



FACULTAD DE POSTGRADO

TESIS DE POSTGRADO

**“CAFÉ SUREÑO”: ANÁLISIS DE PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ EN LA ZONA SUR DE
HONDURAS**

SUSTENTADO POR:

KENETH ALBERTO COELLO

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

**TEGUCIGALPA M.D.C, FRANCISCO MORAZAN,
HONDURAS C.A.**

OCTUBRE DE 2015

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

UNITEC

FACULTAD DE POSTGRADO

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR

LUIS ORLANDO ZELAYA MEDRANO

SECRETARIO GENERAL

ROGER MARTINEZ MIRANDA

VICERRECTOR ACADÉMICO

MARLON BREVÉ REYES

DECANO DE LA FACULTAD DE POSTGRADO

**“CAFÉ SUREÑO”: ANÁLISIS DE PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ EN LA ZONA SUR DE
HONDURAS**

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

**ASESOR METODOLÓGICO
MANUEL GOMEZ**

**ASESOR TEMÁTICO
ADALBERTO MENDEZ**

**MIEMBROS DE LA TERNA:
MARIO GALLO SANDOVAL
JORGE CENTENO**

© Copyright 2015
Keneth Alberto Coello Medina

Todos los derechos son reservados



FACULTAD DE POSTGRADO

“CAFÉ SUREÑO”: ANALISIS DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ EN LA ZONA SUR DE HONDURAS

AUTOR:

KENETH ALBERTO COELLO MEDINA

RESUMEN

El presente trabajo de investigación está enfocado a determinar el grado de pre-factibilidad de una empresa dedicada a cultivar, producir y comercializar café en la zona sur de Honduras, esta empresa tendría su espacio físico entre los departamentos de El Paraíso y Choluteca en la región sur de Honduras considerado como uno de los motores de la economía nacional, de igual forma el café es uno de los productos de mayor comercialización a nivel mundial y especialmente es un producto que se cultiva de forma tradicional en Honduras con altos estándares de calidad y muy aceptado a nivel internacional. Este proceso es vital para todo proyecto inicial de inversión ya que pretende dictar la pauta y considerar posibles riesgos implícitos y asociados al negocio y con esto determinar los niveles de rentabilidad y factibilidad para un inversionista que quiera iniciar este proyecto. Se trabajó con una metodología de investigación con un método mixto y un diseño no experimental de los fenómenos. En conclusión se determinó que la producción de café puede darse en zonas cálidas como frías donde influye en gran medida aspectos como altitud, clima, suelo. En su mayoría la producción es vendida a intermediarios los que pueden ser exportadores o no, este estudio resulto factible desde el punto de vista financiero.

Palabras Claves: Café, calidad, consumo, inversión y Producción.



GRADUATE SCHOOL

"SUREÑO COFFEE": ANALYSIS OF PRODUCTION AND MARKETING OF COFFEE IN THE SOUTH OF HONDURAS

AUTHOR:

KENETH ALBERTO COELLO MEDINA

ABSTRACT

The present research is focused on determining the degree of pre-feasibility dedicated to cultivate and produce coffee in southern Honduras and then sell it to other companies engaged in the export of the same, the company would have its space physicist between the departments of El Paraíso and Choluteca in the southern region of Honduras considered as one of the engines of the national economy, just as it is one of the biggest marketing products worldwide and is a product specially grown traditionally in Honduras with high quality standards and widely accepted internationally. This process is vital for all initial investment project as it seeks to dictate the pattern and consider possible implicit and risks associated with this business and determine the levels of profitability and feasibility for an investor who wants to start this project. We worked with a research methodology with a mixed method and experimental design no phenomena. In conclusion it was determined that coffee production can occur in warm and cold areas where greatly influences aspects such as altitude, climate, soil. Mostly the production is sold to intermediaries who may be exporting or not, this study was feasible from a financial point of view.

Keywords: Coffee, consumption, investment, Production and quality.

DEDICATORIA

Dedico la culminación de este trabajo a Dios quien me ha guiado y me ha brindado la fortaleza y sabiduría para culminar con éxito la maestría. A mis padres, hermanos y mi novia que en todo momento me han mostrado su apoyo y han sido vitales para este proceso. Y en especial a mi querida abuela paterna se lo dedico de todo corazón.

AGRADECIMIENTOS

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

Al Doctor Manuel Gómez por su apoyo incondicional para la elaboración y preparación de esta tesis. Al Licenciado Adalberto Méndez por compartir sus conocimientos, su tiempo y consejos durante este proceso. Y en general a todo el cuerpo de docentes que brindaron su apoyo desde el primer día que inicié este reto.

Kenneth Alberto Coello Medina

ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	xiii
CAPITULO I PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN.....	1
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.....	5
1.4 OBJETIVOS DEL PROYECTO.....	5
1.4.1 OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	6
1.5 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.....	6
1.6 JUSTIFICACIÓN.....	7
CAPITULO II MARCO TEÓRICO.....	8
2.1 ANÁLISIS DE LA SITUACION ACTUAL.....	8
2.1.1 ANÁLISIS DEL MACROENTORNO.....	8
2.2 ANÁLISIS DEL MICRO-ENTORNO.....	14
2.2.1 PRODUCCIÓN DE CAFÉ EN HONDURAS.....	14
2.3 TEORIAS DE LA COMERCIALIZACIÓN.....	20
2.3.1 COMERCIALIZACIÓN INTERNA.....	22
2.4 PRINCIPIOS DE UNA INVERSIÓN.....	22
2.5 MATERIALES Y MÉTODOS DE PRODUCCIÓN.....	26
CAPITULO III METODOLOGÍA.....	28
3.1 METODOLOGÍA.....	28
3.1.1 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	28
3.2 ENFOQUES Y MÉTODOS.....	30
3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	31
3.3.1 POBLACIÓN.....	32
3.3.2 MUESTRA.....	32
3.3.3 UNIDAD DE ANÁLISIS.....	33

3.4 TECNICAS E INSTRUMENTOS APLICADOS.....	33
3.4.1 PROCEDIMIENTOS	34
3.5 LIMITANTES DEL ESTUDIO.....	34
CAPITULO IV RESULTADOS Y ANÁLISIS.....	34
4.1 RESULTADO DE ENCUESTAS.....	35
4.2 BENCHMARKING.....	38
4.3 ENTREVISTA.....	41
CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	46
5.1 CONCLUSIONES.....	46
5.2 RECOMENDACIONES.....	47
CAPITULO VI: APLICABILIDAD.....	47
6.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO.....	47
6.2 INTRODUCCIÓN AL PRODUCTO.....	48
6.3 DESCRIPCIÓN PLAN DE ACCIÓN.....	49
6.3.1 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA.....	49
6.3.2 DEFINICIÓN DEL MODELO DE NEGOCIOS.....	50
6.3.3 PROPIEDAD INTELECTUAL.....	51
6.3.4 ANALISIS FODA	51
6.3.5 ESTRUCTURA EMPRESARIAL.....	52
6.3.6 ESTRATEGIA COMERCIAL.....	54
6.3.7 INSTALACIONES Y MAQUINARIA.....	58
6.4 ESTUDIO TÉCNICO.....	59
6.4.1. IMPACTO SOCIAL:.....	62
6.4.2 ANÁLISIS LEGAL.....	62
6.5 ESTUDIO FINANCIERO.....	63
6.5.1 INVERSIÓN INICIAL.....	63
6.5.2 PROYECCIÓN DE VENTAS.....	64
6.5.3. PRESUPUESTO DE GASTOS.....	65
6.5.4 DISTRIBUCIÓN DE COSTOS.....	67
6.5.5 DEPRECIACIÓN	67
6.5.6 ESTADO DE RESULTADO PROFORMA.....	69
6.5.7 AMORTIZACIÓN DEL PRESTAMO.....	71

6.5.8 ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO.....	71
6.5.9 BALANCE GENERAL	73
BIBLIOGRAFIA	75
ANEXOS.....	78

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Zonas de Producción de café.....	17
Tabla 2 Características y Generalidades Cafetaleras en Honduras.....	19
Tabla 3: Matriz Variables.....	27
Tabla 4 Operacionalización de las variables.....	29

CAPITULO I PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

Al iniciar un proyecto de inversión, es necesario realizar un estudio de pre factibilidad; el cual pretende dar una explicación breve de la investigación sobre la multitud de factores o variables que podrían poner en riesgo o afectar al proyecto, así como de los aspectos legales que imposibilitarían iniciar el mismo en determinada zona. De igual forma, se deben investigar las diferentes técnicas para poder producir el bien o servicio bajo estudio y las posibilidades de adaptarlas a una región determinada considerando sus propias características.

1.1. INTRODUCCIÓN

Para todo inversionista o proyectista el crear o instalar una empresa requiere de una serie de procesos y la decisión final depende de factores como ser mayor rentabilidad, niveles de crecimiento y expansión, riesgos implícitos y costos asociados.

Al momento de crear una empresa, el principal objetivo es la rentabilidad que le pueda generar la inversión que realizarían los interesados en la compañía ya que es el fin principal de toda empresa (maximizar en mayor medida las ganancias de los dueños del proyecto), en ciertos casos de inversión se pretende postergar como mínimo a un mediano plazo la vida de un proyecto de inversión, y es importante hacer una debida planificación de la misma para asegurar el éxito financiero del negocio a largo plazo y con esto garantizar el negocio en marcha.

Un erróneo o inadecuado análisis financiero puede provocar pérdidas económicas para los inversionistas, por ende esta herramienta es vital para la toma de decisiones y para decidir si se debe aperturar un nuevo negocio.

La idea central de este estudio se basa en la realización de un análisis de pre factibilidad sobre la producción y comercialización de café producido en la zona sur de Honduras. La idea surge como una propuesta para dar inicio a las operaciones de una empresa que se dedique al cultivo y producción de café. Se analizaran aspectos desde el macro entorno

económico del café hasta concentrarnos propiamente en Honduras, se pretende determinar las principales zonas de producción de café en el país y cuáles son los métodos empleados para maximizar la producción y con esto garantizar una rentabilidad atractiva para cualquier inversionista.

En el capítulo I se aborda el planteamiento principal del problema que es la necesidad de generar nuevos proyectos en la zona sur que impulsen esta región aunado a la alta demanda de café, por lo que se propone la creación de una empresa productora y comercializadora de este grano.

En el capítulo II se expone sobre la historia del café y sus principales propiedades, los países a nivel mundial que ostentan el grado de principales productores, se abordó el sector micro a nivel de Honduras conociendo las zonas de producción de café así mismo la etapa de producción y la viabilidad técnica en la región sur.

El siguiente capítulo describe la parte de la metodología empleada en la investigación así como el diseño utilizado, la población y muestra, técnicas y procedimientos aplicados.

El capítulo IV muestra el análisis de los instrumentos empleados para generar información veraz para la toma de decisiones así como conocer gustos y preferencias de los consumidores y la entrevista con un productor de la zona sur del país.

En el capítulo V se formulan las conclusiones y recomendaciones del estudio basado en el análisis de capítulos posteriores así como de los instrumentos utilizados.

El capítulo VI se plantea el método de aplicabilidad del proyecto mediante la puesta en marcha de esta empresa así como el estudio financiero respectivo.

1.2. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

Aun cuando Honduras se ha caracterizado por ser un país eminentemente agrícola a lo largo de su historia, reporta un decrecimiento o estancamiento de las empresas que se dedican al cultivo, procesamiento y comercialización de café considerando que es una producción que aporta gran parte de los ingresos al Producto Interno Bruto. (IHCAFE, 2014)

El café es uno de los productos tradicionales de alta demanda en el mercado nacional e internacional (BHC, 2015), sustentado por la sociedad empresarial que sostiene que es un producto de comercialización altamente rentable.

El café es uno de los productos considerado como vital en la dieta de los hondureños. En la actualidad en la zona sur del país no se cuenta con plantas procesadoras altamente tecnificadas que puedan dar renombre a la zona y que puedan impulsar la región por lo que surgió la idea de invertir en una planta de producción que será denominada “Café Sureño” la cual es una marca nueva en el mercado que a la fecha no ha sido lanzada. No existe una diferenciación en los precios del café en la zona sobre todo por los costos que incurren los productores al no poseer equipo tecnificado para el procesamiento, por lo que si se contara con un equipo técnico se podría generar una producción masiva lo que reduciría los costos y a su vez posicionar la marca en el mercado para en un futuro considerar su posterior exportación.

1.3. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

1.3.1 ENUNCIADO DEL PROBLEMA

En vista del auge en el consumo y comercialización que está teniendo el café como un producto de consumo masivo en muchos países entre ellos Honduras (cuyo crecimiento de este rubro fue de un 7.8% para el mes de junio del presente, por la entrada al proceso productivo de algunas fincas. Índice Mensual de Actividad Económica IMAE, Junio 2015), surgen ideas para la creación de una empresa que produzca y venda este producto.

Adicionalmente Honduras cuenta con una amplia experiencia en la exportación de café al mercado internacional (como se observa en la figura No 1), las primeras exportaciones se dieron en el año económico de 1888-1889 impulsada por la empresa Valladares y Cía. Originaria de Amapala su destino principal era Inglaterra, el café es un producto de consumo tradicional para muchos países extranjeros. (Central de Cafetaleras de Honduras, 2012).

Figura 1: Reseña histórica de exportaciones de café en Honduras.

Reseña Histórica: Últimos 10 años de exportación



Fuente: Central de Cafetaleras de Honduras

Actualmente Honduras es el séptimo productor a nivel mundial y primero a nivel regional. El Café se produce en 50 países a nivel mundial es uno de los productos que contribuye al desarrollo socioeconómico y al alivio de la pobreza es de importancia económica excepcional para los países exportadores ya que algunos se basan en el grano para la obtención de su mayor parte de ingresos. Alrededor del 70% del café mundial lo producen pequeños productores y sus familias (IHCAFE, Informe Anual Estadístico, 2013)

El departamento de El Paraíso es una región de mucha relevancia interna y en vías de un proceso de cambio tecnológico y desarrollo social, cuenta con atractivos turísticos y zonas aptas para el desarrollo comercial. Centrados especialmente en el contexto cafetalero, es una zona idónea para su procesamiento, actualmente se cultiva café en este sector pero carece, como sucede con todo el sector agrícola, de procesos de tecnificación adecuados y accesos a financiamientos que impulsen en gran manera este importante producto, considerando que el café puede cultivarse tanto en ambientes cálidos como a temperaturas más bajas, por la cercanía que existe con la capital de la Republica y principales aduanas del país, se presenta atractiva la opción de montar este tipo de empresas que aporten beneficios considerables para el desarrollo de la zona y en general del país.

En nuestro país existe basta información y datos que reflejan la producción que se ha generado en los últimos años, así mismo existen registros de 270,000 Hectáreas producidas para el año 2014 (Deras Sandoval, 2014). Existen varios productores que se dedican exclusivamente a cosechar el grano y venderlo a otras empresas, que a su vez lo exportan como intermediarios.

Considerando también que el mercado es basto para poder participar debido a la variedad de preferencias y gustos de los consumidores, se plantea como una oportunidad de negocio por lo que se propone iniciar el proyecto de análisis sobre la producción y comercialización de Café en Honduras. Siendo esta una empresa que se dedicará al cultivo, procesamiento, comercialización de este importante grano.

En la actualidad la producción de café para exportación dejan a Honduras ingresos por \$1,000 millones de dólares representando un incremento del 25% en relación a la cosecha del 2014 (IHCAFE, 2015).

1.3.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.

La zona sur-oriente del país es uno de los motores de la economía interna, sin embargo no han surgido nuevos proyectos que impulsen esta región aprovechando los recursos naturales, ambientales y la accesibilidad de la misma. Actualmente Honduras y otros países del mundo viven un proceso de crecimiento poblacional bastante elevado que trae consigo entre otras cosas mayor demanda de productos, esto abre las opciones de incrementar la producción nacional aprovechando la variedad de gustos y preferencias de los consumidores junto con los incentivos o beneficios comerciales que trae consigo el Café, por estas oportunidades se propone la creación de una empresa dedicado al rubro del cultivo y comercialización del mismo en donde se aprenderá y conocerá los procesos en los que se incurre y determinar si es viable y rentable ejecutar este proyecto.

1.4 OBJETIVOS DEL PROYECTO

Determinar la pre-factibilidad de una empresa productora y comercializadora de café en la zona sur-oriente para el consumo interno.

1.4.1 OBJETIVOS ESPECIFICOS.

- ✓ Identificar las zonas de plantación dedicadas a la producción de café en Honduras.
- ✓ Analizar la demanda de café en el mercado nacional así como gustos y preferencias de los consumidores.
- ✓ Determinar los métodos tecnológicos actuales para la producción de café que incrementaría la rentabilidad del negocio
- ✓ Determinar el impacto financiero que generaría este proyecto.
- ✓ Identificar el proceso que se sigue para poder operar en Honduras al igual que los requisitos necesarios para ello.

1.5 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

- ✓ ¿Cuáles son las regiones propicias para el cultivo y comercialización de café a nivel nacional?
- ✓ ¿Cuáles son los principales gustos y preferencias de los consumidores de café que determinan en gran medida su decisión de consumo?
- ✓ ¿Qué métodos se pueden emplear para maximizar la rentabilidad y producción de café?
- ✓ ¿Cuál es el periodo óptimo necesario para la producción de café?
- ✓ ¿Cuál será la inversión económica inicial para poder llevar a cabo este proyecto?
- ✓ ¿Cuáles son los requisitos necesarios para aperturar una empresa nueva en Honduras?

1.6 JUSTIFICACIÓN

El café es uno de los productos internos que tiene gran relevancia social y económica en la población hondureña sobretodo en el sector agrícola cuya participación de valor agregado es de un 29% mientras que su contribución al producto interno bruto alcanza un 6.5% (Centro Latinoamericano para la Competitividad y el Desarrollo Sostenible, 1999)

Es el principal producto que aporta al PIB nacional produciendo una cantidad importante de divisas y además genera continuamente una cantidad de empleos muy relevantes para la sociedad, todo esto aunado al crecimiento poblacional y a la demanda del mismo por la alta calidad del grano hondureño hacen que el café sea uno de los más apetecidos, considerando esta conjugación de variables, es relevante poder realizar el presente estudio de factibilidad para impulsar el crecimiento de Honduras.

Este proyecto pretende medir los niveles de aceptación del producto agrícola tradicional como ser el café producido en Honduras en el mercado nacional, particularmente su mercado meta sería la región sur-oriente del país con posibilidades de expansión en el futuro inmediato. Aprovechando las nuevas tendencias de los consumidores que ven, en los productos enteramente naturales lo necesario para la alimentación diaria.

Con el aumento de la producción de café se obtendría una oportunidad de crecimiento en las fuentes de trabajo, entrada de divisas, generaría un mayor desarrollo de la agricultura, considerando que el café es uno de los principales productos y de gran importancia en nuestro país reactivaría la economía e impulsaría a posicionar la marca de Honduras en mercados internacionales.

El Instituto Hondureño de Café, cuenta con los registros de las empresas y pequeños productores que se dedican a producir café, de igual forma en su base de datos se detallan cifras relevantes sobre este producto para los últimos años (IHCAFE, 2014).

En nuestro país se encuentran obstáculos para el desarrollo de nuevos proyectos agrícolas, como ser la falta de financiamientos crediticios, debido a que los créditos que otorgan los bancos se dirigen especialmente a impulsar el negocio empresarial y corporativo y a sectores no transables como ser los rubros de construcción y comercio. (Agosín, Machado & Nazal, 2004).

Por ello es importante hacer un amplio análisis económico de la inversión requerida para llevar a cabo este proyecto, ya que esta es exigida por las instituciones financieras e inversionistas al momento de efectuar un préstamo o un aporte de capital.

En lo que corresponde al consumo per capital del café a nivel mundial, sobresalen países europeos como el caso de Luxemburgo que en el año 2008 tuvo un consumo de 25.55 kg por habitante en el año, en el caso nuestro en Honduras el consumo per capital es de 3.77 kg por habitante (Organización Mundial de Café).

CAPITULO II MARCO TEÓRICO

2.1 ANÁLISIS DE LA SITUACION ACTUAL

2.1.1 ANÁLISIS DEL MACROENTORNO

2.1.1.1 HISTORIA DEL CAFÉ

El café es una bebida que se obtiene de tostar las semillas de la propia planta denominadas cafetos que son arbustos de las familias de las Rubiáceas es una de las primeros plantas descubiertas por el hombre.

“La historia del café se remonta a épocas primitivas se plantea que es nativa de Abisinia, posiblemente de la región de Kaffa de donde proviene su nombre Kahwa o Cahwe” (Flores, 1964).

“El origen del café arábico, se considera que fue, al igual que la mayoría de las especies descritas, en las tierras altas de Etiopía y Sudán, África, situadas a más de 1000 msnm,

cerca del Lago Tana (UNESCO, 2010). En esa región crece en estado silvestre y sub-silvestre y presenta una amplia variedad de tipos de cafés que han sido trasladados a numerosos países, constituyendo un acervo invaluable y una fuente incalculable y poco explotada de variabilidad genética, que puede ser aprovechada en las variedades cultivadas”.

La planta cuenta con sus hojas opuestas de color verde, con márgenes lisos. Sus flores son de color blanco y aromático. Sus frutos son muy similares a una cereza cuentan con el color rojo y similares dimensiones esto depende de la evolución que ha tenido esta planta a lo largo del tiempo, cuando el café se cosecha (generalmente en las últimas semanas del periodo de cosecha para no maltratar el palo) el color natural es el verde, posteriormente este se madura tapándolo con un plástico, generalmente otros productores tratan de cosechar el café color uva para evitar el menor porcentaje de daño en la despulpadora. La característica de este tipo de café es que al contener una solo semilla el fruto tiene una apariencia más grande ya que cuenta con todo el espacio disponible para crecer.

Existen aproximadamente 40 diferentes tipos de plantas de café pero la que sirve para realizar la bebida de café solo son tres plantas: el cafeto de Arabia, el cafeto robusto y el cafeto liberica.

El café puede sembrarse en diversos tipos de climas tanto fríos como cálidos, en los climas fríos donde el clima es menor a 19 grados no se desarrolla muchas variedades de café, su producción es menor y existe cosecha a lo largo del año. Mientras que en climas calientes como la zona sur donde la temperatura es mayor a 22 grados la vida productiva de la planta es menor, la cosecha es más rápida y concentrada. Para el cultivo del café son más importantes las buenas condiciones del suelo que su fertilidad.

“El cafeto, para su desarrollo y producción, necesita de nutrientes en cantidades adecuadas y en forma balanceada, de esto se deriva la importancia de conocer las condiciones de los suelos cultivados con cafetos o por cultivarse, así como también los requerimientos nutritivos para las actividades fisiológicas del cafeto.” (Coste, R, & Ripoll, 1975).

El período de cosecha inicia en los meses octubre a marzo dependiendo de la altitud y esto incide en los resultados financieros y económicos de los productores, en las zonas altas

principalmente, ya que ellos hacen el corte en tiempo seco, en tanto que en fincas bajas ocurre en época lluviosa o muy húmeda que puede ocasionar caída del café por dificultades en la recolección. En la bolsa de valores el precio internacional del café es más próspero durante el período marzo-junio.

Se conocen de igual manera los beneficios nutricionales que aporta una taza de café al día ya que contiene cantidades insignificantes de calorías por lo que no causa el aumento de peso que es un tema muy importante para la sociedad de hoy en día, se destaca la presencia de minerales como el calcio y fósforo. También se destaca la presencia de vitaminas ideales para el funcionamiento neuromuscular del cuerpo. (Segura, 1992)

“El orden de nutrientes que aporta el café se puede segmentar de la siguiente manera: potasio, nitrógeno, calcio, magnesio, fósforo y azufre” (Segura 1992, Carvajal 1984).

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

2.1.1.2 CONSUMO DE CAFÉ

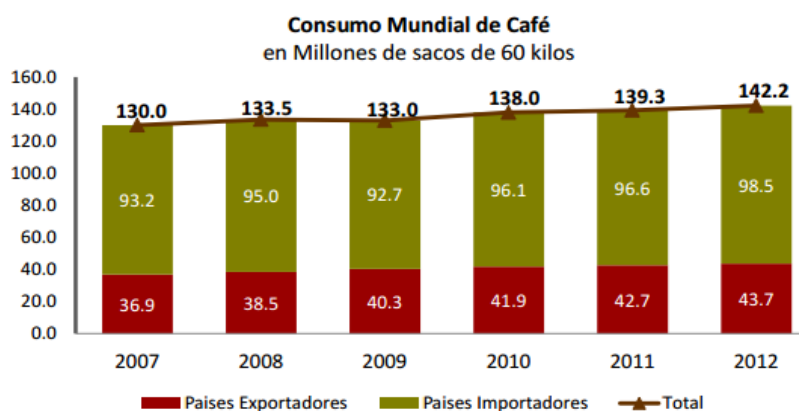
En la actualidad el café se consume a nivel mundial como parte de la dieta alimenticia de las personas, por cambios en los gustos de los consumidores ha tomado auge el consumo del grano para su procesamiento.

Alrededor del 70% del café mundial lo producen 25 millones de pequeños agricultores y sus familias, el café es una importante fuente de ingresos en efectivo y ocasiona una considerable cantidad de empleo. (Organización Internacional del Café 2007, OIC).

Considerando la producción mundial de café en el año 2013, los países que representaron el 65.8% de la producción fueron Brasil que fue el de mayor participación con un 35.0%, Vietnam con el 15.1%, Indonesia 8.8% y Colombia con un 6.9%. De la producción mundial el 61.3% de la producción de café corresponde a café tipo arábica y el 38.7% restante corresponde a café tipo robusta. (IHCAFE, 2013)

Los principales exportadores de café a nivel mundial en orden de importancia son Brasil el principal exportador a nivel mundial, con una participación del 28.09%, seguido de Vietnam con una participación del 18.15%, en tercer lugar encontramos a Indonesia con el 9.65% de participación, Colombia en cuarto lugar con una participación del 8.03%, la India en cuarto lugar con un 4.7% de participación, Honduras se sitúa en la sexta posición con un 4.68% de participación en el mercado (Organización Internacional del Café, 2013).

Figura 2: Consumo de Café a nivel Mundial. (Fuente: IHCAFE 2014)



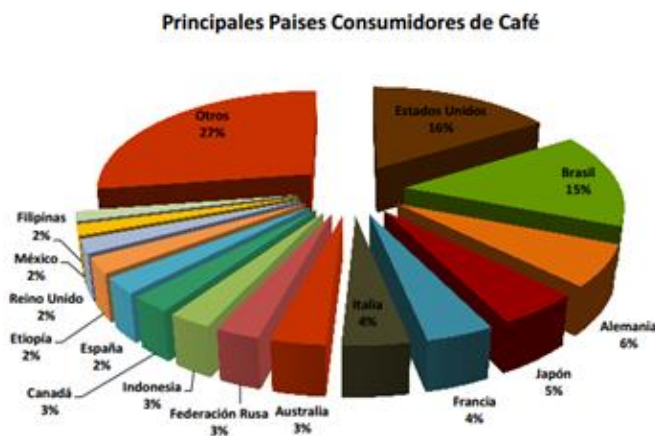
El consumo mundial de café para el año 2012 fue de 142.2 millones de sacos de 60 kilos representando un incremento del 2% en comparación a los datos del año 2011 que fueron de 139,3 millones de sacos.

En los últimos años se ha dado un incremento en el consumo mundial de café esto lo

podemos observar especialmente en la mayor parte de los países exportadores y aquellas naciones en vía de crecimiento o emergentes cuya fuente primaria de actividad económica es el sector agro. Una tendencia que se ha observado es que el mayor consumo de las personas se da fuera de casa por el ritmo de vida acelerado de los mercados globales que imposibilitan el consumo en el hogar, convirtiéndose en muchos países en una moda principalmente entre la población joven.

Los países que más consumen café a nivel mundial son Estados Unidos con una participación de 16.16% del mercado, seguido de Brasil con una participación del 14.7%, quien en los últimos años ha tenido un crecimiento sostenible y que se ve muy cercano a Estados Unidos. En tercer lugar está Alemania con un 6.42%, seguido de Japón con una participación del 5.18%. Francia en quinto lugar con un 4.21% e Italia con una participación de 4.16%, Australia 3.36%, en la octava posición se encuentra la Federación Rusa con una participación del 2.74% seguido de Indonesia con un 2.66% quien al igual que Brasil es productor de café. (IHCAFE, 2013)

Figura 3: Principales Países Consumidores de Café.



Fuente: Organización Internacional del Café (OCI)

En cuanto al precio internacional del café, una porción de los mismos son negociados en las bolsas internacionales, de igual forma existen inversionistas que para evitar la aversión al riesgo prefieren hacer usos de los instrumentos derivados que con esto garantizan en cierta medida el control de los precios.

“Los precios del café en la cosecha 2012/2013 cayeron de forma marcada en junio de 2013, afectados de forma directa por factores fundamentales ya que según los pronósticos el mercado estaba bien abastecido de café, Las expectativas de una cosecha record en un año de ciclo bienal bajo de la producción de Brasil, para la cosecha 2013-2014, junto a la recuperación en la producción colombiana, afectaron más que la epidemia de la Roya que aqueja la producción cafetalera en México y Centroamérica.” (Intercontinental Exchange ICE, 2013).

El nuevo siglo trajo consigo el comienzo de una escalada en los precios internacionales de productos agrícolas, que se explica por la interrelación de factores de oferta, como el cambio climático, el aumento en el precio de los combustibles y la mayor presión por áreas de cultivo; de demanda, como el aumento en el ingreso per cápita y la ampliación de la clase media en mercados emergentes de gran tamaño (China e India especialmente); y factores monetarios, cambiarios y del mercado de capitales. (Cano, Mejía, García, Torres & Calderón, 2012)

2.1.1.3 PRODUCCIÓN DE CAFÉ MUNDIAL

Con toda probabilidad, América Latina y el Caribe seguiría siendo la principal región productora de café en el mundo, aunque la tasa de crecimiento anual de la región pasará, según las proyecciones, del 1,7 por ciento del decenio anterior al 0,4 por ciento anual durante el período de la proyección. Su producción debería ser de 4 millones de toneladas (67 millones de sacos) en 2010, frente a 4,2 millones de toneladas (70 millones de sacos) en 1998-2000. (FAO, 2008)

Figura 4: Ranking de Producción de Café a nivel mundial

	País	Miles de sacos*		País	Miles de sacos*
1	Brasil	48,095	21	Camerún	750
2	Vietnam	18,500	22	Venezuela	700
3	Colombia	9,200	23	Rep. Dominicana	500
4	Indonesia	8,500	24	Madagascar	500
5	Etiopía	7,450	25	Guinea	450
6	India	4,733	26	Filipinas	383
7	México	4,400	27	Congo, Dem.Rep.	350
8	Guatemala	4,000	28	Haití	350
9	Honduras	3,830	29	Rwanda	333
10	Perú	3,718	30	Yemen	315
11	Uganda	3,100	31	Burundi	300
12	Costa de Marfil	2,200	32	Togo	250
13	Nicaragua	1,536	33	Bolivia	140
14	Costa Rica	1,490	34	Panamá	120
15	El Salvador	1,365	35	Cuba	108
16	Papúa Nva. Guinea	1,100	36	R. Cent. Africana	50
17	Tanzania	917	37	Timor Oriental	50
18	Ecuador	900	38	Nigeria	40
19	Kenya	850	39	Angola	35
20	Tailandia	752	40	Zimbabwe	35

*De 60 kilogramos
Fuente: International Coffee Organization Elaboración: Desarrollo Peruano

2.2 ANÁLISIS DEL MICRO-ENTORNO

2.2.1 PRODUCCIÓN DE CAFÉ EN HONDURAS.

La región Centroamericana históricamente se ha caracterizado por ser una zona particularmente agrícola, desde la concepción de imperios antiguos como los mayas donde su principal fuente de alimentación eran productos de siembra y cosecha que eran plantados en suelos fértiles aunados con un clima propicio para su tratamiento y desarrollo factores que impulsaron en gran medida este tipo de siembra.

Desde este punto de vista, Honduras se ha convertido en un país cuya economía y progreso interno gira alrededor de productos agrarios como el maíz, frijol, arroz, café entre otros.

Estos productos se han convertido en materias primas esenciales que conforman la canasta básica de la población así como un elemento clave de la economía Hondureña útil para el crecimiento de las exportaciones que impacta en la balanza de pagos y desarrollo de la nación.

El Café ingreso en Honduras en el tiempo de la colonia proveniente de Costa Rica, inicialmente se plantó en el departamento de Olancho que era una zona en auge en ese tiempo (IHCAFE, 2014)

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

Como sus principales socios comerciales se podrían mencionar los siguientes, en porcentaje de exportaciones: Estados Unidos 36.5%, Unión Europea 24%, Centro américa 22.1%, México 3.2% y el 14.2% exportaciones para los diferentes países del mundo.” (Banco Central Honduras, 2010).

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

La caficultura en Honduras continúa siendo uno de los rubros más importantes del sector agrícola. Durante el 2013 un ataque de roya abatió las fincas de café, sin embargo pese a la gravedad de la situación los caficultores documentaron una producción superior a 5.8 millones de quintales, que reportó divisas en concepto de exportaciones por el orden de US\$. 795,176,202.70 millones de dólares. Sin lugar a dudas esta importante cifra contribuyó con la estabilidad financiera del país, y obtuvo una participación del 25.1% 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 34.8% (PIB agrícola) y de 4.8% en el Producto Interno Bruto Nacional. (Informe Estadístico Anual, IHCAFE, 2013)

La caficultura se concentra (61%) en regiones montañosas de altitud media (900 – 1200 msnm.), pero también ocurre (16%) en un estrato inferior (500-900 msnm.), donde las condiciones agro-ecológicas desfavorecen la producción de café en cuanto algunas

características físicas del grano. También se produce en un estrato de mayor altitud (23%) hasta 1600 m.s.n.m. en donde tienen mayor expresión los atributos de buena calidad: (estricta altura). Estas condiciones indujeron, (a propuesta de los productores) a establecer las 12 categorías de productores según tres altitudes y cuatro formas de vender el café. (IHCAFE 2012)

La Infraestructura más necesitada en la producción de café es la de caminos de acceso. Este ha sido un factor que se ha venido atendiendo parcialmente por el gobierno central, las municipalidades y los mismos productores a través del Fondo Cafetero Nacional, con aportaciones de \$2.75 por quintal de café exportado de lo cual \$1.00 se destina al IHCAFE y el resto a programas del FCN y a las asociaciones de productores. El principal programa del FCN, es el de caminos de acceso a las zonas cafetaleras; sin embargo ha disminuido operaciones y los caminos siguen sin mantenimiento y se deterioran. Según revela el estudio hay un 38% de fincas con difícil acceso, lo cual tiene implicaciones en la estructura de costos porque encarece el transporte de las cosechas de café y es propicio al deterioro de la calidad física e inherente del mismo. Su impacto es negativo en los ingresos del productor. (Fondo Cafetero Nacional, 2014).

Otros servicios públicos que inciden en la productividad y rendimiento económico de las fincas cafeteras son los de electrificación y telefonía. Al igual que el resto del sector rural del país, estos son altamente deficitarios y están afectando en mayor grado a los productores de fincas altas, además este último servicio está prácticamente ausente en las zonas bajas. Los servicios públicos de agua domiciliaria y escuela primaria, están presentes en un 40% de las fincas, aunque en el caso del agua el productor se las arregla con fuentes locales, tanto así que la mayoría de fincas (79%) operan plantas de beneficiado con alta utilización de agua.

Actualmente persiste el cultivo de café bajo sombra en 95% de las 320,000 manzanas cultivadas en el país. Las variedades “tradicionales” Typica y Bourbon han disminuido en comparación a las variedades de porte bajo que ahora son las principales y son de alto rendimiento, como Caturra y Catuaí predominantes en zonas alta y media. Pacas predomina en zonas bajas. Typica y Bourbon aún tienen presencia significativa en las zonas altas y medias y ello es mejor desde el punto de vista de calidad y los precios recibidos por los

productores. Las nuevas variedades, resistentes a la Roya han alcanzado presencia significativa en las zonas altas y media (18%), pero deberá sustituirse por la variedad Lempira u otra ya que hay cuestionamiento en cuanto a su calidad (taza). (AHPROCAFE)

El período de cosecha se extiende desde octubre hasta marzo dependiendo de la altitud y esto hace diferencias en los resultados económicos, a favor de los productores de zonas altas principalmente, ya que ellos hacen el corte en tiempo seco, en tanto que en fincas bajas ocurre en época lluviosa o muy húmeda que puede ocasionar caída del café por dificultades en la recolección. Los precios internacionales del café por otra parte (aunque no de manera regular), pueden ser más favorables durante el período marzo-junio. Lo anterior tiene efectos en los rendimientos económicos de las fincas y se observan ligeramente mayores en altitudes alta y media.

Afecta significativamente la calidad y los ingresos el hecho de que los cortes no se hacen en completa maduración de los frutos, por ello se hace descuentos por café uva verde y además disminuye la calidad de taza.

El 90% de los productores tienen la tradición de beneficiar el café en fincas vendiéndolo como café pergamino húmedo la mayor parte. Una minoría de 6% llega a pergamino seco y para ello cuentan con estructuras de despulpado y lavado, con facilidades de secamiento, patios al sol y secadoras mecánicas. Solamente el 3% venden café en uva a intermediarios que realizan el acopio y el beneficiado del grano.

El siguiente mapa revela la posición geográfica que ocupan estas empresas en el país, como se pueda observar el número de productores es muy elevado adicionalmente a los que recientemente se han incorporado y han doblado sus ganancias, dentro de las zonas de influencia se mencionan: Copan, Opalaca, Montecillos, Comayagua, Agalta y El Paraíso. Existe una diversidad en cuanto a la ubicación de las mismas debido a que el café puede cultivarse tanto en zonas frías como cálidas por lo que se han segmentado y dispersado en todo el país.

PRODUCCIÓN CAFETALERA NACIONAL POR DEPARTAMENTO



Fuente: IHCAFE, 2015.

Tabla 1: Zonas de Producción de Café

Region	Copan	Opalaca	Montesillos	Comayagua	Agalta	El paraíso
Características de Taza:	Café con sabor a chocolate, cuerpo redondo, bien balanceado, con un postgusto sostenido.	Un café con una fina y delicada acidez, bien balanceado con sabores a frutas tropicales tales como uvas y moras, postgusto dulce y cuerpo plano.	Un café con fragancias frutales y dulces, su acidez es viva y brillante, con un sabor a naranja y durazno, creando una bebida vibrante, con un postgusto entonante y un cuerpo aterciopelado.	Un café con una dulce fragancia cítrica, su acidez es cítrica vibrante con sabores dulces y a chocolate y un cuerpo cremoso.	Café con diversos sabores a frutas tropicales con fragancia a caramelo y chocolate y postgusto dulce, su acidez es pronunciada.	Café con sabores cítricos, con una fragancia dulce, cuerpo suave y una fina acidez, con un postgusto muy sostenido.
Ubicación Geográfica:	Copán, Ocotepeque, Parte de Lempira, Cortés y Santa Barbara.	Santa Barbara, Intibucá y Lempira	La Paz, Comayagua, Santa Barbara e Intibuca.	Comayagua, Francisco Morazan	Olancho, Yoro	El Paraíso y parte de Choluteca y Olancho
Cosecha	Noviembre a Marzo	Noviembre a Febrero	Diciembre a Abril	Diciembre a Marzo	Diciembre a Marzo	Diciembre a Marzo

De todas estas cosechas no todas son destinadas a la exportación, una parte se queda dentro del país donde se han estado comercializando en diferentes presentaciones la cual ha tenido una buena aceptación dentro de los mercados mayoristas y minoristas.

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

Actualmente existe un registro de 270,000 hectáreas de café producidas a nivel nacional, estas se encuentran distribuidas tanto en zonas cálidas como frías del país, el 83% del territorio nacional es apto para el cultivo (se produce en 15 de los 18 departamentos de Honduras excluyendo únicamente a Gracias a Dios, Islas de la Bahía y Valle). La distribución por zona es la siguiente: el 45% se produce en la zona de Occidente, el 25% en el Oriente, un 20% en la zona Centro-sur del país y la diferencia en el Norte. En total se genera un total de 4.4 millones de kg de café la que es cosechada en diferentes estaciones del año dependiendo de las características de la zona, en el sur del país se cosecha entre los meses de diciembre a marzo.

Tabla 2 Características y Generalidades Cafetaleras en Honduras

Descripción	Unidades	Cantidad
Productores de café	<i>Numero de familias</i>	+ 100,000
Área de siembra con café	<i>Hectáreas</i>	270,000
Variedades de café cultivadas en	Típica, Borbon, Catuai, Caturra, Parainema,	
Producción promedio anual	<i>Sacos de 46 kg.</i>	4.4 millones
Exportación promedio anual	<i>Sacos de 46 kg.</i>	3.8 millones
Consumo Interno anual	<i>Sacos de 46Kg.</i>	500 mil
Departamentos Productores de café	<i>Numero</i>	15 de 18 (solo no se produce café en Gracias a Dios, Islas de la Bahía y Valle)
Municipios Productores de café	<i>Numero</i>	213 de 268
Tipo de café que se produce en Honduras	Arábica lavados	
Calidades de café que se produce en Honduras	Café Gourmet con características de calidad y sabor diferenciadas Strictly High Grown (SHG) a una altura mayor a los 1,300 msnm. High Grown (HG) enter 900-1300 msnm Standard (STD) hasta 900 msnm	
Principales compradores del café de Honduras	Alemania, Estados Unidos, Bélgica y Japón	
Regiones cafetaleras del país	Copán Opalaca Montecillos Azul Meambar Asalta Tropical	
Distribución porcentual de la producción en el país	Occidente: 45% Oriente: 25% Centro-Sur: 20% Norte: 10%	
Generalidades del café de Honduras	Segundo país productor de Centroamérica. 98% del café es cultivado bajo sombra 95% de la caficultura esta en manos de pequeños productores	
Importancia Socioeconómica del rubro del café en Honduras	Genera más de 1 millón de empleos directos e indirectos lo que significa más del 8% de la generación de empleos del país. Significa la generación del 22% de empleos en la zona rural Representa el 8% del PIB Nacional y casi el 30% del PIB Agrícola. Genera más de 400 millones de dólares en divisas	

Fuente: IHCAFE, 2013

2.3 TEORIAS DE LA COMERCIALIZACIÓN

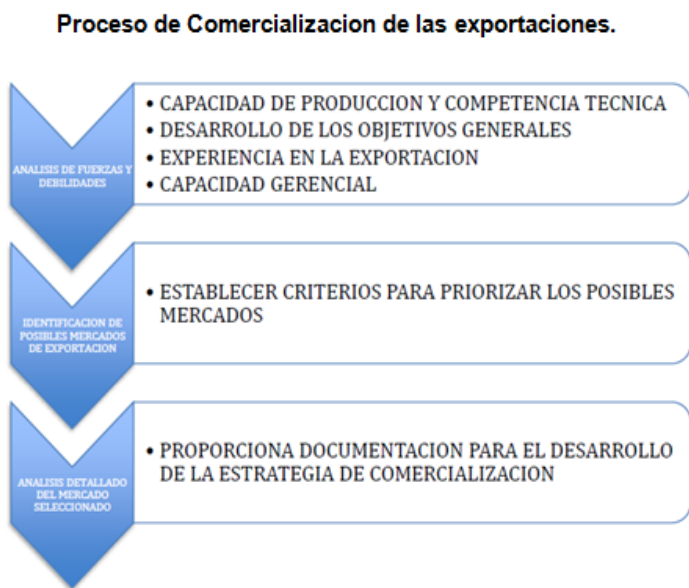
Para cualquier empresa que incurriere en los procesos de producción es necesario que tomen en cuenta todos los procedimientos de comercialización y así adquirir los conocimientos necesarios que implica el comercio internacional y las condiciones de intercambio de bienes que en muchas ocasiones se dan entre las naciones.

Según Herckscher-Ohlin (Comercio Internacional, Ventaja Comparativa y Proteccionismo, 1997) explica como el comercio internacional es visto en la economía mundial. Sin

embargo David Ricardo (Comercio Internacional, 2007) ofrece una teoría basada en la ventaja comparativa de productos dando a conocer las diferencias que se pueden dar debido a la productividad de la fuerza laboral. Otro autor como Raymon Vermon (International Business, 2010) sugiere que al inicio del ciclo de vida del producto, cuando este es aceptado en el mercado comienzan a producirse y exportarse a un país extranjero. La teoría sugiere que el producto pueda, en última instancia ser exportado de retorno al país de origen.

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

El proceso de comercialización esencial se complementa en la teoría de Michael Porter, el cual se basa en un análisis de capacidades, competidores y experiencias e identificando los mercados a los que se quiere llegar.



Fuente: Centro de Comercio Internacional UNCTAD/GATT, 2004

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

2.3.1 COMERCIALIZACIÓN INTERNA

De una finca de café, el 80% del café sale como pergamino húmedo, 15% como pergamino seco y 3% en uva (el restante 2% sale como café natural o guacuco), El productor vende este café principalmente (77%) a los intermediarios, actores que se caracterizan por ser comerciantes a cuenta propia o ser agentes de los exportadores, están ampliamente distribuidos y no están organizados (quisieran estarlo para incrementar su poder de negociación ante los exportadores). Una mayoría de ellos también son caficultores y de estos, varios están afiliados a organizaciones de productores. Hay 4,000 intermediarios inscritos en IHCAFE pero en el 00/01 operaron 1,306 manejando 2.9 millones de quintales de café oro (un 83% de la producción total), por lo cual su participación comercial es muy importante.

El café que no es vendido a intermediarios, es 16%, de los productores que lo venden a exportadores, segmento que se ha incrementado en relación a años anteriores. Un 6% es producido por cooperativas las cuales venden a exportadores o exportan directamente en menores cantidades. El 1% restante es exportado directamente por productores.

Debe resaltar el hecho que la mayor parte del café que sale de fincas es transado como pergamino húmedo y así continua su manejo, en los siguientes circuitos de comercialización interna.

2.4 PRINCIPIOS DE UNA INVERSIÓN

El ciclo de vida de un proyecto consiste en planificación, ejecución, monitoreo, control y cierre. Normalmente estos convergen a lo largo de las nueve áreas del conocimiento en la

administración del proyecto, la gestión: alcance, tiempo, costo, calidad, riesgo, equipo, comunicación, adquisiciones, e integración. (PMI, 2013).

En un proyecto los ciclos de vida nos dice que estos tienen un alcance limitado de vida y por lo tanto van a existir cambios dentro de él. Así, Un proyecto es, ni más ni menos, la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendiente a resolver, entre tantos, una necesidad humana. Cualquiera que sea la idea que se pretende implementar, la inversión, la metodología o la tecnología por aplicar, ella conlleva necesariamente la búsqueda de proposiciones coherentes destinadas a resolver las necesidades de la persona humana (Chain & Sapag Chian, 2008).

Los proyectos nacen y se idean para brindarle una solución a diferentes necesidades que surjan de la población. Según el punto de vista de Sapan Chian, estos pueden tomar diferentes rutas como ser dependientes, independientes y mutuamente excluyentes y se orientan a distintos aspectos según la finalidad del estudio.

Existen tres variables que deben ser analizadas para poder dar una recomendación positiva de un proyecto de inversión las cuales son: viabilidad técnica, legal y económica.

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

Para que se alcance una adecuada viabilidad técnica se requiere que el proyecto planteado refleje todos los cálculos económicos y la parte financiera adecuada y aceptable así mismo deben asociarse a los diversos escenarios del mundo contemporáneo, previendo con esto los diversos sucesos para contar con alternativas y soluciones inmediatas. Una de las primeras decisiones es determinar si las inversiones en activos fijos o CAPEX van a ser adquiridas o arrendadas.

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

Efectivamente después del estudio económico un aspecto fundamental es la parte legal la cual resume la factibilidad del proyecto desde el punto de vista de la legislación interna de cada país para determinar si en efecto van existir restricciones que impidan ejecutar el proyecto. La mayoría de los mecanismos legales que un proyecto debe cumplir en Honduras son impuestos, y cargas tributarias. Las más comunes son aspectos como el ISR, ISV, o impuestos de exportación.

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

Existen diferentes métodos para determinar la viabilidad del proyecto respecto a la inversión inicial, entre ellos tenemos:

- VAN (valor actual neto) consiste en llevar al presente todos los flujos de efectivo esperados que va a logra el proyecto en el futuro. Este método trata de considerar el valor del dinero en el tiempo y compara los flujos presentes contra la inversión inicial. El nivel aceptable es que el coeficiente sea positivo.
- TIR (tasa interna de retorno) relacionado directamente con la rentabilidad de un proyecto medida como un porcentaje que representa la tasa con la que VAN es cero. Se utiliza una tasa de descuento.
- PRI (periodo de recuperación de la inversión) el tiempo en cual la inversión va a ser recuperada. En los proyectos de inversión se estima un máximo de tiempo aceptable de

5 años, si el periodo de recuperación es mayor a este lapso el proyecto es considerado de dudosa aceptación.

- RI (Rentabilidad Inmediata) representa el mejor momento para realizar la inversión.

Luego de haber analizado y evaluado las variables vistas anteriormente el siguiente paso consiste en elaborar la planificación que es una de las etapas más importantes del proyecto porque es un comparativo entre el futuro y el presente, puesto que lo que va a suceder en un futuro se mantiene incierto debido a que muchas situaciones pueden cambiar y afectar económicamente a la empresa. Aquí determinamos si los objetivos del proyecto pueden ser logrados, que son realistas, y viables y si cumplirá con los procesos que van a ser planteados en la investigación.

Planificar el desarrollo significa determinar los objetivos y las metas en el interior de un sistema económico para una forma de organización social y para una determinada estructura política en un horizonte de tiempo determinado. La planificación constituye un proceso mediador entre el futuro y el presente. Se ha señalado que el futuro es incierto, puesto que lo que ocurrirá mañana no es tan sólo una consecuencia de muchas variables cambiantes, sino que fundamentalmente dependerá de la actitud que adopten los hombres en el presente, pues ellos son, en definitiva, los que crean estas variables (Sapag Chain, 2008,p.53).

Una vez que se determina que los objetivos del estudio son viables y apegados a la realidad, se prosigue con la ejecución que consiste en poner en práctica todos lo presupuestado en la investigación. Según (Gray & Larson, 2009) “esta etapa debe responder a las siguientes preguntas: ¿Se utilizan las mediciones de tiempo, costo y especificación como medios de control del proyecto? ¿El proyecto está dentro de lo programado, dentro de lo presupuestado y cumple con las especificaciones?”(p72).

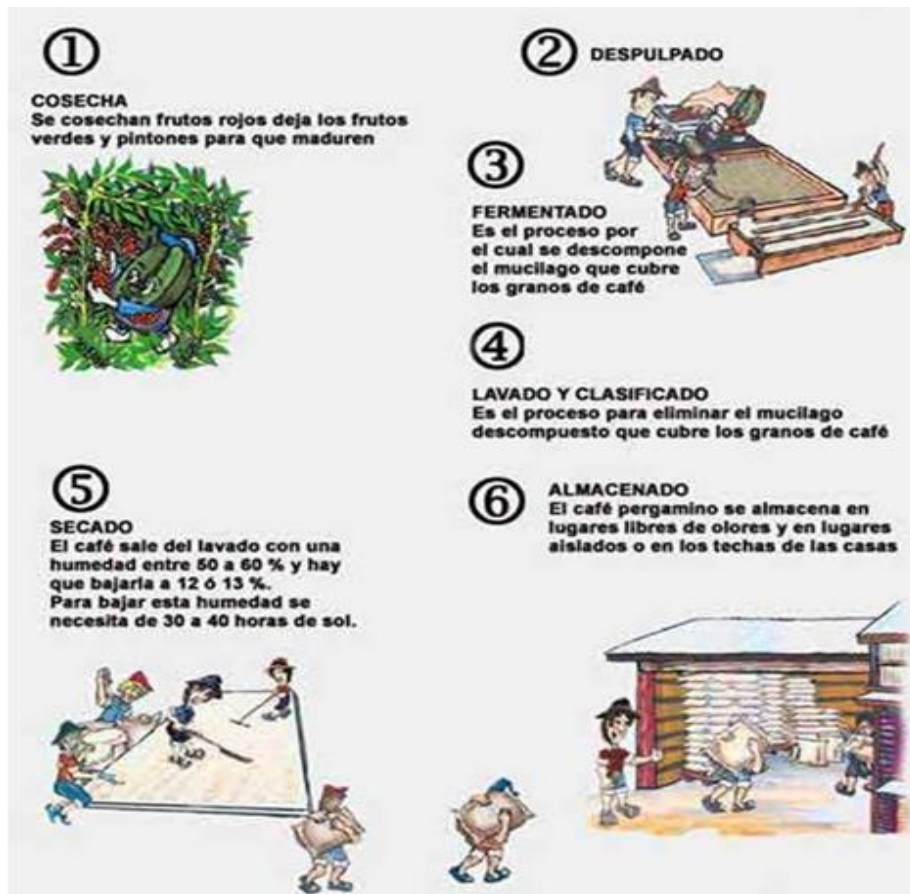
Una vez estando en el proceso de ejecución se deben aplicar medidas de autocontrol o monitoreo interno de cada una de las actividades con la intención de mantener procesos de alta calidad acorde a los requerimientos internacionales de exportación. Quien debe estar a

cargo del monitoreo constante es el gerente o líder del proyecto quien debe analizar los resultados y así prever acciones correctivas en tiempo y forma.

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

2.5 MATERIALES Y MÉTODOS DE PRODUCCIÓN.

Existen cinco etapas para la producción de café las cuales se pueden resumir en etapas de producción, de proceso húmedo, etapa de secado, etapa de torrefacción y empaçado. En la etapa de producción se da tratamiento adecuado, evitando el exceso de agroquímicos en busca de un mejor aprovechamiento de los recursos naturales, de acuerdo a las fechas de florea. En el proceso Húmedo se trata de liberar el grano de café de la cascara y la pulpa que lo cubre. En la etapa de secado el café es colocado en camas africanas bajo el sol, posteriormente es extendido en un patio de cemento para su secado final, una vez realizado esto puede ser almacenado y empaçado para su posterior distribución al mercado (IHCAFE, 2014)



FUENTE IHCAFE, 2013

Las condiciones actuales indujeron al productor a reducir la inversión en insumos, los cuales generalmente son fertilizantes, pesticidas y combustibles. Todos los productores concuerdan que estos productos son muy caros y que los precios tienen tasas de crecimiento relativamente altas, al contrario de las bajas de precios del café, lo que hace negativos los términos de intercambio a escala nacional, porque los insumos son casi totalmente importados. Lo mismo ocurre con el equipo agrícola. (García, 2014)

CAPITULO III METODOLOGÍA

3.1 METODOLOGÍA

Considerando la elevada demanda en los mercados que en la actualidad tiene el producto cafetalero hondureño, los diferentes gustos y preferencias de los consumidores, la apertura de los mercados e incentivos de producción se realizó la presente investigación donde se elaborara un análisis de la situación de mercado, técnico y financiero sobre la producción de café hondureño realizado en la zona sur del país. Esto pretende determinar el nivel de inversión inicial que requiere el proyecto para la constitución de la nueva empresa y así contar con la preparación adecuada para iniciar la producción.

Tabla 3: Matriz Variables

TITULO	PROBLEMA	PREGUNTAS DE INVESTIGACION	OBJETIVOS		VARIABLES	
			GENERAL	ESPECIFICO	DEPENDIENTE	INDEPENDIENTE
"Café Sureño": Analisis de producción y comercialización de Café en la zona Sur de Honduras	Falta de productores de café en la zona sur del país junto con la alta demanda del producto en el mercado nacional	¿Cuáles son las regiones propicias para el cultivo y comercialización de café a nivel nacional?	Determinar la prefactibilidad de una empresa productora y comercializadora de café para el consumo interno.	Identificar las zonas de plantación dedicadas a la producción de café en Honduras.	Comercialización	Productividad
		¿Cuáles son los principales gustos y preferencias de los consumidores de café que determinan en gran medida su decisión de consumo?		Analizar la demanda de café en el mercado nacional así como gustos y preferencias de los consumidores.		
		¿Qué métodos se pueden emplear para maximizar la rentabilidad y producción de café?		Determinar los métodos tecnológicos actuales para la producción de café que incrementaría la rentabilidad del negocio		
		¿Cuál es el periodo óptimo necesario para la producción de café?		Determinar el impacto financiero que generaría este proyecto.		
		¿Cuál será la inversión económica inicial para poder llevar a cabo este proyecto?		Identificar el proceso que se sigue para poder operar en Honduras al igual que los requisitos necesarios para ello.		
		¿Cuáles son los requisitos necesarios para aperturar una empresa nueva en Honduras?				

3.1.1 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Las variables a estudiar y ser analizadas serán la comercialización y la productividad. Donde la variable dependiente será la comercialización ya que en gran medida dependerá del nivel de producción que tenga la finca ubicada en el departamento de El Paraíso, haciendo referencia en el estudio a la capacidad de cultivar café en la zona sur del país.

Se realizó un estudio de mercado mediante un Benchmarking el cual es un proceso sistemático y continuo para evaluar comparativamente los productos, servicios y procesos de trabajo. Los indicadores que serán tomados en cuenta serán:

- a. La calidad del producto: que es un factor que tiene gran incidencia en el grado de aceptación por parte de los consumidores.
- b. Cantidad que se produce en el mes. Dependerá en gran medida del volumen de solicitudes por parte de los mayoristas y minoristas y el grado de aceptación del producto.
- c. Costos de producción
- d. Periodos de tiempo de cosecha. Según las características de la zona sur que es cálida la producción estaría siendo cosechada entre los meses de diciembre a marzo.

Por otro lado, en el estudio la variable independiente será la productividad, haciendo referencia a la capacidad instalada que tendrá la finca para generar la cantidad requerida por las empresas compradoras

Los principales indicadores a considerarse serán:

- Capacidad Instalada de la Finca
- Niveles de producción
- Inversión Inicial
- Cuidados y procesos de producción.
- Los costos de producción
- Demanda

Tabla 4 Operacionalización de las variables

Variable Independiente	Definición		Dimensiones	Indicador	Items	Unidades
	Conceptual	Operacional				
Productividad	Producir uno de los productos esenciales del PIB nacional y básicos en la dieta alimenticia de la población	Aplicación de los procesos de producción necesarios para maximizar la rentabilidad	Procesos que se llevan a cabo.	Costos de producción.	Gastos de Siembra	Dolares Lempiras
				Demanda del mercado	Compra y venta del producto	Toneladas o Liibras
				Tasa de Cambio	Medio y moneda de pago	Dolares o Lempiras
				Restricciones Ambientales	Dificultades legales, políticas etc.	Calidad, Peso, color
Variable Dependiente	Definición		Dimensiones	Indicador	Items	Unidades
Conceptual	Operacional					
Comercialización	Procesos de mercadeo necesarios para introducir el producto al mercado	Comercio interno y mercadeo directo	Tiempo estimado de producción y envío de cargas.	Calidad del grano	Peso, color	Centímetros / Libras
				Cantidad de pedidos	Frecuentes o continuos	Trimestral o Semestral
				Costo de Produccion	Tecnología y Mano de obra	maquinaria, mano de obra
				Tiempo de Cosecha	Clima, suelo y tiempo	Meses, humedad, calor, lluvia.

3.2 ENFOQUES Y MÉTODOS

En el presente estudio de pre- factibilidad realice un enfoque mixto. La finalidad del mismo es determinar los beneficios económicos para un inversionista e indirectamente para el país y específicamente a la zona sur, desarrollar y tecnificar la producción y comercialización de café en el mercado interno. Se pretendió indagar sobre los procesos y procedimientos para cultivar este importante grano en la zona sur considerando que el café puede cultivarse tanto en zonas cálidas como frías sin importar esta variable que es característica de la región de El Paraíso/Choluteca. Al igual la posición geográfica de la región beneficia la comercialización ya que está ubicada en una zona apta para distribuir al resto del país por lo que podría expandir operaciones.

Se llevó a cabo un Benchmarking en los supermercados de Tegucigalpa mediante una investigación estratificada con el objetivo de conocer los productos que actualmente existen en el mercado. Se analizaron:

- Supermercados La Colonia
- La Despensa Familiar
- Paiz
- Wall Mart
- El Yip.

Estudio técnico. Su finalidad es brindar la información siguiente: Ubicación óptima del proyecto, características propias de la zona donde se desarrollara el proyecto, secado y tostado del café, parámetros del tostado, sistemas ambientales, sistema de transferencia de calor, requerimiento de insumo, mano de obra y transporte. Por medio del estudio técnico se determinó parámetros fundamentales para el procesamiento del café y el requerimiento de mano de obra necesaria para operar la planta.

Estudio legal. El estudio legal sirve para establecer los requisitos legales que debe de cumplir la empresa, entre ellos está la personería jurídica, licencia sanitaria, registro sanitario, código de barras y permiso de operación.

Estudio ambiental. Para ellos se realizó una revisión de las regulaciones que establece el organismo encargado de regular la parte ambiental de las empresas que en el caso de Honduras es el SERNA (Secretaría de Recursos Naturales y Ambiente) con el fin de verificar la categoría de la planta según su actividad, tamaño y permisos ambientales necesarios.

3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Desde el punto de vista del análisis cualitativo el diseño utilizado fue no experimental de los fenómenos tal como se dan en su contexto (Sampieri, Fernández, & Baptista lucio, 2010). Las variables que se toman en cuenta en la investigación no son manipuladas si no que se observan en su ambiente natural. Se empleó de igual forma un diseño transversal debido a la recolección de datos es en un solo momento tanto con la base de datos como con la entrevista y el propósito es describir las variables y su incidencia.

Se inició un proceso de estudio profundo en el ámbito cafetalero tanto de la producción como en el mercado tomando en consideración la opinión uno de los productores pequeños del país en la zona. Se hicieron observaciones puntuales para obtener toda la información sobre características de producción y manejo del producto final buscando contrastar lo más importante sobre este producto. Para el análisis cuantitativo se realizó el análisis de los datos, estableciendo las conclusiones relacionadas con las hipótesis. (Sampieri, Fernández,

& Baptista lucio, 2010) Esta investigación tiene un alcance exploratorio ya que indaga en el estudio de la producción y comercialización de café.

3.3.1 POBLACIÓN

La población se dividió en dos grupos en primer plano los productores de café que según registros del IHCAFE son más de 100,000 familias y el último grupo es el universo de consumidores de café nacional que según cifras oficiales de la Organización Internacional del Café en el 2008 eran de alrededor 3.7 millones de habitantes.

CONSUMO POR HABITANTES EN DETERMINADOS PAÍSES EXPERTADORES / Fuente OIC 2010

PAÍS	2004	2005	2006	2007	2008
Brasil	4.82	4.96	5.14	5.34	5.48
Honduras	1.84	2.00	1.96	2.41	3.77
Costa Rica	4.16	5.04	4.77	4.19	3.54
Colombia	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
Ecuador	0.70	0.69	0.68	0.67	0.67

3.3.2 MUESTRA

Para el subgrupo de productores de café se tomó la opinión experta de un productor de café mediante la aplicación de una entrevista, se tuvo dificultades para localizar a un grupo mayor.

Para el nivel de consumidores se utilizó una muestra de 400 personas para lograr obtener un nivel de error estándar menor a 0.01. Como la mayor cantidad de consumo es por medio de compras en supermercados y la base de consumidores de café es de 3.7 millones en Honduras se seleccionó por juicio un supermercado de la capital para aplicar las encuestas. En este caso se seleccionó al Supermercado La Colonia ubicado en la col. Kennedy.

$$n = \frac{400}{1 + (400/3700000)} \quad 400$$

3.3.3 UNIDAD DE ANÁLISIS

Para el análisis cualitativo y cuantitativo se tomaron muestras en dos fases, enfocada mediante una entrevista estructurada a un pequeño productor de café de la zona.

Y la segunda fase mediante la aplicación de encuestas a consumidores potenciales de café. Las fuentes primarias de información empleadas que sirvieron como base de datos fueron las entrevistas que se realizaron a uno de los productores de café y las encuestas aplicadas a consumidores directos y potenciales, así como libros en físico y electrónicos, tesis sobre comercialización de café.

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

3.4 TECNICAS E INSTRUMENTOS APLICADOS

Mediante uso de los instrumentos puestos en práctica se obtuvo la recolección de datos donde hizo una revisión documental:

- ✓ Se utilizó la técnica de entrevista, la cual es en profundidad, estructurada y dirigida, para obtener la información cualitativa precisa de uno de los pequeños productores de la zona para conocer en detalle el proceso de producción y cuáles son las limitantes que existen en la actualidad. La misma está dirigida a Antonio José Ocampo Eguigurens productor del departamento de Francisco Morazán.
- ✓ Se aplicaron encuestas a 400 personas con preguntas abiertas orientada a determinar gustos y preferencias del consumidor así como datos relevantes que permitan orientar el proyecto.

Los instrumentos de medición que registraron datos observables fueron la entrevista directa a un pequeño productor cafetalero y encuestas dirigidas para obtener la información de mercado actual que sería un factor determinante para el aumento de la producción de café.

- Encuestas con preguntas abiertas a consumidores y potenciales compradores hondureños (ver anexo 1)
- Una entrevista abierta con preguntas dirigidas a un pequeño productor de café hondureño. (ver anexo 2)

3.4.1 PROCEDIMIENTOS

Como procedimiento se buscó a uno de los productores de café hondureño localizando en la ciudad capital a un pequeño productor el cual accedió a responder las preguntas que fueron estructuradas.

El procedimiento empleado para aplicar las encuesta fue mediante la selección por juicio de uno de los principales supermercados del país como ser Supermercados La Colonia, luego se aplicó en una de las colonias más concurridas de la capital como ser la Col. Kennedy donde se aplicó a una muestra de 400 personas.

3.5 LIMITANTES DEL ESTUDIO

En el periodo de ejecución del estudio existió la limitante de no poder concretar una entrevista con alguna de las empresas intermediarias en el proceso de comercialización (supermercados, tiendas etc.) de café en la zona, lo cual pudo arrojar de haber sido aplicado, información y datos muy relevantes sobre preferencias de compra de este tipo de inversionista.

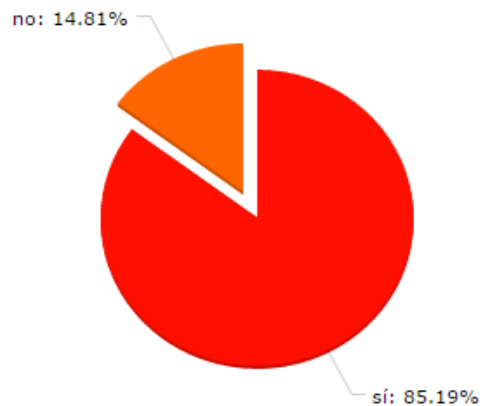
Otra de las limitantes fue que no se pudo acceder a información reciente publicada por la entidad principal que maneja el rubro cafetalero en el país el Instituto Hondureño del Café, ya que los reportes se generan de forma anualizada por lo que el último informe se generó a finales del año 2014.

CAPITULO IV RESULTADOS Y ANÁLISIS

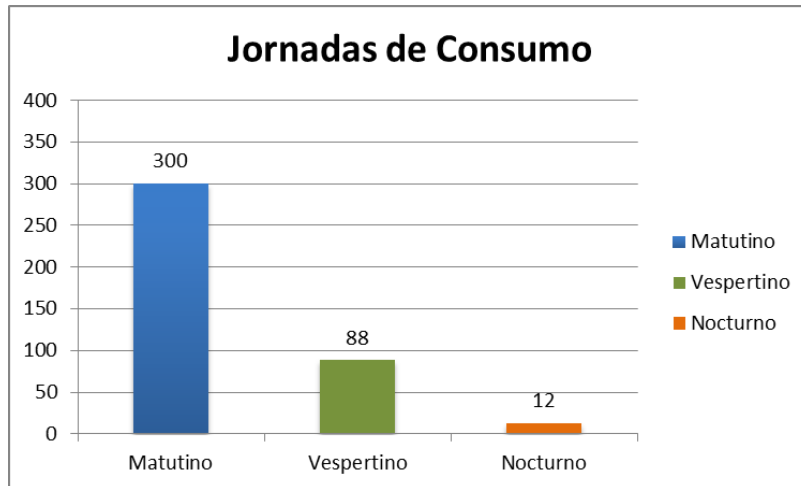
La información recolectada corresponde a encuestas aplicadas a 400 consumidores de café y una entrevista aplicada a un pequeño productor de café con la finalidad de conocer el grado de aceptación del producto en el mercado internacional y conocer sobre los principales gustos y preferencias de los consumidores.

4.1 RESULTADO DE ENCUESTAS

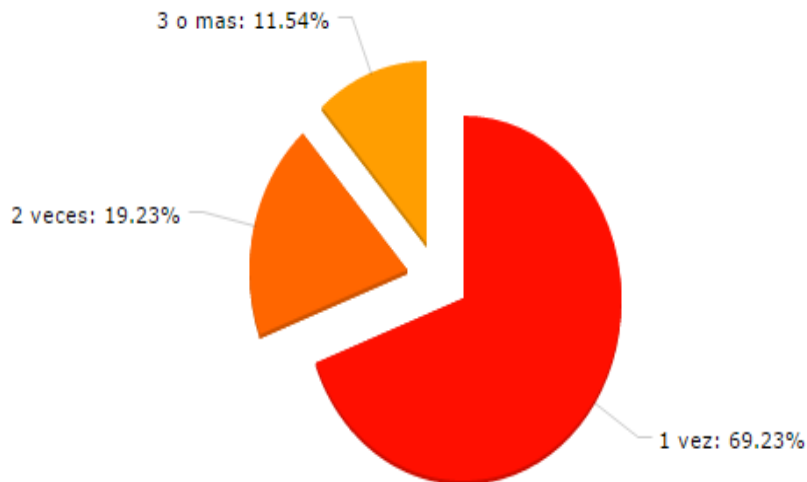
Del total de encuestados el 67% es del sexo masculino y el 33% femenino donde una enorme mayoría consume regularmente café de manera diaria (85%, lo que representaría cerca de 6.8 millones de hondureños de manera global de un total estimado de 8 millones al año 2015) el resto no lo consume tan cotidianamente.



De esta masa de personas se pudo identificar que en su mayoría consumen café en horas tempranas de la mañana (cerca del 92% de los encuestados) como es costumbre en nuestro país y en muchos más, esta bebida sirve como elemento vital del desayuno de una gran cantidad de familias y parte de un estilo de vida muy marcado del mundo globalizado de hoy en día. En segundo lugar un 22% de la población consume café en un horario vespertino.

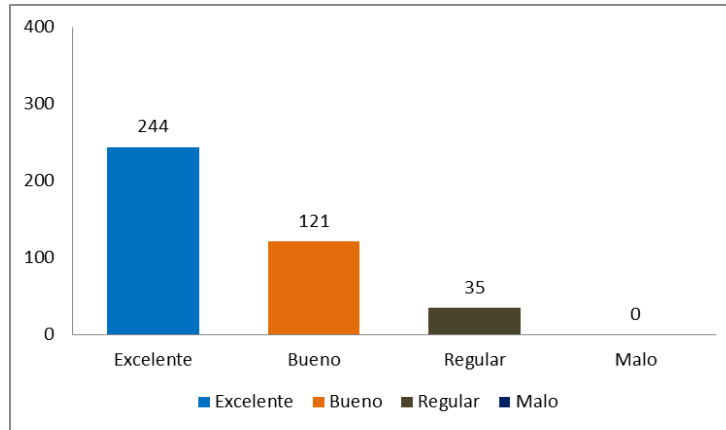


Referente al nivel de consumo de la población el 69% toma esta bebida por lo menos 1 vez al día preferiblemente como lo vimos en el análisis anterior a primeras horas de la mañana, un 19.23% tienen un hábito de consumirlo 2 veces al día y un 11.5% más de 3 veces.

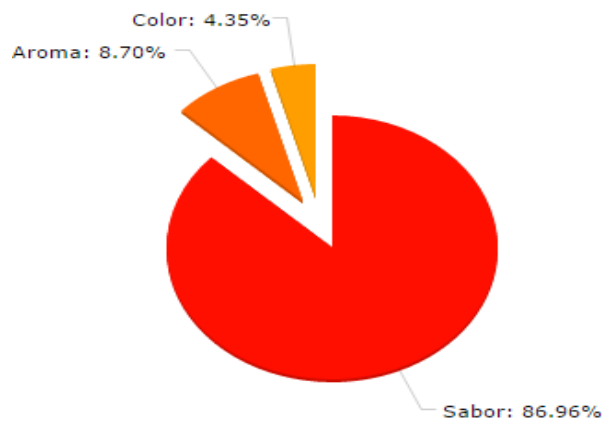


En cuanto a los niveles de preferencia de los consumidores no existe una marca líder en el mercado que garantice el consumo masivo de su producto, ya que la muestra genero que un 65% de los consumidores no tienen en su mente una marca preferida que consumir, las marcas hondureñas que destacaron fueron Café el Indio, Portales, Espresso Americano, Café Pasión, café oro y café de exportación del IHCAFE. Llama la atención que en el listado aparecen marcas como Portales que no invierten tanto en publicidad pero que a pesar de esto están en la mente del consumidor por la calidad del producto.

Una característica común de los consumidores locales es la preferencia de la marca país, ya que en su mayoría 96% prefieren el café producido en casa y un 4% aquel producto que es importado del extranjero. De estos un total de 244 participantes consideran que la calidad del café hondureño es excelente representando un 61% de la muestra, 121 personas consideran que el café local es de buena calidad y 35 participantes lo consideran de forma regular

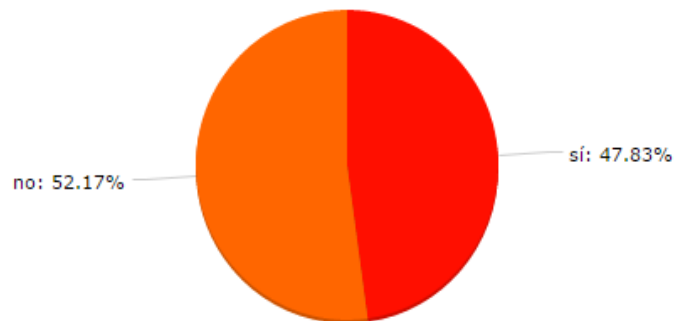


En cuanto a las características que marcan la diferencia del café hondureño de acuerdo al paladar de la muestra tomada, resaltan el sabor del café con un 87% del total de participantes, 8.7% consideran que el aroma es la característica principal que distingue al café local, el color toma la tercera posición con un 4.3%. Estos aspectos hacen que el 96% de los encuestados consideren que Honduras puede competir en el mercado internacional con su producción actual



Un aspecto importante a resaltar es lo dividido que resultó ser la pregunta si el encuestado sabía que la zona sur era apto para la producción de café cerca del 60% de los encuestados manifestaron que desconocían que la zona era productora mientras que el 40% tenía conocimiento de esto, aspecto que era desconocido por las altas temperaturas que caracterizan a la región.

En cuanto al tema de consumo del exterior se les realizó la consulta si los participantes cuentan con familiares que consuman café hondureño un aspecto importante a considerar puesto que el estudio trata sobre la intención de exportar café a los Estados Unidos, país que cuenta con una representatividad de hondureños bastante considerable, de las 400 personas encuestadas un 52% manifiesta que no cuenta con familiares que consuman café producido en el país, mientras que el 48% si tiene conocimiento de esto.



4.2 BENCHMARKING.

Se realizó un sondeo de mercado en los principales supermercados de la capital para conocer el producto que ofrecen al consumidor final, las presentaciones del producto, las características del empaque etc. Se eligieron por juicio los siguientes supermercados: Supermercados La Colonia, La Despensa Familiar, Paiz, Wall Mart, El Yip, Las principales marcas que se posicionan en el mercado y que fueron el común denominador en los supermercados visitados fueron café el indio, café maya y café oro.

Café el indio, tiene presentaciones de media libra, también se encontraron otras presentaciones mayores a 227 gramos a precio mayores a L. 50.00. Cuenta con una presentación especial que incluyen 30 bolsitas de café.

Por el lado del Café maya, se encontraron presentaciones de media libra y Café Oro tiene presentaciones de media libra y de 30/16 onz.

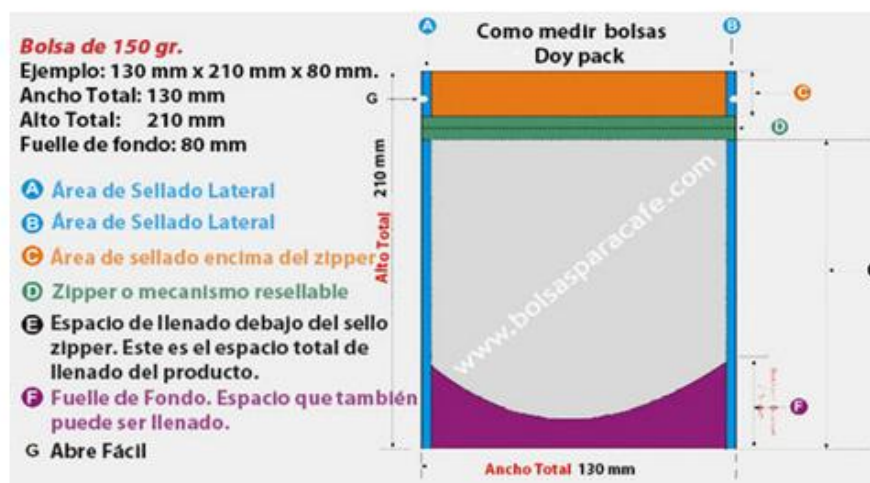
El tipo de producto que se distribuye es café tostado y molido y el denominado café orgánico.

Los empaques para café tostado deben ser cuidadosamente escogidos ya que una vez el café es tostado emite dióxido de carbono, y sucede que cuando dicho café es empacado cuando aún no ha liberado la totalidad de sus gases la consecuencia es que la bolsa para café donde dicho café ha sido empacado puede dañarse u en otros casos explotar, pero por otro lado si el café no es empacado una vez ha sido tostado perderá muchas de sus propiedades aromáticas y de sabor (Productor entrevistado, Antonio Ocampo).

Las características que debe cumplir una bolsa para empaquetado es

- ❖ Sellado y abre fácil
- ❖ Tamaño idóneo
- ❖ Espacio adecuado para el producto

CARACTERÍSTICAS DEL EMPAQUE DE CAFE



Fuente: *Café el Indio*, 2015



Transparente /
Transparente



Dorado Mate /
Dorado Mate



Plateado
Brillante / Plateado
Brillante



Negro/
Negro



Plateado Brillante /
Transparente



Negro /
Transparente



Dorado Mate /
Transparente



Plateado Mate /
Transparente



Dorado Brillante /
Transparente



Verde /
Transparente



Rojo /
Transparente



Blue /
Transparente



Verde /
Verde



Rojo /
Rojo



Azul /
Azul



Dorado Brillante /
Dorado Brillante



Plateado Mate /
Plateado Mate



Blanco /
Blanco



Papel Kraft /
Papel Kraft



Fuelle de
Fondo



Papel Kraft / Papel Kraft



Negro Mate / Negro
Mate



Blanco Mate/ Blanco
Mate

4.3 ENTREVISTA

Se aplicó una entrevista al productor de café y Lic. En Finanzas Antonio José Ocampo, cuya finca familiar de café está ubicada en Guinope, El Paraíso el cual tiene una extensión de unas 25 manzanas a una altura entre los 1300 y los 1600 metros sobre el nivel del mar.

Los puntos a resaltar de las preguntas formuladas fueron las siguientes:

Se le consultó al entrevistado cuál es su experiencia en el ámbito cafetalero o como incursión en este mercado explicándonos que el terreno donde tiene la finca es un activo familiar que ha sido traspasado de generación a generación este fue tomado por la familia Ocampo a inicios de los años 90 sin embargo es a partir del año 2001 que se desarrolló y ejecutaron los procesos necesarios para producir café y comercializarlo en la zona, la experiencia fue tomada de forma empírica y los conocimientos han sido traspasados de generaciones pasadas.

Otra de las preguntas que se le realizó es sobre la intención de exportar hacia alguno de los principales países que compran café en el exterior, la respuesta del entrevistado fue que se ha pensado en varias ocasiones dar este paso sin embargo se han encontrado con varias limitantes que han impedido poder iniciarse como exportadores entre los mayores inconvenientes que han encontrado se pueden mencionar los volúmenes de café necesarios y exigidos por los compradores son muy elevados en comparación a los que actualmente se produce con la finca operando al 100% de su capacidad instalada otro de los inconveniente ha sido con temas de logística básica necesaria para poder transformar el café uva a café oro verde. Me comentaba que estas debilidades las experimentan la mayor parte de los pequeños productores que se inician en el negocio del café y que son consecuencia de la dificultad de acceder a financiamientos con el mercado financiero.

En temas de precios con los compradores internacionales el entrevistado manifestó que como el café es un commodity esto depende del precio que se establezca día a día en la bolsa de valores por lo cual es muy fluctuante, normalmente los exportadores nacionales hacen uso de algunos instrumentos financieros para garantizar y mantener el precio del café, entre las estrategias se mencionan el bróker dealer, forwards entre otros. El precio

aproximado por el cual es adquirido (una estimación) el café es sujeto de un cálculo matemático, al precio vigente del mercado de valores se le resta un promedio de 30 dólares y este resultado es el precio de compra por quintal que es utilizado en la negociación inicial con los interesados.

Entrando en detalles de la exportación el entrevistado manifestó que el método tradicional en que se empaqueta y exporta café en Honduras es en sacos de yute utilizados por ser económicos y de fácil acceso en las zonas de producción, adicionalmente tiene la ventaja que estos evitan que una vez secado el café al 12% de humedad este obtenga hongos (polvo blanco) y que son objeto de rechazo por los compradores provocando pérdidas económicas muy importantes.

El método de compra del café es por quintal (un quintal culturalmente tiene 8 latas de pergamino seco o 20 latas de café uva). Un quintal equivale a aproximadamente 100 libras. Solo es aceptado de esta forma de presentación en los mercados.

Me explicó cuál es la temática en la forma del pago en los mercados internacionales, el cual es acorde a la negociación inicial y depende del sistema de pago que se haya arreglado, por ejemplo: si el café se entrega en depósito el comprador cancela el 70% del valor en bolsa y luego se firma un contrato entre las partes en el cual se establece un precio mínimo y uno máximo. Si el café en bolsa llega al precio máximo, el exportador debe liquidar el café a dicho precio y cancelar el 30% restante. Por otra parte si no hay arreglos especiales, el pago es de contado, en algunas ocasiones se da un tiempo máximo de 15 días de crédito siempre y cuando se conozca muy bien al comprador y exista la confianza necesaria para realizar de esta forma la operación. Como requisito se evalúa que los compradores mantengan sus cuentas corrientes menores a 30 días.

Entre las características que el productor considera del café hondureño y por el que es tan reconocido en los mercados nos mencionó los siguientes: es café de estricta altura por los procesos de producción y transformación que se llevan a cabo, el café ha mejorado en su calidad, cuerpo, aromas y sobre todo, el caficultor se ha interesado por mejorar el porcentaje de daño que en otras épocas no ocurría (en parte por el apoyo de logística que se ha tenido de parte del IHCAFE).

Un aspecto importante que nos compartió el entrevistado fue sobre la consulta que se le realizó en el tema de las preferencias de exportar café dependiendo del lugar donde se cultiva, “teóricamente debería existir esa preferencia de parte de los importadores, ya que al estar a una altura mayor, el café debería ser mejor cotizado, sin embargo en la actualidad no influye. Por lo que un productor de la zona sur como de la zona norte tiene la misma capacidad de competir en iguales condiciones sin que exista preferencia por el lugar donde se cultivó el café”.

Si debe considerarse algo importante, tiene más ventaja competitiva una finca certificada que una sin certificar.

Como conocimiento y en caso de algún interés a futuro se ahondaron en consultas sobre temas de exportación, en esta sección se comentó lo siguiente. El proceso de introducción de cualquier tipo de exportación hacia el mercado de los Estados Unidos es un tanto compleja y tediosa especialmente para los productos agrícolas y cultivos, debido a la naturaleza perecedera de los productos, a las malas prácticas de los negocios y que la mayor parte de la mercancía se vende en consignación. Uno de los puntos álgidos y sumamente importantes a la hora de definir que se va exportar hacia el extranjero es determinar el sujeto con quien se va tener una relación comercial para vender el producto, ya que este debe contar con una trayectoria notable e intachable y debe contar con todas las licencias las cuales deben de estar actualizadas y que son necesarias para poder importar. Adicional a esto al momento de incursionar en su mercado se debe cumplir con una serie de regulaciones y requisitos detalladas a continuación.

1. Formulario Aduanero Único Centroamericano (FAUCA):

Este formato es distribuido en Honduras por la Asociación Nacional de Industriales (ANDI) o en las Cámaras de Comercio e Industrias (Tegucigalpa, Cortés, Comayagua, Choluteca) tiene un costo para el exportador de \$.5.00. (L.110 aproximadamente).

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

✓ Llenado la solicitud de Certificado Fitosanitario el cual se obtiene de la página web de SENASA.

- ✓ Los timbre del Colegio de Ingeniero Agrónomos por un valor de LPS25.00 y el timbre Fiscal por valor de LPS.1.00.
- ✓ Siempre deberá adjuntar copia de factura comercial.

Según el peso del producto a exportar se realiza un pago obligatorio, el cual detallo en la siguiente tabla:

Kilogramos	Lempiras
Hasta 25000	350.00
De 25,001 a 250,000	500.00
De 250,001 a 1,000,000	1,000.00
Por cada millon de kilogramos adicionales	100.00

3. Declaración de Exportación: este se llena cuando un productor realizara una exportación de un producto tradicional o no tradicional, previo a esto deberá incluir los siguientes documentos

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

Para todas las exportaciones se solicita la factura comercial del producto a exportar cuando es la primera vez que realiza esta operación y el comprobante o documento para garantizar el ingreso de divisas por exportaciones

Previo a toda esta acción la empresa debe constituirse formalmente por medio de un notario público quien deberá declarar legalmente la constitución de la misma para su inscripción en el registro de empresas adicionalmente debe estar inscrito en el IHCAFE.

En la consulta del proceso de cultivo y la intervención de preservantes o químicos el productor dijo que existen siembras orgánicas que tienen un tiempo de desarrollo más lento, pero que el mercado internacional se cotiza mejor. Los hondureños se han inclinado al uso de fertilizantes y fungicidas que son químicos por lo que su margen de ganancia en comparación con otros productores es menor. Todo esto por temas de aversión al riesgo y para evitar el impacto de plagas que afecten la producción como ser: Sancocho, Cancros, Mancha Cercosporica, Roya, Moho de Hilachas, Gotera y Antracnosis. La más actual y que impacto fuertemente en el mercado fue la Roya en la cosecha 2013-2014.

En el departamento de El Paraíso el periodo de cosecha inicia de noviembre a diciembre y culmina entre los meses de abril y mayo dependiendo de factores climáticos por ejemplo.

Los aspectos de diferenciación entre el café Hondureño y del resto de Centroamérica radican en procesos productivos y de recolección, tipo de café y también el factor que Honduras ha tenido mayor concentración de café Lempira que tiene un PH más elevado pero que sirve como una buena base para mezclar.

Se le consultó al productor si tenía conocimiento que el café puede cultivarse en zonas frías como cálidas su respuesta fue positiva, al preguntarle si sabía en qué regiones cálidas se cultivaba en la actualidad menciona el departamento de Choluteca y El Paraíso.

Antonio José Ocampo

Cel. 3246-9638 / 9835-1991

CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

- ✓ El 88% del territorio hondureño es apto para la producción de café principalmente este se concentra en regiones montañosas (61%) con una altitud media (900 – 1200 msnm.), pero también ocurre (16%) en un estrato inferior (500-900 msnm.), donde las condiciones agro-ecológicas desfavorecen la producción de café en cuanto algunas características físicas del grano. De igual forma se produce en un estrato de mayor altitud (23%) hasta 1600 m.s.n.m. en donde tienen mayor expresión los atributos de buena calidad, esta altitud es característica de la región de El Paraíso.
- ✓ Según el mercado y las tendencias de demanda, no existe una marca líder que garantice el consumo masivo del producto. Las características que hacen atractivo al café para un consumidor son sabor del mismo, en segundo lugar su aroma y el color.
- ✓ Los métodos tecnológicos actuales que son necesarios para incrementar la producción y por ende la rentabilidad de una finca cafetalera están muy ligados a los procesos de producción que se empleen, si es una finca certificada usara bombas de riego para evitar el riesgo de sequía en periodos cálidos, motores de diésel para mantener la energía eléctrica a toda hora sin interrupción en el proceso de trabajo, despulpadoras para la transformación de café pergamino a uva y secadoras para agilizar el proceso de secado del grano. La rentabilidad del negocio también está asociado a la ubicación geográfica por temas de factores climáticos y de altitud que impactan en la calidad del producto.
- ✓ El tiempo de producción inicial es de 18 meses para el primer cultivo por ende los ingresos se verían reflejados a partir del tercer año de operación, la inversión inicial rondaría los L. 8.4 millones de lempiras se recuperaría al quinto año de operación según el flujo de efectivo; manteniendo un costo de capital del 15% se obtendría una VAN atractiva de L. 43 millones al final de los 10 años proyectados de ingresos y una tasa interna de retorno del 43%.

5.2 RECOMENDACIONES.

- ✓ Es importante realizar un estudio de estrategias de crecimiento para así evaluar cuales son las líneas de producto que se pueden introducir en nuevos mercados.
- ✓ Según lo analizado, a futuro se podría entrar en negociaciones con empresas exportadoras para introducir la marca Café Sureño en el mercado internacional.
- ✓ Es esencial entrar en el segmento de la web ya que como método de comercialización es vital hoy en día para dar a conocer el producto.
- ✓ Se recomienda poder certificar la finca ya que esto es vital para la toma de decisión de exportación.
- ✓ Se debe capacitar mediante los programas que ofrece el IHCAFE sobre las técnicas de cuidado de la finca y de la producción, así como la asistencia técnica en temas de plagas.
- ✓ Debería existir mayor accesibilidad y facilidades en temas de financiamiento del sector bancario para incentivar e impulsar el sector agropecuario.

CAPITULO VI: APLICABILIDAD

6.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

Se plantea la creación y fundación de una empresa cuyo giro principal será la producción y comercialización de café en el mercado interno. Su nombre comercial y marca reconocida sería “Café Sureño S.A”.

El consumidor final lo conformaría la población de los departamentos de El Paraíso y Choluteca luego se planea introducir el producto al resto del interior del país.

Para el cultivo del café se seguirán los siguientes pasos:

1. Semilleros: Selección de la semilla de calidad, se investigó que el IHCAFE ofrece una semilla autorizada que garantiza la calidad del producto, se recomienda sembrar la semilla lo antes posible.
2. Preparación del suelo: proteger el suelo con algunos químicos para prevenir ataques de hongos o insectos.
3. Selección del sitio: el terreno debe ser plano o poco inclinado y protegido del efecto de los vientos, debe existir disponibilidad de agua por lo que se planea la perforación de un pozo que irrigue la zona de plantación
4. Poda de raíz y almacigo en bolsas para producir plantas en menor tiempo.
5. Periodo de secado: el café que se va cosechar es en un tono color uva el proceso de secado convertirá el color del grano un poco más oscuro dependiendo del cuidado en este tipo de proceso.

Los materiales que serán utilizados para la siembra serán:

- ✓ Fertilizantes
- ✓ Insecticidas
- ✓ Equipo para siembra
- ✓ Mano de obra

6.2 INTRODUCCIÓN AL PRODUCTO

La empresa Café Sureño S.A. se dedica a la producción y comercialización de café, su ubicación geográfica será en el departamento de El Paraíso colindante con Choluteca el cual cuenta con una altura entre los 1000-1400 MSNM con una precipitación anual de 950-1950 MM su temperatura es óptima para el cultivo ronda entre 16-22.5 grados centígrados. La época de cosecha es entre los meses de diciembre a Marzo. Adicionalmente cuenta la región con puertos de suma importancia como ser el de San Lorenzo y Amapala que facilitarían las exportaciones que podrían darse en un futuro así como la introducción de la maquinaria necesaria que pueda ser importada. El departamento cuenta con la infraestructura necesaria para albergar este tipo de proyectos por ser una zona

históricamente cafetalera de igual manera cuenta con buenos accesos y facilidad de transporte a la capital de Tegucigalpa.



NUMERO DE FINCAS CON CAFE Y USO DE LA TIERRA
POR DEPARTAMENTO. HONDURAS 1979

DEPARTAMENTO	N° DE FINCAS	TOTAL	USO DE LA TIERRA: Miles de Mzs.		
			CAFE	OTROS CULTIVOS	DESCANSO
TOTAL	40,000	709.5	164.1	87.9	457.5
Santa Bárbara	8,092	160.3	44.3	20.3	95.7
El Paraíso	4,765	118.3	22.5	12.9	82.9
Copán	4,332	80.8	12.0	12.5	56.3
Olancho	3,644	60.5	16.3	6.0	38.2
Comayagua	3,606	54.4	17.6	4.2	32.6
Lempira	3,414	47.8	8.0	10.4	29.4
Cortés	2,116	27.7	9.4	2.1	16.2
Yoro	2,098	40.4	10.8	4.6	25.0
Ocotepeque	2,007	32.1	3.3	6.3	22.5
La Paz	1,958	26.6	6.8	2.3	17.5
Fco. Morazán	1,854	23.2	6.6	2.9	13.7
Intibucá	1,613	15.6	3.0	1.8	10.8
Atlántida	236	3.3	0.4	0.4	2.5
Choluteca	265	18.5	3.1	1.2	14.2

FUENTE : IHCAFE, Censo Nacional Cafetalero 1979.

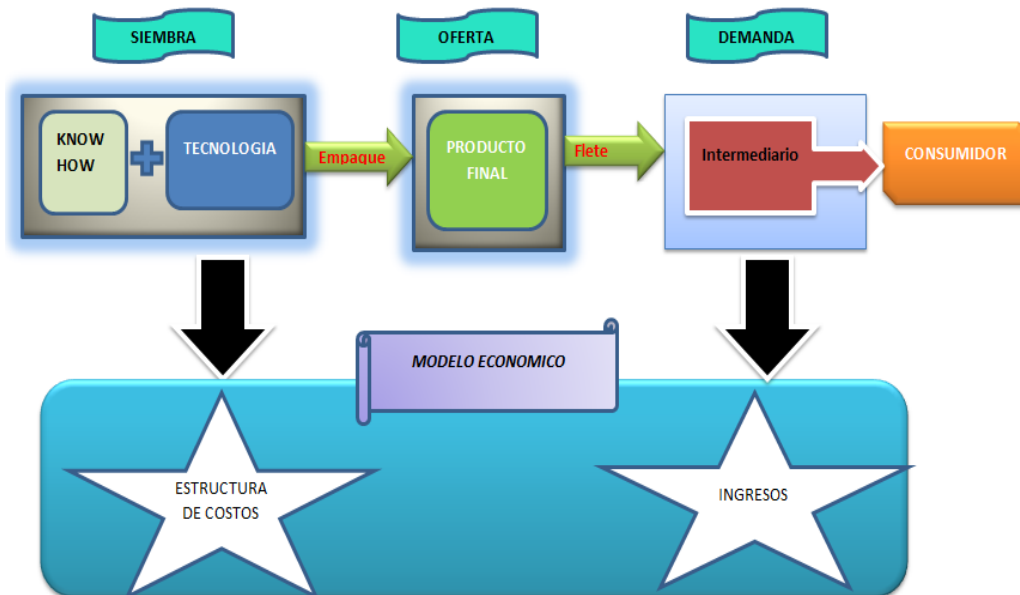
6.3 DESCRIPCIÓN PLAN DE ACCIÓN

6.3.1 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA.

La empresa Café Sureño será una sociedad anónima. El capital aportado será registrado mediante acciones es una entidad que se constituye por tiempo indefinido operando por si misma encargada de la parte de producción y negociaciones con clientes finales. La cosecha de café será vendida a empresas intermediarias como ser supermercados las cuáles serán las encargadas de realizar la distribución final al consumidor.

Dentro del modelo de expansión se cuenta con la atractiva idea de poder exportar, en sus inicios se planea distribuir internamente en el país, específicamente a los departamentos de El Paraíso y Choluteca luego está la opción de introducir la marca a otros departamentos.

6.3.2 DEFINICIÓN DEL MODELO DE NEGOCIOS



El modelo de negocio inicia con el conocimiento que tengan las personas encargadas de liderar el proyecto sumado a esto la tecnificación necesaria para garantizar producción en masa dará como resultado la oferta del producto final el cual será comercializado con intermediarios y trasladado través de canales de venta los cuales servirán para poner a disposición del consumidor final el café producido en Honduras.

El modelo de negocios empleado parte de la estructura de costos y las fuentes de ingreso que generara el proyecto utilizando como base una estrategia de precios que facilitara entre otras cosas poder competir fuertemente en el mercado y posicionar la marca para que sea reconocida.

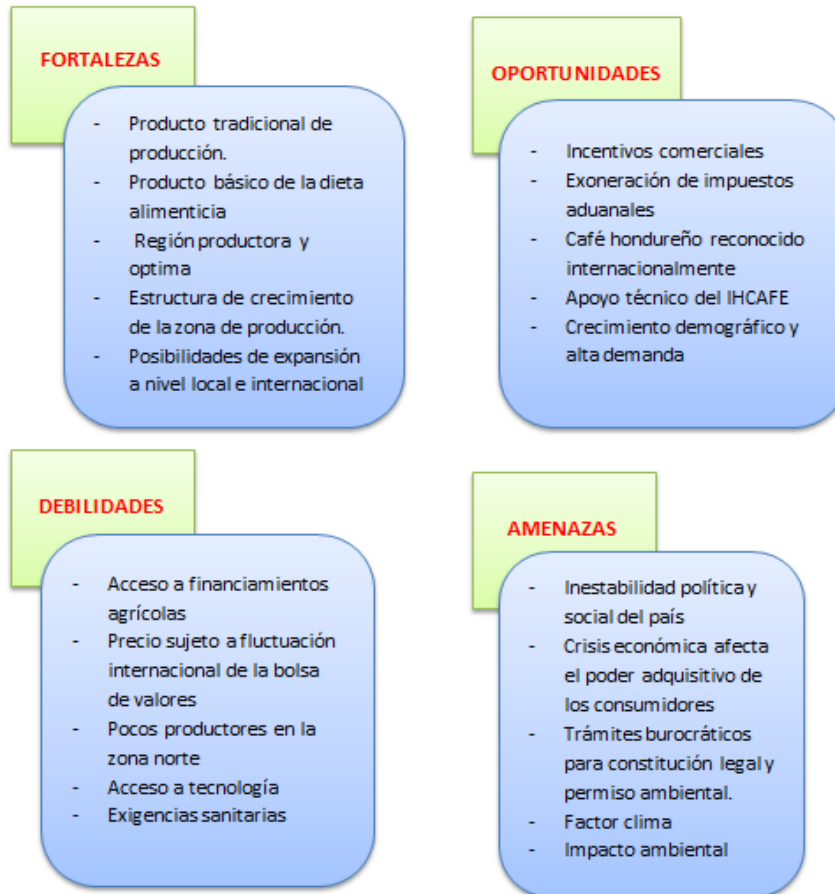
6.3.3 PROPIEDAD INTELECTUAL

Para poder introducir nuestra marca cuidando los derechos de autor esta será registrada y presentada ante el Registro de la Propiedad Industrial el cual deberá indicar información relevante del solicitante y mandatario. El primero podrá ser una persona natural o jurídica, nacional o extranjera. Este documento deberá ser acompañado por los adicionales:

- a. Un total de 20 ejemplares de la marca, este deberá listar todos los productos y servicios para los cuales se está haciendo el trámite de marca y los respectivos timbre solicitados por ley.
- b. Se debe realizar una descripción detallada y completa de la marca, en la que se pueda identificar con precisión alguna parte esencial o símbolo distintivo y la traducción correspondiente.
- c. El documento del mandato.
- d. Certificado de origen.

La marca de certificación se traduce con un símbolo que muestra o certifica la calidad, características, origen u otras variables relativos a los productos o servicios amparados por la marca, ella certifica o garantiza a los consumidores que los servicios o productos cumplen determinadas normas de calidad, reúnen determinadas características o tienen un origen determinado.

6.3.4 ANALISIS FODA



6.3.5 ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Café Sureño cuenta con la siguiente estructura, dentro de las funciones de cada uno de los departamentos estructurales se menciona:

Gerencia General: es el órgano supremo de la sociedad, encargado de encaminar la empresa hacia un crecimiento constante apoyado de las demás áreas, es el ente de representación ante los demás organismos. Es el encargado de la toma de decisiones en base a resultados financieros. Planificara las labores administrativas y de producción. Deberá contar con un nivel de experiencia muy elevado en puestos similares.

Asistente de Gerencia: Encargado de coordinar los procesos administrativos y operativos de la Gerencia, redacción de documentos, lleva la agenda diaria del Gerente y elaboración de memorias de reunión. Deberá contar con estudios de pregrado avanzados.

Contador General: Encargado de los registros contables y financieros así como la elaboración del presupuesto anual y organización de todas las operaciones. Entre sus actividades está el manejo de inventarios y control de pagos.

Auxiliar contable: Deberá contar con estudios básicos a nivel contable así como manejar paquetes informáticos, será el encargado de llevar los libros de contabilidad y registrar los movimientos diarios.

Gerente de Operaciones: Dirige, organiza y planea todos los procesos organizaciones del negocio. Es el encargado de establecer y marcar la pauta del adecuado establecimiento de procesos para un control de calidad y con esto en un futuro poder certificar la empresa.

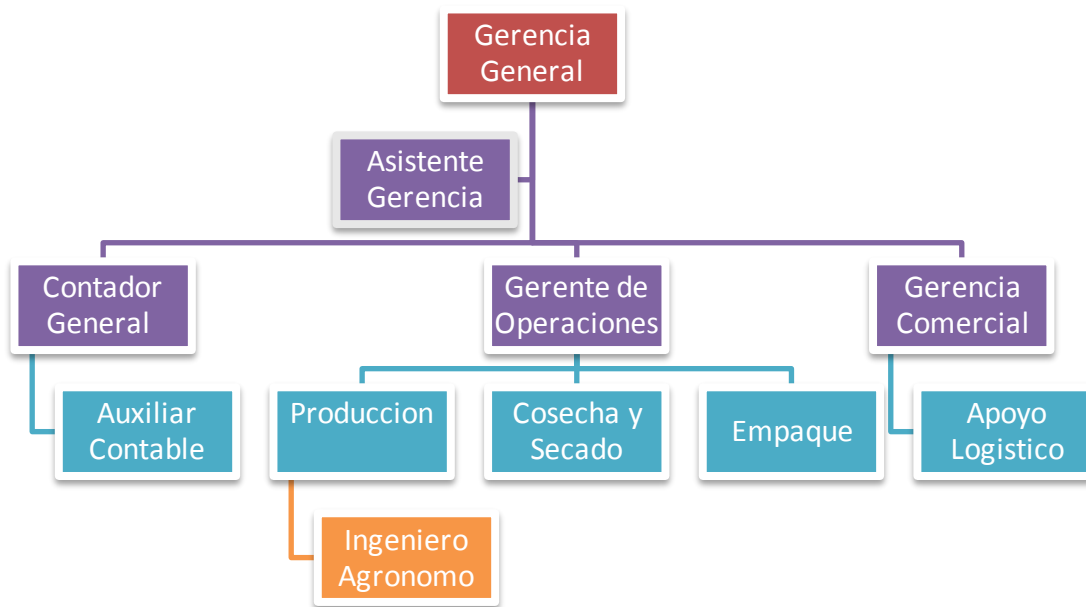
Producción: es el área encargada del proceso de siembra y mantener estrictos controles de calidad antes, durante y post cosecha. Este deberá reportar los niveles de producción, manejar los requerimientos y pedidos para poder cumplir las órdenes de compra. A su cargo estará un Ingeniero agrónomo que pueda validar todas estas actividades con el propósito de garantizar la calidad y competitividad del grano.

Departamento de Cosecha y secado: Encargado de la etapa de cosecha y recolección del grano cultivado para su posterior tratamiento.

Departamento de Empaque: Una vez se ha terminado el proceso de tratamiento del grano y está listo para exportar este departamento se encarga de la etapa de empacado garantizando se cumplan estándares de calidad exigidos.

Gerencia Comercial: Establece los procesos de negociación comercial con los entes interesados en el producto, es el canal directo de promoción y comercialización de la empresa.

Apoyo Logístico: Encargado de gestionar los tramites de comercialización, relación aduanera, monitoreo de mercadería, movilización etc.



6.3.6 ESTRATEGIA COMERCIAL

Como política de estrategia de venta y competitividad se estima reducir \$20.00 al precio estimado por el IHCAFE para acaparar la atención de los compradores o intermediarios. Esta reducción es viable considerando que al mantener procesos tecnificados se reducen los costos unitarios de producción que impactan positivamente en el margen de ganancia. Por ende se podría reducir el precio para entrar agresivamente en el mercado. También se pretende diferencial la calidad del café del resto de los competidores en cuanto al cuerpo del café procesándolo como café gourmet, ventaja que brinda la altura de la zona de El Paraíso para procesar este tipo de café.

Para poder llevar a cabo la logística y el proceso de importación de la maquinaria necesaria se deberá hacer uso de una agencia aduanera y de logística que pueda cubrir estos requerimientos, para ello se planea hacer uso de la agencia aduanera Marco Tulio Gutiérrez. El cual mediante su experiencia estará a cargo del proceso aduanero y movilización terrestre (mediante uso de sus cabezales) del producto hasta el puerto y mediante la movilización marítima cuando sea necesario.

Por temas de competitividad la estrategia comercial que debe tomarse en cuenta es la estrategia de fijación de precios (\$20 por debajo al estimado en el mercado) aunque el café dependa en gran medida de la fluctuación del mercado pueden utilizarse instrumentos financieros que garanticen en cierta medida el movimiento constante del precio como ser forwards, swaps o contratos de futuros con esto podrían determinarse ingresos futuros para temas presupuestarios. Con el área comercial es importante definir los métodos de pago que se estarán utilizando.

Un contrato forward: es un contrato a largo plazo entre comprador y vendedor cuyo objeto de negociación es un activo para fijar el precio del mismo a una fecha determinada estos normalmente son contratados en mercados organizados o en la bolsa.

Swaps: Es un compromiso de pago o intercambio de dinero a futuro

Futuros: al igual que los anteriores es un contrato que obliga tanto al comprador como al vendedor a intercambiar un número determinado de bienes o valores a una fecha futura con un precio establecido de antemano.

Para poder fijar el precio de un bien a comercializar internamente existen una serie de métodos o pasos a seguir

- Característica esencial que debe tener el segmento de interés
- Datos actualizados de costos
- Todos los gastos inherentes a la producción
- Niveles óptimos de producción

Poder determinar el precio de un bien implica realizar un despeje matemático donde se conjugan ingresos, costos de producción, gastos aduanales y de transporte y el margen de ganancia deseado por los dueños. De igual forma se tiene que saber el nivel de precios de la competencia.

PRECIO

El precio del café Sureño debería oscilar en unos \$20 por quintal por debajo del establecido en la bolsa de valores como medida de estrategia comercial para atraer a los intermediarios. Al comercializar el bien, el precio al consumidor final en las diferentes tiendas de conveniencia rondaría los 65 lempiras. El precio del producto se estimó a partir de los costos variables de producción tomando con un margen deseado de ganancia un 46%. El costo unitario por bolsa es de L.34.9

Costo Unitario por Bolsa

Considerando que los costos de producción anual son de L. 2,142,000.00 y la producción anual es de 3000 quintales el costo unitario por quintal es de L. 714.00 y cada quintal produciría cerca de 20.5 bolsas de café por ende el costo por bolsa rondaría L.34.8293

Luego de haber determinado el precio óptimo del producto se debe establecer la política de condiciones de pago de los clientes al igual que una serie de reglas generales que son de estricto cumplimiento a la hora de establecer negociaciones:

- Buen record crediticio del comprador
- Experiencias satisfactorias del pasado
- Monto de la transacción.
- Condiciones de compra.
- Políticas de precios, contratos a largo plazo.

La forma de pago que se utilizara será de contado se podrá dar crédito únicamente a las empresas que cumplan con los requisitos anteriores, el medio por el cual se realizara el pago podrá ser:

- Efectivo

- Transferencias
- Cheque certificado

Previo a la entrega o despacho del producto se deberá garantizar la disponibilidad de fondos en las cuentas empresariales que se aperturen en algún banco del sistema. De preferencia se debería utilizar las transferencias o el pago de contado.

En caso que la empresa decida exportar en un futuro se abre la opción a que el medio de pago sea mediante:

- Transferencias internacionales o Swift
- Remesas
- Cartas de crédito.

Un Swift es un tipo de transferencia bancaria que sirve como medio electrónico para realizar un traslado de fondos de país a otro es muy utilizado para pagos internacionales. Un aspecto negativo son las tarifas para iniciar esta operación las cuales rondan en promedio los \$30 los cuales deberían ser absorbidos por la empresa llevando al gasto este monto. La diferencia con una transferencia común es que se realiza con mayor tiempo. En la transferencia común intervienen dos bancos de diferentes países.

En cambio una carta de crédito es un instrumento de pago sujeto a regulaciones internacionales, donde una institución bancaria emisora cumplirá lo solicitado por un cliente donde debe hacer el pago a una tercera persona o beneficiario esto deberá ser contra entrega de una serie de documentos solicitados, este tipo de operación es de contado.

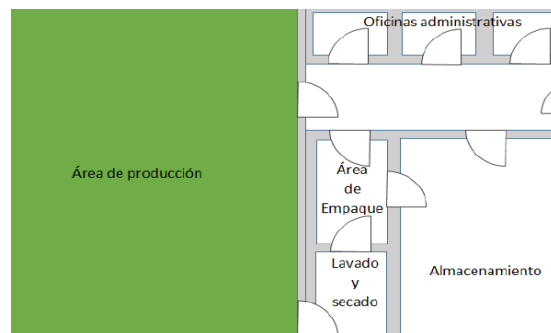
Existen una serie de condiciones que afectan la planificación del proyecto excluyendo la oferta y demanda de la producción:

- ✓ Disponibilidad de mano de obra interna o externa
- ✓ Equipo humano insuficiente para las labores
- ✓ Periodos de cosecha.

6.3.7 INSTALACIONES Y MAQUINARIA

El terreno que se piensa comprar para poder sembrar debería tener una extensión de 50 manzanas (35 hectáreas aproximadamente) para que con esto se pueda hacer frente a los requerimientos de los compradores.

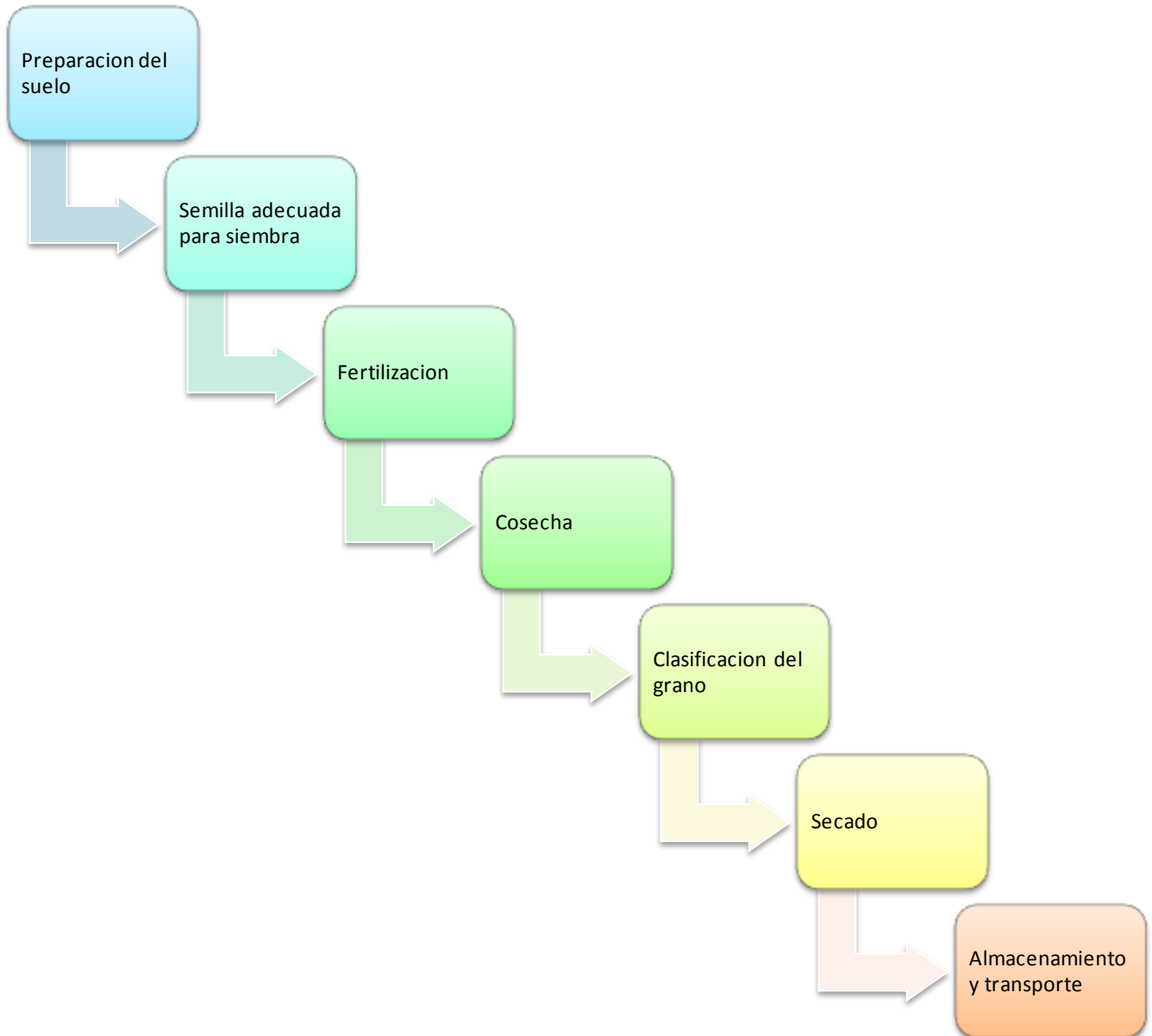
La distribución de la planta será de la siguiente manera:



Las maquinarias necesarias básicamente se emplearán durante el proceso de siembra, preparación de la tierra, riego y fertilización, estos servirán para arar la tierra, una bomba para que sea más potente el regado del cultivo desde el pozo en caso que se tenga problemas con alguna sequía o en su defecto desde alguna tubería y para fertilizar se requiere una bomba para que pueda expulsar los productos químicos. También se requieren maquinarias para el proceso de transformación una tostadora y una máquina de empaque que facilite este proceso de una manera más ágil

A continuación se muestra el proceso de producción empleado:

Ilustración: Proceso de Producción



6.4 ESTUDIO TÉCNICO

Uno de los mayores limitantes de estos proyectos es poder contar con los fondos necesarios para llevar a cabo un negocio agrícola exitoso, por ser considerado uno de los sectores económicos más riesgosos por temas de tecnificación, problemas ambientales, factores climáticos, desorganización de la operatividad o mal control financiero de la empresa etc.

Adicionalmente se incluyen otra serie de aspectos que se deben considerar para poder iniciar adecuadamente:

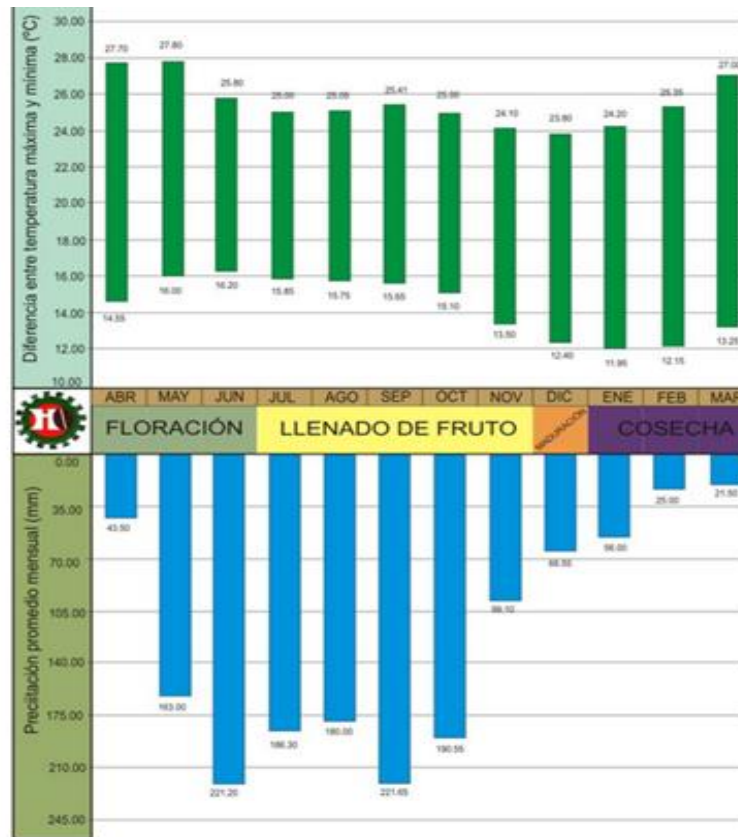
- Disponibilidad del terreno.
- Los periodos de cosecha
- Mano de obra calificada
- Servicios básicos en la zona, el principal de ellos el agua.

Por ser un proyecto agrícola, el contar con los servicios básicos principalmente el agua potable es vital para que el proyecto sea viable, considerando el clima tropical de la zona se prevé la perforación de un pozo para que se pueda irrigar la zona en épocas de escasas de agua.

Respecto al equipo necesario para iniciar operaciones se obtuvo la cotización de la maquinaria de parte del productor de la zona de Márcala, La Paz, Pompeyo Bonilla quien cuenta con amplia experiencia en esta rama y es uno de los grandes productores a nivel nacional.

Maquinaria para Trabajo	Costo
Despulpadora Marca Gallo de 3.5 Chorros	20,000.00
Motor Diesel (Energia)	21,000.00
Podadora Chindagua	30,000.00
Fierros	29,000.00
Secadora Vertical Usada	300,000.00
Bomba de Riego	49,000.00
Maquina de Empaque	51,000.00
Total Inversion en Maquinaria	L. 500,000.00

A continuación se presenta la gráfica comparativa entre la temperatura y la precipitación en la zona:



Fuente IHCAFE

La capacidad instalada de la finca será de 50 manzanas que en tamaño se convertiría en un mediano productor en el país, con el argumento teórico de un rendimiento de 50 qq. de café oro por manzana. Con esto se produciría aproximadamente 3000 quintales de café, según cifras pasadas del Censo Nacional de Cafetaleros. Según información del productor Antonio Ocampo por cada manzana se podrían sembrar de 3000 a 3500 cafetos, en total se estima una plantación neta de 150,000 plantas de café en la finca.

SUPERFICIE Y POBLACION DE PLANTAS DE CAFE, SEGUN TAMAÑO DE FINCA
HONDURAS 1979

TAMAÑO DE FINCA	MILES DE MANZ. DE CAFE			MILLONES DE CAFETOS			DENSIDAD P/HA.
	TOTAL	PRODUCCION	PLANTIO	TOTAL	PRODUC.	PLANTIO	
TOTAL	164.1	186.3	27.8	227.3	155.5	71.8	1385
Menos de 2	14.0	11.1	2.9	16.0	10.2	5.8	1143
De 2 a menos de 5	35.2	28.3	6.9	41.0	27.6	13.4	1165
De 5 a menos de 10	35.0	28.8	6.2	43.0	29.4	13.6	1229
De 10 a menos de 20	31.3	26.0	5.3	43.9	29.2	14.7	1403
De 20 a menos de 50	25.5	21.7	3.8	39.7	27.3	12.4	1557
De 50 a menos de 100	11.2	9.8	1.4	20.1	14.5	5.6	1795
De 100 y más	11.9	10.6	1.3	23.6	17.3	6.3	1983

FUENTE : IHCAFE, Censo Nacional Cafetalero 1979

6.4.1. IMPACTO SOCIAL:

El impacto más relevante se podrá dar en el ingreso familiar de los trabajadores de la zona, ya que el proyecto generaría nuevas fuentes de trabajo adicionalmente el crecimiento económico de la región sería notable por los ingresos y tecnificación así como los accesos a la zona se mejorarían en un futuro. A largo plazo la zona sería reconocida y se crearían nuevas empresas dedicadas al café lo que originaría un auge comercial y económico bastante considerable. Todo esto minimizaría los índices de pobreza, desnutrición, desempleo e inseguridad en la región del Paraíso/Choluteca.

6.4.2 ANÁLISIS LEGAL

Para poder incursionar en el mercado internacional es necesario estar legalmente constituido y operar de acuerdo a ley. Por lo que a continuación se describen los pasos que debe seguir una empresa para constituirse en Honduras:

- A. Se debe definir claramente la forma que adoptara la empresa puede ser como comerciante individual, sociedad anónima, sociedad de responsabilidad limitada.
- B. Tramitar el RTN que servirá de identificación de la empresa y demás trámites ante entes estatales como la Dirección Ejecutiva de Ingresos.
- C. Gestionar mediante un notario público la escritura de constitución el cual tiene costos asociados, varía entre L. 4,000.00 a L. 5,000.00 esto según informan las autoridades depende del tipo de sociedad y rubro
- D. Luego de esto se procede al registro de la empresa en el registro mercantil esto se lleva a cabo en las oficinas de la Cámara de Comercio e Industrias de Tegucigalpa.
- E. También se debe inscribir en la cámara de comercio respectiva de la ciudad donde se va operar según el artículo 384 del código de comercio.
- F. En la alcaldía municipal donde opera la empresa se tramita el permiso de operación el cual es extendido por un año para su renovación. Para tramitar este documento se solicita:

- ✓ Solvencia Municipal
 - ✓ Identidad del dueño de la empresa o su respectivo RTN numérico
 - ✓ Título de propiedad del local o contrato de arrendamiento
 - ✓ Escritura de Constitución de la sociedad
 - ✓ Ubicación específica mediante un croquis
 - ✓ Inspecciones del cuerpo de bomberos y la policía donde determinan que todas las instalaciones cuenten con las medidas de seguridad adecuadas para albergar personal.
- G. Se debe realizar una presentación de los libros contables ante la municipalidad respectiva.
- H. Un aspecto importante para todo exportador o importador de productos de consumo es el requerir el registro sanitario, el cual tiene un costo de L. 1,500.00. En este documento se deberá presentar entre otras cosas la solicitud de registro de alimentos, registro de marca y un certificado de libre venta, pureza y consumo el cual deberá ser legalizado y pasar por un proceso de autenticación en el departamento de relaciones exteriores.
- I. Las etiquetas o empaque provisionales en el cual se distribuirá el producto: el cual deberá incluir el nombre del producto, denominación social o nombre de la empresa fabricante, país u origen del cual procede el producto, ingredientes y tabla nutricional, contenido neto y el código del registro sanitario.

6.5 ESTUDIO FINANCIERO

6.5.1 INVERSIÓN INICIAL

Se presenta un resumen inicial de la inversión que se llevaría a cabo para poner en marcha el proyecto (alguno de los valores fueron estimados):

CAFÉ SUREÑO	
INVERSION INICIAL	
DETALLE	MONTO EN LEMPIRAS
Permiso de Operación	L. 375.00
Gastos inscripcion de marca	L. 5,255.00
Gastos profesionales del abogado	L. 40,000.00
Compra de 50 MZN Terreno	L. 5625,000.00
Equipo de computo (5)	L. 60,000.00
Impresora	L. 3,000.00
Mano de Obra	L. 186,200.00
Compra de Semillas para siembra (150,000 cafetos)	L. 200,000.00
Mobiliario de Oficina	L. 50,000.00
Material de aseo	L. 5,000.00
Servicios Publicos	L. 10,000.00
Honorarios Ing. Agronomo	L. 20,000.00
Papeleria y Utiles	L. 4,000.00
Mercadeo y Publicidad	L. 50,000.00
Equipo de primeros auxilios	L. 5,000.00
Equipamiento de cocina	L. 30,000.00
Construccion	L. 1000,000.00
Materiales de Trabajo	L. 500,000.00
Vehiculo de reparto	L. 500,000.00
Fertilizantes	L. 100,000.00
Otros	L. 30,000.00
Gran Total	L. 8423,830.00

Se estima a L. 100,000 lempiras la manzana. Adicionalmente se cuenta con un financiamiento de L. 5,600,000.00 con pagos anuales como capital semilla obtenido del Banrural a una tasa de interés del 14% a 10 años con dos periodos de gracia utilizados para la adquisición del terreno.

6.5.2 PROYECCIÓN DE VENTAS

Año de cosecha	Produccion en quintales	Precio estimado según IHCAFE y Wall Street Journal (dato real de 2016-2018)	Variacion anual de precios	Estrategia de reduccion de precio venta	Precio de Venta Café Sureño	Ingresos en dolares	Tipo de cambio	Ingreso en lempiras
Cosecha 2015		121.45						0
Cosecha 2016		131.8	9%					0
Cosecha 2017	3000	144.2	9%	\$ 20.00	\$ 124.15	\$ 372,450.00	L. 23.0	L. 8566,350.0
Cosecha 2018	3000	147.9	3%	\$ 20.00	\$ 127.90	\$ 383,700.00	L. 23.0	L. 8825,100.0
Cosecha 2019	3000	151.7	5%	\$ 20.00	\$ 131.75	\$ 395,242.66	L. 23.0	L. 9090,581.3
Cosecha 2020	3000	159.3	5%	\$ 20.00	\$ 139.33	\$ 418,004.80	L. 23.0	L. 9614,110.3
Cosecha 2021	3000	167.3	5%	\$ 20.00	\$ 147.30	\$ 441,905.04	L. 23.0	L. 10163,815.8
Cosecha 2022	3000	175.7	5%	\$ 20.00	\$ 155.67	\$ 467,000.29	L. 23.0	L. 10741,006.6
Cosecha 2023	3000	184.5	5%	\$ 20.00	\$ 164.45	\$ 493,350.30	L. 23.0	L. 11347,057.0
Cosecha 2024	3000	193.7	5%	\$ 20.00	\$ 173.67	\$ 521,017.82	L. 23.0	L. 11983,409.8
Cosecha 2025	3000	203.4	5%	\$ 20.00	\$ 183.36	\$ 550,068.71	L. 23.0	L. 12651,580.3
Cosecha 2026	3000	213.5	5%	\$ 20.00	\$ 193.52	\$ 580,572.14	L. 23.0	L. 13353,159.3

Supuestos:

- Se considera una producción sostenida de 3000 quintales de café a partir de la cosecha de 2017 si se comienza a sembrar en el mes de octubre de 2015.
- Los datos de precios fueron extraídos de la página del IHCAFE y del Wall Street Journal como una proyección de los años futuros. Los datos reales corresponden a la cosecha 2015-2018 se estima que el precio crezca un 5% sostenido año a año (escenario pesimista) si se compara con el comportamiento de los años reales que fue de un 9% durante dos periodos consecutivos.
- Como política de estrategia de venta y competitividad se estima reducir \$20.00 al precio estimado por el IHCAFE para acaparar la atención de los compradores o intermediarios. Esta reducción es viable considerando que al mantener procesos tecnificados se reducen los costos unitarios de producción que impactan positivamente en el margen de ganancia. Por ende se podría reducir el precio (inicialmente) para entrar agresivamente en el mercado.
- Como el gobierno no se ha pronunciado respecto a la tasa de cambio futura para estos años en análisis se dejó estable en L.23.00 por dólar.

6.5.3. PRESUPUESTO DE GASTOS

CAFÉ SUREÑO
GASTOS DE ADMINISTRACION

DESCRIPCION		Sueldo Mensual		Sueldo Anual
Vigilantes (2) y aseo	L.	8,500.00	L.	306,000.00
Gerente General	L.	40,000.00	L.	480,000.00
Secretaria	L.	10,500.00	L.	126,000.00
Apoyo Logistico	L.	12,000.00	L.	144,000.00
Administrador	L.	15,000.00	L.	180,000.00
Ingeniero Agronomo	L.	30,000.00	L.	360,000.00
Papeleria, aseo	L.	5,000.00	L.	60,000.00
Total			L.	1656,000.00

CAFÉ SUREÑO
GASTOS DE VENTA

DESCRIPCION		Sueldo Mensual		Sueldo Anual
Mercadeo y Publicidad	L.	20,000.00	L.	240,000.00
Equipo de Transporte	L.	5,000.00	L.	60,000.00
Servicios Publicos	L.	3,500.00	L.	42,000.00
Total			L.	342,000.00

Total Costos Operación	L. 1998,000.00
-------------------------------	-----------------------

CAFÉ SUREÑO		
GASTOS DE PRODUCCION		
DESCRIPCION	Gasto Mensual	Gasto Anual
Semilla	L. 18,000.00	L. 648,000.00
Vivero		L. 300,000.00
Guacas		L. 30,000.00
Siembra de palo		L. 30,000.00
Fertilizantes	L. 35,000.00	L. 420,000.00
Salario Empleados (7)	L. 59,500.00	L. 714,000.00
Total		L. 2142,000.00

6.5.4 DISTRIBUCIÓN DE COSTOS

Los gastos variables estarán conformados por los gastos de producción ya que estos dependen en gran medida de la cantidad de pedidos que se realicen y las órdenes de compra finales. Los costos fijos se conforman por los gastos de venta y gastos administrativos que prácticamente son erogaciones mensuales que debe realizar la empresa por actividades ya contratadas por sueldos, contratos publicitarios etc.

CAFÉ SUREÑO		
DISTRIBUCION DEL COSTO		
Detalle	Monto	Porcentaje
Costo Variable	L. 3822,000.00	66%
Costos Fijo	L. 1998,000.00	34%
Total	L. 5820,000.00	100%

6.5.5 DEPRECIACIÓN

Para el cálculo de las depreciaciones se utilizó el método de línea recta se consideró una vida útil para el edificio de 10 años y para los equipos 5 años con un valor residual del 1% acorde a ley.

CAFÉ SUREÑO					
DEPRECIACIONES					
Equipo	Costo	Valor Residual	Vida Util		Dep. Anual
Vehiculo	L. 500,000.00	L. 5,000.00	5	años	L. 99,000.00
Equipo y mobiliarios	L. 113,000.00	L. 1,130.00	5	años	L. 22,374.00
Edificio (construccion)	L. 1000,000.00	L. 10,000.00	6	años	L. 165,000.00
TOTAL DEPRECIACION					L. 286,374.00

Valores acumulados:

CAFÉ SUREÑO			
DEPRECIACION DEL VEHICULO			
Año	Depreciacion Anual	Depreciacion Acumulada	Valor en libros
0			L. 500,000.00
1	L. 99,000.00	L. 99,000.00	L. 401,000.00
2	L. 99,000.00	L. 198,000.00	L. 302,000.00
3	L. 99,000.00	L. 297,000.00	L. 203,000.00
4	L. 99,000.00	L. 396,000.00	L. 104,000.00
5	L. 99,000.00	L. 495,000.00	L. 5,000.00

CAFÉ SUREÑO			
DEPRECIACION DEL EQUIPO Y MOBILIARIO			
Año	Depreciacion Anual	Depreciacion Acumulada	Valor en libros
0			L. 113,000.00
1	L. 22,374.00	L. 22,374.00	L. 90,626.00
2	L. 22,374.00	L. 44,748.00	L. 68,252.00
3	L. 22,374.00	L. 67,122.00	L. 45,878.00
4	L. 22,374.00	L. 89,496.00	L. 23,504.00
5	L. 22,374.00	L. 111,870.00	L. 1,130.00

CAFÉ SUREÑO			
DEPRECIACION DEL EDIFICIO			
Año	Depreciacion Anual	Depreciacion Acumulada	Valor en libros
0			L. 1000,000.00
1	L. 99,000.00	L. 99,000.00	L. 901,000.00
2	L. 99,000.00	L. 198,000.00	L. 802,000.00
3	L. 99,000.00	L. 297,000.00	L. 703,000.00
4	L. 99,000.00	L. 396,000.00	L. 604,000.00
5	L. 99,000.00	L. 495,000.00	L. 505,000.00
6	L. 99,000.00	L. 594,000.00	L. 406,000.00
7	L. 99,000.00	L. 693,000.00	L. 307,000.00
8	L. 99,000.00	L. 792,000.00	L. 208,000.00
9	L. 99,000.00	L. 891,000.00	L. 109,000.00
10	L. 99,000.00	L. 990,000.00	L. 10,000.00

6.5.6 ESTADO DE RESULTADO PROFORMA

CAFÉ SUREÑO

ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO

Descripcion	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Ingresos por venta	-	-	8566,350.00	8825,100.00	9090,581.27	9614,110.33	10163,815.85	10741,006.64	11347,056.97	11983,409.82	12651,580.31	13353,159.33
Costo Fijos	1998,000.00	1998,000.00	2912,559.00	3000,534.00	3090,797.63	3268,797.51	3455,697.39	3651,942.26	3857,999.37	4074,359.34	4301,537.31	4540,074.17
Utilidad Bruta	-1998,000.00	-1998,000.00	5653,791.00	5824,566.00	5999,783.64	6345,312.82	6708,118.46	7089,064.38	7489,057.60	7909,050.48	8350,043.01	8813,085.16
Costos Variables	-	-	3731,502.06	3844,213.56	3959,857.20	4187,906.46	4427,358.18	4678,782.49	4942,778.02	5219,973.32	5511,028.38	5816,636.20
Depreciacion	220,374.00	220,374.00	220,374.00	220,374.00	220,374.00	220,374.00	220,374.00	220,374.00	220,374.00	220,374.00	220,374.00	220,374.00
Utilidad o perdida de Operación	-2218,374.00	-2218,374.00	1701,914.94	1759,978.44	1819,552.44	1937,032.36	2060,386.28	2189,907.89	2325,905.59	2468,703.16	2618,640.62	2776,074.95
Gastos de Organización	45,630.00											
Intereses bancarios	784,000.00	784,000.00	784,000.00	686,000.00	588,000.00	490,000.00	392,000.00	294,000.00	196,000.00	98,000.00		
Amortizacion capital	-	-	700,000.00	700,000.00	700,000.00	700,000.00	700,000.00	700,000.00	700,000.00	700,000.00		
Utilidad antes de Impuesto	-3048,004.00	-3002,374.00	217,914.94	373,978.44	531,552.44	747,032.36	968,386.28	1195,907.89	1429,905.59	1670,703.16	2618,640.62	2776,074.95
Impuesto sobre la Renta	-	-	54,478.74	93,494.61	132,888.11	186,758.09	242,096.57	298,976.97	357,476.40	417,675.79	654,660.16	694,018.74
Utilidad Neta	-3048,004.00	-3002,374.00	163,436.21	280,483.83	398,664.33	560,274.27	726,289.71	896,930.92	1072,429.19	1253,027.37	1963,980.47	2082,056.22

Durante los dos primeros años fiscales de operación se incurren en pérdidas provocadas por el lapso de siembra y cosecha, en el caso del café el periodo de producción inicia a los 18 meses si es bien atendido, la producción media inicia a los 3 años y máxima a los 5, se tiene que ir haciendo poda desde que está a 25cm para maximizar el rendimiento. (Antonio Ocampo).

6.5.7 AMORTIZACIÓN DEL PRESTAMO

CAFÉ SUREÑO					
AMORTIZACIÓN DEL PRESTAMO CON BANRURAL					
<i>Cuota</i>	<i>Monto</i>	<i>Intereses</i>	<i>Pago capital</i>	<i>cuota</i>	<i>Saldo Final</i>
0					5600,000.00
1	5600,000.00	784,000.00	0.00	784,000.00	5600,000.00
2	5600,000.00	784,000.00	0.00	784,000.00	5600,000.00
3	5600,000.00	784,000.00	700,000.00	1484,000.00	4900,000.00
4	4900,000.00	686,000.00	700,000.00	1386,000.00	4200,000.00
5	4200,000.00	588,000.00	700,000.00	1288,000.00	3500,000.00
6	3500,000.00	490,000.00	700,000.00	1190,000.00	2800,000.00
7	2800,000.00	392,000.00	700,000.00	1092,000.00	2100,000.00
8	2100,000.00	294,000.00	700,000.00	994,000.00	1400,000.00
9	1400,000.00	196,000.00	700,000.00	896,000.00	700,000.00
10	700,000.00	98,000.00	700,000.00	798,000.00	0.00

Según las condiciones que estableció Banrural se realizaran pagos anuales a partir del 3 año (2 periodos de gracia) pero si se cancelaran intereses del 14% sobre saldos insolutos. Los intereses y capital se pagaran de esta forma por el periodo de cosecha del café ya que los periodos oscilan entre 18 meses de producción inicialmente.

6.5.8 ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO

CAFÉ SUREÑO												
ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO												
Actividades	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
<i>Actividades de Operación</i>												
Saldo inicial de Efectivo	-	934,260.00	-3569,740.00	-447,390.00	3031,710.00	6874,291.27	11338,401.60	16450,217.45	22237,224.09	28728,281.07	35953,690.89	44645,271.21
Ingresos por ventas	-	-	8566,350.00	8825,100.00	9090,581.27	9614,110.33	10163,815.85	10741,006.64	11347,056.97	11983,409.82	12651,580.31	13353,159.33
Otros Ingresos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total Ingreso de Operación	-	934,260.00	4996,610.00	8377,710.00	12122,291.27	16488,401.60	21502,217.45	27191,224.09	33584,281.07	40711,690.89	48605,271.21	57998,430.54
Sueldo de empleados	547,500.00	2190,000.00	2190,000.00	2190,000.00	2190,000.00	2190,000.00	2190,000.00	2190,000.00	2190,000.00	2190,000.00	2190,000.00	2190,000.00
Materiales de Aseo	60,000.00	60,000.00	60,000.00	60,000.00	60,000.00	60,000.00	60,000.00	60,000.00	60,000.00	60,000.00	60,000.00	60,000.00
Publicidad y Mercadeo			240,000.00	240,000.00	240,000.00	240,000.00	240,000.00	240,000.00	240,000.00	240,000.00	240,000.00	240,000.00
Servicios Públicos	42,000.00	42,000.00	42,000.00	42,000.00	42,000.00	42,000.00	42,000.00	42,000.00	42,000.00	42,000.00	42,000.00	42,000.00
Gastos de Producción	1428,000.00	1428,000.00	1428,000.00	1428,000.00	1428,000.00	1428,000.00	1428,000.00	1428,000.00	1428,000.00	1428,000.00	1428,000.00	1428,000.00
Total Egresos de Operación	2077,500.00	3720,000.00	3960,000.00	3960,000.00	3960,000.00	3960,000.00	3960,000.00	3960,000.00	3960,000.00	3960,000.00	3960,000.00	3960,000.00
Flujo de Efectivo Neto AO	-2077,500.00	-2785,740.00	1036,610.00	4417,710.00	8162,291.27	12528,401.60	17542,217.45	23231,224.09	29624,281.07	36751,690.89	44645,271.21	54038,430.54
<i>Actividades de Inversión</i>												
Compra de Terreno	5625,000.00											
Inversiones en Equipo	648,000.00											
Total Efectivo Utilizado	6273,000.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<i>Actividades de Financiamiento</i>												
Aportación de Socios	4468,760.00											
Prestamo a Largo Plazo	5600,000.00											
Amortización del Prestamo	-	0.00	700,000.00	700,000.00	700,000.00	700,000.00	700,000.00	700,000.00	700,000.00	700,000.00	700,000.00	700,000.00
Intereses Pagados	784,000.00	784,000.00	784,000.00	686,000.00	588,000.00	490,000.00	392,000.00	294,000.00	196,000.00	98,000.00	0.00	0.00
Efectivo Act. Financiamiento	9284,760.00	-784,000.00	-1484,000.00	-1386,000.00	-1288,000.00	-1190,000.00	-1092,000.00	-994,000.00	-896,000.00	-798,000.00	0.00	0.00
Flujo de Caja Anual	934,260.00	-3569,740.00	-447,390.00	3031,710.00	6874,291.27	11338,401.60	16450,217.45	22237,224.09	28728,281.07	35953,690.89	44645,271.21	54038,430.54

6.5.9 BALANCE GENERAL

CAFÉ SUREÑO					
BALANCE GENERAL PROFORMA					
Años	2015	2016	2017	2018	2019
Activos					
<i>Corriente</i>					
Caja	400,000.0	934,260.0	-3569,740.0	-2127,390.0	-328,290.0
Inventario Biológico	200,000.0	1834,554.0	8784,738.2	6881,809.8	4623,264.3
Publicidad			240,000.0	240,000.0	240,000.0
Fertilizantes	100,000.0	100,000.0	100,000.0	100,000.0	100,000.0
	700,000.0	2868,814.0	5554,998.2	5094,419.8	4634,974.3
<i>No Corriente</i>					
Terreno	5625,000.0	5625,000.0	5625,000.0	5625,000.0	5625,000.0
Edificio	1000,000.0	1000,000.0	1000,000.0	1000,000.0	1000,000.0
Mobiliario y Equipo	148,000.0	148,000.0	148,000.0	148,000.0	148,000.0
Materiales de Aseo	60,000.0	60,000.0	60,000.0	60,000.0	60,000.0
Papelería y Útiles	4,000.0	4,000.0	4,000.0	4,000.0	4,000.0
Equipo de Siembra	500,000.0	245,320.0	245,320.0	245,320.0	245,320.0
Equipo Transporte	500,000.0	500,000.0	500,000.0	500,000.0	500,000.0
(-) Depreciaciones	-220,374.0	-440,748.0	-661,122.0	-881,496.0	-1101,870.0
	7616,626.0	7141,572.0	6921,198.0	6700,824.0	6480,450.0
<i>Otros Activos</i>					
Otros Activos	30,000.0	30,000.0	30,000.0	30,000.0	30,000.0
Gastos de Organización	5,630.0				
	35,630.0	30,000.0	30,000.0	30,000.0	30,000.0
Total Activos	8352,256.0	10040,386.0	12506,196.2	11825,243.8	11145,424.3
Pasivos					
Prestamos Banrural	5600,000.0	5600,000.0	4900,000.0	4200,000.0	3500,000.0
Sueldos por pagar	547,500.0	2190,000.0	2190,000.0	2190,000.0	2190,000.0
Intereses por pagar	784,000.0	784,000.0	784,000.0	686,000.0	588,000.0
Impuesto Sobre la Renta	-	-	54,478.7	93,494.6	132,888.1
Total Pasivo	6931,500.0	8574,000.0	7874,000.0	7076,000.0	6278,000.0
Patrimonio Neto					
Capital Social	4468,760.0	4468,760.0	4468,760.0	4468,760.0	4468,760.0
Utilidad o Pérdida Ejercicio	-3048,004.0	-3002,374.0	163,436.2	280,483.8	398,664.3
Total Patrimonio Neto	1420,756.0	1466,386.0	4632,196.2	4749,243.8	4867,424.3
Pasivo + Patrimonio	8352,256.0	10040,386.0	12506,196.2	11825,243.8	11145,424.3

Se calculó el costo promedio de capital mediante la fórmula del costo promedio ponderado de capital:

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

El financiamiento está compuesto por el préstamo adquirido con Banrural de L. 5,600,000.00, el total de la inversión está compuesto por el detalle de la inversión inicial por un monto de L. 8,423,830.00, la aportación de los socios asciende a L. 4,468,760.00 en el que se estima la obtención de un rendimiento del 14%, el costo de la deuda se determina por la tasa de interés del préstamo que es del 14% y la tasa impositiva del 25%

L.	$\frac{5600,000.00}{8423,830.00} * 14%$	$* (1 - 0.25) +$	$\frac{L. 4468,760.00}{L. 8423,830.00} * 15%$	$=$	15% WACC
----	---	------------------	---	-----	-----------------

El costo promedio de capital es del 15% por ende para que el proyecto sea rentable la tasa interna de retorno en teoría debería ser superior al 15%. Para ello es esencial calcular el valor actual neto de los flujos de efectivo.

El valor actual neto es positivo y la TIR es mayor al costo de capital ponderado por lo que se concluye que el proyecto financieramente es viable para su ejecución.

VAN - TIR	
Periodo	Flujo
0	-8423830
Año 2015	934,260.00
año 2016	-3569,740.00
Año 2017	-447,390.00
Año 2018	3031,710.00
Año 2019	6874,291.27
Año 2020	11338,401.60
Año 2021	16450,217.45
Año 2022	22237,224.09
Año 2023	28728,281.07
Año 2024	35953,690.89
Año 2025	44645,271.21
Año 2026	54038,430.54
VAN	L. 43175,455.40
TIR	43%

BIBLIOGRAFIA

Agosin, M.R. Machado, R., & Nazal, P. (2004) *Pequeñas Economías, Grandes Economías*. Washington D.C Estados Unidos. Banco Interamericano de Desarrollo.

Instituto Hondureño del Café (2014) *Informe Estadístico Anual*. Extraído de la página Oficial www.ihcafe.hn

Banco Central de Honduras (2010) *Exportaciones según socios Comerciales*. Recuperado el 12 de Octubre de 2014 de la página www.bch.hn

Chain N. S., & Sapag Chian R. (2008) *Preparación y Evaluación de Proyectos* (Vol. 5) Bogotá, Colombia: Mc Graw Hill.

Corporación Colombia Internacional (2001). Oportunidades de Mercado. S. Cuellar, J. Medina, & J. Robbins, *Oportunidades de Exportación para Frutas y Hortalizas* (Pág. 52-53) Colombia: Gente Nueva.

Gray. C.F., & Larsson W. E. (2009) *Una Moderna Administración de Proyectos*. México D.F. Mc Graw Hill.

Instituto Nacional de Estadísticas INE (Septiembre de 2011). Recuperado el 12 de octubre de 2014, de la página www.ine.gob.hn

Kotler, P., & Armstrong, G. (2007) Fijación de los Precios de los Productos. Kotler, & Armstrong, G., *Marketing versión para Latinoamérica* (pág. 322-327) México Pearson Education.

Montaldo, A. (1975) *Cultivo de Raíces y Tubérculos Tropicales*. San José Costa Rica.

PMI. (2013). *A Guide Project Management Body of Knowledge*. Project Management Institute.

Sampieri R.H. Fernández, C., & Baptista Lucio, P. (2010) *Metodología de la Investigación*. Perú: Mc Graw Hill.

Sánchez R.G. (Agosto 2007). Modelo Conceptual para el Monitoreo y Control de Proyectos. San José Costa Rica.

Secretaria de Agricultura y Ganadería (2014) Dirección Comercial de Compradores y Canales de Comercialización a nivel Nacional. Recuperado el 20 de octubre de 2014, de Unidad de Agro negocios: www.agronegocios.sag.gob.hn

Subgerencia de Estudios Económicos. (2010). Informe sobre Comercio Exterior de Mercancías Generales. Banco Central de Honduras, Departamento de Estadísticas Macroeconómicas. Tegucigalpa.

Truas, F. G. (1971) La Exportación y los Mercados Internacionales. Barcelona: Hispano Europeo.

Harvard. (1987) Estrategias Financieras. Sinaloa: Harvard Business Review.

Flores. F. (1989) Historia del Café. Biblioteca Luis Ángel Arango. Banco de la Republica de Colombia.

Sandoval. M. (Noviembre de 2014) Diagnostico y Cuantificación del Mercado de Enmiendas agrícolas en Honduras. Escuela Agrícola Panamericana, El Zamorano, Honduras.

Arévalo G. Castellano, M. (2009) Manual de Fertilizantes y Enmiendas. Programa para la Agricultura Sostenible en laderas de América Central. Carrera de Ciencia y Producción Agropecuaria. Escuela Agrícola Panamericana, El Zamorano Honduras

Investing, (2014) Datos Históricos de Café Estados Unidos (en línea) <http://es.investing.com/commodities/us-coffee-c-historical-data>.

Gustavo. C., Mejía. C., García. E., Amador. J. & Calderón. E. (2012) El mercado Mundial del Café y su Impacto en Colombia. República de Colombia.

Instituto Hondureño de Café, IHCAFE, (2013) Estadísticas y Generalidades de Café en Honduras. www.ihcafe.hn

Centro Latinoamericano para la Competitividad y Desarrollo Sostenible (1999) La Caficultura en Honduras. INCAE

Ponce. R. (2012) Historia del Café en Honduras. Coordinador del Programa de Mejoramiento Genético. IHCAFE, Honduras.

Instituto Hondureño de Café (2000) Informe Cosecha de Café 99-2000 Unidad de Exportación y Comercialización. Tegucigalpa, Honduras.

Instituto Hondureño de Café (2014) Informe Cosecha de Café 2012-2013 Unidad de Exportación y Comercialización. Tegucigalpa, Honduras.

Instituto Hondureño de Café (2001) Manual de Caficultura 3era Edición. Tegucigalpa, Honduras.

Cooperación Internacional del Japón JICA, IICA (2004) Café Agroindustrial. Nicaragua.

Vargas, D. (2000) Beneficio Seco de Café y Catación, La experiencia de Colombia. Proyecto Zamorano/USAID. Programa de Café Honduras.

ANEXOS

ANEXO 1: ENCUESTA

Soy un estudiante de post grado de UNITEC, actualmente me encuentro realizando un Estudio de pre factibilidad sobre la producción y exportación de café como requisito previo a la obtención del título Maestría en Finanzas. Por lo que estoy solicitando su valioso apoyo respondiendo las siguientes preguntas

A continuación marque con una X la respuesta que considere la adecuada

1. Edad _____

2. Sexo: M_____ F _____

3. ¿Consume regularmente Café?

SI_____ NO____

Si su respuesta es NO pase a la pregunta #10.

4. ¿En qué horarios consume regularmente café?

A. Matutino _____

B. Vespertino_____

C. Nocturno_____

5. ¿Cuántas veces al día consume Café?

A. 1 vez _____

B. 2 veces _____

C. 3 o mas _____

6. ¿Tiene alguna marca que sea de su preferencia?

SI_____ NO____ Cual_____

7. ¿Consumo Café producido en Honduras?

SI _____ NO _____

Si su respuesta es NO de por finalizada la encuesta.

8. ¿Cómo le parece la calidad del café Hondureño?

a. Excelente _____

b. Bueno _____

c. Malo _____

d. Regular _____

9. ¿Cuál de las siguientes características distinguen al café Hondureño respecto al del resto de países Centroamericanos?

a. Sabor _____

b. Aroma _____

c. Color _____

d. Otro ¿Cuál? _____

10. ¿Cree que Honduras puede competir en el mercado internacional con el café producido localmente?

Si _____

No _____

11. ¿Sabía usted que en la zona sur del país se produce café?

Si _____

No _____

12. ¿Tiene familiares en el exterior que consuman café Hondureño?

Si _____

No _____

ANEXO 2: ENTREVISTA

Soy un estudiante de post grado de UNITEC, actualmente me encuentro realizando un Estudio de análisis de producción y exportación de café como requisito previo a la obtención del título de Maestría en finanzas. Por lo que gentilmente solicito de su valioso apoyo, respondiendo las siguientes preguntas.

1. ¿Hace cuánto tiempo se dedica a la producción de café?
2. ¿Ha pensado en exportar hacia algunos de los principales países que importan café en la actualidad como Estados Unidos?
3. ¿Conoce a qué precio aproximado lo venden los exportadores?
4. ¿A qué precio aproximado lo compra?
5. ¿Cómo es el empaque actual en que se exporta el café?
6. ¿Cómo la pagan por Libra o Tonelada?
7. ¿Cómo es su forma de pago de contado, crédito?
8. ¿Cuáles son las principales características del café hondureño por lo que es tan demandado por los importadores?

9. ¿Los productores tienen preferencias de exportar café dependiendo del lugar donde se cultiva?
10. ¿Conoce cuál es el proceso que se sigue para la exportación del producto?
11. ¿Para el proceso de cultivo se utiliza algún pesticida o químicos para garantizar la calidad del producto?
12. ¿Qué plagas afectan la producción?
13. ¿Cada cuánto sale la cosecha en su departamento?
14. ¿Conoce cuáles son los principales mercados donde se exporta el café hondureño?
15. ¿Conoce que cantidad del grano hondureño se exporta y cuánto se queda en el país?
16. ¿Cuál es la diferencia entre el café hondureño con el resto de los países de Centroamérica?
17. ¿Sabía usted que el café puede ser producido en la zona sur del país?
18. ¿Sabía usted que el café puede producirse en climas cálidos como fríos?