



FACULTAD DE POSTGRADO

TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE EMPRESA
CLASIFICADORA, PROCESADORA Y COMERCIALIZADORA
DE CAFÉ ESPECIAL TOSTADO Y MOLIDO**

SUSTENTADO POR:

ERICK NOÉ JUÁREZ CABRERA

PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE

**MÁSTER EN
MAESTRIA EN ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS**

TEGUCIGALPA, FRANCISCO MORAZÁN, HONDURAS, C.A.

OCTUBRE, 2017

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

UNITEC

FACULTAD DE POSTGRADO

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR

MARLON ANTONIO BREVÉ REYES

SECRETARIO GENERAL

ROGER MARTÍNEZ MIRALDA

DECANO DE LA FACULTAD DE POSTGRADO

JOSÉ ARNOLDO SERMEÑO LIMA

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE EMPRESA
CLASIFICADORA, PROCESADORA Y COMERCIALIZADORA
DE CAFÉ ESPECIAL TOSTADO Y MOLIDO**

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

**MÁSTER EN
ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS**

ASESOR

MARLON JAVIER MEJIA MEDRANO

MIEMBROS DE LA TERNA:

MARLON JAVIER MEJIA MEDRANO



FACULTAD DE POSTGRADO

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE EMPRESA CLASIFICADORA, PROCESADORA Y COMERCIALIZADORA DE CAFÉ TOSTADO Y MOLIDO.

Erick Noé Juárez Cabrera

Resumen

El presente Estudio de Factibilidad de Empresa Clasificadora, Procesadora y Comercializadora de Café Especial Tostado y Molido, define claramente una iniciativa de emprendedurismo y apoyo regional a los productores de café hondureño. Misma que valore el esfuerzo y la calidad del grano de café en oro permitiendo obtener una clasificación óptima en la selección del grano por variedad y estimaciones de precio de compra. El café especial será evaluado según su granulometría, altura, origen de cosecha y margen de error del grano para procesar la tostadura claro, intermedia y obscura según el tipo de tueste. El tipo de molienda clasificada en fina, Intermedia y granulada facilita su preparación y amplía la gama de sabores y texturas dentro del mundo del café. La comercialización del café en diferente tipo de tuestes y moliendas permite ampliar las opciones de compra y selección dependiendo la forma de preparación para su compra enfocando a un mercado más amplio siguiendo las exigencias de clientes consumidores de café.

Palabras claves:

Café Especial

Café en Oro

Café Tostado

Tipo de Molienda (Fino, Intermedio, Granulado)

Tipo de Tueste (Claro, Intermedio, Oscuro)



GRADUATE SCHOOL

"FEASIBILITY STUDY OF CLASSIFICATION, PROCESSOR AND MARKETER COMPANY OF TOASTED AND GROUND COFFEE"

Erick Noé Juárez Cabrera

Abstract

The present Feasibility Study of Classification, Processing and Commercialization Company of Special Coffee Roasted and Grounded, clearly defines an initiative of entrepreneurship and regional support to Honduran coffee producers. Same that it values the effort and the quality of the coffee bean in gold allowing obtaining an optimal classification in the selection of the grain by variety and estimates of purchase price. The special coffee will be evaluated according to its granulometry, height, harvest origin and grain margin of error to process the clear, intermediate and dark toasted according to the type of roasting. The type of grinding classified in fine, Intermediate and granulated facilitates its preparation and widens the range of flavors and textures within the world of the coffee. The marketing of coffee in different types of toasts and grinds allows expanding the options of purchase and selection depending on the form of preparation for its purchase focusing on a broader market following the exigencies of customer's consumers of coffee.

Palabras claves:

Special Coffee

Green Coffee

Roasted Coffee

Type of Grinding (Fine, Intermediate, Granulate)

Type of Toast (Clary, Intermediate, Dark)

DEDICATORIA

La presente dedicatoria a mi madre y padre que con sumo sacrificio lograron darme una educación ejemplar y por la que sigo luchando día con día para alcanzar mis metas planteadas.

Dedico este esfuerzo a Dios que ha sido un pilar fundamental en este camino ya que siempre ha estado presente en mi vida y en cada uno de los pasos que he dado hasta el momento, sin su compañía el camino hubiese sido más árido. Pero al contrario las oraciones han llegado en su momento y ahora puedo decir que estoy siendo bendecido con resultados esperados a base de fe y misericordia.

Sin duda alguna que parte de este logro y esfuerzo sumo el acompañamiento y entrega de parte de los maestrantes, con los que hoy compartimos este esfuerzo a fin de prosperar y dar lo mejor de nosotros mismos para que nuestro país salga adelante y ser el ejemplo para nuestras futuras generaciones.

Este logro no hubiese sido posible sin el esfuerzo de todos los catedráticos que día con día estuvieron al pendiente de compartir cada uno de sus conocimientos profesionales y laborales, en los que sin duda se convirtieron en una grata experiencia consolidando el enriquecimiento del saber cambiando mi conocimiento y fortaleciendo mis capacidades para compartirlo con la fuerza laboral que es el motor de la sociedad, a ellos agradezco todo esa entrega y disponibilidad esperando poderles servir en algún momento de mi vida.

AGRADECIMIENTO

Me gustaría agradecer a la Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC) por haberme permitido formar parte de su equipo de estudiantes de postgrado, así también a cada uno de los docentes por su apoyo incondicional.

Agradezco también a mi asesor de Tesis el Lic. Marlon Javier Mejía Medrano por haberme permitido tener un espacio de su tiempo para aprovechar de su conocimiento y capacidad para poder desarrollar esta gran labor que sirvió como guía para la finalización del Trabajo de Tesis.

Agradezco en especial a mi familia por animarme en cada momento en apoyo a este tan importante logro, esperando pueda servir a futuros emprendedores en esta temática facilitando su toma de decisiones y fortaleciendo este tipo de iniciativas.

Mi agradecimiento también va dirigido a los proveedores de Café de la Región de Marcala La Paz, Santa Bárbara y San Luis Comayagua por su apoyo en la recopilación de datos importantes sobre el tema de investigación de Tesis que permitió fortalecer el estudio en gran manera.

ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTO	x
ÍNDICE DE CONTENIDO	xi
CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN	1
1.1 INTRODUCCIÓN	1
1.2 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA	2
1.3 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	7
1.4 OBJETIVOS DEL PROYECTO	9
1.5 JUSTIFICACIÓN	10
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	11
2.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL	11
2.1.3 ANÁLISIS INTERNO	14
CAPITULO III. METODOLOGIA	36
3.1.2. HIPÓTESIS	38
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS	44
4.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	45
4.2 DEFINICIÓN DE NEGOCIO	45
4.3 RESULTADO DE LA ENCUESTA	45
4.6.8 RECURSO HUMANO	73
4.6.9 OPERACIÓN	74
4.10 FINANCIAMIENTO	80
4.10.1 CANTIDAD DE INSUMOS ANUALES	83
4.10.2 COSTOS VARIABLES	84
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	93
5.2 RECOMENDACIONES	96
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	98
1.6 ANEXO 1: ENCUESTA DE PREFERENCIA Y PATRONES DE CONSUMO DE CAFÉ	99

CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

El presente capítulo que presento a continuación es resultado del proceso de investigación que se llevó a cabo con la finalidad de verificar la factibilidad y rentabilidad de la puesta en marcha del proyecto.

1.1 INTRODUCCIÓN

El presente estudio se desarrolló para determinar la pre factibilidad de la apertura de una Empresa de Distribución de Café Especial, Café Eno's, en la ciudad de Tegucigalpa, Francisco Morazán donde se ofrecerán diferentes variedades de café tostado y molido cultivada en la región productora de café en el Departamento de La Paz. El café será comprado y seleccionado para su comercialización permitiéndome realizar un análisis de sustentabilidad y viabilidad de rentabilidad en el tiempo de la empresa facilitando la toma de decisión de la inversión.

Entre los elementos fundamentales que me incentivó a realizar el estudio fue el aumento del consumo de café de alta calidad, y la implementación de buenas prácticas en la producción de café en Honduras que aún no está siendo aprovechada en su totalidad. Esto despertó mi interés en el desarrollo y apertura de un nuevo segmento de mercado de consumo de café de alta calidad que satisfacer.

La Empresa Café Eno's, aspira al establecimiento de asociaciones con los productores de café del Departamento de La Paz, comprometiendo una cuota fija en la venta de café de alta calidad mensualmente para su posterior comercialización permitiendo mejorar los ingresos familiares de los productores por medio de la remuneración sostenible de acuerdo a la calidad del grano aromático.

1.2 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

HISTORIA DEL CAFÉ Y SU ORIGEN

El origen del café data desde el siglo XIII, según las creencias relatan que fueron los ancestros etíopes originarios del pueblo de Oromo quienes descubrieron por primera vez el grano aromático. Los Oromanos reconocieron el efecto energizante de los granos del Cafeto (Planta del Café), y su efecto estimulante. En esta misma creencia se aprecia que los orígenes del café aparecen en Etiopia y posteriormente se expande a los diferentes continentes del mundo.

Los granos de café especial son el resultado de cosechas regionales específicas determinadas por el tipo de suelo, temperatura, y altura según la variedad plantada. Estas son supervisadas bajo estrictas normas de producción agrícola que finalmente permiten obtener cosechas óptimas para la clasificación por variedad, selección del grano imperfecto, determinación de tipo de tueste y proceso de molienda.

El café en estado verde es tostado a temperaturas deseadas para obtener la materia prima que posteriormente será molida de acuerdo a las exigencias establecidas por el cliente, es infusionado cambiando su estado de composición, convirtiéndolo en una bebida que es obtenida de los granos cosechados del cafeto. El café es considerado especial cuando ha sido beneficiado siguiendo su origen y variedad del grano, así mismo es valorado por la lealtad de los consumidores adaptando su paladar diferenciado por el sabor y aroma siendo este uno de los factores por el que están dispuestos a pagar un precio superior.

La producción de café en Honduras entre los años 2015-2016 fue de 7.2 millones de sacos de 46 kg. Cantidad que representa la producción nacional. Siendo este el 1er país productor en Centroamérica, y 3ro en América y 6to a nivel mundial en la producción y cosecha de café. La producción nacional está representada por 15 departamentos productores generadores de más de 1 millón de empleos directos anualmente según las cifras del informe de estadística al 17 de abril de 2017 representativo de la misma cosecha publicado por el IHCAFE. («Presentación de PowerPoint - Boletín 17-04-17.pdf», s. f.)

La producción nacional de café permite ampliar la cobertura y diversificación de productos de este tipo de materia prima, ya que su producción permite no solo consumir el grano a nivel nacional sino también poder exportarlo. Al ser un producto de consumo masivo, es conveniente generar estrategias de alianzas por medio de convenios suscritos entre productores de café para el desarrollo de estrategias comerciales. Estas estrategias enumeran un sin número de opciones dentro del mercado para obtener beneficios económicos de manera sostenible tanto para la sociedad como para la economía nacional.

La oferta de producción de café en el Departamento de La Paz, se ubica en una región con temperaturas óptimas para el cultivo de café de diferentes variedades característico de un clima aceptable por su altura. Estas características identificadas facilitan la implementación de estrategias de comercialización de la producción de café ofertada, con el objetivo de generar una remuneración económica que cubra tanto con los costos de materia prima, producción, empaque y comercialización. Estas estrategias deben ser sostenibles y equitativas previendo el desarrollo económico de los productores beneficiando también a los habitantes de la comunidad.

El generar un valor agregado en un buen grano de origen establece con claridad la ampliación de un mercado consumidor especial, dando como resultado la importancia de implantación de una empresa clasificadora, procesadora y comercializadora de café especial tostado y molido ocupando un lugar significativo en el mercado local.

El café es conocido como una bebida que puede servirse frío o caliente, mismas que puede ser preparada en diferentes métodos de extracción, mediante la infusión de la nuez de café tostada y molida. Esta es un bebida socializadora, debido a que es consumida por un amplio segmento poblacional ya sea en reuniones que van dirigidos a una costumbre según sus gustos de consume de café.

En la actualidad los consumidores de café han adoptado nuevas las prácticas de consumo de café convencional de menor calidad por café especial, esto debido a que prefieren cuidar de su salud y tratar de complementar su dieta alimenticia con productos naturales y nutritivos que no causen daño a su salud. Este es el caso de los cafés especiales que son cultivados obteniendo una variedad de beneficios sostenibles como la preservación del ambiente como la conservación de la salud. Los cafés especiales son cultivados sin utilización de abonos químicos, ni pesticidas siendo esta una de las razones que lo hace más saludable que el convencional.

El factor medio ambiental también es importante tomarlo en cuenta disminuye la cantidad de prácticas químicas reduciendo también la contaminación en el ambiente ocasionada por la producción y control de plagas a base de químicos. Sin duda alguna se debe tomar en consideración que el café es y será una bebida cotidiana consumida a diario y comprada por una población bastante amplia.

Entre los comercializadores de café orgánico en Honduras encontramos a COMSA es una asociación de productores de café en la Región de Márcala, La paz Honduras, que se propone el logro de objetivos económicos, sociales y ambientales, como un estrategia para la reducción de la pobreza y la promoción de un desarrollo sostenible. Fundada en el 2001, con 7mil Lempiras de capital social para su inicio. («Historia - Café Orgánico Marcala S.A. (COMSA).», s. f.)

Surge a iniciativa de la Fundación para el Desarrollo Empresarial Rural (FUNDER) que se constituye como socio con mayoría de acciones, y en su fundación participan 60 productores de café, 12 mujeres y 48 hombres, para FUNDER la empresa fue un proyecto que contribuiría a que los asociados exportaran directamente su producción de café, por lo que las acciones de su propiedad, a la fecha del tiempo, FUNDER ha dejado de ser accionista; actualmente (2016) cuenta con 1.200 socios (as). («Historia - Café Orgánico Marcala S.A. (COMSA).», s. f.)

Ejecuta sus actividades en la producción de café usando prácticas y procedimientos orgánicos mediante un paquete tecnológico que mejora la productividad de la finca y asegurar la generación de ingresos en forma permanente. Está promoviendo la diversificación de la producción considerando la finca como una unidad productiva integral en la que todos los miembros de la familia participante en el proceso productivo.

El desarrollo de la capacidad productiva y de comercialización de COMSA se ha fundamentado en la ejecución de una estrategia que se ha caracterizado por definir las siguientes responsabilidades para cada una de las partes que participan en el proceso:

1. El productor tiene la responsabilidad de ejecutar las actividades productivas para producir el café respetando los requerimientos establecidos por las diferentes certificaciones de los nichos de mercados en los cuales comercializa de café COMSA, para producir café con las características especiales de calidad propias de la región y además alcanzar niveles de productividad que le permiten generar los ingresos necesarios para que mejore económica y socialmente.

2. COMSA tiene la responsabilidad de ejecutar: a.) Todas las actividades de procesamiento desde el grano en uva hasta obtener el café oro para exportación, b.) Posicionar a COMSA como una marca que comercializa café de alta calidad reconocido y acertado por el mercado internacional, respetando los requerimientos establecidos para la DO Marcala y las diferentes certificaciones a las que accede y c.) Garantizar la productividad en las fincas de los productores, para ello COMSA, asume la responsabilidad de prestar el servicio de capacitación y asistencia técnica a los productores que conforman su base social.

1.3 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

El objetivo central del problema se presenta al tener como iniciativa de emprendimiento la creación de una empresa de clasificación, selección, procesamiento y comercialización de diferentes variedades de café de alta calidad en Francisco Morazán. Por lo tanto se debe identificar los elementos que inciden en la compra y manejo de la cosecha, procesamiento/manufactura y comercialización del grano aromático, impulsando el desarrollo de los productores reduciendo las dificultades de colocación del producto en el mercado, venta del producto a precios justos, mejora de la calidad del grano seleccionado.

El desarrollo de la factibilidad de la empresa se apoyara en los resultados obtenidos por medio del uso de técnicas y herramientas las cuales se apoyaran mediante el diseño, aplicación y procesamiento de datos emitidos por encuestas tomadas a una muestra de la población en Tegucigalpa. La aplicación de esta técnica permitirá estudiar diferentes factores como determinación del tipo preferencias de consumo de café, el costo de venta al que están dispuestos a pagar por libra de café especial apoyado de la estimación de los costos de manufactura del grano.

El mercado de café cada vez crece con mayor intensidad, conformándolo una serie de productores en diferentes partes del país, mismos que cuentan con tecnología, mano de obra y maquinaria para el procesamiento. Referente a este factor también existen pequeños productores que deben de ser apoyados con iniciativas de comercialización del grano a un precio justo manteniendo la calidad.

Entre algunas de las problemáticas presentadas a los productores en sus cosechas esta la falta de colocación del producto en el mercado, el manejo y procesamiento artesanal del grano, mercados de distribución no definidos por variedad y calidad, falta de diversificación del producto, exceso de comercialización de café convencional, ventas de la materia prima a menores costos por falta de recursos económicos, empoderamiento de intermediarios nacionales, extranjeros afectando no solo el comercio nacional del café sino también su calidad y origen.

En respuesta de ello se crea esta iniciativa que permita apoyar al sector cafetalero nacional y comercializar café de primera calidad acompañado de diferente tipo de variedades y tuestes que permitan definir los mejores sabores, aromas y texturas del café nacional ampliando el menú de opciones del rubro.

¿Es viable conformar una empresa o clasificadora de café especial en Tegucigalpa?

¿Cuáles son los factores que influyen en la introducción de un nuevo producto a base de café de alta calidad en el mercado nacional?

¿Cuáles son el requerimiento en materia prima y equipo, recursos humanos y financieros necesarios para la clasificación, selección, tostaduría y comercialización de café especial.

¿Cómo evaluar la rentabilidad de la inversión en el procesamiento intermedio y comercialización del café de alta calidad en Tegucigalpa?

1.4 OBJETIVOS DEL PROYECTO

1.4.1 OBJETIVO GENERAL

Ampliar la comercialización de café nacional de la mejor calidad, procesando café especial por variedad y tuestes agregando un valor adicional por medio de la creación de Café Eno's empresa de selección, clasificación, comercialización y procesamiento de café especial.

1.4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

1. Dar a conocer la percepción del cliente con respecto al consumo de café convencional y determinar si está dispuesto a sustituirlo por café especial.
2. Determinar las preferencias y características del café especial por parte de los consumidores meta y aceptación del producto en diferentes presentaciones, por medio de un estudio de mercado.
3. Definir una estrategia de comercialización de café especial por media determinación de precios e insumo necesarios para su procesamiento.
4. Establecer el monto de inversión para la creación y comercialización del café especial.
5. Analizar factibilidad financiera de ejecución la empresa de café orgánico especial.

1.5 JUSTIFICACIÓN

El café es sin duda alguna es uno de los productos de mayor importancia en la canasta básica familiar Hondureña posicionándose en la mayoría de los hogares de los hondureños, mismos que consumen café a diario. Honduras es uno de los países que está posicionado como uno de los mayores productores de café del mundo ya sea de café arábico o robusta en sus diferentes procesos de producción.

En Honduras se evidencia según los datos publicados por el IHCAFE, se exporta café de muy buena calidad que también es posible consumirlo a nivel nacional mejorando la calidad en su proceso de clasificación y selección para su tostadura. Tomando el factor de calidad es pertinente tomar en cuenta que exista una oportunidad de negocios y poder procesar el producto diferenciándolo e innovando sus procesos de torrefacción que permita adicionar atributos como ser el cuerpo, acidez, textura, sabor que beneficien al consumidor final.

En el caso de los productores de café, permitirá generar una nueva opción de negocios de su producto generando utilidades en la etapa de pos cosecha y elegir los mejores precios para su venta, permitiendo comparar y ofrecer cafés diferenciados de mejor calidad a mejores precios, así mismo aprovechar nuestra posición geográfica como oportunidad estratégica tanto para la recolección del grano y la cercanía de las tierras productoras del grano aromático.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

En el presente capítulo se describen una serie de conceptos y recopilación de ideas, argumentos de experiencias, definición de términos y teorías utilizadas para el desarrollo del estudio de investigación, perfilando una estructura apoyada de literatura elegida que pueda sustentar el desarrollo de opiniones oportunas, veraces, con poder de convencimiento y que sirva como sustento para la toma de decisiones.

2.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

2.1.1 ANÁLISIS DEL MACRO-ENTORNO

El segmento de mercado de café hondureño es uno de los rubros privilegiados más demandados por el mercado internacional, sumado a la cantidad de consumidores predeterminados por el gusto de consumir café de calidad; países como Alemania, Bélgica, Estados Unidos, Italia, Francia, Suecia, Canadá, Reino Unido, Finlandia, Holanda; mismos que son abastecidos por medio de industrias comercializadoras de café, cooperativas, y caficultores que operan en Honduras quienes por medio de la colaboración del IHCAFE permiten que las exportaciones puedan llevarse a cabo por medio de diferentes métodos de evaluación para la exportación de café de calidad, es aquí donde seleccionan los productores que cumplen con los requerimientos de calidad de exportación para su negociación, esto es determinado por medio de un concurso en el que participan los productores de diferentes partes del país con el objetivo de evaluar el mejor café para su comercialización permitiendo definir precios justos. («Presentación de PowerPoint - Boletín 17-04-17.pdf», s. f.)

Entre los principales destinos de exportación de café hondureño entre la cosecha 2016-2017 lo encabeza Alemania con un 30% de las exportaciones del grano aromático cosechado. El mercado del continente europeo es uno de los que mayor demanda el aromático en el país, del total de la cosecha beneficiada en el año 2016-2017, el continente europeo importó el 67.07% que equivale a 3.2 millones de quintales, lo que permitió obtener \$842 millones de dólares en divisas. (2017)

En tercer lugar de los principales destinos de exportaciones del aromático en el año 2016-2017 encontramos a Estados Unidos con un 19.05% de las importaciones siendo este uno de los principales socios comercializadores y procesadores de café hondureño. La producción de las cosechas exportadas da a conocer la preferencia de los consumidores del grano nacional, ya que en él se encuentran variedades, sabores, aromas y texturas únicas en la región Centro Americana.

Los resultados obtenidos por la Resultados de la Taza de la Excelencia Honduras 2016 posicionan al Departamento de La Paz como una de las regiones con mejores cosechas del aromático llenando las expectativas de los evaluadores. Este evento fue realizado el 16 de junio del año 2016 en donde el primer lugar de la competencia fue para La Finca El Puente obteniendo un precio record de \$120.50 por libra. Este constituye el mejor precio obtenido en el Programa conocido como la Taza de La Excelencia en los 17 años que ha sido ejecutado el programa en los 11 países que ha sido desarrollado el evento. («Café en la red», s. f.)

De acuerdo con el resultado de la evaluación del café obteniendo una nota final de 91.7 posiciona la región permitiendo incrementar la demanda del producto para su exportación, clasificando en una categoría diferenciada como especial con una denominación de origen mismas que se venden por medio de las subastas electrónicas logrando precios competitivos por la calidad del grano y las certificaciones alcanzada. («Café en la red», s. f.)

2.1.2 ANÁLISIS DEL MICRO-ENTORNO

El Parque Cafetero hondureño cuenta con 430 mil manzanas y más de 120 mil familias productoras, en las que el 95% de las familias representan los pequeños productores que aporta a la economía del país representando el 30% del aporte al Producto Interno Bruto Agrícola y el 4% al Producto Interno Bruto Nacional. (2017)

La producción agrícola de café es una de las principales fuentes de ingreso económico rural y urbano en el país, en la actualidad la Producción de Cosecha de café en el Departamento de La Paz se contabilizan 7,282 productores del grano aromático con una cobertura de 20,431.53 manzanas de tierra que permiten producir 373,369.76 quintales de café en grano de oro del cual forma parte también de las exportaciones a nivel nacional. En rubro cafetalero en temporada de cosecha emplea a más de 1 millón de familias en los diferentes departamentos que representan 15 de los 18 departamentos a nivel nacional.

El IHCAFE en los últimos años ha fortalecido la capacidad de producción por medio de asistencia técnica que permita mejorar la calidad descubriendo el potencial del grano que permita incursionar en mercados cada vez más exigentes en los diferentes países importadores. El IHCAFE reconoce a Chinaca, Departamento de La Paz como uno de las regiones con la mayor calidad de cultivo de café y comercialización del grano a nacional como internacional.

Dentro de la estructura organizacional cafetalera en el país la conforma la Unión Nacional de Cooperativas (UNIOCOOP), Asociación Nacional de Caficultores de Honduras (ANACAFEH), y la Asociación Hondureña de Productores de Café, estas organizaciones apoyan a los productores de café ampliando mercados y posicionando el café nacional en mercados especiales y segmentos poblacionales con mayor poder adquisitivo permitiendo fortalecer la economía dentro de la cadena de valor del café.

2.1.3 ANÁLISIS INTERNO

En el Departamento de La Paz, Municipio de Santa Ana, se ubica la Finca El Ocotal donde se cultiva café de la variedad Pacamara, Catuai Rojo, Catimor y Borbon, situada geográficamente en el poblado de Musula a 1,520 metros sobre el nivel del mar, en donde inicia la altura más baja de cultivo de café especial de la mejor calidad, renovando las plantas de cafeto en la fina manteniendo el origen, calidad y pureza del grano, incrementando la producción de café orgánico por variedad ampliando los mercados más exigentes y competitivos generando el equilibrio de precios equitativos y beneficios para el desarrollo de la comunidad.

El municipio de Santa Ana, está ubicado geográficamente en un paraje llamado Malguara, a una distancia de 16 kilómetro de la cabecera departamental de Marcala, en la frontera con la Republica de El Salvador. El Municipio de Santa Elena La Paz se encuentra cerca de la región fronteriza que divide por el terreno plano y la parte baja del terreno con relieve, cuenta con una población de 4,646 habitantes, distribuidos en diferentes zonas de la cabecera municipal conformado por 12 aldeas y 16 caseríos, en donde 2,309 son mujeres y 2,337 hombre conformando una densidad poblacional de 4.25 habitantes por Km² , la población del municipio de Santa Elena es relativamente joven representados por una edad mayor o igual a 18 años.

Esta población es de 2,232 un 48.04% del total de la muestra siendo esta la que se encargara de demandar mayor cantidad de fuentes de empleo, servicios públicos, educativos, salud entre otros. («ODS JICA indicadores socioeconomicos marca la paz 2013, s. f.)

La cobertura del servicio de agua potable es del 81.77% que recibe el servicio, en el que el 65.18% es suministrado por medio de acueducto, y un 10.8% mediante pozo y un 9.97% con llave pública. La cobertura en disposición de excretas es del 81.04%, distribuido en servicio sanitario con 30.17% y mediante letrina en 50.87% cabe mencionar que no se cuenta con el servicio de alcantarillado en ninguna comunidad del municipio. Existen un total de 1,097 viviendas, de las cuales el 76% se encuentran ocupadas, en las cuales el 94.74% de las familias poseen vivienda totalmente pagadas, y un 2.95% está alquilando, un 1% la ocupa de forma prestada y el 1.29% posee vivienda propia pero continua en proceso de pago. («ODS JICA indicadores socioeconomicos marca la paz 2013, s. f.) P.7

Entre las principales actividades económicas de la región son: la producción de granos básicos como maíz y frijoles, también producción de café a una escala media, el comercio al por menor, la ganadería, servicios profesionales, carpinterías, albañiles, talleres de estructuras metálicas, mecánicos, entre otros. La mayor parte fuerza de trabajo predominante está en la producción agropecuaria, existen 1,203 agricultores, jornaleros y ganaderos que representa el 35.95%. («ODS JICA indicadores socioeconomicos marca la paz 2013 s. f.)

La Finca El Ocotal, beneficia café con especialidad entre ellos café arabico lavado, café melado, café natural, café orgánico con el objetivo de comercializarlo y generar utilidades, mediante la contratación y capacitación de mano de obra calificada en la que participan los habitantes de las comunidades aledañas a la finca.

Esto es debido al incremento de la demanda de cortadores para la temporada de cosecha misma que son conformadas por familias dedicadas a la producción de café como parte cultural de sus costumbres que lo han convertido en una fuente de empleo.

En la época de cosecha que inicia en octubre de cada año finalizando las postreras en el mes de marzo de cada año en el beneficio del café, siendo esta una contribución social directa con los habitantes empleados para la labor, generando ingresos para la finca y asociaciones cafetaleras participantes en las que minimizan tanto los gastos de operación beneficiando a los cortadores de café que habitan en las comunidades cercanas a la finca.

Es por ello que es necesario identificar y clarificar el panorama en la clasificación de procesamiento de café mediante el beneficio, permitiendo retomar las buenas practicas usadas para la exportación del café y abrir un mercado de café de exportación para el consumo nacional convirtiéndolo en el protagonista en la comercialización de café. En la actualidad existen un sin número de marcas y publicidad llamativa que pretende ofrecer a los clientes el mejor café, mas sin embargo solo es una estrategia de comercialización para generar utilidades pero realmente no pretenden mantener la calidad, mientras tanto se utiliza el término de auto sostenibilidad con la producción, ambiente y sociedad pero realmente existirá tal comportamiento.

El mejoramiento de la competitividad, calidad y comercialización del café es la ventaja centroamericana en el mercado cafetalero que radica en contar con muchas zonas de cultivo con las condiciones agroecológicas adecuadas para producir café de buena calidad. Si bien algunos países de la región han logrado avances explotando esta ventaja (Sobre todo Honduras, Costa Rica y Guatemala) otros han hecho poco. En general, la región tiene un potencial significativo para mejorar la calidad y penetrar segmentos de mercado de alta calidad y de cafés especiales.

Los programas de mejoramiento de la calidad deben abocarse a mejorar la calidad en la producción primaria y también en el beneficiado del café seco y húmedo mostrando un futuro prometedor por el que se debería ocuparse.

2.1.4 TEORIAS DE SUSTENTO

Expone y analiza las teorías, conceptos, investigaciones previas y antecedentes en general que se consideran válidos para perfilar correctamente la investigación.

En esta ocasión tomaremos como referencia el modelo implementado en el Sistema de producción de café en Colombia, se denominación de Cafés Especiales nació a comienzos de la década de los 60's como una respuesta a los consumidores de café de los Estados Unidos, que buscaban una bebida de mayor calidad en un mercado donde un producto se encontraba homogenizado.

Este modelo fue el que permitió repuntar el cambio de la preferencia de café en los consumidores, dejando el consumo del café tradicional / convencional por uno de alta calidad. Los cafés especiales eran servidos y comercializados en cafeterías específicas que mejoraban cada vez sus preparaciones con particularidades marcadas en su menú de opciones. Este es el momento en que el consumidor tiene la oportunidad de probar los diferentes sabores y fragancias de los distintos cafés y conocer más sobre su origen de cultivo (Giovannucci y Koekkoek, 2003; Ponte; SCAA, 2004).

Los Cafés especiales son aquellos que conservan una consistencia en sus características de su forma, tamaño, humedad, apariencia y defectos, características sensoriales olfativas, visuales y gustativas, prácticas culturales de recolección, lavado y secado.

No podemos dejar por parte los procesos finales como lo es la tostón, molienda y preparación que son características que distinguen del común de los cafés tradicionales y por los cuales los clientes están dispuestos a pagar un precio superior (Giovannucci y Koekkoek, 2003; Ponte; SCAA, 2004).

Según la Asociación de Cafés Especiales de América (SCAA, 2004) el mercado de cafés en Estados Unidos son representados por el 30% cafés de origen mismos que provienen de un país, región o finca con un sin número de cualidades únicas, debido a que crecen en sitios especiales. El 15% son representados por los cafés de alta tostión que en ocasiones son mezclados con cafés de calidades superiores con características específicas según las preferencias del consumidor. Los cafés especiales ofrecen al consumidor un menú bajo el cual pueda tomar la decisión de seleccionar el de su preferencia pagando un precio razonable y sustentable dentro de la cadena de valor del café.

Dentro de los aspectos importantes de los mercados de los cafés especiales existe un consumo de productos ecológicos, conservacionistas que han cambiado el consumo alimenticio a nivel mundial. Esta tendencia se da por el reconocer que el ser humano debe cuidar de su salud y exige nuevas tendencias de gustos y preferencias por parte de los consumidores.

Entre los antecedentes de la producción de café sostenibles cubren cerca del 1.3% de la producción mundial de café, representados por 129.300 toneladas por año de café verde en el año cafetero 2002/2003, y fueron los países de América Latina los principales productores y proveedores (Villalobos, 2004, Vieto 2003). El crecimiento del mercado de cafés sostenibles en Colombia ha estructurado un nicho de mercado que consume este grano aromático por ser de alta calidad y la implementación de buenas prácticas de producción.

Entre los países que han cambiado su sistemas de producción y ha implementado el cultivo de cafés especiales podemos encontrar a México, Perú, Guatemala, Colombia, Nicaragua, Bolivia, Honduras y Costa Rica. De éstas cosechas se exportaron 1, 360,000 sacos (64.5%), hacia Europa, Estados Unidos, Japón Canadá, Taiwán, Oceanía E Israel.

La producción de cafés sostenibles en Colombia se estimó en 110,200 sacos de café verde (5.2% de la `reducción de América Latina) y su participación en las exportaciones fue del 7.5% de la exportación global de América.

2.1.5 CONCEPTUALIZACIÓN

La conceptualización se fundamenta en una serie de análisis, estudios técnicos, sociales y mercadológicos y financieros, que perfilan y establecen la viabilidad del sin número de opciones dentro del mercado competitivo y las diferentes ventajas que se obtienen al comercializar café especial por variedades con los mejores métodos de beneficio de las fincas, con el propósito de producir café de alta calidad, tomando en cuenta el tiempo siembra de las fincas, el tipo de regiones en las que se está cultivando café especiales de alta calidad.

En el siguiente apartado se mencionan con mayor precisión y facilitar la comprensión del estudio de factibilidad propuesto en los siguientes conceptos en el desarrollo de la tesis.

PLAN DE DESARROLLO DE EMPRESA DE SELECCIÓN, CLASIFICACIÓN, PROCESAMIENTO Y COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ ESPECIAL DE ALTA CALIDAD.

El estudio se fundamenta en la inclusión de la comercialización del café especial en sus diferentes clasificaciones de beneficio, tomando en cuenta la existencia de café especial cultivado en la región conocida como Musula siendo contemplado este proyecto como primordial de la apertura de la empresa de clasificación, selección, procesamiento y comercialización de café que amplíe y promueva el desarrollo económico de la zona incentivando tanto a la asociación conformada por la Finca El Ocotal a continuar en la mejora del café especial siguiendo las buenas prácticas de una agricultura limpia, ecológica y auto sostenible a un precio justo.

CAFÉ PERGAMINO SECO

El café posteriormente a ser despulpado es conocido como café húmedo para ser lavado y posteriormente secado por diferentes métodos, obteniendo el grano en pergamino seco con cascarilla.

CAFÉ TOSTADO

Es conocido como tratamiento térmico al que se somete la semilla del cafeto para obtener un producto quebradizo en el cual pierde peso y se desarrolla el aroma y el gusto típico del café, que puede ser en un tueste ligero, medio, u obscuro.

VARIEDADES DE CAFÉ ESPECIALES COMERCIALES

VARIEDAD TYPICA

Comúnmente llamado criollo, indio o arábigo, fue la primera en ser cultivada en América Tropical, representando cafetales muy antiguos y produce café de muy buena calidad.

VARIEDAD BOURBON

La variedad Bourbon fue seleccionada inicialmente en el Brasil, sin embargo, se cree que vino de abisinia y de la Isla de Reunión, antes de la llamada Bourbon.

VARIEDAD CATURRA

La Variedad de café caturra es más precoz y productivo, el porte reducido constituye grandes ventajas ya que facilita la recolección y permite utilizar altas densidades de siembra que aumentan la producción por de superficie.

VARIEDAD PACAS

Este tipo de café se originó gracias a una mutación de Bourbon, similar al Caturra de Brasil y al Villa Sarchi de Costa Rica.

VARIEDAD VILLA SARCHI

Esta variedad es originaria de Costa Rica, su nombre se debe a su zona de origen, la provincia de Alajuela. Es una variedad precoz a la producción y maduración intermedia uniforme el cual tiene bien comportamiento en las zonas cafetaleras.

VARIEDAD CATUAI

La variedad de café Catuai es originaria de Brasil entre un cruce entre las variedades caturra amarillo y mundo novo, dando a líneas de Catuai rojo y Catuai amarillo.

CATACIÓN

Es la etapa más importante en el proceso de compra de un lote de café para venta nacional e internacional, es el arte bajo el cual se determinan las cualidades físicas y organolépticas en los diferentes estados del café: oro, tostado y en taza de café. Los análisis se realizan en espacios adecuados por catadores especializados con experiencia, caracterizando los tipos de café especiales a comercializar. Es necesarios que la muestra a analizar deba ser representativa del lote para lo cual debe realizarse un muestreo del café.

ENVASADO

El envasado del café molido para venta debe empacarse en bolsas de papel kraft, aluminio, plástico con capacidad de 1 libra, depositando el café molido o en grano dependiendo la preferencia del cliente y de la presentación en la que se decida comercializar.

SELECCIÓN CAFÉ ESPECIAL

La Producción y comercialización de café especial incentiva el posicionamiento de cafés de excelente calidad, mismos que pueden distinguirse por sus consistencias en sus características. Los cafés especiales ofrecen a su vez una oportunidad de mejora de los ingresos económicos a las familias caficultoras. Esto ha facilitado la promoción y exportación de cafés especiales con sobrepuestos a otras partes del mundo, ya que se garantiza la calidad en los mercados nacionales como internacionales. Este efecto económico beneficia no solo a la cadena del valor del café sino que también a los productores quienes son los responsables de que se cumplan las condiciones excepcionales de producción y cosecha.

En la selección del café especial se debe determinar la región geográfica y su ubicación de cultivo, posteriormente a la cosecha inspeccionar los granos para retirar

PREPARACIÓN PARA CAFÉS ESPECIALES

Honduras por su posición geográfica, por su clima y por la ubicación de sus zonas cafetaleras sobre el nivel del mar puede potencialmente comercializar más del 80% de su producción en este tipo de mercado, es decir tienen una herencia celestial para competir con café especial, hace falta trabajar para cumplir con los requisitos de estos cafés.

En la preparación del café oro exige calidad, aun así se acepta un número limitado de los granos de café que no sea iguales a la mayoría y se les conoce como defectos o imperfecciones son los responsables del daño en la taza. A este proceso se le llama preparación de café, siendo el mercado cada vez más exigente para que la taza sea sana o libre de defectos. La sanidad es un parámetro muy importante en la preparación, depende del manejo que se le haya dado al café desde la recolección hasta el momento de envasarlo; si todas las etapas se han realizado correctamente entonces la preparación resulta relativamente fácil, caso contrario la actividad resulta casi imposible de realizar y se necesita equipos especializado y costoso para su realización.

Los defectos descritos a continuación son los que en muchas ocasiones son identificados en las mejores selecciones entre ellos menciono los siguientes:

- **Grano negro o parcialmente negro:** Es todo grano de café almendra que presenta total o parcialmente un color negro.

- **Grano cardenillo:** Es café atacado por hongos, debido a su almacenamiento cuando el producto está húmedo. También por una fermentación descontrolada; por prolongadas interrupciones durante el secado.
- **Grano fermentado o agrio:** Es todo grano de café en almendra que se presenta un color que va de una tonalidad crema, hasta carmelita oscuro. Se produce por sobre fermentación o por almacenar húmedo el café y tiene olor a vinagre.
- **Grano cristalizado:** Es todo grano de café almendra de color gris azulado, producido por exceso de temperatura en el proceso de secado. El grano es quebradizo.
- **Grano decolorado:** Es todo grano que ha sufrido alteraciones en su color natural y se vuelve generalmente de color blanco, amarillo, gris, oscuro, o con vetas blancas. Se clasifica según los siguientes conceptos:
 - **Reposado:** Grano decolorado a causa de que se humedece después del secado inicial. Presenta vetas blancas.
 - **Reposado:** Grano decolorado por defecto de almacenamientos prolongados y/o condiciones adversas al mismo. Presenta colores que van desde el blanqueo, el crema, hasta el amarillo.
 - **Ámbar o Mantequilla:** Es un grano colorado por defecto de problema de los nutrientes del suelo. Presenta amarillo transparente.
 - **Sobre secado o quemado:** Es un grano de color ámbar o ligeramente amarillento, producido por dejar el producto secando más del tiempo necesario.
 - **Grano mordido o cortado:** Son los granos que han sufrido una cortada y se han oxidado. Generalmente ocurre en el despulpado. Afecta el aspecto de la bebida.

- **Grano privado por Insectos:** Son los granos que representan pequeños orificios.
- **Grano partido:** Son trozos del grano de café almendra producidos por la ruptura del grano en la trilla. Afecta el aspecto del grano, el rendimiento en la torrefacción y el sabor de la bebida.
- **Grano Inmaduro:** Son los granos que presentan un color verdoso o gris claro, debido a que el café es recolectado antes de su pleno desarrollo.
- **Grano Aplastados:** Son los que han sufrido algún aplastamiento, lo cual puede ocurrir por un mal trato durante el proceso del beneficio, o durante el secado al pisar el café, o al trillar cafés húmedos.
- **Grano flojo o húmedo:** son granos de color gris oscuro, blando, debido a la falta de secado.
- **Grano pelado:** Es todo grano de café seco de trilla, al cual le falta la mitad o más del pergamino.
- **Guayaba:** Es todo grano seco de trilla que tiene adherido la mitad o más de la pulpa seca.
- **Toda materia mineral:** Materia extraña animal o vegetal no originaria de la cereza del café.
- **Impurezas:** Es el cascabillo, la pulpa o el vano.

Dentro de los cafés especiales se distinguen 3 clases de preparaciones mencionadas a continuación:

1. Clase 1- Calidad Specialty

1. El tamaño de la muestra debe ser de 350 gramos
2. El tamaño de la zaranda 5% abajo y 5% arriba del rango especificado
3. El contenido de humedad: 9 – 13%
4. El grado tostado : 0 Quackers o Grano Inmaduro
5. No se aceptan defectos primarios

En esta categoría su atributo distintivo se encuentra en los parámetros de su sabor, acidez, cuerpo y aroma los cuales deben de ser determinados entre el comprador y el vendedor.

2. Clase 2 – Calidad Premium

1. El tamaño de la muestra debe ser de 350 gramos
2. El tamaño de la zaranda de 5%abajo y 5% arriba del rango especificado
3. El contenido de humedad: 9 – 13%
4. El grano tostado: máximo 3 Quakers o inmaduros
5. Se permiten defectos primarios
6. Se permite de 0 – 8 defectos
7. El café debe estar libre de olores extraños
8. El café debe estar libre de objetos extraños

En esta categoría su atributo distintivo se encuentra en los parámetros de su sabor, acidez, cuerpo y aroma los cuales deben de ser determinados entre el comprador y el vendedor.

Se consideran defectos primarios en una muestra de café:

1 Grano Negro Total

1 Grano amargo o fermentado total

1 Cereza

2-5 Piedras

2-5 Palos

5 Granos Brocados

Se consideran defectos secundarios en una muestra de café:

2-3 Cascaras

2-3 Quebrados

5 Cortados o Quebrados

10 Dañados por insectos

2-3 Negro Parcial

2-3 Amargo Parcial

5 Flotadores o vanos

5 Conchas

1 Piedra Pequeña

1 Palo Pequeño

3. Clase 3 – Calidad Bolsa

1. El tamaño de la muestra debe ser de 350 gramos
2. El tamaño de la zaranda debe ser de 50% por peso arriba zaranda 15 y menos del 5% por debajo de zaranda 14.
3. El grado tostado: máximo 5 Quackers o inmaduros
4. El total de defectos esta entre 9 – 23
5. El café debe estar libre de olores extraños
6. El café debe estar libre de objetos extraños

CLASIFICACIÓN DE CAFÉS ESPECIALES

En la clasificación de cafés especiales en Honduras podemos encontrar cafés de origen subdivididos en cafés regionales, exóticos, y de finca. Los cafés regionales son aquellos cafés que provienen de una región específica reconocida por cualidades particulares. Los cafés exóticos son cultivados en sanos determinantes bajo las condiciones excepcionales que mejoran las características sensoriales y organolépticas que permiten obtener un taza mayor calidad.

El café de finca es producido en una sola extensión de tierra perteneciente a una sola finca, que proviene de un solo cultivo centralizado y ofrecen un producto sobresaliente de calidad.

Entre los cafés del grupo de preparación se subdividen en cafés selectos, caracol, y supremo. Los cafés selectos son los que provienen de un mezcla de diferentes granos mezclados con varios tipos de café y que dan resultado a una taza excepcional de calidad. Los cafés supremos son los que se ofrecen de acuerdo a una clasificación por tamaño del grano de acuerdo al número de mayo en el colado del grano. El café caracol es cultivado en zonas de mayor altura en los que en su proceso de selección se seleccionan los granos en forma de caracol los que benefician a la taza con una intensidad en su sabor.

Los cafés sostenibles aparecen en una tercera categoría como cafés de conservación ecológica, comercio justo y certificación orgánica. Los cafés orgánicos son los cafés cultivados bajo estrictas normas de calidad en los que no se permite el uso de agroquímicos, fungicidas, herbicidas, insecticidas y fertilizantes siguiendo con las normas de certificación orgánica. El café amigable con las aves o de sombra es el café que se cultiva a la sombra bajo arboles de mayor altura evitando un poco la exposición solar. El café precio justo o social es el que es producido pequeños productos asociados en cooperativas y que cuentan con un techo mínimo en el precio por libra valorando el trabajo de los productores.

Posterior a la cosecha el café especial es almacenado en columnas de sacos estibadas bodegas, almacenando los sacos por cantidades de 120 libras mismos que son organizados por lotes y precios de venta. Estos lotes son comercializados por medio de contratos de ventas siguiendo las condiciones establecidas por el comprador de café especial de alta calidad.

CONSUMIDORES DE CAFÉ ESPECIAL

En este caso existen diferentes opiniones que son emitidas por los consumidores se puede identificar con mucha facilidad que existe una preferencia en consumir café de calidad que tenga un sabor agradable buen aroma, texturas, cuerpo, aparte de esta atributos hoy en día los consumidores están preocupados por el contenido de su ingesta diaria de comida y bebida, considerando que los alimentos entre más naturales son más salud y bienestar les trae a sus dietas.

Otro de los puntos de mayor sensibilidad para los consumidores es la salud de los trabajadores que deben de manejar cada uno de los productos químicos son utilizados en el cultivo tradicional de la producción de café tradicional.

Los mercados en la actualidad están exigiendo buena calidad de cafés tanto en tiendas de preparados como de materia prima para preparación doméstica y por ello los cafés especiales sitúan los primeros lugares en la comercialización. Uno de los puntos adicionales al tema también es que los consumidores prestan mucha atención por los efectos negativos de las sustancias agro-químicas en el medio ambiente, ya que quieren estar seguros de que el producto que compran se encuentra libre de este tipo de sustancias, aquí mismo sabiendo que se previenen este tipo de factores de contaminación llama la atención de otro segmento de mercado que comparten la postura de proteger el medio ambiente contaminación y degradación de las tierras.

CAFÉ ESPECIAL

Los cafés especiales de acuerdo a la Specialty Coffe Asociation of America, hace referencia al cultivo de cafés en una geografía y microclimas específicos.

Esto permite la producción de café con sabores inigualables debido al clima, humedad que preservan identidades en las variedades de café.

Entre una de los puntos adicionales para determinar la especialidad de los cafés está el proceso de selección acompañado de su tipo de tueste, tipo de molienda y método de preparación que dan el punto final de la calidad en los procesos de catación del café.

BENEFICIO DE CAFÉ

El proceso de beneficio del café es previo a la compra, a este lo conforma la transformación del fruto maduro en el grano de café pergamino seco de punto comercial, en sus diferentes etapas del proceso como ser la recolección del fruto en las finas, el recibo y clasificación del fruto, despulpado del fruto, clasificación del café despulpado, remoción de la miel del café o mucilago del café despulpado, lavado del café posteriormente a su fermentación, clasificación del café lavado, secado del café lavado, almacenamiento del café para su comercialización.

COMERCIALIZACIÓN

La comercialización consiste en colocar el producto en el los diferentes segmentos de mercado, ya sea por medio de intermediarios, cooperativas y organizaciones exportadoras de café, proveedores de cooperativas a escala y pequeños grupos de productores que también son exportadores de lotes de cafés a menor escala.

CAFÉ PERGAMINO SECO REFINADO

Los frutos se extienden en pisos de cemento en capas de 8 centímetros de espesor que deben removerse varias veces al día. Durante la noche, los frutos deben amontonarse y cubrirse con una lona. Así se secan los granos al sol, durante diez a veinte días, hasta que se obtiene un 12.5% de humedad y el llamado café bola. Dicho café es una bola de color castaño oscuro en cuyo interior resuenan los granos. El café bola pasa al proceso de pilado, donde se muele para eliminar la capa exterior. El grano resultante se denomina café natural o café oro.

2.2 MARCO LEGAL

El marco legal va dirigida directamente a los diferentes requisitos legales, laborales y comerciales que debe cumplir la empresa al iniciar operaciones, entre ellos se encuentra la constitución legal, inscripción en el registro tributario nacional (R.TN.), registro de marcas, patentes y derechos de autor registro mercantil, registro en la cámara de comercio, permiso de operación, licencia sanitaria, licencia ambiental, registro sanitario, inscripción en el IHCAFE e inscripción de los trabajadores y del Patrono en el Instituto Hondureño de Seguridad Social.

En este caso partimos de un proyecto de factibilidad es por ello que en la actualidad no se cuenta con estos requisitos permitiendo al estudio de factibilidad dar a conocer la línea base y estrategias para iniciar con las operaciones al finalizar este año.

2.2.1 REGISTRO DE LA EMPRESA

CONSTITUCIÓN LEGAL

La empresa se constituyó como sociedad de Responsabilidad Limitada (S. de R.L.) con el nombre de Café Eno's, con un capital inicial autorizado de L. 250,000.00, aportado por el inversor de la empresa en donde tendrá la responsabilidad total del monto aportado.

La empresa estará ubicada con Domicilio en Comayagüela, Francisco Morazán. La

escritura pública será constituida por un profesional del derecho o notario público con domicilio en Comayagüela, Francisco Morazán. Entre los requisitos que debe presentar debe ser la copia de la identidad del propietario y copia de R.T.N.

INSCRIPCIÓN EL REGISTRO TRIBUTARIO NACIONAL (R.T.N.)

La inscripción debe realizarse en conjunto con la constitución legal y se debe tramitar el Registro Tributario Nacional (RTN) de la empresa, el cual es necesario para la impresión de comprobantes de pago y recibos oficiales. El R.T.N. es un documento exigido por todos los compradores formales en Honduras para la compra de productos agroindustriales. El RTN solamente debe tramitarse una sola vez y no es necesaria su renovación o el pago de anualidades. («Registro Tributario Nacional (RTN)», 2016)

PERMISO DE OPERACIÓN

El permiso de operación debe gestionarse en la Alcaldía Municipal del Distrito Central por medio del profesional del derecho contratado por la Dinamarca Café, dentro de sus requisitos debe cumplir con la solvencia municipal, copia de identidad del propietario, copia de R.T.N. de la empresa, copia de escritura de constitución. («AER | Alcaldía Municipal del Distrito Central», s. f.)

REGISTRO MERCANTIL

Para gestionar el registro mercantil se debe constituir en base al Código de Comercio debe registrar la escritura de constitución en el Registro Mercantil; debiendo realizar dicho trámite por el propietario el instituto de la propiedad de Francisco Morazán siguiendo con la normativa aprobada en el código del comercio.

REGISTRO EN LA CÁMARA DE COMERCIO

El registro en la Cámara de Comercio debe gestionarse siguiendo el artículo 382 del Código de comercio, es obligatorio el propietario registre en la Cámara de Comercio e Industria correspondiente a Tegucigalpa en donde estará operando la empresa.

Este documento es requisito para que las corporaciones municipales autoricen el permiso de operación. Pero, además, al registrarse, la empresa forma parte de la base de datos de la localidad, lo cual es útil para establecer contactos comerciales, mismo registro que deberá renovarse obligatoriamente todos los años que sean terminados en cero y cinco.

LICENCIA SANITARIA

Es necesario que para la solicitud de la Licencia Sanitaria se debe identificar previamente cuál es la oficina regional de Control de Alimentos que tiene jurisdicción en la ciudad donde se ubica el proyecto; luego el apoderado legal de la empresa debe realizar el trámite de la licencia, esta tiene una validez anual, por lo que cada año se deben pagar los servicios del apoderado legal para renovación. Es necesario que la licencia sanitaria se vea en el local.

REGISTRO SANITARIO

El registro sanitario se debe gestionar para que el producto que se procesa en la empresa sea inocuo y pueda usarse independientemente del tamaño o peso del mismo. El registro debe tramitarse por medio de un apoderado legal. Tiene validez de cinco años.

REGISTRO DE MARCAS, PATENTES Y DERECHOS DE AUTOR

La marca es el nombre de producto que lo diferencia de la competencia. Para que la marca sea registrada, no se debe violar la protección legal de otra ya existente.

La palabra de la marca de ser corta, sencilla, fácil de reconocer, pronunciar, recordar y escribir; debe describir el producto o servicio, y debe ser aplicable a un servicio o producto de la

misma línea que más tarde quiera agregar.

La marca caduca a los diez años y puede ser transferida de una empresa a otra bajo un documento legal; el registro debe hacerse a través del apoderado legal; además en trámite puede demorar más de un año. Una vez se defina el nombre de la marca se debe completar los siguientes requisitos:

REGISTROS LABORALES DE LA EMPRESA

Como la empresa no está contemplada en el Reglamento General de Medidas Preventivas de Accidentes de Trabajo y Enfermedades profesionales, se requiere de la aprobación de un reglamento especial. Este debe regular los riesgos existentes en la empresa y también debe ser aprobado por la Secretaría de Trabajo.

El Apoderado Legal de la Empresa presentará la solicitud con todos los documentos y requisitos. La Secretaría tarda un promedio de 30 días hábiles en aprobar y extender la certificación correspondiente.

El incumplimiento de este requisito da lugar a que la secretaria imponga una sanción administrativa, consistente en una multa entre 50 y 500 lempira, dependiendo de la capacidad económica de la empresa y de la gravedad de la infracción.

Según el reglamento especial y obligaciones los patronos también están obligados a conceder vacaciones remuneradas a los trabajadores después de cada año de trabajo continuo, de conformidad con lo establecido en el capítulo III del Título IV del Código del Trabajo.

La sociedad establecida como tal deberá llevar un libro de inscripción de empleados con todos sus datos. Según lo establecido en los artículos 310 y 312 del Código del Trabajo.

Pagar a cada trabajador el décimo tercer mes de salario en concepto de aguinaldo. Este pago debe hacerse en diciembre (Decreto Legislativo 112-82, del 28 de octubre de 1982).

Pagar el salario mínimo y cumplir los decretos ejecutivos que, para su reajuste, se aprueban cada año.

El cumplimiento de cualquiera de estas obligaciones da lugar a que la secretaria imponga al patrono una sanción administrativa consistente en una multa de entre 50 y 500 lempiras por cada infracción comprobada, de acuerdo con las circunstancias del caso, la reiteración de la falta, y la capacidad económica de la empresa infractora.

REGISTRO EN EL INSTITUTO HONDUREÑO DE SEGURIDAD SOCIAL

Deben inscribirse en el IHSS todas las empresas legalmente constituidas, que cuenten con permiso de operación. Para que los empleados estén cubiertos por el IHSS, hay que pagar mensualmente el 10.7% de los salarios, que se distribuye así: el 3.5% se le deduce al trabajador, el 7% lo paga el patrono y el 0.20% lo aporta el estado, sobre un techo salarial de L. 7,000.00.

El Instituto Hondureño de Seguridad Social tiene cobertura en varias ciudades de país, como ser: Tegucigalpa, San Pedro Sula, Santa Rosa de Copán, La Ceiba, Puerto Cortés, Tela, Villanueva, Choloma, San Lorenzo, Juticalpa, Danli y Comayagua.

Entre los requisitos que deben presentar se mencionan los siguientes:

Los trabajadores como la empresa deberán llenar la hoja de afiliación al IHSS. Esto habrá que presentarlo dentro de los cinco días de inicio de operación de la empresa, junto con los demás documentos.

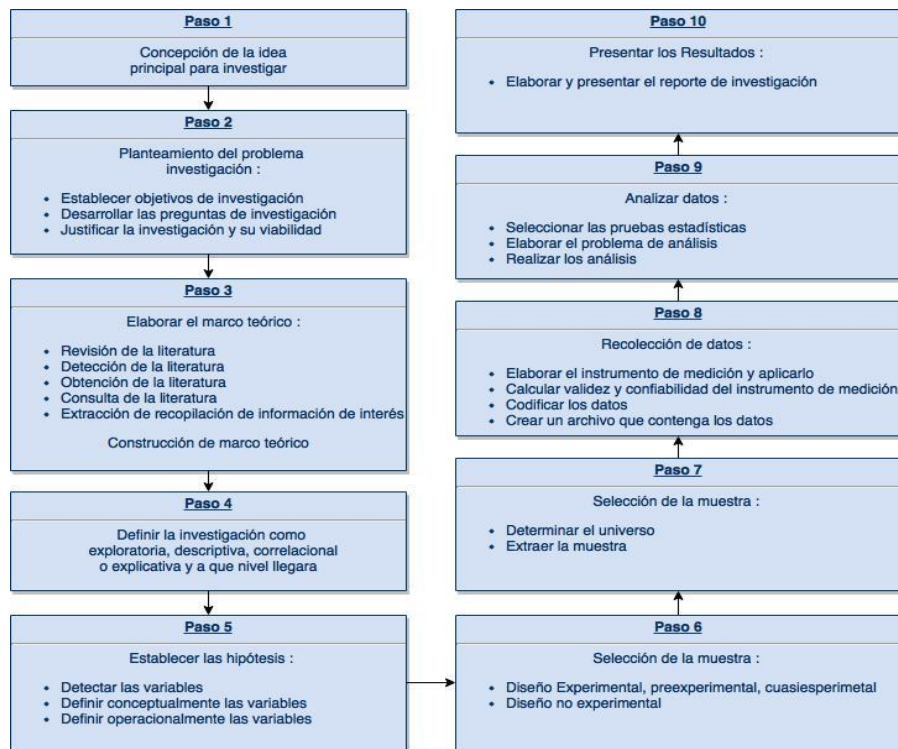
La fotocopia de la escritura de constitución de la empresa, fotocopia de la tarjeta de identidad del patrono o el gerente general. Listado de los trabajadores, indicando para cada cual: nombres

y apellidos completos, fecha de inicio de labores, puesto que desempeña, salario que devenga mensualmente, número de afiliación al IHSS, si lo tuviera, y fotocopia de la tarjeta de identidad.

CAPITULO III. METODOLOGIA

En este capítulo se describe la metodología de investigación a utilizar, la cual incluye el tipo de enfoque, el diseño, instrumentos y fuentes de información necesarias para llevar a cabo la investigación.

3.1 CONGRUENCIA METODOLÓGICA



3.1.1 MATRIZ METODOLÓGICA

En la presente investigación durante el proceso de desarrollo de la propuesta de proyecto

definido, se ha establecido algunas de las características claves de estudio y la definición de hipótesis a evaluar.

TABLA 1. OPERACIÓN DE VARIABLES

Titulo	Problema	Preguntas de investigación	Objetivo		Variables	
			General	Específico	Independientes	Dependiente
Estudio de Factibilidad de Empresa de Selección, Clasificación, Procesamiento y Comercialización de café Especial tostado y molido	Existencia de una empresa de selección, clasificación de café especial por variedad de alta calidad en Tegucigalpa	¿Es viable conformar una empresa o clasificadora de café especial en Tegucigalpa?	Mejor calidad, procesando café especial por variedad y agregando un valor adicional de la creación de una empresa de selección, clasificación, comercialización y procesamiento de café especial.	Dar a conocer la percepción del cliente con respecto al consumo de café convencional y determinar si está dispuesto a sustituirlo por café especial.	Demanda de consumo de café de alta calidad	Constitución de procesadora de café especial de alta calidad en Tegucigalpa, estudio de factibilidad
		¿Cuáles son los factores que influyen en la introducción de un nuevo producto a base de café de alta calidad en el mercado nacional?		Determinar las preferencias y características del café especial por parte de los consumidores meta y aceptación del producto en diferentes presentaciones por medio de un estudio de Mercado.		
		¿Cuáles son los requerimientos en materia prima y equipo, recurso humano y financiero para la clasificación, selección, tostadura y comercialización de café especial?		Definir una estrategia de comercialización de café especial por medio de un plan de marketing.	Ingreso promedio mensual de los consumidores	
		¿Cómo evaluar la rentabilidad de la inversión en el procesamiento intermedio y comercialización del café de alta calidad en Tegucigalpa?		Establecer el monto de inversión para la creación y comercialización del café especial.	Calidad de beneficio del grano por variedad	
				Analizar la factibilidad financiera de ejecución de la empresa de café especial.	Preferencias de presentación de consumo de café especial	

3.1.2 DEFINICIÓN OPERACIONAL DE LAS VARIABLES

En el siguiente apartado se ofrecen un conjunto de variables a investigar mismas que han

sido analizadas durante el proceso de la elaboración del estudio del proyecto de factibilidad planteado, definiendo un conjunto de hipótesis que se deberá evaluar en realidad.

Variable	Conceptualización		Dimensión	Indicador	Preguntas	Item
	Conceptualización	Operacional				
Demanda de consumo de café de alta calidad.	Sementado de mercado de café especial .	Implementación de herramientas estadísticas de la población consumista.	Población consumidora de café.	Numero de clientes registrados en base de datos.	¿Usted consume café?	Si / No
					¿Qué tipo de café consume con mayor frecuencia?	Café / Soluble - Café Grano Tostado / Molido - Café importado de alta calidad - Café Puro sin preservantes
					¿En que establecimientos comerciales compra café molido con mayor frecuencia?	Super Mercados /Mercaditos o Tiendas Locales / Mercado Agrícola / Tiendas de café en línea / Centros Comerciales
					¿Cuál es el medio de comunicación informativo de su preferencia?	Radio Televisión Periodico Revista Medios informativos digitales
Ingreso promedio mensual de los consumidores	Poder adquisitivo de los consumidores de café	Implementación de herramientas estadísticas que mida el poder adquisitivo.	Diferenciación de presentaciones para diferentes segmentos.	Cantidad de libras compradas al año.	¿cuántas tazas consume al día?	1 - 2 Tazas 3 - 4 Tazas Mas de 5 Tazas
					Acostumbra a comprar personalmente el café que consume ¿Con que frecuencia compra usted café molido?	Cada 7 días Cada 14 días Cada 21 días Cada mes
					¿En el caso de comercializar café especial de alta calidad cuanto estaría dispuesto a pagar por libra?	L 90 - L 110 L 111 - L 150 L 151 en adelante
					¿Entre las redes sociales mencionadas a continuación seleccione una de su preferencia?	Instagram Twitter Facebook otra
Calidad de beneficio del grano por variedad	Supervisión continua de la cadena de procesamiento del grano	Instrumento de Evaluación de adquisición del lote de granos.	Frecuencia de consumo y fidelidad de los clientes.	Evaluación Organolépticas del café.	Cuándo compra café ¿Qué clase de empaque o envase prefiere?	Bolsa de Papel Kraft / Bolsa Aluminizada / Lata / Envase de Vidrio / Bolsa de Plastico con válvula
					¿En su opinión que es lo que hace un café sea de alta calidad? (Puede elegir varias opciones para apoyar su respuesta)	Tipo de tueste Sabor Origen de Cultivo Aroma Textura de molido Precio Alto
Preferencias de presentación de consumo de café especial	Conocimiento del tipo de Metodos de preparación utilizado por el cliente	Consulta de preparación del café especial a los consumidores.	Preparación del café a solicitud del cliente	Numero de procesos de manufactura del café.	¿Le gustaría compra café de alta calidad por medio de pedidos por redes sociales utilizando servicio a domicilio como alternativa?	Si / No
					¿Qué tipo de textura de molienda de café prefiere?	Molido Fino / Molido Intermedio / Molido Granulado
					Entre los siguientes productos con cuales prepara su café.	Leche Azúcar Cremora Sin productos antes mencionados
					¿Estaría dispuesto a comprar café molido especial de alta calidad con la opción a degustar el de su preferencia en un establecimiento?	Si / No

3.1.2. HIPÓTESIS

La presente investigación de factibilidad de la constitución de Café Enós se formularon las siguientes hipótesis:

1. Consumidores de café prefieren el café especial de alta calidad, asegurando la rentabilidad del proyecto a largo plazo.
2. Comercialización de café especial siguiendo las preferencias de los consumidores, incrementa la fidelidad del producto y selección del grano.

3.2 ENFOQUE Y MÉTODOS

Los métodos de investigación son conocidos como los procedimientos lógicos y estrictamente aplicados para obtener conocimiento, un método es una guía rigurosa a seguir para obtener resultados significativos.

Las investigaciones inician de algunos casos que generan interrogantes que no pueden ser solventadas a corto plazo, sino que se debe aplicar un procedimiento lógico que permita dar solución a la idea planteada.

Existen algunos métodos de investigación utilizados con frecuencia entre ellos el Método Inductivo, Método Deductivo, Método Analítico, Método Sintético, Método Científico.

En el presente proyecto de factibilidad su investigación y solución del problema se llevó a cabo mediante la aplicación de métodos cualitativo y cuantitativo en base la definición del problema planteado y sus hipótesis esperadas.

3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El diseño de la investigación es una planificación comprendida de lo que se debe hacer para lograr los objetivos del estudio. Es fundamental determinar la calidad de la investigación, ya que se trata de un diseño estadístico, el mismo que debe tener en cuenta la estructura del estudio, y todos los aspectos concernientes a la recopilación de datos, incluido el tipo de mediciones a realizar y la frecuencia de las mismas.

En el desarrollo de la investigación se consideró realizar un alcance descriptivo enfocado principalmente en el segmento de mercado, tomando como punto de partida la descripción de sus preferencias y las posibilidades con las que cuentan para consumir el producto. Esta investigación servirá como un diagnóstico previo para determinar un nuevo segmento de mercado interesado en cambiar algunas preferencias y mejorar el consumo del Café convencional por café especial de alta calidad.

3.3.1 POBLACIÓN

La población está conformada por los habitantes de la ciudad de Tegucigalpa basada en una población de 1,126,000, consumidoras y no consumidoras de café, entre ellos estudiantes, amas de casa, empleados del sector público y privado que suman a la población económicamente activa del país. Esta población servirá como punto de partida para el análisis financiero del estudio de factibilidad.

3.3.2 MUESTRA

Para el desarrollo de la investigación el muestreo realizado será probabilístico aleatorio ya que es una técnica de muestreo en la que todos los elementos que forman el universo y que, por lo tanto están descritos en el marco muestra, tienen idéntica probabilidad de ser seleccionados para la muestra.

Al determinar el tamaño de la muestra cantidad de encuestados se logra obtener un porcentaje representativo del total de la población representativa utilizando la fórmula:

$$n = \frac{p * q}{\frac{e^2}{z^2} + \frac{p * q}{n}}$$

Dónde: p: Representa la probabilidad de aceptación

q: Representa la probabilidad de rechazo

H: Representa el error

Z: Representación de distribución normal de la probabilidad

N: Representa el universo

Para la determinación de la probabilidad se estimó que con una aceptación del 95%, la probabilidad de rechazo es de un 5%, con un margen de error del 2%, de acuerdo a una distribución normal con valor Z igual a 0000000 y el tamaño de la población está estimada de acuerdo a la población dentro del segmento de mercado en el Distrito Central como región geográfica establecida con relación a las características de mercado específicas.

$$n = \frac{0.95 * 0.05}{\frac{0.02^2}{0.828940^2} + \frac{0.95 * 0.05}{1,126,000}}$$

$$n = \frac{0.0475}{0.00058212 + 0.00000004}$$

$$n = 81.59 : 82 \text{ Encuestas}$$

Tabla 1. Población Censada

Ubicación Geográfica	Muestra Poblacional	Población Censada
Tegucigalpa	1,126,000	163

Tabla 2. Resultado del Tamaño de la Muestra

Desviación Estándar	Error de la Muestra	Tamaño de la Población	Nivel de Confianza	Tamaño de la Muestra
5	50	1,126,000	95	163

La tabla 2 determina el tamaño de la muestra que permite el análisis estadístico como parte del estudio determinando un tamaño de la muestra significativo con 163 encuestados no consumidores y nuevos consumidores.

3.3.3 UNIDAD DE ANÁLISIS

Entre las unidades de análisis se denominan todos los consumidores de café en diferentes presentaciones y preferencias de uso.

“Aquí el interés se centre en “qué o quienes”, es decir, en los participantes, objetos, sucesos o comunidades de estudio, los cual depende del planteamiento de la investigación y de los alcances

del estudio” (Hernández, 2010, p.358).

En el presente caso de estudio se incluyen 163 personas encuestadas que consumen café de diferente tipo de calidades y procesamiento, que residen en la capital de la republica de Honduras y que representan elementos importantes para el desarrollo del estudio.

3.3.4 UNIDAD DE RESPUESTA

La unidad de respuesta evaluada fue el % de personas que consume café en sus diferentes preferencias y la cantidad de personas que consumo café especial de alta calidad.

3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS APLICADOS

El estudio fue desarrollado bajo la aplicación de dos técnicas/ herramientas de proporción de datos mencionadas a continuación:

1. Encuestas: Se utilizó un instrumento aplicativo en el que el investigador recopiló los datos por medio de preguntas por escrito, mismas que fueron aplicadas a personas determinadas al azar sin modificar el entorno de la investigación obteniendo la información fidedigna que facilite la sistematización de los resultados.
2. Entrevistas: Las entrevistas se obtuvieron de manera verbal, permitiendo la facilidad de expresión del entrevistado, con el objetivo de la obtención de resultados más confiables al entablar una conversación con mayor confianza y cercanía.

3.4.1 INSTRUMENTOS

La selección de la encuesta como herramienta de recolección de datos facilita el análisis

de evaluación, medición y registro de la base de datos para poder realizar la operación de variables.

3.5 FUENTES DE INFORMACIÓN

En el desarrollo del proyecto de factibilidad de Café Enós se tomó en consideración tanto las fuentes primarias y secundarias mencionadas a continuación.

3.5.1 FUENTES PRIMARIAS

Las fuentes primarias de recolección de datos en el desarrollo de la investigación realizada que se obtuvo por la encuesta aplicada a una población indefinida en Tegucigalpa, Distrito Central. Esto facilita el comportamiento de la demanda del mercado definiendo los resultados esperados por la investigación.

3.5.2 FUENTES SECUNDARIAS

Las fuentes secundarias en la que fue apoyada la investigación son las revistas, libros, presentaciones, periódicos, biblioteca virtual CRAI, Manual de Normas APA. Esta fue considerada como un suministro de información en la que relata lecciones aprendidas en algún momento determinado.

3.6 LIMITANTES DEL ESTUDIO

En el desarrollo de la investigación incurre el factor alcance y carga de la investigación, ampliando la recopilación de la información limitando su tiempo de desarrollo.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS

En el presente estudio de factibilidad de empresa de selección, clasificación, procesamiento y comercialización de café especial, se analizaron los resultados obtenidos a

través del instrumento de recopilación de datos de información sobre la aceptación, preferencias y análisis de cada elemento del estudio.

4.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

El producto que se comercializara será café especial de alta calidad, producido en la región de La Paz productoras de café de altura y variedades específicas, cosechado a 1,500 metros sobre el nivel del mar con un clima óptimo para el cultivo de café procesado según las solicitudes y parámetros de calidad requeridos por los compradores. El café es cosechado en uva roja madura en diferente número de cortes, posteriormente despulpado si será lavado, secado con proceso de melado, y despulpado y trillado para obtener el grano en oro y almacenado en columnas de sacos de 100 libras.

4.2 DEFINICIÓN DE NEGOCIO

El modelo de negocios implementado por Café Eno's, se define como una empresa en busca de nuevas alternativas y satisfacción de consumidores de café puro en grano y molido en diferentes procesos, entregando una nueva propuesta a los consumidores de tuestes y molidos cumpliendo con sus exigencias de consumo. Estricta selección del grano, eliminando el 100% de los granos con defecto mejorando la calidad que permita obtener una taza con sabor, aceptación y fidelidad de consumo.

Promoción de nuevas variedades y mezclas de café especial que amplíen el mercado de consumo de café tradicional por café de especialidad a precios competitivos.

4.3 RESULTADO DE LA ENCUESTA

Las entrevistas fueron realizadas a 163 personas al azar en Tegucigalpa, Francisco Morazán, entre las muestras obtenidas se presentan los siguientes resultados:

1. ¿Usted consume Café? Si la respuesta es si, favor seguir contestando este cuestionario. Si la respuesta es no pasar a datos demográficos agradeciendo su colaboración.

163 respuestas

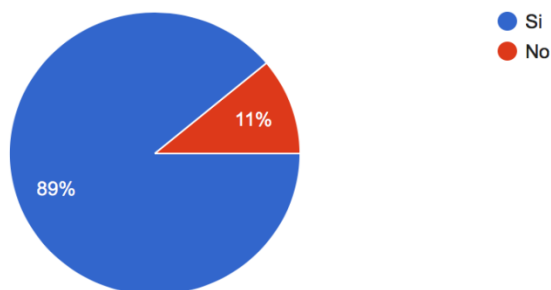


Figura 1. Personas que Consumen Café

El gráfico circular presenta los resultados aplicados de la encuesta de preferencias y consumo de café y preferencias de café en Tegucigalpa, Francisco Morazán; el resultado muestra el 100% de los encuestados el 11% de los encuestados no consume café. El restante de la población consumidora de café representa el 89% permitiendo conocer el mercado disponible de consumo, generando una ventaja positiva para la identificación del mercado potencial de consumo de café especial de alta calidad.

2. ¿Qué tipo de Café consume con mayor frecuencia?

150 respuestas

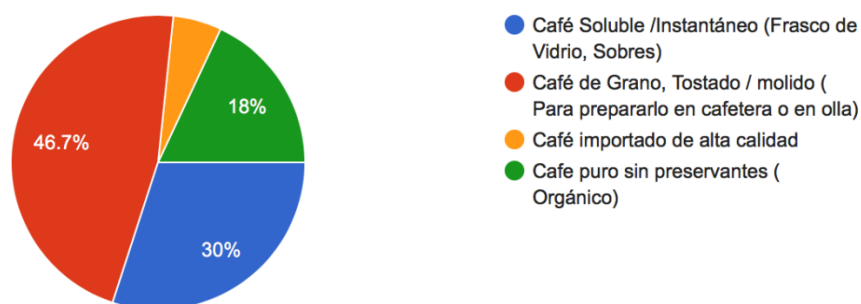


Figura 2. Frecuencia de Consumo de tipo Café

Por medio de encuesta puedo verificar que existe un porcentaje dentro de la preferencia de los consumidores que prefiere el Café de grano, Tostado / Molido (Para preparar el cafetería u olla), representando el 46.7%. Mientras que el 43.30% restante representa el mercado de cafés soluble,

importados, orgánicos cada uno identificado con porcentajes individuales siendo el café de mayor consumo el Café en Grano favoreciendo la idea de negocio y la aceptación del mercado.

3. ¿Cuántas tazas de Café consume al día?

147 respuestas

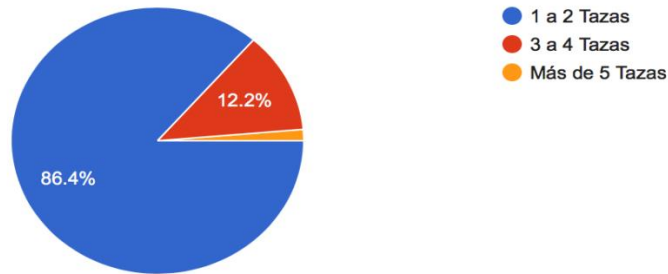


Figura 3. Consumo Diario

La Figura 3. Representa el porcentaje de consumo diario por persona, el 86.40% de la muestra prefiere consumir entre 1 a 2 Tazas al día, el 13.60% de los consumidores de café prefieren tomar de 3-5 Tazas diarias de café. Este dato genera un índice de confianza en que el producto pueda ser comercializado en cantidades consideradas en el mercado.

4. ¿En que establecimientos comerciales compra café molido con mayor frecuencia?

148 respuestas

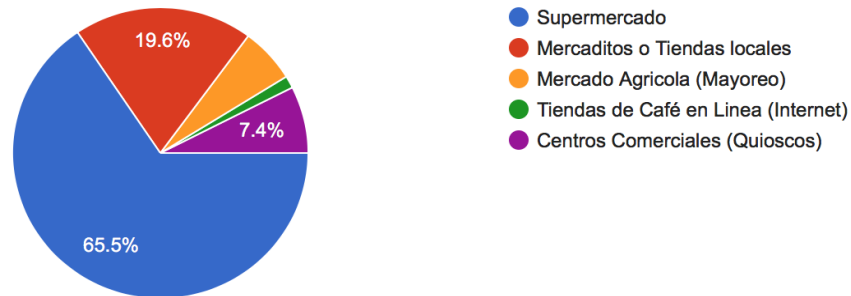


Figura 4. Establecimiento de Compra de Café Molido

En la Figura 4. Nos muestra los resultados de la preferencia de compra de los consumidores de café y tipo de establecimientos de venta que prefieren comprar su café, representado con el 65.50% los supermercados por su facilidad de acceso a productos de consumo. El 19.60% es representado por Mercaditos o Tiendas Locales, 7.4% Centros Comerciales, el 7.50% el restante compartido entre los mercados agrícolas y Tiendas de Café en línea, por lo que el mejor lugar de comercialización son los supermercados en Tegucigalpa.

5. ¿Le gustaría comprar Café especial de alta calidad por medio de pedidos por redes sociales utilizando servicio a domicilio como alternativa?

149 respuestas

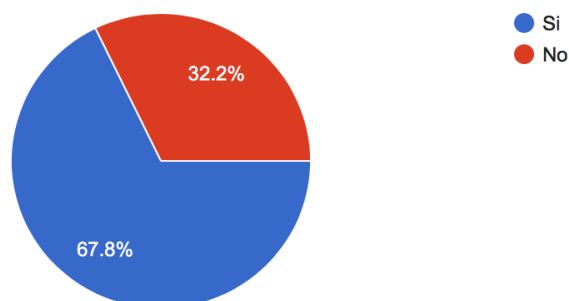


Figura 5. Comercialización de Café Especial de Alta Calidad por Redes Sociales / Domicilio

A través de los encuestados se observa según los resultados de la Figura 5. Que el 67.8% de los consumidores de café adoptarían el método de compra de café por medio de redes sociales y servicio a domicilio. El restante representado por el 32.2% de los consumidores de café prefieren utilizar el método de compra tradicional de café en tiendas de comercialización de productos de consumo.

6. ¿Qué tipo de textura de molienda de Café prefiere?

149 respuestas

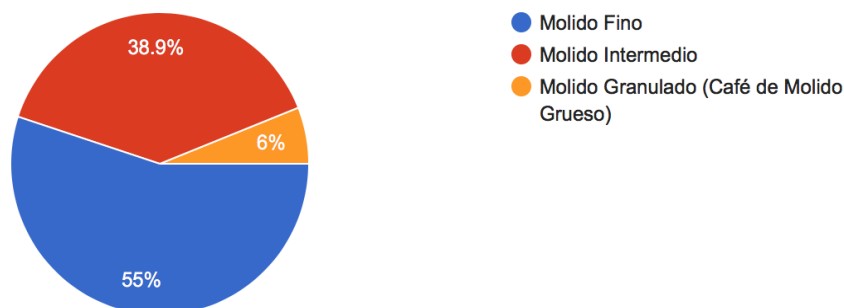


Figura 6. Preferencia de Molido de Café

La Figura 6 nos muestra que el 55% de la población que consume café prefiere el molido fino, en este caso aporta un significativo elemento a incluir en la tendencia de la propuesta de comercialización de café. Mientras que el 44.9% comparte el resto del mercado que lo prefiere en otro tipo de textura de molido permitiendo también ofrecer diferentes tipo de moliendas siguiendo los gustos de cada uno de los consumidores.

7. Cuándo compra Café ¿Qué clase de empaque o envase prefiere?

147 respuestas

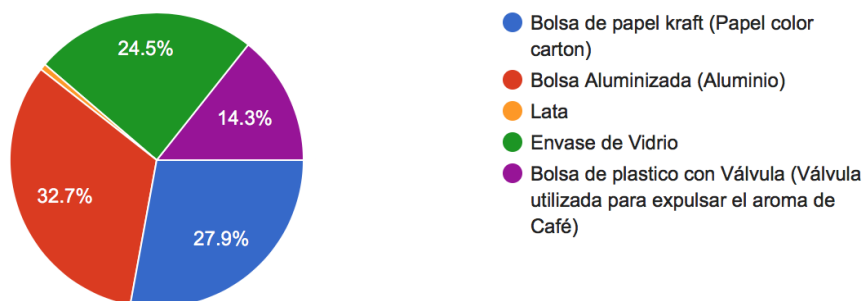


Figura 7. Empaquetado de Café Especial

Como resultado de la encuesta, el 32.7% de la población compra su café en bolsa de aluminio al vacío, el 27.9% al comprar su café lo adquiere en empaques de bolsas de papel kraft, el 14.3% utilizan las bolsas de plástico con válvula de expulsión de aroma, el 24.5% compran cafés en envase de vidrio. Existe una distribución de preferencias de empaques dividido por diversidad de elementos que influyen en el manejo del café. Ya sea por la preservación del producto, utilización de materiales biodegradables amigables con el ambiente, preferencias olfativas de consumo, y manejo y preservación de empaques que conserven el producto por largos periodos de tiempo.

8. Acostumbra a comprar personalmente el Café que consume ¿Con que frecuencia compra usted Café molido?

149 respuestas

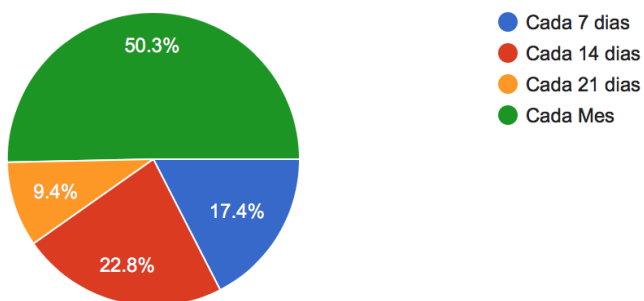


Figura 8. Frecuencia de Consumo de Café

Dentro de los resultados generados en la encuesta el 50.3% compra cada mes café molido en presentaciones de pesos equivalentes a 1 libra, el 22.8% cada 14 días compra café molido esto puede ser deducido como una población consumidora entre 1-2 libras de café o más en el mes. Los consumidores restantes representados por 17.4% y el 9.4% compran café en periodos más espaciados de tiempo equivalentes a 21 días, este resultado puede vincularse con el consumo mensual en donde el mercado del segmento de consumo de café molido cada vez es mayor.

9. ¿En su opinión que es lo que hace que un Café sea de alta calidad? (Puede elegir varias opciones para apoyar su respuesta)

149 respuestas

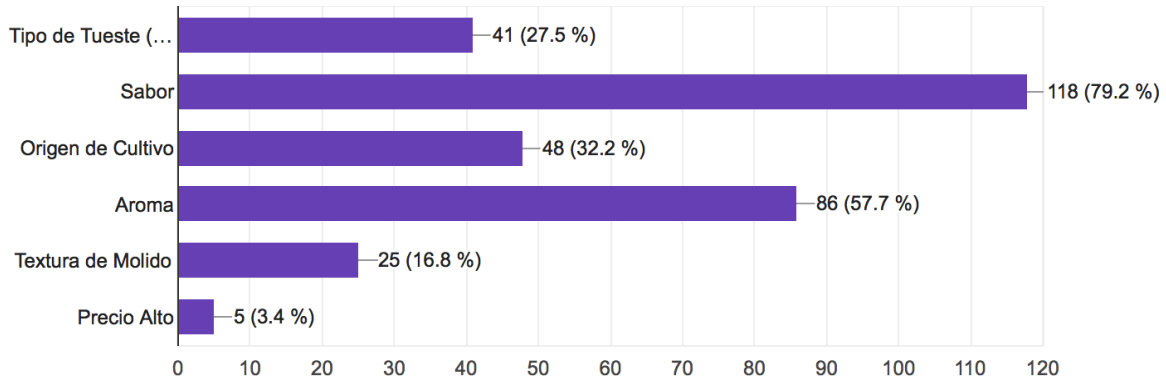


Figura 9. Opinión de Consumidores de Café de Calidad

En el levantamiento de los datos en la encuesta se concluye que entre los factores que determinan la calidad del café para los consumidores es el sabor representado por 79.2%, seguido por su aroma con un 57.7% deciden el café es de calidad cuando tiene un buen aroma. El 32.2% representa el origen de cultivo de las cosechas de café y altura de la región de origen facultan a un aromático de calidad superior.

Los consumidores determinan como uno de factores que influyen en la calidad el tipo de tueste con un 27.5% que prefieren los cafés más ácidos con tuestes ligeros, más amargos con notas a chocolate melado y tuestes oscuros para cafés más amargos consumidos en bebidas especializadas. La textura de molienda representado por un 16.8% de los encuestados se puede observar que no representa un peso relevante en la determinación de la calidad, no obstante el Precio Alto con un 2.4% no es un determinante de decisión de percepción de los consumidores que el café sea de buena calidad.

10. Entre los siguientes productos con cuales prepara su café.

149 respuestas

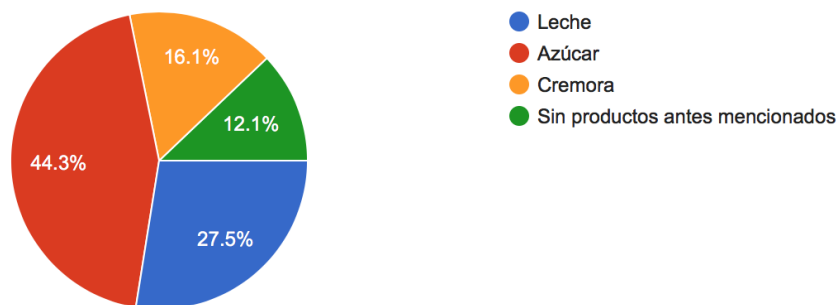


Figura 10. Productos de Consumo Acompañantes del Aromático

Por medio de los encuestados se puede deducir en la Figura 10 el que 44.3% de los consumidores de café lo acompañan con azúcar, el 27.5% con leche, el 16.2% con cremora sustituto de la leche y un 12.1% sin productos que alteren el sabor del café convencional o café especial.

11. ¿En el caso de comercializar Café especial de alta calidad cuanto estaría dispuesto a pagar por libra?

145 respuestas

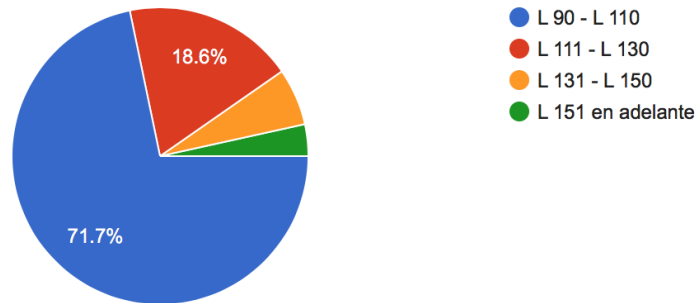


Figura 11. Precio de Café Especial de Alta calidad

A través de la encuesta se puede observar que el 71.7% de los consumidores estarían dispuestos a pagar entre L 90 – L 110 por libra, seguido por un 18.6% de los consumidores prefieren pagar entre L 111 – L 130, el restante representado por un 9.7% prefiere pagar entre L 131 – L 151 en adelante reconociendo el esfuerzo de cultivo, producción y comercialización del aromático.

12. ¿Estaría dispuesto a comprar Café Molido Especial de Alta Calidad con la opción a degustar el de preferencia en un establecimiento?

147 respuestas

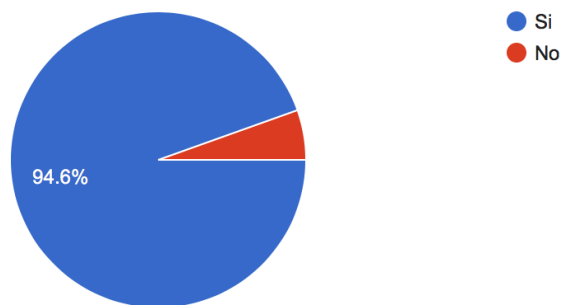


Figura 12. Disposición de Compra de café de Alta Calidad (Degustación)

En relación a la disposición de compra y consumo de café de alta calidad con opción a selección de preferencias degustándolo, el 94.6% de los encuestados están de acuerdo a degustar el café para su consumo y poder satisfacer sus preferencias dentro de la amplia gama de granos por variedad del aromático.

13. ¿Cuál es el medio de comunicación informativo de su preferencia?

150 respuestas

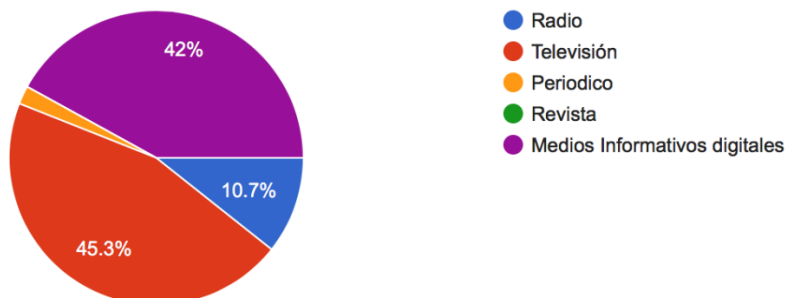


Figura 13. Medio de Comunicación Preferido

La figura 13 muestra algunos medios de comunicación de mayor uso en la población encuestada, representada en el gráfico la televisión con un 43.3%, los medios informativos digitales (Redes Sociales) con un 42%, y un 10% la radio, lo cual permite conocer los medios de publicidad que deben ser utilizados para la promoción y comercialización del café especial de alta calidad.

14. ¿Entre las redes sociales mencionadas a continuación seleccione una a su conveniencia?

150 respuestas

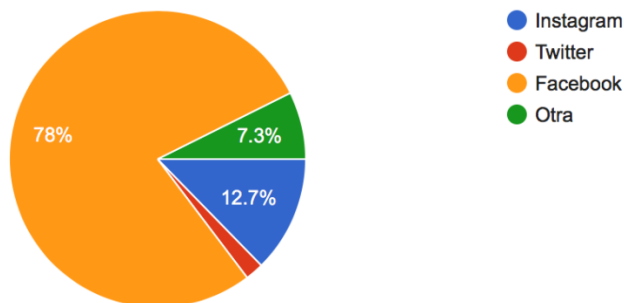


Figura 14. Redes Sociales utilizados consumidores de café

El gráfico pastel nos muestra que la red social más utilizada es Facebook con un 78% de los encuestados con perfiles activos, el 12.7% el Instagram, twitter con un 7.3% estas herramientas facilitan y reducen los costos por publicidad mismas que pueden ser utilizadas en la promoción del café especial de alta calidad.

Datos Demográficos

163 respuestas

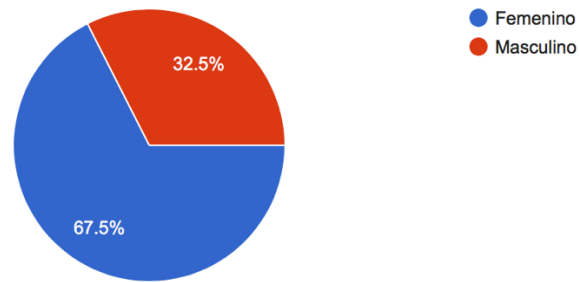


Figura 15. De Datos Demográficos

A través de los encuestados consumidores de café en la figura nos muestra que el 67.5% de los encuestados pertenecen al género femenino, y el 32.5% al género masculino mismos que integran el segmento de mercado al cual está dirigido el café especial de alta calidad.

Edad

163 respuestas

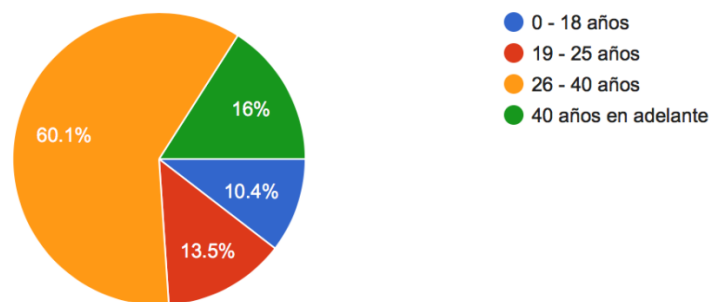
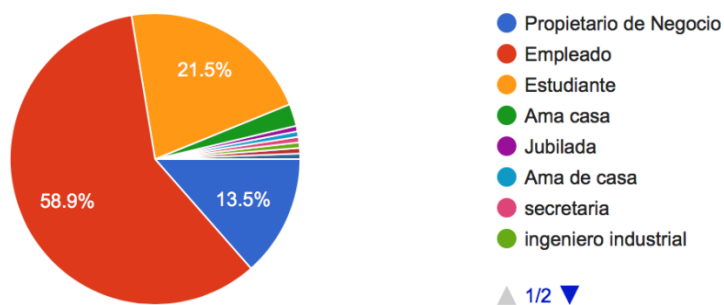


Figura 16. Edad

La figura edad muestra que el 60.1% de los encuestados tienen una edad entre los 26 – 40 años, el 16% tienen una edad mayor a 40 años, el 10.4% de 0 – 18 años, y el 13.5% entre 19 – 25 años. La mayoría de los encuestados cuentan con una mayoría de edad con poder adquisitivo lo que permite reconocer que existen posibilidades de pertenencia al potencial mercado del grano aromático.

Ocupación

163 respuestas



0

Ocupación

163 respuestas

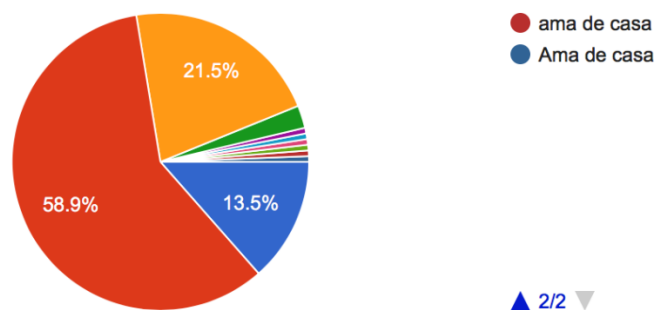


Figura 17. Ocupación

La figura de ocupación presenta el diagnostico de los encuestados entre los que el 58.9% pertenecen al segmento de población de laboral active, el 21.5% de los encuestados representan la población estudiantil, y el 13.5% representan propietarios de negocios de diferentes rubros. Este grafico muestra que el 93.9% de la población encuestada tienen preferencias de consumo de café ya definidas y representan un potencial dentro de los consumidores interesados por el grano aromático de calidad.

Ingreso Promedio Mensual

163 respuestas

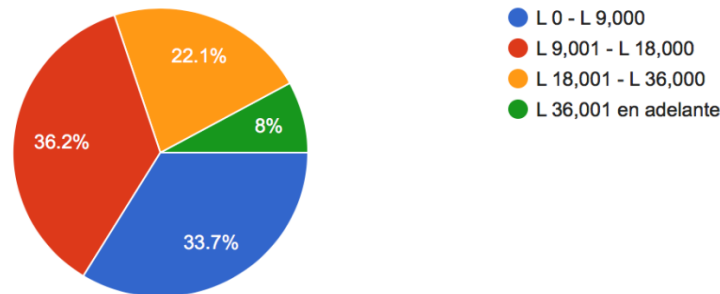


Figura 18. Ingreso Promedio Mensual

Según los resultados del instrumento de recolección de datos aplicada se encontró que el Ingreso Promedio Mensual de los encuestados el 33.7% recibe un salario entre L 0 – L 9,000. El 36.2% recibe una remuneración económica entre L 9,001 – L 9,000, el 22.1% recibe un salario de L 18,000 – L 36,000 y el restante más del rango definido en la encuesta. Siguiendo los resultados existe consumidor y no consumidor de café que cuenta facilidades económicas para la adquisición de café molido según precios determinados.

4.4 ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD

4.4.1 ESTUDIO DE MERCADO

Definición del producto que se comercializara, en el segmento de mercado ya definido, y la diferenciación del mercado al cual va dirigido el grano aromático de la mejor calidad. El producto significativo utilizado como base del estudio de Factibilidad de la Empresa de Selección, Clasificación y comercialización de café especial, es el objetivo central que permite facilitar la obtención de información específica plasmada en el instrumento de la encuesta que concluye con la definición de la existencia de mercado potencial interesado en el producto que se manufacturar y se comercializara en Francisco Morazán, Tegucigalpa.

PRODUCTO

El producto es definido como un Café de diferentes variedades sin defectos de alta calidad, siguiendo los estándares de venta de cafés de exportación. El grano será comprado en oro y empacado en bolsas multilaminadas Hermeticas para granos de 100 libras. El grano será almacenado en una bodega con clima fresco estibado en columnas de 8 sacos, permitiendo facilitar su transporte por medio de trocos al área de clasificación y retiro de defectos. Posterior a la clasificación se deberá almacenar el grano en contenedores de plástico y luego ser tostados en tueste claro, medio, oscuro según las preferencias del cliente, una vez tostado deberá ser molido en fino, intermedio y granulado para ser empacado en bolsas de papel Kraft etiquetado y distribución al mayor y al detalle.

PRECIO

El precio del producto es un precio fijo por variedad manteniendo un precio estable de venta de café anual, establecido en la definición de la cuota de venta de café por quitar con un valor de L. 2,800.00, este precio es determinado por la calidad del grano, reducción de defectos y provisión del grano al largo plazo. Esta será una estrategia de inclusión en el mercado manteniendo precios razonables permanentes en el mercado y atracción de los consumidores considerando generar una fidelidad de consumo. El aumento en los precios a lo largo del tiempo estará sujeto a la demanda de consumo una vez posicionado el producto con el objetivo de incrementar las utilidades y generar ampliación en el mercado de la empresa.

4.4.2 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Dentro de la industria del café existe un sin número de opciones tanto nacionales como internacionales que participan y comparten las plazas dentro del mercado.

En la actualidad el café se ha vuelto uno de los granos aromáticos especializados más buscados por diferentes segmentos de mercado con diferentes ofertas en precios. El mercado ofrece tanto cafés nacionales de primera, segunda y tercera calidad en adelante conocidos como cafés convencionales, también cafés importados empacados al vacío como ventas de café por medio de la web que hace que el mercado busque la opción más conveniente. Lo cual potencializa un mercado que trasciende las escalas de negocios y motiva a mejorar el producto a base del grano aromático con precios competitivos proporcionando calidad en la oferta promocionada.

4.4.3 ANALISIS DE LOS CONSUMIDORES

Entre los consumidores beneficiados serán consumidores actuales y nuevos consumidores de café, de Casas de Habitación, Empresas Publicas y Privadas donde consumen café. En segundo nivel de beneficiarios se encuentra la asociación de productores familiares de café especial de alta calidad Marcala, La Paz comunidad productora de café en proceso de desarrollo que cultiva café por variedad y selección suministrado a los consumidores más exigentes.

4.4.4 ESTRATEGIA DE MERCADO Y VENTAS

La Estrategia de mercado y ventas una vez identificado el producto final entregado como beneficio se debe definir la estrategia para la incursión de y posicionamiento del producto en un plazo de termino prudente de acuerdo a las posibilidades y crecimiento oportuno de la empresa.

Es necesario definir las oportunidades de incursión al mercado local en el Departamento de Francisco Morazán, Tegucigalpa en el que se pretende comercializar café especial de alta calidad entre ella la siguiente;

Dentro del mercado nacional es necesario implementar un Estrategia indiferenciada identificando diferentes segmentos de mercado con diferentes necesidades que cubrir. Es por ello que a nivel de segmento va dirigido a segmentos específicos con una misma oferta o mayor a la establecida en el mercado actual para poder abrir las oportunidades con un número máximo de posibles clientes.

Es necesario para obtener una estrategia de mercado y ventas sustentable el establecimiento de alianzas estratégicas con productores de las fincas de mayor cultivo del grano aromático, que permita elevar el prestigio de la Empresa Café Eno's.

No obstante la inversión directa deberá ser uno de las metas a corto plazo en la comercialización de café especial es decir la incursión en el cultivo sin intermediación en la adquisición del producto. Es necesario también ampliar la cobertura de productos a base de café como él te de cascara de café, el cual abre un nuevo proyecto dentro del desarrollo interno dentro de la empresa para fortalecer el crecimiento y la ampliación de la cobertura a futuro en la comercialización de café.

4.5 ESTUDIO TECNICO

4.5.1 ESTUDIO DE PRODUCCIÓN Y OPERACIONES

El proyecto piloto de Comercialización de Café especial de alta calidad, cuenta con un proveedor de café proveniente procedente del Departamento de Marcala La Paz, el que cultiva 7

manzanas de café de especialidad por variedad de alta calidad. Entre las variedades cultivadas tenemos IHCAFE 90, Catimor, Lempira, Catuai y Pacamara. La producción total equivale a 210 quintales en pergamino seco de café en oro para su comercialización en el año, la finca está produciendo 30 quintales de café por manzana haciendo un total de 21,000 libras de café por variedad para su comercialización.

4.5.2 DISEÑO DEL PRODUCTO

En el proceso de diseño del producto existen diferentes elementos que se deben tomar en cuenta como el tipo de empaque de preservación del producto, facilidad de transporte, empaque resistente a cambios físicos y biológicos del producto. Diseño de las instalaciones de producción higiénicas para la selección, producción, empaque y distribución del producto.

ESTADO DE RECEPCIÓN DEL GRANO

El grano de café en grano debe recepcionarse en bolsas Hermeticas del despacho de la finca hacia la bodega física de Café Enós, cumpliendo con los requisitos de preservación del grano;



GrainPro
SuperGrainbag™ o SuperBolsa™

Almacenamiento con **Atmósfera Modificada (AM)** de Productos Agrícolas y no Agrícolas Secos

La bolsa de bajo costo SuperGrainbag™ o SuperBolsa™ está diseñada como dispositivo de almacenamiento re-utilizable para productos agrícolas secos y no agrícolas, disponibles en tamaños de 69 kg de capacidad. La SuperBolsa™ actúa como barrera contra la humedad y gases, en donde puede colocarse dentro de los sacos convencionales de yute, polipropileno (PP) o papel para incrementar la protección física de la bolsa. Las propiedades únicas del plástico multilaminado utilizado en las bolsas, permiten una inmejorable protección contra el ingreso de vapor de agua, favoreciendo y preservando altas concentraciones de dióxido de carbono (CO₂) y bajos niveles de oxígeno (O₂) creados por el metabolismo de los insectos y la respiración de la semilla o el grano almacenado.

Materia: Es un material multilaminado muy resistente, con una barrera de alta tecnología contra la humedad y los gases, entre dos capas de polietileno (PE) de 0.078 mm de espesor que la hace 60 veces más impermeable que otros materiales plásticos comunes del mismo calibre. El material pesa 150 gr/m² (doble capa).

Rango de Temperatura de Operación: -18°C a 95°C

Usos Recomendados:

Para preservar por muchos meses, y sin refrigeración:

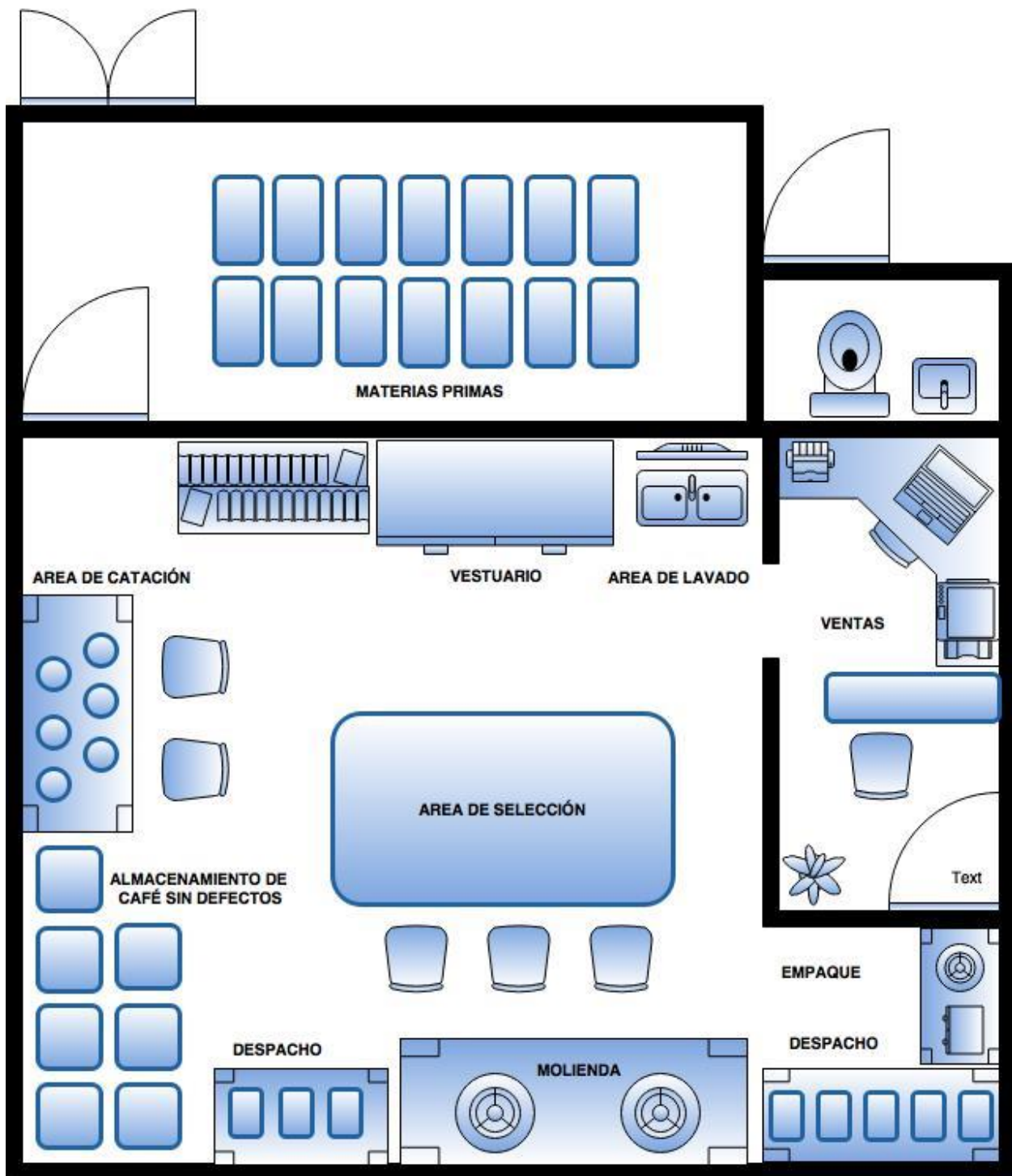
- Semillas secas de todo tipo manteniendo todo su potencial germinativo.
- Granos de cacao y café, pergamino o verde (oro - excelsio)
- Granos, arroz en granza y pilado, blanco o integral.
- Harinas de trigo y de otros granos, salvados de granos.
- Otros productos higroscópicos no agrícolas.
- Especies, nueces y productos oleaginosos.



Figura 19. Empaque del Grano y manejo de Materia Prima

Este tipo de empaques permite proteger los granos de la absorción de gases, perfumes, combustibles entre otro tipo de agentes que dañen el grano. Posteriormente organizar los sacos de café en columnas sobre plataformas de pallets para proteger el grano de humedad producida por el clima.

DISTRIBUCIÓN CONSTRUCTIVA DE LA PLANTA DE PROCESAMIENTO



La distribución de la planta de procesamiento está conformada por el área de ventas, molienda,

empaque, despacho, área de almacenamiento, catación, vestuario, lavado y materias primas. La distribución de la planta de producción su diseño fue determinado según el espacio disponible en un área de 15x15 metros cuadrados en donde estará instalada la planta de procesamiento y de operaciones.

4.5.3 INSTALACIÓN DE SELECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DE PRODUCCIÓN

La instalación del micro planta de selección y producción de café estará ubicada en un espacio confortable donde se ubicaran las mesas de selección de café para retirar defectos. Los granos de cafés limpios serán almacenados en contenedores plásticos que serán trasladados a la tostaduría de café para su tueste y molido Tegucigalpa, Francisco Morazán.

Para determinar la producción se cuenta con 250 quintales de café seleccionado por defecto y variedad de alta calidad, que será distribuido en Tegucigalpa facilitando su distribución en el segmento de mercado definido.

Proceso de producción definido para la selección, producción y comercialización de Café de alta calidad.



Figura 20. Proceso de Producción y Distribución

4.5.4 PLANIFICACIÓN DE LA PRODUCCIÓN

En la planificación de la producción del café de alta calidad se proyecta la cantidad de 250 sacos con un peso de 100 libras por saco de café en oro limpio, equivalentes a 25,000 libras de café verde. El rendimiento promedio del café tostado que procede de la finca debe ser de un 80% de su peso en café verde, esto se debe a la reducción de la humedad del café verde cambiando su estado a café tostado lo cual disminuye su peso por libra en todas sus variedades.

TABLA 1. PLANIFICACIÓN DE PRODUCCIÓN DE CAFÉ ESPECIAL

Planificación de Producción de Café Especial Tostado y Molido de Alta Calidad						
Variedad del Café en Grano	Año					
	1	2	3	4	5	Total
Recepción del grano verde (Libras)	32,750	32,750	32,750	32,750	32,750	178.750
Eliminación de defectos (1%)	250	250	250	250	250	1,250
Reducción de peso de Café Tostado	7,500	7,500	7,500	7,500	7,500	7,500
Producción Total Anual	25,000	25,000	25,000	25,000	25,000	126,250

En la descripción de los datos reflejados en a figura anterior presenta la cantidad de libras adquiridas en grano verde para su selección y manufactura, misma que determina el nivel de defectos que deberán ser eliminados del café y la reducción del peso por la humedad al ser tostado estimando el peso final por libra para su comercialización en un periodo de 5 años plazo.

4.5.5 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA

La Empresa de Café Eno's, define su jerarquía de mandos dentro de la organización identificando los puestos y funciones necesarias para el eficiente uso de los recursos y operación de la empresa.

PRIMER NIVEL ORGANIZACIONAL

Gerente General

Funciones del Gerente General:

- Liderar la gestión estratégica
- Liderar la formulación y aplicación del Plan de negocios
- Alinear a las distintas gerencias
- Definir políticas generales de administración
- Dirigir y controlar el desempeño de las áreas
- Presentar al directorio estados de situación e información del seguimiento de la empresa
- Representar la Empresa
- Desarrollar y mantener relaciones político-diplomáticas con autoridades y reguladores
- Velar por el respeto de las normativas y reglamentos vigentes
- Actuar en coherencia con los valores organizacionales

SEGUNDO NIVEL ORGANIZACIONAL

Administrador General / Recursos Humanos

- Formula y propone a la Gerencia General Normas, políticas y procedimientos para el mejor funcionamiento de las actividades relacionadas con la administración y contabilidad de empresa.
- Supervisa la formulación, ejecución y evaluación del presupuesto anual, de conformidad con las disposiciones legales aplicables.
- Elaboración y control de presupuestos
- Revisar cheques emitidos por diferentes conceptos, tales como; pagos a proveedores, pagos de servicios, aportes, asignaciones, avances a justificar, incremento o creación de fondos fijos, fondos especiales y de funcionamiento, alquileres, y otras asignaciones especiales.
- Aprobar y firmar emisión de cheques, notas de débito, entre otras, para la adquisición de bienes y servicios.
- Apoyar a la organización en todas las gestiones legales y reglamentarias.
- Controlar y registrar por separado los gastos de los trabajos realizados de diferentes contratos que mantenga la empresa.
- Elaborar informe de estados financieros para su presentación a la gerencia general.

- Otras que le sean asignadas por la gerencia general dentro del ámbito de su competencia.
- Control de cuentas por cobrar y cuentas por pagar.
- Análisis de estado financieros para facilitar la toma de decisiones a la Gerencia.
- Control de Ingresos y egresos con el fin de administrar el capital de trabajo.
- Control de contratos en ejecución en cuanto al inicio, finalización y cobro de los contratos realizados.

TERCER NIVEL ORGANIZACIONAL

Operario de Selección A

- Aplicar los Controles de calidad del café en la bodega de materias primas
- Abastecer los contenedores de café para selección
- Seleccionar semilla con defectos tales como triángulos, caracolillos, grano mordido, grano pequeño.
- Eliminar granos partidos, manchados o picados
- Eliminación de hojas, palos, piedras y todo defecto que afecte el procesamiento del café.
- Preparar de contenedores plásticos herméticos para el transportar los granos de café a la tostaduría.
- Clasificar los granos inmaduros que aparezcan en el café una vez tostados.
- Moler y empacar el café según el tipo de molienda solicitado por el cliente.

Operario de Selección B

- Aplicar los Controles de calidad del café en la bodega de materias primas
- Abastecer los contenedores de café para selección
- Seleccionar semilla con defectos tales como triángulos, caracolillos, grano mordido, grano pequeño.
- Eliminar granos partidos, manchados o picados
- Eliminación de hojas, palos, piedras y todo defecto que afecte el procesamiento del café.
- Preparar de contenedores plásticos herméticos para el transportar los granos de café a la tostaduría.
- Clasificar los granos inmaduros que aparezcan en el café una vez tostados.
- Moler y empacar el café según el tipo de molienda solicitado por el cliente.

Operador de Tostaduria

- Transportar los contenedores de café limpio a la planta de tueste.
- Revisar solicitudes de pedidos de café por tipo de variedad y tueste.
- Solicitar al tostador especializado el tiempo y tuestes definidos por cantidad por pedido.
- Almacenado y desmasificado del café en la planta de molienda posterior a su tueste.
- Análisis de control de calidad de tueste del grano previo a su comercialización

Oficial de Seguridad

- Ejercer la vigilancia y protección de bienes muebles e inmuebles, así como la protección de las personas que puedan encontrarse en los mismos.
- Efectuar controles de identidad en el acceso o en el interior de inmuebles determinados, son que en ningún caso puedan retener la documentación personal.
- Evitar la comisión de actos delictivos en relación con el objeto de protección.
- Poner inmediatamente a disposición de los miembros de las fuerzas y cuerpos de seguridad a los delincuentes en relación con el objeto de su protección, así como los instrumentos efectos y pruebas de los delitos, no pudiendo proceder al interrogatorio de los imputados.
- Efectuar la protección del almacenamiento, recuento, clasificación y transporte de dinero, valores y objetos valiosos.
- Llevar a cabo, en relación al funcionamiento de centrales de alarma, la presentación de servicios de respuesta que se produzcan, cuya realización no corresponda a las fuerzas y cuerpos de seguridad.
- Deberán seguir las instrucciones que, en el ejercicio de sus competencias, impartan los responsables de las fuerzas y cuerpos de seguridad, siempre que se refieran a las personas y bienes de cuya protección y vigilancia estuviesen encargados los vigilantes.

Operador de Mantenimiento

- Instala y opera máquinas y ajusta los controles las funciones de operación para garantizar que cumplan con las especificaciones.
- Instala, reemplaza piezas y componentes de la máquina, de acuerdo con las especificaciones de producción.
- Lubrica, Aceita o aplica pagamiento u otro material a las máquinas, piezas de la máquina u otro equipo de acuerdo a procedimientos específicos.
- Reemplaza o repara metal, madera, cuero, vidrio u otro revestimiento de la máquina, compartimientos o contenedores del equipo.

- Desmantela la máquina, quita piezas de la máquina y vuelve a Montar la máquina utilizando herramientas de mano, cable de extracción de cadena entre otras.
- Inspecciona o prueba piezas dañadas de la máquina y marca el área defectuosa o avisa al supervisor sobre la necesidad de reparación.
- Registra y mantiene información sobre la producción, reparación y mantenimiento de la máquina.
- Marca, separa aprieta, alinea, rosca, une o inserta material o producto antes de poner en funcionamiento la máquina para identificar el proceso de la máquina.
- Ayuda y se comunica con otros empleados para reparar o menor máquinas, piezas de la máquina o equipo.
- Reemplaza, vacía o reabastece la máquina y contenedores del equipo vacíos, tales como tanques o cajas de gas.
- Retira material endurecido de la máquina, utilizando abrasivos, herramientas eléctricas y de mano, martillo neumático, martillo grande de dos manos u otro equipo.
- Lee órdenes de trabajo y especificaciones para determinar las máquinas y el equipo que requieren reparación o mantenimiento.
- Limpia la máquina y piezas de máquina, mediante el uso de solvente para limpiar, paño, pistola de aire, manguera, aparato para limpiar por aspiración u otro equipo.
- Recopila y desecha piezas desgastadas de la máquina y otros residuos para dar mantenimiento a la maquinaria y áreas de trabajo.
- Realiza pruebas de encendido de la máquina y observa su funcionamiento mecánico para determinar la eficiencia y para detectar defectos, fallas u otro daño de la máquina.

Agente Ventas

- Buscar clientes por medio del trato directo para incrementar las ventas.
- Organizar los pedidos de los clientes por medio de calendarizaciones para brindar un mejor servicio a éstos.
- Atender u satisfacer las necesidades de los clientes a través de su solicitud de pedido para incrementar el nivel de ventas.
- Informar de las altas y bajas del cliente al jefe directo por medio de tablas para aplicar las estrategias correspondientes.
- Realizar requisiciones de materiales con base en las solicitudes recibidas para abastecer la materia prima.
- Solicitar cotizaciones con deferentes proveedores vía electrónica para comparar y seleccionar al mejor proveedor.

- Hacer una evaluación periódica de proveedores para verificar el cumplimiento y servicio de estos.
- Realizar la debida facturación a través de sistemas de información para las empresas que soliciten el producto.

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL CAFE ENO'S



4.6 ESTUDIO FINANCIERO

4.6.1 INVERSIÓN INICIAL

En el siguiente apartado se detalla el Estudio Financiero y análisis que pretende determinar el monto de recursos económicos necesarios para la Selección, Clasificación y Comercialización de café especial por variedad de alta calidad cultivado en el Municipio de Marcala, La paz; el cual incluye los costos del grano en oro, selección y limpieza de los defectos del grano, costo del tueste de café por libra, procesamiento del café tostado y molido, costos de comercialización y administración.

La inversión inicial es la determinación real y asignación de recursos para el desarrollo de un proyecto con el objetivo de generar beneficio económico. La inversión inicial se entiende como un aporte primerio asignado por medio de recursos monetarios a una clasificación compuesta por el recurso humano, técnico, y legal para operatividad el proyecto.

El proyecto en el que se invertirán los recursos será en la formalización de una Empresa de Selección, Clasificación, Procesamiento y Comercialización de Café Especial, para lo cual se determina una clasificación de elementos que son necesarios para la puesta en marcha como ser el estudio de mercadeo, gestiones legales legal, edificación de infraestructura, materia prima, empaque, Producción, Recursos Humanos y la operación de la empresa.

En el desarrollo del estudio se determina una clasificación de costos de la inversión inicial a 5 años de operación, comercialización del café, capital de trabajo mismo que será proyectado entre el año 2018 al 2022.

TABLA 2. CLASIFICACIÓN DE COSTOS PARA DETERMINAR LA INVERSIÓN INICIAL.

N.	Clasificación	Descripción
1	Mercadeo	Estudio de mercado, Logo y Promoción.
2	Gestiones Legales	Registro Legal, Dominio e Impuestos
3	Edificación de Infraestructura	Edificación (Oficina, Planta de Producción)
4	Materia Prima	Café en Grano (Oro)
5	Empaque	Bolsas de Papel Kraft Hermeticas (1 Libra)
6	Producción	Café Seleccionado, Tostado-Molido
7	Recurso Humano	Colaboradores
8	Operación	Combustible, Servicios Públicos

4.6.2 MERCADEO

Es importante mencionar que el mercadeo consiste en un proceso administrativo y social gracias al cual determinados grupos o individuos obtienen lo que necesitan o desean a través del intercambio de productos y servicios, es por ello que se determinen los siguientes costos de operación:

TABLA 3. COSTO DE MERCADEO

1	Costo de Marketing	
1.1	Estudio de Mercadeo (Encuestas, Tabulación y Análisis de datos)	L4,800.00
1.2	Desarrollo de Imago tipo de la empresa y producto	L9,600.00
1.3	Promoción (Degustación)	L32,000.00
1.4	Diseño del sitio web	L12,000.00
1.5	Alquiler de Hospedaje de Sitio Web (Anual)	L2,000.00
Total		L60,400.00

4.6.3 GESTIONES LEGALES

Entre los elementos claves para la puesta en marcha de la empresa, son los requisitos

legales y reglamentarios los que permiten hacer más transparente los procesos y cumplir con los decretos, marco regulador, y cumplimiento del estado de leyes nacionales e internacionales dentro del sistema legal. Estos requisitos legales que por medio de mandatos deben seguirse para que los productos y servicios se hagan legamente disponibles para su venta, entre los costos que lo conforman están los siguientes:

TABLA 4. COSTOS DE GESTIONES LEGALES

2	Costo Gestiones Legales	
2.1	Inscripción de Sociedad de la Empresa	L6,000.00
2.2	Deposito monetario de creación de Sociedad Limitada	L5,000.00
2.3	Gestión de Inscripción en Sistema de Administración de Rentas	L2,080.00
2.4	Tramites de Registro de Marca	L7,089.00
2.5	Solicitud de Licencia y Registro Sanitario	L8,480.00
Total		L28,649.00

4.6.4 EDIFICACIÓN DE INFRAESTRUCTURA

La Infraestructura de planta de producción la conforman el área de la oficina principal de recepción de pedidos y trámites administrativos, área de producción (Selección, Clasificación, Molienda y Empaque), bodega de almacena del producto. Dentro de los costos de infraestructura se incluyen los materiales de construcción, mano de obra, mobiliario, equipo de oficina, equipo de molienda. La adquisición del terreno donde se construirá la planta de producción no se establece los costos debido a que pertenece al propietario de la empresa, entre los costos se detallan los siguientes:

TABLA 5. COSTO DE EDIFICACIÓN DE INFRAESTRUCTURA

3	Costo de Edificación de Infraestructura
----------	--

3.1	Materiales de Construcción	L16,300.00
3.2	Mano de obra	L6,200.00
3.3	Mobiliario	L9,700.00
3.4	Equipo de oficina	L17,000.00
3.5	Equipo de Molienda	L50,000.00
Total		L99,200.00

4.6.5 MATERIA PRIMA

La materia prima, se identificó la adquisición del café oro por variedades para su selección. Debido a que el café es un producto de temporada de cosecha entre Octubre – Enero se programara una vez por año la cantidad a producirse para su comercialización de acuerdo a la demanda del producto. Entre los costos de materia prima identificados se detallan los siguientes:

TABLA 6. COSTO DE MATERIA PRIMA

Costo de Materia Prima				
4	Materia Prima	Quintales de Café Oro	Costo por Quintal Oro Seleccionado	Total
4.1	Producción de café anualmente 25,000 Libras	250 Quintales de 100 Libras	L2,333.00	L583,250.00

4.6.6 EMPAQUE

El empaque para café está calculado según la cantidad demanda del producto, representado por el costo de la Bolsa de Papel Kraft, Pegatinas con Logo Impreso, Cejar de embalaje para pedidos por mayor, Bolsas Plásticas. El inventario del empaque será individual y embalado en cajas para pedidos por mayor, entre los costos que representa se detallan los siguientes:

Costo de Empaque

5	Empaque	Costo Unitario	Cantidad Anual	Proyección Años	Materia Prima Requerida	Total
5.1	Bolsas de Papel Kraft Hermeticas (1 Libra)	L6.50	25,000	1	25,000	L162,500.00
5.2	Pegatinas con Logo Impreso- Información Adicional	L3.80	25,000	1	25,000	L95,000.00
5.3	Cajas de Cartón para embalaje (Capacidad de 24 Libras)	L25.60	692	1	692	L17,715.20
5.4	Bolsas Plásticas	L1.15	5000	1	5000	L5,750.00
Total						L280,965.20

TABLA 7. COSTO DE EMPAQUE

4.6.7 PRODUCCIÓN

La producción de adquisición, selección, clasificación, tueste, molienda y empaque del café para una proyección para un año, en el que se procesaran 25,000 libras de café en oro. A continuación se incluyen los costos de producción por detalle mencionados a continuación:

TABLA 8. COSTO DE PRODUCCIÓN

Costo de Producción				
6	Producción	Cantidad de Libras	Costo de Selección por libra	Total
6.1	Selección de café procesado para tueste sin defectos	25,000	L11.57	L289,250.00
6.2	Tueste, Molienda	25,000	L10.00	L250,000.00
Total		25,000	L60.80	L539,250.00

4.6.8 RECURSO HUMANO

La presente proyección de costos de recursos humanos permite obtener una planilla conformada por el personal necesario para operar la empresa. Para poder estimar el pago de planilla es necesario cumplir con las ventas y producción estimada que puedan cumplir con las obligaciones correspondientes descritas a continuación:

TABLA 9. COSTOS DE RECURSOS HUMANOS

Costo de Recurso Humano / Sueldos y Salarios							
7	Recurso Humano	Salario Mensual	Salario Anual	Catorceavo Mes	Aguinaldo	IHSS (Anual)	Total
7.1	Gerente General	L28,000.00	L336,000.00	L28,000.00	L28,000.00	L9,800.00	L 429,800.00
7.2	Administrador General Recursos Humanos	L18,000.00	L216,000.00	L18,000.00	L18,000.00	L6,300.00	L 276,300.00
7.3	Oficial de Seguridad	L7,871.41	L94,456.92	L7,871.41	L7,871.41	L2,754.99	L 120,856.14
7.4	Operador de Mantenimiento 32.79 x Hora x12	L393.48	L4,721.76	L393.48	L393.48	L173.72	L 6,075.32
7.5	Agente de Ventas	L7,871.41	L94,456.92	L7,871.41	L7,871.41	L2,754.99	L 120,826.14
Total		L 62,136.30	L745,635.60	L62,136.30	L62,136.30	L 21,783.70	L 953,857.60

4.6.9 OPERACIÓN

Los costos de operación se determinaron representando cada una de las erogaciones que incurre la empresa para la comercialización del producto, entre estos costos se incluyen actividad para su comercialización. Al analizar la inversión inicial de los costos que serán utilizados para la proyección facilita el proceso de estimación futuro, estos costos servirán como línea base y punto de partida para proyecciones futuras de la empresa ya que se en la prueba piloto del proyecto se trabajó con estos costos y fue posible financiar este tipo de operaciones.

TABLA 10. COSTOS DE OPERACIÓN

Costos de Operación		
8	Operación	Costos Mensual
8.1	Telefonía Fija	L400.00
8.2	Equipo de Oficina	L600.00
8.3	Publicidad	L7,300.00
8.4	Combustible	L2,750.00
Total		L11,050.00

En el siguiente apartado resumen se detallan los costos de inversión inicial del proyecto y las

clasificaciones por costos:

TABLA 11. RESUMEN DE COSTOS TOTALES DE INVERSIÓN INICIAL

N.	Clasificación	Descripción	Inversión Inicial
1	Marketing	Estudio de mercado, Logo y Promoción.	L 60,400.00
2	Gestiones Legales	Registro Legal, Dominio e Impuestos	L 28,649.00
3	Edificación de Infraestructura	Edificación (Oficina, Planta de Producción)	L99,200.00
4	Materia Prima	Café en Grano (Oro)	L 583,250.00
5	Empaque	Bolsas de Papel Kraft Herméticas (1 Libra)	L 280,965.20
6	Producción	Café Seleccionado y Tostado-Molido	L 539,250.00
7	Recurso Humano	Colaboradores	L 745,635.60
Total			L 2,337,349.80

La inversión inicial del proyecto será por un total de L. 2, 337,349.80 para el desarrollo y puesta en marcha de las operaciones de la empresa.

4.7 ANALIS DE COSTOS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DEL CAFÉ

El costo es un valor monetario del consumo de factores que supone el ejercicio de una actividad económica destinada a la producción de un bien, servicio o actividad. Todo lo contrario con los gastos que son egresos o salidas de dinero de una empresa o persona natural que debe de pagar para acreditar un derecho sobre un artículo o servicio adquirido. Es por ello que los costos son vinculados con los gastos con el fin de generar un ingreso en función de un servicio o producto generado por una empresa.

4.7.1 COSTOS FIJOS

Los costos fijos son aquellos costos que no son sensibles a pequeños cambios en los niveles de actividad de una empresa, sino que permanecen invariables ante esos cambios.

En este caso en la comercialización de café especial de alta calidad en Francisco Morazán, Tegucigalpa, se han determinado los costos fijos según los cobros realizados en la actualidad y proyectándolos a 5 años de desembolsos correspondientes a las operaciones de la empresa.

**TABLA 12. COSTOS FIJOS MENSUALES PROYECTADOS PARA
COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ ESPECIAL**

Costos Fijos		
Clasificación de costos	Mensuales	Anuales
Equipo de Oficina	L600.00	L7,200.00
Servicios de contaduría	L5,000.00	L60,000.00
Publicidad	L8,000.00	L32,000.00
Telefonía Fija	L400.00	L4,800.00
Sueldos y salarios	L 62,136.30	L 745,635.60
Agua	L 360.00	L 4,320.00
Internet	L 700.00	L 8,400
TOTAL COSTOS FIJOS	L 77,196.30	L 862,355.60

4.7.2 COSTOS VARIABLES

El costo variable es aquel que modifica de acuerdo a las variaciones del volumen de producción o nivel de la actividad, se trata tanto de bienes como de servicios. En otras palabras si el nivel de la actividad decrece, los costos disminuyen, mientras que si el nivel de actividad aumenta, también lo hace esta clase de costos.

Entre los costos variables de la empresa se identifican: el café oro por quintal, bolsas de papel kraft con diseño, pegatinas, caja de carton de 24 libras por caja, bolsas plásticas, combustible. Este tipo de costos variables serán modificados una vez aumenten las ventas, incremente la producción, aumento del empaque, pegatinas, cajas de empaque, bolsas y combustible.

Cabe recalcar que si los desembolsos disminuyen no significa que los precios también lo hagan,

por lo que es necesario que exista un punto de equilibrio en las ventas para poder aprovechar al máximo los precios con base a los cuales se realizarán lps desembolsos.

TABLA 14. TABLA DE COSTOS VARIABLES UNITARIOS

N.	Costos Variables Unitario	
1	Café Oro	L23.33
2	Tueste y molido de café	L.21.57
3	Bolsa de papel Kraft con diseño	L6.50
4	Pegatinas	L3.80
5	Caja de carton de 24 libras por caja (24 lps)	L0.93
6	Bolsa plástica	L1.15
7	Combustible	L4.84
Total Costo Variable		L62.12

Los costos de establecidos en la Tabla 14 son dependientes de la cantidad de producto en la línea de producción, la calidad del empaque, el tipo de empaque requerido. Pero el estándar que será utilizado en este caso son los precios ya fijados para determinar las proyecciones futuras y siendo este un empaque simple pero que mantendrá el producto con la calidad requerida. Cabe mencionar que si existen algunos requerimientos a futuro por parte de los clientes para un empaque especial los precios serán medicados para su comercialización y determinar los costos de venta y operatividad los cambios.

4.8 DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA

El precio es el pago o recompensa asignado a la obtención de bienes y servicios. Al definir el precio de con que saldrá al mercado el café especial seleccionado, clasificado, tostado y molido es importante tomar en cuenta los siguientes elementos:

TABLA 14. TABLA DE DETERMINACIÓN DE PRECIO DE VENTA

Determinación del precio de venta

Precio promedio del mercado
Costo del producto
Demanda y Oferta
Utilidad

Se estableció el precio promedio de mercado por medio de cotizaciones insitu en los comercios donde venden café al detalle similar al precio pero no de la misma calidad. Por lo que se establece un precio promedio del mercado para su comercialización, tomando en cuenta algunas características similares del producto pero diferenciándolo en su peso, calidad, variedad y origen. Por lo que se estableció el precio promedio de mercado para comercializar el café comparando los de la competencia y definiendo el precio de venta para los consumidores.

El precio promedio del mercado de Café especial seleccionado por variedad tostado y molido se establece en L.209.00 por libra.

En cuanto al costo variable para producir una libra de café especial seleccionado por libra procesado y empacado se debe invertir L.62.12. Para poder establecer el precio de venta en función de los costos se utiliza el siguiente calculo:

TABLA 15. PRECIO DE VENTA

Precio de Venta					
Costo total de producto libra (Costo Fijo + Costo Variable)	Impuesto sobre venta (15%)	Costo del producto mas impuesto	% Ganancia	Porcentaje de ganancia estimado	
				43.59	
62.12	22.5	84.62	59.059	149.919	150

El precio de venta es determinado por la sumatoria del costo fijo más el costo variable dando como resultado el costo total del producto por libra.

Adicional se calculó el 15% de impuesto sobre venta procediendo con la determinación de establecer un margen de utilidad de 43.59% sobre el costo del producto más impuesto estableciendo un precio total de venta de L150.00 al mercado de Tegucigalpa.

4.9 DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO DE COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ

Para determinar el punto de equilibrio se debe considerar que el concepto hace referencia al nivel de ventas donde los costos fijos y variables se encuentran cubiertos. Es decir que el beneficio es igual a cero no se gana dinero pero tampoco se encuentra en estado de pérdida. Es decir que el punto de equilibrio es el punto donde la empresa logra cubrir sus costos.

El punto de equilibrio es el punto de intersección en donde los ingresos por venta y los costos de producción están al mismo nivel. El punto de equilibrio es utilizado para saber cuál es el margen de venta para determinar la rentabilidad de comercialización de un producto. En el caso de la

Punto de Equilibrio								
Punto de Equilibrio	Costos Fijos		L 862,355.60			L 862,355.40	7,635	Libras
	Precio Venta	(-) Costo Variable	1	150	37.05	112.95		

venta del café si en el resultado se estima que las ventas serán mayores a las del punto de equilibrio la empresa percibirá beneficios y si la estimación determinada de producción está baja se estima que se obtendrán pérdidas.

TABLA 16. PUNTO DE EQUILIBRIO

El análisis del punto equilibrio refleja como resultado para que la empresa no posea ganancias ni pérdidas deberá obtener ingresos mensuales por venta de café especial molido y empacado por L. 1, 245,250.00.

La empresa debe comercializar 7,635 libras equivalentes al ingreso antes mencionado por venta de café, esto representa que si la comercializadora de café opera arriba de la cantidad definida como punto de equilibrio la empresa estaría generando ganancias, en el caso contrario estaría operando con pérdidas.

4.10 FINANCIAMIENTO

El financiamiento es el mecanismo por medio del cual se aporta el dinero o se concede un crédito a una persona, empresa u organización para que esta lleve a cabo un proyecto alquiler bienes o servicios, cubra los gastos de una actividad u obra, o cumpla sus compromisos con sus proveedores.

Para operar la empresa y poder cubrir con los costos y gastos de operación el propietario decide aportar el 100% de la inversión del capital de la empresa. Este aporte monetario asciende a la cantidad de L. 2, 337,349.80 de los cuales invertirá para el desarrollo del proyecto. Se toma en consideración que la inversión inicial será por la cantidad de L.2, 337,349.80, esto evita los gastos que incurren las gestiones del financiamiento bancario y el pago por intereses de préstamos que aumenta el riesgo de endeudamiento y capacidad de pago a instituciones financieras a futuro.

4.12 INVERSIÓN INICIAL

Inversión Inicial	
Descripción	Precio Total
Mercadeo	L. 60,400.00
Gestiones Legales	L. 28,649.00
Edificación	L. 99,200.00
Materia Prima	L. 583,250.00
Empaque	L. 280,965.20
Producción	L. 539,250.00
Recurso Humano	L. 745,635.60
Total	L. 2,337,349.80

Tabla 17. Inversión Inicial

La inversión inicial del proyecto contempla los costos básicos de constitución e inicios de las operaciones de la empresa, que asciende a L. 2, 337,349.60. La inversión total del capital de la empresa estará a cargo del único socio inversionista de Eno's Café. Misma estimación será para financiar las diferentes etapas del proyecto.

BALANCE DE INFRAESTRUCTURA, MAQUINARIA, MOBILIARIO Y EQUIPO

Balance de Infraestructura, Maquinaria, Mobiliario y Equipo			
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Total
Infraestructura			
Materiales de construcción			L. 16,300.00
Mano de obra			L. 6,200.00
Total Infraestructura			L. 22,500.00
Maquinaria			
Molino Bunn Heavy Duty	2	L. 20,872.50	L. 41,745.00
Aire acondicionado	1	L. 6,300.00	L. 6,300.00
Cafetera Mr. Coffe catación	1	L. 575.00	L. 575.00
Contenedores de Plástico	6	L. 230.00	L. 1,380.00
Total de maquinaria			L. 50,000.00

Mobiliario y Equipo			
Mesas	4	L. 1,530.00	L. 6,120.00
Bancos de Madera	4	L. 345.00	L. 1,380.00
Silla para el gerente/ administrador	1	L. 950.00	L. 950.00
Estantes	3	L. 850.00	L. 2,550.00
Computadoras	1	L. 9,700.00	L. 9,700.00
Teléfono fijo	1	L. 340.00	L. 340.00
Caja registradora	1	L. 4,700.00	L. 4,700.00
Luminarias colgantes	4	L. 240.00	L. 960.00
Total de mobiliario			L. 26,700.00

Tabla 18. Balance de Infraestructura, Maquinaria, Mobiliario y Equipo

La Tabla 18. Describe los costos de la edificación del local, maquinaria, mobiliarios y equipo que son necesarios para cada una de las operaciones, las cuales serán recuperadas en el tiempo lo cual asciende a L 99,200.00 como parte de la inversión inicial.

BALANCE DE INSUMOS

Balance de insumos			
Insumos	Cantidad	Precio unitario	Total
Bolsas de Papel Kraft Hermético	25000	L. 6.50	L. 162,500.00
Pegatinas con logo impreso	25000	L. 3.80	L. 95,000.00
Caja de carton para emblaje	692	L. 25.60	L. 17,715.20
Bolsas plásticas	5000	L. 1.15	L. 5,750.00
Total	55692	L. 37.05	L. 280,965.20

Tabla 19. Balance de insumos

La Tabla 19. Muestra la descripción del insumo necesario para el empaque y embalaje del café por libra, siguiendo la proyección de la cantidad de café por procesar por año que equivale a 25,000 libras al año.

Esta tabla también indica el precio unitario para determinar los costos totales por año necesarios para la comercialización del café especial en sus diferentes presentaciones. Este costo asciende a L.280, 965.20 sumado al costo de producción del café molido por libra.

CANTIDAD DE INSUMOS ANUALES

Cantidad de Insumos Anuales				0.1
Horizonte	1	2	3	4
Producción de Libras de Café Anual	25000	27500	30250	33275
Cantidad de Insumos Anuales	55,692	61,261	67,387	74,126
Costos de Insumos Anuales	L. 275,000.00	L.275,000.00	L.302,500.00	L.330,000.00
Costo de Producción del café	583250	583250	641575	699900

Tabla 20. Cantidad de insumos

La tabla detalla una proyección de los 5 primeros años de operación de la empresa incluyendo el costo de producción anual, los 2 primeros años la Eno's Café operara con la cantidad de 25,000 libras de café procesado y los siguientes 3 años aumentara su producción en un 10 % impactando en el aumento de insumos materia prima y utilidades en la comercialización del producto.

COSTOS FIJOS

Costos fijos		
Ítem	Mensual	Año
Equipo de oficina	L. 600.00	L. 7,200.00
Servicios de Contabilidad	L. 5,000.00	L. 60,000.00
Agua	L. 360.00	L. 4,320.00
Teléfono Fija	L. 400.00	L. 4,800.00
Internet	L. 700.00	L. 8,400.00
Publicidad	L. 8,000.00	L. 32,000.00
Sueldos y salarios	L. 62,136.30	L. 745,635.60
Total Costos Fijos	L. 77,196.30	L. 862,355.60

Tabla 21. Costos Fijos

La tabla 21 muestra el detalle de los costos fijos, estos costos no tendrán variación alguna en las operaciones de la empresa aun existan cambios en las ventas, estos costos ascienden a L.862, 355.60 anuales.

COSTOS VARIABLES

Costos Variables			
Ítem	Libras	Mensual	Anual
Materias prima	25000	L. 48,641.22	L. 583,287.05
Total		L. 48,641.22	L. 583,287.05

Tabla 22. Costos Variables

La tabla de los costos variables se estima en la cantidad de materia prima procesada mensualmente, misma que cambiara según la proporción la producción de la empresa. De acuerdo a la proyección anual los primeros 2 años de operación se mantendrá el costo por la cantidad de L. 583,287.05, posteriormente enfrentará según se aumente el consumo de materia prima y ventas en la empresa.

COSTO DE RECURSOS HUMANOS / SUELDOS Y SALARIOS

Costo de Recurso Humano / Sueldos y Salarios							
7	Recurso Humano	Salario Mensual	Salario Anual	Catorceavo Mes	Aguinaldo	IHSS (Anual)	Total
7.1	Gerente General	L.28,000.00	L.336,000.00	L.28,000.00	L.28,000.00	L.9,800.00	L.401,800.00
7.2	Administrador General Recursos Humanos	L.18,000.00	L.216,000.00	L.18,000.00	L.18,000.00	L.6,300.00	L.258,300.00
7.3	Operario de Selección A	L.7,871.41	L.94,456.92	L.7,871.41	L.7,871.41	L.2,754.99	L.112,954.73
7.4	Operario de Selección B	L.7,871.41	L.94,456.92	L.7,871.41	L.7,871.41	L.2,754.99	L.112,954.73
7.5	Oficial de Seguridad	L.7,871.41	L.94,456.92	L.7,871.41	L.7,871.41	L.2,754.99	L.112,954.73
7.8	Agente de Ventas	L.7,871.41	L.94,456.92	L.7,871.41	L.7,871.41	L.2,754.99	L.112,954.73
Total		L.77,485.64	L.929,827.68	L.77,485.64	L.77,485.64	L.27,119.96	L.1,111,918.92

Tabla 23. Costo por sueldos y salarios

La Tabla 23 describe los puestos necesaria para ejecutar las operaciones los primeros 5 años de inicio de la empresa, anualmente la planilla laboral asciende a L.929, 456.92 correspondientes a la clasificación de costos fijos de la empresa como parte de los valores comprometidos mensualmente.

DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA

Depreciaciones de maquinaria				
Maquinaria/equipo	Cantidad	Valor unitario	Vida útil	Depreciación anual
Molino Bunn Heavy Duty	2	L. 20,872.50	10	4174.50
Aire acondicionado	1	L. 6,300.00	10	630.00
Cafetera Mr. Coffee Catación	1	L. 575.00	5	115.00
Total				4919.50

Tabla 24. Depreciación de Maquinaria

La tabla 24 describe las depreciaciones de la maquinaria utilizada en el procesamiento de café como parte del deterioro por su uso, disminuyendo su valor periódicamente en el tiempo.

Mismo que se convierte en un valor por depreciación anual que asciende a L.4, 919.50 que deberán ser contabilizados por un desgaste físico del equipo que posteriormente deberá ser reemplazado.

PLAN DE DEPRECIACIÓN

Plan de Depreciaciones de mobiliario				
Mobiliario	Cantidad	Valor unitario	Vida útil	Depreciación anual
Mesas	4	L. 1,530.00	5	L. 1,224.00
Bancos de Madera	4	L. 345.00	5	L. 276.00
Silla ejecutiva	1	L. 950.00	5	L. 190.00
Estantes	3	L. 850.00	7	L. 364.29
Computadoras	1	L. 9,700.00	10	L. 970.00
Teléfono fijo	1	L. 340.00	5	L. 68.00
Caja Registradora	1	L. 4,700.00	10	L. 470.00
Luminarias Colgantes	4	L. 240.00	5	L. 192.00
Total				L. 3,754.29

PROYECCIÓN DE DEPRECIACIÓN ACUMULADA

Plan de Depreciaciones					
Horizonte	1	2	3	4	5
Mesas	L. 1,224.00	L. 1,224.00	L. 1,224.00	L. 1,224.00	L. 1,224.00
Bancos de madera	L. 276.00	L. 276.00	L. 276.00	L. 276.00	L. 276.00
Silla ejecutiva	L. 190.00	L. 190.00	L. 190.00	L. 190.00	L. 190.00
Computadoras	L. 970.00	L. 970.00	L. 970.00	L. 970.00	L. 970.00
Teléfono fijo	L. 68.00	L. 68.00	L. 68.00	L. 68.00	L. 68.00
Caja Registradora	L. 470.00	L. 470.00	L. 470.00	L. 470.00	L. 470.00
Estantes	L. 364.29	L. 364.29	L. 364.29	L. 364.29	L. 364.29
Luminarias colgantes	L. 192.00	L. 192.00	L. 192.00	L. 192.00	L. 192.00
Cafetera Mr. Coffee Catación	L. 115.00	L. 115.00	L. 115.00	L. 115.00	L. 115.00
Total Depreciaciones	L. 3,869.29	L. 3,869.29	L. 3,869.29	L. 3,869.29	L. 3,869.29

Tabla 25. Plan de depreciación

Entre los aspectos importantes para la apertura de empresa es necesario considerar el plan de depreciaciones dentro de las proyecciones, ya que como muestra la Tabla 25 refleja la depreciación acumulada de los bienes de producción por cantidad, valor del bien, vida útil y depreciación que dentro de la proyección es de L.3, 754.29 que deberán ser disminuidos de las utilidades para su reemplazo futuro.

INGRESOS

Ingresos		
Capacidad instalada	25,000.00	Libras
Producto	Precio	Porcentaje de producción
Café Seleccionado Tostado y Molido (Libra)	L. 150.00	100.00%

Tabla 26. Ingresos

Los ingresos por venta de Café molido especial con una capacidad de producción de 25,000 libras procesadas anualmente a un precio de L.150.00 por libra. El total de ingresos anuales siguiendo con la proyección a 5 años será de L. 3, 750,000.00 por año como parte de patrimonio y entradas de Eno's Café.

HORIZONTE DE PRODUCCIÓN DE CAFÉ ESPECIAL

Horizonte	1	2	3	4	5
Porcentaje de Crecimiento	100%	100%	110%	120%	130%
Producción anual de libras de café	25,000.00	25,000.00	27,500.00	30,000.00	32,500.00
Total de Ventas	L. 3,750,000.00	L. 3,750,000.00	L. 4,125,000.00	L. 4,500,000.00	L. 4,875,000.00

Tabla 26. Proyección de Producción de Café Especial

La producción de café especial tal y como lo muestra la tabla 26 en su proyección a 5 años plazo tendrá una producción total de 140,000 libras de café percibiendo ingresos por venta de totales de 21, 000,000.00 durante el periodo de operación de la empresa.

COSTOS DE PRODUCCIÓN DE CAFÉ ESPECIAL

Costos de producción					
Horizonte	1	2	3	4	5
Producción de Café Anual	583,250.00	583,250.00	641,575.00	699,900.00	758,225.00
Producción de Insumos	275,000.00	275,000.00	27,500.00	30,000.00	32,500.00
Total de materia prima	L. 858,251.00	L. 858,252.00	L. 669,078.00	L. 729,904.00	L. 790,730.00

Tabla 27. Costos de Producción

Los costos de producción por el procesamiento de café tostado y los costos de insumos necesarios ascienden a L. 3, 906,215.00 en la proyección a 5 años de operación, cumpliendo con el estimado de libras de café procesadas por año es tipo de costos son necesarios para el desarrollo del proyecto y cumplimiento de los objetivos.

GASTOS OPERATIVOS

Gastos operativos					
Costos fijos	L. 862,355.60	L. 862,355.60	L. 862,355.60	L. 862,355.60	L. 862,355.60
Total de gastos operativos	L. 862,355.60	L. 862,355.60	L. 862,355.60	L. 862,355.60	L. 862,355.60

Tabla 28. Gastos Operativos

Entre los gastos operativos en los que incurre la empresa que son los destinados a mantener los activos de la empresa como ser los gastos del Equipo de oficina, Servicios de Contabilidad, Agua Potable, Telefonía Fija, Internet, Publicidad, Sueldos y Salarios mismos gastos en su conjunto representan un cargo de L. 862,355.60 por año para que puedan funcionar las diferentes operaciones estimadas dentro del proyecto.

PLAN DE AMORTIZACIONES

Plan de Amortizaciones					
Horizonte	1	2	3	4	5
Gestiones Legales – Gastos de Constitución	L. 5,729.00	L. 5,729.00	L. 5,729.00	L. 5,729.00	L. 5,729.00

Tabla 28. Amortizaciones

La representación de las amortizaciones se identifica dentro de la clasificación de la inversión inicial las gestiones legales que deberán ser amortizadas a en un plazo de 5 años deduciendo un valor anual por la cantidad de L.5, 729.00 que será reflejada en las operaciones contables de Eno's Café.

TOTAL DE AMORTIZACIONES Y DEPRECIACIONES

Total de amortizaciones/ depreciaciones	L. 9,598.29	L. 9,598.29	L. 9,598.29	L. 9,598.29	L. 9,598.29
--	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

PLAN DE REEMPLAZO

Plan de Reemplazo						
Horizonte	1	2	3	4	5	6
Cafetera Mr. Coffee Catación					L. 115.00	575
Total Reemplazo	L. 0.00	L. 0.00	L. 0.00	L. 0.00	L. 115.00	L. 575.00

Tabla 29. Plan de Reemplazo

Los reemplazos de la maquinaria y equipo deben programarse gradualmente siguiendo las indicaciones del fabricante en un tiempo determinado, la tabla 29 nos muestra el reemplazo de uno de los equipo necesarios para las pruebas de calidad del café el cual deberá reemplazarse en el año 6, el resto de los reemplazos según las proyecciones de la vida útil de los equipos.

ESTADOS DE RESULTADO

Estado de Resultado					
Horizonte	1	2	3	4	5
Ingresos	L. 3,750,000.00	L. 3,750,000.00	L. 4,125,000.00	L. 4,500,000.00	L. 4,875,000.00
(-) Costos	L. 858,251.00	L. 858,252.00	L. 669,078.00	L. 729,904.00	L. 790,730.00
Utilidad neta bruta	L. 2,891,749.00	L. 2,891,748.00	L. 3,455,922.00	L. 3,770,096.00	L. 4,084,270.00
(-) Gastos	L. 862,355.60	L. 862,355.60	L. 862,355.60	L. 862,355.60	L. 862,355.60
Utilidad de operación	L. 2,029,393.40	L. 2,029,392.40	L. 2,593,566.40	L. 2,907,740.40	L. 3,221,914.40
Depreciaciones/amortizaciones	L. 9,598.29	L. 9,598.29	L. 9,598.29	L. 9,598.29	L. 9,598.29
Intereses	L. 0.00	L. 0.00	L. 0.00	L. 0.00	L. 0.00
Utilidad antes del impuesto	L. 2,019,795.11	L. 2,019,794.11	L. 2,583,968.11	L. 2,898,142.11	L. 3,212,316.11
Impuesto	L. 302,969.27	L. 302,969.12	L. 387,595.22	L. 434,721.32	L. 481,847.42
Utilidad neta	L. 1,716,825.85	L. 1,716,824.99	L. 2,196,372.89	L. 2,463,420.79	L. 2,730,468.69

Tabla 30. Estado de Resultados

La tabla 30 de estado de resultado dentro de análisis de las utilidades al evaluar los resultados financieros de la actividad de la empresa según las proyecciones para cada año se estiman utilidades netas de L. 3, 433,651.70 en el primer y segundo año. Es decir que la inversión inicial de la empresa Eno's Café podrá recuperarse en el año 1 – 2 de operaciones de la empresa, percibiendo utilidades netas de L. 7,390,262.37 entre el año 3 – 5. Estos resultados se muestran en la tabla anterior al disminuir los costos, gastos, depreciaciones, amortizaciones e impuestos obteniendo las utilidades por año estimando también la recuperación de la inversión inicial.

FLUJO DE EFECTIVO

Flujo de efectivo						
Horizonte	0	1	2	3	4	5
Utilidad Neta		L. 1,716,825.85	L. 1,716,824.99	L. 2,196,372.89	L. 2,463,420.79	L. 2,730,468.69
(+) Depreciaciones / amortizaciones		L. 9,598.29	L. 9,598.29	L. 9,598.29	L. 9,598.29	L. 9,598.29
(-)Movimiento en inversiones		L. 0.00	L. 0.00	L. 0.00	L. 0.00	L. 0.00
(-)Movimiento obligaciones		L. 0.00	L. 0.00	L. 0.00	L. 0.00	L. 0.00
Flujo de efectivo	L. 2,521,541.88	L. - 1,726,424.13	L.-1,726,423.28	L. 2,205,971.18	L. 2,473,019.08	L. 2,740,066.98

Tabla 31. Flujo de Efectivo

Al evaluar el flujo de efectivo representado por la tabla 31 se analiza la variación existente entre las entradas y salidas de efectivo de la empresa, reflejando en el año de inicio el representativo valor de la inversión inicial que será recuperado entre el año 1-2 deduciendo que en efecto la empresa cuenta con la capacidad financiera para poder cumplir con sus obligaciones adquiridas. Así mismo obtendrá utilidades netas fuera del periodo de recuperación a partir del año 3 -5 por un monto equivalente a L. 7, 419,057.24 lo que permite mantener existencias para el financiamiento de nuevas actividades y fortalecimiento de las operaciones de Eno's Café.

VALOR ACTUAL NETO

c	0	1	2	3	4	5
VAN	-L. 2,337,349.80	L. 1,726,424.13	L. 1,726,423.28	L. 2,205,971.18	L. 2,473,019.08	L. 2,740,066.98
Periodo en el tiempo		L. 1,726,424.13	L. 3,452,847.42	L. 5,658,818.60	L. 8,131,837.68	L. 10,871,904.67

CÁLCULO DEL VALOR PRESENTE NETO						
	0	1	2	3	4	5
Flujo de caja	-2337349.8	1726424.13	1726424.13	2509971.18	2473019.08	2740066.98
Factor de descuento	100%	92%	84%	77%	71%	65%
Valor presente	-2337349.8	1583875.349	1453096.65	1938158.281	1751949.064	1780855.531
VPN	8507934.874					

5	AÑOS
2337349.8	Inversión Inicial
INTERES	0.09

TIR	79%
-----	-----

VAN

Valor actual neto (VAN)	8507934.874
-------------------------	-------------

El valor actual neto permitió analizar el cálculo el valor presente de los flujos de efectivo del año 1 – 5, estos flujos fueron originados a raíz de la inversión inicial del proyecto. Por lo tanto tenemos una VAN mayor a 0 lo que significa que la inversión producirá ganancias por encima de la rentabilidad esperada y el proyecto puede ser acepto. Se utilizó el 9% de interés para un costo de oportunidad para la inversión de capital de L. 2, 337,349.80, a un año plazo mas una prima por riesgo de 5% para conformar un costo de capital que descuenta los flujos a medida transcurre en tiempo.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

El desarrollo de los diferentes estudio de viabilidad de creación de una empresa de selección, clasificación y comercialización de café especial, tomando en cuenta que Honduras es uno de los países con producción de café de alta calidad consumido en el mercado nacional e internacional. Enfocado en el mercado nacional de acuerdo a los datos reflejados por la encuesta aplicada el 89% de los encuestados consumen café y el 94.6% está dispuesto a comprar café especial de alta calidad. Estos resultados muestra el interés de los consumidores por el consumo de café de calidad cambiando los patrones de consumo del mercado y volviéndolo cada vez más exigente de acuerdo a sus gustos y preferencias. De acuerdo a las capacidades con las que contara la empresa y una administración de los recursos permite deducir que el proyecto es viable, y que existen grandes posibilidades de generación de beneficios y rentabilidad del proyecto con una definición de mercado ya identificada.

El estudio de mercado fue desarrollado en el análisis de preferencias de consumo según los gustos, modos de preparación, preferencias de presentación, precio y descripción del producto con el propósito de dar a conocer cuál es el producto en específico que estará comercializado la empresa. Así mismo se analizó el segmento de mercado al que estará dirigido el producto y el reconocimiento de sus ingresos mensuales como parte del poder adquisitivo y de consumo. Entre los elementos determinantes de consumo se reflejó en los datos de la encuesta que el 72.4% de los encuestados pertenecen al segmento de la población económicamente activa. Los cuales están dispuestos a pagar por un Café de calidad a un precio relativamente alto por sus atributos de calidad en la producción y la diferenciación de la variedad en sus presentaciones.

Debido al rubro al que pertenece la empresa para el desarrollo de sus operaciones de compra y venta de insumos ya se tiene identificados los proveedores de la materia prima necesaria para abastecer la demanda en el mercado. Así mismo se cuenta con procedimientos de procesos de transformación de la materia prima según las preferencias de los consumidores que permitan mantener la calidad del producto.

Entre la clasificación de elementos claves para la definición de la inversión inicial se estimaron los costos necesarios para operar la empresa conformado por los costos de mercadeo, gestiones legales, edificación, materia prima, producción y recurso humano. Estos costos representa parte del capital de trabajo con el que operara la empresa misma inversión inicial que asciende a L 2, 337,349.80, estos fondos serán financiados por el propietario de la empresa incurriendo en el 100% de la inversión total requerida para operar el primer año. De esta forma también se proyectaron operaciones para 5 años plazo estableciendo los primeros 2 años de operación bajo la misma producción y el resto aumentara el 10% de las operaciones en comparación al año 2. Esto facilita el análisis y determinación de ingresos y egresos empresa por medio de una participación activa dentro del mercado, no obstante esas estimaciones fueron calculadas en base a la determinación de costos de materia prima, costos fijos, gastos operativos, costos variables y los egresos requeridos para determinar la inversión total para la puesta en marcha de la empresa.

Para el desarrollo del proyecto en cuanto a los factores financieros es importante definir los tiempos de inversión, iniciando a partir de inversión inicial y tomando el estimado de la recuperación del proyecto y los gastos y costos de inversión. En cuanto a la rentabilidad del proyecto es viable ya que su recuperación inicia desde el año 1 en adelante.

Es importante mencionar que la inversión del capital propio del socio evita los riesgos de retrasos en los pagos y obligaciones de intereses por el servicio del préstamo, permitiendo trabajar y arriesgar sus propios recursos permitiendo manejar sus utilidades libre de compromisos con instituciones financieras.

Es necesario conocer el marco legal de creación e inscripción de patentes y marcas de la empresa que indique la formalidad y propiedad intelectual del negocio evitando poner el riesgo de posesión por parte de la competencia. Es por ello que para el desarrollo del proyecto se tuvo que incluir como parte de las gestiones legales del proyecto la inscripción de sociedad de la empresa, depósito monetario de creación de sociedad limitada, gestión de inscripción de administración de rentas, trámite de registro de marca, solicitud de licencia y registro sanitario. De la misma forma fue proyectado el beneficio laboral del recurso humano, derechos y obligaciones asignadas a los empleados siguiendo la normativa legal de las leyes nacionales.

Es de suma importancia la definición de puestos y funciones para cada una de las actividades y operaciones dentro de la producción del café, de esta forma las labores se vincularán para la correcta administración de los recursos. El definir tareas específicas facilita el cumplimiento y asigna responsable en los diferentes niveles jerárquicos para llevar una dirección y control en todos los procesos administrativos.

5.2 RECOMENDACIONES

Es imprescindible la implementación y desarrollo de los diferentes estudios según el enfoque del proyecto, estos permiten el análisis de las posibles complicaciones a que estará expuestos tanto la empresa como las operaciones. Por lo que es necesario determinar objetivos claro y precisos con los que debemos de cumplir para que el proyecto sea exitoso y satisfactorio evitando perdidas que puedan afectar la inversión del mismo.

Cada vez más mas empresas incursionan con un sin número de servicios y productos en el mercado, por lo que es necesario utilizar diferentes enfoques integrales auto sostenibles que faciliten la identificación de las materias primas disponibles en la región y así mismo tomar decisiones de negocios. Las inversiones intermedias se han convertido en las ideas de negocios más rentables al convertir las materias primas en productos terminados que permitan desarrollar no solo las regiones de producción sino también incorporar iniciativas de negocios a la economía activa y que puedan cumplir con las exigencias de los consumidores compitiendo en los diferentes nichos de mercado.

Es necesario enfocar la formalización de las ideas de negocios y proyectos de emprendimiento en la mejora continua y calidad en los productos y servicios, esto debe ser planificado en el tiempo y determinando plazos de inversión en maquinaria, capacitación e investigación de los procesos de producción que faciliten el la correcta implementación de los procesos y administración.

La inversión inicial para crear una empresa debe ser determinada a detalle debido a que cada gestión y operación realizada incurre en un costo que impacta en el presupuesto final.

Debe ser trabajado con tiempo anticipado y priorizando los egresos, inversión en maquinaria entre otros elementos financiero que ayuden al buen funcionamiento de la empresa según los resultados esperados. No obstante es importante mencionar que toda inversión se estima ser recuperada en un tiempo prudencial definido, y esto solo puede ser definido en el estudio financiero que es el que nos facilita poder analizar el movimiento financiero en el tiempo y en qué momento se recupera la inversión estimada. Por lo que se deben analizar los costos que se realizaran para determinar la rentabilidad del y evitar incurrir en pérdidas a futuro.

Es pertinente definir un marco legal que fundamente el ser de la empresa su propósito y al rubro al que estará enfocado, así mismo es necesario que para las gestiones legales del proyecto se estime la contratación de un profesional en leyes mercantiles. Este profesional facilitara por medio de asesorías legales los canales indicados para definir los procesos legales requeridos para la formalización de sus operaciones.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AER | Alcaldía Municipal del Distrito Central. (s. f.). Recuperado 11 de junio de 2017, a partir de

<http://www.amdc.hn/Atencion%20al%20Ciudadano/Apertura-Negocios.html#.WTzN99y23IU>

Bonnie, K. B., & Weinberg, Bennett Alan. (2002). *The world of caffeine: the science and culture of the world's most popular drug*. Nueva York. Recuperado a partir de

https://books.google.hn/books?id=Qyz5CnOaH9oC&pg=PA3&dq=coffee+goat+ethiopia+Kaldi&lr=&ei=paxHStuDJ4XuzATj97hf&redir_esc=y#v=onepage&q=coffee%20goat%20ethiopia%20Kaldi&f=false

Café en la red: Taza de la Excelencia Honduras 2016 - Resultados de Taza de la Excelencia Honduras 2016. (s. f.). Recuperado 11 de junio de 2017, a partir de

https://cafeenlared.blogspot.com/2016/06/taza-de-la-excelencia-honduras-2016_93.html

EEE-2005-LIBRO-PAISES.indb - Honduras_es.pdf. (s. f.). Recuperado a partir de

http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/1061/28/Honduras_es.pdf

Historia - Café Orgánico Marcala S.A. (COMSA). (s. f.). Recuperado 11 de junio de 2017, a partir de

<http://www.comsa.hn/comsa/historia/>

IHCAFE. (2017, abril 17). Información Estadística al 17 de Abril del 2017. Recuperado a partir de

<http://www.ihcafe.hn/images/Boletin%2017-04-17.pdf>

ODS, J. (s. f.). ODS JICA indicadores socioeconomicos marcala la paz 2013 - Buscar con Google.

Recuperado 11 de junio de 2017, a partir de

https://www.google.hn/?gws_rd=cr,ssl&ei=s8U8WYefJIPUmwHC-4nIBQ#q=ODS+JICA+indicadores+socioeconomicos+marcala+la+paz+2013

Presentación de PowerPoint - Boletin 17-04-17.pdf. (s. f.). Recuperado a partir de

<http://www.ihcafe.hn/images/Boletin%2017-04-17.pdf>

Registro Tributario Nacional (RTN). (2016, octubre 26). Recuperado 11 de junio de 2017, a partir de

<http://www.sar.gob.hn/registro-tributario-nacional-rtn/>

ANEXOS

1.6 ANEXO 1: ENCUESTA DE PREFERENCIA Y PATRONES DE CONSUMO DE CAFÉ

El siguiente apartado se presenta la encuesta aplicada que describe las preguntas aplicadas en la encuesta a un total de 163 personas consumidoras y no consumidoras de café:

Se está realizando un estudio sobre comercialización de café en el Distrito Central para la apertura de una empresa de selección, clasificación, procesamiento y comercialización de café especial de alta calidad.

Instrucciones: Marque con una "X" la opción con la cual se siente más identificada (o).

1. ¿Usted consume café? Si la respuesta es sí, favor seguir contestando este cuestionario. Si la respuesta es no pasar a datos demográficos agradeciendo su colaboración.

Si

No

2. ¿Qué tipo de café consume con mayor frecuencia?

Café soluble/Instantáneo (Frasco de vidrio, sobres)

Café de grano, tostado/molido (Para prepararlo en cafetería o en olla)

Café importado de alta calidad

Café puro sin perseverantes (Orgánico)

3. ¿Cuántas tazas de café consume al día?

1 a 2 Tazas

3 a 4 Tazas

Más de 5 Tazas

4. ¿En Qué establecimientos comerciales compra café molido con mayor frecuencia?

Súper Mercado

Mercaditos o Tiendas locales

Mercado Agrícola (Mayoreo)

Tiendas de café en línea (Internet)

Centro's Comerciales (Quioscos)

5. ¿Le gustaría comprar café especial de alta calidad por medio de pedidos por redes sociales utilizando servicio a domicilio como alternativa?

Si

No

6. ¿Qué tipo de textura de molienda de café prefiere?

Molido Fino

Molido Intermedio

Molido Granulado (Café de Molido Grueso)

7. Cuándo compra café ¿Qué tipo de empaque o envase prefiere?

Bolsa de papel kraft (Papel color cartón)

Bolsa aluminizada (Aluminio)

Lata

Envase de vidrio

Bolsa de plástico con válvula (Válvula utilizada para expulsar el aroma del café)

8. Acostumbra a comprar personalmente el café que consumo ¿con que frecuencia compra usted café molido?

Cada 7 días

Cada 14 días

Cada 21 días

Cada mes

9. ¿En su opinión que es lo que hace que un café sea de alta calidad? (Puede elegir varias operaciones para apoyar su respuesta)

Tipo de tueste (Claro, Medio, Oscuro)

Origen de cultivo

Aroma

Textura de Molido

Precio Alto

10. Entre los siguientes productos con cuales prepara su café.

Leche

Azúcar

Cremora

Son productos antes mencionados

11. ¿En el caso de comercializar café de alta calidad cuanto estaría dispuesto a pagar por libra?

L 90 – L 110

L111 – L 130

L 131 – L 150

L 151 en adelante

12. ¿Estaría dispuesto a comprar café molido especial de alta calidad con la opción a degustar el de su preferencia en un establecimiento?

Si

No

13. ¿Cuál es el medio de comunicación informativo de su preferencia?

Radio

Televisión

Periódico

Revista

Medios informativos digitales

14. ¿Entre las redes sociales mencionadas a continuación seleccione una a su conveniencia?

Instagram

Twitter

Facebook

Otra

Datos demográficos

Femenino

Masculino

Edad

0-18 Años

19-25 Años

26-40 Años

40 años en adelante

Ocupación

Propietario de negocio

Empleado

Estudiante

Otra

Ingreso Promedio Mensual

L 0 – L 9,000

L 9,001 – L 18,000

L 18,000 – L 36,000

L 36,001 en adelante