



**TESIS DE POSTGRADO**

**PREFACTIBILIDAD PARA CREAR EMPRESA DE  
PROCESAMIENTO Y VENTA DE CAFÉ ORGÁNICO EN EL  
DISTRITO CENTRAL**

**SUSTENTADO POR:**

**IVIS FABRICIO ORDOÑEZ PALMA  
MILTON JACOB MOREL MARADIAGA**

**PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE  
MÁSTER EN FINANZAS**

**TEGUCIGALPA M.D.C., FRANCISCO MORAZÁN, HONDURAS,  
C.A. ABRIL, 2019**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA**

**UNITEC**

**FACULTAD DE POSTGRADO**

**AUTORIDADES UNIVERSITARIAS**

**RECTOR**

**MARLON ANTONIO BREVÉ REYES**

**SECRETARIO GENERAL**

**ROGER MARTÍNEZ MIRALDA**

**VICERRECTORA ACADÉMICA**

**DESIREE TEJADA CALVO**

**DECANO DE LA FACULTAD DE POSTGRADO**

**CLAUDIA MARÍA CASTRO VALLE**

**PREFACTIBILIDAD PARA CREAR EMPRESA DE  
PROCESAMIENTO Y VENTA DE CAFÉ ORGÁNICO EN EL  
DISTRITO CENTRAL**

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

**ASESOR METODOLÓGICO  
CLAUDIA MARÍA CASTRO VALLE**

**ASESOR TEMATICO  
WILFREDO VELÁSQUEZ AGUILAR**

**COMISIÓN EVALUADORA  
JAVIER DEL CID  
JOSE TRÁNCITO MEJÍA**



## **FACULTAD DE POSTGRADO**

# **PREFACTIBILIDAD PARA CREAR EMPRESA DE PROCESAMIENTO Y VENTA DE CAFÉ ORGÁNICO EN EL DISTRITO CENTRAL**

**Ivis Fabricio Ordoñez Palma y Milton Jacob Morel Maradiaga**

### **Resumen**

Con el presente estudio de investigación se muestra la prefactibilidad de crear una empresa que se dedique al procesamiento y venta de café orgánico en el Distrito central, a través de puntos de venta en kioscos ubicados en los principales centros comerciales de la capital del país. La comercialización de un café de calidad, con un perfil alto de taza y sobre todo con los atributos y beneficios naturales del café orgánico dan como resultado un nicho de negocio de parte de un mercado desatendido, con una oferta escasa en lugares altamente concurridos que según el estudio de mercado refleja la alta aceptación del producto. Estos resultados incluyen la posibilidad de brindar el servicio de maquilado a los productores cercanos de la zona aprovechando la escasa oferta de este servicio y considerando la capacidad instalada de la maquinaria invertida, lo que representa un 20% de los ingresos del proyecto lo que nos da la rentabilidad esperada. La Inversión del proyecto será de L.3,465,568.81 compuesta por un (30/70) 30% con fondos de los inversionistas y el resto 70% vía financiamiento, con un Valor Actual Neto (VAN) de la Inversión es de L.1,750,505.97 y una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 45.94%, lo que permitirá que la recuperación de la inversión inicial sea en 3 años y 7 días.

Palabras claves: Café Orgánico, Inversión, Procesamiento, TIR, VAN.



## **POSTGRADUATE FACULTY**

### **FEASIBILITY TO CREATE A PROCESSING AND SELLING BUSINESS OF ORGANIC COFFEE IN THE DISTRITO CENTRAL**

**Ivis Fabricio Ordoñez Palma y Milton Jacob Morel Maradiaga**

#### **Abstract**

An actual research study showed the probability of creating a new company at the Central District which will be dedicated to the processing and sale of organic coffee through strategically spots such as kiosks located in the main shopping centers in the country's capital. The marketing of a quality coffee, with a high rate profile, and above its natural attributes and benefits is a result of a business niche from an unattended market, with a scarce offer in highly concurred places that according to the marketing studies it reflects a high acceptance of the product. These results include the possibility of providing a maquila service to nearby producers from the area taking advantage of the scarce offer of this service considering the capacity of the inverted machinery installed, which represents a 20% of the projects income that will give the expected cost effectiveness. The investment will be of Lps. 3,465,568.81 composed of (30/70) 30% of the investors' funds, and the other 70% through financing, with a Net Present Value (NPV) of the investment of Lps. 1,750,505.97 and an Internal Rate of Return (IRR) of 45.94% which will allow to recover its initial investment in 3 years and 7 days.

Key words: Organic coffee, investment, processing, IRR, NVP

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo y logro profesional y académico lo dedicamos primeramente a Dios creador y propiciador de todo, quien nos da la vida la salud la inteligencia y la fuerza necesaria para lograr obtener nuestras metas y propósitos bajo su voluntad.

Así mismo dedicamos este nuevo triunfo a nuestra familia quienes con su apoyo y el constante animo nos han inducido a llegar hasta el final para obtener este grado de Master en Finanzas.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradecemos primeramente a Dios quien nos ha dado la oportunidad de llegar a realizar este logro, otorgándonos salud, inteligencia y la sabiduría necesaria para aprovechar los conocimientos brindados en esta y en todas las etapas de nuestras vidas.

Agradecemos a nuestras familias quienes apartando tiempo que les correspondía han sabido con paciencia esperar e invertir de su tiempo para apoyarnos en este proyecto profesional importante para nosotros y también ellos.

Así mismo queremos agradecer a las empresas donde laboramos y a nuestros jefes, quienes nos han apoyado otorgando tiempo y recursos para el logro de este nuevo paso profesional que ayudara en nuestros puestos de trabajo.

Y por último no podemos dejar de agradecer a cada catedrático que con sus cátedras impartidas nos han transmitido los nuevos conocimientos que nos servirán para desarrollarnos mejor en nuestra vida profesional, sin olvidar a nuestros compañeros y amigos que mutuamente nos apoyamos en este proyecto de mejora profesional.

# ÍNDICE DE CONTENIDO

<b>CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>1</b>
1.1 INTRODUCCIÓN.....	1
1.2 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA.....	2
1.3 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA .....	3
1.3.1 ENUNCIADO DEL PROBLEMA .....	3
1.3.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....	4
1.3.3 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN .....	4
1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	4
1.4.1 OBJETIVO GENERAL .....	4
1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	5
1.5 JUSTIFICACIÓN.....	5
1.6 VIABILIDAD .....	6
<b>CAPÍTULO II. MARCO TEORICO.....</b>	<b>8</b>
2.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL.....	8
2.1.1 ANÁLISIS DEL ENTORNO ECONÓMICO .....	8
2.1.2 ANÁLISIS DEL ENTORNO SOCIAL.....	12
2.1.3 ANÁLISIS DEL ENTORNO AMBIENTAL.....	12
2.1.4 FORMALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS EN HONDURAS .....	12
2.1.5 DATOS Y PANORAMA GENERAL SOBRE LA POBLACIÓN Y EL POTENCIAL DE LAS EMPRESAS EN HONDURAS .....	14
2.1.6 EVOLUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE CAFÉ .....	16
2.1.7 PRODUCCIÓN, EXPORTACIÓN Y CONSUMO DE CAFÉ.....	16
2.1.8 PRECIOS DEL CAFÉ.....	18
2.1.9 CAFÉ ORGÁNICO.....	19
2.2 TEORÍAS DE SUSTENTO.....	21
2.2.1 ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD .....	21
2.2.2 ESTUDIO DE MERCADO .....	21
A) DEMANDA DE MERCADO.....	22



B) OFERTA DE MERCADO.....	22
C) PRECIO DE MERCADO.....	23
D) RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN.....	23
E) LA COMPETENCIA EN EL MERCADO.....	24
F) COMERCIALIZACIÓN.....	24
2.2.3 ESTUDIO TÉCNICO.....	25
A) LOCALIZACIÓN.....	25
B) INSUMOS Y MAQUINARIA.....	26
C) METODO DE COSTEO DE PRODUCCIÓN.....	26
2.2.4 ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....	26
2.2.5 ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO.....	27
A) PRESUPUESTOS.....	27
B) ANÁLISIS DE LA RELACION COSTO VOLUMEN Y UTILIDAD.....	28
C) ANÁLISIS FINANCIERO DE RENTABILIDAD.....	28
D) ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.....	28
2.3 CONCEPTUALIZACIÓN.....	29
2.4 MARCO LEGAL.....	30
2.4.1 ESTABLECIMIENTO DE UNA EMPRESA EN HONDURAS.....	31
2.4.2 LEYES, DECRETOS, REGLAMENTO Y MARCO REGULATORIO EN GENERAL.....	31
2.4.3 LICENCIAS Y REGISTROS REQUERIDOS.....	32
2.4.4 PERMISO DE OPERACIÓN.....	33
<b>CAPÍTULO III. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>34</b>
3.1 MATRIZ DE CONGRUENCIA.....	35
3.2 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN.....	35
3.3 ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN.....	35
3.4 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	36
3.4.1 POBLACIÓN.....	36
3.4.2 MUESTRA.....	37
3.4.3 UNIDAD DE ANÁLISIS.....	39
3.5 INSTRUMENTOS Y TECNICAS PARA LA RECOLECCION DE DATOS.....	39

3.5.1	INSTRUMENTOS DE LEVANTAMIENTO DE DATOS .....	39
3.5.2	FUENTES DE INFORMACIÓN.....	40
3.5.2.1	FUENTES PRIMARIAS .....	40
3.5.2.2	FUENTES SECUNDARIAS .....	40
3.6	METODO DE OPERACIÓN DE LAS VARIABLES .....	40
3.6.1	MATRIZ DE VARIABLES .....	41
3.6.1.1	DEFINICIÓN DE VARIABLES Y SU RELACIÓN .....	41
3.6.2	LIMITANTES DEL ESTUDIO.....	43
<b>CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS .....</b>		<b>44</b>
4.1	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO Y SERVICIO .....	44
4.2	PROPIEDAD INTELECTUAL .....	44
4.3	FACTORES CRÍTICOS DE RIESGO.....	45
4.4	ESTUDIO DE MERCADO .....	45
4.4.1	ANÁLISIS DE LA DEMANDA .....	46
4.4.1.1	RESULTADOS DE ENCUESTAS .....	46
4.4.1.2	RESULTADOS DE ENTREVISTAS.....	53
4.4.1.3	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA .....	56
4.4.2	ANÁLISIS DE LA OFERTA .....	58
4.4.2.1	PROYECCIÓN DE LA OFERTA .....	59
4.4.3	DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA .....	59
4.4.4	MERCADO OBJETO .....	60
4.4.5	ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN Y VENTAS.....	61
4.4.5.1	PRODUCTOS Y SERVICIOS .....	61
4.4.5.2	PRECIOS Y COMPETIDORES.....	62
4.4.5.3	PUNTOS DE VENTA.....	63
4.4.5.4	PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD.....	64
4.4.5.5	CANALES DE DISTRIBUCIÓN.....	64
4.4.5.6	ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA E INDUSTRIA.....	65
4.5	ESTUDIO TÉCNICO.....	66
4.5.1	LOCALIZACIÓN DE INSTALACIONES.....	66
4.5.1.1	DISTRIBUCIÓN DE OFICINAS.....	67

4.5.2	PROCESO DE PRODUCCIÓN .....	68
4.5.2.1	FLUJOGRAMA DE PROCESOS .....	70
4.5.3	REQUERIMIENTO DE MAQUINARIA Y EQUIPO .....	71
4.5.3.1	CAPACIDAD DE PROCESAMIENTO Y PRODUCCIÓN .....	71
4.5.3.2	PARAMETROS DE PROGRAMACIÓN DE PRODUCCIÓN.....	72
4.5.4	MATERIAS PRIMAS.....	72
4.5.5	MANO DE OBRA .....	72
4.5.6	ELEMENTOS CLIMÁTICOS .....	72
4.5.7	IMPACTO AMBIENTAL.....	73
4.6	ASPECTOS ORGANIZACIONALES .....	73
4.6.1	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	74
4.6.2	PERSONAL Y NOMINA .....	74
4.7	ASPECTOS LEGALES .....	76
4.7.1	CONSTITUCIÓN LEGAL.....	76
4.7.2	IMPUESTOS .....	76
4.8	ESTUDIO ECONOMICO FINANCIERO.....	77
4.8.1	PLAN DE INVERSIÓN.....	77
4.8.1.1	COSTOS DE INVERSIÓN FIJA.....	77
4.8.1.2	COSTOS DE INVERSIÓN DIFERIDA .....	80
4.8.1.3	CAPITAL DE TRABAJO .....	80
4.8.1.4	INVERSIÓN INICIAL Y FUENTES DE FINANCIAMIENTO.....	81
4.8.1.5	ESTRUCTURA DE CAPITAL .....	82
4.8.2	COSTO DE CAPITAL.....	82
4.8.3	PRESUPUESTOS .....	84
4.8.3.1	PRESUPUESTO DE INGRESOS .....	84
4.8.3.2	PRESUPUESTO DE COSTOS .....	84
4.8.4	GASTOS OPERATIVOS.....	86
4.8.5	DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES .....	87
4.8.5.1	AMORTIZACIÓN DE FINANCIAMIENTO.....	87
4.8.6	ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO .....	88
4.8.7	BALANCE GENERAL INICIAL .....	90

4.8.8	VALOR DE RESCATE .....	91
4.8.9	FLUJO DE EFECTIVO DEL PROYECTO.....	92
4.8.10	TÉCNICAS DE PRESUPUESTO DE CAPITAL .....	93
4.8.10.1	PERIODO DE RECUPERACIÓN.....	93
4.8.10.2	VALOR PRESENTE NETO.....	93
4.8.10.3	TASA INTERNA DE RETORNO.....	94
4.8.11	COSTO BENEFICIO.....	94
4.8.12	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.....	94
4.8.12.1	ESCENARIO OPTIMISTA.....	95
4.8.12.2	ESCENARIO PESIMISTA.....	96
4.8.12.3	RESULTADOS COMPARATIVOS.....	97
<b>CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>		<b>98</b>
5.1	CONCLUSIONES .....	98
5.2	RECOMENDACIONES .....	100
<b>CAPÍTULO VI. APLICABILIDAD .....</b>		<b>101</b>
6.1	INTRODUCCIÓN .....	101
6.2	ESTRUCTURA DE LA APLICABILIDAD .....	102
6.3	DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN .....	102
6.4	GESTIÓN DEL TIEMPO DEL PROYECTO.....	103
6.3	GESTION DE COSTOS Y GASTOS.....	104
6.4	GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS.....	109
6.5	GESTIONES LEGALES.....	111
6.6	GESTION DE RIESGO .....	112
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>		<b>117</b>
<b>ANEXOS.....</b>		<b>122</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Principales empresas productoras y exportadoras de cafés en Honduras del 2018. ....	14
Tabla 2. Matriz de congruencia metodológica.....	35
Tabla 3. Encuestas en hogares 2018.....	37
Tabla 4. Matriz de variables.....	41
Tabla 5. Operacionalización de las variables.....	43
Tabla 6. Proyección de la demanda para la venta de café orgánico.....	56
Tabla 7. Proyección de la demanda para el servicio de procesamiento de café. ....	57
Tabla 8. Cálculo de cantidad de oferta de café orgánico.....	58
Tabla 9. Cálculo de cantidad de oferta de servicio de procesamiento.....	58
Tabla 10. Proyección de la oferta de café orgánico. ....	59
Tabla 11. Proyección de la oferta del servicio de procesamiento. ....	59
Tabla 12. Determinación de la demanda insatisfecha de café orgánico.....	60
Tabla 13. Precios de competidores directos en venta de café orgánico.....	63
Tabla 14. Precios de competidores directos en servicio de procesamiento.....	63
Tabla 15. Productos de café orgánico en el mercado.....	66
Tabla 16. Costo de maquinaria.....	71
Tabla 17. Nómina.....	75
Tabla 18. Contribuciones patronales.....	76
Tabla 19. Costo de maquinaria.....	77
Tabla 20. Costo equipo auxiliar.....	78
Tabla 21. Costo mobiliario y equipo.....	79
Tabla 22. Costo herramientas.....	79
Tabla 23. Costo equipo de reparto.....	80
Tabla 24. Costo de inversión diferida.....	80
Tabla 25. Capital de trabajo.....	81
Tabla 26. Plan de inversión.....	82
Tabla 27. Estructura de capital.....	82
Tabla 28. Cálculo del costo promedio ponderado.....	83
Tabla 29. Presupuestos de ingresos por venta de café orgánico.....	84
Tabla 30. Presupuestos de ingresos por servicio de procesamiento.....	84
Tabla 31. Presupuesto de costos de producción de café orgánico para la venta.....	85
Tabla 32. Presupuesto de costos del servicio de procesamiento.....	85
Tabla 33. Presupuesto del inventario de producto terminado de café orgánico.....	86
Tabla 34. Gasto por Arrendamiento.....	86
Tabla 35. Gasto de administración y ventas.....	86
Tabla 36. Depreciación de inversión fija.....	87
Tabla 37. Amortización de inversión diferida.....	87
Tabla 38. Amortización financiamiento Banprovi.....	88
Tabla 39. Amortización financiamiento Banco de occidente.....	88

Tabla 40. Estado de resultado proyectado. ....	89
Tabla 41. Balance General inicial. ....	91
Tabla 42. Valor en libros al año cinco de maquinaria y vehículo. ....	92
Tabla 43. Flujo de efectivo. ....	92
Tabla 44. Periodo de recuperación de la inversión. ....	93
Tabla 45. Valor presente neto del proyecto. ....	93
Tabla 46. Cálculo de la tasa interna de retorno. ....	94
Tabla 47. Costo beneficio. ....	94
Tabla 48. Estado de resultado optimista. ....	95
Tabla 49. Flujo de efectivo, TIR, VPN, PR optimistas. ....	95
Tabla 50. Estado de resultado pesimista. ....	96
Tabla 51. Flujo de efectivo, TIR, VPN, PR pesimista. ....	96
Tabla 52. Comparativo de escenarios. ....	97
Tabla 53. Cronograma de actividades. ....	103
Tabla 54. Maquinaria. ....	106
Tabla 55. Costo de Vehículo. ....	107
Tabla 56. Mobiliario y equipo. ....	108
Tabla 57. Matriz de riesgo. ....	115

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Crecimiento del PIB Honduras. ....	9
Figura 2. Inflación de Honduras. ....	10
Figura 3. Tasas de interés promedio anual activas y pasivas. ....	11
Figura 4. Depreciación anual del Lempira. ....	11
Figura 5. Producción y consumo mundial de café. ....	17
Figura 6. Comparativo de exportaciones de café. ....	18
Figura 7. Comparativo precio promedio de exportación de café. ....	19
Figura 8. Logo del producto. ....	44
Figura 9. Logo de la empresa. ....	45
Figura 10. Personas que consumen café. ....	47
Figura 11. Frecuencia con que consumen café. ....	47
Figura 12. Tipo de café que consumen. ....	48
Figura 13. Cantidad de café que compran. ....	48
Figura 14. Factores para elegir un café. ....	49
Figura 15. Personas que tienen conocimiento de los beneficios del café orgánico. ....	49
Figura 16. Personas que consumirían café orgánico. ....	50
Figura 17. Con que frecuencia compraría café orgánico. ....	50
Figura 18. Presentación que le gustaría adquirir el café orgánico. ....	51
Figura 19. Cuanto está dispuesto a pagar el consumidor. ....	51
Figura 20. Personas que desean encontrar un kiosco en el centro comercial de su preferencia ...	52

Figura 21. Centros comerciales para vender el café orgánico .....	52
Figura 22. Nivel de ingresos. ....	53
Figura 23. Cantidad de quintales que procesan por cosecha anual. ....	53
Figura 24. Distribución de los Productores de café de la Zona .....	54
Figura 25. Productores de la zona que cambiarían de proveedor por un mejor precio .....	54
Figura 26. Cantidad de quintales que procesan por cosecha anual. ....	55
Figura 27. Cada cuánto procesa el café. ....	55
Figura 28. Presentación del producto. ....	62
Figura 29. Canal de Distribución .....	65
Figura 30. Mapa de ubicación de la empresa.....	66
Figura 31. Territorio nacional donde se localizará la empresa. ....	67
Figura 32. Distribución de instalaciones .....	68
Figura 33. Flujograma de procesos .....	70
Figura 34. Organigrama.....	74
Figura 35. Utilidades proyectadas. ....	90
Figura 36. Estructura de aplicabilidad.....	102
Figura 37. Trilladora.....	104
Figura 38. Tostadora.....	105
Figura 39. Moledora. ....	105
Figura 40. Empacadora.....	106
Figura 41. Vehículo. ....	107
Figura 42. Diseño de Kiosco.....	109

# CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

## 1.1 INTRODUCCIÓN

En el contexto económico socio-cultural, Honduras es un país altamente productor de café y siendo el producto de mayor exportación nacional debería ser un país consumidor de buen café. En la actualidad la mayoría de la población hondureña es consumidora de café, como parte de su dieta diaria alimenticia, siendo el café convencional o torrefacto uno de los productos tradicionales en el país, por sus bajos costos de adquisición, pero con desventajas para la salud ya que afectan a mediano y largo plazo el sistema digestivo debido a que en su gran mayoría el café que se consume es de muy mala calidad, misma que es afectada en casi todo su proceso, desde la producción en planta a la cual se le suministran químicos para el cuidado de plagas en su desarrollo, hasta su proceso de tostado en el cual se le agregan otros ingredientes que alteran la calidad del café.

Ante esta situación y sabiendo que el café natural produce buenos efectos en nuestro organismo que ya están científicamente comprobados, ha surgido el café orgánico producido de manera natural con el fin de ofrecer buenos beneficios para la salud y el medio ambiente.

Para bien de la salud y del entorno económico de las familias que dependen de esta actividad económica tan importante del país, la cultura de consumo de los cafés de mala calidad ha ido cambiando y ahora la gente se ha venido inclinando por consumir café cien por ciento puro y de alta calidad. Aun y cuando este sector de la población es menor, su tendencia es al alza y genera una oportunidad de negocio a los que deciden arriesgar por este rubro.

A pesar de que la economía actual no es la mejor, se plantea un escenario económico prometedor en el tema de la actividad comercial del café especializado. En tal sentido pensando en que la principal ciudad del país está creciendo desarrollando nuevas empresas en especial de la micro, pequeña y mediana industria (MIPYME) que es el sector que nos interesa para el desarrollo del presente estudio, se piensa crear una pequeña empresa procesadora de café especial tipo orgánico que a su vez brinde los servicios de maquilado y/o procesado de café a los productores de la zona central a precios competitivos.



Considerando esta coyuntura de consumo y a la vez cultural de consumir productos naturales cada vez más puros, sin aditivos, ni químicos, ni preservantes, como una nueva oportunidad de negocio creando nuevas oportunidades de empleo y aportando al desarrollo de la ciudad, buscando una rentabilidad razonable para los socios que emprendan dicha empresa, objeto del presente estudio de investigación.

## 1.2 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

En el mundo el crecimiento de las fuerzas productivas a través de iniciativas de emprendedores que crean pequeñas o medianas unidades negocios a partir de los años setentas y ochentas, han venido a ser los principales aportadores de empleos principalmente en los países en vías de desarrollo rompiendo con los paradigmas de creer que la mayor fuerza productiva se da a través de las grandes empresas.

En Honduras esta estadística es aún más significativa donde en los últimos años se ha observado un crecimiento considerable de las micro, pequeñas y medianas empresas, mismas que vienen a constituir una fuerza laboral tan importante en el país, que son la base de las economías recurrentes, aportando una fortaleza de manera macroeconómica que aun en tiempos de crisis ha podido seguir a flote, como cuando se afrontaron los problemas político sociales de los años 2009 y 2017.

Considerando que el rubro del café es de suma importancia nacional desde el punto de vista económico y social en el país, constituyéndose en una de las fuerzas laborales más importantes en el que según datos del Instituto Hondureño del Café (IHCAFE), cuenta con más de ciento veinte mil (120,000) familias productoras de café que a su vez generan quinientos mil puestos directos de empleo más otros seiscientos mil puestos indirectos en toda la actividad del cultivo del grano aromático. De las más de 120,000 familias productoras el 95% son calificadas como pequeños productores (con producción menor a 50 quintales/oro).

Es importante ver y analizar un poco las cifras de la cosecha que recién terminó en septiembre 2018, que muestran que los productores de café documentaron una producción superior a 9.4 millones de quintales, mostrando un incremento del 2% comparado a la cifra de 9.3 millones de quintales documentados en 2016-2017. Sin lugar a duda esta importante cifra contribuyó con la estabilidad financiera del país, y obtuvo una participación del 23.4%

en el total de los ingresos por exportación de los principales productos agrícolas. En cuanto al producto interno bruto agrícola, el café tuvo una participación del 31.69 % (PIB agrícola) y de 32.7 % en el Producto Interno Bruto Nacional (IHCAFE 2017-2018).

Así mismo en Tegucigalpa el crecimiento de micros y pequeñas empresas dedicadas al rubro del café se suman al total de las entidades de la rama de las MIPYMES que al cierre del año anterior superan las 35 mil empresas convirtiéndose en el sector que atrae el centro de atención de los analistas por su crecimiento constante con una población económicamente activa de aproximadamente más de 150 mil personas solo en el Distrito Central.

Siendo que las MIPYMES en Tegucigalpa al igual que en resto del país, representan el principal recurso de generación de empleo, se ha visto amenazada su fuerza laboral por las bandas de extorción y la criminalidad en el país, por ende, el reto para fortalecer esta gran rama de la economía nacional, reforzando la seguridad integral de aquellas micros, pequeñas y medianas empresas en riesgo de desaparecer por esta situación. Dicha situación está llevando a enfocarse en abrir nuevas empresas en lugares seguros como los centros comerciales los que, a pesar de los costos elevados por los alquileres, se pueden ver compensados por la alta incidencia y concentración de visitantes como posibles clientes y la seguridad que brinda dicho centro comercial, disminuyendo el riesgo de la inseguridad nacional.

### 1.3 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

En el Distrito Central el conocimiento de los beneficios del café orgánico es poco, ya que solo se ofrece a través de supermercado y es poco visible para el consumidor, en este estudio se pretende evaluar la creación de una empresa para el procesamiento y venta de café orgánico en el Distrito Central, que pueda vender el producto directamente al cliente, a la vez hacer conciencia de la importancia de consumir un producto natural.

#### 1.3.1 ENUNCIADO DEL PROBLEMA

En la actualidad las mayoría de personas están cambiando sus hábitos de consumo hacia productos saludables y así prevenir problemas de salud a mediano y largo plazo, el café orgánico constituye en beneficios tanto para la preservación del medio ambiente como de la salud, se sabe que en la zona centro de Honduras la oferta de café orgánico con

características bondadosas a la salud, de buen aroma y sabor es escaso, por lo general solo se encuentra en los supermercados y la mayoría son importados.

### 1.3.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

En el Distrito Central la oferta de café orgánico es mínima, son pocas las empresas dedicadas a vender productos orgánicos, además no existe una empresa que procese y venda directamente al consumidor final, por lo antes expuesto se plantea la pregunta:

¿Es factible crear una empresa para el procesamiento y venta de café orgánico en el Distrito Central, para el año 2019?

### 1.3.3 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

Dado el problema planteado, a continuación, se formulan las preguntas de investigación:

1. ¿Cuál es la oferta y demanda en el mercado, para la creación de una empresa de procesamiento y venta de café orgánico?
2. ¿Cuál es la infraestructura, costos, gastos e inversión necesaria, para la creación de una empresa de procesamiento y venta de café orgánico?
3. ¿Qué aspectos organizacionales son necesarios, en la creación de una empresa de procesamiento y venta de café orgánico?
4. ¿Cuáles son los requisitos legales para la creación de una empresa de procesamiento y venta de café orgánico?
5. ¿Cuál es la rentabilidad que se obtendrá, por la puesta en marcha de una empresa para el procesamiento y venta de café orgánico?

### 1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Al realizar el estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa para el procesamiento y venta de café orgánico, se pretenden alcanzar el objetivo general y los objetivos específicos.

#### 1.4.1 OBJETIVO GENERAL

Determinar si es factible la creación de una empresa que se dedique al procesamiento y venta de café orgánico en el Distrito Central para el año 2019, por medio

de estudios de mercado, técnico, organizacional, legal y financiero, con el propósito de identificar una oportunidad de negocio.

#### 1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Con el fin de llevar a cabo el objetivo general, a continuación, se plantean los objetivos específicos de la investigación:

1. Realizar un estudio de mercado que proporcione información sobre la oferta, demanda en el mercado, para conocer la aceptación, precios, competencia y comercialización, con el fin de crear una empresa de procesamiento y venta de café orgánico.
2. Realizar un estudio técnico que permita conocer la infraestructura, costos, gastos e inversión necesaria para la creación de la empresa, en cuanto a la ubicación, instalaciones, insumos y equipos requeridos.
3. Realizar un estudio organizacional para conocer los aspectos administrativos necesarios, para la creación de una empresa para el procesamiento y venta de café orgánico.
4. Determinar los requisitos legales, para la creación de una empresa para el procesamiento y venta de café orgánico.
5. Realizar un estudio financiero que permita conocer la rentabilidad de la empresa a lo largo del ciclo operativo y así determinar la viabilidad del negocio.

#### 1.5 JUSTIFICACIÓN

Esta propuesta de investigación se basa en la creación de una empresa de procesamiento y venta de café orgánico en el Distrito Central de Honduras, el hecho de que los cafés especiales y de origen orgánico son cada vez más demandados por los consumidores, pero que la oferta de los mismos es escasa en especial en la zona centro del país, ya que la misma solo se encuentra en los supermercados y la mayoría son importados con altos costos de distribución, existen dos marcas de café orgánico hondureño sin embargo estos cafés no son altamente demandados, además no son de buena calidad, por lo tanto esta es una oportunidad de introducir un café orgánico que reúna las ventajas en cuanto a calidad, sabor y aroma.

Considerando que son pocas las empresas que ofrecen cafés con características bondadosas a la salud, de buen aroma y sabor, amigables con el ambiente, que en todo su proceso no contenga químicos ni preservantes como lo es el mercado de los “Cafés orgánicos”, y viendo que la red de distribución de estos se concentra en los Supermercados, quienes se quedan con una parte considerable de las ganancias ya que el margen de utilidad de ellos anda en un promedio del 30% sobre el producto en las góndolas, en las que no se mencionan ni son visibles las características orgánicas y de contenido beneficioso a los clientes; a parte que reciben el producto en consignación y compran al crédito a 45-60 días, lo que constituye desventaja para la obtención de mejores rendimientos para quienes lo distribuyen.

Por tal razón se pretende crear una empresa de procesamiento y venta de café orgánico, con puntos de ventas a través de kioscos ubicados en lugares de mucha concurrencia, como ser tres centros comerciales del distrito central, con el fin de ofrecer el producto directamente al cliente, que conozcan los beneficios para la salud, a la vez utilizar estrategias de marketing de manera directa para que el producto sea aceptado por el cliente y así posicionarse rápidamente en el mercado.

Esta cadena de distribución y comercialización de forma directa al consumidor final hará obtener un mejor rendimiento, eliminando algunas partes de intermediación que generan costo adicional al precio del producto, pudiendo así bajar los costos y ofrecer el producto final a un precio competitivo, generando mayores utilidades y beneficios a la empresa propuesta.

## 1.6 VIABILIDAD

La investigación se basará en un estudio de prefactibilidad de una empresa que se dedicará al procesamiento, distribución y venta de cafés especiales de origen orgánico en lugares estratégicos de la capital como ser algunos centros comerciales. Para tal efecto se cuenta con los recursos financieros requeridos del estudio en los que se contemplan el traslado y visitas a los lugares donde se produce el café con quienes se negociaría un precio especial por el producto, así mismo los demás recursos económicos que impliquen el desarrollo completo del estudio. Para la realización de este también se considera contar con la logística necesaria para elaborar un proyecto completo de estas características y con los

materiales de preparación como ser la elaboración de encuestas utilizando algunos medios modernos virtuales como también la ayuda de los estudiantes de las carreras de pregrado interesados en desarrollar este tipo de trabajos a fines a sus estudios que ayuden a lograr las metas de investigación en el tiempo y forma esperada.

## **CAPÍTULO II. MARCO TEORICO**

### **2.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL**

En esta sección se analiza el entorno socioeconómico, ambiental, así como factores nacionales e internacionales que pueden influir en la creación de la empresa de procesamiento y venta de café orgánico, así como los posibles factores externos e internos que pudieran afectar la operatividad de la empresa a lo largo del tiempo.

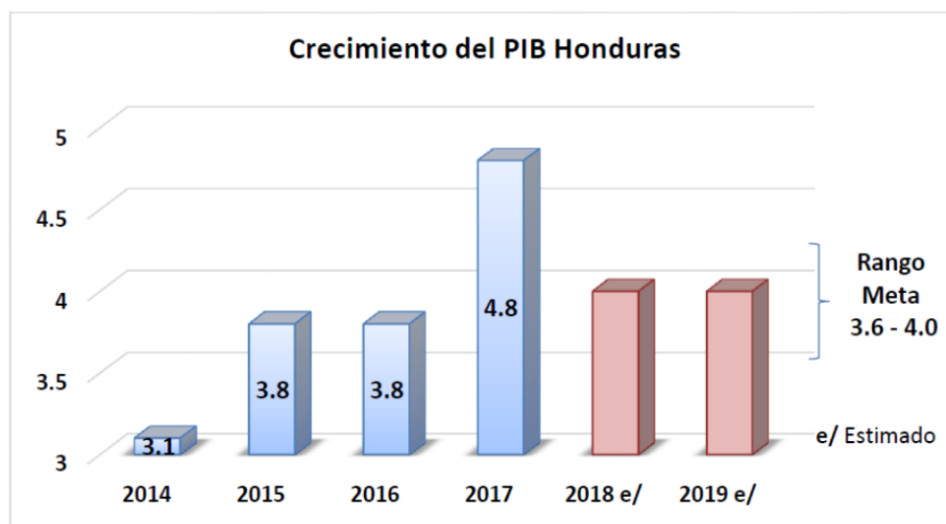
#### **2.1.1 ANÁLISIS DEL ENTORNO ECONÓMICO**

Con el fin de analizar algunos indicadores económicos que son importantes tomarlos en cuenta para la creación y operatividad de la empresa que se pretende establecer, se revisa la situación macroeconómica internacional y nacional, que sirva para establecer parámetros para la toma de decisiones del proyecto.

Según el Fondo Monetario Internacional la expansión mundial en el 2018 se ha debilitado, se estima que hubo un crecimiento de un 3.7% menor a lo pronosticado, esto debido a bajas en el desempeño de las economías de Europa y Asia, se proyecta que la economía mundial crezca en un 3.5% en 2019 y 3.6% en 2020, esto significa 0.02 y 0.01 puntos porcentuales menos de lo proyectado en el último informe WEO de perspectivas económicas, esto debido a los efectos negativos de los aumentos arancelarios por parte de Estados Unidos y China, además de cambios en normas para emisión de vehículos de combustión en Alemania y aumento en los riesgos soberanos y financieros en Italia, por lo tanto los riesgos para el crecimiento mundial se inclinan a la baja, debido a un recrudescimiento de las tensiones comerciales a nivel mundial (FMI, 2019).

En cuanto al crecimiento económico de Honduras representado por el producto interno bruto (PIB), las proyecciones se establecieron entre el rango de 3.6% y 4% para el años 2018-2019, según la revisión en el programa monetario esto sufrió una leve movimiento ya que inicialmente se habían proyectado el 3.8% y 4.2% respectivamente, esto debido a la desaceleración del crecimiento en el sector construcción en consecuencia a la disminución de la inversión pública, a las ves esta disminución es compensada por el crecimiento de las actividades de manufactura, intermediación financiera y comunicaciones, ya que se encuentran en los niveles establecidos por el programa

monetario, cabe señalar que en el año 2013 el crecimiento fue 2.8% y al 2017 creció en 4.8% lo que representa un crecimiento positivo en los últimos cinco años (CCIT, 2019).



**Figura 1. Crecimiento del PIB Honduras.**

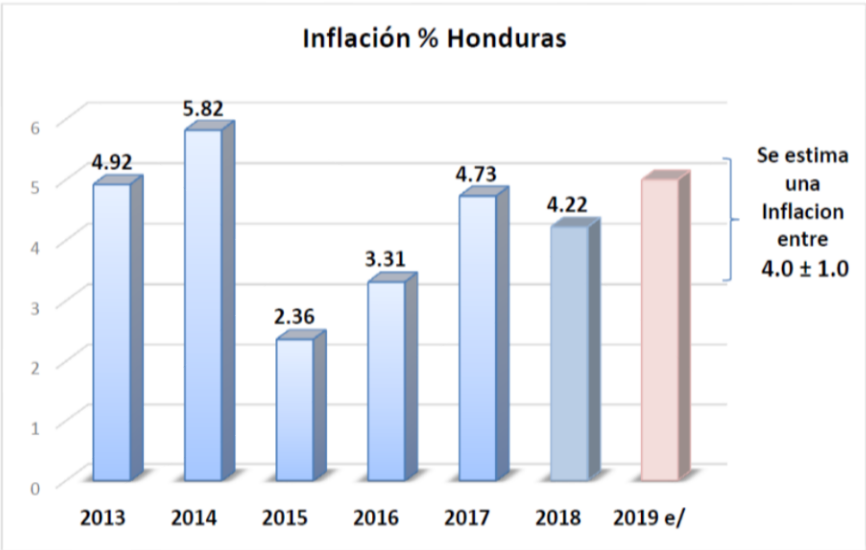
Fuente: CCIT.

La actividad económica del país registro un crecimiento de 3.7% a noviembre de 2018, según los resultados del índice mensual de actividad económica (IMAE), los principales rubros que incidieron fue la intermediación financiera, seguros, pensiones, manufactura, comercio, telecomunicaciones, agricultura y ganadería, cabe señalar que la industria manufacturera hubo un crecimiento de alimentos, bebidas y tabaco, también el comercio mantiene una tendencia favorable por la comercialización de bienes de consumo y demás servicios como ser telecomunicación, tecnologías, servicios de cables entre otros (BCH, 2019b).

La inflación medida a través de la variación interanual del índice de precios al consumidor (IPC) fue de 4.73% al cierre de 2017 y de 4.22% al cierre de 2018, lo que indica que va a la baja, según los pronósticos la inflación para el 2019 se ubicara dentro de un rango de tolerancia de 4% +- 1, lo que daría como resultado una estabilidad en los precios del mercado. La evolución del IPC en los últimos diez años indica que el ritmo inflacionario se desaceleró, ya que al estar en 6.48% en el 2010 paso a 4.73% en el 2017 lo que representa una mejora en los precios de los productos, con esto se proyecta una tendencia lineal o hacia abajo, por lo tanto se avizora una mejora en el índice de precios al



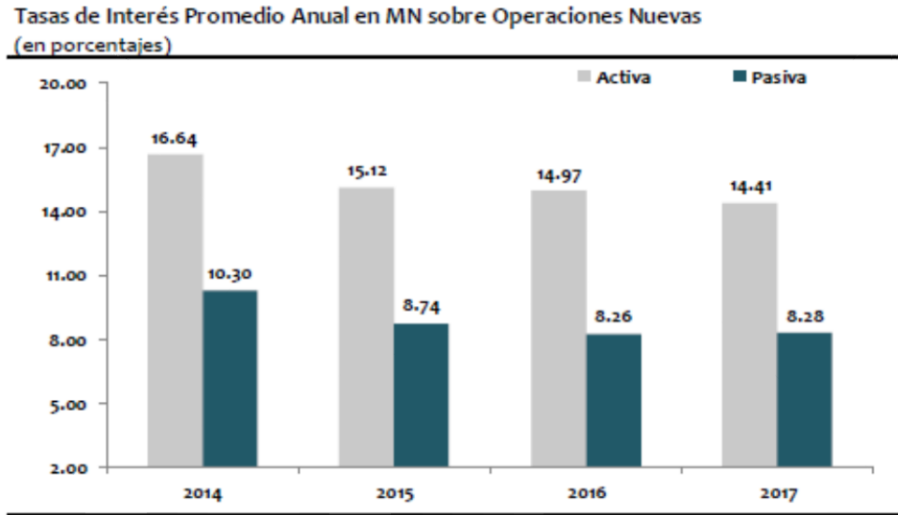
consumidor para los próximos años, al analizar las variaciones de los últimos cinco años, se establece una variación promedio anual de 4.09% (BCH, 2019a).



**Figura 2. Inflación de Honduras.**

Fuente: CCIT.

En Honduras, el tipo de interés que maneja el sistema financiero en cuanto a las tasas activas y pasivas han venido disminuyendo en los últimos cuatro años, en cuanto a la tasa activa que el tipo de interés que se paga por obtener financiamiento al 2017 cerro en un promedio de 14.41% mientras que en el 2014 estaba en un promedio de 16.64% lo que indica una mejora en la tasa de interés para el financiamiento, esto debido a que el sistema financiero ha tenido exceso de liquides y con el fin de incentivar la inversión en el país ha ofrecido mejores tasas de interés activa para poder prestar esos fondos en el mercado (BCH, 2018).



**Figura 3. Tasas de interés promedio anual activas y pasivas.**

Fuente: BCH.

El tipo de cambio en Honduras ha mostrado un proceso ascendente desde el 2011 año en el que presento una apreciación significativa del lempira, en el 2017 se presentó la depreciación más baja en 0.0850, al cierre del 2018 el lempira se deprecio en 0.7509 lo que indica que la variación en porcentaje es de 3.18%, al analizar la variación en porcentajes de los últimos cinco años se establece una variación promedio anual de 3.41% que se ha depreciado el lempira frente al dólar (CCIT, 2019).



**Figura 4. Depreciación anual del Lempira.**

Fuente: CCIT.

### 2.1.2 ANÁLISIS DEL ENTORNO SOCIAL

Honduras presenta los niveles más altos de desigualdad económica en Latinoamérica. Los ingresos se encuentran en el rango medio-bajo y cerca del 60.9% de la población vive en pobreza. No obstante, desde el 2010 Honduras ha presentado una recuperación moderada esto impulsada por inversiones públicas, exportaciones y remesas. En cuanto a la seguridad ciudadana, en los últimos años ha disminuido la violencia, sin embargo sigue siendo uno de los países con las tasas más altas de inseguridad a nivel mundial (Banco Mundial, 2018).

Actualmente, la inseguridad social y jurídica que atraviesa el país ha generado apatía por parte del sector empresarial para la creación de nuevas empresas. Toda empresa que desee operar en el país debe tomar en cuenta la estabilidad social. Honduras ha sido catalogada internacionalmente como uno de los países con mayor inseguridad, sin embargo las acciones de los gobiernos van encaminadas a reducir estos niveles y así propiciar un mejor ambiente para la inversión nacional y extranjera.

### 2.1.3 ANÁLISIS DEL ENTORNO AMBIENTAL

Honduras cuenta con riquezas naturales, por ser una zona tropical es propicia a la producción de diversidad de productos, cabe señalar que en los últimos años se presentan frecuentemente fenómenos naturales a nivel mundial como el calentamiento global y en Honduras no es la excepción, ya que afecta a la producción nacional debido a las sequías prolongadas en temporadas de invierno, escases de lluvias necesarias para el cultivo y tormentas tropicales que provocan inundaciones, todo esto causa pérdidas en la producción, por lo tanto afecta en los precios de los productos que se comercializan, sin embargo es importante tener un programa control para mitigar el impacto de estos fenómenos, contar con gestiones de riesgos para aprovechar los recursos naturales al máximo con el fin de prevenir la escasez ante los cambios climáticos (Banco Mundial, 2018).

### 2.1.4 FORMALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS EN HONDURAS

El surgimiento de nuevas empresas cada año es un factor importante para la economía del país, en el año 2017 un total de 12,889 empresa nuevas se registraron, en la cámara de comercio de Francisco Morazán fueron un total de 7,737 empresas y en la

Cámara de Comercio de Cortes ascendió a 5,152 empresas, lo que representa un crecimiento de un 3% con respecto al 2016 que fueron 12,517 empresas creadas, cabe mencionar que en el año 2017 hubo una disminución en el porcentaje de crecimiento esperado esto debido a la crisis política que se generó en el país, lo que detuvo la inversión, sin embargo desde el año 2013 ha venido en crecimiento el sector formal de la economía (CCIT, 2018).

Durante los años 2008 a 2012 se registraron caídas entre un 8% y 13% anual, sin embargo la formalización de empresas incremento a partir del año 2013 creciendo en un 9% y en un 14% en el 2014, cabe señalar que el mayor repunte en la formalización de nuevas empresas se obtuvo en el año 2015 con un 44.27% de crecimiento, esto debido a la aplicación del régimen de facturación por parte del ente recaudador del Gobierno, según analistas económicos el crecimiento de los últimos años es debido a la recuperación de la actividad económica del país, además que muchas personas se han dedicado al emprendimiento (CCIT, 2018).

En el país el 57% de empresas son MIPYMES y generan el 76% de los empleos globales, por tal razón el Gobierno de la República aprobó una serie de beneficios fiscales para este sector a cambio de que las empresas generaran empleos para la población y así activar en mayor medida la economía del país (BCH, 2018).

En cuanto a las personas económicamente activas (PEA) según el Instituto Nacional de Estadísticas ascienden a 4,336,378 para el año 2018, el 60.2 % son hombres, el crecimiento del PEA interanual para el 2018 fue de 5.93% lo que equivale a 292,904 personas que se incorporaron, del total del PEA el 67% tiene problemas para encontrar empleo lo que representa alrededor de 2.9 millones de personas sin empleo, el resto de la PEA están distribuidos en empleos y subempleos, la tasa de subempleo subió a 62.8% en el 2018 en comparación con que el 2017 subió en 56% esto representa un incremento del 6.8%, lo que indica que va en aumento las personas que obtiene un empleo pero que sus ingresos son menores a los establecido por la ley, ya que son empleados por hora y comerciantes informales (STSS, 2019).

En cuanto a las empresas dedicadas al rubro del café considerado como el principal de la agricultura, más de 120,000 familias constituyen la fuerza productoras de café, de los cuales el 95% son pequeños productores, la actividad de la caficultura genera alrededor de 1.1 millones de empleos en todas las actividades del proceso del café, la mayor generadora de mano de obra se da en el proceso de recolección durante los meses de octubre a marzo dependiendo de la altura donde está ubicada la empresa o finca, son varias las empresas productoras de café tanto convencional como diferenciados, en los diferenciados se encuentra el café orgánico, a partir del 2009 comienza el país con la producción de cafés diferenciados, para el año 2018 estos tipos de café representaron el 25% de la exportación total de café (IHCAFE, 2019).

**Tabla 1. Principales empresas productoras y exportadoras de cafés en Honduras del 2018.**

<b>Principales Exportadores de Café</b>			
En sacos de 46 kilos			
<b>No.</b>	<b>EXPORTADOR</b>	<b>EXPORTACIONES</b>	<b>%</b>
1	CÍA. HONDUREÑA DEL CAFÉ	2,603,303.02	27.66%
2	BECAMO	1,197,501.30	12.73%
3	OLAM HONDURAS	801,451.00	8.52%
4	COHMASA	721,362.79	7.67%
5	LOUIS DREYFUS	684,112.50	7.27%
6	SOGIMEX, S. A.	475,816.50	5.06%
7	MOLINOS DE HONDURAS	370,375.41	3.94%
8	BONCAFE S.A.	286,181.94	3.04%
9	HAWIT-CAFFEX	279,053.16	2.97%
10	COMSA	239,877.50	2.55%
	<b>Sub-Total</b>	<b>7,659,035.12</b>	<b>81.39%</b>
	Otros	1,751,547.50	18.61%
	<b>Total</b>	<b>9,410,582.62</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: IHCAFE 2019.

## 2.1.5 DATOS Y PANORAMA GENERAL SOBRE LA POBLACIÓN Y EL POTENCIAL DE LAS EMPRESAS EN HONDURAS

Honduras es un país de 9 millones de habitantes, con ingresos considerados como medio-bajo que enfrenta a desafíos significativos, con cerca del 60.9 por ciento de la población viviendo en la pobreza en 2016, según datos oficiales. En zonas rurales

aproximadamente uno de cada 5 hondureños vive en pobreza extrema (menos de US\$1.90 al día) (CEPAL, 2017).

El mayor proveedor de empleos y motor de la economía del país es el comercio medio y micro económico que a su vez es altamente afectado por la inseguridad y las demandas gubernamentales, después la crisis económica de 2008-2009, Honduras ha experimentado una recuperación moderada, impulsada por inversiones públicas, exportaciones y la reactivación del comercio informal y micro empresarial, agregando una gran mejoría en los ingresos por remesas. En el año 2017 el país creció un 4.8 por ciento, según las últimas estimaciones, y se prevé que el crecimiento para 2018 sea de 3.6 por ciento.

Aun y cuando este crecimiento es alentador y a pesar de que las perspectivas económicas son positivas, Honduras enfrenta los niveles más altos de desigualdad económica de Latinoamérica. Otro de sus grandes desafíos es el alto nivel de crimen y violencia. Si bien en los últimos años el número de homicidios ha disminuido, Honduras sigue teniendo una de las tasas más altas en el mundo, 43.6 asesinatos por cada 100.000 habitantes en 2017, según el Observatorio de la Violencia de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras (UNAH, 2018).

El país también es vulnerable a choques externos. Su sector agrícola, por ejemplo, perdió cerca de un tercio de sus ingresos en las dos últimas décadas, en parte debido a una disminución de precios en los productos de exportación, en especial bananos y café.

Honduras también es susceptible a fenómenos naturales adversos como huracanes y sequías. Algunas medidas para mitigar el impacto de estos choques se enfocan en fortalecer la capacidad de los hogares para adaptarse, extender mecanismos de gestión de riesgo basados en el mercado y desarrollar redes efectivas de protección social (Banco Mundial, 2018).

A pesar de todo Honduras es un buen lugar para invertir ya que mantiene una economía estable que da cierta seguridad de estabilidad empresarial, sobre todo en zonas seguras de bajo riesgo.

### 2.1.6 EVOLUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE CAFÉ

La producción mundial de café por países productores para el período de 1990-1991 totalizó un monto de 93.1 millones de sacos de 60 kilos, entre los principales productores se encontraban Brasil, Colombia, Indonesia, México y Etiopía. En ese período Honduras ocupaba el 13 puesto. Sin embargo, dos décadas y media más tarde Honduras se encuentra en el 6to lugar de producción de café en el mundo. Asimismo, el monto a nivel mundial ascendería en 2016-2017 a 151,6 millones de sacos de 60 kilos, un alza de un 0,1% frente a la cifra revisada de 151,4 millones de sacos de la cosecha anterior 2015-2016 y sus principales oferentes de producción son Brasil, Colombia, Vietnam, Indonesia y Etiopía (OIC, 2017).

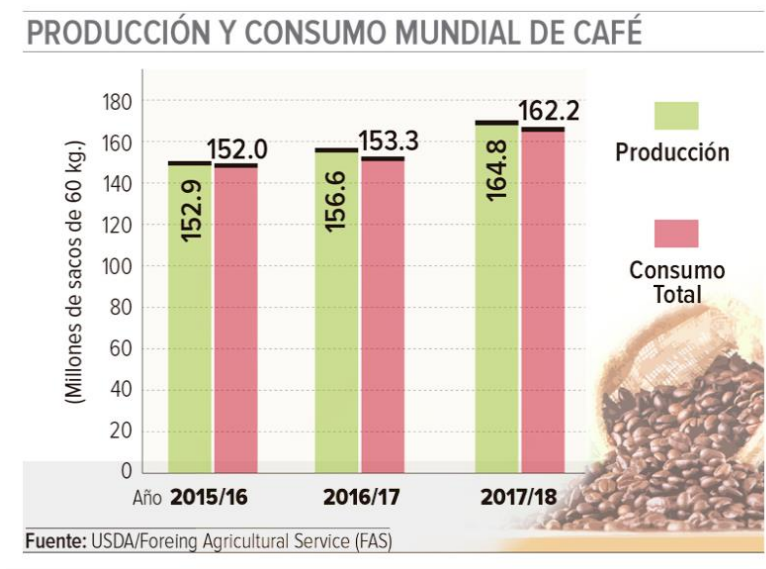
### 2.1.7 PRODUCCIÓN, EXPORTACIÓN Y CONSUMO DE CAFÉ

Para conocer cerca de la producción y consumo del café a nivel mundial y local, un informe de la Organización Internacional de Café (OIC), expone que la producción mundial de café en la temporada cafetalera 2017-2018 la cual se da de octubre 2017 a septiembre 2018, tuvo un alza de un 5.7%, es decir una producción anual de 164.81 millones de sacos, dado que la Arábica aumentó un 2.2% llegando a tener una producción de 101.82 millones y la Robusta registró un incremento del 11.7% alcanzando la cantidad de 62.99 millones de sacos de 46 kilogramos.

A pesar de que la siembra y producción de café tipo arábica aumentó, la variedad robusta es la que registró un mayor repunte en la cosecha, debido a las condiciones favorables que facilitaron un incremento de la producción de café en Vietnam, cuya cosecha registró 28.03 millones de sacos exportables de 46 kilogramos, registrando un incremento del 15.5% más, que el año anterior. Así mismo Brasil el mayor productor del aromático del mundo alcanzó un incremento de 13.46 millones de sacos, aumentando un 16.1% entre otros.

Por otra parte, Colombia tuvo un importante aporte con la cosecha del café arábico, con una producción de 14 millones de sacos, pero que tuvo una baja en relación a la cosecha anterior del año cafetero 2016/17, debido al mal tiempo. Aun así, vemos que la producción aumentó en los otros cuatro mayores productores de café Arábica.

Se calcula que la producción de Arábica del Brasil en el año cafetero 2017/18, que incluye parte de su nueva cosecha, fue un 3.5% más alta, de 44.23 millones de sacos (OIC, 2017).



**Figura 5. Producción y consumo mundial de café.**

Fuente USDA.

Honduras es un país cafetalero y según estadísticas manejadas por el Instituto Hondureño del café (IHCAFE) el pronóstico de cosecha para el año 2018-2019 es de 10.6 millones de sacos de 46 Kg., y siendo que Honduras exportó 9,4 millones de sacos de 46 kilogramos de café por US\$1.130 millones en el año cafetalero 2017-2018, es considerado el quinto país exportador de café en el mundo, el tercero de Latinoamérica y el primero de Centroamérica.

En la última cosecha (2017-2018) se tuvo una baja en las exportaciones con relación a la cosecha anterior 2016-2017 que fue de 9.5 millones de sacos de 46 kilogramos, esto debido al brote de rolla que se expandió en muchas zonas cafetaleras del país lo que hizo no llegar al pronóstico de cosecha esperado para septiembre 2018 (IHCAFE, 2018).





**Figura 6. Comparativo de exportaciones de café.**

Fuente: IHCAFE.

### 2.1.8 PRECIOS DEL CAFÉ

Los precios del café en su gran mayoría son manejados a través de la bolsa de Nueva York como principal referente del precio a nivel mundial, no obstante, la Organización Internacional del Café (OIC) maneja precios de referencia en base a la oferta de la producción mundial de café, sin embargo, no difiere mucho del precio de la bolsa de Nueva York.

Dado que el precio de mercado del aromático se rige básicamente por la oferta y la demanda, al haber una sobreproducción de este el precio se ve afectado dando como resultado una baja inherente en su valor. Para el cierre del periodo 2017-2018 la producción del grano tuvo un incremento significativo lo que hizo superar las cifras creando un excedente de producción sobre el consumo en 2.58 millones de sacos, factor que contribuyó en gran medida a los bajos precios durante la temporada.

En los últimos tres periodos los precios del café se han mantenido bajos y en septiembre de 2018 el precio indicativo compuesto de la OIC descendió a \$98.17 por libra, un 4.1% más bajo que el registrado en agosto de 2018 registrando el precio más bajo desde el año 2006 cuyo promedio mensual más bajo se dio en octubre de 2006, cuando su precio se cotizó en \$95.53.

En Honduras no ha sido la excepción y siendo un país que el rubro del café dentro del PIB es el segundo más importante y dado a que su precio se ha mantenido bajo ha tenido algunas repercusiones en las zonas cafetaleras, no obstante, la opción de manejar cafés especiales ha venido a ser una opción para un precio diferenciado entre los demás cafés (IHCAFE, 2018).



**Figura 7. Comparativo precio promedio de exportación de café.**

Fuente: IHCAFE.

### 2.1.9 CAFÉ ORGÁNICO

Se reconoce que un café es orgánico el mismo se encuentra libre de químicos y pesticidas y que además este es cultivado bajo un estricto control de calidad que es comprobado por las empresas calificadoras y que cuentan con la licencia y respaldo correspondiente de la OIC para certificar fincas de café como orgánicas y que se encuentran en armonía con la naturaleza. Este café orgánico se cultiva mediante una estrategia productiva orientada a la obtención de un café de calidad y amigable con el ambiente, sin la aplicación de insumos de componentes químicos, garantizando un producto de alta calidad para el consumidor (OIC, 2017).

La demanda por los cafés especiales a nivel mundial ha ido en alza dado por las diferentes características de salud y beneficiosos naturales que estos cuentan, de estos cafés especiales el de mayor crecimiento y demanda está el café orgánico.

Debido a esta alza, los productores están enfocándose en certificar sus fincas de café como orgánicas, proceso que puede tardar de 5 a 10 años, para certificarse como un productor de café limpio de químicos y pesticidas, incluyendo no solo la planta sino también el suelo donde se siembra el aromático (OIC, 2017).

Según estudios de la Organización Internacional del Café (OIC) avalada por la FAO hoy en día se consumen más de 9,500 millones de kilos de café en el mundo, llegando a los toques de producción y consumo en años. De estos tan solo entre el 8% y el 12% están certificados como cafés especiales o cafés “*Gourmet*”, y si hablamos de cafés orgánicos son muy pocos, pero por ser muy cotizados van al alza y se están poniendo de moda en las tiendas de venta.

En Centroamérica al igual que el mundo la tendencia por los cafés orgánicos ha ido al alza, con mayor interés en este tipo de productos. Los mayores productores del aromático en la zona tradicionalmente han sido Guatemala, Honduras y en una escala menor Nicaragua y Costa Rica, estos últimos han sabido aprovechar su imagen para promocionar cafés de calidad aunque en los últimos años Guatemala se ha puesto a la vanguardia de los cafés especiales de Centroamérica y con un paso más fuerte Honduras también se ha ido posesionando en los tops de los cafés de calidad del mundo, faltaría dar a conocer más la especialidad de café orgánicos de manera más frecuente (BCIE, 2010).

Para Honduras no ha sido la excepción y ya son varias las fincas de café que se han certificado como café orgánico o libre de químicos y pesticidas. Dentro de las zonas más demandantes de este tipo de certificación se encuentra Marcala, del departamento de La Paz, la zona occidental en los departamentos de Santa Bárbara y Copán y algunos nichos de Francisco Morazán como ser los municipios de Santa Lucía, Cedros y Valle de Ángeles como las principales zonas de surgimiento de este tipo de café.

En la actualidad Honduras es el mayor productor de café a nivel centroamericano con más de 9 millones de quintales de café producidos en el 2018, de toda esta producción el 95% es exportada y tan solo de un 4% a un 5% es para consumo interno, así mismo el porcentaje de cafés especiales es mínimo y si hablamos de café orgánico el margen es aún mucho menor dado a la relación tiempo costo en que se certifica una finca de café (IHCAFE, 2018).

## 2.2 TEORÍAS DE SUSTENTO

Se presentan las diferentes teorías que sustentan el problema de investigación, que sirven de base para la afirmación de las metodologías y procedimientos utilizados en este estudio.

### 2.2.1 ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD

Este estudio recolecta información de fuentes primarias y secundarias a través del estudio de mercado, también establece la infraestructura los costos e inversión necesarios, determina los rendimientos esperados mediante flujos de efectivos a lo largo del tiempo, se le conoce como anteproyecto, se basa en un análisis más profundo y que los resultados obtenidos servirán para la toma de decisiones si es conveniente invertir o no en un proyecto (Córdoba, 2011).

La prefactibilidad comprende el estudio de mercado, el estudio técnico, el estudio organizacional y el estudio financiero, ya que son etapas fundamentales para determinar la viabilidad de una inversión (Meza, 2013).

El presente proyecto se basa en el estudio de prefactibilidad con el fin de determinar si es viable o no la creación de una empresa para el procesamiento y venta de café orgánico, por lo tanto, es necesario recolectar, revisar y analizar información de fuentes primarias y secundarias y seguir la metodología establecida para obtener resultados concretos y precisos, que sean relevantes para la toma de decisiones.

### 2.2.2 ESTUDIO DE MERCADO

Es la base de análisis de la oferta y demanda, se trata de investigar los comportamientos, preferencias y gustos de las personas o instituciones a cerca de un producto o servicio, a la vez se analiza la competencia y los canales de distribución, el objeto del estudio es establecer una demanda insatisfecha, determinar las cantidades y precios que los compradores estarían dispuesto a pagar por un determinado producto o servicio y determinar la forma de comercialización (Flórez, 2015).

En la investigación de mercado se quiere conocer las necesidades, expectativas y deseos de los clientes hacia el productos a ofrecer, por tal razón las herramientas de recolección de datos permite conocer dichos aspectos de los posibles consumidores, para

poder aprovechar la venta de nuevos productos a través de diferentes estrategias de mercado (Schnarch, 2009).

En el estudio de mercado para la creación de la empresa de procesamiento y venta de café orgánico, se recolectara información a través de fuentes primarias como ser la encuesta, que se aplicara a las personas o población objeto de estudio, con el fin de determinar la demanda del producto a ofrecer, en ella se conocerán los gustos, preferencias, precios, frecuencias de compra, establecimientos preferidos y otros factores importantes para obtener información relevante para el proyecto, también se recolectara información a través de entrevistas a productores para determinar la oferta de materia prima para el procesamiento de café orgánico y así conocer con cuanto producto se contara para ofrecer al consumidor.

Este estudio es importante ya que dará respuesta a variables cualitativas, nos permitirá conocer el sentir y pensar de los consumidores y productores, además se analizará la competencia, proveedores y los canales de distribución, para llegar a una conclusión relevante para la toma de la decisión final.

#### A) DEMANDA DE MERCADO

Se refiere a la cantidad de bienes y servicios que los clientes o consumidores están dispuesto a adquirir a determinado precio, es lo que se espera colocar en el mercado con la finalidad de satisfacer las necesidades del comprador de acuerdo a las características del producto deseado (Torres, 2015).

La demanda de café orgánico para este estudio se determinará a través de la recolección de información por medio de encuestas aplicadas a personas o mercado meta, en este caso la población objeto de estudio serán las personas asalariadas del Distrito Central.

#### B) OFERTA DE MERCADO

La oferta es la cantidad de bienes o servicios que los productores o vendedores están dispuestos a ofrecer en un determinado lugar y tiempo, un determinante de la cantidad de la oferta es el precio, si el precio es alto la cantidad ofrecida en baja, por el contrario, si el precio es bajo la cantidad ofrecida aumenta, todo esto se debe a la ley de la oferta (Córdoba, 2011).

Para este estudio se considera los productores de café orgánico de la zona de Marcala la paz y pequeños productores de las zonas de santa lucia y valle de ángeles, se debe analizar los factores que puedan limitar la obtención de materia prima en periodos de escases, con el fin de mantener la materia prima suficiente para procesarla y ofertar la cantidad de producto de acuerdo a la capacidad instala de la empresa y según la demanda esperada.

### C) PRECIO DE MERCADO

Está relacionado con las cantidades de oferta y demanda de bienes y servicios, los mercados intercambian sus productos y de acuerdo a las preferencias de los vendedores y compradores, si no hay un ente regulador estos determina la cantidad a producir y a qué precio, por lo tanto el precio del mercado es el valor de un producto o servicio al cual será adquirido por él consumidor (Hoyo, 2014).

Se considera vender el café orgánico directamente al consumidor, evitando la intermediación con el fin de ofrecer un precio competitivo en el mercado, siempre teniendo en cuenta los costos de producción y gastos operativos.

### D) RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN

En todo proyecto es importante la recogida de datos con el fin de conocer las causas del problema y establecer una posible solución, hay dos métodos, el directo que la herramienta más utilizada en la encuesta a través de dos técnicas, el cuestionario con el fin de obtener información estructurada de acuerdo a opiniones de ciertos aspectos del problema y la entrevista permite obtener información a través de la comunicación verbal, otras técnicas son basadas en la observación y consenso, también se emplea el método indirecto o secundario, aquí se emplean técnicas como análisis de fuentes de información, de contenido y transaccional, todo estos métodos y técnicas son fundamentales para el estudio de mercado (Ollé & Cerezuela, 2018).

Para este estudio se recopilará información a través de encuestas, entrevistas y fuentes secundarias, con el fin de obtener la información necesaria para alcanzar los objetivos del proyecto.

## E) LA COMPETENCIA EN EL MERCADO

Un factor importante es analizar la competencia del mercado para establecer quienes ofrecen las mismas características del producto a ofrecer, se debe establecer el número de competidores, para conocer qué productos o servicios venden en el mercado, la posición y participación que tienen en el mercado, además de conocer los precios, calidad y servicio que ofrecen con el fin de satisfacer las preferencias del consumidor, el mercado debería ser una competencia perfecta sin embargo las imperfecciones del mercado permiten que se creen estructuras monopólicas que afectan llevar a cabo una competencia en igualdad de condiciones (Rodríguez, 2018).

Los principales competidores de café orgánico distribuyen sus productos a través de los supermercados y estos directamente al consumidor final, en este estudio se pretende analizar la competencia del producto por medio del análisis de precios, calidad y presentación, con el fin de ofrecer mejores condiciones de manera directa al consumidor final.

## F) COMERCIALIZACIÓN

La comercialización se refiere a lo relacionado con el diseño del producto que sea una presentación atractiva para el consumidor, el precio con el cual se pretende introducir al mercado, los puntos de ventas donde se ofrecerá el producto, la publicidad con el fin de llegar a la mente del consumidor, las promociones para darle más movilidad al producto, la manera de distribución, y demás estrategias de ventas necesarias para que el producto sea aceptado (Rodríguez, 2018).

Para el café orgánico se pretende comercializar comprado la materia prima a los productores, procesando el producto y ofrecerlo directamente al cliente a través de puntos de ventas estratégicos, con el fin de presentar y ofrecer degustación del producto de forma directa, también se pretende dar promociones por la compra del producto como publicidad para motivar al consumidor.

El proyecto de inversión para la creación de la empresa de procesamiento y venta de café orgánico se desarrollará en el municipio de Distrito Central, por tal razón es importante analizar el entorno socio económico donde operara la empresa.

Como proveedores de café orgánico esta COMSA que será el principal abastecedor de café ubicado en el municipio de Márcala la Paz. También se adquirirá café orgánico de productores artesanales del municipio de Santa Lucía y Valle de Ángeles, esto con el fin de ayudar a los productores de estas zonas a comercializar el café orgánico e incentivarlos a producir en mayores cantidades.

En cuanto a la competencia en el mercado es mínima, ya que el café orgánico se comercializa a través de supermercados, por tal razón se genera una oportunidad de negocio real a través de la venta directa al consumidor final.

Se espera que la oferta de la empresa satisfaga un porcentaje de la demanda insatisfecha del mercado, todo esto de acuerdo a la capacidad instalada de la empresa y a la estrategia de ventas que implementara.

### 2.2.3 ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico determina las necesidades organizativas para llevar a cabo la operatividad de un nueva empresa o unidad de negocio, se refiere a la capacidad instalada, localización, materias primas, recurso humano, transporte y equipos, necesarios para la puesta en marcha de una organización (Torres, 2015).

Este estudio es la segunda etapa de la investigación del proyecto, con el fin de determinar una valoración económica de las partes técnicas necesarias para la implementación del proyecto, este estudio proporciona información importante para la parte del análisis económico y financiero, el estudio técnico pretende demostrar la viabilidad técnica del proyecto y que justifique los criterios de optimización (Rodríguez, 2018).

#### A) LOCALIZACIÓN

La ubicación geográfica de la empresa dependerá de las ventajas que ofrece para las adquisiciones de insumos y la comercialización del producto final, se debe tomar en cuenta la relación con los proveedores y clientes en cuanto a la distancia del negocio, además considerar lo que respecta al transporte para que la recepción y entrega de insumos este a tiempo, también considerar cumplir con permisos ambientales y que existas servicios necesarios para el normal funcionamiento de la empresa (Torres, 2015).



La localización de la empresa para el procesamiento y venta de café orgánico se ubicará en la colonia 21 de octubre donde estará ubicada la parte de procesamiento de café, oficina administrativa y venta, además se instalan kioscos en tres principales malls de Tegucigalpa y Comayagüela.

#### B) INSUMOS Y MAQUINARIA

Es necesario determinar los insumos que se necesitaran para el procesamiento, el personal que se requería de acuerdo a los puestos que se establecerán que tengan las capacidades necesarias para desarrollar las funciones, dentro de los insumos necesarios esta la mano de obra, materias primas, productos, accesorios, sistema, tecnología. En cuanto a la maquinaria que se necesitara será de acuerdo al proceso de producción que convierta la materia prima en producto terminado (Flórez, 2015).

Para el procesamiento de café orgánico se necesitará de materia prima, mano de obra y maquinaria para el trillado, tostado, molido y empacado.

#### C) METODO DE COSTEO DE PRODUCCIÓN

Las empresas que transforman las materias primas en productos terminado requieren identificar los costos de producción para establecer los precios de los productos, de acuerdo al giro de las empresas se utilizan dos sistema para costeo de la producción, el sistema por órdenes de producción lo utilizan empresas que manufacturan artículos por pedidos de clientes, en este método la empresa conoce con claridad la inversión total y unitaria que incurrió en la producción, por otra parte el método de producción por procesos es utilizadas en empresas con producción estandarizadas como la industria alimenticia, los costos se acumulan por procesos hasta llegar al producto terminado, los costos de logran determinar en cada proceso y así determinar la eficiencia en la producción (López & Gómez, 2018).

El sistema de costeo de la empresa será de producción por procesos, ya que se comprará el café en grano oro para conservar su calidad, para posteriormente molerlo y empacarlo de acuerdo a la producción diaria establecida.

#### 2.2.4 ESTUDIO ORGANIZACIONAL

Este estudio comprende la forma de organización que requerirá la empresa, además comprende cómo se constituirá la empresa jurídicamente, se establece la estructura

organizacional en cuanto a niveles jerárquicos, también las políticas y normas que se regirán en la empresa, el tipo de personal idóneo para desempeñar el puesto establecido, se establecen los roles de trabajo, además este estudio comprende las planillas o nóminas y la determinación de salarios, todo esto con bases en las necesidades funcionales de la empresa, es importante analizar cada una de las formas de constitución de empresa, con el fin de conocer el mejor tipo de empresa que se adapte al funcionamiento de la misma (Meza, 2013).

## 2.2.5 ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO

Este estudio determina la capacidad de la empresa para ser rentable, viable y sustentable a lo largo del tiempo, además determina las necesidades de inversión para operar y da los resultados financieros de un estudio de prefactibilidad para determinar si el proyecto de inversión es viable o no, determina los costos e ingresos esperados de una unidad de negocio a través de los estados financieros e indicadores financieros, por lo tanto dicho estudio es fundamental para la toma de decisiones (Pacheco & Pérez, 2018).

Todo proyecto requiere de una inversión, esto se obtiene de capital de los socios y de fuentes de financiamiento, por lo tanto se espera que la tasa de rendimiento sea mayor a la del mercado, ya que se debe valorar el riesgo de invertir, a esto se le conoce como prima de riesgo, por lo tanto este estudio analiza todas las variables relacionadas a la rentabilidad para obtener un resultado y determinar si la empresa genera ganancias o pérdidas, con el fin de tomar la decisión de invertir o no en el proyecto.

### A) PRESUPUESTOS

En las empresas los presupuestos son importantes para establecer el horizonte de la organización en cuanto a costos necesarios para producción y ventas esperados a lo largo de un periodo trazado, es una herramienta de control con el fin de seguir el rumbo trazado para alcanzar los objetivos planeados, además los presupuestos son útiles en las proyecciones financieras de los proyectos de inversión ya que permite establecer los lineamientos seguir y fronteras hacia donde llegar en relación a la operatividad de una empresa que busca obtener rentabilidad (Toro, 2016).

## B) ANÁLISIS DE LA RELACION COSTO VOLUMEN Y UTILIDAD

Las empresas se crean con el fin de obtener utilidades, al tener los rendimientos deseados se puede decir que existe una administración eficiente de los recursos, esto se alcanza si hay una planeación adecuada en cuanto a las ventas deseadas, para realizar este análisis es importante tomar en cuenta el margen de contribución por unidad y por porcentaje, ya que se basa en la las ventas y los costos variables, con el fin de conocer el valor o porcentaje con que se cuenta para cubrir los costos fijos y establecer la utilidad esperada, otro aspecto fundamental para la toma de decisiones es el punto de equilibrio, ya que establece en cantidad o valor necesarios para cubrir los costos fijos y a partir de ese punto empezar a obtener utilidades (López & Gómez, 2018).

## C) ANÁLISIS FINANCIERO DE RENTABILIDAD

Para iniciar una inversión se necesitan recursos, los cuales se obtienen de diversas fuentes como ser recursos propios y recursos financiados, la razón de una inversión es obtener un beneficio en el futuro, con el cual se espera obtengan un retorno mayor a la inversión inicial, por lo tanto para medir si una inversión puede ser rentable se utilizan métodos como el valor presente neto y la tasa interna de retorno, a través de los flujos de efectivos esperados durante el tiempo de la inversión establecida, se determina si una inversión es rentable cuando el resultado del VPN es positivo y una TIR que sea mayor a la tasa de descuento del mercado más una prima de riesgo, estos resultados serán importantes para conocer si es rentable un proyecto de inversión (Meza, 2013).

## D) ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Al comenzar con la evaluación financiera de un proyecto es importante tener en cuenta los cambios que pueden sufrir las variables como ingresos, costos, precios y tasas, a lo largo del tiempo, con el fin de determinar los pronósticos de rentabilidad proyectados, por tal razón no es posible tomar una decisión importante de si se acepta o rechaza el proyecto, ya que solo se está midiendo un escenario a futuro, con el fin de saber qué pasaría si se modificara alguna de estas variables es importante pronosticar varios escenarios posibles, a esto se lo conoce como análisis de sensibilidad que permite hacer movimientos en las variables con el fin de saber si sigue siendo rentable un proyecto de inversión (Meza, 2013).

## 2.3 CONCEPTUALIZACIÓN

En el presente estudio se utilizan una serie de palabras que es preciso describir su significado con el fin de que el lector comprenda e interprete la funciones que cumple dichas palabras en algunas secciones del estudio.

1. **Emprendimiento:** actividad que requiere esfuerzo, en el cual necesita planificar, desarrollar y organizar un negocio, correr cierto grado de riesgo para alcanzar una beneficio (Schnarch, 2009).
2. **Estudio:** es un trabajo en el cual se investiga un asunto o problema en cuestión, se reflexiona sobre él (Muñoz, 2016).
3. **Hipótesis:** es la suposición de que puede o no ocurrir un hecho de forma anticipada, posteriormente esta será comprobada y se aceptará o rechazará (Bernal, 2010).
4. **Inflación:** es cuando hay cambios económicos en un país, es decir los precios de los productos o servicios suben, y el valor del dinero disminuye, con el mismo dinero se compra menos que antes (Arrieta, 2016).
5. **Macroeconomía:** se encarga de estudiar la economía en forma global a través de un conjunto de indicadores o variables de un país o zona (Burneo, 2015).
6. **Manufactura:** proceso de transformación a partir de materias primas, realizadas de forma manual o con ayuda de maquinaria para convertir un producto a terminado (Toro, 2016).
7. **Mercado:** lugar o área donde los individuos intercambian bienes o servicios a precios establecidos (Rodríguez, 2018).
8. **Metodología:** son un conjunto de procedimientos lógicos que se siguen en una investigación científica, requieren tener los conocimientos adecuados para alcanzar los objetivos establecidos (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010).
9. **Microeconomía:** se encarga de estudiar la economía a través de factores individuales, estos pueden ser compradores, empresas o inversores, se consideran las decisiones independiente para alcanzar un objetivo (Burneo, 2015).

10. Periodo de Recuperación: es el tiempo de recuperación de una inversión, al traer los flujos futuros a valor presente se puede determinar en cuanto tiempo un proyecto recuperara el capital invertido (Córdoba, 2011).
11. Pesticidas: sustancia preparadas con químicos para evitar o matar plagas en cultivos, hogares etc. Además son perjudiciales para la salud humana (OIRSA, 2005).
12. Problema: es una cuestión que dificulta la realización de un fin, se estudia o analiza para determinar una solución (Torres, 2015).
13. Procesar: someter alguna cosa a un proceso de transformación, convertir varias unidades separadas en un sola unidad (López & Gómez, 2018).
14. Rentabilidad: es el beneficio o ganancia esperada después de recuperar el dinero que se invirtió en determinado proyecto, se expresa en porcentaje (Meza, 2013).
15. Tasa interna de retorno (TIR): es el porcentaje de benéfico o perdida de una inversión, es la tasa de interés que generara al invertir en un proyecto (Meza, 2013).
16. Valor presente neto (VPN): es la diferencia de los flujos de efectivos traídos a valor actual menos la inversión inicial, indica si es rentable o no una inversión (Meza, 2013).
17. Variable: es una característica, atributo o cualidad que está presente en un grupo de personas, modalidades, grados o en medidas diferentes (Bernal, 2010).

## 2.4 MARCO LEGAL

En este apartado se señalan las leyes, regulaciones y reglamentos sujetos a cumplir de carácter general y obligatorio, para cumplir con los procesos regulados que se deberán seguir para la creación de la empresa, bajo la jurisdicción de la República de Honduras con sede en la ciudad de Tegucigalpa municipalidad del Distrito Central en consideración con la legislación hondureña y de la municipalidad del Distrito Central, en lo que concierne a la obtención de las licencias y permisos necesarios para establecerse y operar. En base a lo dictaminado por la legislación hondureña se observarán y aplicarán las leyes y requerimientos de tipo legal que permitan operar como Empresa mercantil.

#### 2.4.1 ESTABLECIMIENTO DE UNA EMPRESA EN HONDURAS

La legislación hondureña contempla que Sociedades de Responsabilidad Limitada (S. de R.L.) deberán existir bajo una razón social o una denominación o nombre mercantil seguido del enunciado de las siglas S. de R.L. la cual se establecerá con un mínimo de dos socios y un capital mínimo de veinticinco mil lempiras (L.25,000.00), estableciéndose mediante escritura pública solicitada ante Notario Público (Art. 14, Código de Comercio)

El Registro Tributario Nacional (RTN) es el mecanismo para identificar y clasificar a las personas naturales o jurídicas económicamente activas que pueden y deben contraer obligaciones ante el fisco nacional a través del Servicio de Administración de Rentas (SAR) del gobierno central, debiendo presentar declaración tributaria de forma continua y obligatoria según calendario tributario establecido.

En relación al permiso de operación como documento que autoriza las operaciones del negocio, es extendido por la Alcaldía Municipal del Distrito Central (AMDC) el cual previo a emitirse y entregarse deberá cumplir con los requerimientos de la municipalidad, la cual se tramita en las oficinas de la AMDC.

#### 2.4.2 LEYES, DECRETOS, REGLAMENTO Y MARCO REGULATORIO EN GENERAL

Siguiendo con el marco legal para constituir una empresa en la jurisdicción de Tegucigalpa, municipalidad del Distrito Central, a continuación, se mencionan el marco regulatorio que las empresas deben cumplir para su constitución y normal operatividad:

- Código de Comercio Hondureño – Decreto 73-1950
- Código de Comercio. Decreto 73-1950
- Código del Trabajo. Decreto 189-1959.
- Ley de Protección al Consumidor. Decreto 242008.
- Ley de Impuesto sobre la Renta (y sus derivaciones Ganancias de Capital, aportación Solidaria y Activo Neto). Decreto 512003.
- Ley de Equidad Tributaria. Decreto-51-2003.
- Ley de Equilibrio Financiero y la Protección Social. Decreto 194-2002.
- Ley de Simplificación Administrativa. Decreto 255-2002.
- Ley de Impuesto sobre Ventas. Decreto 24-1963.

- Ley de Municipalidades. Decreto 134-1990.
- Plan de Arbitrios (impuestos, contribuciones y tasas que apliquen). Acuerdo 141-2002.
- Instituto Hondureño de Seguridad Social (IHSS). Decreto 80-2001.
- INFOP. Decreto 10-1972.

La Escritura Pública es un instrumento o documento público y legal que contiene: los nombres de las personas que conforman la organización; el nombre o razón social de la organización y de qué tipo es; el capital inicial; su duración; su naturaleza y objeto.

Publicar el aviso de declaración de comerciante individual o sociedad en el Diario Oficial La Gaceta, o en uno de los diarios de mayor circulación en la localidad.

#### 2.4.3 LICENCIAS Y REGISTROS REQUERIDOS

Registro en la Cámara de Comercio De acuerdo con el artículo 384 del Código de Comercio, es obligatorio que todo comerciante y/o sociedad mercantil se registre en la Cámara de Comercio e Industria correspondiente al municipio en el cual funcionará la nueva empresa. Sin este registro, las alcaldías no autorizan 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.

Solicitar la licencia ambiental en las oficinas de Mi Ambiente, a través de un apoderado legal, en el segundo piso de la Secretaría de Recursos Naturales y Ambiente (SERNA), el tiempo estimado para obtener la licencia ambiental es de 3 meses para proyectos de categoría 2, la empresa está en esta categoría ya que está clasificada en el sector de “*Industria de alimentos*”, en la sub sección de “*Torrefactoras y derivados del café*” para empresas pequeñas y medianas, el costo estimado varía de acuerdo al monto de la inversión de cada proyecto, el cual se fundamenta en el Artículo 30 de la Ley del Equilibrio Financiero.

SERNA modifico la Ley General del Ambiente con agregados a los artículos 5 y 78 a través de la Ley de Equilibrio Financiero y la Ley de Simplificación administrativa, respectivamente. En el agregado en el Artículo 78, antes mencionado, se identifican 3 principales grupos de proyectos, la empresa de procesamiento y venta de café orgánico se

encuentra en la segunda categoría; ya que la empresa no representa gran impacto al medio ambiente.

Solicitar licencia sanitaria en la Agencia de regulación sanitaria de Honduras (ARSA), de la región metropolitana de Tegucigalpa. Es la autorización para que un establecimiento pueda fabricar, distribuir, manipular, almacenar, envasar, expender el producto; una vez que cumpla con todos los requisitos técnicos y legales. Este trámite tiene un tiempo de aprobación, aproximadamente, de 40 días hábiles, el costo varía de acuerdo a la clasificación del establecimiento y la actividad a la que se dedique.

El registro sanitario del producto se realizará ante la Agencia de regulación sanitaria de Honduras (ARSA), es la autorización para que un producto de interés sanitario pueda ser fabricado, envasado o expedido una vez que se cumpla con todos los requisitos técnicos y legales. Este registro tiene un tiempo aproximado de 20 días hábiles y el costo varía según el tipo de producto a registrar.

#### 2.4.4 PERMISO DE OPERACIÓN

Este documento lo extiende la municipalidad para garantizar que la empresa funciona conforme a las leyes municipales. Este trámite que se realiza varía según la municipalidad de la localidad donde funcionará la empresa. Los costos por permisos de operación en la Alcaldía Municipal del Distrito Central se cobran sobre la base de: Monto de declaración o proyecto de volumen de ventas del año, la actividad económica, según el plan de arbitrios en el art.19. (CCIT, 2017).



### **CAPÍTULO III. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN**

Después de desarrollar la perspectiva teórica, es necesario determinar la metodología de la investigación a utilizar, que describe cada uno de sus componentes y cómo estos aportarán a las respuestas de las preguntas de investigación. El diseño metodológico tiene como fin establecer cómo se llevará a cabo la investigación, se diseña detalladamente la estrategia para obtener la información y se detallan las actividades para darle respuesta a los objetivos planteados.

Siguiendo con el tema de investigación se ha decidido desarrollar un proceso de determinar la factibilidad de la formación de una empresa rentable, auto sostenible, que se dedique a la comercialización de café orgánico en la zona del Distrito Central y así con este estudio dilucidar algunas interrogantes sobre el funcionamiento o no de esta empresa. Para ilustrar esta investigación se hace acompañar de la siguiente matriz de congruencia como una herramienta que brinda la oportunidad de resumir y plantear las etapas del proceso de la investigación de manera que desde el principio exista una congruencia entre cada una de las partes involucradas en este procedimiento investigativo, con la presentación en forma de matriz nos permite apreciar a simple vista el resumen de la investigación y comprender de mejor manera la secuencia lógica y sistemática de la investigación.

### 3.1 MATRIZ DE CONGRUENCIA

**Tabla 2. Matriz de congruencia metodológica**

TITULO	PROBLEMA	PREGUNTAS	OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECIFICOS	ASPECTOS A ESTUDIAR
PREFACTIBILIDAD PARA CREAR UNA EMPRESA DE PROCESAMIENTO Y VENTA DE CAFÉ ORGANICO EN DISTRITO CENTRAL	¿Es factible crear una empresa para el procesamiento y venta de café orgánico en el Distrito Central, para el año 2019?	1. ¿Cuál es la oferta y demanda en el mercado, para la creación de una empresa de procesamiento y venta de café orgánico?	Determinar si es factible la creación de una empresa que se dedique al procesamiento y venta de café orgánico en el Distrito Central para el año 2019, por medio de estudios de mercado, técnico, organizacional, legal y financiero, con el propósito de identificar una oportunidad de negocio.	1. Realizar un estudio de mercado que proporcione información sobre la oferta, demanda en el mercado, para conocer la aceptación, precios, competencia y comercialización, con el fin de crear una empresa de procesamiento y venta de café orgánico.	Demanda de producto en el mercado
		2. ¿Cuál es la infraestructura, costos, gastos e inversión necesaria, para la creación de una empresa de procesamiento y venta de café orgánico?		2. Realizar un estudio técnico que permita conocer la infraestructura, costos, gastos e inversión necesaria para la creación de la empresa, en cuanto a la ubicación, instalaciones, insumos y equipos requeridos.	Costos Requeridos
		3. ¿Qué aspectos organizacionales son necesarios, en la creación de una empresa de procesamiento y venta de café orgánico?		3. Realizar un estudio organizacional para conocer los aspectos administrativos necesarios, para la creación de una empresa para el procesamiento y venta de café orgánico.	Requerimientos administrativos para el funcionamiento de la empresa
		4. ¿Cuáles son los requisitos legales para la creación de una empresa de procesamiento y venta de café orgánico?		4. Determinar los requisitos legales, para la creación de una empresa para el procesamiento y venta de café orgánico.	Requerimientos legales para crear la empresa
		5. ¿Cuál es la rentabilidad que se obtendrá, por la puesta en marcha de una empresa para el procesamiento y venta de café orgánico?		5. Realizar un estudio financiero que permita conocer la rentabilidad de la empresa a lo largo del ciclo operativo y así determinar la viabilidad del negocio.	Rentabilidad

### 3.2 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

Una investigación con enfoque cualitativo se basa en cualificar y describir un problema de carácter, profundiza en puntos específico por lo tanto no generaliza, obtiene características a través de rasgos determinantes de un fenómeno estudiado, por otra parte una investigación con enfoque cuantitativo se basa en medir y cuantificar las características de los fenómenos objetos de estudio, tiende ir de lo general a lo específico y las variables se pueden relacionar en forma deductiva (Bernal, 2010).

El enfoque para la investigación será mixto, porque los estudios administrativos y legales se enfocan a lo cualitativo, mientras que los estudios de mercado y financiero se enfocan a lo cuantitativo.

### 3.3 ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN

Existe varios alcances de investigación, está la investigación correlacional miden, cuantifican y analizan las relaciones entre variables. También está la investigación exploratoria se centra en temas nuevos o pocos estudiados, algo innovador y que sirven como punto de partida para nuevos estudios. La investigación descriptiva define variables y

conceptos, describen las características del problema de estudio con el fin de obtener partes, rasgos y categorías. La investigación explicativas se basa en determinar la causas que afectan el fenómeno de estudio, son procedimientos estructurados y bien entendidos (Hernández et al., 2010).

El alcance de esta investigación será correlacional, porque se necesita medir y cuantificar las variables, a la vez analizar cómo se relacionan entre sí para establecer si posible crear la empresa o no.

### 3.4 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El diseño de investigación es transversal recolectan datos y los analiza una sola vez, con el fin de estudiar las variables y mostrar las relaciones entre sí y que efecto pueden producir entre ellas, el diseño de investigación longitudinal recolecta información en varios espacios de tiempo con el fin de determinar el comportamiento o efecto del fenómeno objeto de estudio (Hernández et al., 2010).

El diseño de investigación para el estudio será transversal, porque solo se recolectará información una sola vez a través de entrevistas con productores de café y encuesta a los consumidores del producto.

#### 3.4.1 POBLACIÓN

La población para este estudio se seleccionó de acuerdo al segmento de mercado que se desea alcanzar o mercado meta.

Se tomó como referencia información del Instituto Nacional de Estadísticas, precisamente de los datos que arrojaron las encuestas en hogares para el 2018, se seleccionó la población del Distrito Central que está ocupada y que es asalariada o que recibe un ingreso, por lo tanto, el tamaño de la población objeto de estudio asciende a un total de 292,349 habitantes.

**Tabla 3. Encuestas en hogares 2018**

Cuadro Resumen de Indicadores, según características principales de los hogares y la población						
Clasificación	Total Nacional	Total Rural	Urbano			
			Total	Distrito Central	San Pedro Sula	Resto Urbano
Ocupados	4,090,651	1,863,231	2,227,421	476,944	274,052	1,476,424
Asalariados	1,908,586	664,289	1,244,297	292,349	168,104	783,844
No Asalariados	2,182,065	1,198,941	983,124	184,596	105,948	692,580

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas (INE).

### 3.4.2 MUESTRA

Existen dos tipos de muestreo, está el método probabilístico que consiste en seleccionar de forma aleatoria a los integrantes de una población objeto de estudio, por lo tanto, todos tienen las mismas posibilidades de ser elegidos, esto se realiza de forma mecánica o con fórmulas de probabilidad que brinda a los individuos la misma oportunidad de ser elegidos, sin embargo, este tipo de muestreo requiere de mucho tiempo y recursos. El método no probabilístico depende de las características de la investigación y no de la probabilidad, además depende de la toma de decisiones de los investigadores sobre la información que desea obtener, los integrantes de la muestra son seleccionados en función de su accesibilidad, por lo tanto la muestra puede representar a la población con precisión o no (Hernández et al., 2010).

El tipo de muestra seleccionado para este estudio es el no probabilístico, debido a diversos factores que limitan llevar a cabo un muestreo probabilístico como ser; el poco tiempo con que se cuenta para realizar el estudio, la falta de recursos económicos y humanos, por lo que es difícil tomar una muestra aleatoria de la población.

Se seleccionó a las personas asalariadas del Distrito Central, con el fin de conocer ciertas características de la investigación como ser, preferencias y aceptabilidad del producto a ofrecer entre otros aspectos.

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

$$n = \frac{Z^2 N P q}{E^2 (N - 1) + P q Z^2}$$

Dónde:

n = Muestra a Investigar

Z = Nivel de confianza en un 95% (1.96)

N = Población (Este estudio utilizará 292,349 asalariados, dato proporcionado por el INE)

P = Probabilidad de éxito establecido en un 50%

q = Probabilidad de error establecida 50%

E = error tolerable, establecido en un 5%

**Sustituyendo:**

$$n = \frac{(1.96)^2(292,349)(0.5)(0.5)}{(0.05)^2(292,349 - 1) + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = 384$$

Las encuestas a aplicar serian 384 en el Distrito Central.

En cuanto al servicio de procesamiento, se seleccionó a los principales productores de las zonas de Santa Lucia, Valle de Angeles, Cantarranas y el Distrito Central, con el fin conocer las necesidades en cuanto a obtener el servicio de maquilado para el café que producen, la población seleccionada son 104 familias productoras de las zonas en estudio.

$$n = \frac{(1.65)^2(104)(0.5)(0.5)}{(0.10)^2(104 - 1) + (1.65)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = 41$$

Se obtiene una muestra de 41 productores a entrevistar.

### 3.4.3 UNIDAD DE ANÁLISIS

La unidad de análisis para este estudio, es la población ocupada y asalariada del Distrito Central, ya que el proyecto de inversión es para tener la procesadora y tres puntos de ventas en Tegucigalpa y Comayagüela. Así mismo prestar el servicio de maquilado en el procesamiento de café (trillado, tostado, molido y/o empacado) a los productores de la zona central, para el consumo interno.

### 3.5 INSTRUMENTOS Y TECNICAS PARA LA RECOLECCION DE DATOS

La recolección de información se puede realizar a través de fuentes primarias que son los datos obtenidos de forma directa con personas u organización y fuentes secundarias que son las obtenidas a través de libros, revistas y noticias. Para una investigación cuantitativa se utilizan instrumentos como las encuestas, entrevistas, observación, análisis, fichas, pruebas, técnicas, grupos de discusión, entre otros (Bernal, 2010).

#### 3.5.1 INSTRUMENTOS DE LEVANTAMIENTO DE DATOS

Los instrumentos a utilizar en el estudio son; encuestas a posibles consumidores (mercado meta) y entrevistas a productores.

**Encuestas:** se obtiene información en función de un cuestionario, es una técnica de recopilación de datos masiva, con el fin de obtener opiniones, actitudes y características de la población objeto de estudio (Muñoz, 2016).

Se realizaron 384 encuestas a las personas asalariadas que trabajan en empresas públicas y privadas del Distrito Central, para conocer si están interesados en comprar café orgánico, el cuestionario consta de una serie de preguntas que arrojaran datos importantes para el estudio (VER ANEXO 1).

**Entrevista:** se obtiene información a través del dialogo o la conversación, puede haber entrevistas estructuradas y no estructuras, las estructuras consiste en un interrogatorio de preguntas en orden y elaboradas previamente, las no estructuras son preguntas abiertas y no hay un orden (Muñoz, 2016).

Se realizaron 41 entrevistas a productores cercanos a la zona que incluye productores de Santa Lucia, Valle de Ángeles, Cantarranas Y zonas aledañas al Distrito Central (VER ANEXO 2).

### 3.5.2 FUENTES DE INFORMACIÓN

Como parte de la recolección de datos se usaron fuentes de información primaria y secundaria, con el fin de respaldar la información obtenida para el estudio.

#### 3.5.2.1 FUENTES PRIMARIAS

Se obtiene información de forma directa a través de encuestas y entrevistas, tanto de personas naturales, como de empresas donde se requerirán ciertos productos y servicios necesarios para el desarrollo de la empresa.

#### 3.5.2.2 FUENTES SECUNDARIAS

Se utiliza información de datos estadísticos de organizaciones gubernamentales del país, así como de organización internacionales, además de los libros de textos e informes que sirven como soporte para los resultados de la investigación.

### 3.6 METODO DE OPERACIÓN DE LAS VARIABLES

Los modelos de operación para la investigación normalmente utilizados podemos describirlos como métodos de operación y estos pueden ser; deductivo en el que se plantean inicialmente los temas generales hasta llegar a los conceptos más específicos del problema. El método Inductivo que es contrario al deductivo ya que se presentan los aspectos particulares del problema inicialmente, hasta llegar a los aspectos más generales y también es muy conocido el Dialéctico el que considera el problema como materia de la investigación, describiendo y evaluando sus contradicciones y conflictos, también existes otros dos métodos menos usados como lo es el Históricos basado en seguimiento evolutivo del fenómeno y el método Estructural planteado desde la idea central con variables convergentes (Hernández et al., 2010).

Como se plantea el problema, el método operacional que se adoptará será el método inductivo, partiendo de lo específico a lo general, porque se analizan las diferentes variables para llegar a una conclusión general, si es factible o no crear la empresa.

### 3.6.1 MATRIZ DE VARIABLES

**Tabla 4. Matriz de variables**

PROBLEMA	OBJETIVOS ESPECIFICOS	VARIABLE INDEPENDIENTE	VARIABLE DEPENDIENTE
¿Es factible crear una empresa para el procesamiento y venta de café orgánico en el Distrito Central, para el año 2019?	1. Realizar un estudio de mercado que proporcione información sobre la oferta, demanda en el mercado, para conocer la aceptación, precios, competencia y comercialización, con el fin de crear una empresa de procesamiento y venta de café orgánico.	Demanda de café orgánico en el mercado	Oferta Económica propuesta
	2. Realizar un estudio técnico que permita conocer la infraestructura, costos, gastos e inversión necesaria para la creación de la empresa, en cuanto a la ubicación, instalaciones, insumos y equipos requeridos.	Presupuesto para la adquisición de Instalaciones Físicas, Maquinaria y Equipo requerido	Producción en base a la capacidad instalada del equipo
	3. Realizar un estudio organizacional para conocer los aspectos administrativos necesarios, para la creación de una empresa para el procesamiento y venta de café orgánico.	Tiempo de respuesta requerido de las autoridades reguladoras y locales	Puesta en funcionamiento del negocio en marcha
	4. Determinar los requisitos legales, para la creación de una empresa para el procesamiento y venta de café orgánico.		
	5. Realizar un estudio financiero que permita conocer la rentabilidad de la empresa a lo largo del ciclo operativo y así determinar la viabilidad del negocio.	Ingresos y costos del proyecto	Rentabilidad del negocio

#### 3.6.1.1 DEFINICIÓN DE VARIABLES Y SU RELACIÓN

Las variables son propiedades que pueden variar o adquirir diversos valores y que cuya variación es susceptible a medición, tendrán un valor científico en cuanto a se puedan combinar entre sí.



Variable independiente es la que antecede a una variable dependiente, a la cual determina; o también, la variable cuyos cambios de valor se presume que son causa de variaciones en los valores de otra variable llamada dependiente.

Variable dependiente cuando se presume que sus valores son cambiados por el cambio de una variable independiente (Muñoz, 2016).

En este proceso se definirá conceptualmente las variables que nos ayudarán a dar un sentido concreto dentro de la investigación.

Para tal efecto, se ha determinado nombrar como variables independientes y dependiente:

- (1) Demanda del café orgánico en el mercado - Oferta Económica propuesta.
- (2) Presupuesto para la adquisición de Instalaciones Físicas, Maquinaria y Equipo requerido - Producción en base a la capacidad instalada del equipo.
- (3) Tiempo de respuesta requerido de las autoridades reguladoras y locales – Puesta en funcionamiento del negocio en marcha.
- (4) Ingresos y costos del proyecto – Rentabilidad esperada del negocio.

**Tabla 5. Operacionalización de las variables**

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL
Demanda de mercado	Cantidad de bienes y servicios que los clientes o consumidores están dispuestos a adquirir a determinado precio.	Aplicación de cuestionarios, con el fin de establecer la aceptabilidad del producto.
Presupuestos para adquisiciones	Cantidad prevista con anticipación para pago futuros	Adquisición de la maquinaria y equipos a través de cotizaciones a proveedores
Tiempo de respuesta	Momento que se espera se cumpla lo acordado.	Requisitos legales, para la creación de la empresa.
Ingresos y costos	Las entradas y salidas para la realización de algo.	Realización de presupuestos para establecer ventas y materias
Oferta	Cantidad de bienes o servicios que los productores o vendedores están dispuestos a ofrecer en un determinado lugar y tiempo.	La capacidad instalada de la maquinaria, la cantidad que se puede ofrecer.
Capacidad Instalada	Cantidad de insumos que puede producir una actividad económica.	La oferta del producto a través de presupuestos.
Puesta en funcionamiento	Avanzar hacia un objetivo establecido.	Inicio de operaciones de la empresa ante las autoridades regulatorias.
Rentabilidad	Beneficio o ganancia esperada después de recuperar el dinero que se invirtió en determinado proyecto.	Análisis financiero de los indicadores de la VAN y TIR.

### 3.6.2 LIMITANTES DEL ESTUDIO

Una de las principales limitantes del estudio fue el tiempo, ya que la duración del curso fue corto, además, las obligaciones externas de los investigadores tanto laborales y personales, fue otro factor que limitó el tiempo, todo esto dificultó profundizar en algunos temas para fortalecer aún más la investigación, sin embargo, el esfuerzo realizado permitió obtener los datos necesarios para cumplir con los objetivos establecidos en la investigación.

## CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS

Definida la metodología de la investigación y obtenida la información necesaria a través de las diferentes técnicas e instrumentos de recolección de datos, se procede a especificar los resultados obtenidos de los estudios de mercado, técnico, organizacional y financiero, a la vez hacer un análisis cualitativo y cuantitativo de esos resultados con el fin de determinar las relaciones entre las variables de estudio y la viabilidad del proyecto.

### 4.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO Y SERVICIO

El producto que motivo a realizar esta investigación, es el café orgánico tostado y molido para la venta en la presentación de una (1) libra, en empaque de bolsa convencional con filtro de gas para expiración de aroma, el cual se distribuirá en tres kioscos en centros comerciales de la capital. Así mismo se ofrecerá el servicio de maquilado o procesamiento de café a los productores cercanos a la zona.

### 4.2 PROPIEDAD INTELECTUAL

Para la creación de la empresa se han considerado además de todos los aspectos técnicos, comerciales y legales, lo concerniente a la “Marca” e imagen tanto del producto a distribuir como de la empresa como tal. Para eso se han desarrollado los logos e imágenes que representen de forma visual a los productos y servicios que se ofrecen que son parte de los activos intangibles de la compañía.

Nombre del producto “CAFÉ ORGÁNICO MYO” - Pureza, Calidad y Aroma natural



**Figura 8. Logo del producto.**

Propiedad de la empresa: EMPCOT S. de R.L.



**Figura 9. Logo de la empresa.**

#### 4.3 FACTORES CRÍTICOS DE RIESGO

Toda empresa se enfrenta a situaciones de riesgo durante su operatividad, la volatilidad e incertidumbre en la seguridad jurídica ha venido en aumento, Honduras es un país que en los últimos años ha presentado grandes problemas políticos, lo que lleva a afectar al sector de las empresa, además los altos índices de violencia y reformas regulatorias constituyen un factor importante de riesgo para la nuevas inversiones en el país, puesto que el inversionista no tiene un respaldo sólido por parte del gobierno que le permita tener la confianza para emprender una empresa.

Otro factor de riesgo son las fuerzas que imperan en los mercados, ya que en cualquier momento los resultados obtenidos pueden cambiar drásticamente, esto debido a factores como la competencia que hay en el mercado, los cambios en los precios y los costos relacionados con la inflación, además en los gustos y preferencias de los consumidores que pueden decidir comprar el producto o no.

#### 4.4 ESTUDIO DE MERCADO

La realización de estudios de mercado permite conocer el comportamiento de la demanda interna y externa para el posterior análisis de ésta y los factores que intervienen en la comercialización de los productos del proyecto.

Al realizar el presente estudio de mercado se pretende medir o conocer el comportamiento del mercado de producto de café orgánico y el potencial negocio que se

pueda tener en la comercialización del mismo. Este estudio proporcionará la información necesaria de apoyo necesaria para evaluar las ventajas y desventajas del mercado competitivo y ayudará para el planteamiento de estrategias y la toma de decisiones con respecto al desarrollo del proyecto en la búsqueda de su viabilidad.

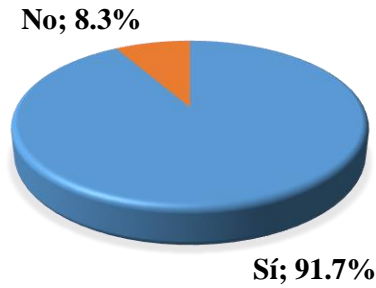
En este estudio de mercado se espera obtener más información acerca de la situación real del mercado en el que se desea colocar el producto para el cual se hace dicho estudio. Además, la información proporcionada ha de ser adecuada y confiable con el fin de tener el máximo de probabilidades de éxito cuando el producto propuesto salga a la venta (Baca, 2016).

#### 4.4.1 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

La demanda tiene como objetivo principal el medir las fuerzas que pudieran afectar el posicionamiento en el mercado del producto del proyecto y su posible aceptación en los clientes demandantes del mismo. Para definir los factores influyentes en la demanda es necesario conocer las necesidades reales que se tengan del producto del proyecto dentro de la población, para lo cual contando con las herramientas adecuadas de recolección de la información como ser las fuentes de información primaria y secundaria que reflejen los indicadores que determinen cual sea la posible cantidad que el mercado requiere del producto (Baca, 2016).

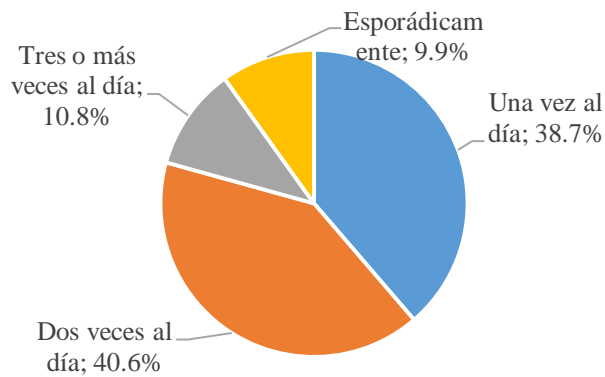
##### 4.4.1.1 RESULTADOS DE ENCUESTAS

La actividad principal de la empresa será vender café orgánico directamente al consumidor final a través de kioscos ubicados en tres centros comerciales del Distrito Central, a continuación, se muestran los resultados de las 384 encuestas realizadas, donde se obtiene información importante para la toma de decisiones en cuanto al producto a ofrecer, los resultados muestran los gustos y preferencias del consumidor, así como las características deseadas del producto y lugares preferidos de compra.



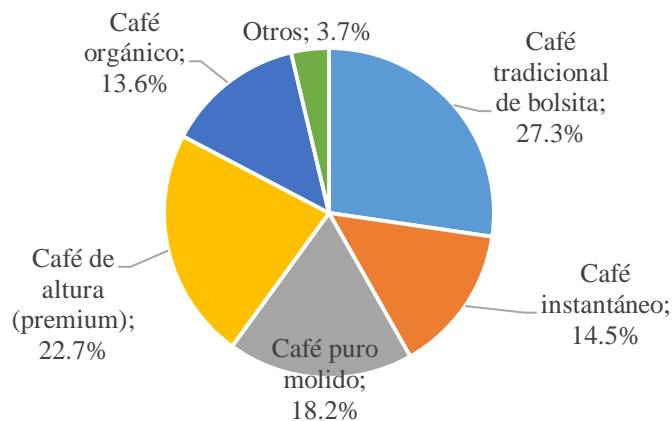
**Figura 10. Personas que consumen café**

Como se observa en la gráfica el 91.7% de las personas encuestadas consumen café, por lo tanto, se establece una alta demanda de en este rubro lo que representa una oportunidad para la venta del café orgánico.



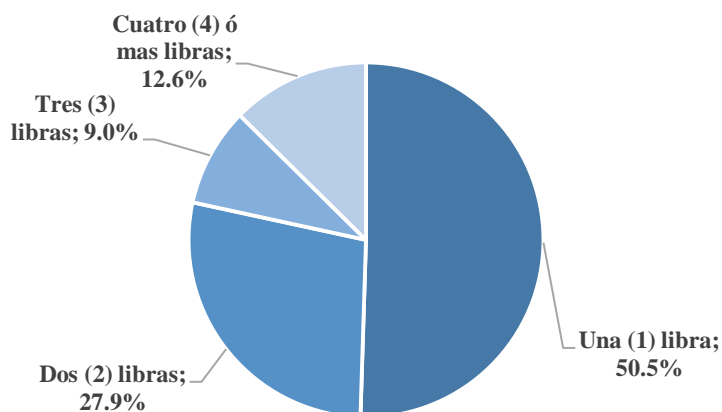
**Figura 11. Frecuencia con que consumen café**

De las personas que toman café un 79.3% de los consumidores lo hacen por lo menos una vez diaria y de estos un 51.4% lo hacen en más de una vez, por lo tanto, un dato importante que podemos establecer es la potencialidad de la comercialización de este producto en el mercado y dado su alto consumos varias veces al día muestra que las personas compran constantemente.



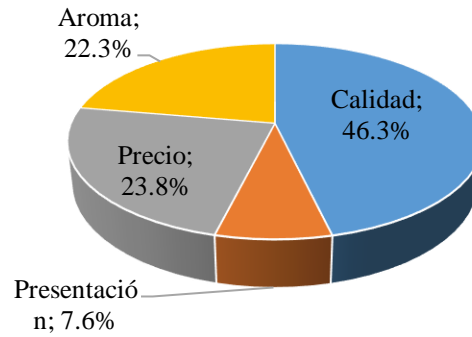
**Figura 12. Tipo de café que consumen**

Como se puede observar las personas están cambiando las preferencias de los tipos de café, si bien es cierto siguen consumiendo café de bolsita, pero cada vez es menor su consumo, van conociendo de los tipos de café con ser el café de altura o premium, lo que representa un punto importante en la aceptabilidad de productos de calidad.



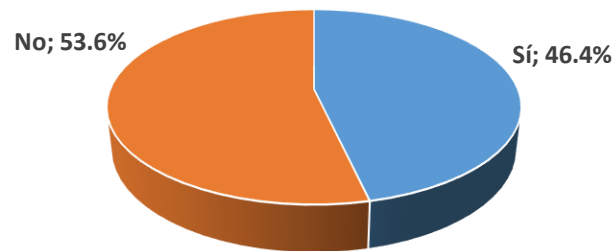
**Figura 13. Cantidad de café que compran.**

Las personas prefieren comprar café en presentación de una libra, lo que representa que a menos cantidad se conserva mejor las propiedades del café, ya que en esta presentación se consume más rápido y por ende vuelven a comprar otra bolsa con el fin de no perder la calidad.



**Figura 14. Factores para elegir un café**

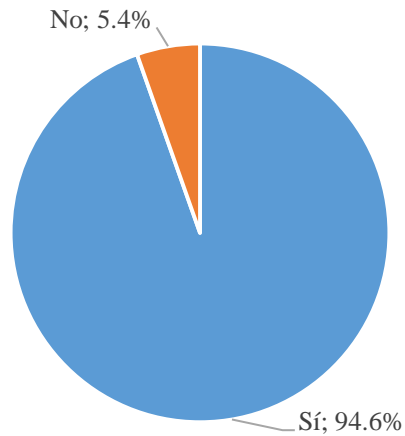
Las personas se están encaminando a hacer las diferenciaciones entre los cafés de calidad como lo muestra la gráfica, por lo tanto, las personas van entendiendo lo que representa el café orgánico en cuanto a la calidad.



**Figura 15. Personas que tienen conocimiento de los beneficios del café orgánico.**

En la actualidad son más personas que cuidan su salud, por lo que tienen conocimientos de los productos que ayudan a su bienestar físico, como se observa el 46.4% de los encuestados conocen los beneficios de café orgánico, por lo tanto, están interesados en consumir productos que ayudan a mantener una buena salud.

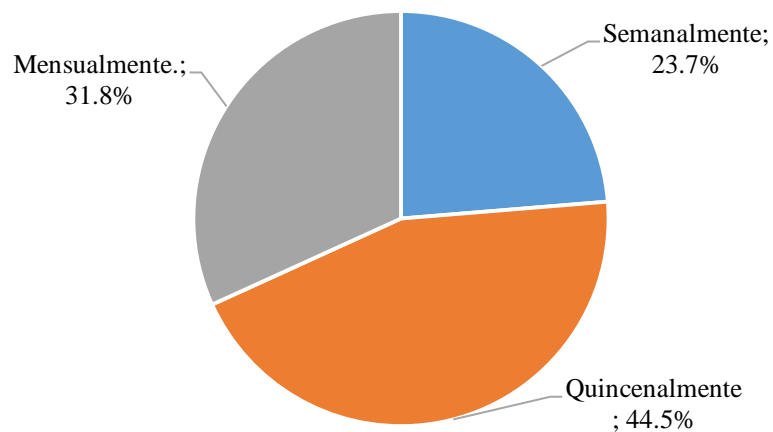




**Figura 16. Personas que consumirían café orgánico**

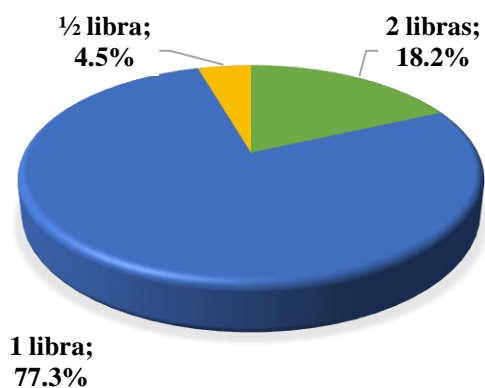
Ante la consulta sobre si una vez que ya conoce los beneficios del café orgánico le gustaría empezar a consumirlo la respuesta fue positiva en un 94%, esto indica que la mayoría de las personas estarían interesadas en comprar café orgánico, lo que comprueba la aceptación que puede tener el producto.

En la encuesta se consultó a los encuestados con qué frecuencia compraría café orgánico, los resultados fueron los siguientes:



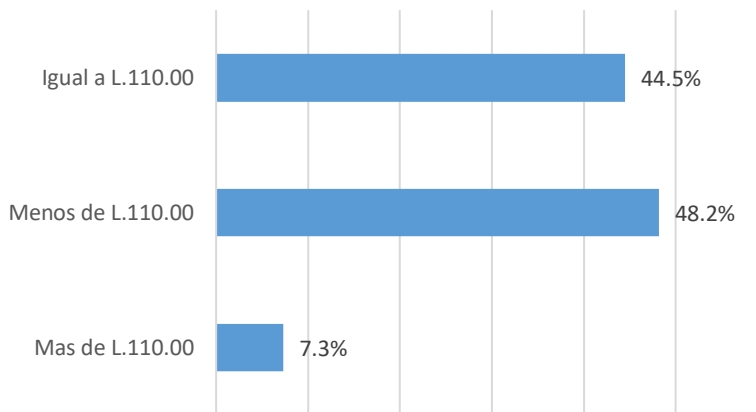
**Figura 17. Con que frecuencia compraría café orgánico**

Como se puede observar el 44.5% de las personas comprarían una libra de café orgánico quincenalmente, esto representa que el producto es altamente demandante y por ende la oferta debe cubrir una parte de la demanda.



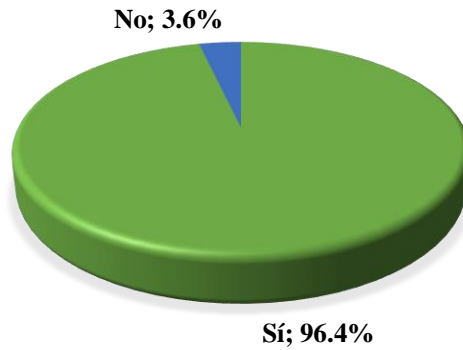
**Figura 18. Presentación que le gustaría adquirir el café orgánico**

El consumidor conoce que, al mantener mayor tiempo café en casa, puede perder su calidad, por lo tanto, al elegir café en presentación de una libra se pretende conservar los atributos originales del café.



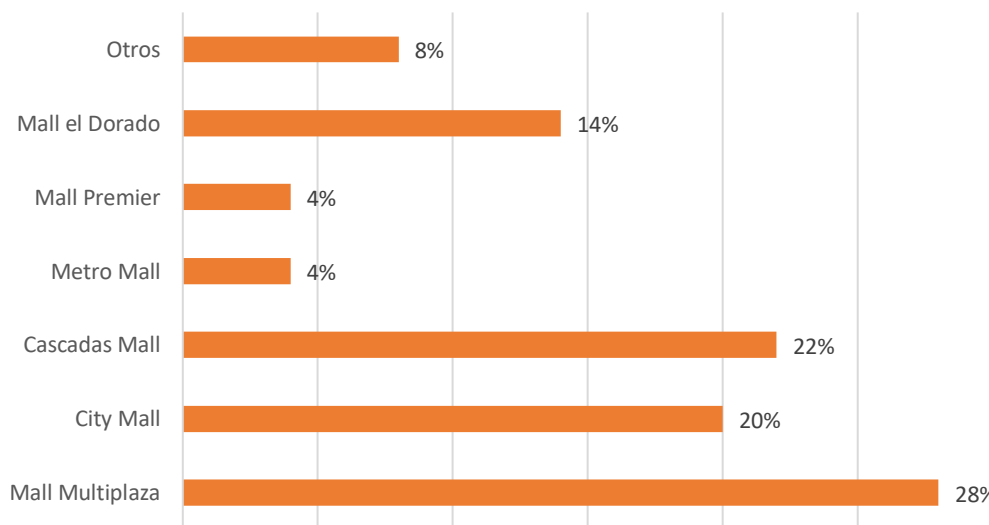
**Figura 19. Cuanto está dispuesto a pagar el consumidor**

El consumidor está dispuesto a pagar una cantidad menor por la libra de café orgánico, de acuerdo al precio promedio del mercado.



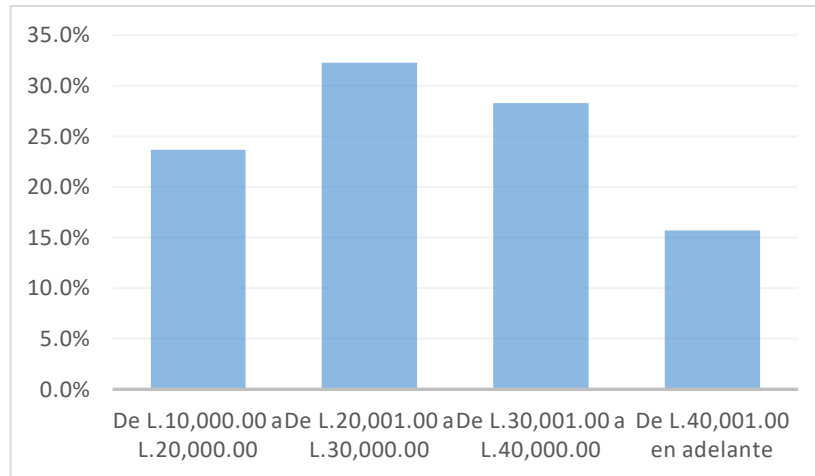
**Figura 20. Personas que desean encontrar un kiosco en el centro comercial de su preferencia**

Como se observa el 96.4% de las personas encuestadas, les gustaría encontrar café orgánico en los centros comerciales a través de kioscos.



**Figura 21. Centros comerciales para vender el café orgánico**

Como se observa los centros preferidos por las personas encuestadas son Mall Multiplaza con un 28%, Cascadas Mall con un 22% y City Mall con un 20%, por lo tanto, estos serán los tres puntos de venta de la empresa.



**Figura 22. Nivel de ingresos.**

Cómo se puede observar las personas tienen un nivel de ingreso aceptable, esto indica que al tener un mayor poder adquisitivo son personas que conocen de calidad, visitan lugares importantes como se observó en la figura precedente, por lo tanto, el producto puede ser comprado por dichas personas.

#### 4.4.1.2 RESULTADOS DE ENTREVISTAS

Como segunda actividad de la empresa para obtener otra fuente de ingresos, es brindar el servicio de procesamiento de café a productores de la zona, a continuación, se presentan los principales resultados obtenidos de las 41 entrevistas realizadas en el Distrito Central, Santa Lucía, Valle de Ángeles y Cantarranas, con el fin de conocer la aceptabilidad de este servicio.

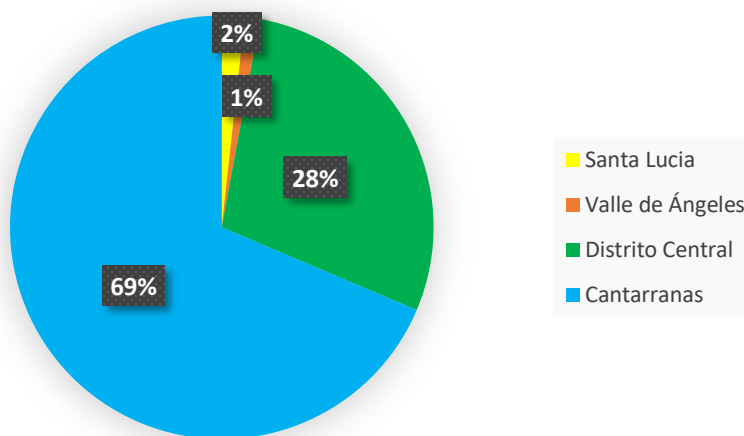


**Figura 23. Cantidad de quintales que procesan por cosecha anual.**

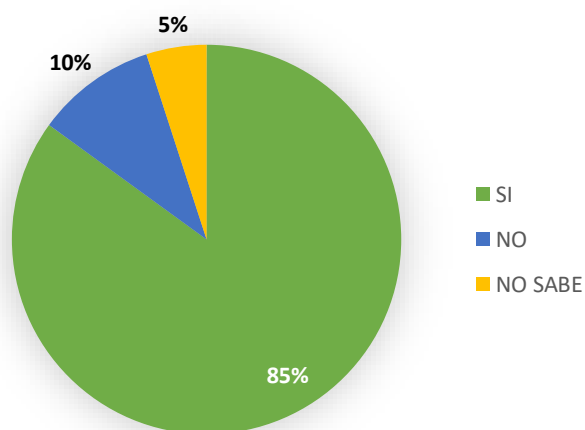
Fuente: IHCAFE.

Un dato importante es la información obtenida a través del Ihcafe, donde se muestra la producción total anual en quintales de la zona objeto de estudio, el municipio de Cantarranas es el principal productor de la zona y tienen como lugar de procesado Tegucigalpa por lo tanto es importante entrar al mercado ofreciendo el servicio de procesamiento.

### Productores de la zona

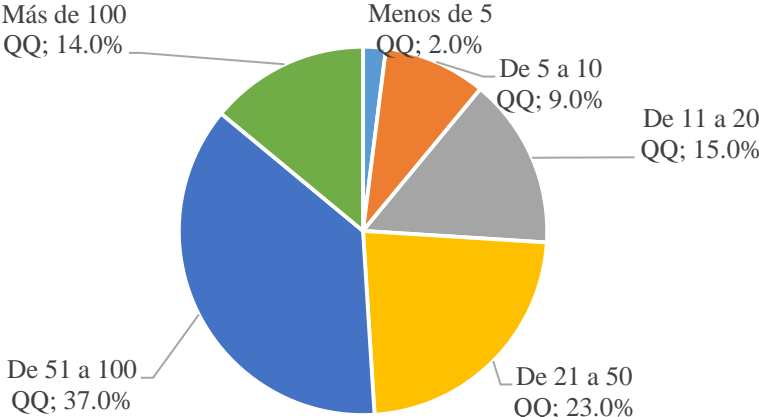


**Figura 24. Distribución de los Productores de café de la Zona**



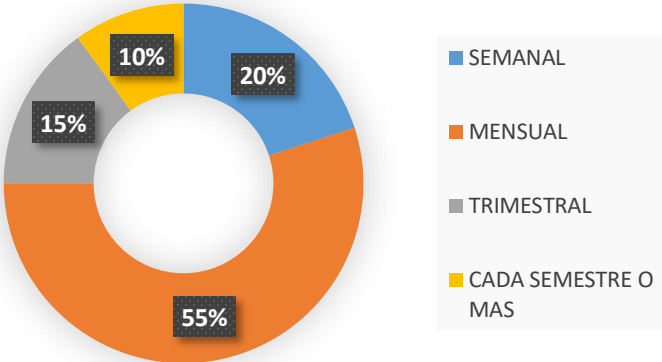
**Figura 25. Productores de la zona que cambiarían de proveedor por un mejor precio**

Como se observa los productores se mostraron dispuestos a que la empresa les brinde el servicio en un 85%, ya que se les ofrecerá un mejor precio, con el fin de que tanto los productores y la empresa se beneficien.



**Figura 26. Cantidad de quintales que procesan por cosecha anual.**

Como se observa, se establece la cantidad de producción anual en quintales para la zona de estudio, dando como resultado principal una cosecha anual entre 51 a 100 quintales de café, lo que indica una alta producción y demanda del servicio.



**Figura 27. Cada cuánto procesa el café.**

Se consulto a los productores con qué frecuencia procesan el café, el resultado mayor fue mensualmente con un 55% y en segundo lugar semanalmente en un 20%, lo que indica que los

productores pueden procesar el café una vez al mes en diferentes semanas, por lo que la empresa podrá brindar el servicio semanalmente.

#### 4.4.1.3 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Basado en los resultados obtenidos, donde un 94.6% de las personas están dispuestas a adquirir café orgánico, en presentación de una libra y comprarlo quincenalmente, el 70% de las personas lo comprarían en los tres malls elegidos, se estableció una proyección de la demanda para cinco años, se estableció un error del 5%, se utiliza como variable de crecimiento el aumento de la población del 2014 al 2018, según datos del INE se establece un 1.7% anual.

Cálculos:

Porcentaje de aceptación del producto (94.6% – 5%) 89.6%

Frecuencia de compra, dos veces al mes.

Cantidad de compra, una libra.

Mercado meta segmentado 292,349 personas asalariadas del Distrito Central.

Personas dispuestas a adquirir el producto (292,349\*89.6%) 261,945.

Personas que comprarían en los malls seleccionados (261,945\*70%) 183,361

Quincenas en el año 24.

Demanda anual de bolsas de una libra (183,361\*24) 4,400,664.

**Tabla 6. Proyección de la demanda para la venta de café orgánico.**

Año	% crecimiento poblacional anual	Población segmentada	Demanda Anual en libras
1		183,361	4,400,664
2	1.7%	186,478	4,475,475
3	1.7%	189,648	4,551,558
4	1.7%	192,872	4,628,935
5	1.7%	196,151	4,707,627

Como se observa la cantidad a demandar anualmente es alta, por lo tanto, se puede decir que se podrá vender el producto constantemente, sin embargo, la empresa ofrecerá el producto de acuerdo a su capacidad instalada, con el fin de satisfacer una parte de la demanda.

En cuanto al procesamiento, basado en los resultados obtenidos, los productores están dispuestos a adquirir el servicio en un 85%, con una frecuencia mensual y una cantidad promedio de 75.5 quintales al año, con un crecimiento anual de 3.16% según datos del Ihcafe.

Cálculos:

Porcentaje de aceptación del producto (85 – 10%) 75%

Frecuencia de servicio, una vez al mes.

Cantidad de procesamiento (51+110/2) 75.5 quintales al año.

Mercado meta segmentado 104 productores del Distrito Central, Santa Lucía, Valle de Angeles y Cantarranas.

Productores dispuestos a adquirir el servicio (104\*75%) 78.

Demanda en quintales a procesar por año (78\*75.5) 5889

Demanda en libras a procesar por año (5889\*101.2) 595,967

**Tabla 7. Proyección de la demanda para el servicio de procesamiento de café.**

Año	% crecimiento producción anual	Demanda anual en quintales	Demanda Anual en libras
1		5,889	595,967
2	3.16%	6,075	614,799
3	3.16%	6,267	634,227
4	3.16%	6,465	654,269
5	3.16%	6,669	674,943



#### 4.4.2 ANÁLISIS DE LA OFERTA

El propósito que se persigue mediante el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o un servicio. La oferta, al igual que la demanda, está en función de una serie de factores, como son los precios en el mercado del producto, los apoyos gubernamentales a la producción, etc. La investigación de campo debe tomar en cuenta todos estos factores junto con el entorno económico en que se desarrollará el proyecto.

Según los resultados de la encuesta el consumidor en un 77.3% prefiere comprar la presentación de una libra de café orgánico, esto indicada que la oferta será en base a la producción de una libra.

La empresa contará con distintos equipos para el procesamiento del café orgánico ya que conlleva distintos procesos, según la capacidad instalada se estima producir 1,410 libras a la semana de café orgánico, se trabajará tres días en la semana para este producto, se asume que el primer año la capacidad instalada será del 70%, por lo que se estima una producción anual de 65,139 libras de café orgánico.

**Tabla 8. Cálculo de cantidad de oferta de café orgánico.**

	Producción	Producción	Días de	Producción	Producción	Producción	Producción	Producción
	Máxima	estimada	producción	estimada	estimada	p/Consumo	estimada/venta	estimada
Año	por día Lbs	diaria	a la semana	semanal en Lbs	por mes Lbs	por mes Lbs	por mes Lbs	por año Lbs
1	671	470	3	1410	5638	210	5428	65139

La empresa establece ofrecer el servicio de procesamiento, en 1,175 libras a la semana, se trabajará dos días y medio a la semana para este servicio, con el fin cumplir parte de la demanda.

**Tabla 9. Cálculo de cantidad de oferta de servicio de procesamiento.**

	Servicio	Servicio	Días de	Servicio	Servicio	Servicio
	Maximo	estimado	producción	estimado	estimado	estimado
Año	por día Lbs	diaria	a la semana	semanal en Lbs	por mes Lbs	por año Lbs
1	671	470	2.5	1175	4699	56382

#### 4.4.2.1 PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Para la proyección de la oferta se estima un crecimiento en la capacidad instalada de 5% anual, por lo tanto, en el año cinco se estará operando en base al 90% de la capacidad máxima instalada.

**Tabla 10. Proyección de la oferta de café orgánico.**

Año	% de Capacidad Instalada	Oferta Anual en Libras
1	70.0%	65,139
2	75.0%	68,396
3	80.0%	71,816
4	85.0%	75,407
5	90.0%	79,177

**Tabla 11. Proyección de la oferta del servicio de procesamiento.**

Año	% de Capacidad Instalada	Oferta Anual en Libras
1	70.0%	56,382
2	75.0%	59,201
3	80.0%	62,161
4	85.0%	65,269
5	90.0%	68,533

#### 4.4.3 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA

Cuando se pretende adentrar en un mercado con un producto diferenciado generalmente se quiere abarcar los nichos de mercados no atendidos, detectando una demanda potencial insatisfecha de la cual al poner en el mercado el nuevo producto según el proyecto se cumpliría con el objetivo buscado.

Según los resultados de la encuesta, sorprendentemente el consumo del café tradicional ha sido ya sobrepasado por los cafés de calidad, lo que abre un abanico de oportunidades de negocio con los cafés especiales y entre los de más aceptación está el café orgánico.

#### 4.4.3.1 CALCULO DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA

**Tabla 12. Determinación de la demanda insatisfecha de café orgánico**

Año	Demanda proyectada	Oferta proyectada	Demanda insatisfecha
1	4,400,664	65,139	4,335,525
2	4,475,475	68,396	4,407,079
3	4,551,558	71,816	4,479,743
4	4,628,935	75,407	4,553,528
5	4,707,627	79,177	4,628,450

Como se puede observar la demanda insatisfecha es alta, debido a la capacidad instalada de la empresa, según los datos de la proyección de la demanda, la oferta de la empresa solo cubrirá el 1.48% de la demanda, sin embargo, cabe señalar que la competencia también cubre otra porción de la demanda, pero no se cubre en su totalidad, por lo que se estable una demanda insatisfecha en el cual representa una oportunidad de negocio.

#### 4.4.4 MERCADO OBJETO

El mercado objeto o mercado meta es la población asalariada del Distrito Central, que según datos estadísticos del INE ascienden a 292,349 para el año 2018, este mercado meta se concentrara en tres centros comerciales, según la información arrojada por las encuestas se establecerán las áreas de venta en Mall Multiplaza, Mall las Cascadas y City Mall, siendo los centros comerciales con mayor concurrencia.

El mercado meta para el procesamiento o maquilado del café son los productores de café de los municipios aledaños al Distrito Central, que según datos estadísticos del IHCAFE ascienden a 104 productores de la zona, inscritos en los municipios de Cantarranas, Valle de Ángeles, Santa Lucía y Distrito Central.

#### 4.4.5 ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN Y VENTAS

El manejar una buena estrategia para la comercialización y venta del producto en proyecto (oferta) lleva como propósito el análisis de la forma en que se pondrán y se pondrán a disposición la oferta del producto proyectado. El determinar las cantidades y las condiciones en que se colocará un producto dentro de una economía dependerá de las condiciones y factores que influyan en la demanda del mismo como ser: los precios en el mercado del producto, los lugares estratégicos de venta, las presentaciones, etc. La investigación de campo deberá tomar en cuenta todos estos factores junto con el entorno económico en que se desarrollará el proyecto.

El Producto se dará a conocer por medio de propaganda y publicidad estratégica que incluye los medios de comunicación escritos y radiales, por medio de patrocinios de programas que no sean muy onerosos, como también por medio de las redes sociales, donde a parte del café orgánico, se ofrecerá el servicio de maquilado de procesado a precios más bajos que los del mercado.

##### 4.4.5.1 PRODUCTOS Y SERVICIOS

Las líneas de productos nuevos que se ofrecen en los mercados deberán presentar características y beneficios mejores que los ya existentes para poder penetrar de forma que en un tiempo prudencial esté posesionado del mercado.

“El éxito de un proyecto depende más de la forma en que se administre y se lleve a cabo todo el proyecto tal y como está planeado, que de unos pronósticos favorables” (Baca Urbina 2016, p. 40).

En este proyecto el producto a ofrecer pretende tener las siguientes características:

- Café orgánico en presentación de empaque blanco, de una libra.
- El empaque es tipo de exportación con válvula gaseadora.
- El producto se venderá directo al consumidor teniendo derecho a degustar el mismo en los kioscos de distribución.
- El servicio de procesamiento se hará en el lugar donde establezca la empresa su área de procesos y bodegas.

En base a las encuestas realizadas la preferencia del público consumidor entrevistado es en bolsa de una libra. Así mismo el mercado demanda de un producto de calidad a un buen precio y con un aroma superior, por ende, el incluir en la presentación la válvula gaseadora de aspersión para que el cliente pueda oler el producto en su empaque original sin necesidad de abrir el empaque es una característica favorable.



**Figura 28. Presentación del producto.**

#### 4.4.5.2 PRECIOS Y COMPETIDORES

Según los resultados obtenidos de las encuestas, los consumidores están dispuestos a pagar un valor menor que el precio de mercado, por lo tanto, se establecerá el precio de L. 107.00 la libra de café orgánico y de L. 25.75 la libra de procesamiento de café, esto para el primer año, posteriormente se incrementa en base a la tasa de inflación promedio en 4.09% anual, tomando en cuenta los costos y gastos de la empresa.

Otro factor de análisis son los precios de la competencia con el fin de conocer debilidades de los competidores y así obtener una ventaja competitiva en cuanto a precios, según las investigaciones realizadas, en el mercado existen dos competidores directos que ofrecen café orgánico a través de supermercados y existen varios competidores indirectos que ofrecen café convencional.

**Tabla 13. Precios de competidores directos en venta de café orgánico**

Producto	características	producido	precio
Café Emaús	Café orgánico de una libra (16 oz)	Honduras	105.00
Café Juan Valdés	Café orgánico de 283 g (10 oz)	Colombia	224.00

Como se puede observar el precio del café orgánico producido en territorio nacional y ofrecido a través de los supermercados es de L.105.00, sin embargo, el nuevo producto pretende ofrecer una mejor calidad, a la vez, ofrecerlo por diferente vía de comercialización, lo que indica que se tendría una ventaja competitiva, en cuanto al café orgánico importado básicamente es un producto de alto costo por lo tanto no todas las personas estarían dispuestos a pagar ese precio, en conclusión, la oferta de café orgánico es escasa, por lo tanto, se presenta una situación de ventaja para introducir el nuevo producto.

**Tabla 14. Precios de competidores directos en servicio de procesamiento**

Empresa	Servicio	Ubicación	Precio libra
Cafetano	Procesamiento (Maquilado)	Tegucigalpa	L.34.40

Como ventaja competitiva la empresa pretende mejorar el precio del servicio de procesamiento, con el fin de beneficiar a las familias productoras, cabe señalar que Ihcafe ofrece este servicio a un precio de L. 27.14, sin embargo, están ubicado en la ciudad de San Pedro Sula, por lo que no es un competidor directo para la empresa.

#### 4.4.5.3 PUNTOS DE VENTA

Para la comercialización y venta del café orgánico se ha pensado en un modelo de fuerza de venta a través tres posibles kioscos en los malls más populares de Tegucigalpa.

En el caso en específico la tendencia de los lugares de preferencia y más visitados por los consumidores son:

- (1) Mall Multiplaza
- (2) Cascadas Mall
- (3) City Mall

Estos tres lugares serían nuestros puntos de distribución al público en general, lo que da a entender que las personas de mayor poder adquisitivo son las que más visitan estos lugares y aparte de eso son conocedores de productos de calidad, tienen un mayor nivel de sofisticación al consumir diversidad de productos, ya que probablemente pueden ser personas que han viajado a otros países, por tal razón, estos son lugares estratégicos para vender el producto.

El punto de venta del servicio de procesamiento de café a productores que lo requieran se hará en la sede de la empresa EMPCOT en la Colonia 21 de octubre de Tegucigalpa, lugar donde se instalará la maquinaria y el almacén de la compañía.

#### 4.4.5.4 PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

Como estrategia de mercadeo se utilizan los puntos de ventas como una forma de publicidad, como publicidad se establecerán afiches donde estará la información completa sobre los beneficios del café orgánico, además el personal de venta será capacitado en la materia para poder transmitirle al cliente las bondades del consumir café orgánico, también uno de los puntos clave de publicidad será la degustación ya que el consumidor tendrá la ventaja de probar el café orgánico y así sentir su sabor y calidad. En cuanto a las promociones se tendrá como estrategia de venta obsequiar artículos gratis por la compra de varias libras de café orgánico, por lo que el consumidor podrá recibir diversos artículos como ser; tasas, recipientes para depósito de café, mini percoladoras, camisetas con el logo de la empresa, entre otros.

Como la venta es de forma directa al consumidor final, será mínima la publicidad por otros medios que se pudiera difundir la oferta de café orgánico.

Se aprovechará más los medios publicitarios y volantes a ofrecer el servicio de procesamiento de café a los productores de la zona en programas como “La Hora del café” que transmite en una radio a nivel nacional y local.

#### 4.4.5.5 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Aquí también es necesario conocer los factores cuantitativos y cualitativos que influyen en la oferta. Es importante conocer las preferencias del consumidor final en cuanto a los procedimientos en hacer llegar el aromático a sus manos.

Dentro de las especificaciones y canales de distribución del producto se incluyó en los instrumentos auxiliares de medición la consulta sobre los kioscos dentro de centros comerciales populares, obteniendo una respuesta positiva de un 96.4% favorable a la distribución por este medio.

El canal de distribución que se ha elegido es del productor a la procesadora y de la procesadora al consumidor final a través de la venta en los kioscos que para tal fin se van a crear.



**Figura 29. Canal de Distribución**

#### 4.4.5.6 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA E INDUSTRIA

El café orgánico a pesar de que va en un alza su promoción y venta del mismo y se tienen nuevos productos en el mercado, en su mayoría se distribuye a través de los supermercados, lo que nos proporciona una ventaja en relación a la competencia por el hecho que el producto va del productor al proceso de tostado y molido en sus etapas hasta el consumidor final sin intermediarios. Sin embargo a pesar que la idea es llevar el café hasta el consumidor, se han considerado los principales productos y los precios que maneja el mercado del café orgánico el cual detallamos a continuación:



**Tabla 15. Productos de café orgánico en el mercado**

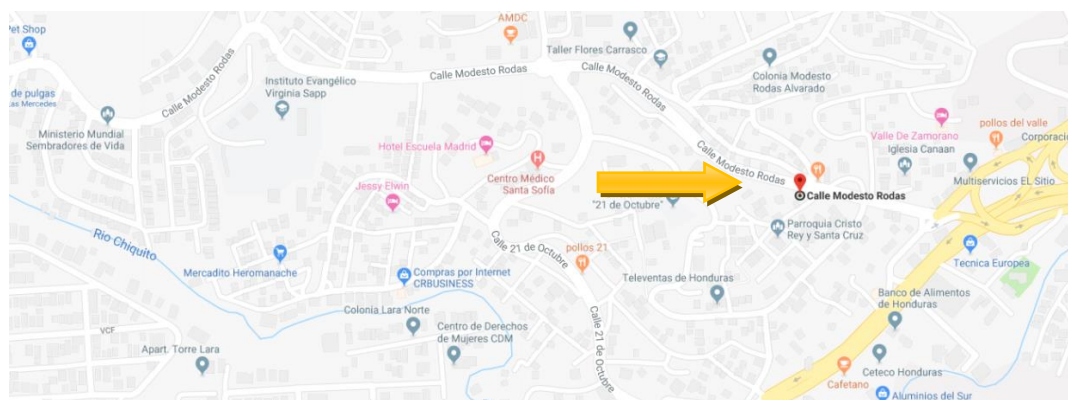
Marca	Presentación	Empaque	Precio
Juan Valdés - Orgánico	Bolsa de 1 lira	Premium con válvula	L. 146.00
Café Orgánico Emaus	Bolsa de 1 lira	Aluminio Sin válvula	L.105.00
Café Corquín Orgánico	Bolsa de 1 lira	Aluminio Sin válvula	L.108.00
Café Camuy Marcala	Bolsa de 1 lira	Premium con válvula	L.130.00

#### 4.5 ESTUDIO TÉCNICO

Según las investigaciones realizadas se establece para este estudio determinar la localización de la empresa, el proceso de transformación de la materia prima a productos terminado, la maquinaria y equipos requeridos, también insumos, mano de obra y un análisis de medio ambiente, todo esto con el fin de presentar los resultados y realizar los análisis correspondientes.

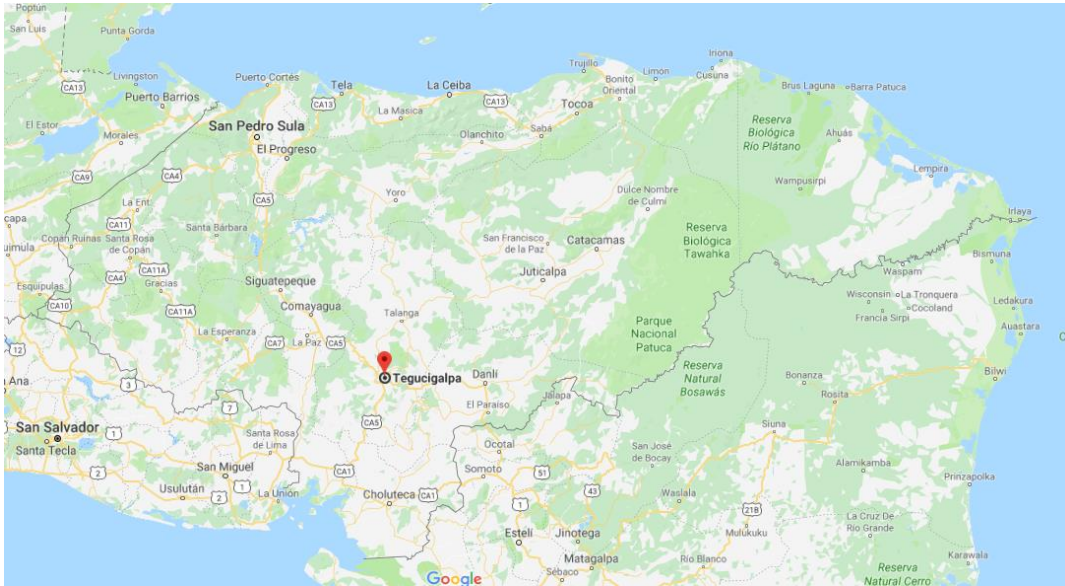
##### 4.5.1 LOCALIZACIÓN DE INSTALACIONES

La empresa en la parte de procesamiento y oficinas administrativas, estará ubicada en Tegucigalpa, en la Colonia 21 de octubre, calle Modesto Rodas, siendo éste un lugar de fácil acceso y de topografía plana, con una localización rápida y fácil para los productores de café con un acceso amplio para el trasbordo del producto.



**Figura 30. Mapa de ubicación de la empresa**

Fuente: Google maps.

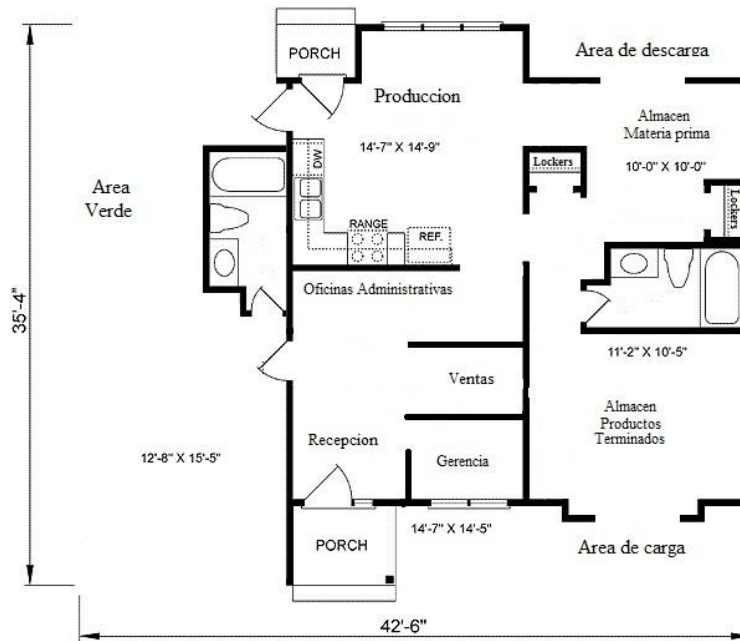


**Figura 31. Territorio nacional donde se localizará la empresa.**

Fuente: Google maps.

#### 4.5.1.1 DISTRIBUCIÓN DE OFICINAS

Se alquilará una casa en Colonia 21 de octubre, la cual se adapta perfectamente a las necesidades de infraestructura, ya que se desea alquilar un lugar amplio, de fácil acceso, con servicios públicos instalados y con el espacio adecuado para la producción y distribución del café orgánico, dicha casa tiene un área total de 42.6 metros de frente por 35.4 metros de largo, con un área construida de 25.9 metros de frente por 29.4 de largo.



**Figura 32. Distribución de instalaciones**

#### 4.5.2 PROCESO DE PRODUCCIÓN

El proceso de café molido de calidad “Orgánico” para la venta conllevará lo siguiente:

##### 1. **Adquisición de café orgánico en pergamino seco**

El café orgánico será comprado a dos proveedores reconocidos con calificación Forest de “Café orgánico” siendo seleccionado con las condiciones que cumplan con los estándares de calidad requeridos.

##### 2. **Almacenamiento y manejo**

El café será manejado en quintales pergamino seco (de 220 Lbs) almacenados en sacos de jute, en bodegas de 4 metros de altura, para preservar la naturaleza y calidad del grano.

##### 3. **Trillado**

El café previo a ser tostado se le aplicará el proceso de trillado que consiste en separar o descascarillar el grano del pergamino, hay diferentes aparatos diseñados para esta tarea, muchos basados en fricción por medio de tambores, discos, rotores y cuchillas, este trabajo puede ser alquilado o maquilado.

#### **4. Tostado y Molido**

Después de trillado y eventualmente pulido, el grano de café pasa a su etapa de tueste y molido por un técnico experto (Catador/Tostador), los tostadores tuestan, muelen y degustan una muestra de cada lote de café antes de empacarlo ya que una vez tostado, al contacto del aire el café se deteriora a gran velocidad.

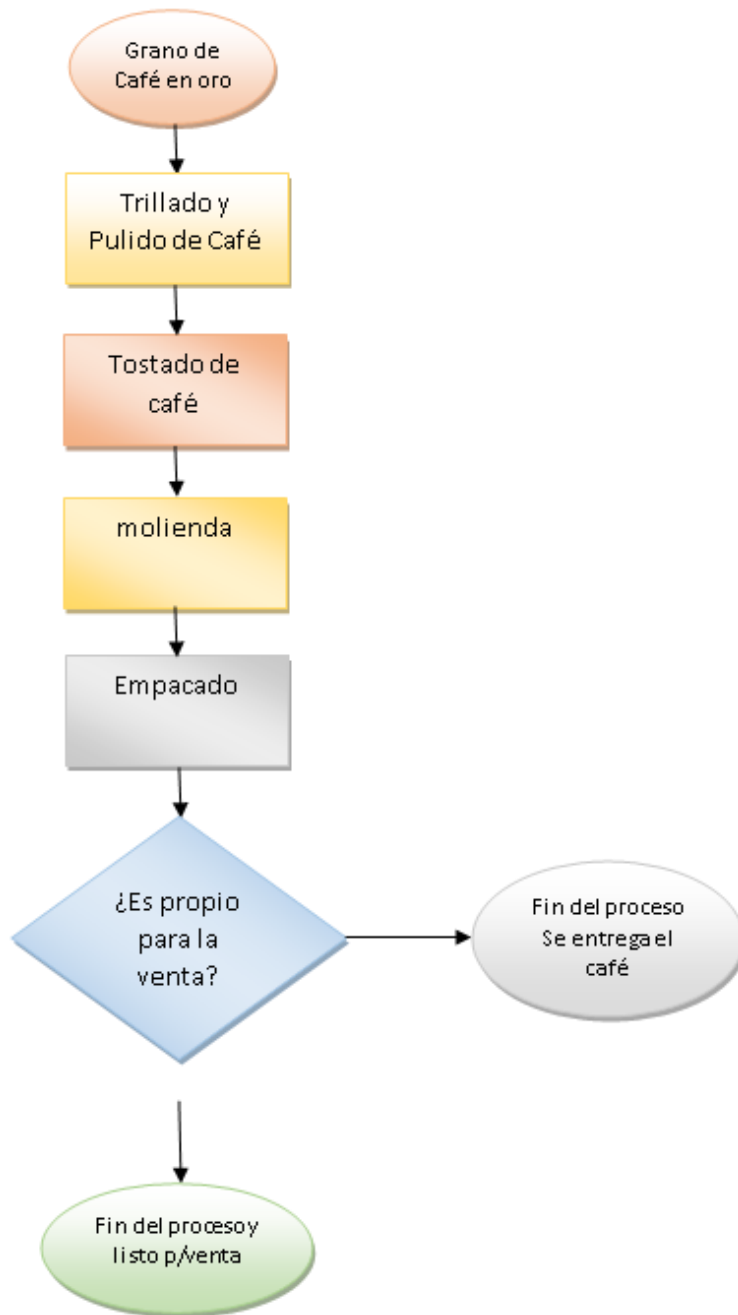
#### **5. Envasado y empaçado**

Con el fin de buscar la mejor alternativa a la conservación del café tostado y molido se utilizó la técnica de Atmósferas Modificadas (AM) como método de protección contra los agentes causantes de la pérdida de la calidad del café, para obtener estándares de calidad muy altas y una buena calificación en prueba de taza (impresión global) y un porcentaje bajo de rancidez, mientras que los patrones (bolsa chuzada) presentan un aumento en el índice de peróxido y en la rancidez y una disminución en la calificación de prueba de taza, se comprobó que el empaque en Atmósferas Modificadas (AM) mantiene la calidad durante el almacenamiento.

#### **6. Almacenamiento**

Una vez empacados los paquetes de café se pueden manejar en ambientes naturales de almacenamiento en condiciones normales ya que el empaque de alta calidad permite un fácil almacenamiento y manejo.

#### 4.5.2.1 FLUJOGRAMA DE PROCESOS



**Figura 33. Flujograma de procesos**

#### 4.5.3 REQUERIMIENTO DE MAQUINARIA Y EQUIPO

Se contará con maquinaria de última tecnología para el proceso de Tostado, Molido y empaçado del café que permitan tener un producto final de alta calidad de larga duración, la cual consta de:

- a) Una Tostadora Industrial (Horno cilíndrico) de capacidad de 60 Kg./hora, con sistemas de verificación y controles de tostado electrónico, fabricada de acero inoxidable, quemador de gas, con mirilla semi automático.
- b) Un molino Industrial de granos Modelo MF-220 de 300Kg/hora, fácil de operar, bajo nivel de ruido, perfecto efecto de molienda ajustable al espesor requerido.
- c) Máquina de llenado: Atmósferas Modificadas (AM) e inyección de gas nitrógeno; Formadores intercambiables de acero inoxidable, semiautomática e indicadores digitales de temperatura.
- d) Máquina de trillado.

(VER ANEXO 3).

**Tabla 16. Costo de maquinaria**

Cantidad	Descripción	Valor CIF en euros	Valor en dólares a 1.1374	Valor en LPS a 24.4356	Costo total por unidad	Total
1	Máquina de tostado de café	22,243.00	25,299.19	618,200.84	618,200.84	618,200.84
1	Maquina empacadora	14,813.00	16,848.31	411,698.47	411,698.47	411,698.47
1	Máquina de molido de café	7,565.00	8,604.43	210,254.43	210,254.43	210,254.43
1	Máquina de Trillado		3,527.00	86,184.36	86,184.36	86,184.36
	Total					<b>1,326,338.11</b>

##### 4.5.3.1 CAPACIDAD DE PROCESAMIENTO Y PRODUCCIÓN

La capacidad máxima instalada de producción de café tostado y molido es de 60Kg/hra y según la proyección esperada para el primer año en bolsas de una libra, será de 65,139 unidades, un promedio de 1410 libras semanales, contando con maquinaria y equipo tecnológico que facilitan la producción, envasado y empaçado, el proceso de producción constará de 6 horas diarias con el fin de cumplir con el programa de producción presupuestada.

#### 4.5.3.2 PARAMETROS DE PROGRAMACIÓN DE PRODUCCIÓN

Los parámetros de producción se basan en el estudio de mercado de clientes posibles que degustan de buenos cafés a un precio accesible, con un promedio de ventas diarias entre 180 unidades para café orgánico y de 150 libras para el servicio de procesamiento, los requerimientos de materia prima se harán conforme a la demanda que reporten las ventas, tratando de llevar estándares de inventarios mínimos requeridos.

#### 4.5.4 MATERIAS PRIMAS

Siendo la materia prima el elemento principal y primordial del negocio, y siendo que Honduras es el mayor productor de café de Centroamérica y que está entre los 10 mayores productores de café del mundo por sus condiciones geográficas y climáticas, contamos con buenas referencias de proveedores de café, y aunque el café orgánico no es muy común tenemos la facilidad de contar con dos proveedores que nos garantizan la producción de café orgánico requerido por nosotros para cumplir con la producción de producto final presupuestada para los próximos 5 años. Cabe hacer notar que siempre existe el riesgo de una baja producción o de catástrofes naturales, riesgo que tratamos de mitigar al contar no solo con un único proveedor.

#### 4.5.5 MANO DE OBRA

En la actualidad el país presenta una elevada tasa de desempleo, por lo que la oferta de mano de obra es muy elevada, siendo esto una ventaja para la empresa la cual requiere personal dinámico, proactivo y dedicado a sus labores, por lo tanto, uno de los operarios de la maquinaria será recomendado de la escuela de catadores.

#### 4.5.6 ELEMENTOS CLIMÁTICOS

Honduras se encuentra localizada en una posición tropical de 15 a 16 grados al norte del ecuador, únicamente cuenta con dos estaciones, las cuales están bien definidas: la estación seca y la estación lluviosa, esta última comienza en mayo extendiéndose hasta el mes de julio con una pausa durante el mes de agosto, ésta generalmente se reanuda en septiembre hasta el mes de noviembre cuando comienza la estación seca, esta estación, es

donde comienza el ciclo de corte de café en las fincas de Honduras extendiéndose hasta los meses de febrero y marzo en las zonas más altas del país.

El clima es un factor importante en la producción del café, es importante señalar que el cambio climático afecta en gran parte este rubro, los efectos se ven reflejados en la calidad, rendimiento, plagas e irrigación. Las temperaturas altas son factor importante que afecta la producción del café, en regiones cálidas la fruta del café madura más rápidamente esto provoca una disminución en la calidad del aromático, además durante el periodo más importante del cultivo o el asentamiento de los frutos en un clima cálido produce un bajo rendimiento en la producción, otro efecto es la proliferación de plagas y necesidad de irrigación ya que en estas regiones el agua se evapora rápidamente. Una buena producción de café se da en temperaturas bajas en un promedio de 15 a 24 grados centígrados lo que permite mejor calidad y rendimiento.

#### 4.5.7 IMPACTO AMBIENTAL

La empresa realizará el procesamiento de café en su etapa de preparación de taza, lo que representa un impacto ambiental casi nulo, ya que el trillado se hará bajo normas estándar de seguridad y manejo de desperdicios (cascaritas de café). Así mismo el tostado no emite humo en cantidades que deban ser controladas. El equipo que realiza esta transformación del proceso será evaluado por el ente emisor de la licencia sanitaria.

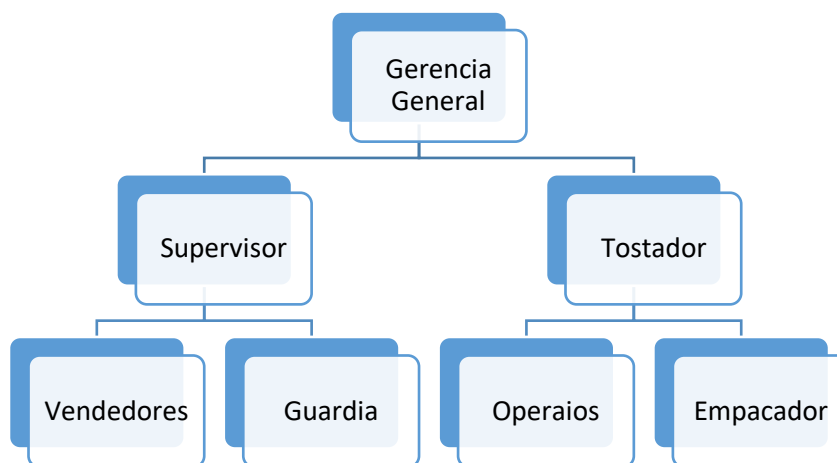
#### 4.6 ASPECTOS ORGANIZACIONALES

Teniendo como base de este proyecto el poder analizar la viabilidad de comercializar café orgánico y a su vez mantener la excelencia en el mercado de un buen café, es necesario establecer un análisis organizacional que conlleve al éxito del negocio el cual debe satisfacer las necesidades y deseos de sus clientes, trabajadores y accionistas, constituyendo el fundamento socioeconómico de la existencia de la empresa.



#### 4.6.1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La empresa contará con un Gerente General, quien toma las decisiones del proyecto a él se sujetan todos los colaboradores del negocio de café orgánico de este proyecto, como lo son vendedores, distribuidor, bodeguero, operarios y guardia de seguridad, dedicando el gerente general el manejo financiero del proyecto, así como todos los ingresos y egresos de la comercialización.



**Figura 34. Organigrama**

Se espera que al término de 5 años la empresa deba contar con una estructura organizacional sólida de departamentos, cargos y funciones con personal administrativo y operativo capacitado para lograr una alta calidad y altos índices de venta de café orgánico.

#### 4.6.2 PERSONAL Y NOMINA

La estimación de salarios está comprendida por los salarios correspondientes al personal administrativo y ventas, en el proyecto se estiman salarios anuales de L. 1,392,000.00. La administración representa únicamente un 20% del gasto en sueldos y salarios mientras que el equipo de personas necesario para la producción, venta y distribución se lleva un 80% en el total de gastos. Los sueldos se incrementan de acuerdo al IPC 4.09%, el salario mínimo fue establecido en la planilla según el acuerdo ejecutivo número STSS 00-2019 de 8,636.93 el cual será percibido por el personal de bodega.

La fuerza de ventas ocupa una parte importante en la operatividad de la empresa, con el fin de alcanzar los objetivos en ventas, por tal razón la remuneración de este personal

será de un salario base de L. 9,000.00 más una comisión al alcanzar la meta en ventas de L. 1,500.00 según lo establecido en el estudio técnico.

Los trabajadores gozaran de Décimo Tercer mes y Décimo cuarto mes de salario la suma asciende a L. 116,000.00, y acumularan cesantía laboral la cual quedara provisionada durante todo el periodo de la contratación L. 88,438.40

El proyecto considero pertinente efectuar las estimaciones de todas las contribuciones patronales IHSS, RAP-FOSOFI e INFOP. Los gastos por IHSS fueron considerados de acuerdo a 2 techos los cuales son calculados en la facturación del IHSS uno por L. 8,508.54 el trabajador el 2.5% y el patrono 5% para ENF-MAT y por L. 8,882.30 el trabajador el 2.5% para IVM y patrono el 3.5% para IVM y 0.2% para RP, los gastos en su total durante un año ascienden a L. 90,488.65 anualmente para el cálculo del Rap se tomó en cuenta la previsión del 1.5% asciende a L. 4,891.86 y la gradualidad para el año 2018 de 1.98% por un monto de L. 27,561.60.

Este proyecto estableció estructuras equitativas y justas en la distribución de salarios tanto del personal de ventas, producción y administración dar una remuneración de acuerdo a su cargo y capacidades. En los estados financieros se muestra que la empresa contará con los recursos necesarios para poder hacer frente a las cargas salariales estimadas en el proyecto.

**Tabla 17. Nómina**

No.	CARGO	DEPARTAMENTO	SUELDO BASE	COMISIONES	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL
1	GERENTE GENERAL	ADMINISTRACIÓN	L. 18,000.00		L. 18,000.00	L. 216,000.00
2	TOSTADOR	PRODUCCIÓN	L. 14,000.00		L. 14,000.00	L. 168,000.00
3	EMPACADOR	PRODUCCIÓN	L. 10,000.00		L. 10,000.00	L. 120,000.00
4	BODEGUERO	PRODUCCIÓN	L. 9,000.00		L. 9,000.00	L. 108,000.00
5	GUARDIA SEGURIDAD	PRODUCCIÓN	L. 9,000.00		L. 9,000.00	L. 108,000.00
6	SUPERVISOR	VENTAS	L. 14,000.00		L. 14,000.00	L. 168,000.00
7	VENDERORA 1	VENTAS	L. 9,000.00	L. 1,500.00	L. 10,500.00	L. 126,000.00
8	VENDERORA 2	VENTAS	L. 9,000.00	L. 1,500.00	L. 10,500.00	L. 126,000.00
9	VENDERORA 3	VENTAS	L. 9,000.00	L. 1,500.00	L. 10,500.00	L. 126,000.00
10	VENDERORA 4	VENTAS	L. 9,000.00	L. 1,500.00	L. 10,500.00	L. 126,000.00
<b>TOTAL</b>					<b>L. 116,000.00</b>	<b>L. 1,392,000.00</b>

**Tabla 18. Contribuciones patronales.**

CONTRIBUCIONES PATRONALES				TOTAL
IHSS	RAP/FOSOVI		INFOP	CONTRIBUCIONES PATRONALES
ENF-MAT/IVM/RP	PREVISION	RESERVA LABORAL	1%	
L. 9,048.87	L. 1,641.19	L. 4,276.80	L. 2,657.23	L. 17,624.08
L. 9,048.87	L. 921.19	L. 3,326.40	L. 2,066.74	L. 15,363.19
L. 9,048.87	L. 201.19	L. 2,376.00	L. 1,476.24	L. 13,102.29
L. 9,048.87	L. 21.19	L. 2,138.40	L. 1,328.62	L. 12,537.07
L. 9,048.87	L. 21.19	L. 2,138.40	L. 1,328.62	L. 12,537.07
L. 9,048.87	L. 921.19	L. 3,326.40	L. 2,066.74	L. 15,363.19
L. 9,048.87	L. 291.19	L. 2,494.80	L. 1,550.05	L. 13,384.90
L. 9,048.87	L. 291.19	L. 2,494.80	L. 1,550.05	L. 13,384.90
L. 9,048.87	L. 291.19	L. 2,494.80	L. 1,550.05	L. 13,384.90
L. 9,048.87	L. 291.19	L. 2,494.80	L. 1,550.05	L. 13,384.90
<b>L. 90,488.65</b>	<b>L. 4,891.86</b>	<b>L. 27,561.60</b>	<b>L. 17,124.38</b>	<b>L. 140,066.50</b>

#### 4.7 ASPECTOS LEGALES

##### 4.7.1 CONSTITUCIÓN LEGAL

La empresa se establecerá como una Sociedad de Responsabilidad Limitada (S. de R.L.) integrada por cinco socios, con una participación del 20% sobre el capital social establecido en la inversión inicial, se creará mediante escritura pública solicitada ante Notario Público.

##### 4.7.2 IMPUESTOS

Al constituir la empresa y comenzar sus actividades, debe cumplir con una serie de obligaciones en conceptos de pagos de impuestos, dentro de los principales impuestos que debe cumplir están:

Impuesto sobre la renta, para persona jurídica se pagará un 25% sobre la renta neta gravable según lo estipulado en la ley del impuesto sobre la renta art. 22, además se deben considerar los para el cálculo los gastos no deducibles del periodo.

Aportación solidaria, para persona jurídica, excepto las empresas que están acogidas a régimen especiales de exportación y turismo, se pagara un impuesto del 5% sobre el exceso de un millón de la utilidad neta del periodo.

Impuesto al activo neto, para persona jurídica, se pagará el 1% sobre el exceso de tres millones del activo total neto, el impuesto resultante se pagará si es mayor al impuesto sobre renta según decreto 137-94.

Para el cumplimiento de estas obligaciones la empresa contratara un outsourcing, quien llevara la contabilidad y el pago de todo lo relacionado con impuestos.

#### 4.8 ESTUDIO ECONOMICO FINANCIERO

Los resultados y análisis de este estudio comprenden todos los costos y gastos necesarios para la operatividad de la empresa, así como las fuentes de financiamiento y el capital de trabajo requerido, a las ves la proyección de los estados financieros para determinar la rentabilidad de la empresa por medio de la aplicación de los diferentes métodos de evaluación financiera.

##### 4.8.1 PLAN DE INVERSIÓN

##### 4.8.1.1 COSTOS DE INVERSIÓN FIJA

La inversión fija comprende la maquinaria, equipos auxiliares, herramientas y el equipo de reparto, por lo tanto, el costo total asciende a L. 2, 054,317.49 cabe señalar que la mayor parte de esta inversión corresponde a la maquinaria.

**Tabla 19. Costo de maquinaria.**

Cantidad	Descripción	Valor CIF en euros	Valor en dólares a 1.1374	Valor en LPS a 24.4356	Costo total por unidad	Total
1	Máquina de tostado de café	22,243.00	25,299.19	618,200.84	618,200.84	618,200.84
1	Maquina empacadora	14,813.00	16,848.31	411,698.47	411,698.47	411,698.47
1	Máquina de molido de café	7,565.00	8,604.43	210,254.43	210,254.43	210,254.43
1	Máquina de Trillado		3,527.00	86,184.36	86,184.36	86,184.36
	Total					<b>1,326,338.11</b>

**Tabla 20. Costo equipo auxiliar.**

Cantidad	Descripción	Costo	ISV	Costo total por unidad	Total
2	Mesas de acero inoxidable	6,147.10	922.06	7,069.16	14,138.32
6	Cubetas grandes de metal	217.39	32.61	250.00	1,500.00
10	Guantes de hule paquete	104.35	15.65	120.00	1,200.00
6	Guantes para Calor	173.91	26.09	200.00	1,200.00
2	Basureros grande c/tapadera y ruedas	1,043.48	156.52	1,200.00	2,400.00
3	Baldes de plástico	56.96	8.54	65.50	196.50
4	Uniformes (gabacha y gorro)	739.13	110.87	850.00	3,400.00
5	Trapeadores, escobas y recogedores de basura	130.43	19.57	150.00	750.00
1	Balanza Electrónica	10,434.78	1,565.22	12,000.00	12,000.00
	Total				<b>36,784.82</b>

**Tabla 21. Costo mobiliario y equipo.**

Cantidad	Descripción	Costo	ISV	Costo total por unidad	Total
3	Kioscos para centros comerciales	70,000.00	10,500.00	80,500.00	241,500.00
1	Escritorio semi ejecutivo	5,215.65	782.35	5,998.00	5,998.00
1	Escritorio pequeño	4,119.79	617.97	4,737.76	4,737.76
1	Silla semi ejecutiva	1,294.78	194.22	1,489.00	1,489.00
4	Silla para escritorio	952.17	142.83	1,095.00	4,380.00
4	Silla atención clientes	761.48	114.22	875.70	3,502.80
2	Archivos negros 3 gavetas	1,205.22	180.78	1,386.00	2,772.00
4	Computadoras	12,608.70	1,891.30	14,500.00	58,000.00
1	Impresora	3,717.39	557.61	4,275.00	4,275.00
4	Impresoras p/caja	1,086.96	163.04	1,250.00	5,000.00
2	Teléfono de mesa	765.22	114.78	880.00	1,760.00
1	Software facturación	6,521.74	978.26	7,500.00	7,500.00
2	sumadora	1,452.17	217.83	1,670.00	3,340.00
1	Aire Acondicionado	7,760.87	1,164.13	8,925.00	8,925.00
1	Lokers de 6 depósitos	6,427.83	964.17	7,392.00	7,392.00
3	Cafeteras	2,104.35	315.65	2,420.00	7,260.00
2	Ventilador grande	1,753.91	263.09	2,017.00	4,034.00
1	Extinguidor	2,565.22	384.78	2,950.00	2,950.00
1	Botiquín con medicamento	1,521.74	228.26	1,750.00	1,750.00
	Total				<b>376,565.56</b>

**Tabla 22. Costo herramientas.**

Cantidad	Descripción	Costo	ISV	Costo total por unidad	Total
1	Juegos de herramientas	2,308.70	346.30	2,655.00	2,655.00
2	Martillos	108.70	16.30	125.00	250.00
1	Escalera	3,260.87	489.13	3,750.00	3,750.00
2	Manguera	640.87	96.13	737.00	1,474.00
	Total				<b>8,129.00</b>

**Tabla 23. Costo equipo de reparto.**

Cantidad	Descripción	Costo en dólares	Costo en Lempiras factor 24.52	ISV	Costo total por unidad	Total
1	Vehículo Chevrolet tipo van	10,869.57	266,521.74	39,978.26	306,500.00	306,500.00
	Total					<b>306,500.00</b>

#### 4.8.1.2 COSTOS DE INVERSIÓN DIFERIDA

La inversión diferida corresponde a los gastos de constitución, que comprende la elaboración de la escritura de constitución, inscripción en el registro mercantil, inscripción en la cámara de comercio, registros y licencias, así como honorarios profesionales. En los gastos de montaje comprende el acondicionamiento del local y el montaje de la maquinaria. En los gastos de instalación comprende trabajos de electricidad.

**Tabla 24. Costo de inversión diferida.**

Descripción	Costo
Gastos de Organización	18,168.00
Gastos de Instalación	17,300.00
Gastos de Montaje	110,820.00
Total---	<b>146,288.00</b>

#### 4.8.1.3 CAPITAL DE TRABAJO

Las ventas de la empresa serán al contado, ya que el café orgánico será vendido a través de Kioscos al consumidor final, así mismo el servicio de procesamiento que se les brindará a los productores directamente. Por tal razón y a raíz que la empresa obtendrá liquidez a corto plazo se plantea la necesidad de capital de trabajo para dos meses.

**Tabla 25. Capital de trabajo.**

<b>Descripción</b>	<b>Costo Anual</b>	<b>Capital de trabajo 2 meses</b>
<b>Materia prima</b>		
Café orgánico en grano	3186,850.09	531,141.68
Empaque y etiquetado	941,587.42	156,931.24
<b>Gastos de operación</b>		
Sueldos y salarios	1392,000.00	232,000.00
Arrendamiento	1155,414.00	192,569.00
Contabilidad (Externa)	120,000.00	20,000.00
Telefonía fija y celular	59,400.00	9,900.00
Servicio de Energía	60,000.00	10,000.00
Agua potable	9,600.00	1,600.00
Publicidad y Promociones	120,000.00	20,000.00
Combustible vehículo	62,400.00	10,400.00
Mantenimiento y reparaciones	36,000.00	6,000.00
Material de Limpieza	12,000.00	2,000.00
Papelería y Útiles de oficina		10,749.20
Contribuciones Patronales	140,066.50	11,672.21
Imprevistos		50,000.00
<b>Total</b>		<b>1264,963.33</b>

#### 4.8.1.4 INVERSIÓN INICIAL Y FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Para determinar la inversión inicial, se necesitó establecer los costos de la inversión fija que ascienden a L. 2,054,317.49 inversión diferida por L. 146,288.00 y el capital de trabajo para dos meses por L. 1,264,963.33, haciendo un total de inversión inicial de L. 3,465,568.81, dicha inversión se obtendrá a través de financiamiento, el 39% con Banprovi, el 31% con Banco de Occidente, ambos con plazo de 5 años, y el 30% con recursos propios que aportaran los socios, con el fin de que el riesgo del proyecto se diversifique y obtener una mejor tasa de interés con el financiamiento del banco de segundo piso, se determinó que el plan de inversión era el adecuado .



**Tabla 26. Plan de inversión.**

Cuenta	Inversión Total	Fuente A	Fuente B	Recursos Propios
<b>INVERSION FIJA</b>				
Maquinaria y Equipo	1,363,122.93	1,363,122.93		
Mobiliario y Equipo	384,694.56			384,694.56
Equipo de Reparto	306,500.00			306,500.00
<b>INVERSION DIFERIDA</b>				
Gastos de Organización	18,168.00			18,168.00
Gastos de montaje	110,820.00			110,820.00
Gastos de Instalación	17,300.00			17,300.00
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	1,264,963.33		1,062,775.25	202,188.08
<b>Total inversión inicial</b>	<b>3,465,568.81</b>	<b>1,363,122.93</b>	<b>1,062,775.25</b>	<b>1,039,670.64</b>
<b>% Participación</b>		<b>39%</b>	<b>31%</b>	<b>30%</b>

#### 4.8.1.5 ESTRUCTURA DE CAPITAL

La estructura de capital se refiere a como la empresa será financiada, los accionistas aportaran un 30%, mientras que el 70% restante será obtenido a través de deuda, mediante dos préstamos a diferentes tasas de interés.

**Tabla 27. Estructura de capital.**

Descripción	Porcentaje	Monto
Financiamiento Banprovi	39%	1,363,122.93
Financiamiento Occidente	31%	1,062,775.25
Inversionistas	30%	1,039,670.64
<b>Inversión total</b>	<b>100%</b>	<b>3,465,568.82</b>

#### 4.8.2 COSTO DE CAPITAL

Al constituir una empresa el inversionista requiere una tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR) que está constituida por la tasa de inflación más un premio al riesgo por invertir su dinero, mientras que las instituciones de crédito, su tasa, es el interés que cobran por prestar el dinero. El cálculo de la TMAR del inversionista no solo debe ser la tasa máxima que ofrece un banco por un depósito a plazo fijo, ya que si solo se considera esto habría una pérdida del poder adquisitivo para el inversionista a lo largo del horizonte

del tiempo del proyecto, por lo tanto, debe considerarse la tasa de inflación promedio de cinco años y una prima de riesgo entre un 10% a 15% (Baca, 2016).

Para el cálculo de la tasa mínima requerida de rendimiento de los socios se toma en cuenta la tasa promedio de inflación de cinco años que es de 4.09%, para la prima de riesgo se considera el costo de oportunidad de un 8% que es lo que paga en promedio el sistema financiero por depósitos a plazo fijo, más un 3.41% que es la tasa promedio de cinco años de la devaluación de moneda frente al dólar, además se considera un 3% de aumento adicional por cualquier variación en los índices económicos, lo que da como resultado una prima de riesgo de 14.41%, cabe señalar que en el país no existen datos estadísticos históricos de la industria, por lo tanto no se utiliza el indicador beta para establecer la tasa requerida del inversionista.

$$TMAR = i + f + if$$

$$TMAR = 4.09\% \text{ inflación} + 14.41\% \text{ premio al riesgo} + 0.0409 \times 0.1441$$

$$TMAR = 0.1909$$

$$TMAR = 19.09\%$$

El costo de capital ponderado para el proyecto es de 13.45%, ya que Banprovi ofreció una tasa del 9.5% por ser el rubro de transformación de materia prima, Banco de Occidente para capital de trabajo ofreció una tasa del 13% y la tasa mínima requerida del inversionista es de 19.09%.

**Tabla 28. Cálculo del costo promedio ponderado.**

fuentes de financiamiento	% Participación	TIA	CK^
A-Banprovi	39%	0.095	0.0374
B-Banco Occidente	31%	0.13	0.0399
Recursos Propios	30%	0.1909	0.0573
<b>CPPC---</b>			<b>13.45%</b>

### 4.8.3 PRESUPUESTOS

#### 4.8.3.1 PRESUPUESTO DE INGRESOS

Los ingresos de la empresa se determinaron de acuerdo a la capacidad instalada de la planta, según se refleja en el estudio técnico, en el primer año se trabajara en un 70% de la capacidad máxima de la maquinaria, por lo tanto, el incremento en las unidades vendidas de café orgánico y en las libras procesadas por el servicio de procesamiento es de un 5% anual, mientras que el incremento en los precios es en base al promedio de la inflación de los últimos cinco años, esto es un 4.09% de incremento anual.

**Tabla 29. Presupuestos de ingresos por venta de café orgánico.**

Años	1	2	3	4	5
Unidades vendidas	63,729	66,916	70,262	73,775	77,464
Venta del Inventario		1,410	1,480	1,554	1,632
Total Unidades Vendidas	63,729	68,325	71,742	75,329	79,095
Precio Unitario	107.00	111.38	115.93	120.67	125.61
<b>Total</b>	<b>6819,047.30</b>	<b>7609,835.45</b>	<b>8317,131.61</b>	<b>9090,167.40</b>	<b>9935,053.01</b>

**Tabla 30. Presupuestos de ingresos por servicio de procesamiento.**

Años	1	2	3	4	5
Cantidad libras procesadas	56,382	59,202	62,162	65,270	68,533
Precio Unitario	25.75	26.80	27.90	29.04	30.23
<b>Total</b>	<b>1451,848.86</b>	<b>1586,790.95</b>	<b>1734,275.24</b>	<b>1895,467.45</b>	<b>2071,641.67</b>

#### 4.8.3.2 PRESUPUESTO DE COSTOS

En los presupuestos de costos de producción, de café orgánico y del servicio de procesamiento se consideró, el incremento anual de un 5% en la capacidad instalada para las unidades producidas y procesadas, el incremento en la materia prima está establecida por el aumento en cantidades y el aumento en el precio en un 4.09% de acuerdo al promedio inflacionario de los últimos cinco años, los demás costos se incrementan de acuerdo al promedio de inflación, excepto la depreciación y se distribuyen según las libras producidas, un 54% para la producción de café orgánico y un 46% para el servicio.

**Tabla 31. Presupuesto de costos de producción de café orgánico para la venta.**

Descripción	Cantidad	Unidad	Costo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Producción en unidades		lbs		65,139	68,396	71,816	75,407	79,177
<b>Costos:</b>								
Café orgánico en grano	802.28	qq	3,972.24	3186,850.09	3483,051.87	3806,784.13	4160,605.68	4547,313.17
Empaque y etiquetado	67659	bolsa	8.50	575,101.30	628,554.09	686,975.05	750,825.94	820,611.46
Mano de Obra				213,840.00	222,586.06	231,689.83	241,165.94	251,029.63
Beneficios Laborales				49,225.97	51,239.31	53,335.00	55,516.40	57,787.02
Contribuciones patronales				22,141.37	23,046.96	23,989.58	24,970.75	25,992.05
Energía				25,920.00	26,980.13	28,083.62	29,232.24	30,427.83
Agua				4,147.20	4,316.82	4,493.38	4,677.16	4,868.45
Alquiler				5,400.00	5,620.86	5,850.75	6,090.05	6,339.13
<b>Sub total Costos</b>				<b>4082,625.93</b>	<b>4445,396.09</b>	<b>4841,201.32</b>	<b>5273,084.15</b>	<b>5744,368.75</b>
Depreciación Maquinaria y equipo				74,839.07	74,839.07	74,839.07	74,839.07	74,839.07
<b>Costo Total de Producción</b>				<b>4157,465.00</b>	<b>4520,235.16</b>	<b>4916,040.39</b>	<b>5347,923.22</b>	<b>5819,207.82</b>
<b>Costo de producción Unitario</b>				<b>63.82</b>	<b>66.09</b>	<b>68.45</b>	<b>70.92</b>	<b>73.50</b>

**Tabla 32. Presupuesto de costos del servicio de procesamiento.**

Descripción	Cantidad	Unidad	Costo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Servicio de procesamiento		lbs		56,382	59,202	62,162	65,270	68,533
<b>Costos:</b>								
Empaque (bolsa)	56382	lbs	6.50	366,486.12	400,549.17	437,778.22	478,467.51	522,938.67
Mano de Obra				182,160.00	189,610.34	197,365.41	205,437.65	213,840.05
Beneficios Laborales				41,933.23	43,648.30	45,433.52	47,291.75	49,225.98
Contribuciones patronales				18,861.17	19,632.59	20,435.57	21,271.38	22,141.38
Energía				22,080.00	22,983.07	23,923.08	24,901.53	25,920.01
Agua				3,532.80	3,677.29	3,827.69	3,984.25	4,147.20
Alquiler				4,600.00	4,788.14	4,983.97	5,187.82	5,400.00
<b>Sub total Costos</b>				<b>639,653.32</b>	<b>684,888.91</b>	<b>733,747.45</b>	<b>786,541.89</b>	<b>843,613.30</b>
Depreciacion Maquinaria y equipo				63,751.80	63,751.80	63,751.80	63,751.80	63,751.80
<b>Costo Total de Producción</b>				<b>703,405.12</b>	<b>748,640.71</b>	<b>797,499.25</b>	<b>850,293.69</b>	<b>907,365.09</b>
<b>Costo de producción Unitario</b>				<b>12.48</b>	<b>12.65</b>	<b>12.83</b>	<b>13.03</b>	<b>13.24</b>

La empresa mantendrá inventario de producto terminado de café orgánico, equivalente a la producción de una semana, el incremento anual en unidades y costo está de acuerdo a los cálculos establecidos en el estudio técnico y en el presupuesto de costos de producción.

**Tabla 33. Presupuesto del inventario de producto terminado de café orgánico.**

Años	1	2	3	4	5
Unidades	1,410	1,480	1,554	1,632	1,713
Costos Unitario	63.82	66.09	68.45	70.92	73.50
<b>Total</b>	<b>89,964.64</b>	<b>97,814.74</b>	<b>106,379.68</b>	<b>115,725.33</b>	<b>125,923.60</b>

#### 4.8.4 GASTOS OPERATIVOS

Los gastos operativos de la empresa corresponden a varios rubros, en cuanto a los arrendamientos de los kioscos los contratos serán en dólares, por los tanto el crecimiento anual será en base a la inflación promedio de los últimos cinco años de un 4.09% más la devaluación promedio de la moneda frente al dólar que es de un 3.41% asiendo un total de crecimiento anual un 7.5%, los demás gastos administrativos y de ventas crecen anualmente de acuerdo a la inflación.

**Tabla 34. Gasto por Arrendamiento.**

Descripción		Mensual Lps	Anual
<b>Local principal</b>		10,000.00	120,000.00
<b>Kiosco Mall Multiplaza</b>	\$ 1,252.00	30,799.20	369,590.40
<b>Kiosco City Mall</b>	\$ 1,230.50	30,270.30	363,243.60
<b>Kiosco Cascadas Mall</b>	\$ 1,025.00	25,215.00	302,580.00
Total		<b>96,284.50</b>	<b>1,155,414.00</b>

Fuente: Cotizaciones realizadas.

**Tabla 35. Gasto de administración y ventas.**

Descripción	Valor	
	Mensual	Anual
<b>Contabilidad (Externa)</b>	10,000.00	120,000.00
<b>Telefonía fija y celular</b>	4,950.00	59,400.00
<b>Servicio de Energía</b>	5,000.00	60,000.00
<b>Agua potable</b>	800.00	9,600.00
<b>Publicidad y Promociones</b>	10,000.00	120,000.00
<b>Combustible vehículo</b>	5,200.00	62,400.00
<b>Mantenimiento y reparaciones</b>	3,000.00	36,000.00
<b>Material de Limpieza</b>	1,000.00	12,000.00
<b>Papelería y Útiles de oficina</b>	895.77	10,749.20
<b>Totales-----</b>	<b>40,845.77</b>	<b>490,149.20</b>

#### 4.8.5 DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES

Para la depreciación se consideró el método de línea recta, con un valor residual del 1% y una vida útil de 10 años para la maquinaria y 5 años para el resto de activo fijo, la depreciación de la maquinaria y el equipo auxiliar se contempla dentro de los costos de producción, las demás depreciaciones están contemplados en los gastos operativos. En cuanto a la inversión diferida el tiempo de amortización es de 5 años.

**Tabla 36. Depreciación de inversión fija.**

Descripción	Costo	Vida útil	valor residual 1%	Depreciación Anual
Maquinaria	1,326,338.11	10	13,263.38	131,307.47
Vehículo	306,500.00	5	3,065.00	60,687.00
Equipo Auxiliar	36,784.82	5	367.85	7,283.39
Mobiliario y equipo de oficina	376,565.56	5	3,765.66	74,559.98
Herramientas	8,129.00	5	81.29	1,609.54
<b>Total</b>	<b>2,054,317.49</b>		<b>20,543.17</b>	<b>275,447.39</b>

**Tabla 37. Amortización de inversión diferida.**

Descripción	Costo	Años	Amortización Anual
Gastos de organización	18,168.00	5	3,633.60
Gastos de Montaje	110,820.00	5	22,164.00
Gastos de Instalación	17,300.00	5	3,460.00
<b>Total</b>	<b>146,288.00</b>		<b>29,257.60</b>

#### 4.8.5.1 AMORTIZACIÓN DE FINANCIAMIENTO

La empresa pretende financiar su inversión en un 70%, obteniendo crédito a través de dos fuentes, de Banprovi y Banco de Occidente en un 39% y 31% respectivamente, con tasas atractivas del 9.5% y 13%.

**Tabla 38. Amortización financiamiento Banprovi.**

MONTO	1,363,122.93			
TASA	9.5%			
AÑOS	5			
CUOTA	L355,006.85			
<b>Año</b>				
<b>0</b>	<b>Anualidad</b>	<b>Capital</b>	<b>interés</b>	<b>saldo préstamo</b>
<b>0</b>				<b>1,363,122.93</b>
<b>1</b>	L355,006.85	225,510.17	129,496.68	1,137,612.76
<b>2</b>	L355,006.85	246,933.64	108,073.21	890,679.12
<b>3</b>	L355,006.85	270,392.34	84,614.52	620,286.78
<b>4</b>	L355,006.85	296,079.61	58,927.24	324,207.17
<b>5</b>	L355,006.85	324,207.17	30,799.68	-

**Tabla 39. Amortización financiamiento Banco de occidente.**

MONTO	1,062,775.25			
TASA	13.0%			
AÑOS	5			
CUOTA	L302,162.46			
<b>Año</b>				
<b>0</b>	<b>Anualidad</b>	<b>Capital</b>	<b>interés</b>	<b>saldo préstamo</b>
<b>0</b>				<b>1,062,775.25</b>
<b>1</b>	L302,162.46	164,001.68	138,160.78	898,773.57
<b>2</b>	L302,162.46	185,321.90	116,840.56	713,451.68
<b>3</b>	L302,162.46	209,413.74	92,748.72	504,037.94
<b>4</b>	L302,162.46	236,637.53	65,524.93	267,400.41
<b>5</b>	L302,162.46	267,400.41	34,762.05	-

#### 4.8.6 ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO

En cuanto a los datos del estado de resultado proyectado, se establece un incremento anual en los ingresos de acuerdo a la capacidad instalada de un 5% más un 4.09% de tasa de inflación, los costos y gastos se incrementan en un 4.09% anual y los arrendamientos un 3.41% adicional por la devaluación del lempira frente al dólar, se consideraron todos los costos de producción, gastos de administración y ventas, las depreciaciones y gastos financieros, por lo tanto, la empresa tendrá utilidades que le permitirá seguir operando normalmente y creciendo en el mercado.

**Tabla 40. Estado de resultado proyectado.**

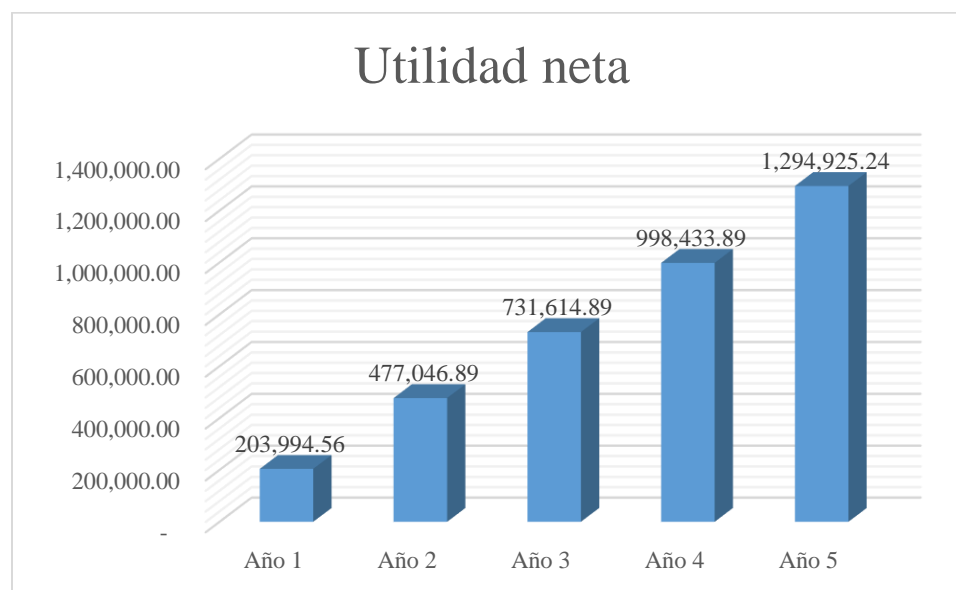
**EMPCOT S. de R.L.**

**ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO**

<b>Concepto</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>INGRESOS:</b>					
Ingresos por ventas	6,819,047.30	7,609,835.45	8,317,131.61	9,090,167.40	9,935,053.01
Ingresos por servicios	1,451,848.86	1,586,790.95	1,734,275.24	1,895,467.45	2,071,641.67
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>8,270,896.16</b>	<b>9,196,626.40</b>	<b>10,051,406.84</b>	<b>10,985,634.85</b>	<b>12,006,694.68</b>
<b>COSTO:</b>					
Costos de producción	4,082,625.93	4,445,396.09	4,841,201.32	5,273,084.15	5,744,368.75
Costos de servicios	639,653.32	684,888.91	733,747.45	786,541.89	843,613.30
Depreciación Maquinaria y Equi	138,590.87	138,590.87	138,590.87	138,590.87	138,590.87
<b>Total Costos de Producción</b>	<b>4,860,870.12</b>	<b>5,268,875.87</b>	<b>5,713,539.64</b>	<b>6,198,216.91</b>	<b>6,726,572.91</b>
Mas Inventario Inicial		89,964.64	97,814.74	106,379.68	115,725.33
Menos Inventario Final	89,964.64	97,814.74	106,379.68	115,725.33	125,923.60
<b>Total Costo de Venta</b>	<b>4,770,905.48</b>	<b>5,261,025.78</b>	<b>5,704,974.69</b>	<b>6,188,871.26</b>	<b>6,716,374.64</b>
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>3,499,990.68</b>	<b>3,935,600.63</b>	<b>4,346,432.15</b>	<b>4,796,763.59</b>	<b>5,290,320.04</b>
<b>GASTOS OPERATIVOS:</b>					
<b>Gastos de Administración y Ventas</b>					
Sueldos y Salarios	996,000.00	1,036,736.40	1,079,138.92	1,123,275.70	1,169,217.68
Beneficios laborales	229,279.20	238,656.72	248,417.78	258,578.07	269,153.91
Contribuciones Patronales	99,063.95	103,115.67	107,333.10	111,723.02	116,292.49
Arrendamientos	1,035,414.00	1,077,762.43	1,121,842.92	1,167,726.29	1,215,486.30
Servicios Profesionales (Outsorc	120,000.00	124,908.00	130,016.74	135,334.42	140,869.60
Servicios Públicos	73,320.00	76,318.79	79,440.23	82,689.33	86,071.33
Publicidad y promociones	120,000.00	124,908.00	130,016.74	135,334.42	140,869.60
Mantenimiento	36,000.00	37,472.40	39,005.02	40,600.33	42,260.88
Combustibles y lubricantes	62,400.00	64,952.16	67,608.70	70,373.90	73,252.19
Material de limpieza	12,000.00	12,490.80	13,001.67	13,533.44	14,086.96
Papelería y útiles	10,749.20	11,188.84	11,646.47	12,122.81	12,618.63
Depreciaciones	136,856.52	136,856.52	136,856.52	136,856.52	136,856.52
Amortizaciones	29,257.60	29,257.60	29,257.60	29,257.60	29,257.60
<b>Total Gastos Operativos</b>	<b>2,960,340.47</b>	<b>3,074,624.33</b>	<b>3,193,582.40</b>	<b>3,317,405.85</b>	<b>3,446,293.68</b>
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>	<b>539,650.21</b>	<b>860,976.29</b>	<b>1,152,849.75</b>	<b>1,479,357.74</b>	<b>1,844,026.36</b>
Gastos Financieros	267,657.46	224,913.78	177,363.23	124,452.18	65,561.73
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPTO</b>	<b>271,992.75</b>	<b>636,062.52</b>	<b>975,486.52</b>	<b>1,354,905.56</b>	<b>1,778,464.62</b>
Impuesto S/Renta	67,998.19	159,015.63	243,871.63	338,726.39	444,616.16
Aportación solidaria		-	-	17,745.28	38,923.23
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>	<b>203,994.56</b>	<b>477,046.89</b>	<b>731,614.89</b>	<b>998,433.89</b>	<b>1,294,925.24</b>



Los resultados proyectados para los años 1 al 5 muestran utilidades que se incrementan anualmente, sin embargo, estas cifras podrían aumentar o disminuir, dependiendo de la aceptación del producto y servicio.



**Figura 35. Utilidades proyectadas.**

#### 4.8.7 BALANCE GENERAL INICIAL

Se establece el balance inicial de la empresa, con el fin de conocer su estructura inicial en activos, pasivos y capital con que contara para el inicio de operaciones, no se proyecta a cinco años ya que el análisis financiero resultara de los datos del estado de resultado y los flujos de efectivo descontados.

**Tabla 41. Balance General inicial.**

**EMPCOT S. de R.L.  
BALANCE GENERAL**

CUENTA	MONTO
<b>ACTIVO</b>	
<b>Activo Circulante</b>	
Caja y bancos	1264,963.33
<b>Total Circulante</b>	<b>1264,963.33</b>
<b>Propiedad planta y equipo</b>	
Maquinaria y Equipo	1363,122.93
Mobiliario y equipo de oficina	384,694.56
Equipo de Reparto	306,500.00
<b>Total propiedad planta y equipo</b>	<b>2054,317.49</b>
<b>Activo Diferido</b>	
Gastos de Organización	18,168.00
Gastos de montaje	110,820.00
Gastos de Instalación	17,300.00
<b>Total diferido</b>	<b>146,288.00</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>3465,568.81</b>
<b>PASIVO</b>	
<b>Corto Plazo</b>	
Préstamo Bancario c/p	389,511.85
<b>Largo Plazo</b>	
Préstamo Bancario l/p	2036,386.33
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>2425,898.18</b>
<b>CAPITAL</b>	
Capital	1039,670.64
<b>Total capital contable</b>	<b>1039,670.64</b>
<b>TOTAL PASIVO MAS CAPITAL</b>	<b>3465,568.82</b>

#### 4.8.8 VALOR DE RESCATE

Se considera el valor de rescate de la maquinaria y del vehículo en el año cinco, debido a que se dificulta establecer un valor de mercado para esa fecha, se toma el valor en libros que tendrán los activos al año cinco. Se considera que se recupera el capital del trabajo al final del horizonte del proyecto, cabe señalar que la evaluación del proyecto es a cinco años, sin embargo, la empresa podrá seguir operando si así lo desea con el fin de seguir obteniendo rentabilidad.

**Tabla 42. Valor en libros al año cinco de maquinaria y vehículo.**

Descripción	Costo	Depreciación acumulada	Valor en libros
Maquinaria	1326,338.11	656,537.36	669,800.75
Vehículo	306,500.00	303,435.00	3,065.00
<b>Total</b>	<b>1632,838.11</b>	<b>959,972.36</b>	<b>672,865.75</b>

#### 4.8.9 FLUJO DE EFECTIVO DEL PROYECTO

Se proyectó el Flujo de Efectivo con financiamiento, se consideró la inversión inicial menos el efectivo que entro por el financiamiento para determinar el flujo neto del año cero que es la inversión de los socios, para los siguientes años se considera la utilidad después de impuestos del estado de resultado, sumando las depreciaciones, amortizaciones y retando el principal del financiamiento, para el año cinco se considera la recuperación del capital de trabajo y el valor de rescate de la maquinaria y el vehículo, para finalmente obtener los flujos netos para ser descontados y determinar la TIR, VPN y el periodo de recuperación que servirán para la toma de decisiones.

**Tabla 43. Flujo de efectivo.**

**EMPCOT S. de R.L.**  
**FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO**

Descripción	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Inversión Fija	-2,054,317.49					
Inversión Diferida	-146,288.00					
Capital de Trabajo	-1,264,963.33					
Financiamiento	2,425,898.18					
<b>Utilidad del ejercicio</b>		<b>203,994.56</b>	<b>477,046.89</b>	<b>731,614.89</b>	<b>998,433.89</b>	<b>1,294,925.24</b>
Depreciaciones		275,447.39	275,447.39	275,447.39	275,447.39	275,447.39
Amortizaciones		29,257.60	29,257.60	29,257.60	29,257.60	29,257.60
Amortización financiamiento		-389,511.85	-432,255.54	-479,806.08	-532,717.14	-591,607.58
<b>Flujo de efectivo</b>	<b>-1,039,670.64</b>	<b>119,187.70</b>	<b>349,496.34</b>	<b>556,513.80</b>	<b>770,421.75</b>	<b>1,008,022.65</b>
Capital de Trabajo						1,264,963.33
V/L Maquinaria y vehículo						672,865.75
<b>Flujo total</b>	<b>-1,039,670.64</b>	<b>119,187.70</b>	<b>349,496.34</b>	<b>556,513.80</b>	<b>770,421.75</b>	<b>2,945,851.72</b>

#### 4.8.10 TÉCNICAS DE PRESUPUESTO DE CAPITAL

Son los métodos utilizados para determinar las variables financieras que conducirán a establecer si el proyecto es viable o no, estos cálculos se realizan a partir de los flujos de efectivo, que provienen de datos establecidos durante la investigación, por tal razón es importante contar con información precisa y de calidad, para que los resultados de las variables financieras proporcionen datos de análisis para la toma correcta de decisiones.

##### 4.8.10.1 PERIODO DE RECUPERACIÓN

La inversión del proyecto se recuperará en 3 años y 7 días, lo que indica que su recuperación es un poco más de la mitad de vida del proyecto, a partir de su recuperación la empresa generará valor agregado para los socios.

**Tabla 44. Periodo de recuperación de la inversión.**

Descripción	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
<b>Flujo total</b>	-1,039,670.64	119,187.70	349,496.34	556,513.80	770,421.75	2,945,851.72
Flujo Acumulado	-1,039,670.64	-920,482.94	-570,986.59	-14,472.79	755,948.96	3,701,800.68
Periodo anterior a la rec	3					
Valor absoluto acumula	14,472.79					
Flujo del año siguiente	770,421.75					
<b>Periodo de recuperac</b>	3.02					
<b>PR= 3 años y 7 días</b>						

##### 4.8.10.2 VALOR PRESENTE NETO

Con un costo de capital ponderado de 13.45%, el valor presente neto del proyecto es de L. 1,750,505.97 que es lo que los socios obtendrán como beneficio por haber emprendido el proyecto, este resultado indica que el proyecto es viable que el VPN es mayor a cero.

**Tabla 45. Valor presente neto del proyecto.**

Descripción	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
<b>Flujo total</b>	-1,039,670.64	119,187.70	349,496.34	556,513.80	770,421.75	2,945,851.72
<b>K CAPITAL</b>	13.45%					
<b>VPN</b>	L. 1,750,505.97					

#### 4.8.10.3 TASA INTERNA DE RETORNO

La tasa interna de retorno del proyecto es de 45.94%, lo cual nos permite establecer que es mayor que el costo de capital requerido, según este resultado se puede establecer que el proyecto es rentable.

**Tabla 46. Cálculo de la tasa interna de retorno.**

Descripción	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
<b>Flujo total</b>	-1,039,670.64	119,187.70	349,496.34	556,513.80	770,421.75	2,945,851.72
<b>TIR</b>	45.94%					

#### 4.8.11 COSTO BENEFICIO

Se determinó que el costo beneficio del proyecto es de 2.68 por lo tanto se puede decir que la empresa seguirá siendo rentable, ya que por cada lempira que se invierta se recibirá L. 1.68 de beneficio.

**Tabla 47. Costo beneficio.**

Años	1	2	3	4	5
<b>Flujos</b>	119,187.70	349,496.34	556,513.80	770,421.75	2,945,851.72
<b>Valor Actual</b>	105,057.16	271,538.29	381,117.25	465,056.17	1,567,407.74
Total VA	2,790,176.61	<b>2.683712044</b>	costo beneficio		
Inversión	1,039,670.64				

#### 4.8.12 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Consiste en sensibilizar las variables que pueden ocasionar un aumento o disminución de los indicadores financieros, y que puede traer beneficios o pérdidas para la empresa, se evaluarán dos escenarios el optimista y el pesimista con el fin de hacer un comparativo con el escenario normal y analizar los movimientos de los indicadores financieros.

#### 4.8.12.1 ESCENARIO OPTIMISTA

Se considera un aumento en los ingresos de un 5%, que corresponde a las ventas de café orgánico y el servicio de procesamiento, esto provoca un aumento en las utilidades que impactaran favorablemente en el flujo de efecto.

**Tabla 48. Estado de resultado optimista.**

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>TOTAL INGRESOS</b>	8,684,440.97	9,656,457.72	10,553,977.18	11,534,916.59	12,607,029.42
Costos de producción	4,722,279.25	5,130,285.00	5,574,948.77	6,059,626.04	6,587,982.05
Depreciación Maquinaria y Equipo	138,590.87	138,590.87	138,590.87	138,590.87	138,590.87
<b>Total Costos de Producción</b>	<b>4,860,870.12</b>	<b>5,268,875.87</b>	<b>5,713,539.64</b>	<b>6,198,216.91</b>	<b>6,726,572.91</b>
Mas Inventario Inicial	-	89,964.64	97,814.74	106,379.68	115,725.33
Menos Inventario Final	89,964.64	97,814.74	106,379.68	115,725.33	125,923.60
<b>Total Costo de Venta</b>	<b>4,770,905.48</b>	<b>5,261,025.78</b>	<b>5,704,974.69</b>	<b>6,188,871.26</b>	<b>6,716,374.64</b>
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>3,913,535.49</b>	<b>4,395,431.95</b>	<b>4,849,002.49</b>	<b>5,346,045.33</b>	<b>5,890,654.77</b>
Total Gastos Operativos	2,960,340.47	3,074,624.33	3,193,582.40	3,317,405.85	3,446,293.68
Gastos Financieros	267,657.46	224,913.78	177,363.23	124,452.18	65,561.73
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPTO</b>	<b>685,537.56</b>	<b>1,095,893.84</b>	<b>1,478,056.86</b>	<b>1,904,187.30</b>	<b>2,378,799.36</b>
Impuesto S/Renta	171,384.39	273,973.46	369,514.22	476,046.83	594,699.84
Aportación solidaria		4,794.69	23,902.84	45,209.37	68,939.97
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>	<b>514,153.17</b>	<b>817,125.69</b>	<b>1,084,639.80</b>	<b>1,382,931.11</b>	<b>1,715,159.55</b>

Los resultados de los indicadores financieros son satisfactorios con una TIR de 70.68%, un VPN L. 2,985,569.06 y un periodo de recuperación de un año diez meses y veintisiete días, lo que indica que un aumento en los ingresos mejoraría la rentabilidad de la empresa.

**Tabla 49. Flujo de efectivo, TIR, VPN, PR optimistas.**

Descripción	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Inversión	-2,200,605.49					
Capital de trabajo	-1,264,963.33					
Financiamiento	2,425,898.18					
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>		<b>514,153.17</b>	<b>817,125.69</b>	<b>1,084,639.80</b>	<b>1,382,931.11</b>	<b>1,715,159.55</b>
Depreciaciones		275,447.39	275,447.39	275,447.39	275,447.39	275,447.39
Amortizaciones		29,257.60	29,257.60	29,257.60	29,257.60	29,257.60
Amortización financiamiento		-389,511.85	-432,255.54	-479,806.08	-532,717.14	-591,607.58
<b>flujo efectivo</b>		<b>429,346.31</b>	<b>689,575.14</b>	<b>909,538.72</b>	<b>1,154,918.97</b>	<b>1,428,256.96</b>
Capital de Trabajo						1,264,963.33
V/L Maquinaria y Vehículo						672,865.75
<b>flujo Total</b>	<b>-1,039,670.64</b>	<b>429,346.31</b>	<b>689,575.14</b>	<b>909,538.72</b>	<b>1,154,918.97</b>	<b>3,366,086.03</b>
K CAPITAL	<b>13.45%</b>					
TIR	<b>70.68%</b>					
VPN	<b>L. 2,985,569.06</b>					
PR	<b>1.91</b>	<b>1 año, 10 meses y 27 días.</b>				

#### 4.8.12.2 ESCENARIO PESIMISTA

Considera un incremento del 15% en la variable de los gastos operativos, esto provoca una disminución en las utilidades y una pérdida en el primer, lo que afectaría de manera negativa el flujo de efectivo de la empresa.

**Tabla 50. Estado de resultado pesimista.**

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>INGRESOS X VENTAS</b>	8,270,896.16	9,196,626.40	10,051,406.84	10,985,634.85	12,006,694.68
Costos de producción	4,722,279.25	5,130,285.00	5,574,948.77	6,059,626.04	6,587,982.05
Depreciación Maquinaria y Equipo	138,590.87	138,590.87	138,590.87	138,590.87	138,590.87
<b>Total Costos de Producción</b>	<b>4,860,870.12</b>	<b>5,268,875.87</b>	<b>5,713,539.64</b>	<b>6,198,216.91</b>	<b>6,726,572.91</b>
Mas Inventario Inicial	-	89,964.64	97,814.74	106,379.68	115,725.33
Menos Inventario Final	89,964.64	97,814.74	106,379.68	115,725.33	125,923.60
<b>Total Costo de Venta</b>	<b>4,770,905.48</b>	<b>5,261,025.78</b>	<b>5,704,974.69</b>	<b>6,188,871.26</b>	<b>6,716,374.64</b>
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>3,499,990.68</b>	<b>3,935,600.63</b>	<b>4,346,432.15</b>	<b>4,796,763.59</b>	<b>5,290,320.04</b>
Total Gastos Operativos	3,404,391.54	3,535,817.98	3,672,619.76	3,815,016.73	3,963,237.74
Gastos Financieros	267,657.46	224,913.78	177,363.23	124,452.18	65,561.73
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPTO</b>	<b>-172,058.32</b>	<b>174,868.87</b>	<b>496,449.16</b>	<b>857,294.68</b>	<b>1,261,520.57</b>
Impuesto S/Renta		43,717.22	124,112.29	214,323.67	315,380.14
Aportación solidaria					13,076.03
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>	<b>-172,058.32</b>	<b>131,151.65</b>	<b>372,336.87</b>	<b>642,971.01</b>	<b>933,064.40</b>

Los resultados de los indicadores financieros en el escenario pesimista en una disminución, la TIR baja a un 22.09% sin embargo sigue siendo mayor que el costo de capital ponderado, el VPN es de L. 497,144.67 lo cual sigue siendo mayor a cero y un periodo de recuperación de cuatro años, tres meses y tres días, lo que se puede decir que el proyecto sigue siendo viable financieramente.

**Tabla 51. Flujo de efectivo, TIR, VPN, PR pesimista.**

Descripción	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Inversión	-2,200,605.49					
Capital de trabajo	-1,264,963.33					
Financiamiento	2,425,898.18					
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>		<b>-172,058.32</b>	<b>131,151.65</b>	<b>372,336.87</b>	<b>642,971.01</b>	<b>933,064.40</b>
Depreciaciones		275,447.39	275,447.39	275,447.39	275,447.39	275,447.39
Amortizaciones		29,257.60	29,257.60	29,257.60	29,257.60	29,257.60
Amortización financiamiento		-389,511.85	-432,255.54	-479,806.08	-532,717.14	-591,607.58
<b>flujo efectivo</b>		<b>-256,865.18</b>	<b>3,601.11</b>	<b>197,235.78</b>	<b>414,958.87</b>	<b>646,161.81</b>
Capital de Trabajo						1,264,963.33
V/L Maquinaria y Vehículo						672,865.75
<b>flujo Total</b>	<b>-1,039,670.64</b>	<b>-256,865.18</b>	<b>3,601.11</b>	<b>197,235.78</b>	<b>414,958.87</b>	<b>2,583,990.88</b>
K CAPITAL	<b>13.45%</b>					
TIR	<b>22.09%</b>					
VPN	<b>L. 497,144.67</b>					
PR	<b>4.26</b>					

4 años, 3 meses y 3 días.

#### 4.8.12.3 RESULTADOS COMPARATIVOS

Se realizó el comparativo de escenarios, un incremento en los ingresos del 5%, un aumento del 15% en los gastos operativos, y el escenario normal, según los resultados obtenidos se muestra que en ninguno de los escenarios se vuelve negativo el VPN, por lo tanto, la variación de una variable no afecta el proyecto, es importante establecer un plan para controlar el riesgo de un movimiento de varias variables al mismo tiempo y así tener el plan de mitigación para protegerse.

**Tabla 52. Comparativo de escenarios.**

INDICADOR	OPTIMISTA	NORMAL	PESIMISTA
K CAPITAL	13.45%	13.45%	13.45%
TIR	70.68%	45.94%	22.09%
VPN	2,985,569.06	1,750,505.97	497,144.67
PR	1.9	3.02	4.3
	1 año, 10 meses y 27 días.	3 años y 7 días.	4 años, 3 meses y 3 días.



## **CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

Una vez realizados los estudios propuestos, analizados los resultados obtenidos, se procede a establecer las conclusiones de la investigación, con el fin, de que sirvan para la toma de dediciones en cuanto a la implementación o no del proyecto.

### **5.1 CONCLUSIONES**

A continuación, se presentan las conclusiones como resultado de la investigación, el cual refleja si se cumplieron los objetivos propuestos:

1. El estudio de mercado proporcionó información sobre la demanda y la oferta del café orgánico en el mercado, para conocer la aceptación, precios, competencia y comercialización de éste producto, para definir la creación de una empresa de procesamiento y venta de café orgánico, cuyos resultados fueron satisfactorios ya que según la encuesta realizada el 94.6% de las personas están dispuestas a consumir café orgánico, lo que representa una alta demanda del producto, además se determinó que el 46.3% de las personas encuestas prefieren productos de calidad, y que a las personas les gustaría comprar este producto en kioscos de tres centros comerciales cada 15 días a un precio menor a L.110.00 por lo tanto se concluye que la calidad del café orgánico lo hace competitivo y la decisión de crear una empresa para el procesamiento y venta del producto tendrá una demanda satisfactoria.
2. Así mismo el estudio técnico que permitió conocer la infraestructura, costos, gastos e inversión necesaria para la creación de la empresa, en cuanto a la ubicación, instalaciones, insumos y equipos requeridos, como resultado se determinó que la empresa requerirá maquinaria por un valor de L. 1,326,338.11, además la ubicación de la planta será en la colonia 21 de octubre con un punto estratégico para atender los productores de la zona de Santa Lucia, Valle de ángeles y Cantarranas. La inversión inicial para la creación de la empresa asciende a L. 3,465,568.82 los fondos serán adquiridos vía financiamiento y capital de los socios, la materia prima para la producción será adquirida en Santa Lucia y Marcala la Paz. Los resultados

de este estudio fueron positivos y apoyan la decisión de crear la empresa para el procesamiento y venta de café orgánico en Tegucigalpa.

3. El estudio organizacional realizado concluye que la estructura organizacional requerida para el funcionamiento de la empresa consta de un nivel jerárquico, con un total de 10 empleados, cada uno con el puesto y funciones específicas. La nómina asciende a L.1,712,438.40 anual lo que representa un 35% de los gastos operativos de la empresa como parte de la conclusión de los aspectos administrativos necesarios, para la creación de una empresa para el procesamiento y venta de café orgánico determinando que todos los aspectos analizados de este estudio fueron satisfactorios.
4. Los resultados del estudio financiero permitió conocer la rentabilidad de la empresa a lo largo del ciclo operativo, el costo promedio ponderado se estableció en un 13.45%, los resultados obtenidos en cuanto a los métodos financieros aplicados, el valor presente neto (VPN) del proyecto fue de L. 1,750,505.97 una tasa interna de retorno (TIR) de 45.94% y un periodo de recuperación de tres años y siete días, además con un costo beneficio de 2.68, por lo tanto, los resultados son satisfactorios y se puede decir que el proyecto financieramente es viable.
5. El aporte que hacen a la economía nacional este tipo de empresas no solo por agregar rendimientos positivos y la generación de impuestos sino con la contratación directa de personas creando una generación de empleos directos e indirectos aparte de beneficiar a familias de productores de café quienes se ven beneficiados directamente al vender su café a precios diferenciados y/o disminuir sus costos de procesamiento del mismo.
6. En esta investigación se determinó la factibilidad para la creación de una empresa que se dedique al procesamiento y venta de café orgánico en el Distrito Central para el año 2019, según los resultados obtenidos de los estudios de mercado, técnico, organizacional, legal y financiero, el proyecto es viable.

## 5.2 RECOMENDACIONES

1. Se recomienda que, al crear la empresa para el procesamiento y venta de café orgánico en el Distrito Central, se considere los centros comerciales de mayor aceptación como lo son mall Multiplaza, Cascadas Mall y City Mall para la distribución y venta del café en bolsas de una libra y si el estudio económico lo indica a un precio no mayor a los L.110.00.
2. Se recomienda concretar la adquisición de la maquinaria y la infraestructura presupuestada como lo establece el estudio técnico y establecer la sede de la procesadora en un lugar estratégico lo más cercano a la entrada a la ciudad de las zonas productoras cercanas a la capital como lo es la Col. 21 de octubre salida a Valle de Ángeles, Santa Lucia y Cantarranas, zonas de productores de café aledañas a la capital.
3. En base al estudio organizacional se recomienda elaborar manual de puestos y funciones por nivel jerárquico que incluya los puestos iniciales de la empresa para el procesamiento y venta de café orgánico para el buen funcionamiento en base a los 10 empleados requeridos.
4. Considerando el resultado satisfactorio del análisis financiero del proyecto, se recomienda realizar el proyecto en su totalidad. - Al llevar a cabo este proyecto se contribuirá a la economía del país, mejorando la condición económica de los productores que se beneficien y generando empleo que beneficien directamente a no menos de 10 familias por lo que nuevamente se recomienda la inversión de los accionistas para el año 2019 en este proyecto.
5. Así mismo a manera de consideración en base a la experiencia vivida en el desarrollo de este proyecto se recomienda, en aras de ayudar a la generación de empleos, para que dé parte de las autoridades gubernamentales y locales el hecho de manejar algún tipo de trámites de rápida resolución, a través de ventanillas únicas de facilitación a los que inicien con un nuevo negocio sin disminuir los controles de calidad y seguridad necesarios para el buen funcionamiento de los mismos, pero si mejorando los procesos para el establecimiento de empresas de la micro, pequeña y mediana empresa (MIPYME).

## CAPÍTULO VI. APLICABILIDAD

### 6.1 INTRODUCCIÓN

Al presentar la propuesta de inversión para la creación de una empresa dedicada al procesamiento y venta de café orgánico, como resultado de los estudios realizados en la investigación, se observó que existe poca oferta del servicio de procesamiento de café y de la venta de café orgánico, por tal razón se determinó aprovechar la oportunidad de negocio, está dirigido al segmento de la población asalariada del Distrito Central.

Este proyecto surge al ver la necesidad de que las personas puedan consumir productos de calidad, que les proporcionen beneficios para la salud a mediano y largo plazo, tomando en consideración que en los últimos años la cultura de las personas está cambiando hacia el consumo de productos que contribuyan con la salud física e intelectual, esto por esa razón que se realiza este estudio para establecer una oportunidad de negocio.

Además, con el fin de apoyar a los pequeños productores de café, de las diferentes zonas del Distrito Central, se pretende brindar el servicio de procesamiento, con el fin de ofrecer mejores precios que la competencia.

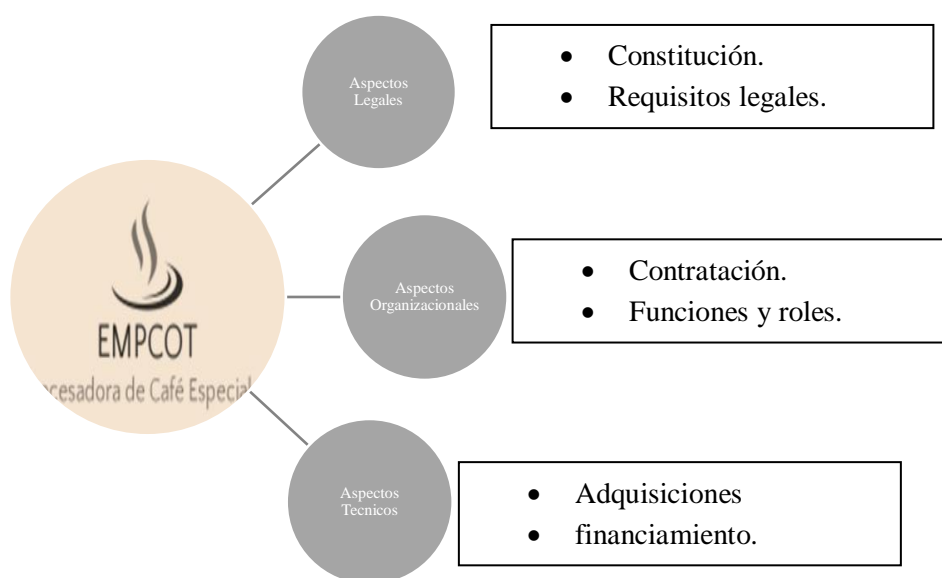
Debido a que no todo negocio es rentable, es necesario realizar una investigación previa, con el fin de determinar si el proyecto es viable o no, se realizó un estudio de pre factibilidad que comprenden los estudios de mercado, técnico, organizacional, legal y financiero.

Mediante el estudio de mercado se determinó la demanda potencial para el café orgánico, así como para el servicio de procesamiento de café, se establecieron las preferencias del cliente en cuanto al producto y servicio. Mediante el estudio técnico se determinó la ubicación estratégica, la maquinaria y equipo necesario, además de los costos y gastos a incurrir. En el estudio organizacional se determinó la estructura de la empresa, así como el personal necesario para el funcionamiento adecuado de la organización. En el aspecto legal se establecieron los requisitos para la creación de la empresa, así como todos los registros, licencia y permisos necesarios para la operatividad. En el estudio financiero se determinó la rentabilidad de la empresa, a través de los indicadores financieros y otros métodos de análisis financieros.

Con la finalidad de llevar a cabo la constitución y puesta en marcha de la empresa, se establecerán los tiempos y actividades requeridas para llevar a cabo la implementación, así como las estrategias necesarias para introducir el producto en el mercado.

## 6.2 ESTRUCTURA DE LA APLICABILIDAD

Con el fin de dar una respuesta al resultado de la investigación, se establece una estructura de aplicabilidad, como resultado de los hallazgos obtenidos y conclusiones realizadas.



**Figura 36. Estructura de aplicabilidad.**

## 6.3 DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN

Los análisis de la investigación dan como resultado, que es viable ofrecer los servicios y productos a los clientes potenciales, por lo tanto, la ubicación de la procesadora y los puntos de venta estarán en zonas estratégicas.

Los resultados financieros son satisfactorios, ya que el valor presente neto es mayor que cero, lo que representa que la empresa obtendrá rentabilidad positiva. En cuanto a la tasa interna de retorno es mayor que el costo de capital ponderado, por lo tanto, el proyecto dará tasas de rendimiento mayores a las del sistema financiero. El periodo de recuperación

está dentro de los parámetros de tiempo establecidos para la evaluación del proyecto. Ante los resultados de estos indicadores financiero, se determina la factibilidad del proyecto, por lo tanto, puede llevarse a cabo.

Al determinar la viabilidad del proyecto, es necesario llevar a cabo los planes de acción, que permitan lograr el posicionamiento en el mercado, responder ante cualquier riesgo de la empresa y alcanzar los resultados financieros esperados.

#### 6.4 GESTIÓN DEL TIEMPO DEL PROYECTO

Para la puesta en marcha de la empresa, se deben seguir un plan de gestión que permita en un tiempo estipulado la creación e implementación de la empresa, a continuación, el resumen de actividades a seguir:

**Tabla 53. Cronograma de actividades.**

Actividad	Descripción	Duración días	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
1	Trámites Legales																							
	Escritura de constitución	20																						
	Permiso de operación	5					*																	
	RTN	5					*																	
	Registro en la CCIT	3																						
	Constancia ambiental	2																						
	Licencia ambiental	90					*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Licencia sanitaria	4																						
2	Estudio Organizacional																							
	Funciones de producción	10	*	*																				
	Funciones financieras	10	*	*																				
	Funciones administrativas	5	*																					
	Selección de personal	10																			*	*		
	Capacitación de personal	10																				*	*	
3	Estudio Técnico																							
	financiamiento	10					*	*																
	maquinaria	60							*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Mobiliario y equipo	15							*	*	*													
	Materia prima	5																						*
	Elaboración de perfil de puestos	3	*																					
	Identificación de distribuidores	5		*																				
	* tiempo transcurrido a la par 5																							

### 6.3 GESTION DE COSTOS Y GASTOS

Como parte de la implementación es importante conocer la maquinaria que se adquirirá, para el procesamiento del café, empezando por el trillado, luego el tostado, el molido y el empaclado, esta maquinaria se importará desde Portugal, a través de la empresa Joao Rodríguez Pereira, S.A., contacto Félix Chacón, teléfono +1 407 777-1470, correo electrónico [frcint@yahoo.com](mailto:frcint@yahoo.com), teléfono en Portugal +351 227 116 410.









**Figura 37. Trilladora.**

Fuente: Cotizaciones.

Tostador BSR15 con operación manual para el maestro que concibe el tostado como un arte, siendo capaz de controlar cada aspecto de la operación manualmente, desde encender y apagar la máquina hasta cargarla y descargarla, hasta poder regular y ajustar el flujo del aire y la llama, todo para una eficiencia de tostado.

**Tabla 19. Especificaciones de Tostadora de café.**

					
Model	Capacity per Batch	Roasting Time	Hourly Output	Power supply	Fuel Type
BSR-15	7.5kg - 15kg	12' - 15'	60 Kg	400V/50Hz/3 Phases 230V/60Hz/3 Phases 208V/60Hz/3	Natural or Propane Gas

Fuente: Cotizaciones.



**Figura 38. Tostadora.**

Fuente: Cotizaciones.



**Figura 39. Moledora.**

Fuente: Cotizaciones.





**Figura 40. Empacadora.**

Fuente: Cotizaciones.

A continuación, se presenta los costos de la maquinaria que serán adquiridos:

**Tabla 54. Maquinaria.**

Cantidad	Descripción	Valor CIF en euros	Valor en dólares a 1.1374	Valor en LPS a 24.4356	Costo total por unidad	Total
1	Máquina de tostado de café	22,243.00	25,299.19	618,200.84	618,200.84	618,200.84
1	Maquina empacadora	14,813.00	16,848.31	411,698.47	411,698.47	411,698.47
1	Máquina de molido de café	7,565.00	8,604.43	210,254.43	210,254.43	210,254.43
1	Máquina de Trillado		3,527.00	86,184.36	86,184.36	86,184.36
	Total					<b>1,326,338.11</b>

Como parte del equipo de reparto se comprará una mini van, el cual se transportará el café orgánico en cajas para ser distribuido en los diferentes puntos de venta.



## EXTERIOR SE ADAPTA A TU RITMO DE VIDA

- Emblema de Chevrolet
- Espejos delanetos externos ajustables manualmente
- Iluminación de placa trasera
- Luces traseras con luces dobles de reserva
- Manilla de puerta en color negro

## CAPACIDAD PEQUEÑA VAN CON GRANDES POSIBILIDADES

La Van Chevrolet N300<sup>®</sup> Cargo parece compacta, pero es grande. Son 4 metros de largo, 1,62 m de ancho, 1,90 m de altura y una distancia entre ejes de 2,70 m. Todo esto resulta en capacidad de carga de 3,6 metros cúbicos.

**Figura 41. Vehículo.**

Fuente: Cotizaciones.

**Tabla 55. Costo de Vehículo.**

Cantidad	Descripción	Costo en Dólares	Costo en Lempiras factor 24.52	ISV	Costo total por unidad	Total
1	Vehículo tipo van	10,869.57	266,521.74	39,978.26	306,500.00	306,500.00
	Total					<b>306,500.00</b>

A continuación, se presenta el mobiliario y equipo que la empresa requerirá para la puesta en marcha:

**Tabla 56. Mobiliario y equipo.**

Cant	Descripción	Costo	ISV	Costo total por unidad	Total
3	Kioscos para centros comerciales	70,000.00	10,500.00	80,500.00	241,500.00
1	Escritorio semi ejecutivo	5,215.65	782.35	5,998.00	5,998.00
1	Escritorio pequeño	4,119.79	617.97	4,737.76	4,737.76
1	Silla semi ejecutiva	1,294.78	194.22	1,489.00	1,489.00
4	Silla para escritorio	952.17	142.83	1,095.00	4,380.00
4	Silla atención clientes	761.48	114.22	875.70	3,502.80
2	Archivos negros 3 gavetas	1,205.22	180.78	1,386.00	2,772.00
4	Computadoras	12,608.70	1,891.30	14,500.00	58,000.00
1	Impresora	3,717.39	557.61	4,275.00	4,275.00
4	Impresoras p/caja	1,086.96	163.04	1,250.00	5,000.00
2	Teléfono de mesa	765.22	114.78	880.00	1,760.00
1	Software facturación	6,521.74	978.26	7,500.00	7,500.00
2	sumadora	1,452.17	217.83	1,670.00	3,340.00
1	Aire Acondicionado	7,760.87	1,164.13	8,925.00	8,925.00
1	Lokers de 6 depósitos	6,427.83	964.17	7,392.00	7,392.00
3	Cafeteras	2,104.35	315.65	2,420.00	7,260.00
2	Ventilador grande	1,753.91	263.09	2,017.00	4,034.00
1	Extintuidor	2,565.22	384.78	2,950.00	2,950.00
1	Botiquín con medicamento	1,521.74	228.26	1,750.00	1,750.00
	Total				<b>376,565.56</b>

A continuación, se presenta el diseño del kiosco cotizado, será elaborado por la empresa Imprex, contacto Sr. Gustavo flores, teléfono 3190-0725, correo [gustavo.cruz@imprexhn.com](mailto:gustavo.cruz@imprexhn.com), tiempo de entrega 30 días (VER ANEXO 4).



**Figura 42. Diseño de Kiosco**

#### **Contactos para contrato de kioscos en centros comerciales:**

##### **City Mall**

Sra. Amelia Hernández, Ejecutiva comercial, inmobiliaria lady lee, tel. (504) 2512-60000 Ext. 3322.

##### **Mall Multiplaza**

Sra. Paola Chinchilla, Jefe de Marca, Grupo Roble, tel. (504) 22759364.

##### **Cascadas Mall**

Sra. Eliza Madrid, Mercadeo, tel. (504) 22459133.

#### **6.4 GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS**

En el proceso de vinculación de personal de la empresa, el Gerente General jugará un papel muy importante ya que tendrá un criterio amplio para la contratación de personal, deberá tomar en cuenta las competencias de trabajo en equipo, compromiso organizacional y compromiso con la calidad.

La empresa al exigir que sus empleados cuenten con estas competencias, la empresa fomentará que el trabajo en equipo para que las relaciones interpersonales y el espíritu de

colaboración siempre estén presente en su ambiente laboral y los procesos de producción estén realizados bajo los estándares de calidad establecidos por la empresa.

A continuación, se presentan los roles del personal:

### **Gerente General**

Es responsable por la dirección general del negocio y por el logro del máximo rendimiento y retorno del capital invertido. Coordina los esfuerzos de los empleados de la empresa y trabaja conjuntamente con ellos en el desarrollo de objetivos, políticas y procedimientos actuales de corto, mediano y largo plazo, asimismo es responsable de funciones como ventas, finanzas, administración, abastecimientos, recursos humanos. Representa a la compañía ante sus clientes, la comunidad financiera y el público en general.

### **Encargados de Procesamiento**

Coordina los requerimientos de materiales de acuerdo a los programas de producción, mantiene los controles de inventario de materia prima, productos terminados. Mantiene la coordinación de los programas de producción en diferentes áreas de la planta. Así mismo es responsable de la ejecución y coordinación de actividades referentes al suministro de material general.

### **Vendedoras**

Colabora con el supervisor, con el objetivo de alcanzar y/o superar las metas de ventas. Incluye la atención de los clientes y orientándolos con todas las informaciones necesarias sobre el producto.

### **Operarios**

Realiza labores de producción que demandan la aplicación de habilidades tales como precisión y rapidez compatible con el proceso. Así como mantener el orden y control en el área de producción, seguir los lineamientos de los estándares de calidad requeridos y establecidos, llevar control de los volúmenes de producción.

## **Supervisor**

Manejara el automóvil de la compañía a cargo de la entrega de productos, suministros, mobiliario de la empresa. Realiza el levantamiento de documento en los kioscos, supervisa el trabajo de las vendedoras.

## **6.5 GESTIONES LEGALES**

Los socios deberán solicitar ante el notario la elaboración de la escritura de constitución de la empresa, una vez elaborada y registrada se procede a lo siguiente:

### **Inscripción en el Registro Mercantil**

La Empresa realizará el trámite de Registro Mercantil en la Cámara de Comercio e Industria de Tegucigalpa (CCIT), el costo depende del capital, por los primeros mil lempiras se deberá cancelar 20 lempiras. Por cada mil adicional, un lempira con cincuenta centavos (L.1.50); y por valor indeterminado se pagan 20 lempiras. Este trámite dura un aproximado de un día hábil.

Requisitos para inscripción:

- Original y copia de la Escritura de Constitución.
- Recibo de pago de derechos registrales, originales y copia.
- Presentar copia y original del depósito bancario por concepto del capital de constitución de la empresa.

### **Registro en la Cámara de Comercio**

De acuerdo al Artículo 384 del Código de Comercio, la empresa está obligado a registrarse en la CCIT y tiene un tiempo promedio de 1 día hábil para su trámite, y su costo oscila entre 600.00 lempiras.

Trámite, presentar en la ventanilla de atención al público:

- Solicitud de registro debidamente completada.
- Escritura original.

- Fotocopia del RTN.
- Recibo de pago por el registro.

## 6.6 GESTION DE RIESGO

Los riesgos son las causas de las posibles amenazas y probables eventos no deseados y los daños y consecuencias que éstas puedan producir, es importante identificarlos con el fin de establecer el nivel de riesgo y determinar cuáles son los factores de riesgo que potencialmente tendrían un mayor efecto sobre el proyecto, a continuación, se presenta algunas causas de riesgo y como mitigarlos:

### **No aceptación en el mercado**

La aceptación de un producto depende en algunas ocasiones de consideraciones del mercado al cual es dirigido, los fracasos pueden derivarse a diferentes causas entre ellas; mala publicidad, empaque poco atractivo, investigación de segmentación mal realizada, canales de distribución poco efectivos, el café orgánico por ser un producto que no pertenece a la canasta básica corre el riesgo de no ser atractivo y como todo producto de recién ingreso se enfrenta a dificultad la introducción como una nueva marca en este segmento de mercado.

### **Mitigación**

- Realizar investigación de la segmentación de mercado al cual es dirigida
- Hacer degustaciones del producto como una manera de presentación del mismo.
- Crear un empaque con estrategias publicitarias para que sea atractivo al público.
- Realizar publicidad efectiva como ser entrega de volantes, anuncios etc.

### **No conservación de la calidad**

El almacenamiento de la materia prima bajo condiciones inadecuadas puede producir la pérdida de la calidad del producto que se producirá, provocando con ello plagas y otros fenómenos que afectan directamente al grano y esto provocaría una pérdida en la producción y en última instancia una pérdida de mercado si este producto se distribuye.

## **Mitigación**

Revisar periódica y detalladamente que las instalaciones donde se almacena la materia prima asegurándose que cumpla con los estándares necesarios para mantener el producto en una manera adecuada preservando su calidad.

## **Problemas climáticos que afecten al proveedor**

El cambio climático pone en riesgo la producción del café de nuestros proveedores, el café es muy sensible a las variaciones de temperatura y un fenómeno climático puede reducir grandemente su producción, y esto representa un impacto grande al proyecto ya que como materia prima es el elemento fundamental.

## **Mitigación**

Contar con varios proveedores como opciones para que abastezcan la materia prima, y a su vez contar con inventario que pueda ser utilizado en tiempos de recesión del producto.

## **Crisis políticas**

Los fenómenos políticos son crisis económicas y financieras, ya que afectan directamente cada etapa necesaria para la producción y distribución del producto que se desea comercializar, lo anterior produce desde atrasos en la obtención de las materias primas, y cada uno de los elementos necesario para su producción, como a su vez dificultades para hacer efectiva su comercialización en el mercado.

## **Mitigación**

La crisis política es un riesgo poco manejable por parte del productor ya que no está dentro de su alcance el poder manejar o reducir su impacto, se puede manejar fondos que puedan sustentar la pérdida que produzca este fenómeno social.

## **Costos mayores a los previstos**

Se refiere a las materias primas, mano de obra, etc. para realizar actividades relacionadas directamente con la producción del bien o producto final, estos pueden



cambiar por diferentes factores; escases, inflación, aumento en los impuestos, incrementos en los insumos etc, el efecto del incremento de los costos producen un impacto relevante en las utilidades presupuestadas y en el peor de los casos hasta resultar una pérdida.

### **Mitigación**

Crear presupuestos sensibilizados para analizar cómo impactaría a la empresa el hecho de que los precios aumentan, manteniendo un margen o fondo que mitigue o prevenga el impacto del aumento de precios en los costos.

### **Inseguridad**

El porcentaje de inseguridad que existen en el país cada día va en aumento y esto es un problema que afecta tanto personalmente como en el desarrollo de la empresa, las instalaciones de la empresa no estarán ubicadas en una área comercial ni céntrica, tampoco se cuenta con seguridad privada, por lo tanto es más propensa a ser víctima de la delincuencia, así mismo el personal encargado de la distribución del producto están expuesto a la violencia y delincuencia que se pueda desarrollar en los diferentes lugares que visitaran.

### **Mitigación**

- Buscar un local en una zona más seguridad
- Contratar personal de seguridad.
- No tener grandes cantidades de efectivo dentro de la empresa.

### **Inexperiencia en el uso de maquinaria**

La maquinaria necesaria para la realización de este tipo de producto como ser el café orgánico, se debe de manejar de una manera profesional y con el debido cuidado que requiere, ya que es un producto que debe cumplir con estándares de calidad para poder ser distribuido en el mercado, además el inadecuado uso de dicha maquinaria puede causar un desperfecto de la misma lo cual puede ocasionar costos adicionales y retrasos en la producción.

## Mitigación

Se debe capacitar al personal que se encargara de su manejo para que lo realice de la manera más adecuada.

**Tabla 57. Matriz de riesgo.**





<b>MATRIZ DE RIESGOS</b>
--------------------------

**RIESGO**

Aparición probabilidad	Gravedad (Impacto)	Valor del Riesgo	Nivel de Riesgo
---------------------------	-----------------------	---------------------	--------------------

NO ACEPTACION POR EL MERCADO	3	5	15	Muy grave
CONSERVACION DE CALIDAD	3	5	15	Muy grave
LEGISLACION AMBIENTAL	2	4	8	Apreciable
PROBLEMAS CLIMATICOS QUE AFECTEN AL PROVEEDOR	3	4	12	Importante
PLAGAS QUE AFECTEN LA MATERIA PRIMA	3	4	12	Importante
CRISIS POLITICAS	2	4	8	Apreciable
INSEGURIDAD	2	3	6	Apreciable
COSTOS MAYORES A LOS PREVISTOS	2	5	10	Importante
ENTRADA INESPERADA DE UN COMPETIDOR	3	4	12	Importante
INEXPERIENCIA EN EL MANEJO DE LA MAQUINARIA	2	3	6	Apreciable
FALTA DE PROVEEDORES CONFIABLES	2	4	8	Apreciable
TECNOLOGIA	2	4	8	Apreciable
FALLAS EN LA MAQUINARIA	3	4	12	Importante
PERDIDAS DEL PERSONAL CLAVE	2	3	6	Apreciable
DEMORAS EN LA DISTRIBUCION	2	4	8	Apreciable
ALTA ROTACION DEL PERSONAL	2	3	6	Apreciable
PERDIDA DE CLIENTES	2	5	10	Importante
FALTA DE PAGOS POR PARTE DE LOS CLIENTES	2	4	8	Apreciable
ROBO POR PARTE DE LOS EMPLEADOS	1	4	4	Apreciable

INSATISFACCION DE LOS CLIENTES	2	4	8	Apreciable
ACCIDENTES	1	4	4	Apreciable

LEYENDA						
		GRAVEDAD (IMPACTO)				
		MUY BAJO 1	BAJO 2	MEDIO 3	ALTO 4	MUY ALTO 5
APARICIÓN (probabilidad)	MUY ALTA 5	5	10	15	20	25
	ALTA 4	4	8	12	16	20
	MEDIA 3	3	6	9	12	15
	BAJA 2	2	4	6	8	12
	MUY BAJA 1	1	2	3	4	5
	Riesgo muy grave. Requiere medidas preventivas urgentes. No se debe iniciar el proyecto sin la aplicación de medidas preventivas urgentes y sin acotar sólidamente el riesgo.					
	Riesgo importante. Medidas preventivas obligatorias. Se deben controlar fuertemente las variables de riesgo durante el proyecto.					
	Riesgo apreciable. Estudiar económicamente ai es posible introducir medidas preventivas para reducir el nivel de riesgo. Si no fuera posible, mantener las variables controladas.					
	Riesgo marginal. Se vigilará, aunque no requiere medidas preventivas de partida.					

## BIBLIOGRAFÍA

- Arrieta, E. (2016). *Si el PIB estornuda, la inflación se resfría*. Madrid, SPAIN: Bubok Publishing S.L. Recuperado de <http://ebookcentral.proquest.com/lib/bvunitecvirtualsp/detail.action?docID=5425706>
- Baca Urbina, G. (2016). *EVALUACION DE PROYECTOS* (8.<sup>a</sup> ed.). España: MCGRAW-HILL.
- Banco Mundial. (2018). *Panorama General*. Recuperado de <https://www.bancomundial.org/es/country/honduras/overview>
- BCH. (2018). *Revisión programa monetario 2018-2019*. Recuperado de [http://www.bch.hn/download/programa\\_monetario/revision\\_programa\\_monetario\\_2018\\_2019.pdf](http://www.bch.hn/download/programa_monetario/revision_programa_monetario_2018_2019.pdf)
- BCH. (2019a). *ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR ENERO 2019*. Recuperado de [http://www.bch.hn/download/ipc\\_historico/2019/ipc012019.pdf](http://www.bch.hn/download/ipc_historico/2019/ipc012019.pdf)
- BCH. (2019b). *LA PRODUCCIÓN NACIONAL CRECIÓ 3.7% A NOVIEMBRE DE 2018*. Recuperado de [http://www.bch.hn/download/boletines\\_prensa/2019/boletin\\_de\\_prensa\\_04\\_19.pdf](http://www.bch.hn/download/boletines_prensa/2019/boletin_de_prensa_04_19.pdf)
- BCIE. (2010). *BCIE impulsa proyecto para pequeños productores café y cacao en Centroamérica: CENTROAMÉRICA-AGRICULTURA*. *EFE News Service; Madrid*. Recuperado de <https://search.proquest.com/docview/433979532/abstract/D28E262B9055487CPQ/>

- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación* (3a ed.). Bogotá, COLOMBIA: Pearson. Recuperado de <https://www.biblionline.pearson.com/Pages/BookDetail.aspx?b=256>
- Burneo, K. (2015). *Principios de economía: versión latinoamericana* (2a. ed.). Bogotá, COLOMBIA: Ecoe Ediciones. Recuperado de <http://ebookcentral.proquest.com/lib/bvunitecvirtualsp/detail.action?docID=4499019>
- CCIT. (2019). *INFORME ECONÓMICO 2018*. Recuperado de <https://www.ccit.hn/saladeprensa/category/Informes-Econ%C3%B3micos>
- Córdoba Padilla, M. (2011). *Formulación y evaluación de proyectos* (2.<sup>a</sup> ed.). Bogotá, COLOMBIA: Ecoe Ediciones. Recuperado de <http://ebookcentral.proquest.com/lib/bvunitecvirtualsp/detail.action?docID=3197583>
- Flórez, J. A. (2015). *Proyectos de inversión para las PYME* (3a. ed.). Bogotá, COLOMBIA: Ecoe Ediciones. Recuperado de <http://ebookcentral.proquest.com/lib/bvunitecvirtualsp/detail.action?docID=4422269>
- FMI. (2019). *Perpectivas Economicas*. Recuperado de <https://www.imf.org/es/Publications/WEO/Issues/2019/01/11/weo-update-january-2019>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. del P. (2010). *Metodología de la investigación* (5a. ed.). México, D.F., UNKNOWN: McGraw-Hill Interamericana. Recuperado de <http://ebookcentral.proquest.com/lib/laureatemhe/detail.action?docID=3215354>

- Honduras ofrece a propios y extraños ruta del café como experiencia turística: HONDURAS TURISMO (crónica). (2017). *EFE News Service; Madrid*. Recuperado de <https://search.proquest.com/docview/1871801512/abstract/D28E262B9055487CPQ/3>
- Hoyo, A. (2014). *El precio de mercado: ejemplos de aplicación en el análisis histórico*. Madrid, SPAIN: Editorial de la Universidad de Cantabria. Recuperado de <http://ebookcentral.proquest.com/lib/bvunitecvirtualsp/detail.action?docID=3227302>
- IHCAFE. (2018). *Produccion, Exportacion y consumo de café*. Recuperado de <https://www.ihcafe.hn/>
- López, M. B., & Gómez, X. (2018). *Gestión de costos y precios*. Ciudad de México, MEXICO: Grupo Editorial Patria. Recuperado de <http://ebookcentral.proquest.com/lib/bvunitecvirtual-ebooks/detail.action?docID=5635850>
- Meza, J. de J. (2013). *Evaluación financiera de proyectos (SIL) (3a. ed.)*. Bogotá, COLOMBIA: Ecoe Ediciones. Recuperado de <http://ebookcentral.proquest.com/lib/bvunitecvirtualsp/detail.action?docID=3213506>
- Muñoz, C. I. (2016). *Metodología de la investigación*. Distrito Federal, UNKNOWN: Oxford University Press México. Recuperado de <http://ebookcentral.proquest.com/lib/bvunitecvirtual-ebooks/detail.action?docID=4675734>

OIC. (2017). *Informe del mercado del café*. Recuperado de [http://www.ico.org/documents\\_c.asp](http://www.ico.org/documents_c.asp)

OIRSA. (2005). *Manual técnico de buenas prácticas de cultivo en café orgánico*. Quito, EL SALVADOR: OIRSA. Recuperado de <http://ebookcentral.proquest.com/lib/bvunitecvirtualsp/detail.action?docID=3161330>

Ollé, C., & Cerezuela, B. (2018). *Gestión de proyectos paso a paso*. Barcelona, UNKNOWN: Editorial UOC. Recuperado de <http://ebookcentral.proquest.com/lib/bvunitecvirtualsp/detail.action?docID=5308401>

Pacheco, C. E., & Pérez, G. J. (2018). *El proyecto de inversión como estrategia gerencial*. Ciudad de México, MEXICO: Instituto Mexicano de Contadores Públicos. Recuperado de <http://ebookcentral.proquest.com/lib/bvunitecvirtualsp/detail.action?docID=5635970>

Rodríguez, F. (2018). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión: una propuesta metodológica*. Ciudad de México, MEXICO: Instituto Mexicano de Contadores Públicos. Recuperado de <http://ebookcentral.proquest.com/lib/bvunitecvirtualsp/detail.action?docID=5635971>

Schnarch, A. (2009). *Desarrollo de nuevos productos y empresas: creatividad, innovación y marketing: cómo generar, desarrollar e introducir con éxito nuevos productos, servicios o empresas (5a. ed.)*. Bogotá, COLOMBIA: McGraw-Hill Interamericana.

Recuperado de <http://ebookcentral.proquest.com/lib/bvunitecvirtual-ebooks/detail.action?docID=5636225>

Toro, F. J. (2016). *Costos ABC y presupuestos: herramientas para la productividad (2a. ed.)*. Bogotá, COLOMBIA: Ecoe Ediciones. Recuperado de <http://ebookcentral.proquest.com/lib/bvunitecvirtual-ebooks/detail.action?docID=4508345>

Torres, J. (2015). *Proyectos de negocios: método práctico para emprendedores*. Santiago de Chile, CHILE: Editorial Universidad de Santiago de Chile. Recuperado de <http://ebookcentral.proquest.com/lib/bvunitecvirtualsp/detail.action?docID=453665>

8

Villalobos, C. F. (2017). *Demanda de café orgánico motiva a negocios en Costa Rica*. La Nación; San José, Costa Rica. Recuperado de <https://search.proquest.com/docview/1964642774/citation/69124612E46B4F97PQ/>

1

Zambrano, L. (2013). *Llevan a casa café orgánico. Reforma; Mexico City*. Recuperado de <https://search.proquest.com/docview/1443447801/abstract/D28E262B9055487CPQ>

/4



## ANEXOS

### ANEXO 1

## Encuesta

Somos estudiantes de la maestría en finanzas de la Universidad Tecnológica Centroamericana “UNITEC”. Estamos realizando nuestro Proyecto de Graduación que consiste en el estudio de prefactibilidad para crear una empresa de procesamiento y venta de café orgánico, nuestra Investigación es sobre **“La venta de café orgánico a través de puntos de ventas en tres centros comerciales del Distrito Central”**, por lo que nos gustaría conocer su opinión.

**Instrucciones:** Marque con una X la respuesta que usted considere.

1) ¿Consume café usted?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

**Si su respuesta es No, por favor pase a la pregunta catorce (14).**

2) ¿Con que frecuencia consume café?

\_\_\_\_\_ Una vez al día.

\_\_\_\_\_ Dos veces al día.

\_\_\_\_\_ Tres o más veces al día.

\_\_\_\_\_ Esporádicamente.

3) ¿Qué cantidad de café compra regularmente?

\_\_\_\_\_ Una (1) Libra

\_\_\_\_\_ Dos (2) Libras

\_\_\_\_\_ Tres (3) Libras

\_\_\_\_\_ Cuatro o más (> 4) Libras

Otra cantidad especifique \_\_\_\_\_

4) ¿Qué tipo de café consume?

\_\_\_\_\_ Café tradicional de bolsita

\_\_\_\_\_ Café instantáneo

\_\_\_\_\_ Café puro molido

\_\_\_\_\_ Café de altura (premium)

\_\_\_\_\_ Café orgánico (100% natural sin aditivos químicos en el proceso de producción)

Otro, especifique \_\_\_\_\_

5) ¿Qué factores considera importante a la hora de elegir comprar un café?

\_\_\_\_\_ Calidad

\_\_\_\_\_ Presentación

\_\_\_\_\_ Precio

\_\_\_\_\_ Aroma

6) ¿Conoce los beneficios del café orgánico para la salud?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

7) Al saber y estar consciente de los beneficios del café orgánico para la salud y el medio ambiente, producido sin químicos ni pesticidas, a la vez anticancerígeno, ¿consumiría café orgánico?

Si\_\_\_\_\_ No\_\_\_\_\_

8) ¿Le gustaría encontrar un kiosco en el centro comercial de su preferencia donde pueda conocer de los beneficios, degustar y comprar el café orgánico molido?

Si\_\_\_\_\_ No\_\_\_\_\_

9) ¿En qué centros comerciales le gustaría tener la facilidad de encontrar café orgánico?

**Puede seleccionar hasta tres**

\_\_\_\_\_Mall Multiplaza

\_\_\_\_\_City Mall

\_\_\_\_\_Cascadas Mall

\_\_\_\_\_Metro Mall

\_\_\_\_\_Mall Premier

\_\_\_\_\_Mall el Dorado

Otros, especifique\_\_\_\_\_

10) ¿Con que regularidad visita los centros comerciales?

\_\_\_\_\_ Varias veces a la semana.

\_\_\_\_\_ Semanalmente.

\_\_\_\_\_ Quincenalmente.

\_\_\_\_\_ Mensualmente.

11) ¿En qué presentación le gustaría adquirir el café orgánico?

\_\_\_\_\_ 2 libras

\_\_\_\_\_ 1 libra

\_\_\_\_\_ ½ libra

12) ¿Con que frecuencia compraría café orgánico?

\_\_\_\_\_ Semanalmente.

\_\_\_\_\_ Quincenalmente.

\_\_\_\_\_ Mensualmente.

13) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la libra de café orgánico, si su precio promedio en el mercado es de L. 110.00?

\_\_\_\_\_ Mas de L.110.00    \_\_\_\_\_ Menos de L.110.00    \_\_\_\_\_ Igual a L.110.00

14) ¿Por qué razones no consume café?

**Pregunta solo para los que no consumen café**

---

15) Datos demográficos

Genero

Femenino\_\_\_\_\_

Masculino\_\_\_\_\_

Edad: de 18 a 30\_\_\_\_\_ de 31 a 40\_\_\_\_\_ de 41 a 50\_\_\_\_\_ de 51 o mas\_\_\_\_\_

Ingresos

\_\_\_\_\_L.10, 000.01 a L.20, 000.00

\_\_\_\_\_L.20, 000.01 a L.30, 000.00

\_\_\_\_\_L.30, 000.01 en adelante

***¡Muchas gracias por su colaboración!***

## Cuestionario

### Dirigido a los Productores de Café de la zona Central

Somos estudiantes de la maestría en finanzas de la Universidad Tecnológica Centroamericana “UNITEC”. Estamos realizando nuestro Proyecto de Graduación que consiste en el estudio de prefactibilidad para crear una empresa de procesamiento y venta de café orgánico, esta parte de la Investigación se basa sobre **“El Procesamiento de café y el servicio del mismo a los productores cercanos al Distrito Central”**, por lo que nos gustaría conocer su opinión.

**Instrucciones:** Marque con una X la respuesta que usted considere.

- 1) ¿Es usted un Productor que procesa su café ya sea en trillado, tostado, molido y/o empacado de una parte o la totalidad de su producción?

Si\_\_\_\_\_ No\_\_\_\_\_

**Si su respuesta es No, por favor pase a la pregunta Once (11).**

- 2) ¿Cuánta es el área de producción de café en su finca?

\_\_\_\_\_ Menos de una manzana cultivada.

\_\_\_\_\_ De 1 a 2 manzanas cultivadas.

\_\_\_\_\_ Más 2 y menos de 5 manzanas cultivadas.

\_\_\_\_\_ Entre 5 y menos de 10 manzanas cultivadas.

\_\_\_\_\_ De 10 hasta 20 manzanas cultivadas

\_\_\_\_\_ Más de 20 manzanas cultivadas

- 3) ¿Cuántos Quintales de café en pergamino seco produce al año en promedio?

\_\_\_\_\_ Menos de 20 Q.

- \_\_\_\_\_ De 20 a 50 Q
- \_\_\_\_\_ De 51 a 100 Q
- \_\_\_\_\_ De 101 a 200 Q
- \_\_\_\_\_ De 200 a 500 Q
- \_\_\_\_\_ Mas de 500 Q

4) ¿Qué tipo de café Produce?

- \_\_\_\_\_ Café Caturra/
- \_\_\_\_\_ Café Arábica/ Sarshimor - Comercial
- \_\_\_\_\_ Café de Altura
- \_\_\_\_\_ Café de Estricta Altura
- \_\_\_\_\_ Café Orgánico

Otro, especifique\_\_\_\_\_

5) ¿Qué cantidad en Quintales de la producción de café procesa (trilla, tuesta, molienda y/o empaca) en cada cosecha anual?

- \_\_\_\_\_ Menos de 5 QQ.
- \_\_\_\_\_ De 5 a 10 QQ.
- \_\_\_\_\_ De 11 a 20 QQ
- \_\_\_\_\_ De 21 a 50 QQ
- \_\_\_\_\_ De 51 a 100 QQ
- \_\_\_\_\_ Más de 100 QQ

6) ¿Cuántos lugares o centros de procesamiento (Trillado, Tostado, Molido, Empacado) de café, ¿conoce de la zona?

Uno (1) \_\_\_\_\_ Dos (2) \_\_\_\_\_ Tres (3) \_\_\_\_\_ Ninguno \_\_\_\_\_

7) Qué costos de procesamiento paga normalmente por procesar su café (Por libra):

a) *Trillado* =

De L.1.50 a L.2.00 \_\_\_\_ de L.2.01 a L.2.25 \_\_\_\_ de L.2.26 a L.2.50 \_\_\_\_

Más L,2.50 \_\_\_\_

b) *Tostado* =

Menos de L.8.00 \_\_\_\_ de L.8.01 a L.10.00 \_\_\_\_ de L.10.01 a L.13.00 \_\_\_\_

Mas L13.00 \_\_\_\_

c) *Molido* =

De L.1.50 a L.2.00 \_\_\_\_ de L.2.01 a L.2.25 \_\_\_\_ de L.2.26 a L.2.50 \_\_\_\_

Mas L,2.50 \_\_\_\_

d) *Empacado, (En bolsa Convencional con Válvula gaseadora)* =

Menos de L.10.00 \_\_\_\_ de L.10.01 a 12.00 \_\_\_\_ de L.12.01 a L.15.00 \_\_\_\_

Mas L.15.00 \_\_\_\_

8) ¿Le gustaría encontrar otro lugar de procesamiento de café, que le ofrezca precios justos y un buen servicio en Tegucigalpa?

Si \_\_\_\_ No \_\_\_\_

9) ¿Al existir un lugar que ofrezca mejores precios que los que ya paga por su procesamiento de café, cambiaría de proveedor del servicio?

Si \_\_\_\_ No \_\_\_\_

10) ¿Con que regularidad Procesa su café?

\_\_\_\_\_ Semanalmente.

\_\_\_\_\_ Quincenalmente.

\_\_\_\_\_ Mensualmente.



\_\_\_\_\_ Trimestralmente

\_\_\_\_\_ Semestral o Anualmente

11) ¿Por qué razones no procesa el café que produce en su finca?

**Pregunta solo para los que no procesan su café**

\_\_\_\_\_

12) Datos demográficos

Lugar donde tiene la finca

\_\_\_\_\_

Personas que dependen del productor: de 1 a 3\_\_\_\_\_ de 4 a 6\_\_\_\_\_ 7 o mas\_\_\_\_\_

***¡Muchas gracias por su colaboración!***

ANEXO 3



*Joper Cast Iron Roasters, Born to Roast Right*

<b>JOPER Roasters</b> JOÃO RODRIGUES PEREIRA, S.A. Rua Juiz Margarido Pacheco 165 S. Cactano. 4410-310 Canelas T: 00.351.22.7116410 M: 00.351.962 340 606 Nº CONT. 502894849 PORTUGAL 57 years in services <a href="http://www.joper.pt">www.joper.pt</a> / <a href="mailto:joper@joper.pt">joper@joper.pt</a>	Estimado Señor Mr. Milton Morel Honduras
---	--

REF: Suministro de 1 Tostador de café modelo BSR 15 sistema manual, 1 Tostador de café modelo BPR 15 con Perfil de tostado, 1 Molino Industrial de Café modelo 80 y 1 Máquina semiautomática de empaque	Propuesta no. 0302/19/CA	Fecha: 22.03.2019
---	--------------------------	-------------------

Estimados Señores,

Estamos haciéndole llegar como por su solicitud, nuestra propuesta para el suministro del siguiente equipo:

**1 TOSTADOR DE CAFÉ MODELO BSR 15, GAS CON SISTEMA MANUAL**

**1 TOSTADOR DE CAFÉ MODELO BPR 15 CON PERFIL DE TOSTADO, GAS**

**1 MOLINO INDUSTRIAL DE CAFÉ MODELO 180**

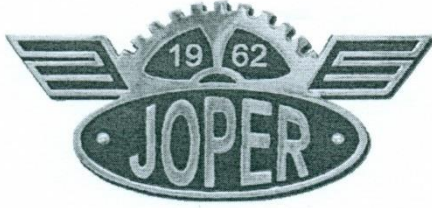
**1 MÁQUINA SEMIAUTOMÁTICA DE EMPAQUE PARA GRANO/MOLIDO**

**Capacidad de tostado por hora: 60 kg de café verde**

Cordiales saludos,

*João Paulo (Director)*

**JOPER**



Joper Cast Iron Roasters, Born to Roast Right

Propuesta no. 0302/19/CA

**1 TOSTADOR DE CAFE MODELO BSR/BPR 15**

<u>Especificaciones técnicas</u>	<u>Un</u>	<u>BSR/BPR 15</u>
Capacidad de carga (Max)	Kg/Lbs	15 / 33
Capacidad de carga (Min)	Kg/Lbs	5 / 11
Diseño de Control - tostador	-----	Manual
Capacidad por hora	Kg/Lbs	60/132
Control de flujo de aire	-----	Manual
Tiempo de tostado	Min	15-18
Perfil de tostado	-----	Opcional
Tratamiento de gases (Posquemador de humos)	-----	Opcional
Sensores de temperatura	-----	2 (temp del grano y gases de escape)
Tiempo de enfriamiento	Min	3
Tipo de enfriamiento	-----	Aire Ambiente
Dispositivo de seguridad	-----	Si
Control de llama	-----	Manual
Capacidad del quemador	Kw/Btu/hr	41/140.000
Tipo de operación (quemador)	-----	Manual
Tipo de combustible*	-----	Gas natural o propano
Presión de gas: natural propano	mbar **	20-50
	mbar	50
Requerimientos de electricidad aprox.	Amp	17
Electricidad: Voltaje/Frecuencia/Fases	V/Hz/Ph	240V/60Hz/3
Tubos de salida (flujo de aire): ventilador del tostador ventilador de enfriamiento	m <sup>3</sup> /cfm	300m <sup>3</sup> /h;176cfm
	m <sup>3</sup> /cfm	540m <sup>3</sup> /h;317 cfm
Ø Chimenea de escape (Ciclón tostador) y ventilador enfriador	mm/inch	140/5.5 (dos tubos de escape)
Peso tostador con ciclón	Kg/Lbs	630/1.389
Motor del ventilador del Tostador	Hp	1.00
Motor del ventilador del enfriador	Hp	1.00
Caja de engranajes de tambor	Hp	0.50
Caja de engranajes del refrigerador	Hp	0.25



*Joper Cast Iron Roasters, Born to Roast Right*

Propuesta no. 0302/19/CA

**Compuesto de los siguientes elementos:**

- Tolva para café verde.
- Cilindro tostador sólido en marco hierro fundido.
- Tapas frontales y traseras en hierro fundido.
- Horno generador de calor con quemador de gas plano (18 elementos), con sistema manual de modulación.
- Manta de aislamiento para altas temperaturas.
- Transductor de presión para controlar la presión del gas en el PLC de shop roasters modelo BPR
- Enfriador con una puerta de salida y brazos motorizados.
- Ciclón separador (tostador).
- Ventilador de tostado grande con motor de 1.5 hp.
- Ventilador de enfriamiento grande con motor de 1.5 hp.
- Dispositivo de seguridad.
- Panel de control eléctrico.
- 2 Pantallas digitales de temperatura, vidrio visor y tubo de muestreo son provistos para permitir que el proceso de tostado sea monitoreado todo el tiempo.
- Temporizador de tostado.
- Alarma sonora.
- 2 Termocuplas: Temperatura del grano; Temperatura de la salida de aire.
- Color: Negro y cubierta de acero inoxidable.
- Gas propano o Natural
- Voltaje: 240v 60 Hz 3 fases
- 4 Motores eléctricos
- Apagador de flujo de aire 0-100%, control manual.

<b>PRECIO: 1 Tostador de café BSR 15</b>	<b>€ 21.021,00*</b>
<b>PRECIO: 1 Tostador de café BPR 15</b>	<b>€ 29.872,00</b>

**\* El tostador BSR 15 puede ser preparado para el ARTISAN o CROPSTER- tiene un incremento de 549€.**



**BSR OPERATING PANEL**



**BPR OPERATING PANEL**



*Joper Cast Iron Roasters, Born to Roast Right*

Propuesta no. 0302/19/CA

**1 MOLINO DE CAFÉ INDUSTRIAL MODELO 180:**

Con la capacidad de molienda de 300 hasta 350 kg/hora, discos de molienda refrigerados por aire, la tolva con una capacidad de 30 kg, la molienda de acero especial de Ø 180 mm, motor de 5.5 HP 240V trifásico 60 Hz, reglamentación para ajustar el grado de molienda, tubo de descarga directa, panel de control eléctrico.

**Detalles técnicos :**

- Potencia del motor: 4 kW/ 240V trifásico 60 Hz con arranque manual
- Producción media de café por hora: 300 - 350 kg (molienda expresso : 300 kg/hora molienda filtrada: 350 kg/hora)
- Capacidad de la tolva : 30 kg
- Diámetro de la tolva: 180mm
- Peso neto: 150 kg
- Sistema de refrigeración por aire de los discos de molienda
- Molienda uniforme
- Regulación para ajustar el grado de molienda
- Los discos de molienda pueden ser afilados
- Motores diseñados especialmente con ventilador de refrigeración de funcionamiento continuo
- Limpieza y mantenimiento fáciles
- Salida directa lateral
- Mantenimiento y limpieza
- Dimensiones: 50 x 57 x 160 cm (longitud x anchura x altura)



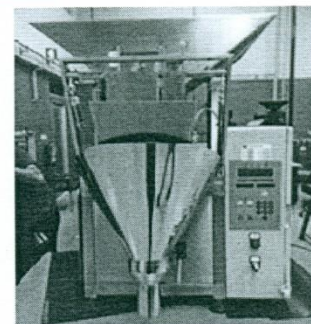
**PRECIO: 1 Molino de café 180**

**€ 7.150,00**

**1 MÁQUINA SEMIAUTOMÁTICA DE EMPAQUE para grano/molido**

**Compuesta de los siguientes elementos:**

- Estructura de acero inoxidable.
  - Vibradores.
  - 1 Tolva de pesaje
  - Célula de carga.
  - Controlador de Peso.
  - Estructura de soporte y bandeja incorporada acero inoxidable.
  - Interruptor de encendido / apagado.
  - Cono de descarga en acero inoxidable.
  - Estructura de soporte especial con una bandeja, tanto en acero inoxidable.
  - Indicadores digitales de temperatura.
- (Ponderaciones semiautomáticas/Coeficientes correctores automáticos)



**PRECIO: 1 Máquina semiautomática de empaque**

**€ 14.000,00**

**NOTA: esta máquina funciona con bolsas prefabricadas.**

**ARRANQUE, VERIFICACIÓN Y FORMACIÓN DEL EQUIPO:** no incluido.



*Joper Cast Iron Roasters, Born to Roast Right*

Propuesta no. 0302/19/CA

**EMPAQUE PARA TRANSPORTAR EL EQUIPO**

**PRECIO: Empaque para transporte: € 900,00**

**TRANSPORTE en CIF por vía marítima:**

Flete marítimo en CIF desde fábrica de Joper en Portugal hasta **Puerto Cortes, Honduras** incluyendo seguro de mercancía durante el viaje.

**PRECIO: Transporte marítimo CIF Puerto Cortes, Honduras € 1.350,00**

\* Este es un precio estimado. Puede sufrir alteraciones antes de cargar la mercancía debido a cambios de las tarifas de gasoil.

**TIEMPO DE ENTREGA Canelas- Portugal**

6-8 semanas (aproximadamente) luego de colocada la orden de compra y recibido el pago inicial – BSR  
9-11 semanas (aproximadamente) luego de colocada la orden de compra y recibido el pago inicial – BPR  
Sin embargo, el tiempo de producción se revisará cuando el cliente formalice el pedido.

Por favor notar que sólo podemos empezar la producción después de recibir toda la información que solicitamos (Planilla del cliente y aprobación de layout).

**Breve demostración del precio del Equipo – BSR 15:**

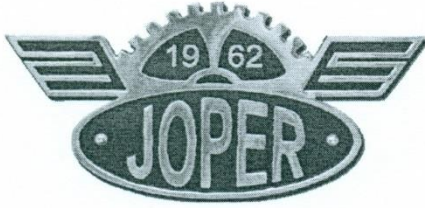
Descripción del Equipo	Monto en Euros
1 Tostador de café modelo BSR 15 sistema manual	21.021,00
1 Molino de café industrial modelo 180	7.150,00
1 Máquina semiautomática de empaque	14.000,00
Empaque para transporte	900,00
Transporte marítimo CIF Puerto Cortes, Honduras	1.350,00
Costos administrativos	200,00
<b>Monto total CIF</b>	<b>€ 44.621,00</b>
<b>Tostador preparado para Cropster o Artisan</b>	<b>549,00</b>

**Breve demostración del precio del Equipo – BPR 15:**

Descripción del Equipo	Monto en Euros
1 Tostador de café modelo BPR 15 con perfil de tostado	29.872,00
1 Molino de café industrial modelo 180	7.150,00
1 Máquina semiautomática de empaque	14.000,00
Empaque para transporte	900,00
Transporte marítimo CIF Puerto Cortes, Honduras	1.350,00
Costos administrativos	200,00
<b>Monto total CIF</b>	<b>€ 53.472,00</b>

**EXTRAS DE LA PROPUESTA Y SUMINISTRO**

Arranque, verificación y formación de todo el equipo, viajes de ida y vuelta de los técnicos Joper, hotel y alimentación durante la eventual estadía de los técnicos Joper, transporte local del técnicos, computador (BPR 15), conexión del quemador del tostador por un técnico de gas, instalación de la



*Joper Cast Iron Roasters, Born to Roast Right*

**Propuesta no. 0302/19/CA**

línea de gas, chimeneas, apertura de los orificios en el techo para las chimeneas y sellado de ellos después de instalados, herramientas para el ensamblado, cualquier material adicional necesario para efectuar el trabajo, cualquier renta de equipo adicional, fletes, costos por taller de máquinas. Costos o tasas por licencias y/o permisos, cambio/reparaciones a edificio o sitio de instalación, de albañilería, remoción/bote de escombros, partes y materiales no requeridos. Cable para suministro de energía desde el panel principal de la planta hasta el panel de control del tostador. Impuestos. Aislamiento necesario y materiales de aislamiento. Permisos locales. Monta-cargas. Grúas. Todas las tuberías de escape y todo aquello no especificado en esta propuesta.

**FORMA DE PAGO**

30% para confirmar la orden de compra mediante transferencia bancaria.

70% antes del embarque mediante transferencia bancaria.

Los cargos bancarios en cualquier fase relacionados a las transferencias, correrán por cuenta del cliente

Banco: BPI - Sucursal: Canelas – Vila Nova de Gaia - Portugal

Beneficiario: Joao Rodrigues Pereira, S.A.

Iban: PT 50 0010 0000 64555960001 57

Swift code: BBPIPTPL

**- GARANTÍA DEL EQUIPO (2 años).**

**PARTES MECÁNICAS:** Dos años contra eventuales defectos de fabricación.

**PARTES ELÉCTRICAS:** De acuerdo con la garantía suministrada por cada marca.

*Cualquier modificación introducida en el tostador de café durante o después de su instalación puede anular su garantía*

**VALIDEZ DE ESTA PROPUESTA: 30 días**

Cordiales saludos,

João Paulo ( Gerente General )

[joapaulo@joper.pt](mailto:joapaulo@joper.pt)

**Confirmación / Cliente: Fecha:**

**JOPER**

## ANEXO 4

Cliente	<b>CONSUMIDOR FINAL</b>			Fecha	18 - marzo - 2019	
Atencion				Ejecutivo	<b>Gustavo Cruz</b>	
Tiempo de Entrega	<b>1 mes</b>				<a href="mailto:gustavo.cruz@imprexhn.com">gustavo.cruz@imprexhn.com</a>	
					Cel: 3190-0725	
Forma de Pago	<b>50% anticipo 50% contra entrega</b>					
Cantidad	Descripción	Medidas		Unidad de Medida	Precio Unitario	Total
		Ancho	Alto			
1	kiosko de centro comercial	2,5	2,5	mt	L. 75.000,00	L. 75.000,00
Notas:				<b>Gravado</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	Subtotal
					<input type="checkbox"/>	I.S.V. (15%)
						<b>TOTAL</b>
						L. 75.000,00
						L. 11.250,00
						L. 86.250,00

## ANEXO 5

Proveedor	Dirección	Teléfono	Descripción
Comsa	Marcala, la Paz, Honduras	2764-4736	Café orgánico en pergamino seco
Finca Urquía	Marcala, la Paz, Honduras	2764-4628	Café orgánico en pergamino seco
Inter-Americana	San Pedro sula, Cortez, Honduras	2508-2558	Bolsas para café
Bolsas y empaques	Comayagua, Honduras	8829-4478	Bolsas para café
Grupo Q	Tegucigalpa, Honduras	2290-3747	Chevrolet N300
Grupo Roble	Mall Multiplaza, Tegucigalpa, Honduras	2275-9364	Arrendamiento Kiosco
Cascadas Group	Mall las Cascadas, Tegucigalpa, Honduras	2275-9364	Arrendamiento Kiosco
Corporación Lady Lee	City Mall, Tegucigalpa, Honduras	2512-6000	Arrendamiento Kiosco
Imprex	Tegucigalpa, Honduras	3190-0725	Elaboración de Kioscos
Joao Pereira S.A.	Portugal	351-227-116-410	Maquinaria de procesamiento