



FACULTAD DE POSTGRADO

TESIS DE POSTGRADO

**ANALISIS DE PRODUCCION Y EXPORTACION DE
MALANGA A UN MERCADO EXTRANJERO.**

SUSTENTADO POR:

**BETTHY VANESSA SEGURA ZUNIGA
BRANDON ALEXANDER BORGES ZUNIGA**

**PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE
MÁSTER EN DIRECCIÓN EMPRESARIAL**

**TEGUCIGALPA, F. M., 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 ANTONIO BREVÉ REYES

DECANO DE LA FACULTAD DE POSTGRADO

DESIREE TEJADA

**ANALISIS DE PRODUCCION Y EXPORTACION DE
MALANGA A UN MERCADO EXTRANJERO.**

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

**ASESOR METODOLÓGICO
ELOISA MARIA RODRIGUEZ ALVAREZ**

**ASESOR TEMÁTICO
GUILLERMO COINDET**

MIEMBROS DE LA TERNA:

ALEJANDRO DÍAZ

REINA FIALLOS

JORGE CENTENO

DEDICATORIA

Dedico la culminación de este trabajo a Dios quien me ha guiado y me ha brindado la fortaleza y sabiduría para culminar con éxito la maestría. A mis padres que en todo momento me han brindado su apoyo.

AGRADECIMIENTOS

Gracias a Dios por las fuerzas para sobrellevar los obstáculos encontrados a lo largo del camino y por poner a las personas adecuadas durante este proceso.

A la Doctora Eloísa Rodríguez por su apoyo incondicional para la elaboración y preparación de esta tesis. Al ingeniero Guillermo Coindet por compartir sus conocimientos. Al ingeniero German Rodríguez por su tiempo y consejos durante este proceso. A Silvia Arévalo, Gloria Banegas y Luisa Fernanda Ramírez quienes de una manera u otra han colaborado para este logro.

Betty Vanessa Segura.

DEDICATORIA

Dedico la presente tesis a Dios, padre todo poderoso, que aun sin merecer, siempre nos regala las mejores bendiciones y nos ilumina el camino para ser personas de bien. A mis padres Adolfo, Ethon y Rossi, que con su accionar lleno de virtudes infalibles y esfuerzos me han dado su apoyo incondicional.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios Todopoderoso, por iluminarme el camino y nunca soltarme la mano, para poder alcanzar esta meta.

A mi familia que ha sido un gran soporte durante este proceso.

A la Doctora Eloísa Rodríguez por su tiempo, consejos y dirección para la realización de dicha tesis. Sin olvidar a todos mis amigos y personas que me rodean, que alguna manera u otra han colaborado para culminar este logro.

Brandon Alexander Borges.

RESUMEN

Honduras a pesar de ser un país eminentemente agrícola cuenta con poca capacidad para ofertar que debido a los pocos productores dedicados a la exportación del fruto. Se realizó un análisis de la producción y exportación de la malanga a un mercado extranjero desde el punto de vista de mercado, técnico y financiero para la propuesta de una empresa que se dedique a la producción y exportación de malanga.

El estudio consistió en enfoque mixto de alcance exploratorio. Para el análisis cualitativo se realizó una inmersión en el ambiente de la producción y exportación de malanga, con los principales productores y exportadores del país. Se hicieron observaciones puntuales para obtener toda la información sobre características de producción y manejo del producto final buscando contrastar lo más importante sobre este producto. Para el análisis cuantitativo se realizó el análisis de los datos con los instrumentos aplicados a los consumidores.

Con el análisis documental se obtuvo registro de 600 hectáreas plantadas de malanga distribuidas en las zonas del Paraíso, Olancho y El Lago de Yojoa, lugares que se caracterizan por sus tierras fértiles y climas húmedos los que lo convierten en zonas ideales para el cultivo de malanga. El estudio de mercado arrojó datos que la malanga por sus altas propiedades nutricionales está siendo consumido por hospitales, así mismo el estudio reveló que la compra de los mercados extranjeros es trimestral, con contenedores de cuarenta mil libras.

Se encontró que el impacto financiero de la exportación de malanga, depende de la capacidad de precio que cada productor tenga para ofertar en el mercado. Actualmente el precio de compra por libra es de 1\$. El impacto del precio se encuentra en la cantidad de libras a exportar, por lo que su estrategia de precio es primordial para lograr el retorno de utilidades.

ABSTRACT

Honduras is known to be a predominantly agricultural country. Despite its agricultural capacity, the country has a low tender when it comes to the production of taro due to the few producers dedicated to its exportation. A study about the production and exportation of taro was made to a foreign market from the point of view of the technical and financial market for the proposal of a company engaged in the production and export of taro.

The study consisted of a mixed approach exploratory scope. For the qualitative analysis an immersion in the environment of the production and exportation of taro was performed, with the major producers and exporters of the country. Specific observations were made to obtain all information on production and management of the final product looking to contrast the most important things about this product. For the quantitative analysis a study was made with the analysis of the data with the tools that applied to consumers.

With the documentary analysis there was a record of 600 hectares planted with taro distributed in areas of El Paraiso, Olancho and Lago de Yojoa, places characterized by their fertile lands and humid climates which makes them ideal areas for growing taro. Market research of taro indicates that due to its high nutritional properties it is being consumed by hospitals. Likewise the study revealed that the purchase of foreign markets is quarterly, with containers with forty thousand pounds.

It was found that the financial impact of the export of taro depends on the ability of price that each producer has to offer in the market. Currently the purchase price per pound is \$2.50. The impact of price is in the amount of pounds to export, making its pricing strategy essential for the return of profits.

Tabla de contenido

INTRODUCCION.....	xvii
CAPITULO I PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACION.....	1
1.1 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA.....	1
1.2 DEFINICION DEL PROBELMA	1
1.2.1 ENUNCIADO DEL PROBLEMA.....	1
1.2.2 FORMULACION DEL PROBLEMA.....	2
1.3 PREGUNTAS DE INVESTIGACION	2
1.4 OBJETIVOS DEL PROYECTO	3
1.4.1 OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	3
1.5 JUSTIFICACION	3
CAPITULO II MARCO TEORICO.....	5
2.1 HISTORIA DE LA MALANGA.....	5
2.2 EXPORTACION DE MALANGA	7
2.2.1EXPORTACION HONDURAS	9
2.3 TEORIAS DE LA COMERCIALIZACION.....	11
2.4 PRINCIPIOS DE UNA INVERSION.....	13
CAPITULO III. METODOLOGIA.....	19

3.1 METODOLOGIA.....	19
3.1.2 OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES.....	20
3.2 ENFOQUES Y METODOS.....	21
3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACION.....	21
3.3.1 POBLACION.....	21
3.3.2 MUESTRA.....	22
3.3.3 UNIDAD DE ANALISIS.....	22
3.4 TECNICAS E INSTRUMENTOS APLICADOS.....	23
3.4.1 PROCEDIMIENTOS.....	24
3.5 LIMITANTES DEL ESTUDIO.....	24
CAPITULO IV. RESULTADOS Y ANALISIS.....	25
CAPITULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	37
5.1. CONCLUSIONES.....	37
5.2 RECOMENDACIONES.....	38
CAPITULO VI. APLICABILIDAD.....	39
6.1 TITULO DE LA PROPUESTA.....	39
6.2 INTRODUCCION.....	39
6.3 DESCRIPCION PLAN ACCION.....	40

6.3.1 DESCRIPCION DE LA EMPRESA	40
6.3.3 DEFINICION DEL MODELO DE NEGOCIOS.....	41
6.3.4 PROPIEDAD INTELECTUAL.....	42
6.3.5 FACTORES CRITICOS DE RIESGO.....	43
6.3.6 PLANIFICACION ORGANIZACIONAL.....	44
6.3.7 ESTRATEGIA DE MERCADOS Y VENTAS	50
6.3.8 PLANIFICACION PRODUCCION	54
6.4 ESTUDIO TECNICO.....	57
6.5 ESTUDIO LEGAL	59
6.5.1 REQUISITOS LEGALES PARA CREACION EMPRESA.....	59
6.6 ESTUDIO FINANCIERO.....	62
6.6.1 PLAN INVERSION	62
6.6.2 PRESUPUESTO VENTA.....	63
6.6.3 PRESUPUESTO DE GASTOS	64
6.6.4 DISTRIBUCION DE COSTOS	66
6.6.5 CUADRO DE DEPRECIACIONES.....	67
6.6.6 DEPRECIACIONES ACUMULADAS	68
6.5.8 BALANCE GENERAL	70

6.5.9 FLUJO DE CAJA.....	71
6.5.9 AMOSTIZACIONES DE PRESTAMO.....	74
6.5.11 PLANILLA SALARIAL	76
6.6 ANALISIS DE SENSIBILIDAD.....	77
6.6.1 ESCENARIO OPTIMISTA.....	77
6.6.2 ESCENARIO PESISMISTA	78
ANEXOS.....	79
BIBLIOGRAFIA	87

INDICE DE FIGURAS

Ilustración 1 Mapa de Regiones.....	10
Ilustración 2 Proceso de comercialización de las exportaciones.....	13
Ilustración 3 Estudio de Viabilidad	14
Ilustración 4 Modelo de negocio.....	41
Ilustración 5 Estructura De Empresa.....	44
Ilustración 6 Estructura Organizacional.....	46
Ilustración 7 Proceso De Producción.	56

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Zonas Producción Malanga.....	11
Tabla 2 Matriz Variables	19
Tabla 3 Operacionalidad Variables	20

INTRODUCCION

A provechando las nuevas tendencias de los consumidores que ven en los productos enteramente naturales lo necesario para la alimentación diaria. Ha producido un auge en el consumo de la malanga en los últimos años. Estados Unidos es su principal importador de malanga a nivel mundial. Sus principales proveedores son los países tropicales como Republica Dominicana, Jamaica y de los países centroamericanos Costa Rica, Nicaragua y Honduras. En la presente investigación se analizó cuáles son las características de clima y suelo, requisitos para exportar la malanga y su proceso de cosecha. Esto como criterios base para la creación de una empresa dedicada al rubro en mención.

Honduras cuenta con poca exportación de malanga a pesar de contar con las tierras adecuadas para su siembra. Sus productores y exportadores de malanga son pocos, por lo que se indago en el campo de la producción y exportación malanga y en los niveles de aceptación del producto agrícola no tradicional malanga de Honduras en mercados internacionales, particularmente como objetivo el mercado de Estados Unidos

En el capítulo I se describe el planteamiento del problema, debido a la falta de productores y exportadores de malanga en el país y la gran demanda que hay se propone la creación de una empresa dedicada al rubro del cultivo y exportación del mismo. Adicionalmente se formulan las preguntas de investigación, se definen los objetivos y la justificación del proyecto.

El Capítulo II se expuso la historia de la malanga y sus principales propiedades, los principales países importadores y exportadores de malanga a nivel mundial, los países exportadores de Centro América que incursionan en la exportación del fruto. Las zonas de producción y exportación de malanga con las que cuenta Honduras; así mismo los principios básicos para la viabilidad de un proyecto,

El Capítulo III describe la metodología y el diseño de la investigación, las fases del proceso, la población que considerada para la investigación, técnicas e instrumentos aplicados.

EL Capítulo IV se describe y analiza la información obtenida a través de las encuesta por parte de los productores y exportadores, las compañías compradoras de malanga y se resume la entrevista de los posibles productores.

El Capítulo V se formula las conclusiones y recomendaciones derivadas del análisis de la información obtenida por medio de los instrumentos.

El Capítulo VI desarrolla la propuesta de creación de una empresa dedicada a la producción y exportación de malanga, procedida de las empresas nacionales existentes dedicadas a la exportación de malanga, teniendo como ente el desarrollo socioeconómico del país.

CAPITULO I PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACION

1.1 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

Al momento de crear una empresa, el principal objetivo es la rentabilidad en la inversión de la compañía en ciertos casos de inversión se pretende postergar como mínimo a un mediano plazo la vida de un proyecto de inversión, y es importante hacer una debida planificación de la misma para asegurar el éxito financiero del negocio a emprender.

La idea central de este estudio se basa en la realización de un análisis de efectividad de exportación de malanga producida en Honduras hacia Estados Unidos. La idea surge como una propuesta para dar inicio a las operaciones de una empresa que se dedique al cultivo y exportación de malanga.

Aun cuando Honduras se ha caracterizado por ser un país eminentemente agrícola reporta pocas empresas que se dediquen al cultivo, procesamiento y exportación de la malanga. La mayoría de las nuevas inversiones en la producción se están orientando a fortalecer los rubros importantes que aportan al Producto Interno Bruto. la malanga es un producto importante por sus altos valores nutricionales (ver anexo 1) y tiene una demanda en el mercado exterior, sustentado por la sociedad empresarial que sostiene que hay mercado externo para el producto.

1.2 DEFINICION DEL PROBELMA

1.2.1 ENUNCIADO DEL PROBLEMA

En vista del auge en la exportación y comercialización que está teniendo la malanga en muchos países del caribe y hermanos Centro Americanos como un producto de consumo masivo, surgen ideas para la creación de una empresa que produzca y exporte este producto. Honduras actualmente incursiona en la exportación de malanga producto no tradicional a los Estados Unidos

Específicamente al estado de la Florida, en la ciudad de Miami. Como también hay otros estados del país del norte están interesados en comprar el producto denominado malanga.

En nuestro país son pocos los datos que se encuentran sobre las exportaciones de malanga. Sin embargo, hay registro de 600 Hectáreas producidas. (CENTREX) Solo hay tres productores que se dedican a la exportación, por lo que no hay capacidad para ofertar. Siendo esta una oportunidad de negocio por lo que se propone el proyecto de Análisis en la inversión para la producción de malanga a un mercado extranjero. Siendo esta una empresa que se dedicara al cultivo, procesamiento y exportación del producto.

1.2.2 FORMULACION DEL PROBLEMA.

Debido a la falta de productores y exportadores de malanga en el país y la gran demanda que hay en el mercado extranjero, se propone la creación de una futura empresa dedicado al rubro del cultivo y exportación del mismo en donde se aprenderá y conocerá los procesos en los que se incurre y determinar si es viable y rentable la exportación del producto.

1.3 PREGUNTAS DE INVESTIGACION

¿Determinar a nivel nacional las zonas de plantación de malanga?

¿Cuáles son los exportadores de malanga actualmente en Honduras?

¿Qué requisitos se necesitan para exportar malanga a Estados Unidos?

¿Cuál es el periodo en tiempo necesario para la producción y exportación de malanga?

¿Cuál será la inversión económica inicial para poder llevar a cabo este proyecto?

1.4 OBJETIVOS DEL PROYECTO

Realizar un estudio sobre la producción y exportación de malanga hacia los Estados Unidos desde el punto de vista de mercado, técnico y financiero.

1.4.1 OBJETIVOS ESPECIFICOS.

- Determinar las zonas de plantación dedicadas a la producción y exportación de malanga en Honduras.
- Analizar la demanda gestionada por la malanga de exportación hondureña.
- Identificar el tiempo invertido en el proceso total de producción y exportación.
- Conocer el impacto financiero para la producción y exportación de malanga hacia los Estados Unidos.

1.5 JUSTIFICACION

Este proyecto pretende medir los niveles de aceptación del producto agrícola no tradicional malanga de Honduras en mercados internacionales, particularmente como objetivo el mercado de Estados Unidos. Aprovechando las nuevas tendencias de los consumidores que ven, en los productos enteramente naturales lo necesario para la alimentación diaria

Con el aumento en la exportación de malanga se obtendría una oportunidad de crecimiento en las fuentes de trabajo, entrada de divisas proporcionando un mayor desarrollo a la economía de la agricultura. Considerando que la exportación es un rubro de gran importancia en nuestro país, no se encuentra documentación sobre la producción y exportación de la malanga.

CENTREX de Honduras, no cuenta con los registros de las empresas que se dedican a exportar el tubérculo de la malanga, por lo que en su base de datos no detallan exportación de malanga para los últimos años (Duran, 2014). Sin embargo PROHONDURAS nos proporcionó la tabla de exportaciones de tubérculos del 2013 ver anexo tabla 1, donde se confirma que el país si incursiona en la exportación de malanga (PROHONDURAS, 2014)

En nuestro país se encuentran obstáculos para el desarrollo de nuevos proyectos de exportación agrícola, como ser la falta de financiamientos crediticios, porque los créditos que otorgan los bancos se dirigen mayoritariamente, a sectores no transables (construcción y comercio). (Agosín, Machado & Nazal, 2004). Por eso es importante hacer un amplio análisis económico de la inversión requerida para llevar a cabo este proyecto, ya que esta es exigida por las instituciones financieras e inversionistas al momento de efectuar un préstamo o un aporte de capital.

CAPITULO II MARCO TEORICO

2.1 HISTORIA DE LA MALANGA

La Malanga también denominada Taro, es de los primeros cultivos domesticados por el hombre. Su Historia remota hasta las culturas neolíticas más primitivas. Se plantea que es nativa de las zonas boscosas de África Occidental (Montaldo, 1975). Según información obtenida del ministerio de Agricultura y Ganadería plantean que esta es originaria de la América tropical y posiblemente de las Antillas.

La malanga es una de las plantas herbácea perrenge, sin tallos aéreos que alcanzan alrededor de metro y medio, su corteza es color marrón oscuro, su pulpa es blanca o amarilla, posee anillos o nudos y en cada uno de ellos van insertas yemas. Las raíces principales es de treinta y cinco a cuarenta y cinco centímetros y las laterales llegan hasta dos metros. Cada planta tiene de cien a cincuenta raíces. (Alvaro, 1977)

Según Montalvo, "La malanga es una planta herbácea anual, Pertenece a la familia de aráceas comestibles, Las hojas proviene directamente del cormo subterráneo primario, el cual es algunas veces vertical y donde se forman cormos secundarios laterales y horizontales comestibles"

Los cormos están cubiertos por escamas fibrosas las cuales pueden ser lisas. La pulpa de color blanco, también se presentan coloraciones, hasta llegar a ser de color marrón oscuro, las hojas forman un pseudo tallo cilíndrico corto, los peciolo son largos y acanalados, la lámina es grande y sagitada. La duración del ciclo de crecimiento es de doscientos setenta a trescientos días, durante en los primeros seis meses se desarrollan cormos hojas. Existen diferentes variedades de cultivo anual con hojas de peciolo largos, laminas verdes ovalados y cordados, produce un cormo central comestible, grande esférico cónico, con un cormo central, que se ramifica en cormos.

Para su siembra es necesario un alto nivel de humedad para obtener su fruto, de lo contrario podría marchitarse, como síntoma a esto su hoja cambia de

color verde a amarillo. No requiere condiciones de luz, es considerada como una especie de día corto ya que es desarrollada sin ningún problema bajo sombras ligeras. Se obtienen los primeros brotes cada cinco días de regada. Su tiempo estimado de cultivo es de diez meses, pudiendo recolectarse del octavo mes. El lapso de tiempo en el cual la malanga se encuentra completamente desarrollada y lista y para su consumo es de Tres a Quince meses.

"En el Ecuador el tiempo máximo de vegetación de la malanga es de aproximado de doce meses. En Hawái su ciclo vegetativo varía según las condiciones vegetativas del tiempo" (Vega, 2012).

De las raíces de la malanga son una rica fuente de alimentación para los pueblos, de los países en vías de desarrollo porque son fuente de energía y vitamina inclusive son considerados en la alimentación con personas de problemas estomacales. Son muchos los beneficios que aporta la malanga para la alimentación, de su tallo se obtiene la pasta "poy". Según estudios dietéticos el mayor uso para el poy, es para la alimentación de niños convalecientes o aquellos que son sometidos a dietas suaves, en casos de desnutrición o alergias a cereales, para personas adultas desdentadas y aquellos que sufren de úlceras gástricas.

La adaptación dietética se refiere a los cambios alimenticios experimentados por la población debido a las características de la vida urbana, en cuanto al apremio del tiempo y el acelerado ritmo de vida. Estos cambios de hábitos de consumo en los países en desarrollo, y en particular en las zonas urbanas, han generado una situación extraña en la cual coexisten problemas de desnutrición con problemas de obesidad, relacionados a su vez con situaciones de pobreza. Estas tendencias han reforzado aún más la creciente concentración en la elaboración y comercialización de los alimentos agrícolas. En la América Latina se ha presentado en los años recientes un crecimiento explosivo de las inversiones por parte de las corporaciones alimentarias transnacionales, y de la proporción de alimentos vendidos en supermercados. (Gordillo & Jiménez, 2006, p. 6)

En lugares como Hawái y Polinesia, obtienen una preparación altamente nutritiva, basada en la fermentación de los cormos, de la malanga hervida. Este

producto actualmente se produce en escala industrial, e incluso se exporta hacia Estados Unidos y Canadá.

2.2 EXPORTACION DE MALANGA

El consumo de la malanga está tomando un auge a nivel mundial, Cada vez es mayor el número de países que realizan su compra. En la actualidad los principales países importadores de malanga son Estados Unidos, quien en el 2010 importó \$521918, el Reino Unido con \$130463, Canadá \$69563, Francia \$39489, Bélgica \$34277 y Malasia \$26483. (Universidad Veracruzana, 2009).

Estados Unidos el principal país a nivel mundial que demanda Malanga con una cantidad de 572,437 TN en los últimos 7 años. Por su gran exigencia de demanda y las distintas ofertas que tienen causan que el precio de la malanga en se encuentra en constante variación.

Para el año 2000 su precio era entre US25\$ y US 28\$ por caja de 40 libras y el precio detallista era de US 1.29\$ la libra. Para el año 2013 se precio al detalle iba a depender de la calidad de la malanga y se manejaba en un rango mínimo de US 1.54\$ y un máximo de US 3.19\$. (Centro de comercio internacional ,2004)

Para el año 2011 los principales importadores de malanga a nivel mundial fueron Estados Unidos 47,074 , Japón 35,743 , Trinidad y Tobago 1,719 y China con 1,455 estas cifras están dadas en toneladas.(Astudillo & Aguilar,2012) Para tener una mejor ilustración ver grafico 1.

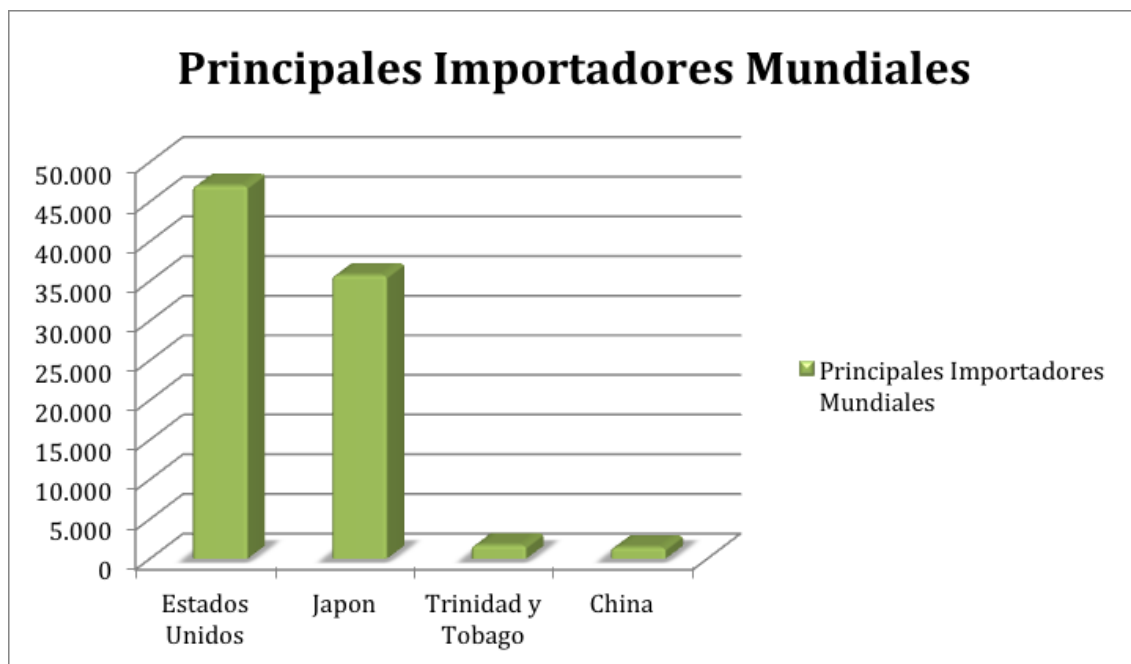


Gráfico 1. Principales importadores de malanga para el 2011.

A pesar de la variación de sus precios y competencia por parte de los ofertantes mantiene como sus “principales proveedores a los países de República Dominicana que provee Malanga con un 16%, Jamaica con un 9%, luego tenemos a Ecuador con un 8% y son Costa Rica que cubre la demanda de su mercado con un 35%, de aportación de Malanga hacia el mercado de los Estados Unidos.” (UNCTAD/GATT,2004)

Con una demanda creciente ,la producción de malanga a nivel mundial en el año 2007, fue de 10 millones de toneladas, de las cuales Nigeria aporta aproximadamente el 50%, seguido de Ghana, Japón, China cerro con \$480,402 y Camerún, Costa de Marfil, México, república dominicana, , Brasil, Ecuador , Jamaica, Fiji, Panamá, Costa Rica, Nicaragua entre otros. (FPS, 2014)

Centro América constituye como una plataforma interesante para la exportación de malanga por sus tratados de libre comercio y su ubicación geográfica su principal destino de exportación son los Estados Unidos. Los países centroamericanos exportadores de malanga son Nicaragua y Costa Rica. En el 2010 Costa Rica se destacó en su exportación obteniendo

ingresos económicos de exportación de malanga de \$129,997. Debido a la gran demanda de exportación los cultivos de malanga, en Centro América se han incrementado en un promedio de 163% de cultivo destinado para exportación. (Cristina Bravo, 2011) .

2.2.1 EXPORTACION HONDURAS

En la actualidad un gran porcentaje de las exportaciones de Honduras son dirigidas a los Estados Unidos, considerado como su principal socio comercial. (AMCHAM, 2011) . Abriéndose paso al mercado americano en la primera década del siglo XXI, donde Honduras se convirtió en el tercer mayor exportador textil a Estados Unidos después de China y México.

Con sus principales socio comerciales en porcentaje de exportaciones son: Estados Unidos 36.5%, Unión Europea 24% , Centro américa 22.1%, México 3.2% y el 14.2% exportaciones para los diferentes países del mundo." (Banco Central Honduras, 2010)

Las exportaciones destinadas a Estados Unidos, para el 2010 alcanzaron un \$1,004.6 millones, equivalente al 36.5% del total exportado. Según el Banco Central de Honduras, las exportaciones de Centroamérica fueron equivalentes a 22.1% del total exportado, ocupando un tercer lugar en importancia.

Siendo un país eminentemente agrícola, sus exportaciones de agricultura continua siendo uno de los grandes soportes de la economía de Honduras, por lo que sus principales productos de exportación continúan siendo el café, textiles, camarones, bananos, aceite de palma africana, oro, fruta y madera. (INE, 2011).

Según la (Subgerencia De Estudios Economicos., 2010) la tendencia agrícola de exportación del país, se mantiene de gran manera, con una menor proporción. Con lo anterior Honduras puede convertirse, como el principal proveedor de malanga hacia Estados Unidos, por la cercanía al mercado y

por contar con la calidad de tierras, aptas para el cultivo en mención y su siembra les dará una oportunidad de negocio a los agricultores. .

Debido a que dentro del país se desconoce mucho de sus beneficios, su número de productores es limitado en comparación a otros frutos, hortalizas y tubérculos, debido al tipo de suelo y clima húmedo que se requiere para su producción. Las zonas donde actualmente se siembra son Cortes, Danlí, Jamastrán, y Patuca poseen tierras que se dedican a la producción de la malanga, pero no toda es destinada a la exportación. Ver Figura 1 para identificar las zonas de producción de malanga en el país. En la tabla 1 se describen algunas las características de las zonas de plantación de malanga.

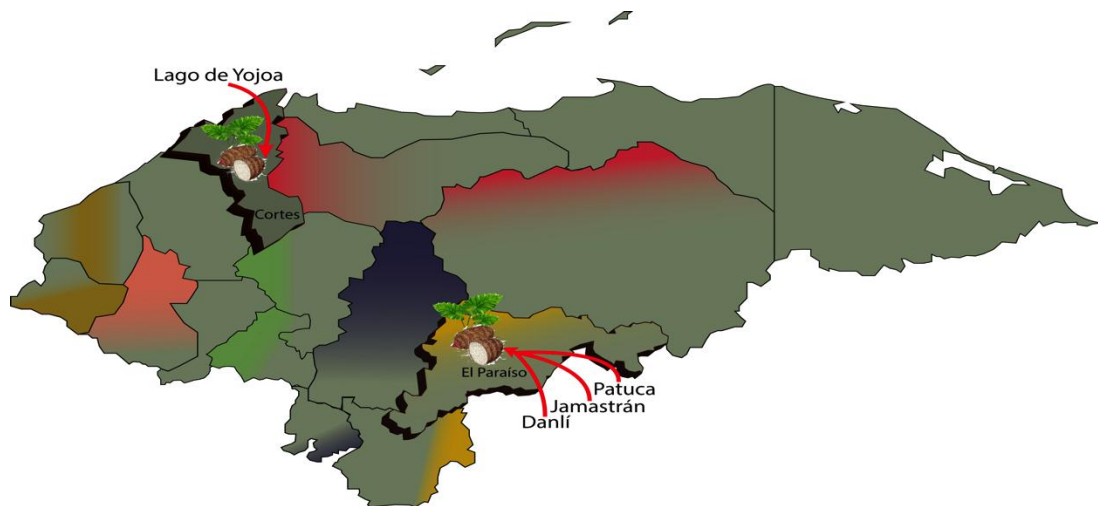


Ilustración 1 Mapa de Regiones.

Fuente: (Borges, 2014)

Tabla 1 Zonas Producción Malanga

Región	Características
Lago de Yojoa	De origen volcánico. Se ubica a 637 metros (snm) y se encuentra rodeado por montañas que han sido caracterizadas como parques nacionales.
Danli	Conocida como por su producción de cigarros y puros. Se encuentra a 814 metros sobre el nivel del mar. Clima muy fresco
Jamastran	Tierras aptas para la agricultura y ganadería. Conocido por la producción del vino Collol.
Patuca	Su principal actividad es la producción y comercialización de ganado, granos básicos y madera.

La producción actual del producto de Malanga Blanca, es utilizando el método de siembra escalonada para poder cosechar los doce meses. De todas estas cosechas no todas son destinadas a la exportación, una parte se queda dentro del país donde se han estado comercializando la malanga en forma de Fruta, harina y frituras. La cual ha tenido una buena aceptación dentro de los mercados mayoristas y minoristas.

Al mercado mayorista se le hacen referencia aquellas empresas que cuentan con su propia infraestructura para el manejo de su distribución. A los mercados minoristas se hace referencia a zonas de escasos recursos, como ser mercados, vendedores ambulantes y a las tiendas de conveniencia en los cuales los consumidores pueden encontrar sus frutas, estado fresco y a valores económicos más accesibles. (Secretaria Agricultura y Ganaderia, 2014)

2.3 TEORIAS DE LA COMERCIALIZACION

Para toda exportación es importante considerar los procesos de comercialización y comprender el comercio internacional y como es el intercambio de bienes que se da entre las naciones.

Según Herckscher-Ohlin explica como el comercio internacional es visto en la economía mundial. Sin embargo David Ricardo ofrece una teoría basada en la ventaja comparativa de productos dando a conocer las diferencias nacionales en la productividad de la fuerza laboral. Otro autor como Raymon Vermon sugiere que al inicio del ciclo de vida del producto, cuando este es aceptado en el mercado comienzan a producirse y exportarse a un país extranjero. La teoría sugiere que el producto pueda, en última instancia ser exportado de retorno al país de origen.

Otros autores como ser Michael Porter ha desarrollado la teoría conocida como la ventaja competitiva nacional donde explica por qué algunas naciones alcanzan el éxito internacional, enfatizó en la demanda y la rivalidad que existe dentro del país al explicar el dominio de una nación en la producción y la exportación de los artículos terminados. (Universidad Veracruzana, 2009)

El proceso de comercialización básico para las exportaciones, se basa en la teoría de Michael Porter. Ver Figura 2, se basa en un análisis de capacidades, competidores y experiencias e identificando los mercados a los que se quiere llegar.

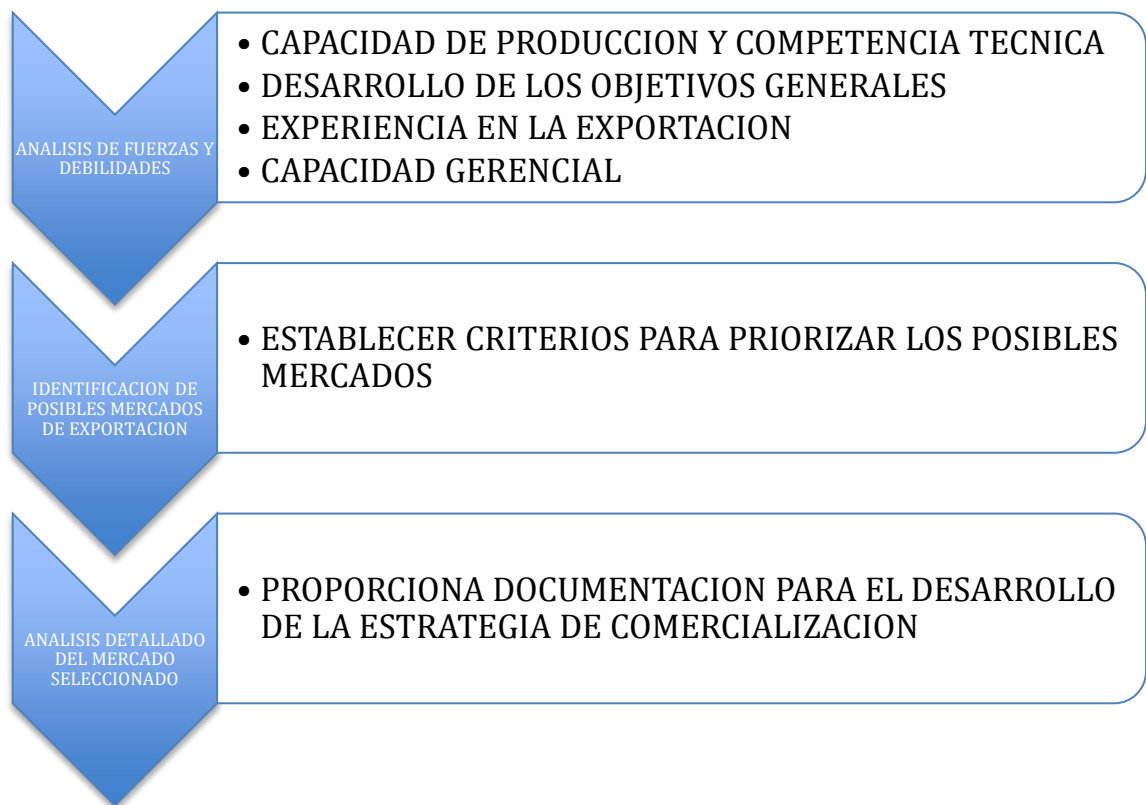


Ilustración 2 Proceso de comercialización de las exportaciones

Fuente : (Centro de comercio internacional UNCTAD/GATT,2004)

Para toda comercialización es importante iniciar con una inversión, es por ello que es necesario tener conocimientos previos sobre lo que es la viabilidad de un proyecto, que marca la pauta de que tan factible será la inversión a realizar.

2.4 PRINCIPIOS DE UNA INVERSION

El ciclo de vida de un proyecto consiste en planificación, ejecución, monitoreo y control y cierre. Normalmente estos convergen a lo largo de las nueve áreas del conocimiento en la administración del proyecto, la gestión: alcance, tiempo, costo, calidad, riesgo, equipo, comunicación, adquisiciones, e integración. (PMI, 2013)

En un proyecto los ciclos de vida nos dice que estos tienen un alcance limitado de vida y por lo tanto van a existir cambios dentro de él. Así, Un proyecto es, ni

más ni menos, la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendiente a resolver, entre tantos, una necesidad humana. Cualquiera que sea la idea que se pretende implementar, la inversión, la metodología o la tecnología por aplicar, ella conlleva necesariamente la búsqueda de proposiciones coherentes destinadas a resolver las necesidades de la persona humana, Chain & Sapag Chian (2008).

Como una solución a las distintas necesidades humanas se encuentran los proyectos. Estos pueden ser de inversión dependientes, independientes y mutuamente excluyentes según el punto de vista de Sapag Chain (2008), y pueden considerarse aspectos según la finalidad del estudio (si es sobre rentabilidad del proyecto, del inversionista o una capacidad de pago) o según el objeto de la inversión (si es un nuevo negocio)

Según el objeto del proyecto para poder recomendar la aprobación del mismo, es primordial el análisis de al menos 3 viabilidades: técnica, legal y económica Ver figura 3. Estas forman parte de la viabilidad de la inversión, las cuales sirven como base de análisis para la toma de decisiones.

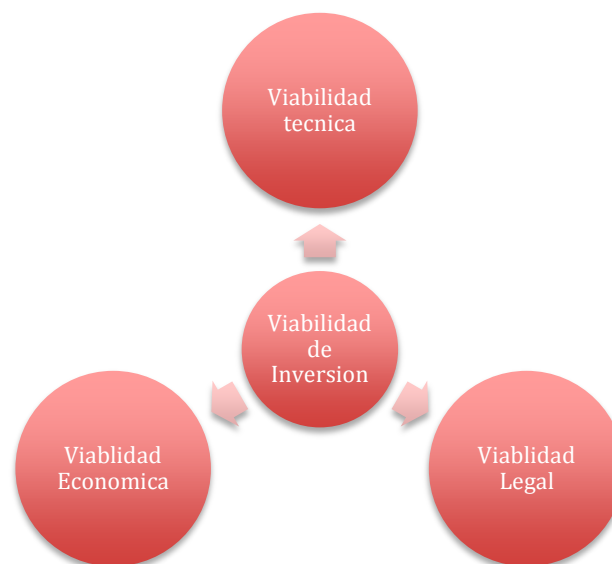


Ilustración 3 Estudio de Viabilidad

Fuente Spang chain, 2009

Para iniciar una comercialización de un proyecto es importante comenzar con la viabilidad técnica siendo esta la razón principal de un estudio para determinar si efectivamente el proyecto responderá a las necesidades físicas y materiales establecidas por los expertos y conocedores del área temática, en pro la inversión sea exitosa. Algunos analistas buscan como resultado de este estudio la capacidad técnica de la nueva inversión y/o sinergia que tendrá el proyecto en una empresa ya existente. (Sapag Chain, 2008)

Los analistas opinan que una vez lograda la viabilidad técnica, es necesario que el proyecto muestre todos los cálculos económicos y deben considerarse alternativas para posibles escenarios. Es importante detallar si la inversión en activos fijos va a ser comprada o arrendada. El balance del personal incluye un análisis fragmentado de cada una de las actividades o procesos que deberían realizarse.

Como segundo paso tenemos la viabilidad legal, tiene como objetivo primordial lograr que a través de un estudio legal, se reduzca los posibles obstáculos legales que puedan afectar el proyecto; además de orientarse a considerar un análisis interno de la empresa que facilite la ejecución del mismo sin contraponer los intereses de unidades alternas de operación. Aun cuando el estudio técnico sea favorable, puede existir una restricción legal que tire abajo estos resultados. (Sapag Chain, 2008)

En otros términos después de toda viabilidad económica se debe aplicar a un estudio de todo lo legal para poder llevar a cabo dicho proyecto y el efecto que están van a tener económicamente. La mayoría de las políticas legales que un proyecto debe cumplir en Honduras son impuestos, y obligaciones tributarias. Las más comunes son aspectos como el ISR, ISV, o impuestos de exportación.

Por ultimo esta la viabilidad económica, una de las más importantes ya que busca como meta establecer si la inversión que se demanda para el proyecto verdaderamente dará rentabilidad positiva y suficiente con respecto a una segunda opción de inversión o a una suposición suficiente de comparación, considerándose dentro del análisis de factores de costo y beneficio estimados para la vida del proyecto (Sapag Chain, 2008)

Para evaluar la viabilidad económica del proyecto y su inversión, se utilizan los métodos:

- VAN (valor actual neto) es traer al presente todos los flujos de efectivo que va a logra el proyecto en el futuro.
- TIR (tasa interna de retorno) relacionado directamente con la rentabilidad de un proyecto medida como un porcentaje que representa la tasa con la que VAN es cero.
- PRI(periodo de recuperación de la inversión) el tiempo en cual la inversión va a ser recuperada.
- RI(Rentabilidad Inmediata) representa el mejor momento para realizar la inversión

Una vez evaluadas las tres viabilidades se prosigue con la planificación es una de las etapas más importantes del proyecto porque es un proceso entre el futuro y el presente, puesto que lo que va a suceder mañana es incierto, ya que hay muchas variables cambiantes. Aquí determinamos si los objetivos del proyecto pueden ser logrados, que son realistas, y viables y si cumplirá con los procesos que van a ser planteados en la investigación.

Planificar el desarrollo significa determinar los objetivos y las metas en el interior de un sistema económico para una forma de organización social y para una determinada estructura política en un horizonte de tiempo determinado. La planificación constituye un proceso mediador entre el futuro y el presente. Se ha señalado que el futuro es incierto, puesto que lo que ocurrirá mañana no es

tan sólo una consecuencia de muchas variables cambiantes, sino que fundamentalmente dependerá de la actitud que adopten los hombres en el presente, pues ellos son, en definitiva, los que crean estas variables (Sapag Chain, 2008,p.53).

Si se determina que los objetivos del proyecto son realistas y viables se prosigue con la ejecución se va a poner en práctica todo lo que se ha planeado en la investigación del proyecto, hasta aquí las actividades han sido del tipo de investigación y planificación. Por lo tanto la manera como deben de ser ejecutados debe de ser relativamente clara, sin embargo el proyecto debe de tener flexibilidad y capacidad de respuesta rápida a cualquier imprevisto.

Según (Gray & Larson, 2009) “esta etapa debe responder a las siguientes preguntas: ¿Se utilizan las mediciones de tiempo, costo y especificación como medios de control del proyecto? ¿El proyecto está dentro de lo programado, dentro de lo presupuestado y cumple con las especificaciones?”(p72). Al responder estas preguntas se realizan los cambios necesarios y ver cómo realizarlos para seguir con el proyecto y lograr el éxito.

Es recomendable que para lograr el éxito del proyecto se realice monitoreo en la medida de los posible a cada actividad, así como todos los componentes necesarios para que el proyecto se desarrolle adecuadamente y no se desvíe del cumplimiento de los objetivos planteados al inicio.

El monitoreo y control es una necesidad de cada proyecto para lograr resultados exitosos. Debe hacerse de forma regular y consistente, y debe monitorear la diferencia entre lo planificado y lo real. Es una actividad que muestra cuándo y dónde existieron desviaciones al plan y pone en marcha las acciones correctivas para que el proyecto retorne a su camino normal. Para realizar un control efectivo se deben tener en cuenta dos aspectos fundamentales: la función del control debe centrarse más en prevenir los problemas que en arreglarlos y debe relacionarse tanto con la calidad del producto, como con su cantidad y oportunidad. (Sanchez, 2007)

El gerente o líder del proyecto debe de ser capaz de analizar los resultados del monitoreo y de prever acciones correctivas a posibles cambios. Este proceso termina cuando la ejecución del proyecto finaliza es decir el alcance fue finalizado. Cuando se considere el cierre del proyecto se deberá contar con un plan de mitigación de posibles efectos ambientales.

CAPITULO III. METODOLOGIA

3.1 METODOLOGIA

Debido a la oferta de compra existente de la malanga por parte del mercado exterior, se realizó una investigación donde se hizo un análisis de la situación de mercado, técnico y financiero sobre la producción y exportación de malanga hacia los Estados Unidos; Con el fin de conocer la inversión inicial para la constitución de una nueva empresa, que incursione en el mercado de exportación de malanga hacia Estados Unidos.

Tabla 2 Matriz Variables

TITULO	PROBLEMA	PREGUNTAS INVESTIGACION	OBJETIVOS		VARIABLES	
			GENERAL	ESPECIFICO	INDEPENDIENTE	DEPENDIENTE
ANALISIS EN LA INVERSION DE PRODUCCION Y EXPORTACION DE MALANGA A UN MERCADO EXTRANJERO	FALTA DE PRODUCTORES Y EXPORTADORES DE MALANGA EN EL PAIS Y LA GRAN DEMANDA EXISTENTE	¿Cuáles son las zonas de producción de malanga a nivel de país?	REALIZAR UN ESTUDIO DE LA PRODUCCION Y EXPORTACION DE MALANGA HACIA LOS ESTADOS UNIDOS DESDE EL PUNTO DE VISTA DE MERCADO, TECNICO Y FINANCIERO	DETERMINAR LAS ZONAS DE PLANTACION DEDICADAS A LA PRODUCCION Y EXPORTACION DE MALANGA EN HONDURAS	EXPORTACION	PRODUCTIVIDAD
		¿Cuáles es el requisito legal y administrativo que se efectúa para la exportación del producto?		REALIZAR UN ESTUDIO TECNICO Y LEGAL NECESARIO PARA LA CONSTITUCION Y PUESTA EN MARCHA PARA UNA EMPRESA DEDICADA A LA EXPORTACION DE MALANGA		
		¿Qué empresas se dedican a la producción y exportación de malanga en el país?		ANALIZAR LA DEMANDA GESTIONADA POR LA MALANGA DE EXPORTACION		
		¿ cuánto tiempo se invierte en el proceso de producción y exportación?		IDENTIFICAR EL TIEMPO INVERTIDO EN EL PROCESO TOTAL DE PRODUCCION Y EXPORTACION		
		¿Cuál será la inversión inicial para poder llevar a cabo este proyecto?		CONOCER EL IMPACTO FINANCIERO PARA LA PRODUCCION Y EXPORTACION DE LA MALANGA HACIA ESTADOS UNIDOS		

3.1.2 OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES

Sus variables a estudiar son la producción y la exportación. Donde producción toma lugar como variable dependiente. Haciendo referencia en el estudio a la capacidad de cultivo de la malanga. Sus indicadores a ser tomados en cuenta será calidad del tubérculo, cantidad de exportaciones realizadas al mes, costos de producción, tiempo de cosecha.

Exportación será la variable independiente del estudio. Esta variable nos hace una referencia a los comportamientos de los mercados potenciales actuales y futuros. Sus indicadores a considerarse son los costos previos de exportación, consumo en el mercado, restricciones de importación, tasa de cambio, comportamiento de compra del mercado,

Tabla 3 Operacionalización Variables

VARIABLE INDEPENDIENTE	DEFINICION		DIMENSIONES	INDICADOR	ITEMS	UNIDADES	ESCALA
	CONCEPTUAL	OPERACIONAL					
Exportacion	Enviar y vender a un pais extranjero, los productos de la tierra o de la industria nacional	Aplicacion de los procesos de produccion y exportacion de los productos	Procesos que se llevan a cabo	Costo de exportacion	Gastos Aduanales	Dolares o Lempiras	5 10
				Consumo mercado	compra y venta del producto	Toneladas Libras	6 2
				Tasa De Cambio	Forma y moneda de pago	Dolares o Lempiras	7
				restricciones importaciones	Obstaculos para exportar	Calidad Peso color	8
VARIABLE DEPENDIENTE	DEFINICION		DIMENSIONES	INDICADOR	ITEMS	UNIDADES	ESCALA
CONCEPTUAL	OPERACIONAL						
Produccion	Creacion, elelaboracion , fabricar, originar o dar un producto	Cultivo de creacion de un fruto.	Tiempo de produccion necesario para sembrar y producir	Calidad Tuberculo	Peso , color	Centimentros Libras	8
				Cantidad Pedidos	Continuos o espaciados	Trimestral Semestral	14
				Costo de Produccion	Tecnologia y Mano de Obra	Fertilizantes cantidad empleados Maquinarias	12 11
				Tiempo Cosecha	Clima y Tiempo	Meses Humedad calor	9

3.2 ENFOQUES Y METODOS

Esta investigación se desarrolló utilizando un enfoque mixto, con la finalidad de identificar los beneficios que ofrece la producción y exportación de la malanga al desarrollo del país. Quisimos indagar en los procesos del cultivo de la producción de malanga y por qué al ser un país agrícola que cuenta con las condiciones adecuadas para su siembra, una posición geográfica con mayor ventaja de los países Centroamérica por tener acceso a los dos océanos y con una demanda existente de compra de malanga por parte de los mercados extranjeros, porque no es tan potencial en su producción y exportación de malanga.

3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACION

Para el análisis cualitativo se utilizó un diseño no experimental de los fenómenos tal como se dan en su contexto (Sampieri, Fernandez, & Baptista lucio, 2010) . Se realizó una inmersión en el ambiente de la producción y exportación de malanga, con los principales productores y exportadores del país. Se hicieron observaciones puntuales para obtener toda la información sobre características de producción y manejo del producto final buscando contrastar lo más importante sobre este producto. Para el análisis cuantitativo se realizó el análisis de los datos, estableciendo las conclusiones relacionadas con las hipótesis. (Sampieri, Fernandez, & Baptista lucio, 2010) Esta investigación tiene un alcance exploratorio ya que indaga en el estudio de la producción y exportación de malanga.

3.3.1 POBLACION

Siendo una población estudiada en tres grupos: el primer grupo fueron exportadores actuales de malanga. Un segundo grupo los posibles productores, que son aquellos que producen otros tubérculos pero no la malanga. Y un tercer grupo fueron las empresas compradoras de malanga dentro de Estados Unidos dentro de la ciudad de Miami, las cuales son las

distribuidoras a los consumidores finales, por medio de los supermercados, tienda de conveniencias entre otros.

3.3.2 MUESTRA

Se utilizó una muestra aleatoria simple, debido a los pocos productores y exportadores en el país. Por lo que se recurrió a realizar encuestas a las 7 compañías compradoras de malanga en Miami con 4 respuestas satisfactorias y 3 negativas que se detallan en el capítulo 4. También se realizaron tres encuestas a productores y exportadores hondureños y una entrevista a profundidad con un posible productor y exportador hondureño.

3.3.3 UNIDAD DE ANALISIS

Para el análisis cualitativo y cuantitativo se tomaron muestras en tres etapas. La primera etapa se realizó entrevistas estructuradas a los productores y exportadores de malanga actuales según registrados en PROHONDURAS. Una segunda etapa a los posibles productores de malanga según la unidad de agro negocios de la SAG, y una tercera etapa a los posibles compradores del mercado en Estados Unidos.

Las fuentes de información primarias utilizadas fueron las entrevistas estructuradas a los exportadores de malanga, las encuestas aplicadas a los posibles compradores en Estados Unidos, así como libros en físico y electrónicos, tesis sobre comercialización de malanga,

Los productores y exportadores hondureños entrevistados fueron: Montex, Verduras y frutas del paraíso (VERYFRUP), Agrícolas MC.

Así mismo las encuestas aplicadas a las empresas en el estado de Florida fueron: Alpine Marketing, Goya Foods of Florida, Great American Farms, Americas Produce. Y una entrevista a profundidad fue realizada a un futuro exportador de malanga blanca.

Como fuentes de información secundaria fueron los análisis por medio periódicos locales y noticieros.

3.4 TECNICAS E INSTRUMENTOS APLICADOS

Con los instrumentos aplicados se obtuvo la recolección de datos donde hizo una revisión documental: se recolecto la información necesaria de los productores y exportadores del país de las zonas del Lago de Yojoa, El Paraíso, Patuca y Jamastran. Lugares que por sus climas y suelos húmedos son los productores de malanga en Honduras.

Así mismo se realizó visitas al campo de estudio: siendo los campos productores de la malanga donde se realizó un estudio de los hechos y se observó específicamente en los lugares donde existe los cultivos de malanga como ser El Lago de Yojoa; donde se observó la forma de la preparación del suelo, siembra y cultivo con el fin de aclarar el proceso de cultivo hasta llegar a la cosecha.

Los instrumentos de medición que registraron datos observables fueron las encuestas dirigidas para obtener la información de mercado actual en Estados Unidos que sería un factor determinante para el aumento de la producción de la malanga. Aplicada a cuatro posibles compradores, y a tres productores y exportadores hondureños. Con el fin de complementar resultados obtenidos, se realizó una entrevista a un posible productor y exportador, a manera de profundizar ciertos aspectos que no se lograron cubrir y obtener datos que no fueron revelados en las encuestas, logrando un conocimiento más amplio en el por qué no incurren más productores en la exportación de malanga.

Se seleccionaron tipos de encuestas y entrevistas con preguntas estructuradas.

- ✓ Las encuestas a las compañías compradores en la ciudad de Miami.
(Ver anexo 2)

- ✓ Encuestas con preguntas cerradas a productores y exportadores hondureños. (Ver anexo 3)
- ✓ Una entrevista a profundidad y con preguntas dirigidas a un posible productor y exportador. (ver anexo 4)

3.4.1 PROCEDIMIENTOS

El procedimiento utilizado para la aplicación de los instrumentos, fue a partir de la ubicación de los exportadores de malanga en el país. Con ellos se concertó una cita para poder aplicar la encuesta. Como siguiente paso se ubicó las compañías compradoras de malanga en el estado de Florida, en el cual se estableció contacto vía telefónica para tener conocimiento de su disponibilidad para contestar la encuesta fuera vía telefónica o vía correo electrónico. Por último se ubicó un posible productor y exportador de malanga, quien dio una cita para poder ser entrevistado sobre la producción y exportación de malanga y cuales han los motivos que lo motivan para dedicarse a este rubro.

3.5 LIMITANTES DEL ESTUDIO

Aun y cuando han existido muchos productos de exportación y siendo uno de estos la malanga, fue una limitante el no contar con material publicado dónde especificara información sobre la exportación de la malanga. Así mismo la confidencialidad por parte de los entrevistados que manejan la información con mucha discreción.

En cuanto al proceso de recolección de datos no se realizó una encuesta al consumidor final, debido a que las ventas son directas a compañías mayoristas y distribuidoras en el estado de Florida.

CAPITULO IV. RESULTADOS Y ANALISIS

Actualmente existe un registro de 600 Hectáreas producidas a nivel nacional. Estas distribuidas en zonas con climas y suelos húmedos, lo que las vuelve tierras óptimas para la plantación del fruto malanga. Las 600 hectáreas se encuentran distribuidas en las zonas de Danli el paraíso, El Valle de Jamastran; El lago de Yojoa, Cortes y la zona del Patuca, Olancho. Quienes generando una producción de Cien mil libras del producto de Malanga Blanca utilizando el método de siembra escalonada para poder cosechar los doce meses.

Según las encuestas con los tres productores y exportadores se obtuvieron características a considerar en el mercado de producción y exportación de la malanga, siendo estos precio, disponibilidad Cosecha, competidor

La inversión del cultivo esta estimulada por los buenos precios y la demanda creciente en los mercados internacionales como principales compradores Estados Unidos y Europa.

Los resultados del precio de venta actual es 2.50 y 2.75 de lempira la libra, precio ofertado por los productores nacionales. Cuando estas son compradas a los campesinos son comprobadas en cargas de 200 libras y cuando es comprada a los grandes productores estas son compradas por medio de camiones, realizando un pago en libras.

La disponibilidad fue otro criterio que ellos lo consideran ventajoso ya que el tiempo de duración de la cosecha es de nueve a diez meses, en cualquier época del año, por lo que siempre existe la disponibilidad de la malanga a nivel nacional; con la razón que cada productor tiene sus diferentes tiempos de siembra. Esta se convierte en una ventaja para los exportadores porque siempre hay producción existente. Ellos obtienen la cosecha a los 8 meses de la siembra para la malanga.

De acuerdo al estudio realizado se encontraron tres empresas competidoras a nivel nacional que se dedican a la exportación de la malanga. Estas exportan de manera similar la malanga, siendo sus empaques en sacos de cebolla con un peso de cuarenta a cincuenta libras, con un mínimo de diez pulgadas de largo y una libra de peso de malanga blanca. Por ser pocos exportadores, se da la oportunidad a nuevos productores que incursionen en el mercado.

Se aplicó un instrumento a los compradores con el fin de conocer el mercado y demanda de Estados Unidos y poder incursionar en el. El instrumento aplicado a las cuatro compañías compradoras de malanga: American Farm, ALPINE, America Produce, Goya Fruits.

Los datos nos dieron a conocer que por las propiedades alimenticias, la malanga se está utilizando en la dieta de personas alrededor del mundo y en los últimos años ha aumentado su consumo en Norte América y Europa, debido a la fuerte inmigración que tienen de los países latinoamericanos, introduciendo estos la costumbre del consumo de la malanga de en su dieta diaria. Uno de las compañías encuestadas revelo que la malanga se está utilizando en los hospitales para convalecientes que están en proceso de recuperación y aquellos cuyos estómagos son demasiados débiles para digerir alimentos habituales, como también en los centros dedicados a proporcionar programas nutricionales, debido a sus altos beneficios nutricionales y su bajo precio de adquisición. Se hizo una relación de los beneficios nutricionales de la malanga con otros tubérculos que son frecuentemente consumidos por el mercado de Estados Unidos y se obtienen los siguientes datos:

Tabla 4. Comparación de valores Nutricionales

Comparación del contenido alimenticio de la malanga con otros tubérculos (100 g de porción comestible)			
Alimento	Calorías	Proteína (grs)	Calcio
Malanga	8.5	2.5	19.10
Camote	103	1.0	14.00
Papa	76	1.6	17.50
Yuca	121	1.0	28.20

Fuente: Colegio de postgraduados, Veracruz, Mexico

Se puede observar que la malanga tiene mejor valores nutricionales y fuentes de energía que otros tubérculos con esto se da conocer que existe un mercado latente, su actual frecuencia de compra oscila entre los tres meses con una cantidad aproximada de cinco mil a veinte mil libras. Adquiridas en sacos con pesos entré cuarenta a sesenta libras cada uno, con una calidad de primera clase y de malanga coco o también llamada malanga blanca.

El precio promedio de compra de los distribuidores están dispuesto a pagar oscila en un rango de 0.61 a 0.80 de dólar la libra puesto en el puerto de la florida. A esto se le suma los gastos de transporte marítimo y aduanero el cual varía a la cantidad importada y a los precios de sus proveedores.

En la entrevista realizada al posible productor y exportador de malanga Trading, nos relató que el hecho que la malanga es un producto poco consumido y comercializado en nuestro país, la poca producción que existe, es debido a la falta de información sobre sus usos y siembra.

Para su consumo existen diferentes modalidades de preparación para la alimentación humana y la falta de un conocimiento sobre las bondades nutricionales que algunas veces son superiores al resto del grupo de tubérculos y raíces. Más sin embargo existen referencias de la existencia de consumo del producto en el país como suplemento de la papa y yuca, ya que es adquirida a un menor precio.

Así mismo, dio a conocer que su participación en el mercado de exportación de la malanga ha sido retrasada por no contar en un inicio con un terreno adecuado para la siembra, por lo que tuvo que adquirir un terreno en las zonas del Lago de Yojoa. Si no se tiene el clima y suelo húmedo, no se tendrá cosecha por lo que es indispensable tener el terreno adecuado para obtener cosechas.

Para que los productores puedan entrar en la dinámica de exportaciones del mercado de Estados Unidos, es un poco compleja debido a la naturaleza perecedera de los productos, a las malas prácticas de los negocios y que la mayor parte de la mercancía se vende en consignación. Cabe mencionar que uno de los puntos importantes es encontrar con quien se va a tener una relación para vender el producto, ya que debe contar con una trayectoria notable y las licencias necesarias. Adicional a esto al momento de incursionar en su mercado se debe cumplir con una serie de regulaciones y requisitos detalladas a continuación.

Las regulaciones juegan un papel fundamental en la legalidad de las exportaciones. Y es por ello que la industria de frutas y vegetales en Estados Unidos está vigilada por el departamento de agricultura. USDA(Ley que promueve un trato justo a las empresas que envían frutas y hortalizas y vela porque tanto los compradores como vendedores cumplan con los términos del

contrato) , en primera instancia, por el Food Drug Administration, FDA, con su principal propósito la protección de los consumidores y velar por la seguridad de los alimentos y por último el Environmental Protection Agency, EPA que tiene las responsabilidades de establecer las regulaciones sobre el uso de pesticidas en los productos perecederos que entran a Estados Unidos.

Después de analizar los documentos de exportación, se identificaron que los requisitos para la exportación son:

1. Formulario Aduanero Único Centroamericano (FAUCA):

Se puede adquirir en la Asociación Nacional de Industriales (ANDI) o en las Cámaras de Comercio e Industrias (Tegucigalpa, Cortés, Comayagua, Choluteca) por un valor de \$.5.00.(LPS.105). se adjuntó copia del FAUCA comercial.

2. Certificado Fitosanitario: Para exportaciones de productos y sub productos de origen vegetal.

- ✓ Llenado la solicitud de Certificado Fitosanitario el cual se obtiene de la página web de SENASA.
- ✓ Los timbre del Colegio de Ingeniero Agrónomos por un valor de LPS25.00 y el timbre Fiscal por valor de LPS.1.00.
- ✓ Siempre deberá adjuntar copia de factura comercial.

Se requiere de un pago según el peso del producto a exportar aplicando la siguiente tabla:

Kilogramos	Lempiras
Hasta 25,000	350.00
De 25,001 a 250,000	500.00
De 250,001 a 1,000,000	1,000.00
Por cada millón de kilogramos adicionales	100.00

3. Certificado Zoosanitario: Para exportaciones de productos y sub productos de origen animal.

- ✓ Llenado de solicitud de Certificado Zoosanitario el cual se obtiene de la página web de SENASA.
- ✓ Adjuntar certificado de médico veterinario y la copia de factura comercial

Se requiere de un pago según el peso del producto a exportar aplicando la siguiente tabla

Kilogramos	Lempiras
Hasta 25,000	350.00
De 25,001 a 250,000	500.00
De 250,001 a 1,000,000	1,000.00
Por cada millón de kilogramos adicionales	100.00

4. Declaración de Exportación: Para realizar exportaciones de cualquier producto tradicional o no tradicional deberá presentar lo siguiente:

- ✓ Formulario de Declaración de Exportación debidamente llenado a máquina sin borrones, alteraciones o enmiendas, firmado y sellado por la empresa exportadora o agente aduanero. Este formulario se puede obtener de la página del Banco Central Honduras.
- ✓ Adjuntar original y copia de la Escritura de Constitución, si la exportación es por primera vez
- ✓ Copia del RTN numérico, y Factura comercial, original y copia
- ✓ Cinco (5) hojas del formulario revés y derecho en la misma pagina
- ✓ Llenar el formulario UC-03 que contiene datos de identificación del cliente exportador; proporcionado por el Delegado del Banco Central de Honduras ante CENTREX

Para todas las exportaciones

- ✓ Factura comercial del producto a exportar cuando es primera vez
- ✓ Documento que compruebe el ingreso por divisa de exportaciones

Así mismo no solo existen regulaciones de exportación, también existen de institucionalización y registro de empresas. Para ello debe hacerse la constitución de la empresa por medio de un notario público, quien la declara legalmente constituida.

Montex uno de los productores y exportadores actuales junto con Trading nos describió el proceso de producción y exportación.

El tiempo invertido en el proceso de producción y exportación de la malanga es de 9 a 10 meses. El tiempo de exportación de Puerto Cortes al estado de Florida es de 9 a 10 días, más 2 a 3 días de desaduane. Para una buena cosecha de malanga lo primordial es la preparación del terreno donde se va a

cultivar la malanga. Se necesita lo siguiente:

- a. Arada y rastreada
- b. Alomillada
- c. Cormelos con arada de 25 a 30 centímetros de profundidad
- d. Abono al suelo

El proceso de producción inicia con el proceso de selección de semilla con una variedad de recomendaciones donde utilizar trozos de cormo con tres o cuatro brotes (yemas) de 100 a 150 gr cada uno; y, también son utilizados los cormelos (tubérculos) pequeños y redondos de 100 a 200 gr. La semilla debe ser desinfectada, lavarse.

Las semillas tienen que ir sembrada a una profundidad de 7 a 10 cm. La distancia va a depender del suelo y el arado. El período adecuado de siembra de la malanga es a la entrada de la estación lluviosa, sin embargo si se dispone de riego puede sembrarse durante todo el año con la ayuda de abonos químicos.

El abono empleado para este tipo de plantaciones puede ser químico u orgánico. El químico está compuesto por productos como nitrógeno, potasio, fósforo como los más importantes y el Abono orgánico está compuesto de materia natural (no es tan perjudicial). El abono orgánico tiene propiedades orgánicas muy importantes en general por su aporte de nutrientes para los vegetales. Con los fertilizantes orgánicos entran en el suelo muchos elementos nutritivos

Después de la correcta siembra con las medidas se procede al cubrimiento de la semilla con la tierra preparada. Por su abundante producción de hojas grandes, la malanga tiene una actividad fotosintética muy alta, por lo tanto se recomienda la utilización de reguladores de crecimiento con el propósito de

aumentar la iniciación y crecimiento de los cormelos, el riego apropiado es un regulador natural utilizado de manera artesanal.

Durante el período de siembra se debe suministrar riego a la plantación para suplir sus necesidades hídricas hasta que se establezca la temporada de lluvia. El riego más adecuado es por gravedad. Por lo que es necesario nivelar el suelo con una pendiente de máximo 4%, siendo la óptima 2%; y trazar posteriormente los canales primarios y secundarios. Ya que este cultivo es muy tolerante de la humedad, también es factible la utilización de riego por aspersión en zonas con curvas de nivel y pendientes mayores. La ventaja es que en la ubicación de la siembra tiene un clima tropical con constantes lluvias.

Cuando las hojas inferiores se tornan amarillentas y cuando los cormelos se cierran en la parte superior es cuando la planta está lista para ser cosechada. Aproximadamente, ocho días antes de sacar los cormos y cormelos del suelo, se procede a eliminar el follaje de la planta. La cosecha se realiza manualmente, halando con fuerza a la mata, se extrae los cormos y cormelos del suelo y luego se clasifica separando los cormelos comerciales de los no comerciales. Los comerciales pasan al proceso de lavado para ser empacados y están listos para exportarse.

El lavado de la malanga se lo hace en agua con 100 ppm de hipoclorito de calcio (cloro). Cuando la malanga se extrae de la tierra viene casi limpia por lo tanto el lavado consiste en la total limpieza y desinfección, en el cual el producto se sumerge en tinas que contienen la solución de cloro mezclada con agua durante un tiempo de 5 a 7 minutos.

El hipoclorito de calcio (cloro), es una mezcla de polvo-grano blanco, bajo condiciones normales puede ser almacenado hasta por un año. Se disuelve fácilmente en agua y tiene grandes funciones desinfectantes.

Para Montex el producto se clasifica por tamaños y se separan los que están dañados y no cumplen con los requisitos de calidad requeridos por el cliente. Posteriormente se sumerge por 1 minuto en una solución Thiabendazole al

0.05%(1 gramo por litro), esto se lo realiza cuando no ha sido suficiente con el lavado. Pasándolo al secado al aire libre que tiene una duración de dos días con la finalidad de eliminar todo tipo de humedad en el producto.

Cuando la malanga ya está secada se procede al empacado en cajas de plancha de fibra ventiladas totalmente telescopiables de doble pared de cartón corrugado o en jabas de madera alambrada con viruta para reducir el magullamiento, en presentaciones de once kilos (veinticinco libras) y veinticuatro kilos (cincuenta libras). También se empacan en sacos de cebolla o de plástico tejido de veintitrés kilos (cincuenta libras) la presentación dependerá del productor.

Para el almacenaje de malanga presenta un período de vida útil de tres meses, manejándola en refrigeración. Es muy sensible a daños por enfriamiento, presentando descomposición por humedad y por la presencia de altas temperaturas.

Lo mejor es preparar el ciclo para exportarla una vez empacada para evitar tiempo de almacenamiento y disminución de costo.

Para transportar la malanga desde los campos de cultivos al puerto, se realiza en furgones refrigerados manteniendo la temperatura y humedad relativa mencionada. En un contenedor de cuarenta pies, se puede almacenar un promedio de 800 cajas de 50 libras, es decir, un peso total aproximado de 41.600 libras.

Una de las ventajas de la malanga es que la cosecha corre los mínimos riesgos de verse afectada por enfermedades o plagas. Nos dieron a conocer que es poca la presencia de enfermedades fungosas e insectos afectando al cultivo de la malanga; sin embargo las enfermedades más comunes que se presentan son: Cercospora, Punctellina solteroi y Sclerotinia rolfsii. El hongo del genero Phythium es frecuente encontrarlo como parásito de este cultivo en los trópicos. También se presenta bacteriosis (Xantomonas sp.) atacando al follaje

de las hojas (amarillamiento), por lo que se considera adecuado aplicar un producto bactericida por lo menos una vez, de acuerdo a las necesidades del cultivo

Montex y VerfyFruits revelaron que el único método eficaz contra bacterias es prevenir, no hay productos para el aficionado. Por lo que emplear semillas sanas así como variedades resistentes es la única manera de poder prevenir correctamente.

- ✓ Mantenerlas bien regadas, abonadas, tratadas, etc. El buen cultivo hace a las plantas más fuertes.
- ✓ Recorta y elimina las partes afectadas. Incluso eliminando la planta completa.
- ✓ Para una planta infectada no hay buenos productos que la curen. Los bactericidas o antibióticos vegetales se usan muy poco, sólo para casos especiales y además, son poco eficaces.

La erradicación de maleza, está presente siempre y su completa erradicación es imposible, pero las medidas químicas y no- químicas de control pueden reducir las poblaciones a niveles tolerables. Métodos de eliminación:

- ✓ La rotación de cultivos, en un sembrío de malanga se puede rotar con el cultivo de café y maní.
- ✓ Desenterramiento, el desenterramiento de las raíces de los cultivos susceptibles después de la cosecha las expone a la luz del sol y al secamiento, lo cual mata muchos de los nematodos.
- ✓ La inundación, un mes de inundación seguido por un mes de secamiento y otro de inundación reduce el problema de nematodos, pero pocas veces es practicable.
- ✓ El Suelo, la fertilidad buena del suelo, y los niveles altos de materia orgánica ayudan un poco.

El impacto financiero se origina de la capacidad que tiene cada exportador para competir y lograr vender al mejor precio su producto. El precio con el que compiten debe ser lo suficiente no solo para cubrir sus costos operativos, sino para también poder dejar utilidad.

Todos los productores y exportadores encuestados, dieron a conocer que el impacto financiero para la producción y exportación es el precio. Uno de los aspectos del comercio exterior es la política de precios, determinar el precio de exportación, sustentado en la partida de costos o gastos y en la utilidad que le corresponde a la empresa, pero la determinación final es dada por la estrategia definida por su política de precios. Una incorrecta política de precios conlleva a un fracaso a los mercados internacionales. Se recomienda primero conocer los precios a enfrentarse de la competencia.

CAPITULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

1. Las zonas dedicadas a la plantación de malanga en el país son El Paraíso, El Valle De Jamastran, El Patuca y El Lago de Yojoa. Zonas que se caracterizan por sus tierras fértiles, clima húmedo.

2. La demanda de malanga de exportación se encuentra en auge, su venta a las compañías dedicadas a la distribución del fruto es cada tres meses, con un aproximado de cuarenta mil libras exportadas. Por tener altos valores nutricionales está siendo comprada por los hospitales y clínicas nutricionales americanas con el fin de incluirlo en la alimentación a los pacientes. Los principales mercados de la malanga se encuentran Estados Unidos y Europa.

4. El tiempo de producción es de nueve a diez meses en cualquier tiempo del año. El tiempo de exportación es de 10 días en tránsito marítimo, el tiempo de desaduané y entrega del producto es de 3 a 5 días, concluyendo que el tiempo total es de 13 a 15 días.

5. Santa Cruz de Yojoa es uno de los municipios del departamento de Cortes que cuenta con el tipo de suelo, altas temperaturas y clima tropical húmedo que se necesita para la producción de malanga.

6. El proyecto generara utilidades desde el primer año, con flujos de efectivo positivo y se estima que en el tercer año se recuperara la inversión inicial.

7. La creación de esta empresa es financieramente rentable y sostenible, ya que la TIR esperada es de 35% más el costo de capital estimado de 13.9%, con una van de L.1492,697.8

5.2 RECOMENDACIONES

- ✓ Se recomienda el impulso de programas de incentivos por parte del gobierno a través de sus instituciones como la SAG, hacia los productores y así, aumentar la producción de malanga y poder exportarla.
- ✓ Mayor accesibilidad y facilidad de financiamiento económico por parte de las instituciones bancarias, para darle una mayor facilidad a los productores de adquirir tierras y producir el tubérculo.
- ✓ Crear la empresa, ya que la rentabilidad esperada justifica la inversión; para ellos se debe considerar la posibilidad de obtener recursos mediante una institución financiera, para apalancar la inversión inicial.
- ✓ Buscar otros mercados de exportación dentro de Estados Unidos para incentivar la producción y aumentar los volúmenes de venta.

CAPITULO VI. APLICABILIDAD

6.1 TITULO DE LA PROPUESTA

Se propone la creación de una empresa dedicada a la producción y exportación de Malanga. La cual operara bajo el nombre Agroexportadora Yojoa S.A. de C.V

6.2 INTRODUCCION

La empresa Agro exportadora Yojoa S.A de C.V se dedica a la producción y exportación de malanga. La empresa se encuentra ubicada en Santa Cruz de Yojoa ya que cuenta con tierras y climas idóneos para la siembra de malanga. Además de su cercanía a Puerto Cortes.

El producto será exportado y vendido a compañías distribuidoras de malanga en el estado de Florida, las cuales se encargaran de distribuir al consumidor final el producto por medio de supermercados, tiendas de conveniencia y mercados artesanales.

Con planes de expansión de mercado, comenzara con el modelo de negocios, se basa en un modelo económico partiendo de la estructura de costos y las fuentes de ingresos obtenidas, utilizando como base la estrategia de precio le dará la oportunidad de lograr posicionarse en el mercado estadounidense en el que tiene como meta que su marca sea reconocida.

La estrategia de precio bajo en comparación con su competencia y un aumento de su producción del 2% anual le dará el retorno de la inversión inicial de fondos propios por parte de los socios a un periodo de 2 años con 3 meses.

6.3 DESCRIPCION PLAN ACCION

6.3.1 DESCRIPCION DE LA EMPRESA

La compañía de producción y exportación de malanga tendrá por nombre Agroexportadora Yojoa S.A de CV. Siendo una empresa sociedad anónima de capital variable. El capital aportado por cada socio capital será distribuido por medio de acciones. La compañía exportadora de malanga operara por sí sola, haciéndose responsable de las estrategias de ventas, establecer los contactos extranjeros y determinar la forma de pago de las transacciones.

El producto será exportado y vendido a compañías distribuidoras de tubérculos en el estado de Florida, las cuales se encargaran de distribuir al consumidor final el producto por medio de supermercados, tiendas de conveniencia y mercados artesanales.

Los materiales clave para la siembra de la malanga, son sus fertilizantes, insecticidas, la siembra con sus espacios de arado correctos, su clima y suelo fértiles los cuales son idóneos por su ubicación para la siembra de la malanga. A esto se le suma la mano de obra tanto de obreros, un ingeniero agrónomo a cargo de las siembras y dirección del cultivo, gerente de la compañía a cargo de las exportaciones, relaciones laborales y demás personal administrativo.

La compañía comenzara operaciones a corto plazo con su mercado en el estado de Florida, Estados Unidos Estado en el cual se posicionara su marca. Para un mediano plazo se obtendrá un crecimiento a otros estados dentro del mismo Estados Unidos.

La producción de malanga cuenta con la ventaja de no necesitar tecnología de punta o de maquinaria y herramientas muy costosas.

6.3.3 DEFINICION DEL MODELO DE NEGOCIOS

La compañía exportadora de malanga operara bajo el modelo de negocio

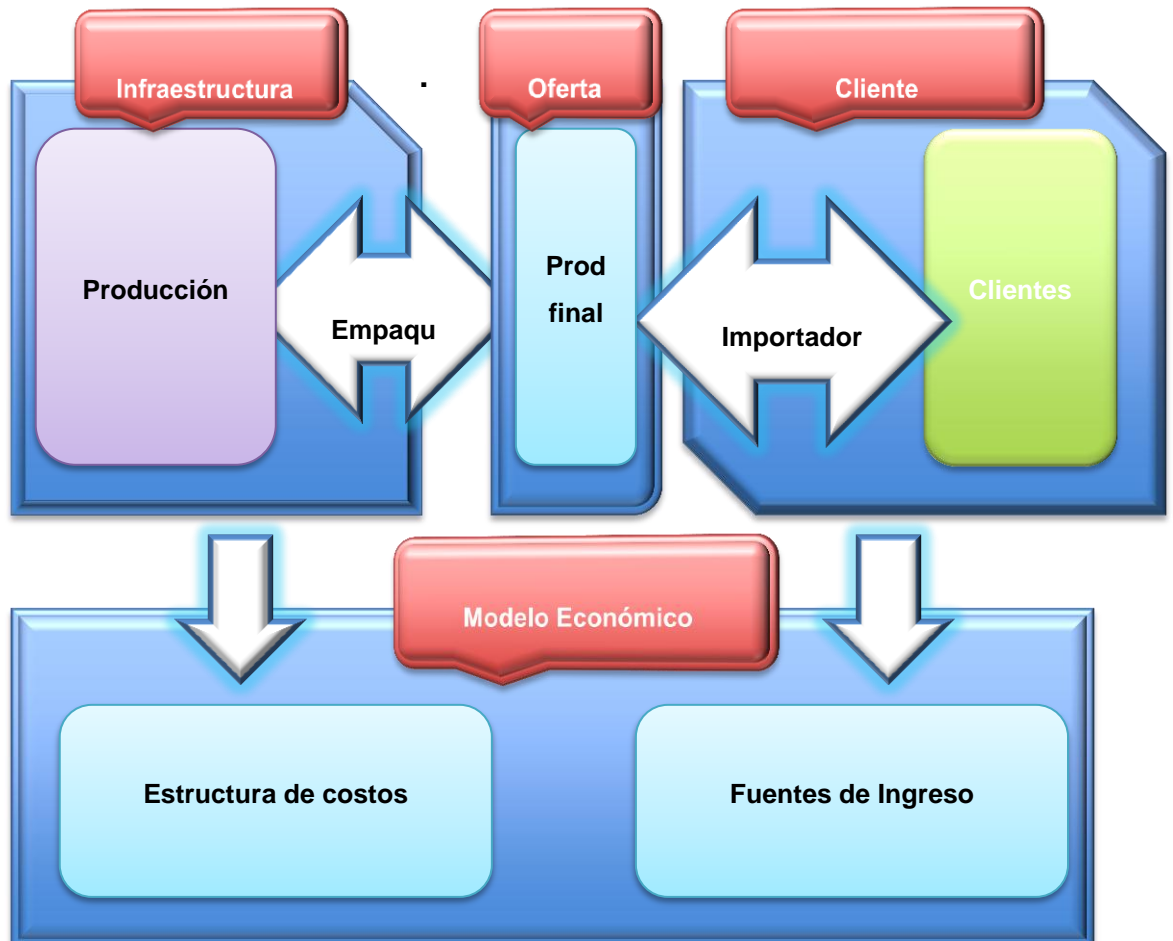


Ilustración 4 Modelo de negocio

Inicia con la producción de la malanga lo que se incluye su siembra, recolección, lavado, secado y empaque en los sacos de cebolla, según los pedidos de cada cliente para proceder a su embalaje y embarcación al puerto de Miami. Donde es comprado por las compañías distribuidoras de malanga quienes lo hacen llegar hasta consumidor final.

El modelo de negocios, se basa en un modelo económico partiendo de la estructura de costos y las fuentes de ingresos obtenidas

6.3.4 PROPIEDAD INTELECTUAL

La solicitud de registro de la marca será presentada ante el Registro de la Propiedad Industrial e indicará los datos relativos al solicitante y al mandatario. El solicitante podrá ser una persona natural o una persona jurídica, nacional o extranjera, y deberá acompañar los documentos exigidos.

Esta solicitud será acompañada de:

1. Veinte (20) ejemplares de la reproducción de la marca, indicando la lista completa de los productos o servicios para los cuales se solicita el registro de la marca, la clase internacional y adjuntando los timbres de Ley correspondientes;
2. Una completa descripción de la marca, en la que se determine con claridad y precisión la parte esencial o su principal signo distintivo y se inserten traducidas al español las leyendas y menciones que contengan escritas en otro idioma;
3. El documento de mandato
4. Certificado de origen cuando reivindique la prioridad.

La marca de certificación es un signo que sirve para certificar o garantizar la calidad, características, origen u otros factores relativos a los productos o servicios amparados por la marca, ella certifica o garantiza a los consumidores que los servicios o productos cumplen determinadas normas de calidad, reúnen determinadas características o tienen un origen determinado.

6.3.5 FACTORES CRITICOS DE RIESGO.



6.3.6 PLANIFICACION ORGANIZACIONAL

La estructura empresarial propuesta para la empresa Agroexportadora Yojoa es la siguiente.



Ilustración 5 Estructura De Empresa.

a continuación se detalla, las funciones generales de cada departamento:

Dirección General

Es la máxima autoridad, decide y planea las actividades que orienten la dirección de la organización en conjunto con la administración y contabilidad, operaciones, exportaciones y ventas.

Administración y Contabilidad

Lleva el registro contable, los registros financieros y la organización de todas las operaciones que se dan en la organización. Maneja el control de los inventarios, efectúan los pagos de las empresas administrativos y legales.

Operaciones

Es el encargado de organizar, planear, dirigir todos los procesos operacionales. Establece los procesos para estandarizar y llevar un nivel de calidad. Reporta y asesora a la dirección especialmente en los procesos de ejecución que ocurren dentro de todo el proceso de producción y logístico. Es el encargado de satisfacer las necesidades que cada cliente, manteniendo el control de los procesos sin que estos se alteren.

Ventas

Establece las negociaciones y relaciones laborales con los clientes. Hace su estudio de mercado sobre el comercio exterior y su competencia. Maneja las diferentes limitantes y las ventajas de una exportación realizada a los distintos países.

Producción

El departamento de producción es el encargado de la siembra y cuidados de la planta durante los meses de cosecha. Al llegar el tiempo de recolección, se encarga del cortado y clasificar el tubérculo según la calidad establecida, para luego pasar al departamento de lavado y secado.

Lavado y Secado

En contenedores lavan el tubérculo, utilizan estropajos para eliminar el lodo y tierra que traiga, luego pasan a un segundo contenedor con agua sanitare., pasándola a secar en tablas o sacos, una vez secado, son pasados al departamento de embarque y embalaje para su preparación para la exportación.

Envase y Embalaje

Son los responsables para proteger el tubérculo, en el tipo de empaque que le seleccionen para el transporte. El envase general a utilizarse son en cajas con capacidad de 24 kilos. Y el embalaje en los pallets con película de polietileno.

Almacenaje

En almacenaje, se mantienen los frutos, tiene una función de bodega temporal como el fruto no puede almacenarse por mucho tiempo, aquí permanecerá los días que se prepare todo para su exportación.

A continuación se detalla la estructura organizacional

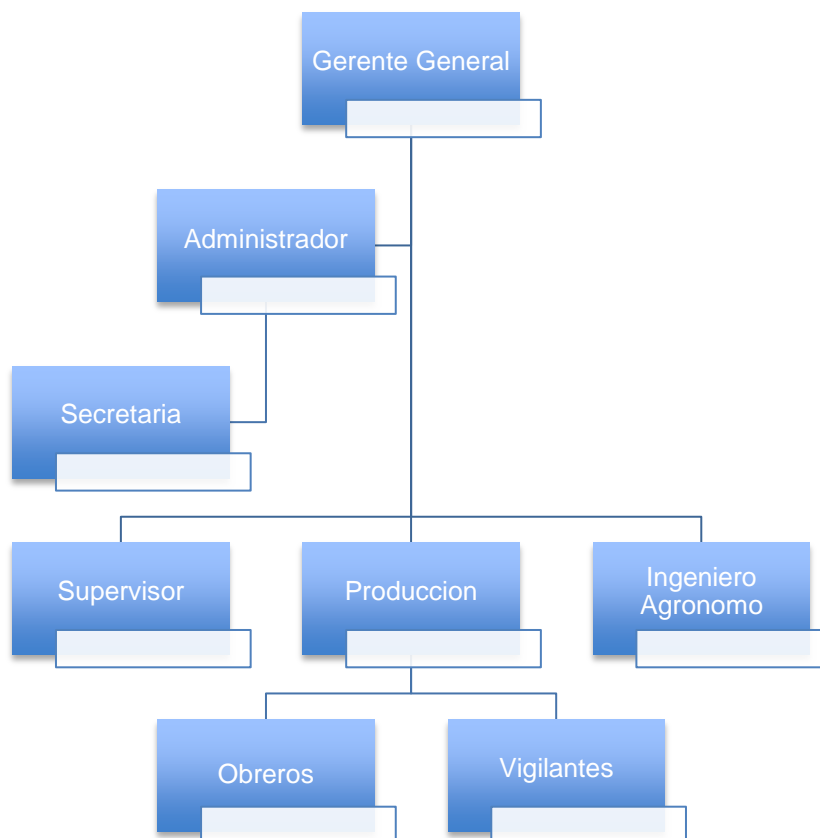


Ilustración 6 Estructura Organizacional

Gerente

Será el representante legal de la empresa, tendrá a su mando la dirección general de la empresa. Será el responsable de las decisiones sobre el funcionamiento y sus resultados, así como las transacciones comerciales, entre otros.

Además planificará y dirigirá las labores administrativas financieras de producción y/o ventas de la empresa.

Este debe tener además cierta experiencia y conocimiento sobre la actividad que va a desarrollar.

Administrador-Asistente de Gerente

1. Edad: 25 a 50 años
2. Sexo: Indistinto
3. Estudios profesionales en Administración o carreras afines
4. Funciones

Coordina procesos administrativos de la oficina

Evalúa e implementa nuevos procesos, cambios, mejoras etc

Establece prioridades de trabajo, delega trabajo en personal de apoyo

Redacta y revisa documentos

Se encarga de oficializar reuniones

Secretaria y contadora

1. Edad: 20 a 40 años
2. Sexo: Mujer
3. Estudios básicos de contabilidad y administrativos, como manejo de programas de Microsoft
4. Funciones

Llevar libros de contabilidad y llevar organizadamente la correspondencia del día, así como el control administrativo de recursos humanos. Controlar, revisar y legalizar los comprobantes de pago

Además tendrá a su cargo realizar los estados financieros de pérdida y ganancia, el balance general, los flujos de caja, entre otros.

Apoyo Logístico

- ✓ Edad: 25 a 30 años
- ✓ Sexo: Preferiblemente hombre
- ✓ Estudios: Básicos en logística y experiencia mínima de 2 años en logística y bodega.
- ✓ Funciones

Mantener la producción constante y manejar todo el proceso de empaque. Manejar el almacenaje y velar que sean las condiciones necesarias.

Ingeniero Agrónomo

6 Edad: 26 a 36 años

7 Sexo: masculino

8 Estudios: universitarios

9 Funciones

Llevar todo el proceso de producción planteado en el flujo grama.

Calidad del producto

Mantener registros y controles de producto

Mantener registros y controles de producción

Obreros

- ✓ Edad: 18 a 40 años
- ✓ Sexo: indefinido
- ✓ Estudios: -
- ✓ Funciones

Estos deben tener conocimientos electromecánicos, además serán entrenados en el manejo de las maquinarias que formarán parte del proceso debiendo responsabilizarse de las labores a ellos encomendadas.

Guardias

- ✓ Edad: 25 a 40 años
- ✓ Sexo: Masculino
- ✓ Estudios: primarios
- ✓ Funciones

Será el encargado de velar todos los bienes de la empresa y mantener el orden de cualquier actividad anormal.

6.3.7 ESTRATEGIA DE MERCADOS Y VENTAS

La cadena de comercialización aplicada será la diseñada para suplir de malanga la demanda de Estados Unidos se define con:



El canal de comercialización antes descrito será mediante la compañía logística Vesta. Estarán a cargo de las aduanas y de la logística terrestre por medio de furgones hasta el puerto, de la embarcación marítima de puerto Cortes hacia el puerto de Miami en la ciudad de Miami y el puerto de Everglades en la ciudad de Fort Lauderdale, junto con los trámites aduaneros por medio de su agencia aduanera Vesta Customs.

La estrategia de mercado implementarse serán la estrategia de precio. Dentro de las exportaciones tiene mucha consideración la estrategia de fijación de precios ya que esta determina los ingresos y los beneficios económicos. Con las estrategias de venta es necesario indicar como se realizara la exportación si de manera directa o indirecta, el cual la empresa propuesta lo realizara de manera directa al mercado internacional determinando la forma de pago de las transacciones.

Para fijar el precio del producto tiene influencia de factores externos e internos, los factores internos son aquellos que incluyen los objetivos y metas del proyecto, producción del producto de exportación, los factores externos son considerados con los mercados internacionales, como ser el mercado de Miami. Existen diferentes métodos para la fijación de precio ya sea para la

exportación como para el mercado interno, pero para poder definir la estrategia a implementar se sigue los siguientes pasos:

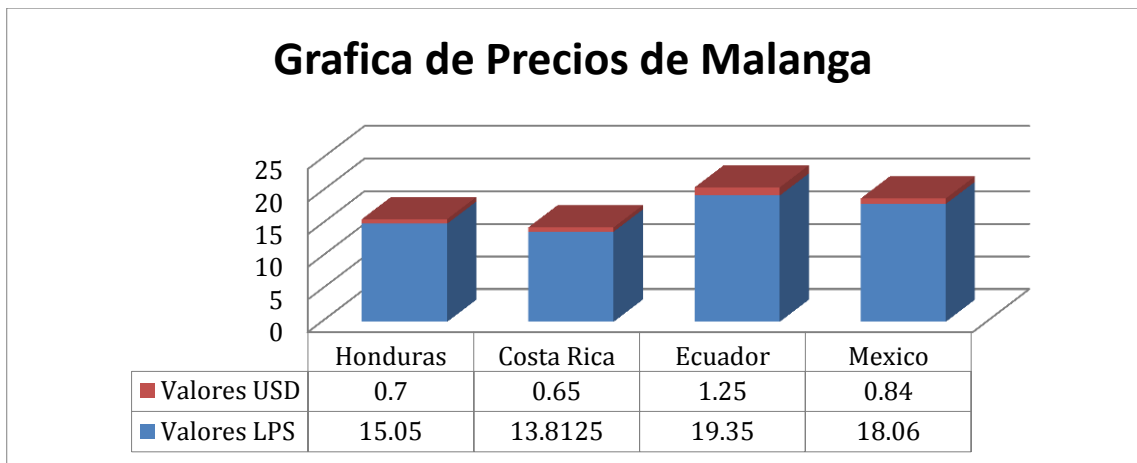
- ✓ Características del segmento de interés
- ✓ Información de costos
- ✓ Gastos relacionados de exportación
- ✓ Grado de producción.

Determinar el precio de exportación implica más que un cálculo aritmético, esta va sustentada en las partidas de costos, gastos y utilidad siendo la estrategia definida quien la determina al final, la cual va incluida en sus políticas de exportaciones. Como básico se debe tener conocimiento de los precios de la competencia en los mercados internacionales.

Se hace énfasis en el entorno de las exportaciones es de gran importancia la fijación de precios, ya que determina los ingresos y los beneficios de valor económico del proyecto. Para definir los precios de exportación hay que tener en cuenta las características del mercado, al mercado meta y al consumidor al cual se desea llegar.

Para la valoración del precio consideraremos un precio que cubra todos los gastos incluidos el transporte hasta el puerto para su respectivo embarque y exportación y el costo de aduanero. Dentro de la política de precio no habrá porcentaje de comisiones para los vendedores.

Nuestro precio de venta va oscilar entre el rango de los datos obtenidos en los resultados los cual nos va brindar una ventaja sobre varios países que exportan malanga hacia Estados Unidos.



MEDIOS DE PAGO INTERNACIONALES

Una vez determinado los precios, se analizaran y establecerán los medios de pago. Los diferentes instrumentos mercantiles serán nuestra herramientas o sistemas de reembolso de los cuales, se liquidan las operaciones de exportación. Por política a la hora de nuestras negociaciones siempre tomaremos en cuenta lo siguiente para realizar las transacciones

1. solvencia y seriedad del importador
2. Situación política y económica del país comprador
3. Experiencias anteriores
4. Importe de la operación

Los medios de pago más usuales de los cuales se utilizaran:

- a) cheque bancario
- b) orden de pago simple o transferencia
- c) orden de pago documentaria
- d) Carta de crédito

Los métodos de pago más utilizados del proyecto serán por medio de la carta de crédito y orden de pago simple.

CARTA DE CREDITO

Instrumento de pago sujeto a regulaciones internacionales, mediante el cual un banco emisor obrara por conformidad y solicitud de las instrucciones de un cliente debe hacer pago a un beneficiario o tercera persona, contra la entrega de los documentos exigidos, siempre y cuando se cumplan los términos y condiciones de crédito, este tipo de pago es de contado.

RIESGOS CARTA CREDITO

Los riesgos es que hayan sido emitidos por un banco o país con problemas económicos, a pesar que hay de por medio una institución bancaria no existe un crédito confirmado, la documentación puede ser presentada con errores que atrasen las gestiones, el crédito puede llegar a ser revocable. El crédito puede demandar de documentación de imposible o muy difícil obtención

VENTAJAS CREDITO

No prepara la mercancía para la exportación hasta que no se haya emitido el crédito, son de carácter irrevocable por lo que no se puede cancelar el pedido, una vez el crédito confirmado tienen seguridad plena de cobro, da facilidad para el financiamiento bancario.

ORDEN DE PAGO SIMPLE O TRANSFERENCIA

Este pago se realiza por medio de transferencias bancarias, o por un sistema de transmisión internacional de transacciones entre los bancos de los diferentes países.

RIESGOS

Una vez entregada la mercadería se corre el riesgo de no ser recibida la orden de pago, el banco emisor de la orden de pago puede tener fondos nulos, el país del banco emisor congele los pagos al exterior.

VENTAJAS

Al recibir la orden esta puede ser abonada al exportador sin incurrir en más gastos.

6.3.8 PLANIFICACION PRODUCCION

El rendimiento de la malanga oscila por hectárea oscila entre 5.25 y 10 Toneladas por hectárea. Los rendimientos promedios en áreas bien cuidadas fluctúan entre 10 toneladas por hectárea, llegando a cosecharse hasta 30 toneladas en óptimas condiciones.

Los factores que influyen en la planificación del proyecto, A parte de la oferta y demanda la planta de siembra o terreno estaría limitada por las siguientes condiciones:

- ✓ Disponibilidad de obreros
- ✓ Falta de obreros
- ✓ Tiempo de ciclo de cosecha

6.3.8.1 INSTALACIONES Y MAQUINARIA

El terreno donde se realizara los sembríos tiene 10 manzanas esto equivale a un aproximado de 7 hectáreas.

Se va a dejar un espacio dentro de esas 10 manzanas donde se va a realizar el proceso de secado y un espacio donde se va a empaquetar la malanga y un espacio para guardarla temporalmente hasta que llegue el momento de su exportación. Ver anexo 5 para la distribución planta.

El tipo de calidad de construcción del área administrativa será de madera con techo apropiado y el área de lavado y empaque será de estructuras metálicas con techo abierto debido a las condiciones climáticas que debe permanecer la malanga, así evitando la acumulación del calor por encerramiento.

Se requieren maquinarias y equipos únicamente para las fases de preparación del suelo, siembra, riego y fertilización las cuales son básicamente la maquina aradora, bomba para aumentar el potencial del caudal en el regadío a base de combustible, y bomba para los productos químicos, puesto que para el análisis del suelo, se envía una muestra de este para ser analizado en un laboratorio de suelos. El resto de los procesos que son recolección, lavado, secado y embalado se puede llevar a cabo manualmente. Ver figura

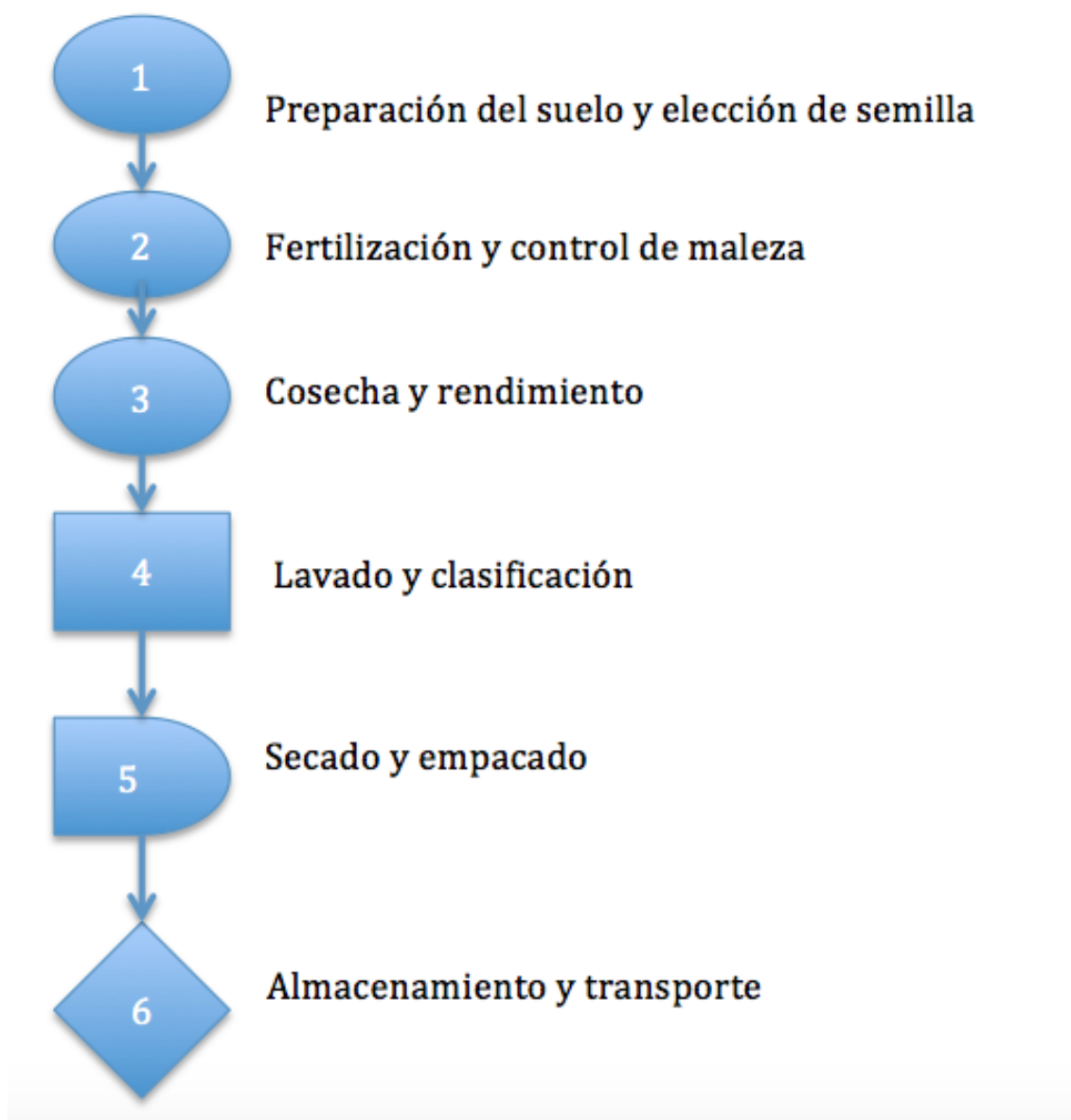


Ilustración 7 Proceso De Producción.

6.4 ESTUDIO TECNICO

Se ha definido el tamaño del proyecto considerando los siguientes aspectos de disponibilidad del espacio físico, financiamiento y mano de obra disponible. El aspecto económico debe de ser importante a considerar, puesto que la capacidad de endeudamiento o facilidad de conseguir los fondos es determinante para conseguir los objetivos propuestos. Además de los factores de la oferta y la demanda, también existen otros limitantes como ser:

Disponibilidad de terreno.

El tiempo de ciclo de producción.

La falta de obreros calificados para el desempeño de estas funciones.

Servicios básicos.

Los servicios básicos son factores que muchas veces condicionan el tamaño del proyecto, sin embargo el lugar donde se instalara el proyecto contara con los principales servicios básicos.

Localización:

El proyecto estará localizado en el departamento de Cortes con una posición geográfica de 15°30'10" latitud norte y 88°0'49" longitud oeste; con una altitud de 2242 metros. Para ser más exactos estará en el municipio de Santa Cruz de Yojoa, este municipio cuenta con la infraestructura social y técnica indispensable para este tipo de proyectos como son los servicios básicos (agua potable, energía eléctrica, canalización y teléfono) también se ha considerado que cuenta con una carretera hacia el lugar de la plantación por lo que los camiones podrán ingresar sin dificultades.

Descripción:

Existen áreas extensas de suelos tipo chimizales, estos suelos tienen una buena profundidad pero las pendientes en esta zona son muy elevadas. Los suelos del norte se han desarrollado sobre cenizas volcánicas y lava es por esto que son suelos profundos con drenaje moderado y con buena capacidad de retención de agua. Con su textura franco-limosa, clima tropical húmedo, las temperaturas altas y lluvias abundantes hacen de estos suelos los más fértiles de la región.

El área a plantarse es de 10 manzanas que equivale a un aproximado de 6.988 hectáreas y cabe mencionar que el tiempo de producción es de 9 a 10 meses.

Capacidad Utilizada:

La capacidad estimada de este estudio es de 145.15 TM o 320,000 libras anuales, debido que el rendimiento de malanga por manzana oscila en 14.51 TM o 32,000 libras anuales. De acuerdo al rendimiento que se obtenga se estará en capacidad de absorber la demanda.

Es importante mencionar que el rendimiento promedio en áreas bien cuidadas y con todos los requisitos para su producción fluctúa entre 10 y 15 toneladas anuales por manzana.

Impacto social:

Con el proyecto se induce a proporcionar asistencia técnica a los agricultores que se encuentran dedicados al cultivo de la malanga para que de esa forma puedan mejorar sus técnicas de cultivo y optimizar los recursos con los que cuentan y así incrementar la oferta.

De igual forma, se ingresara dinero a los hogares con esta actividad mejorando la estabilidad económica y por ende su vida social, ya que se generara varios empleos directos ayudando a optimizar los índices de pobreza y desempleo;

ratificando que el municipio de Santa Cruz de Yojoa la mayoría de su actividad económica es agrícola.

6.5 ESTUDIO LEGAL

6.5.1 REQUISITOS LEGALES PARA CREACION EMPRESA

En Honduras, gran parte del sector empresarial está compuesto por micro, pequeña y mediana empresa, según estadísticas del consejo nacional (CONAMIPYME), mediante el censo MYPE realizado en el 2008, en el país operan 257,422 empresas de este tipo. A pesar de la gran cantidad de micro y pequeñas empresas, solo el 42% cuenta con permiso de operación, el 33% está parcialmente formalizado y el 25 % no cuenta con los permisos necesarios.

Debido a un comercio cada vez más globalizado, las empresas tienen más oportunidades de hacer negocio tanto localmente como en el extranjero, por lo que es necesario que estén legalmente constituidas. Otra consideración, es que para obtener el financiamiento tiene que estar legalmente constituida.

A continuación, se describen brevemente los pasos que se consideraron principales, para la constitución y puesta en marcha de una pequeña empresa en el rubro de alimentos:

1. Determinar la forma jurídica que adoptara la empresa: comerciante individual, sociedad en nombre colectivo, sociedad en comandita simple, sociedad de responsabilidad limitada, sociedad anónima, etc.
2. Obtener el registro tributario nacional: este documento identifica a la empresa, para el pago de su obligación ante la dirección ejecutiva de ingresos (DEI).

3. Obtener la escritura pública de constitución: es un documento público que debe de ser tramitado por un Notario Público. El promedio de costo fluctúa entre L. 3,000 a L. 5,000 (dependiendo del tipo de sociedad), mas honorarios profesionales del notario, que estipula el arancel del colegio de abogados, de acuerdo al monto del capital social.
4. Inscribir la empresa en el registro mercantil: en el departamento de Francisco Morazán, este trámite se realiza en la cámara de comercio e industria de Tegucigalpa (CCIT) ; en el resto del país, es en el instituto de la propiedad.
5. Registrar la empresa en la cámara de comercio: de acuerdo con el artículo 384 del código de comercio, es obligatorio que todo comerciante y/o sociedad mercantil se registre en la cámara de comercio e industria correspondiente al municipio en el cual funcionara la nueva empresa.
6. Obtener el permiso de operación: este permiso es otorgado por la municipalidad del domicilio de la empresa. El costo del permiso se calcula según las ventas de la empresa. Los requisitos para obtenerlo son:
 - ✓ Solvencia municipal vigente
 - ✓ Fotocopia de identidad del propietario o representante del RTN.
 - ✓ Contrato de arrendamiento del local o fotocopia de escritura si es propia.
 - ✓ Constitución de sociedad.
 - ✓ Croquis de ubicación.
 - ✓ Comprar boleta de L.50 en tesorería municipal.
 - ✓ Dictamen de Bomberos: se lleva un inspector para revisar que todo lo eléctrico e instalaciones estén en buenas condiciones.

- ✓ Dictamen de vocalía de policía.
- ✓ Presentar documentos en oficina de urbanismo de su localidad.
- 7. Autorización de los libros contables: los cuales son aprobados por la municipalidad del domicilio de la empresa.
- 8. Obtener registros sanitarios: necesario para la fabricación, importación o exportación de productos para consumo humano. El costo es de L. 1,500 y los requisitos son:
 - a) Solicitud de registro de alimentos.
 - b) Poder otorgado a favor del apoderado legal para efectuar los trámites administrativos y legales correspondientes autenticados.
 - c) Copia de licencia sanitaria de funcionamiento vigente.
 - d) Copia autenticada de la certificación de registro de marca.
 - e) Certificado de libre venta, pureza y consumo, autenticado, legalizado en relaciones exteriores y traducción al español.
 - f) Dos etiquetas provisionales:
 - ✓ Nombre natural del alimento.
 - ✓ Nombre o razón social: del fabricante o envasador.
 - ✓ Origen del alimento: señalando el país de procedencia.
 - ✓ Lista de ingredientes.
 - ✓ Contenido neto.
 - ✓ Numero del registro sanitario del alimento.

6.6 ESTUDIO FINANCIERO

6.6.1 PLAN INVERSION

La tabla siguiente, se consolida el total de la inversión necesaria para dar inicio a las operaciones de la Agroexportadora Yojoa.

Plan Inversion		
INVERSION		TOTAL INVERSION
Permiso de operación	L.	375.00
registro marca	L.	5,255.00
Honorario De Abogado	L.	35,000.00
Terreno	L.	370,000.00
computadoras (2)	L.	20,000.00
Capital de Trabajo	L.	186,200.00
Impresora	L.	2,500.00
Semillas para siembra	L.	112,000.00
Sillas	L.	10,000.00
materiales de Limpieza	L.	30,000.00
Mesa	L.	3,000.00
Contrato de internet/ cable/ telefono	L.	12,000.00
Honorario Ing. Agronomo	L.	17,500.00
Escritorio	L.	3,000.00
Papeleria	L.	5,000.00
Publicidad	L.	50,000.00
Extintores	L.	3,100.00
Mobilario de Clinca	L.	25,000.00
Microndas	L.	2,000.00
Construccion	L.	1000,000.00
Equipo de Trabajo.	L.	500,000.00
Vehiculo	L.	350,000.00
equipo audiovisual	L.	5,000.00
radios	L.	4,500.00
Fertilizantes	L.	70,000.00
TOTAL	L.	2821,430.00

El capital con el que comenzara la Agroexportadora Yojoa será con un financiamiento del 35% equivalente a L. 1, 000,000 financiado por Banco Atlántida a una tasa de interés del 16%.

6.6.2 PRESUPUESTO VENTA

Presupuesto De Ventas				
Año 2015				
Servicio/Producto	Cantidad	Precio	Total	
Libras vendidas de Malanga	320,000	L. 15.79	L. 5052,000.00	
Total	320,000	L. 15.79	L. 5052,000.00	
Año 2016				
Servicio/Producto	Cantidad	Precio	Total	Incremento 2%
Libras vendidas de Malanga	320,000	L. 16.26	L. 5203,560.00	L. 0.32
Total	320000	L. 16.58	L. 5203,560.00	
Año 2017				
Servicio/Producto	Cantidad	Precio	Total	Incremento 2%
Libras vendidas de Malanga	320000	L. 17.07	L. 5463,738.00	L. 0.34
Total	320000	L. 17.42	L. 5463,738.00	
Año 2018				
Servicio/Producto	Cantidad	Precio	Total	Incremento 2%
Libras vendidas de Malanga	320000	L. 17.94	L. 5740,203.14	L. 0.36
Total	320000	L. 18.30	L. 5740,203.14	
Año 2019				
Servicio/Producto	Cantidad	Precio	Total	Incremento 2%
Libras vendidas de Malanga	320000	L. 18.85	L. 6030,657.42	L. 0.38
Total	320000	L. 18.85	L. 6030,657.42	

El presupuesto de ventas se basa en el aumento del precio de ventas 2% a lo largo de 5 años. Considerando el 3% de la fluctuación de la moneda según el Banco Central De Honduras.

6.6.3 PRESUPUESTO DE GASTOS

Las siguientes tablas describen los costos fijos y variables anuales de Agroexportadora Yojoa.

Presupuesto Gastos Administración		
Descripcion		Monto
Vigilante(2) y aseadora	L.	30,416.33
Gerente General	L.	32,595.67
Secretaria	L.	10,337.33
Apoyo Logistico	L.	13,520.67
administrador	L.	15,904.00
Honorario abogado	L.	-
Honorario Ing. Agronomo	L.	52,500.00
Suministro limpieza	L.	30,000.00
TOTAL	L.	1521,336.00

Presupuesto Gasto Venta		
Descripcion		Monto
Publicidad	L.	50,000.00
Seguros	L.	-
Servicios Publicos	L.	288,000.00
TOTAL	L.	338,000.00

TOTAL COSTO OPERACIÓN L. 1859,336.00

Presupuesto Gasto Producción

Descripcion		Monto
semilla para la siembra	L.	112,000.00
Fertilizantes e insectisidas	L.	70,000.00
Salario empleados	L.	677,376.00
TOTAL	L.	859,376.00

Presupuesto De Gastos De Exportación

Descripcion		Monto
Sacos Cebolla	L.	6,400.00
Flete furgon refrigerado	L.	130,000.00
Flete Maritimo	L.	631,500.00
Aduanas Exportacion	L.	2,589.26
Aduanas Importacion	L.	3,214.08
TOTAL	L.	773,703.34
TOTAL COSTO VENTA		L. 1633,079.34

6.6.4 DISTRIBUCION DE COSTOS

Los costos variables representan los costos de venta y los costos de exportación. Los que tendremos en constante variación por la tasa de cambio y el volumen de ventas. Los costos fijos son los costos de administración y producción para 320,000 mil libras.

Distribucion Costo	
Fijo	L. 1.887.000,00
Variable	L. 1.469.279,34
Total	L. 3.356.279,34

6.6.5 CUADRO DE DEPRECIACIONES

Las depreciaciones fueron tomadas por el método de línea recta, se consideró una vida útil de 10 años para edificio y 5 años para los equipos.

Depreciaciones	
Vehiculo	
Vehiculo	L. 350,000.00
valor residual	L. 3,500.00
total a depreciar	L. 346,500.00
vida util 5 años	
Total Dep anual	L. 69,300.00
Equipo	
Equipo	L. 500,000.00
Valor residual	L. 50,000.00
Total a depreciar	L. 450,000.00
5 años vida util	
Total Dep. Anual	L. 90,000.00
Edificio	
Edificio	L. 1000,000.00
Valor residual	L. 10,000.00
Total a depreciar	L. 990,000.00
10 años vida util	
Total Dep. Anual	L. 99,000.00
Total Depreciaciones	
Vehiculo	L. 69,300.00
Equipo	L. 90,000.00
Edificios	L. 99,000.00
Total Depreciaciones	L. 258,300.00

6.6.6 DEPRECIACIONES ACUMULADAS

DEPRECIACIONES ACUMLADO VEHICULO			
Año	Depreciación	Depreciación Acumulado	Valor En Libros
0			L. 350,000.00
1	L. 69,300.00	L. 69,300.00	L. 280,700.00
2	L. 69,300.00	L. 138,600.00	L. 211,400.00
3	L. 69,300.00	L. 207,900.00	L. 142,100.00
4	L. 69,300.00	L. 277,200.00	L. 72,800.00
5	L. 69,300.00	L. 346,500.00	L. 3,500.00

DEPRECIACIONES ACUMLADO EQUIPO			
Año	Depreciación	Depreciación acumulado	Valor En Libros
0			L. 127,500.00
1	L. 25,245.00	L. 25,245.00	L. 102,255.00
2	L. 25,245.00	L. 50,490.00	L. 77,010.00
3	L. 25,245.00	L. 75,735.00	L. 51,765.00
4	L. 25,245.00	L. 100,980.00	L. 26,520.00
5	L. 25,245.00	L. 126,225.00	L. 1,275.00

DEPRECIACIONES ACUMLADO EDIFICIO			
Año	Depreciación	Depreciación acumulado	Valor En Libros
0			L. 1000,000.00
1	L. 198,000.00	L. 198,000.00	L. 802,000.00
2	L. 198,000.00	L. 396,000.00	L. 604,000.00
3	L. 198,000.00	L. 594,000.00	L. 406,000.00
4	L. 198,000.00	L. 792,000.00	L. 208,000.00
5	L. 198,000.00	L. 990,000.00	L. 10,000.00

6.5.7 ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA

Estado de Resultados					
CONCEPTO	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
Ingreso	5052000,00	5203560,00	5463738,00	5740203,14	6030657,42
Costo de Venta	1469279,34	1564782,50	1666493,36	1774815,43	1890178,44
Utilidad Bruta	3582720,66	3638777,50	3797244,64	3965387,71	4140478,99
Gastos De Operación	1887000,00	2009655,00	2140282,58	2279400,94	2427562,00
DEPRECIACION	367045,00	367045,00	367045,00	367045,00	367045,00
Utilidad de Operación	1328675,66	1262077,50	1289917,06	1318941,77	1345871,98
Gastos de organización	11626,00	11626,00	11626,00	11626,00	11626,00
Gastos por intereses	169178,24	142663,59	110962,19	73059,43	27742,19
Utilidad Neta antes impuesto	1147871,41	1107787,91	1167328,87	1234256,34	1306503,80
Impuesto 25%	286967,85	276946,98	291832,22	308564,09	326625,95
Utilidad despues impuestos	860903,56	830840,93	875496,65	925692,26	979877,85
Dividendos	0,00	41542,05	43774,83	46284,61	48993,89
Total Neto	860903,56	789298,88	831721,82	879407,64	930883,95

La tasa de inflación utilizada fue tomada por el Banco Central De Honduras

según el BCH	
Tasa inflacion anual	
6.5	1.065

6.5.8 BALANCE GENERAL

BALANCE GENERAL AGROEXPORTADORA YOJOA						
AÑOS	0	1	2	3	4	5
Activos						
Corriente						
Caja	L. 350.000,00	1454031,674	2459944,021	3476577,904	4502994,844	5535570,856
Inventarios(semillas)	L. 11.200,00	L. 11.200,00	L. 11.200,00	L. 11.200,00	L. 11.200,00	L. 11.200,00
Gastos pagados por anticipado						
Publicidad	50000	50000	50000	50000	50000	50000
Fertilizantes	7000	7000	7000	7000	7000	7000
Suministro de Limpieza	L. 30.000,00	L. 30.000,00	L. 30.000,00	L. 30.000,00	L. 30.000,00	L. 30.000,00
	L. 448.200,00	L. 1.552.231,67	L. 2.558.144,02	L. 3.574.777,90	L. 4.601.194,84	L. 5.633.770,86
No corriente						
Propiedad planta y equipo						
Terreno	L. 370.000,00	L. 370.000,00	L. 370.000,00	L. 370.000,00	L. 370.000,00	L. 370.000,00
edificio	L. 1.000.000,00	L. 1.000.000,00	L. 1.000.000,00	L. 1.000.000,00	L. 1.000.000,00	L. 1.000.000,00
Extintores	L. 3.100,00	L. 3.100,00	L. 3.100,00	L. 3.100,00	L. 3.100,00	L. 3.100,00
equipo audiovisual	L. 5.000,00	L. 5.000,00	L. 5.000,00	L. 5.000,00	L. 5.000,00	L. 5.000,00
radios	L. 4.500,00	L. 4.500,00	L. 4.500,00	L. 4.500,00	L. 4.500,00	L. 4.500,00
Equipo De Arado	L. 500.000,00	L. 500.000,00	L. 500.000,00	L. 500.000,00	L. 500.000,00	L. 500.000,00
Mobiliario equipo y oficina						
Escritorio	L. 3.000,00	L. 3.000,00	L. 3.000,00	L. 3.000,00	L. 3.000,00	L. 3.000,00
computadoras (2)	L. 20.000,00	L. 20.000,00	L. 20.000,00	L. 20.000,00	L. 20.000,00	L. 20.000,00
Impresora	L. 2.500,00	L. 2.500,00	L. 2.500,00	L. 2.500,00	L. 2.500,00	L. 2.500,00
Mesa	L. 3.000,00	L. 3.000,00	L. 3.000,00	L. 3.000,00	L. 3.000,00	L. 3.000,00
Papeleria	L. 5.000,00	L. 5.000,00	L. 5.000,00	L. 5.000,00	L. 5.000,00	L. 5.000,00
Microndas	L. 2.000,00	L. 2.000,00	L. 2.000,00	L. 2.000,00	L. 2.000,00	L. 2.000,00
Mobiliario de Clinca	L. 25.000,00	L. 25.000,00	L. 25.000,00	L. 25.000,00	L. 25.000,00	L. 25.000,00
Sillas	L. 10.000,00	L. 10.000,00	L. 10.000,00	L. 10.000,00	L. 10.000,00	L. 10.000,00
Equipo de transporte						
Vehiculo	L. 350.000,00	L. 350.000,00	L. 350.000,00	L. 350.000,00	L. 350.000,00	L. 350.000,00
Depreciaciones	L. 2.303.100,00	L. -367.045,00	L. -734.090,00	L. -1.101.135,00	L. -1.468.180,00	L. -1.835.225,00
		L. 1.936.055,00	L. 1.569.010,00	L. 1.201.965,00	L. 834.920,00	L. 467.875,00
				0	0	0
Gastos de organización	58130	58130	58130	58130	58130	58130
amortización		11626	23252	34878	46504	58130
Deposito Garantia						
Contrato de internet/ cable/ telefono	L. 12.000,00	L. 12.000,00	L. 12.000,00	L. 12.000,00	L. 12.000,00	L. 12.000,00
	L. 12.000,00	L. 12.000,00	L. 12.000,00	L. 12.000,00	L. 12.000,00	L. 12.000,00
Total de Activos	L. 2.821.430,00	L. 3.546.790,67	L. 4.174.032,02	L. 4.811.994,90	L. 5.459.740,84	L. 6.113.645,86
	L. 2.821.430,00					
	0	0	0	0	0	0
Pasivos						
Prestamos	L. 1.000.000,00	864457,12	702399,58	508640,65	276978,94	
	1000000	864457,12	702399,58	508640,65	276978,94	0,00
Patrimonio Neto	L. 1.821.430,00	L. 2.682.333,56	L. 3.471.632,44	L. 4.303.354,26	L. 5.182.761,90	L. 6.113.645,86
Capital social	L. 1.821.430,00	L. 1.821.430,00	L. 1.821.430,00	L. 1.821.430,00	L. 1.821.430,00	L. 1.821.430,00
utilidades		860903,5586	1650202,441	2481924,259	3361331,902	4292215,856
total pasivo y patyrimonio	2821430,00	3546790,67	4174032,02	4811994,90	5459740,84	6113645,86

6.5.9 FLUJO DE CAJA

ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO					
FLUJO DE EFECTIVO ACTIVIDADES DE OPERACION					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Saldo Inicial de equivalente de efectivo	0	1454031,67	2459944,02	3476577,90	4502994,84
Efectivo recibido por ventas	5052000,00	5203560,00	5463738,00	5740203,14	6030657,42
Intereses y Dividendos recibidos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Efectivo Proporcionado por operacion	5052000,00	6657591,67	7923682,02	9216781,05	10533652,27
Empleados	2214576,00	2358523,44	2511827,46	2675096,25	2848977,50
Suministro Limpieza	30000,00	31950,00	34026,75	36238,49	38593,99
Pagos de servicios	338000,00	359970,00	383368,05	408286,97	434825,63
Proveedores	24600,00	26199,00	27901,94	29715,56	31647,07
Gastos de exportacion	749103,34	797795,06	849651,74	904879,10	963696,25
Impuestos sobre ventas	286967,85	276946,98	291832,22	308564,09	326625,95
Efectivo desembolsado por act de Operacion	3643247,20	3851384,48	4098608,16	4362780,46	4644366,39
Flujo de efectivo neto de act. De operacion	1408752,80	2806207,20	3825073,87	4854000,59	5889285,88
FLUJO DE EFECTIVO DE ACTIVIDADES DE INVERSION					
Efectivo pagado por adquirir planta y equipo	2471430,00				
Efectivo utilizado en actividades de inversion	2471430,00				
FLUJO DE EFECTIVO ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO					
Aportacion socios	1821430,00				
Prestamo de largo plazo	1000000,00				
Amortizacion	135542,88	162057,54	193758,93	231661,70	276978,94
Intereses pagados	169178,24	142663,59	110962,19	73059,43	27742,19
Dividendos	0,00	41542,05	43774,83	46284,61	48993,89
Efectivo proporcionado por actividades de financiamiento	2516708,87	346263,18	348495,96	351005,74	353715,02
FLUJO DE CAJA ANUAL	1454031,67	2459944,02	3476577,90	4502994,84	5535570,86

Para el cálculo del costo promedio capital se utilizó el método del costo promedio ponderado de capital (WACC)

$$WACC = \left(\frac{\text{Financiamiento}}{\text{Total de inversión}} \right) * (\% \text{ costo de la deuda}) * (1 - \text{tasa impuesto}) + \left(\frac{\text{Capital propio}}{\text{Total de Inversión}} \right) * (\% \text{ costo de capital propio})$$

Para financiamiento se consideró el préstamo bancario de L. 1, 000,000 el total de inversión hace referencia al capital de inversión inicial L. 2821,430.00, el capital propio es la aportación de los socios con L. 1, 821,430 en el que se espera tener un rendimiento del 15%, el costo de la deuda es la tasa bancaria por el prestamos de 16%, y los impuestos a un 25%.

Costo Promedio Capital	
Financiamiento(Prestamo)	L. 1000,000.00
Porcentaje	L. 35.44
Inversion	L. 2821,430.00
Capital Propio	L. 1821,430.00
WAAC	0.139367094 13.9%

El costo promedio de capital (WAAC) dio como resultado el 13.9% para que el proyecto sea rentable, la tasa de rendimiento debe ser superior al 14%.

VAN	L. 1.450.121,65
TIR	54%

Con un VAN positivo concluimos que el proyecto es viable. Su TIR es superior a la tasa del costo promedio de capital, lo que reafirma la viabilidad del proyecto.

6.5.9 AMOSTIZACIONES DE PRESTAMO.

El préstamo se ira pagando a 60 cuotas con letras de L 24,318.06

N. Cuota	Monto Inicial	Pago Capital	Pago Intereses	Cuota	Saldo Final	Intereses
1	L. 1000,000.00	L. 10,984.72	L. 13,333.33	L. 24,318.06	L. 989,015.28	
2	L. 989,015.28	L. 11,131.19	L. 13,186.87	L. 24,318.06	L. 977,884.09	
3	L. 977,884.09	L. 11,279.60	L. 13,038.45	L. 24,318.06	L. 966,604.49	
4	L. 966,604.49	L. 11,430.00	L. 12,888.06	L. 24,318.06	L. 955,174.49	
5	L. 955,174.49	L. 11,582.40	L. 12,735.66	L. 24,318.06	L. 943,592.09	
6	L. 943,592.09	L. 11,736.83	L. 12,581.23	L. 24,318.06	L. 931,855.26	
7	L. 931,855.26	L. 11,893.32	L. 12,424.74	L. 24,318.06	L. 919,961.94	
8	L. 919,961.94	L. 12,051.90	L. 12,266.16	L. 24,318.06	L. 907,910.04	
9	L. 907,910.04	L. 12,212.59	L. 12,105.47	L. 24,318.06	L. 895,697.46	
10	L. 895,697.46	L. 12,375.42	L. 11,942.63	L. 24,318.06	L. 883,322.03	
11	L. 883,322.03	L. 12,540.43	L. 11,777.63	L. 24,318.06	L. 870,781.60	
12	L. 870,781.60	L. 12,707.64	L. 11,610.42	L. 24,318.06	L. 858,073.96	L. 149,890.65
13	L. 858,073.96	L. 12,877.07	L. 11,440.99	L. 24,318.06	L. 845,196.89	
14	L. 845,196.89	L. 13,048.77	L. 11,269.29	L. 24,318.06	L. 832,148.13	
15	L. 832,148.13	L. 13,222.75	L. 11,095.31	L. 24,318.06	L. 818,925.38	
16	L. 818,925.38	L. 13,399.05	L. 10,919.01	L. 24,318.06	L. 805,526.33	
17	L. 805,526.33	L. 13,577.71	L. 10,740.35	L. 24,318.06	L. 791,948.62	
18	L. 791,948.62	L. 13,758.74	L. 10,559.31	L. 24,318.06	L. 778,189.88	
19	L. 778,189.88	L. 13,942.19	L. 10,375.87	L. 24,318.06	L. 764,247.69	
20	L. 764,247.69	L. 14,128.09	L. 10,189.97	L. 24,318.06	L. 750,119.60	
21	L. 750,119.60	L. 14,316.46	L. 10,001.59	L. 24,318.06	L. 735,803.14	
22	L. 735,803.14	L. 14,507.35	L. 9,810.71	L. 24,318.06	L. 721,295.79	
23	L. 721,295.79	L. 14,700.78	L. 9,617.28	L. 24,318.06	L. 706,595.01	
24	L. 706,595.01	L. 14,896.79	L. 9,421.27	L. 24,318.06	L. 691,698.22	L. 125,440.94
25	L. 691,698.22	L. 15,095.41	L. 9,222.64	L. 24,318.06	L. 676,602.80	
26	L. 676,602.80	L. 15,296.69	L. 9,021.37	L. 24,318.06	L. 661,306.12	
27	L. 661,306.12	L. 15,500.64	L. 8,817.41	L. 24,318.06	L. 645,805.48	
28	L. 645,805.48	L. 15,707.32	L. 8,610.74	L. 24,318.06	L. 630,098.16	
29	L. 630,098.16	L. 15,916.75	L. 8,401.31	L. 24,318.06	L. 614,181.41	
30	L. 614,181.41	L. 16,128.97	L. 8,189.09	L. 24,318.06	L. 598,052.44	
31	L. 598,052.44	L. 16,344.02	L. 7,974.03	L. 24,318.06	L. 581,708.41	
32	L. 581,708.41	L. 16,561.94	L. 7,756.11	L. 24,318.06	L. 565,146.47	
33	L. 565,146.47	L. 16,782.77	L. 7,535.29	L. 24,318.06	L. 548,363.70	
34	L. 548,363.70	L. 17,006.54	L. 7,311.52	L. 24,318.06	L. 531,357.16	
35	L. 531,357.16	L. 17,233.30	L. 7,084.76	L. 24,318.06	L. 514,123.86	
36	L. 514,123.86	L. 17,463.07	L. 6,854.98	L. 24,318.06	L. 496,660.79	L. 96,779.26
37	L. 496,660.79	L. 17,695.91	L. 6,622.14	L. 24,318.06	L. 478,964.88	
38	L. 478,964.88	L. 17,931.86	L. 6,386.20	L. 24,318.06	L. 461,033.02	
39	L. 461,033.02	L. 18,170.95	L. 6,147.11	L. 24,318.06	L. 442,862.07	
40	L. 442,862.07	L. 18,413.23	L. 5,904.83	L. 24,318.06	L. 424,448.84	
41	L. 424,448.84	L. 18,658.74	L. 5,659.32	L. 24,318.06	L. 405,790.10	
42	L. 405,790.10	L. 18,907.52	L. 5,410.53	L. 24,318.06	L. 386,882.58	
43	L. 386,882.58	L. 19,159.62	L. 5,158.43	L. 24,318.06	L. 367,722.95	
44	L. 367,722.95	L. 19,415.08	L. 4,902.97	L. 24,318.06	L. 348,307.87	
45	L. 348,307.87	L. 19,673.95	L. 4,644.10	L. 24,318.06	L. 328,633.92	
46	L. 328,633.92	L. 19,936.27	L. 4,381.79	L. 24,318.06	L. 308,697.64	
47	L. 308,697.64	L. 20,202.09	L. 4,115.97	L. 24,318.06	L. 288,495.56	
48	L. 288,495.56	L. 20,471.45	L. 3,846.61	L. 24,318.06	L. 268,024.11	L. 63,180.00
49	L. 268,024.11	L. 20,744.40	L. 3,573.65	L. 24,318.06	L. 247,279.70	
50	L. 247,279.70	L. 21,020.99	L. 3,297.06	L. 24,318.06	L. 226,258.71	
51	L. 226,258.71	L. 21,301.27	L. 3,016.78	L. 24,318.06	L. 204,957.44	
52	L. 204,957.44	L. 21,585.29	L. 2,732.77	L. 24,318.06	L. 183,372.14	
53	L. 183,372.14	L. 21,873.10	L. 2,444.96	L. 24,318.06	L. 161,499.05	
54	L. 161,499.05	L. 22,164.74	L. 2,153.32	L. 24,318.06	L. 139,334.31	
55	L. 139,334.31	L. 22,460.27	L. 1,857.79	L. 24,318.06	L. 116,874.05	
56	L. 116,874.05	L. 22,759.74	L. 1,558.32	L. 24,318.06	L. 94,114.31	
57	L. 94,114.31	L. 23,063.20	L. 1,254.86	L. 24,318.06	L. 71,051.11	
58	L. 71,051.11	L. 23,370.71	L. 947.35	L. 24,318.06	L. 47,680.40	
59	L. 47,680.40	L. 23,682.32	L. 635.74	L. 24,318.06	L. 23,998.08	
60	L. 23,998.08	L. 23,998.08	L. 319.97	L. 24,318.06	L. 0.00	L. 23,792.58

Año	Saldo Final	Intereses Anual
1	L. 858,073.96	L. 149,890.65
2	L. 691,698.22	L. 125,440.94
3	L. 496,660.79	L. 96,779.26
4	L. 268,024.11	L. 63,180.00
5	L. 0.00	L. 23,792.58

La anterior tabla detalla las 60 cuotas de manera anual.

6.5.11 PLANILLA SALARIAL

COSTO SALARIAL													
SALARIO MENSUAL		LEGALES						OTROS BENEFICIOS					
NOMBRE EMPLEADO	SUELDO ORDINARIO MENSUAL	DECIMO TERCER MES	DECIMO CUARTO MES	IHSS	RAP	INFOP	Sub total beneficios legales	SEGURO MEDICO PRIVADO	Seguro de vida	VEHICULO ASIGNADO	Otros	Sub total de beneficios propios de la empresa	TOTAL COSTO SALARIAL
Gerente Ger	25,000.00	2,083.33	2,083.33	504.00	375.00	250.00	5,295.67	700	600	1000		2300	32,595.67
Administrad	12000.00	1,000.00	1,000.00	504.00	180.00	120.00	2,804.00	600	500			1100	15,904.00
Secretaria	8000.00	666.67	666.67	504.00	120.00	80.00	2,037.33	200	100			300	10,337.33
Apoyo Logis	10000.00	833.33	833.33	504.00	150.00	100.00	2,420.67	600	500			1100	13,520.67
Aseadora	7000.00	583.33	583.33	504.00	105.00	70.00	1,845.67	600	500			1100	9,945.67
Vigilante	16000.00	1,333.33	1,333.33	504.00	240.00	160.00	3,570.67	500	400			900	20,470.67
													102,774.00

6.6 ANALISIS DE SENSIBILIDAD

6.6.1 ESCENARIO OPTIMISTA

Al aumentar un 20% el proyecto se vuelve más viable con una TIR más alta que la de su costo de capital.

Escenario Optimista +20%						
	Año 0	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
Inversion	L. -2821,430.00					
Utilidad Operación		L. 1663,753.99	L. 1603,201.53	L. 1642,375.06	L. 1683,345.56	L. 1722,201.82
Depreciacion		L. 378,671.00	L. 378,671.00	L. 378,671.00	L. 378,671.00	L. 378,671.00
Impuesto 25%		L. 304,320.85	L. 295,427.92	L. 311,514.42	L. 1318,102.54	L. 348,950.00
Prestamo	L. 1000,000.00	L. 135,542.88	L. 162,057.54	L. 193,758.93	L. 231,661.70	L. 276,978.94
Flujo Caja Anual	L. -1821,430.00	L. 1602,561.25	L. 1524,387.08	L. 1515,772.71	L. 512,252.32	L. 1474,943.88

TIR	76%
VAN	L. 2087,233.47

6.6.2 ESCENARIO PESISMISTA

Si se reduce un 20 % la TIR baja a un 38%

Escenario Pesimista -20%						
	Año 0	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
Inversion	L. -2821,430.00					
Utilidad Operación		L. 1109,169.32	L. 1068,801.02	L. 1094,916.71	L. 1122,230.37	L. 1148,134.55
Depreciacion		L. 378,671.00	L. 378,671.00	L. 378,671.00	L. 378,671.00	L. 378,671.00
Impuesto 25%		L. 304,320.85	L. 295,427.92	L. 311,514.42	L. 1318,102.54	L. 348,950.00
prestamo	L. 1000,000.00	L. 135,542.88	L. 162,057.54	L. 193,758.93	L. 231,661.70	L. 276,978.94
Flujo Caja Anual	L. -1821,430.00	L. 1047,976.59	L. 989,986.57	L. 968,314.35	L. -48,862.87	L. 900,876.61

TIR	38%
VAN	L. 623,392.58

ANEXOS

ANEXO 1

EXPORTACIONES HONDUREÑAS DE MALANGA
PARA EL AÑO 2013

PRODUCTO	KILOS	US DOLARES
CAMOTE	7.281.875,44	2.867.290,81
BELGICA	63.095,00	23.577,60
CANADA	1.365.862,20	869.193,10
ESPAÑA	18.143,19	1.000,00
FRANCIA	270.900,00	79.675,00
HOLANDA	2.489.260,25	1.159.459,22
INGLATERRA	2.076.551,80	406.357,19
NUEVA ZELANDA	58.890,00	39.123,00
PAISES BAJOS	39.030,00	25.641,00
PORTUGAL	41.088,00	32.000,00
REINO UNIDO	859.055,00	231.264,70
MALANGA	756,00	84,00
GUADALUPE	342,00	38,00
MARTINIQUE	414,00	46,00
YUCA	72.533,76	48.025,00
FRANCIA	10.541,76	23.833,00
HOLANDA	61.992,00	24.192,00
Total general	7.355.165,20	2.915.399,81

ANEXO 2

Somos estudiantes de post grado de UNITEC, restamos realizando un Estudio de análisis de producción y exportación de malanga como requisito previo a la obtención de nuestro título Maestría Dirección Empresarial. Por lo que estamos solicitando de su valioso apoyo, respondiendo las siguientes preguntas a continuación

Marque con una X la respuesta que considere

Conoce del tubérculo Malanga

SI_____ NO___

¿Qué sabe de la aceptación del producto?

Mucho_____

Poco_____

Nada_____

¿Le gustaría comprar y vender el producto?

SI___ NO___

¿Le gustaría comprar malanga de calidad procedente de Honduras?

SI___ NO___

¿Cuánto estaría dispuestos a comprar?

0- 1,000 Lbs _____

1,000 – 5000 Lbs _____

5,000 – 20,000 Lbs _____

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por libra?

US\$ 0.40 – 0.60 _____

US\$ 0.61 – 0.80 _____

US\$ 0.81- 1 _____

¿Cómo le gustaría que fuese el empaque del producto?

Bolsas _____ Cajas _____ Unidades Sueltas _____

De acuerdo a la respuesta anterior cuanto peso le gustaría que tuviera el empaque.

20-30 lbs _____ 30 – 40 lbs _____ 40 – 60 lbs _____

¿Qué tipo de producto le gustaría comprar?

Blanca _____

Amarilla _____

Morada _____

Gris _____

Con que frecuencia compraría el producto , cada

3 Meses _____ 6 Meses _____ 9 Meses _____

ANEXO 3

Somos estudiantes de post grado de UNITEC, restamos realizando un Estudio de análisis de producción y exportación de malanga como requisito previo a la obtención de nuestro título Maestría Dirección Empresarial. Por lo que estamos solicitando de su valioso apoyo, respondiendo las siguientes preguntas a continuación

Marque con una X la respuesta que considere

¿por qué exporta este producto, en lugar de otro?

Hacia que destinos exporta

Estados Unidos _____ Europa _____ Asia _____

¿A qué precio aproximado lo vende?

¿A qué precio aproximado lo compra?

¿cómo es el empaque actual en que exporta?

¿Cómo la pagan por Libra o Tonelada?

¿Cómo es su forma de pago?

Antes del envió _____

Contra Entrega _____

Tiempo después _____

¿Qué calidad exigen?

Peso _____ Tamaño _____ Color _____

¿Dónde la cultiva?

Lugar_____

Tipo de clima _____

¿Qué proceso se sigue para la exportación del producto?

¿Utiliza algún perseverante para el producto?

SI_____ No_____

Si su pregunta es si, ¿qué tipo de químicos?

¿qué plagas afectan la producción?

¿Cada cuánto sale la cosecha?

ANEXO 4

Somos estudiantes de post grado de UNITEC, restamos realizando un Estudio de análisis de producción y exportación de malanga como requisito previo a la obtención de nuestro título Maestría Dirección Empresarial. Por lo que estamos solicitando de su valioso apoyo, respondiendo las siguientes preguntas a continuación

Marque con una X la respuesta que considere

¿Que cultiva y porque?

¿Dónde lo cultiva?

¿Hacia dónde lo exporta o vende?

Estados Unidos_____ Europa _____ Asia_____

Ha escuchada del auge de la demanda de la malanga en el extranjero

SI_____ NO_____

¿ Le gustaría cultivar malanga ?

SI_____ NO_____

¿Sabe cómo se cultiva la malanga?

SI_____ NO_____

si su opinión es si, por que no lo cultivo

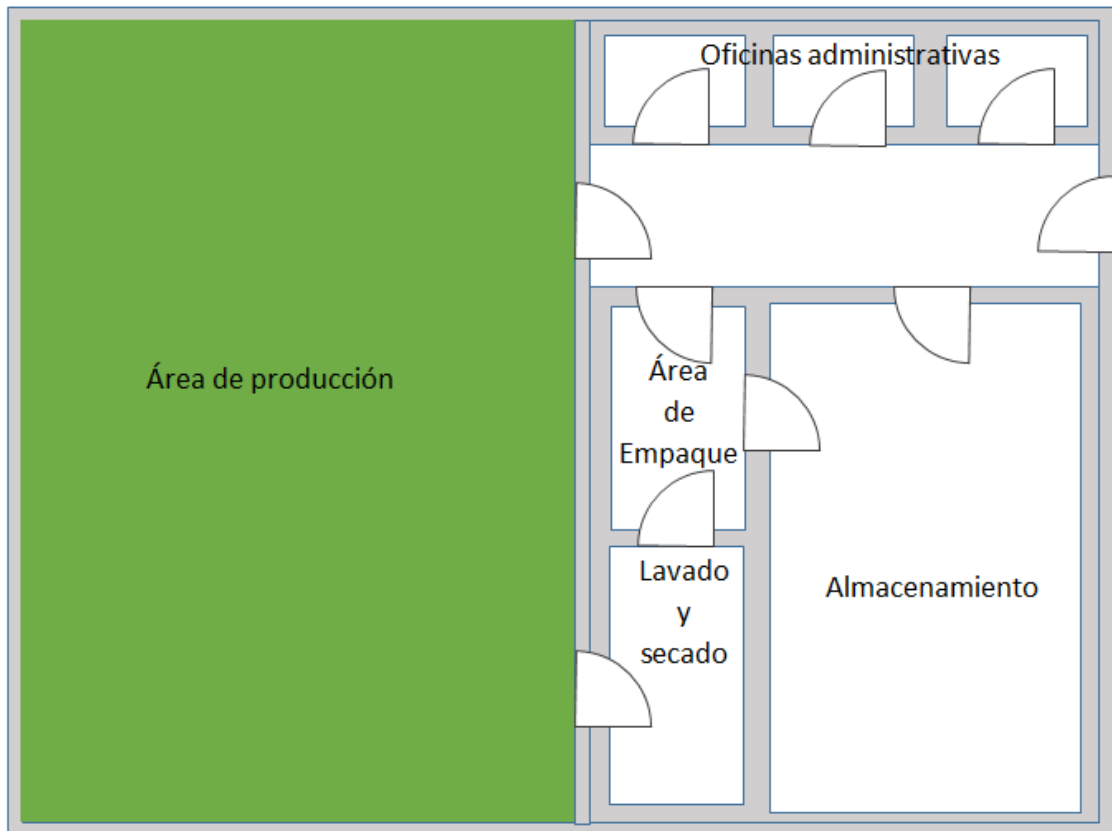
Por costo_____

Por producto tardío_____

Fertilidad de la tierra_____

Poca Rentabilidad _____

ANEXO 5 DISTRIBUCION DE PLANTA



BIBLIOGRAFIA

- Plan Negocio Para Exportacion Malanga A Estados Unidos de Norte america, Caso Agricola De Veracruz (2009).
- (2010). *Principales Exportadores Malanga*. Ministerio Relaciones Exteriores, Comercio e Integracion, Promocion Exportadores e Inversiones PROECUADOR.
- Agosin, M. R., Machado, R., & Nazal, P. (2004). *Pequeñas Economías, Grandes Economías*. Washington D.C, Estados Unidos: Banco Interamericano Desarrollo.
- AMCHAM. (19 de Agosto de 2011). *Camara De Comercio Honduras Americana*. Recuperado el 12 de Octubre de 2014, de www.amchamhonduras.org/
- Banco Central Honduras. (2010). *Exportaciones Segun Socios Comerciales*. Recuperado el 12 de Octubre de 2014, de www.BCH.HN
- Chain, N. S., & Sapag Chian, R. (2008). *Preparacion y Evaluacion De Proyectos* (Vol. 5). Bogota, Colombia: Mc Graw Hill.
- Corporacion Colombia Internacional. (2001). Oportunidades Mercado. En S. Cuellar , J. Medina, & J. Robbins, *Oportunidades De Exportacion Para Frutas Y Hortalizas* (págs. 52-53). Colombia: Gente Nueva.
- Cristina Bravo, A. V. (2011). *Estudio Produccion y Comercializacion De La Malanga En La Provincia De Manabi*. Ecuador.
- Duran, C. (23 de Octubre de 2014). Exportacion Malanga. (B. A. Borges, Entrevistador) Tegucigalpa.
- FPS. (2014). *Fundacion Produce Sinaloa*. Recuperado el 18 de OCTUBRE de 2014, de www.Fps.org.mx

- Gaya, S. G. (1978). *Diccionario General Ilustrado De La Lengua Espanol* (Vol. 4). Barcelona: Publicaciones Reunidas .
- Gray, C. F., & Larson, W. E. (2009). *Una Moderna Administracion de Proyectos*. Mexico D.F: Mc graw Hill.
- INE. (Septiembre de 2011). *Instituto Nacional Estadisticas*. Recuperado el 12 de Octubre de 2014, de www.ine.gob.hn
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2007). Fijacion De Precios De Los Productos. En P. Kotler, & G. Armstrong, *Marketing Version Para Latinoamerica* (págs. 322-327). Mexico: Pearson Education.
- Montaldo, A. (1975). *Cultivo De Raices y Tuberculos Tropicales*. San Jose , Costa Rica.
- Montalvo, A. (1977). *Cultivo De Raices y Tuberculos Tropicolas*. San Jose , Costa Rica: Editorial Iliaca.
- Pacheco, L. H., Paredes, P., & Pisculla Astudillo , R. (2009). *Inversion Para La Exportacion Producto Agricola Malanga*. Guayaqui, Ecuador.
- PMI. (2013). *A Guide Project Management Body of Knowledge*. Project Management Institute.
- PROHONDURAS. (27 de Octubre de 2014). *Produccion Malanga Blanca, Coco y lila*. Secretaria De Desarrollo Economico , Tegucigalpa.
- Sampieri, R. H., Fernandez, C., & Baptista lucio, P. (2010). *Metodologia De La Investigacion*. Peru: Mc Graw Hill.
- Sanchez, R. G. (Agosto de 2007). *Modelo Conceptual Para El Monitoreo y Control De Proyectos*. San jose, Costa rica.

Secretaria Agricultura y Ganaderia. (2014). *Directorio Comercial De Comparadores y Canales De Comercializacion A Nivel Nacional*. Recuperado el 20 de Octubre de 2014, de Unidad Agronegocios: www.agronegocios.sag.gob.hn

Subgerencia De Estudios Economicos. (2010). *Informe Sobre Comercio Exterior De Mercancias Generales*. Banco Central Honduras, Departamento De Estadisticas Macroeconomicas . Tegucigalpa: COMEX.

Truas, F. G. (1971). *La Exportacion Y Los Mercados Internacionales*. Barcelona: Hispano Europeo.

Vega, P. A. (2012). Estudio Malanga Blanca. Quito, Ecuador.