412.22)
SUB TOTAL	0.00	1,030,420.89	1,209,454.67	1,205,173.08	1,445,195.32	1,700,873.16	1,973,233.08	2,263,364.63	2,572,424.26	2,901,639.19	3,252,311.65
SALIDAS											
Prestamo											
Inversion		1,579,297.77									
		(1,974,122.21)									
SUB TOTAL		(394,824.44)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
FLUJO NETO DE FONDOS		1,030,420.89	1,209,454.67	1,205,173.08	1,445,195.32	1,700,873.16	1,973,233.08	2,263,364.63	2,572,424.26	2,901,639.19	3,252,311.65

6.12.3 ESTRUCTURA DE DESGLOSE DE TRABAJO



Bibliografía

- Barrientos, J. (15 de Marzo de 2002). *Centro Emprendedor*. Obtenido de <http://emprendedor.unitec.edu/pnegocios/Portada.htm>
- Bernal, C. A. (2006). *Metodología de la Investigación*. Mexico: Prentice Hall.
- Currey, M. (2014). *Rituales cotidianos: Cómo trabajan los artistas*. Madrid: Turner.
- Especialidad, A. M. (2013). *Asociación Mexicana de Cafés y Cafeterías de Especialidad*. Obtenido de Asociación Mexicana de Cafés y Cafeterías de Especialidad: http://www.amcce.org.mx/historia_del_cafe.html
- Esteban, J., Mena, B., Mateos, P., Menacho, M., Marcos, J., & Mariano, T. (2002). *El Libro del Cafe Guijon*. Madrid: La Librería.
- Fernandez Espinoza, S. (2007). *Los Proyectos de Inversión*. Cartago: Editorial Tecnologica de Costa Rica.
- Hernandez, M. (20 de Agosto de 2014). Director de la Librería UPNFM. (D. Flores, Entrevistador)
- Job, M. D. (25 de Marzo de 2014). Cafés literarios, cada vez más populares. *La Voz*, pág. 33.
- K.C., C. M. (1985). *Coffee; botany, biochemistry and production of beans and beverage*. London: Croom Helm.

- König, B. (2002). El café literario en Colombia: símbolo de la vanguardia en el siglo XX. *Revista de Historia, Arte y Ciencias Sociales*, 510–539.
- Lascasas Monreal, S. (2010). Biografía del Café. *Biografía del Café*, 12. Obtenido de Biografía del Café.
- Mansilla Cortez, S. A. (2004). *Sitial para Lectura*. Santiago de Chile: Tesis Universidad de Chile.
- Miranda Miranda, J. J. (2005). *Gestión de Proyectos*. Bogota: MM editores.
- Morazan, U. P. (13 de Noviembre de 2008). *Quienes Somos UPNFM*. Obtenido de Quienes Somos UPNFM: http://www.upnfm.edu.hn/index.php?option=com_content&view=article&id=19&Itemid=453
- OSTERWALDER, A., & YVES PIGNEUR. (2011). *GENERACION DE MODELOS DE NEGOCIO*. Madrid: DEUSTO S.A. EDICIONES.
- Puertas, G. (2002). *Origen, procesos, calidad y química del café - CONFERENCIA GLORIA PUERTAS.pdf*. Obtenido de Origen, procesos, calidad y química del café - CONFERENCIA GLORIA PUERTAS.pdf: [http://www.unicordoba.edu.co/pregrado/alimentos/MEMORIAS/pdf/ARTICULO S%20CORTOS%20CONFERENCIAS/CONFERENCIA%20GLORIA%20PUERTAS.pdf](http://www.unicordoba.edu.co/pregrado/alimentos/MEMORIAS/pdf/ARTICULO%20CORTOS%20CONFERENCIAS/CONFERENCIA%20GLORIA%20PUERTAS.pdf)
- Quintanilla Plascencia, A. (2003). *Maquinas de cafe*. Obtenido de Maquinas de cafe: <http://www.maquinasdecafe.com/>

- Sandoval Duarte, H. (13 de Febrero de 2014). ¿Una cosecha de café de 12,2 millones de sacos? *El Espectador*, pág. 26.
- Santacreo Ponce, R. (2004). *Historia del Café en Honduras*. Obtenido de Historia del Café en Honduras: http://api.ning.com/files/biyoYhi0T*d3ZMzXCOCzXQkxvYFVtY7QfGOh6VjxvDjU-s1aydPHNRW64ZAAMzCqVI-tlbC58okTenBdf16zKE5ZPVvNr34v/HistoriadelCafe.pdf
- Sapag Chain, N., & Sapag Chain, R. (2008). *Preparacion y Evaluacion de Proyectos* (Quinta ed.). Colombia: Mc Graw Hill.
- Summers, D. C. (2006). *Administración de la calidad*. México: PRENTICE HALL .

Anexos

ANEXO 1

10 Primeros Países Exportadores: Producción Total								
Cosecha Anual Comenzando:		2008	Al	2013				
(000 bags)								
		Año de Cosecha	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Total de Producción Mundial			129260	123023	133065	132207	145323	145194
	Especie							
Brasil	(A/R)	Apr/Mar	46494	39470	48095	43484	50826	49152
Vietnam	(R/A)	Oct/Sep.	18438	17825	19467	22289	22030	27500
Indonesia	(R/A)	Apr/Mar	9612	11380	9129	7288	13048	11667
Colombia	(A)	Oct/Sep.	8664	8098	8523	7652	10415	11000
Etiopia	(A)	Oct/Sep.	4949	6931	7500	6798	6233	6600
India	(R/A)	Oct/Sep.	3950	4806	4728	5117	5303	5075
Honduras	(A)	Oct/Sep.	3450	3603	4331	5903	4537	4200
México	(A)	Oct/Sep.	4651	4109	4001	4563	4327	3900
Uganda	(R/A)	Oct/Sep.	3290	2845	3203	2817	3698	3600
Guatemala	(A/R)	Oct/Sep.	3785	3835	3950	3840	3743	3130
© International Coffee Organization						A =	Arábica	
Data as at July 2014 - next update: October 2014						R=	Robusta	

ANEXO 2

Indicador de Precios ICO

Promedios anuales y mensuales: 2012 – Julio 2014																
Ctvs. de US\$ por Libra (Lb)																
Promedio Anual/ Mensual	ICO	Arábicas Colombianas			suaves			Otros Arábicas Suaves			Arábicas Brasileños		Naturales		Robustas	
		Mercado		Promedio	Mercado		Promedio	Mercado		Promedio	Mercado		Promedio	Mercado		Promedio
				Peso			Peso			Peso			Peso			Peso
		Promedio	USA	Europa	diario	USA	Europa	diario	USA	Europa	diario	USA	Europa	diario		
2012	156.34	203.9	200.47	202.08	187.52	185.7	186.47	171.3	176.07	174.97	110.64	101.36	102.82			
Enero	188.9	258.7	253.68	255.91	239.43	235.66	237.21	222.41	230.02	228.21	109.4	94.32	96.72			
Febrero	182.29	248.1	241.07	244.14	225.49	223.5	224.16	211.95	216.58	215.4	111.25	100.21	101.93			
Marzo	167.77	224.7	221.25	222.84	201.85	200.86	201.26	188.15	193.26	192.03	113.6	101.66	103.57			
Abril	160.46	215.9	213.18	214.46	193.35	190.06	191.45	177.2	182.1	180.9	111.71	99.94	101.8			
Mayo	157.68	207.7	206.27	207.32	186.35	182.74	184.65	170.39	174.67	174.17	116.01	105.35	106.88			
Junio	145.31	184.5	184.85	184.67	169.79	167.96	168.69	151.55	157.64	156.17	113.34	104.24	105.7			
Julio	159.07	203.3	201.93	202.56	190.77	190.26	190.45	171.69	177.33	175.98	113.37	105.87	107.06			
Agosto	148.5	189.3	185.32	187.14	175.97	174.07	174.82	158.75	160.46	160.05	113.01	105.28	106.52			
Septiembre	151.28	191.5	189.02	190.1	179.6	178.79	178.98	162.59	167.87	166.53	110.87	103.83	104.95			
Octubre	147.12	182.7	180.36	181.39	172.37	174.06	173.32	155.77	162.96	161.2	109.89	103.45	104.47			
Noviembre	136.35	172.6	167.99	170.08	160.64	159.49	159.91	146.35	148.87	148.25	102.94	96.72	97.67			
Diciembre	131.31	167.7	160.75	164.4	154.65	150.92	152.74	138.8	141.07	140.69	102.26	95.39	96.59			
2013	119.51	148.3	147.53	147.87	141.08	138.42	139.53	117.95	123.56	122.23	100.5	92.95	94.16			
Enero	135.38	170.6	167.76	169.19	158.27	156.47	157.29	139.36	146.94	145.17	105.79	98.52	99.69			
Febrero	131.51	164.7	159.2	161.7	153	147.23	149.46	133.37	137.72	136.63	109.7	102.97	104.03			
Marzo	131.38	163.5	159.89	161.53	152.96	147.67	149.78	129.74	134.83	133.61	112.47	105.08	106.26			
Promedios anuales y mensuales: 2012 – Julio 2014																

Ctvs. de US\$ por Libra (Lb)														
Promedio Anual/ Mensual	ICO	Arábicas Colombianos			suaves		Otros Arábicas Suaves		Arábicas Brasileños		Naturales		Robustas	
		Mercado		Promedio	Mercado		Promedio	Mercado		Promedio	Mercado		Promedio	
				Peso			Peso			Peso			Peso	
		Promedio	USA	Europa	diario	USA	Europa	diario	USA	Europa	diario	USA	Europa	diario
Abril	129.55	164.5	159.17	161.76	152.96	147.58	149.81	130.11	133.27	132.62	107.58	100.53	101.68	
Mayo	126.96	161.1	155.99	158.35	151.43	144.17	147.19	129.82	130.11	130.29	105.76	97.81	99.18	
Junio	117.58	148.6	146.7	147.55	138.86	137.86	138.26	116.91	120.98	120.01	97.05	89.59	90.79	
Julio	118.93	147.7	147.36	147.46	138.44	138.45	138.39	114.89	120.94	119.47	102.41	93.89	95.21	
Agosto	116.45	142.5	143.94	143.26	135.63	134.84	135.15	111.97	118.34	116.81	100.73	92.73	94.01	
Septiembre	111.82	135.9	140.92	138.6	132.78	131.99	132.28	106.33	114.67	112.65	93.48	86.67	87.78	
Octubre	107.03	130.1	138.16	133.83	128.83	128.62	128.7	103.58	111.67	109.57	90.01	82.49	83.7	
Noviembre	100.99	123.9	125.37	124.65	122.75	121.51	122.02	98.82	103.88	102.57	85.67	78.48	79.71	
Diciembre	106.56	125.8	125.92	126.54	127.05	124.62	125.97	100.48	109.35	107.4	95.3	86.68	87.89	
2014														
Enero	110.75	133.5	132.25	132.9	135.03	131.35	132.73	107.49	116.32	114.02	92.93	86.74	87.73	
Febrero	137.81	174	170.97	172.22	176.28	172.43	173.64	142.75	151.06	148.74	101.14	94.93	95.9	
Marzo	165.03	213.6	208.06	211.07	216.06	212.88	214.09	174.89	185.81	182.97	111.9	104.12	105.37	
Abril	170.58	223.8	216.9	220.62	226.99	221.33	223.48	182.89	193.33	190.62	110.68	104.57	105.55	
Mayo	163.94	213.5	209.27	211.66	215.24	213.07	214.2	170.89	185.35	181.97	108.35	101.77	102.99	
Junio	151.92	196.1	194.48	195.17	198.91	197.6	197.89	154.02	169.73	165.34	104.63	98	98.91	
Julio	152.5	194.9	193.36	194.21	198.59	195.87	196.9	154	168.79	164.92	107.23	100.74	101.79	

ANEXO 3

INFORMACIÓN GENERAL DE CAFÉ DE HONDURAS

Descripción	Unidades	Cantidad
Productores de café	Número de familias	+ 100,000
Área de siembra con café	Hectáreas	270,000
Varietades de café cultivadas en Honduras	Típica, Bourbon, Catuai, Caturra, Parainema, Lempira	
Producción promedio anual	Sacos de 46 kg.	4.4 millones
Exportación promedio anual	Sacos de 46 kg.	3.8 millones
Consumo Interno anual	Sacos de 46Kg.	500 mil
Departamentos Productores de café	Numero	15 de 18 (solo no se produce café en Gracias a Dios, Islas de la Bahía y Valle)
Municipios Productores de café	Numero	213 de 268
Organizaciones gremiales existentes	Asociación Hondureña de Productores de Café (AHPROCAFE), Asociación Nacional de Productores de Café de Honduras (ANACAFEH), La Central de Cooperativas Cafetaleras (La Central) y La Unión Nacional de Cooperativas (UNIOCOOP)	
<p>El sector caficultor está organizado en cuatro organizaciones gremiales que agrupan los más de 100 productores registrados. La organización que mayor número de asociados es la Asociación Hondureña de Productores de Café (AHPROCAFE), la Asociación Nacional de Caficultores de Honduras (ANACAFEH) y algunos son miembros de cooperativas afiliadas a La Central de Cooperativas Cafetaleras de Honduras (La Central) y la Unión Nacional de Cooperativas (UNIOCOOP). Estos gremios tienen un sistema organizativo bien estructurado en 213 municipios distribuidos en los 15 departamentos cafetaleros del país.</p>		
Instituciones Cafetaleras	El Consejo Nacional del Café (CONACFE), El Instituto Hondureño del Café (IHCAFE), El Fondo Cafetero Nacional (FCN)	
© International Coffee Organization Statistics on coffee - ICA 2007		

ANEXO 4

Encuesta

Somos pasantes de la Maestría en Administración de Proyectos de UNITEC y nos gustaría saber su opinión respecto a la siguiente información.

A continuación marque la casilla que usted considera la más apropiada de acuerdo a sus preferencias.

1. ¿Cuántas tazas de café bebe al día? Marque con una x su opción.

____ 1 ____ 3
____ 2 ____ más de 3 No ____

2. ¿Dónde prefiere beber café? Marque con una o más opciones.

____ Oficina ____ Comercio
____ Casa

3. ¿A qué hora prefiere beber café? Marque con una o más opciones.

____ Mañana ____ Tarde ____ Noche

4. Cuál es su ocupación y en que horario. Marque una o más opciones.

____ Trabaja am ____ Estudia am
____ Trabaja pm ____ Estudia pm

5. En que horario asiste usted a la UPNFM. Marque una o más opciones.

_____ Mañana _____ Noche

_____ Tarde _____ Fin de semana

6. A que temperatura prefiere su bebida. Marque con una x su opción.

_____ Frio _____ Caliente

7. Qué tipo de bebida a base de café prefiere. Marque con una x su opción.

_____ Granita _____ Latte frio

_____ Americano _____ Latte caliente

_____ Cappuccino _____ Café Saboreado

8. Que bebidas adicionales le gusta consumir. Marque una o más opciones.

_____ Jugos naturales _____ Granita de sabores

_____ Chai _____ Té o infusión

9. Que bocadillos le gustaría degustar en el establecimiento. Marque una o más opciones.

_____ Bocadillos salados (Sándwiches, pan con frijoles, etc.)

_____ Repostería (pasteles helados y secos)

_____ Pan dulce tradicional (Rosquillas rellenas, pan de queso, etc.)

ANEXO 5

Cuestionario para Entrevista a Personal de UPNFM

1. ¿El espacio de la librería puede ser utilizado para brindar el servicio de venta de café y bocadillos?
2. ¿La UPNFM tiene interés en establecer este tipo de negocio dentro de la librería?
3. ¿Existe una política o convenio de exclusividad con alguna empresa de café en la UPNFM?
4. ¿Existe una política de control de precios a los negocios establecidos dentro de los predios de la UPNFM?
5. ¿Cuáles son las condiciones para establecer un negocio dentro de la universidad?
6. ¿Cuál es la política de alquiler, construcción y remodelación que la universidad maneja?
7. ¿Cuáles son las condiciones de pago de alquiler y amortización de la UPNFM?
8. ¿Qué tipo de documento legal se extiende al momento de arrendar un espacio y cuánto tiempo se tarda en ser extendido y firmado por las autoridades correspondientes?
9. La universidad cuenta con personal asignado para remodelación o las contrataciones son propias de los dueños de los negocios?

