Estudio de prefactibilidad de la franquicia comercial Baskin Robbins en Honduras

Gonzalo Xavier Santillán Plata

ZAMORANO
Carrera de Agronegocios

Diciembre, 2001

ZAMORANO
CARRERA DE AGRONEGOCIOS

Estudio de prefactibilidad de la franquicia comercial Baskin Robbins en Honduras

Tesis presentada como requisito parcial
para optar al título de Ingeniero Agrónomo
en el grado académico de Licenciatura.

Por:

Gonzalo Xavier Santillán Plata

Honduras: 1 de diciembre del 2001

El autor concede a Zamorano permiso
para reproducir y distribuir copias de este
trabajo para fines educativos. Para otras personas
físicas o jurídicas se reservan los derechos de autor.

_____

Gonzalo Xavier Santillán Plata

Zamorano, Honduras
Diciembre, 2001

Estudio de prefactibilidad de la franquicia comercial Baskin Robbins en Honduras

presentado por
Gonzalo Xavier Santillán Plata

Aprobado:

_____	_____
Héctor Vanegas, M. Sc. Asesor Principal	Luis Velez, M. Sc. Coordinador de Carrera
_____	_____
Guillermo Berlioz, Lic. Asesor	Héctor Vanegas, M. Sc. Coordinador PIA
_____	_____
Jorge Moya, Ph. D. Asesor	Antonio Flores, Ph. D. Decano
_____	_____
Gisela Godoy, M. Sc. Asesor	Keith Andrews, Ph. D. Director

DEDICATORIA

Dedico todo este esfuerzo a mis padres por ser mi ejemplo, la inspiración de hacer las cosas bien, por brindarme el cariño tan intenso que nunca se perdió pese a la distancia y por ser los autores de lo que soy ahora.

A mis abuelos por apoyarme en el transcurso de mi carrera y ser el ejemplo de lo que es el trabajo.

A mi hermana por sus consejos tan dedicados y por llegar a ser más que mi amiga, la hermana que siempre quise.

A mi familia que siempre puso su granito de cariño y su apoyo moral en todos mis esfuerzos y decisiones.

A Flor Nuñez por estar siempre en mi corazón brindándome su enorme amor y por estar en las buenas como en las malas luchando por conocernos y ser mejores.

A David Manosalvas un gran y excelente amigo como pocos, por brindarme su amistad y apoyo en toda actividad y por planear juntos un futuro en los negocios que simplemente se hará realidad.

A mis amigos íntimos y compañeros de economía que siempre me apoyaron y me apoyarán en un futuro lleno de negocios.

A los padrinos de mi casa “Washington” por ser buenos líderes y llevar a la residencia por un buen camino.

A Washington, un ejemplo de residencia, en el cual dejé todos mis esfuerzos.

A David Galarza por brindarme la oportunidad de conocer lo que es el ser un buen “amigo” y el ejemplo de la moral en la vida.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a todas las personas que invirtieron su tiempo y conocimientos en la realización de este trabajo.

A Vinicio Leiva gerente general de Baskin Robbins Ecuador por su apoyo en la logística del estudio e información enviada.

A Fernando Parra coordinador general Baskin Robbins Centro América y el Caribe por su apoyo en información vital para la elaboración del estudio.

A Nadya Santillán líder Baskin Robbins por la información proporcionada para la complementación del trabajo.

A mi asesor principal Héctor Vanegas por sus conocimientos tan acertados y pese a su distanciamiento en el desarrollo del proyecto siempre regresó como mi asesor.

A Guillermo Berlioz por sus sanos consejos y conocimientos.

A mis asesores gracias por su comprensión, dedicación y trabajo.

RESUMEN

Santillán, Gonzalo 2001. Estudio de prefactibilidad de la franquicia comercial Baskin Robbins. Proyecto Especial del Programa de Ingeniero Agrónomo, Zamorano, Honduras. 74p.

Las franquicias comerciales han experimentado gran popularidad entre los inversionistas, ya que disminuyen el riesgo de inversión en comparación con empresas nuevas. Baskin Robbins, empresa especializada en la comercialización de helados de calidad desde 1945, ha desarrollado este sistema y ha expandido la empresa a través de 3,800 establecimientos en más de 50 países. El objetivo del estudio fue demostrar los factores económicos del entorno, mercado, competencia, legales e importación en Honduras consiguiendo así los parámetros necesarios para considerar o postergar estudios más profundos en el futuro. El estudio se realizó en Tegucigalpa y San Pedro Sula con un muestreo aleatorio bietápico para el estudio de demanda e investigación de campo en instituciones públicas y también en los canales de distribución de las empresas en el mercado de helados. Pese al crecimiento económico de Honduras que se desarrolla en el 2001, donde la gran mayoría de su población vive en la pobreza y en zonas rurales, el país no proyecta una imagen positiva frente a la inversión extranjera. Existen alrededor de 10 empresas que compiten en un mercado de helados reducido a través de calidad, precios y servicio al cliente. Existe un ambiente optimista frente a los productos de la franquicia entre los consumidores, ya que consideran el producto de calidad, que es el factor más importante al considerar la compra de helados por los hondureños. Es posible que la franquicia sea viable considerando los resultados del presente estudio, sin embargo el gobierno debe trabajar en los próximos años para desarrollar más el ambiente económico que gira en torno a la inversión y el nivel de vida de los hondureños. Es recomendable monitorear la economía de Honduras y su desarrollo para encontrar el punto en donde la franquicia se pueda desarrollar con viabilidad en el país.

Palabras Clave: Estudio de mercado, factores macroeconómicos, factores microeconómicos, franquiciado, franquiciante, helados, posibilidad.

_____

Dr. Abelino Pitty

NOTA DE PRENSA

FRANQUICIAS COMERCIALES, UNA ALTERNATIVA DE INVERSIÓN EN HONDURAS?

La inversión extranjera no ayuda al desarrollo de Honduras por el ambiente microeconómico poco favorable mostrado internacionalmente. Las franquicias comerciales en general se pueden considerar no viables para la inversión debido a que Honduras es un país en donde el 54% de su población se desarrolla en zonas rurales con un sector pobre bien marcado del 65%. La comunidad hondureña pierde el beneficio de los sistemas, que ofrecen calidad en sus productos, servicios y la generación de empleo capacitado.

Con el apoyo institucional de Zamorano, la carrera de agronegocios y la franquicia comercial Baskin Robbins, dedicada a la comercialización de helados de calidad, se desarrolló una evaluación cuyo objetivo principal fue demostrar la viabilidad de la franquicia en Honduras tomando en consideración factores macroeconómicos, de mercado, de competencia y legales.

Se realizó una profunda búsqueda de información a nivel de instituciones públicas, empresas del sector y fuentes secundarias de información para conocer el desempeño de la economía, los aspectos legales que influyen en el sector y la competencia existente. Se encuestó a hondureños en supermercados y centros comerciales de las ciudades principales de Honduras para determinar la demanda del producto.

Los resultados revelan que la economía hondureña se encuentra en un proceso de crecimiento positivo manteniéndose el país en desarrollo, sin embargo, los acontecimientos terroristas de septiembre podrían opacar en los años venideros. El mercado hondureño se muestra optimista ante los productos de la franquicia favoreciendo la calidad pero con una percepción de un producto caro.

Por lo anterior, el estudio concluye que la franquicia podría ser viable siempre y cuando el gobierno siga trabajando de forma positiva en el ambiente que gira en torno a la inversión y su imagen que proyecta internacionalmente.

Lic. Sobeyda Alvarez

CONTENIDO

Portadilla..... ii
Autoría..... iii
Páginas de firmas..... iv
Dedicatoria..... v
Agradecimientos..... vi
Resumen..... vii
Nota de Prensa..... viii
Contenido..... ix
Índice de Cuadros..... xii
Índice de Figuras..... xiv
Índice de Anexos..... xv

1. INTRODUCCIÓN..... 1

1.1. SITUACIÓN DEL ESTUDIO..... 1
1.2. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO..... 1
1.3. LÍMITES DEL ESTUDIO..... 2
1.4. OBJETIVOS..... 3
    1.4.1. Objetivo General..... 3
    1.4.1. Objetivos Específicos..... 3

2. METODOLOGÍA..... 4

2.1. MARCO DE DESARROLLO..... 4
2.2. ESTUDIO DE MERCADO..... 4
2.3. ESTUDIO LEGAL..... 6
2.4. CONSIDERACIONES TÉCNICAS..... 6

3. MARCO DE DESARROLLO..... 4

3.1. ECONOMÍA HONDUREÑA..... 7
3.2. CANASTA BÁSICA DE CONSUMO..... 13
3.3. MERCADO DE HELADOS HONDUREÑO..... 14
    3.4.1. Biblioteca de Sabores..... 17
    3.4.2. Productos Baskin Robbins..... 17
    3.4.3. Información Nutricional..... 17

4. ESTUDIO DE MERCADO..... 18

4.1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA..... 18
4.2. ANÁLISIS DE LA OFERTA..... 27
4.2.1. Empresas en el mercado..... 27
4.2.1.1 Holanda..... 27
4.2.1.2 Esquimo..... 29
4.2.1.3 Dos Pinos..... 31
4.2.1.4 Kobs..... 32
4.2.1.5 TCBY..... 33
4.2.1.6 Delta..... 34
4.2.1.7 Arco Iris..... 35
4.2.1.8 Oso Polar..... 35
4.2.1.9 Zamorano..... 36
4.2.1.10 Frosty..... 36
4.2.1.11 Mixins..... 37
4.2.1.12 Cinnamunch..... 38
4.2.1.13 Casa del Café y Espreso Americano..... 38
4.2.1.14 Sara Lee, Macain, Jon Donaire y The Cheese Cake Factory..... 39

4.2.2. Análisis de Precios..... 40

4.3. UBICACIÓN MERCADO META..... 42

5. ESTUDIO DE LEGAL..... 44

5.1. ESTABLECIMIENTO DE EMPRESA..... 44
5.1.1. Notario Público..... 44
5.1.2. Corte Suprema de Justicia..... 45
5.1.3. Alcaldía Municipal..... 46
5.1.4. Secretaría de Finanzas..... 46
5.1.5. Cámara de Comercio e Industria..... 47
5.1.6. Secretaría de Recursos Naturales y Ambiente..... 47
5.1.7. Ministerios de Industria, Comercio y Turismo..... 48
5.1.8. Instituto Hondureño de Seguridad Social..... 48
5.1.9. Instituto Nacional de Formación Profesional..... 48
5.1.10. Régimen de Aportación al Fondo Social de la Vivienda..... 49
5.1.11. Registro de Marca..... 49
5.1.12. Licencia de Representante de Empresas..... 49
5.1.13. Autorización de Libros Contables..... 50

5.2. IMPORTACIÓN DEL PRODUCTO..... 50
5.2.1. Registro Sanitario para Importación..... 50
5.2.2. Permiso de Importación o Fitozoosanitario..... 51

6. CONSIDERACIONES TÉCNICAS..... 52

6.1. IMPORTACIÓN DEL PRODUCTO..... 52
6.1.1. Concertación del Pedido..... 52
6.1.2. Transporte..... 53
6.1.3. Confirmación del Pedido..... 53
6.1.4. Embarque..... 54
6.1.5. Registro Sanitario..... 54
6.1.6. Permiso Fitozoosanitario..... 54
6.1.1. Recepción y Desembarque..... 54
6.1.8. Liquidación de la Póliza..... 55
6.1.9. Transporte a Almacén..... 55

7. CONCLUSIONES..... 56

8. RECOMENDACIONES..... 58

9. BIBLIOGRAFÍA..... 59

INDICE DE CUADROS

Cuadro

1. PIB por ramas de actividad al costo corriente de factores (millones de dólares) 10

2. Exportaciones FOB de principales productos enero – junio de cada año (valor y volumen en miles) 11

3. Precios de elementos de mejor ponderación en la canasta de consumo hondureña en dólares.. 14

4. Empresas participantes en el mercado hondureño y sus lugares de distribución..... 15

5. Empresas participantes en el mercado hondureño y productos ofrecidos..... 16

6. Canales de distribución Holanda..... 28

7. Presentaciones y productos comercializados por Holanda..... 29

8. Canales de distribución Eskimo..... 30

9. Presentaciones y productos comercializados por Eskimo..... 30

10. Canales de distribución Dos Pinos..... 31

11. Presentaciones y productos comercializados por Dos Pinos..... 31

12. Canales de distribución Kobs..... 32

13. Presentaciones y productos comercializados por Kobs..... 33

14. Presentaciones y productos comercializados por TCBY..... 34

15. Presentaciones comercializadas por Delta..... 35

16. Presentaciones comercializados por Arco Iris..... 35

17. Presentaciones comercializadas por Oso Polar..... 36

18. Presentaciones comercializadas por Zamorano..... 36

19. Presentaciones y productos comercializados por Frosty..... 37

20. Productos comercializados por Mixins..... 38

21. Productos comercializados por Casa del Café y Espreso Americano..... 39

22. Productos comercializados por Sara Lee, Macain, Jon Donaire y The Chesse Cake Factory..... 40

23. Precio promedio de un cono simple en el mercado hondureño..... 41

24. Precio promedio de un galón de helados en el mercado hondureño..... 41

25. Precio de productos similares en el mercado hondureño..... 42

26. Valor absoluto y relativo de hogares pobres y no pobres en Honduras..... 42

27. Valor absoluto y relativo de hogares pobres y muy pobres en Honduras..... 43

28. Procedimiento a seguir para establecer una sociedad en Honduras..... 44

29. Tarifas del registro de escritura de comerciante individual y sociedades..... 47

30. Tarifas de transporte Sea Board..... 53

31. Tarifas de transporte Gutierrez Cargo..... 53

INDICE DE FIGURAS

Figura

1. Tasas anuales de crecimiento del producto interno bruto real..... 8

2. Tendencia anual del índice de precios al consumidor 8

3. Variación acumulada de mayo de cada año del índice de precios al consumidor..... 9

4. Promedio ponderado mensual a abril de cada año de las tasas de interés activas y pasivas en moneda nacional..... 10

5. Distribución de edad en el muestreo..... 18

6. Frecuencia de consumo..... 19

7. Canal de distribución preferente de compra..... 20

8. Producto preferido a través de heladerías..... 21

9. Frecuencia de consumo para el hogar..... 21

10. Producto preferido a través de supermercados..... 22

11. Marca preferida a través de supermercados..... 23

12. Marca preferida a través de heladerías..... 24

13. Factor compra de helados..... 25

14. Preferencia en precio hacia cono simple..... 27

15. Proceso de importación..... 52

INDICE DE ANEXOS

Anexo

1. Sabores en un establecimiento Baskin Robbins..... 60

2. Productos Baskin Robbins..... 62

3. Tabla nutricional de productos Baskin Robbins..... 66

4. Estructura de encuesta..... 67

5. Ubicación de mercado meta Tegucigalpa..... 69

6. Ubicación de mercado meta San Pedro Sula..... 70

1. INTRODUCCIÓN

1.1. SITUACIÓN DEL ESTUDIO

Actualmente, los diferentes tipos de mercados compiten en un proceso de globalización bien estructurado y definido en donde cada vez es más difícil encontrar nichos potenciales para nuevos productos. Así han nacido formas de comercialización que frecuentemente aseguran la atención al cliente, la calidad del producto, su distribución, así como también su posicionamiento y participación como marca ante las demás (Purvin, 1995).

La franquicia comercial se ha convertido en un sistema relativamente común para los inversionistas ya que ofrece múltiples ventajas a niveles competitivos, de riesgo y de mercado, en la cual difícilmente una empresa emprendedora las podría superar. Esta modalidad en que se otorga a un comerciante la licencia para que venda productos o servicios es estudiada y analizada detalladamente para convertirse en fuente de inversión.

Baskin Robbins, empresa fundada en Norte América hace 55 años, se posiciona frente al cliente ofreciendo una gran gama de helados de diversos sabores, también incluye otras líneas de productos derivados de alta calidad como: smoothies, sundaes, malteadas, repostería y capuchinos a través de 3800 establecimientos en más de 50 países.

El presente estudio desarrollará un análisis de prefactibilidad para determinar los factores que permitan la posibilidad de introducir la franquicia Baskin Robbins a Honduras. Se consideró así como ciudades potenciales a San Pedro Sula que se caracteriza por un fuerte poder adquisitivo, producto de su industrialización y altas fuentes de trabajo, y Tegucigalpa como capital del país y ciudad con el mayor número de habitantes.

El estudio revela, el comportamiento de la economía hondureña para establecer un marco general de desarrollo de la franquicia, el mercado potencial existente de helados en las dos ciudades principales de Honduras, la competencia a nivel de productos similares, recursos técnicos que la empresa requerirá para su funcionamiento y aspectos legales de constitución y comercialización.

1.2. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO

Desde la década de los setentas y tras ratificaciones en la ley de inversiones en Honduras, la inversión extranjera comenzó paulatinamente su incremento, entrando así al país inversiones en su mayoría de servicios alimenticios como por ejemplo Castle&Coke, Nestle, Chiquita Brand; servicios financieros como Citibank, Lloyd´s Bank y hotelería

como Camino Real y Princess. Las franquicias comerciales de comidas rápidas más importantes como Burger King, Domino´s Pizza, MacDonald´s, Pizza Hut, han tenido un importante impacto nacional siendo marcas reconocidas a nivel mundial permaneciendo en el mercado hondureño brindando sus servicios y productos.

De igual manera en el mercado de la industria de helados se encuentran franquicias comerciales que compiten en servicio, calidad y precio como son: TCBY, Holanda y Eskimo. En un sondeo preliminar de mercado elaborado por el autor a los consumidores y a las diferentes compañías que comercializan este tipo de productos se observa que la calidad, el servicio y el precio son tres características que el consumidor hondureño busca en un helado. Estos establecimientos por lo general no brindan las tres características juntas, si no que se enmarcan en una o dos, dejando así oportunidades de inversión y competencia.

El estudio identifica los factores que determinan la posibilidad para realizar la inversión y así establecer relaciones comerciales con Baskin Robbins, se espera que con este análisis se pueda optar un análisis más detallado, la tramitación de la franquicia y guiar a los accionistas de las ventajas y desventajas de establecer un negocio de este tipo.

1.3. LÍMITES DEL ESTUDIO

El estudio de mercado se enfocará estrictamente a San Pedro Sula y Tegucigalpa, para estimar la cantidad demandada en el mercado de helados así como las causas y las preferencias de su compra por parte del público. Por lo que no se podría aplicar a otras ciudades por el bajo poder adquisitivo y número de habitantes que estas representan.

No existen datos históricos de demanda y oferta en el ámbito del mercado de helados que sea reunida por instituciones o organizaciones que comercialicen estos productos. De esta manera se dificulta el proceso de búsqueda de información para el proyecto.

La oferta de productos en el mercado hondureño de helados se concentra en empresas privadas en su totalidad por lo cual se restringe el proceso de obtención de datos. Información que caracteriza el sector no es compartida por la empresa privada por lo que se dificulta su caracterización.

Baskin Robbins Internacional restringe el uso de información contable y de costos que solo son disponibles para sus franquiciados. El estudio de prefactibilidad es un requisito inicial para la tramitación de la franquicia Baskin Robbins convirtiéndose en la primera fase del proceso de negociación.

Al ser el helado un producto perecedero y con corta vida de anaquel, no se podrá optar por la elaboración de pruebas de degustación en al fase de estudio del mercado a través de la encuesta. Esto implica una percepción incompleta de los productos frente al consumidor.

1.4. OBJETIVOS

1.4.1. Objetivo General

Evaluar y analizar información para el establecimiento de la franquicia comercial Baskin Robbins, dentro del marco general de la industria de helados y economía de Honduras, permitiendo así identificar las posibles condiciones que afecten su implementación y rentabilidad.

1.4.2. Objetivos Específicos

Determinar el comportamiento económico hondureño en los últimos años para establecer el marco general para el desarrollo de la franquicia.

Definir la demanda de los productos que participan en la industria de helados tomando en cuenta las empresas participantes y sus canales de distribución.

Caracterizar al consumidor de helados en Honduras.

Analizar la oferta de productos nacionales e importados en el mercado de helados.

Definir parámetros técnicos que se incurrirían en el establecimiento de la franquicia y en el marco legal para su constitución.

2. METODOLOGÍA

El estudio se enfoca en un análisis que enmarca los factores en que la franquicia comercial Baskin Robbins se ejecutaría en un entorno de inversión en el país. El estudio de prefactibilidad es un requisito con Baskin Robbins ya que evalúa al franquiciado y de acuerdo a los planes de expansión de la empresa se inician estudios más profundos para posteriormente desarrollar la marca.

Como resultado de un estudio de prefactibilidad de este tipo, surge la recomendación de su aprobación, su continuación a niveles más profundos de estudios, su abandono o su postergación hasta que se cumplan determinadas condiciones mínimas que deberán aprobarse (Sapag y Sapag, 2000).

2.1. MARCO DE DESARROLLO

Se realizó un estudio de la economía hondureña con información del Banco Central y el Instituto de Censos y Estadísticas de Honduras. Se analizó información económica previo al fenómeno meteorológico ocurrido en 1998 y se evaluó el desenvolvimiento de la economía hasta la fecha.

Se caracterizó el mercado hondureño de helados a través de investigación de campo, en el período abril – mayo, en los diferentes canales de distribución de las empresas participantes consiguiendo información de su localización y de los productos ofrecidos.

A través de la estimación elaborada por el Banco Central de Honduras del índice de precios al consumidor (IPC), se investigó los precios de los productos con mejor ponderación en el país para establecer información de precios comparables con otras economías[1].

Se definió el producto que Baskin Robbins comercializa a nivel mundial con información de sus páginas en internet e información parcial suministrada por Baskin Robbins Ecuador para la caracterización del producto.

2.2. ESTUDIO DE MERCADO

Para el análisis de la demanda se realizó un muestreo aleatorio bietápico (de dos fases) obteniendo la opinión de los encuestados sobre el tema, basándose el estudio en la

[1] Leiva, Vinicio. 2000. Estudios para Baskin Robbins. Ecuador (Comunicación personal)

concurrencia de los niveles socioeconómicos media, media alta y alta en supermercados y centros comerciales de Tegucigalpa y San Pedro Sula[2].

Los pasos que se siguieron para el levantamiento de la encuesta fueron los siguientes:

1. Se estructuró las preguntas de acuerdo a la información necesitada. (Anexo 4).
2. Se elaboró una prueba piloto de la estructura de encuesta en el puesto de ventas de Zamorano para la rectificación y corrección de preguntas.
3. Se emprendió una toma de encuestas primaria en Tegucigalpa y San Pedro Sula en supermercados y centroS comerciales a personas que ingresan al local o que se encuentren en el mismo en forma aleatoria.
4. Según Wentz (1981), el calculó del tamaño total de muestra para un muestreo aleatorio bietapico de proporciones se calcula a través de la expresión:

$$n = \frac{p1q1}{V} + \frac{3-8p1q1}{p1q1} + \frac{1-3p1q1}{Vn1}$$

En donde $n1$= número total de muestras de la primera fase.

$$V = \frac{d^2}{t^2}$$

d^2= error en el muestreo
t^2= confianza del muestreo (t de student)
p= proporción mayoritaria
q= proporción minoritaria

5. Se eligió la proporción más significativa y se procedió al cálculo del número total de encuestas que representen a la población.
6. Se emprendió la segunda toma de encuestas en las dos ciudades para completar el muestreo.
7. Se tabuló y se analizó la información correspondiente.

En el análisis de la oferta se analizaron las empresas participantes en el mercado hondureño de helados a través de investigación de campo en las ubicaciones de sus respectivos canales de distribución obteniendo datos de producto, precios, sistemas e información de identificación de la empresa.

Se analizó los precios de productos de todos los participantes para obtener el precio promedio en el mercado y así dar una idea de la estrategia que se podría implementar en la fijación de precios al considerar la inversión.

Se ubicó el mercado meta y zonas comerciales en las dos ciudades principales de Honduras a través de mapas y con información del Instituto de Censos y Estadísticas se caracterizó la población hondureña en su totalidad.

[2] Moya, Jorge. 2001. Formas de muestreo. Zamorano. (Comunicación personal)

2.3. ESTUDIO LEGAL

Con información de la Dirección General de Inversiones y Políticas Sectoriales se investigó los procedimiento de legalizar una empresa en Honduras y registrar una marca de procedencia extranjera en el país.

Con información de la Cámara de Comercio de Honduras se investigaron los procedimientos legales en el proceso de importación de productos Baskin Robbins al país.

2.4. CONSIDERACIONES TÉCNICAS

Se investigó el proceso de importación con información de la Secretaría de Economía y Comercio de Honduras y los costos que preciden en el transporte a través de cotizaciones de dos empresas de transporte marítimo y terrestre en el país.

3. MARCO DE DESARROLLO

3.1. ECONOMÍA HONDUREÑA

En los seis primeros meses de 1998, previo al aparecimiento del huracán Mitch, Honduras se encontraba en un programa de reforma económica moderado y los índices de crecimiento eran alentadores. El huracán dio como resultado un dramático cambio en el desempeño económico del país, uno de los países más pobres en América Central y de los más afectados por el fenómeno (Photius, 1998).

Honduras obtuvo aproximadamente 3 billones de dólares en pérdidas observándose así una reducción del PIB de cerca del 2% y un alza significativa en las tasas de desempleo para el año de 1999. La tormenta fue responsable de la caída de las exportaciones agrícolas, produciendo además, un déficit fiscal para 1999; la ayuda externa fue significativa para el país que ayudó con la estabilización de la economía (Photius, 1998).

Tras el impacto en la economía en 1998, el gobierno de Honduras aceleró la privatización de algunas empresas públicas como fue el caso de la distribución del servicio eléctrico, otorgó incentivos para proyectos y reformó la legislación para proveer a la inversión extranjera un ambiente favorable. Así, la actividad económica de Honduras para el año 2000 tuvo un crecimiento del 4.8% (Figura 1). Este comportamiento obedeció, principalmente, a la reactivación de algunas actividades agro exportadoras, manufactureras y agropecuarias. El índice de precios al consumidor registró en su tendencia un crecimiento de 10.1%, el más bajo desde 1993 (Figura 2). En el mes de diciembre, la variación del índice fue 0.5% contribuido por los rubros de alimentos, bebidas no alcohólicas, alojamiento, agua, electricidad, gas, combustibles, cafeterías y hoteles (Banco Central de Honduras, 2001).

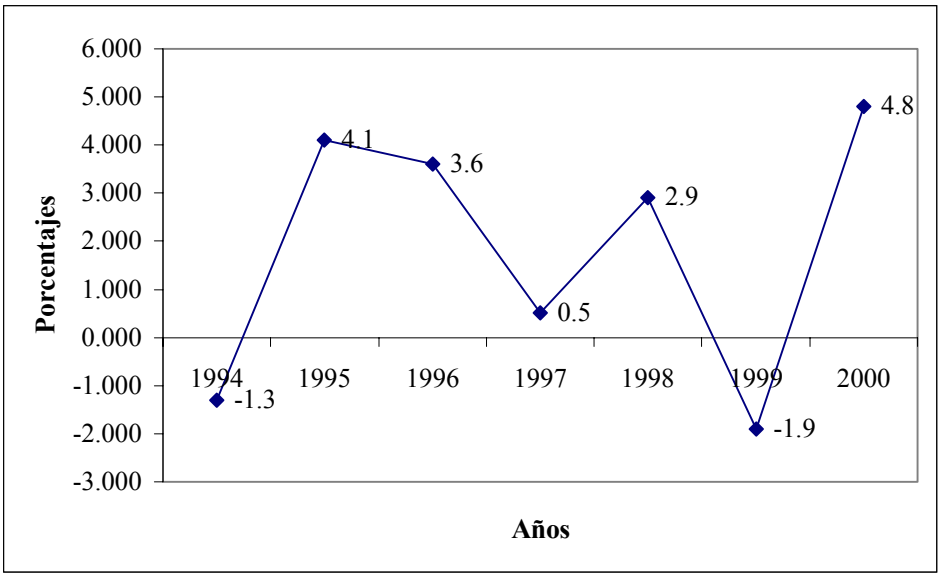


Figura 1. Tasas anuales de crecimiento del producto interno bruto real (Banco Central de Honduras, 2001).

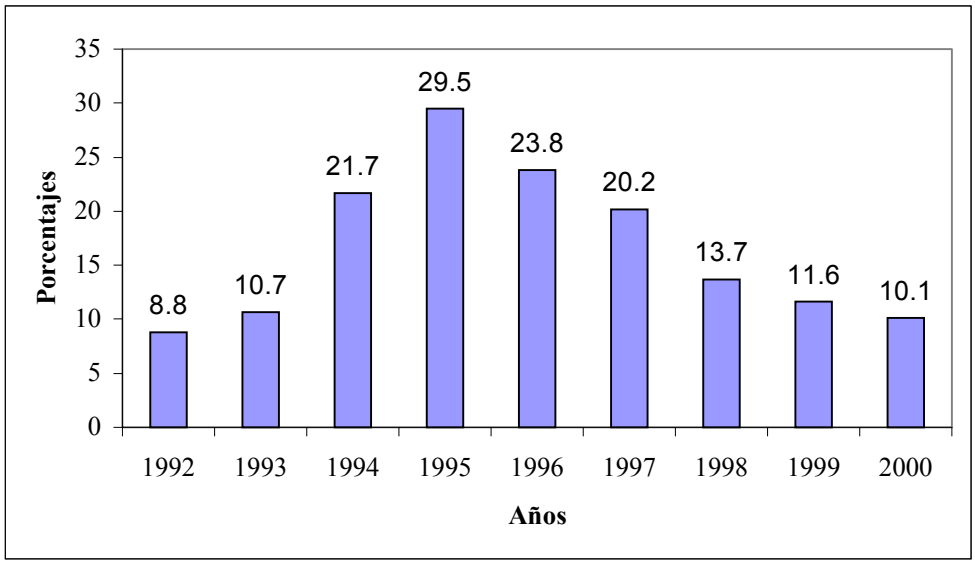


Figura 2. Tendencia anual del índice de precios al consumidor (Banco Central de Honduras, 2001).

La tendencia de la actividad económica señala que la producción hasta marzo del 2001 registra una variación positiva, este incremento es definido principalmente por los sectores de producción industrial y agropecuaria del país.

En Mayo del 2001, el Índice de Precios al Consumidor registró una disminución de 0.2 puntos porcentuales a la registrada en mayo del 2000 (Figura 3). Los sectores que más

contribuyeron a la variación fueron bebidas no alcohólicas, transporte, alojamiento, agua, electricidad y combustibles (Banco Central de Honduras, 2001).

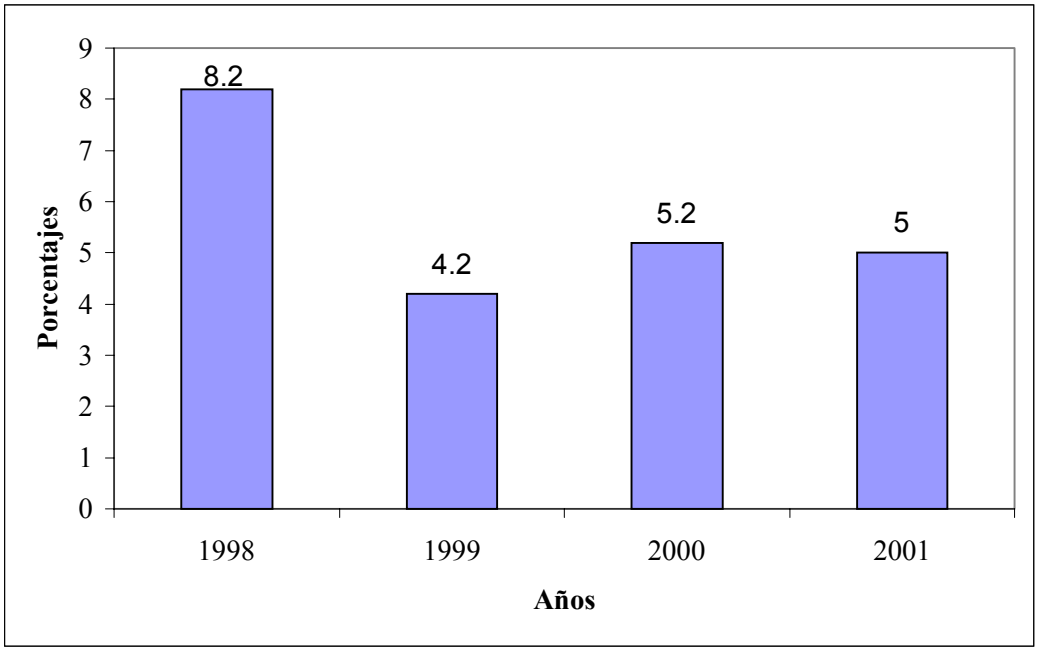


Figura 3. Índice de precios al consumidor (variación acumulada de mayo de cada año (Banco Central de Honduras, 2001).

Al finalizar el mes de mayo del 2001 la tasa de cambio se situó en L 15.38 (lempiras) por US$ 1.00, las tasas de interés nominales del sistema financiero continuaron mostrando una tendencia descendente desde finales de 1998. El promedio de la tasa de interés sobre préstamos nuevos en moneda nacional en el sistema bancario a abril del 2001, alcanzó 23.6% y el promedio de la tasa de interés sobre nuevos depósitos a plazo en moneda nacional fue de 14.4%, inferiores en 1.4 y 0.3 puntos porcentuales, respectivamente, en diciembre del 2000 (Banco Central de Honduras, 2001) (Figura 4).

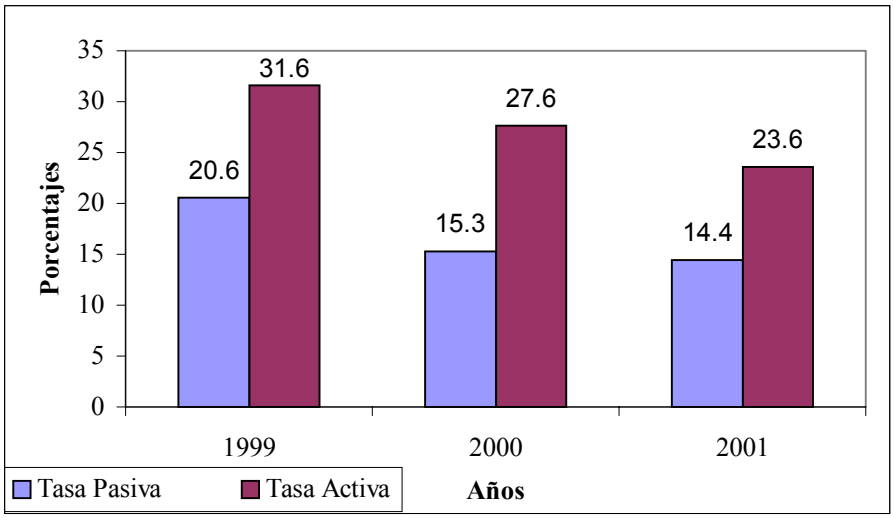


Figura 4. Promedio ponderado mensual a abril de cada año de las tasas de interés activas y pasivas en moneda nacional (Banco Central de Honduras, 2001).

En lo que se refiere a población en Honduras, hasta marzo del 2001 se estimaban 6,346,098 habitantes con una tasa promedio de crecimiento de 2.52% por año. Las principales ciudades en el país son: Tegucigalpa, capital del país, con una población de 982,737 habitantes y San Pedro Sula con 531,780 personas. La población rural de Honduras representa el 53.4% de la población con 3,382,602 habitantes (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos de Honduras, 2001).

El crecimiento del PIB para el año 2000 de 4.8%, 326.6 millones de dólares, obedeció a la reactivación en la agro exportación, manufactura y otras ramas de actividad (Cuadro 1).

Cuadro 1. PIB por ramas de actividad al costo corriente de factores (millones de dólares).

Ramas de Actividad	1997	1998	1999
Agricultura, silvicultura, caza y pesca	792.80	733.91	677.82
Explotación de minas y canteras	58.64	70.24	84.45
Industria manufacturera	607.71	712.94	823.20
Construcción	157.04	185.15	224.09
Electricidad, gas y agua	187.76	197.13	204.46
Transporte, almacenaje y comunicaciones	157.04	190.25	218.16
Comercio, restaurantes y hoteles	399.24	469.09	533.14
Establecimientos financieros, seguros, bienes inmuebles y servicios prestados a empresas	311.15	413.64	443.59
Propiedad de vivienda	187.44	221.67	254.30
Administración pública y defensa	201.53	229.19	264.69
Servicios comunales, sociales y personales	331.87	406.12	462.78

Fuente: Banco Central de Honduras
Tasa de cambio: 1 USD – 15.69 lempiras

Al finalizar el primer semestre del 2001 el saldo de la balanza de bienes de Honduras con el exterior, registró en forma preliminar un déficit de US$ 696.9 millones, superior en US$ 69.3 millones al período similar del 2000, cuyo monto fue de US$ 627.6 millones. Tal comportamiento fue determinado por una reducción de 6.2% en las exportaciones FOB frente a un incremento de 1.6% en las importaciones CIF (Banco Central de Honduras, 2001).

El valor de las exportaciones de banano, azúcar y camarón se ha incrementado, ya que los volúmenes exportados de estos productos han aumentado considerablemente. En menor escala, se ha incrementado el valor exportado de madera, plata y plomo, lo cual ha compensado en cierta medida el descenso en el valor total de las exportaciones provocado por los bajos precios del café. (Banco Central de Honduras, 2001) (Cuadro 2).

Cuadro 2. Exportaciones FOB de principales productos enero – junio de cada año
(valor y volumen en miles)

	2000			2001		
Producto	**Valor**	**Volumen**	**Precio**	**Valor**	**Volumen**	**Precio**
Banano (Cajas 40Lbs)	$68,552.40	8,869.90	$7.73	$105,614.50	12,210.70	$8.65
Café (Sacos 60 Kgs)	$278,629.10	2,245.80	$124.07	$135,838.60	2,006.90	$67.68
Madera (Pie Tablar)	$12,652.10	16,648.20	$0.76	$16,067.50	20,866.90	$0.77
Carne Refrigerada (Kilos)	$920.90	536.20	$1.72	$492.10	273.80	$1.80
Plata (Onzas Troy)	$2,851.60	587.70	$4.85	$2,945.30	676.90	$4.35
Plomo (Libras)	$1,333.80	4,599.40	$0.29	$1,580.30	7,041.40	$0.22
Zinc (Libras)	$24,273.00	42,353.70	$0.57	$15,596.60	33,147.10	$0.47
Azúcar (Kilos)	$4,860.70	10,342.00	$0.47	$25,435.60	117,833.10	$0.22
Camarones (Kilos)	$35,032.20	2,371.80	$14.77	$63,759.30	3,880.40	$16.43
Langostas (Kilos)	$10,248.90	311.00	$32.95	$10,787.60	327.40	$32.95
Tabaco (Kilos)	$7,800.00	2,837.90	$2.75	$5,166.10	1,819.00	$2.84

Fuente: Banco Central de Honduras
Tasa de cambio: 1 USD – 15.69 lempiras

Una investigación del Instituto Centroamericano de Administración de Empresas (INCAE) y del Instituto de Harvard para el Desarrollo Internacional (HIID) realizada en el 2000, Honduras ocupa el último lugar en América Central en lo que se refiere a la competitividad general y microeconómica. De igual manera el país ocupa el último lugar en la región en el índice de percepción de la corrupción de transparencia siendo el número 94 de 99 países, en estas situaciones la inversión extranjera no constituye un impulso al desarrollo de Honduras (Lopez, 2001).

El índice de libertad económica que estudia la Heritage Foundation encuentra que Honduras ocupa el penúltimo lugar en la región, sólo superado por Nicaragua. El entorno empresarial según el Banco Mundial es menos negativo que otros países de la región pero surgen problemas en el mismo sector privado hondureño que hacen un ambiente no propicio para la inversión. (Lopez, 2001).

El gobierno hondureño junto con la Foreing Investment Advisory Service (FIAS) se basaron en las conclusiones de los estudios anteriores y en la actualidad trabajan en el sistema jurídico con énfasis en lo judicial para hacer más eficiente la protección de la propiedad privada, acceso a la información de carácter jurídico y los procesos de redacción como de aplicación de leyes; mayor apertura de la economía para estimular competencia; privatización de la infraestructura para mejorar los servicios y una profunda modernización del sistema educativo.

Según la Secretaría de Relaciones Exteriores de Honduras (2000), el país resalta las siguientes fortalezas frente a otros países de la región que ayudarían a atraer la inversión extranjera:

1. Por su ubicación geográfica cercana a los Estados Unidos, reduce el ciclo de producción y tiempo de entrega (2 horas por vía aérea y 48 horas vía marítima).
2. Disponibilidad de incentivos para empresas exportadoras.
3. El marco legal promueve las inversiones (Ley de inversiones, zonas libres de Puerto Córtes y sus extensiones, zonas industriales de procesamiento, régimen de importación temporal y zonas libres turísticas).
4. Exención fiscal permanente
5. Tasas competitivas de mano de obra (salario mínimo $0.75 por hora incluido los beneficios).
6. Tasas competitivas para renta de propiedades ($3.5 a $5.50 el pie cuadrado por año).
7. Instalaciones portuarias óptimas.
8. País signatario de acuerdos comerciales multilaterales como GATT/OMC, ALCA, Mercado Común Centroamericano, Tratados de Libre Comercio con México, República Dominicana y en negociación con Panamá y Chile.
9. Mejoramiento en servicios de infraestructura: comunicaciones, telecomunicaciones, energía, agua, riego y servicios financieros.
10. País signatario de convenios internacionales de garantías a la inversión y la protección de propiedad intelectual e industrial.
11. Garantías para la repatriación de capitales y dividendos.
12. Política macroeconómica flexible, consistente y orientada al mercado.
13. Disponibilidad de divisas para el comercio exterior y la inversión.
14. Apoyo de instituciones especializadas en la formulación, evaluación y promoción de proyectos de inversión.

En noviembre del presente año, Honduras se encontrará en un proceso de elección presidencial en donde el nuevo gobernante intentará dar un giro a un país que crece fundamentalmente por sus exportaciones a EEUU y países vecinos.

Se espera que el PIB para el año 2002 no proyecte un buen desempeño ya que EEUU que representa el 50% de las exportaciones hondureñas ha tenido en los últimos meses problemas internacionales con el terrorismo.

El próximo gobierno promete rescatar a Honduras con leyes que fomenten más la inversión extranjera en el país y el libre comercio, esperando así que en algunos años sea un país con un ambiente muy favorable para la inversión.

3.2. CANASTA BÁSICA DE CONSUMO

Para una mejor apreciación de la economía hondureña a través de precios de productos considerando la canasta básica de consumo, se presentan elementos del IPC con mejor ponderación.

La canasta de consumo en Honduras está conformada por 282 elementos entre bienes de consumo y servicios divididas en 12 categorías. Se presenta información de precios de 41 elementos de 8 categorías con mejor ponderación en el IPC (Cuadro 3). El IPC es una técnica estadística que permite medir los cambios que han tenido los precios, de un conjunto de bienes y servicios representativo de las compras de una familia, entre dos períodos determinados (Banco Central de Honduras, 2001).

Cuadro 3. Precios de elementos de mejor ponderación en la canasta de consumo hondureña en dólares.

Alimentos y Bebidas No Alcoholicas		
Elemento	**Unidad**	**Precio**
Pan Molde	770 gr	$1.22
Arroz	1.75 kg	$1.14
Cereales en Hojuelas	660 gr	$3.37
Harina de Trigo	5 lb	$1.05
Leche Pasteurizada	1 ltr	$0.49
Huevos	unidad	$0.06
Aceite	750 ml	$1.34
Banano	lbr	$0.14
Naranja Dulce	unidad	$0.04
Manzanas	lbr	$0.80
Uvas	lbr	$1.10
Tomate Manzano	lbr	$0.47
Zanahoria	lbr	$0.27
Azúcar	2 kg	$1.10
Sal	lbr	$0.22
Café	lbr	$1.27
Agua Envasada	1 ltr	$0.50
Refrescos en Lata	354 ml	$0.51
Bebidas Alcohólicas y Tabaco		
Elemento	**Unidad**	**Precio**
Ron	680 ml	$5.41
Cerveza	12 oz	$0.74
Cigarrillos	20 cig.	$1.08
Comunicación		
Elemento	**Unidad**	**Precio**
Teléfono	min	$0.1
Tarjeta llamadas celular	22 min	$12.74

Agua, Electricidad, Gas y Combustibles		
Elemento	**Unidad**	**Precio**
Electricidad	Kwh	$0.08
Agua	m^3	$0.38
Gas	25 lbr	$7.29
Pilas Secas	Unidad AA	$0.80
Gasolina	gl	$2.22
Diesel	gl	$1.67
Fósforos	40	$0.50
Salud		
Elemento	**Unidad**	**Precio**
Aspirina	20 tabletas	$0.74
Consulta a Médico	consulta	$9.6
Consulta a Odontólogo	consulta	$9.6
Transporte		
Elemento	**Unidad**	**Precio**
Taxi Urbano	tarifa base	$1.59
Bus Urbano	tarifa base	$0.09
Restaurantes y Hoteles		
Elemento	**Unidad**	**Precio**
Hospedaje	5 estrellas	$94.0
Hamburguesa	Burger K	$1.08
Pizza	grande	$5.54
Cuidado Personal		
Elemento	**Unidad**	**Precio**
Cepillo de Dientes	unidad	$2.42
Jabón de baño	125 gr	$0.51
Pasta de Dientes	135 gr	$1.45
Papel Higiénico	unidad	$0.27

Tasa de cambio: 1 USD – 15.69 lempiras

3.3. MERCADO DE HELADOS HONDUREÑO

El mercado hondureño de helados se encuentra estructurado en su mayoría por empresas del exterior de las cuales se posicionan frente al consumidor con sus diferentes líneas concéntricas de productos, precios y servicios (Cuadro 4 - 5).

Cuadro 4. Empresas participantes en el mercado hondureño y sus lugares de distribución.

	Lugar de Distribución				
Empresa	**Centros Comerciales**	**Gasolineras**	**Supermercados**	**Carretillas**	**Locales**
Holanda (México)	✔	✔	✔	✔	✔
Dos Pinos (Costa Rica)		✔	✔	✔	
Eskimo S.A. (Nicaragua)	✔	✔	✔	✔	
Cinna Munch (USA)	✔				
Kobs (Honduras)	✔				✔
TCBY (USA)	✔	✔			
Frosty (Honduras)					✔
Delta (Honduras)		✔	✔		
Oso Polar (Honduras)			✔	✔	
Zamorano (Honduras)			✔		
Sara Lee (USA)		✔	✔		
Mc Cain (USA)		✔	✔		
Jon Donaire (USA)			✔		
The Cheesecake Factory (USA)			✔		
Deans (USA)			✔		
Nevada (Honduras)			✔		
Espresso Americano (USA)	✔				✔
Mixins (USA)	✔				
Casa del Café (Honduras)	✔				

Fuente: El autor

Centros Comerciales: Son puntos de venta en el interior de un centro comercial.
Locales: Son puntos de venta ubicados en las principales vías de la ciudad, propios o franquiciados.
Gasolineras: Son tiendas de conveniencia ubicadas en gasolineras de la ciudad.

Cuadro 5. Empresas participantes en el mercado hondureño y productos ofrecidos.

	Productos Ofrecidos				
Empresa	**Consumo Rápido**	**Consumo Hogar**	**Elaborados**	**Repostería**	**No Lácteo**
Holanda (México)	✔	✔	✔		✔
Dos Pinos (Costa Rica)	✔	✔	✔		
Eskimo S.A. (Nicaragua)	✔	✔	✔		
Cinna Munch (USA)		✔	✔	✔	✔
Kobs (Costa Rica)			✔		
TCBY (USA)			✔		
Frosty (Honduras)			✔		
Delta (Honduras)	✔	✔			
Oso Polar (Honduras)	✔	✔			
Zamorano (Honduras)	✔	✔			
Sara Lee (USA)				✔	
Mc Cain (USA)				✔	
Jon Donaire (USA)				✔	
The Cheesecake Factory (USA)				✔	
Deans (USA)				✔	
Nevada (Honduras)				✔	
Espresso Americano (USA)					✔
Mixins (USA)					✔
Casa del Café (Honduras)					✔

Fuente: El autor

Consumo Rápido: Se refiere a presentaciones en paletas, vasos, conos, etc previamente elaborados, empacados y distribuidos.

Consumo Hogar: Presentaciones de 1, 1/2, 1/4 de galón de helado que son previamente elaborados, empacados y distribuidos.

Elaborados: Producto que es manipulado para brindar otras presentaciones como sundaes, batidos, bananas, etc.

Repostería: Se refiere a pasteles y postres con helado.

No Lácteo: Son productos como smoothies y cappuccinos y que no se derivan de la leche.

Los productos y precios en que se desarrollan estas empresas, se muestran posteriormente en el estudio de la oferta del mercado hondureño de helados.

3.4. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO

En 1945 en Norteamérica, Burt Baskin e Irv Robbins integraron una sociedad en donde se comprometieron a vender más que un simple helado, su misión fue crear un delicioso helado con ingredientes interesantes y nombres agradables. Desde esa década se han creado y disfrutado cerca de 1,000 diferentes sabores de helado con la filosofía "Nosotros hacemos a la gente feliz" (Baskin Robbins, 2001).

Con el concepto de 31 sabores, un sabor para cada día del mes, Baskin Robbins tiene una larga cadena de establecimientos alrededor del mundo con productos y servicio de gran aceptación para el consumidor final.

Baskin Robbins se encuentra en más de 50 países con alrededor de 3800 establecimientos, a nivel de Centro América y el Caribe Baskin Robbins se encuentra solamente en Puerto Rico, República Dominicana y México.

3.4.1. Biblioteca de Sabores

El consumidor al ingresar a un establecimiento Baskin Robbins en cualquier lugar del mundo, disfrutará siempre de la misma calidad y sabor de los helados y líneas opcionales que comercializa. Actualmente Baskin Robbins posee una biblioteca cerca de 1,000 sabores de los cuales en cada establecimiento existe una rotación y en donde varían por estación climática, región y preferencias del consumidor[3] (Anexo 1).

3.4.2. Productos Baskin Robbins

Todo punto de venta Baskin Robbins provee al consumidor la mejor calidad de sus productos, servidos con un personal estrictamente capacitado y un ambiente divertido (Anexo 2).

3.4.3. Información Nutricional

En cualquier establecimiento Baskin Robbins se puede encontrar productos que comparten el estilo de vida de los consumidores y sus preferencias dietéticas, así se encuentran categorías que se adaptan a estas demandas (Anexo 3).

[3] Santillán, Nadya. 2000. Funcionamiento en Baskin Robbins. Ecuador. (Comunicación Personal)

4. ESTUDIO DE MERCADO

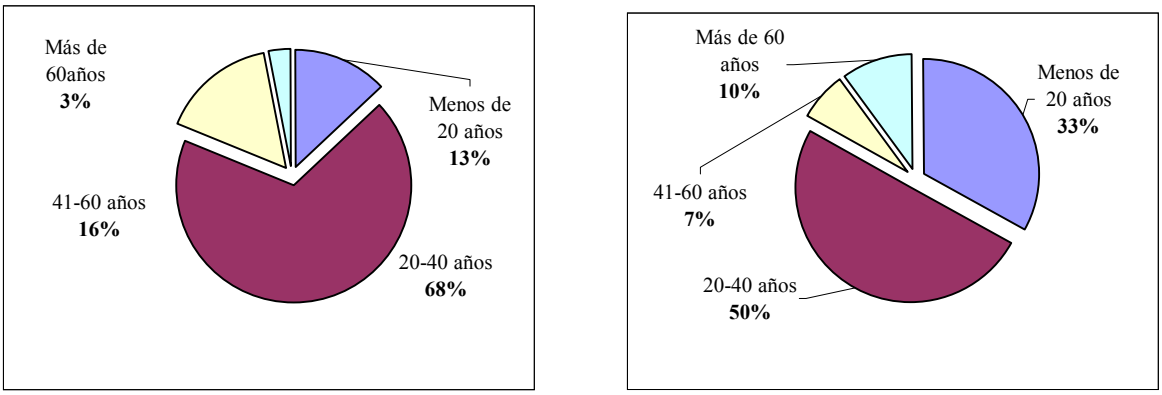
4.1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Se realizaron 80 encuestas en Tegucigalpa y 65 en San Pedro Sula en la primera fase del muestreo aleatorio bietápico. Después de elaborar los cálculos para encontrar el tamaño ideal de muestra con 95% de confianza y 7%, se obtuvieron un total de 190 encuestas en Tegucigalpa y 200 en San Pedro Sula.

La estructuración obtenida de edad y sexo de los encuestados del muestreo fueron las siguientes:

En Tegucigalpa, el 47.37% del total de encuestas se realizaron a varones y el 52.63% a mujeres. En San Pedro Sula se obtuvo un total de 52% realizadas a varones y 48% realizadas a mujeres. Se obtuvo un muestreo relativamente equitativo en la población representando las amas de casa encuestadas en supermercados un alto porcentaje a la proporción femenina.

La distribución de la edad en el muestreo se muestra a continuación (Figura 5).



Tegucigalpa San Pedro Sula

Figura 5. Distribución de edad en el muestreo (El autor, 2001).

La mayoría de la toma de encuestas se elaboró en personas de 20 a 40 años de edad en Tegucigalpa y San Pedro Sula, esto indica que se manejó las encuestas a la población

económicamente activa de Honduras a comparación con un bajo porcentaje a personas mayores de 60 años y menores de 20 años.

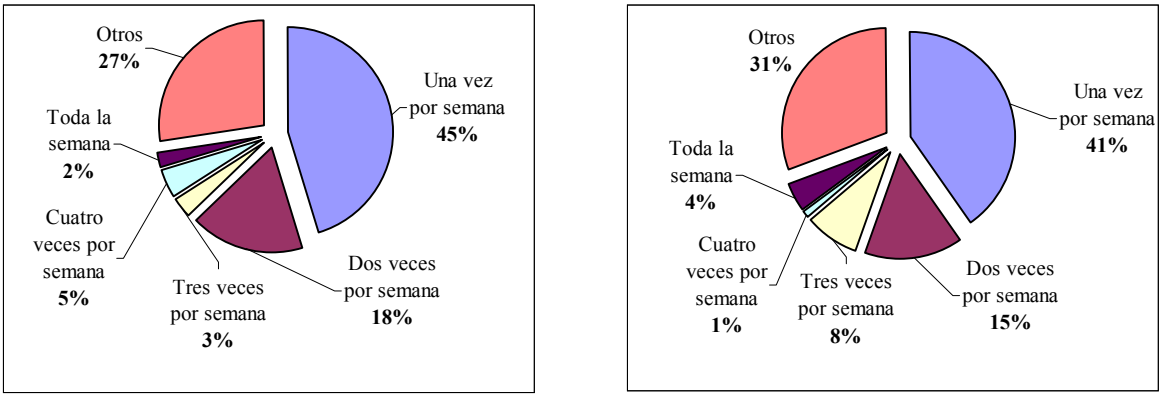
Pregunta 1
¿Consume en algún momento usted helados?

En Tegucigalpa el 92.11% de los encuestados afirmó consumir en algún momento helado en comparación a un 7.89% que no lo consume. En San Pedro Sula un 89.5% de las personas consume helados y un 10.5% que no lo hace.

La razón de que parte de los encuestados en las dos ciudades no consumen helados es principalmente por problemas de salud y/o por implementación de alguna dieta.

Las personas que se encontraban ejecutando una dieta en particular o con problemas de salud fueron en su mayor parte el 17% de los encuestados en las dos ciudades con edad mayor a los 60 años, ellos optan por el consumo de yogurt o helados bajos en calorías como algunos productos ofrecidos por Dos Pinos.

Pregunta 2
¿Con qué frecuencia consume usted helados? (Figura 6)



Tegucigalpa San Pedro Sula

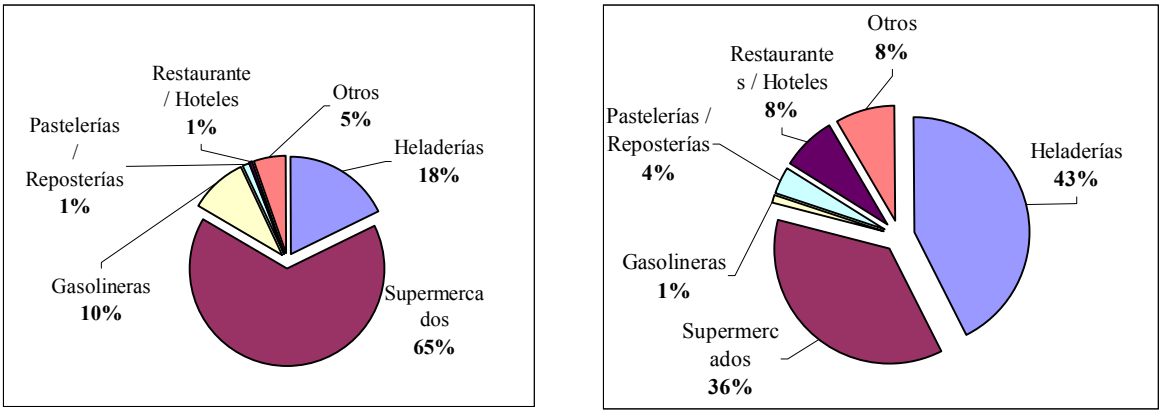
Figura 6. Frecuencia de consumo (El autor, 2001).

La frecuencia de consumo para un 45% de los encuestados en Tegucigalpa fue de una vez a la semana y de un 41% en San Pedro Sula. Como se observará posteriormente el consumo se realiza en hogares a través de producto comprado especialmente en supermercados, en heladerías localizadas en centros comerciales y en las principales avenidas de las dos ciudades.

Otros, con valores de 27% en Tegucigalpa y 31% en San Pedro es atribuido a la frecuencia de consumo de una sola vez en el mes.

Pregunta 3

¿Dónde adquiere usted los helados que consume? (Figura 7).



Tegucigalpa San Pedro Sula

Figura 7. Canal de distribución preferente de compra (El autor, 2001).

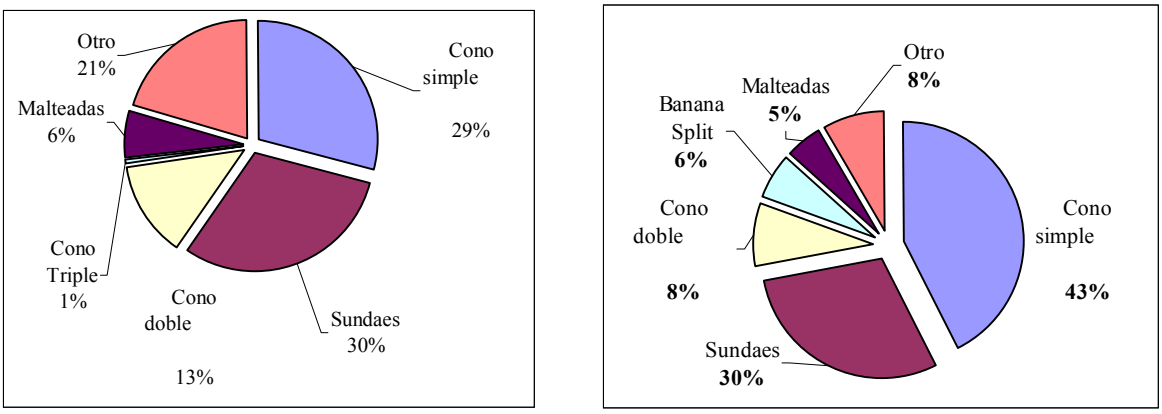
En Tegucigalpa el consumo de helados en supermercados y heladerías alcanzó un 83%, siendo los supermercados donde el 65% de los encuestados consumían sus helados. En San Pedro Sula, los supermercados y heladerías alcanzan un valor de 79% de los encuestados, pero el 43% de los encuestados prefieren las heladerías.

Los hondureños en Tegucigalpa en su mayoría asocian el consumo de helado a través de la compra de productos en supermercados de la ciudad, estos productos pueden ser productos empacados como lo hacen empresas como Holanda, Dos Pinos, Delta, Oso Polar e instituciones como Zamorano y productos elaborados vendidos en puntos de venta en el interior del supermercado como es el caso de la empresa Eskimo.

En San Pedro Sula, por el contrario, los consumidores prefieren las heladerías donde la empresa KOBS posee un buen posicionamiento y participación en el mercado, esto sin dejar a un lado el 36% de los encuestados que compran los productos a través de supermercados.

Pregunta 4

¿Qué presentación de helado adquiere usted cuando frecuenta una heladería? (Figura 8).



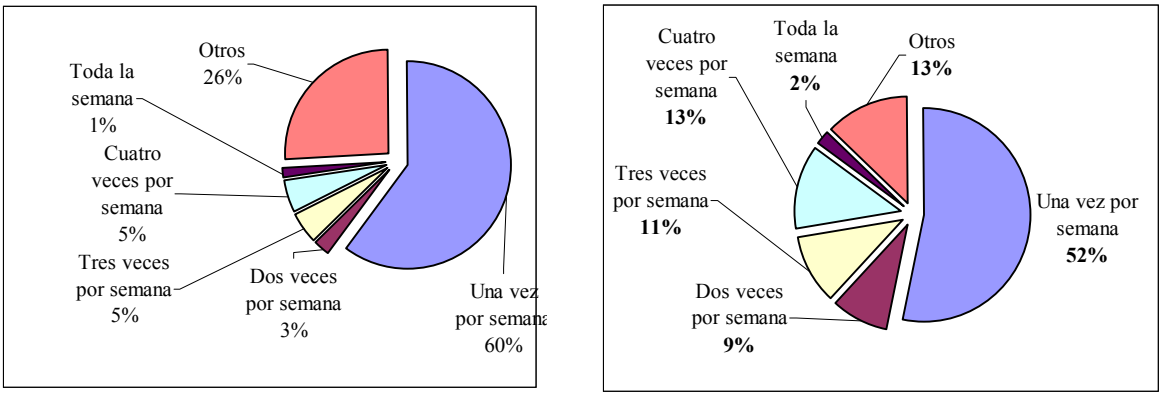
Tegucigalpa San Pedro Sula

Figura 8. Producto preferido a través de heladerías (El autor, 2001).

En Tegucigalpa y San Pedro Sula, los encuestados tienen preferencia de 29% y 43% respectivamente sobre el cono simple y 30% de preferencia sobre los sundaes preparados en las dos ciudades.

Pregunta 5

¿Con qué frecuencia lleva usted helados a casa? (Figura 9).



Tegucigalpa San Pedro Sula

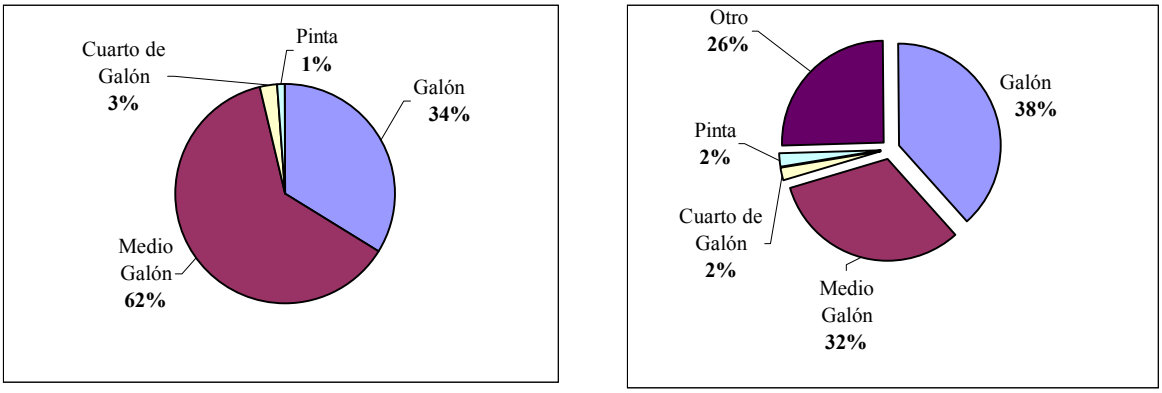
Figura 9. Frecuencia de consumo para el hogar (El autor, 2001).

Más de la mitad de las amas de casa llevan helados una vez por semana a casa, un 26% en Tegucigalpa y 13% en San Pedro lo llevan una vez al mes.

Al ser los supermercados uno de los canales de distribución más convenientes para empresas como Holanda, Dos Pinos, Eskimo, entre otros, las amas de casa juegan un papel fundamental en el consumo de helados empacados. El 60% de las amas de casa en Tegucigalpa optan por una frecuencia de consumo de una semana y en San Pedro Sula con un 52%. Esto hace suponer que el canal de distribución más adecuado y el mercado potencial para productos lácteos en la línea de helados son productos enfocados a amas de casa en supermercados.

Pregunta 6

¿Qué presentación de helado adquiere usted cuando lleva helado a casa? (Figura 10).



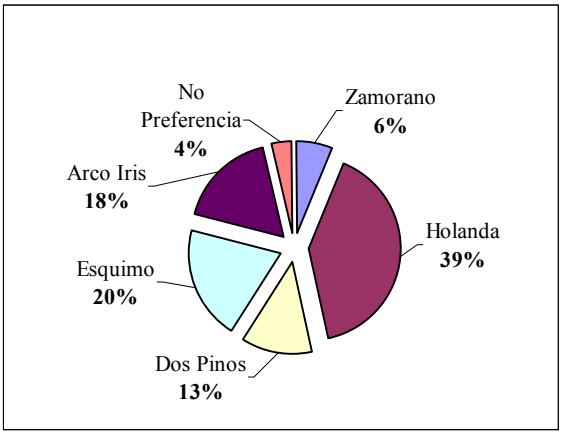
Tegucigalpa San Pedro Sula

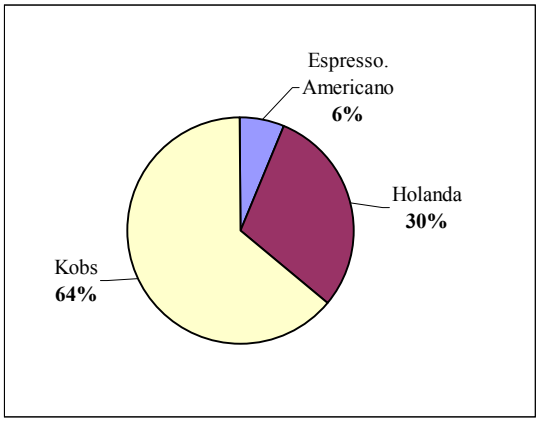
Figura 10. Producto preferido a través de supermercados (El autor, 2001).

En Tegucigalpa se encuentra como preferencia llevar a casa productos de medio galón y galón con valores de 62% y 34% respectivamente. En San Pedro Sula se tiene la preferencia por los envases de un galón y medio galón con valores de 38% y 32% respectivamente.

Otros con un valor de 26% se atribuye especialmente a la participación de Kobs en el mercado de San Pedro Sula en la distribución de productos a través de camiones repartidores que circulan por las colonias mas importantes de la ciudad.

Pregunta 7
¿Qué marca de helado prefieren? (Figura 11).





Tegucigalpa San Pedro Sula

Figura 11. Marca preferida a través de supermercados (El autor, 2001).

En Tegucigalpa la preferencia de Holanda se remarca con un 39% de los encuestados, Holanda es una empresa que se basa en innovación en su sistema de procesamiento y lanzamiento de nuevos productos, por esta razón posee participación y posicionamiento en el mercado hondureño.

Esquimo y Dos Pinos en Tegucigalpa con valores de 20% y 13% respectivamente poseen una porción considerable en el mercado a través de productos vendidos en supermercados.

En San Pedro Sula el 64% de los encuestados prefieren Kobs, seguido por Holanda con 30%, esto se debe a que Kobs posee un buen sistema de canales de distribución como por ejemplo la distribución a través de carros repartidores a colonias importantes de la ciudad que lo hacen muy competitivo.

Baskin Robbins al introducir sus productos en el mercado debe captar un porcentaje de este mercado que ya se encuentra manejado por estas empresas.

Pregunta 8
¿Quién decide en su hogar la marca de helado a consumir?

En Tegucigalpa el 61% de amas de casa encuestadas participan en la decisión de la marca a consumir en su hogar, en San Pedro Sula lo hace el 59%. De esta manera se encuentra que las amas de casa que se dirigen a los supermercados se basan en sus preferencias para consumo de los productos en su hogar.

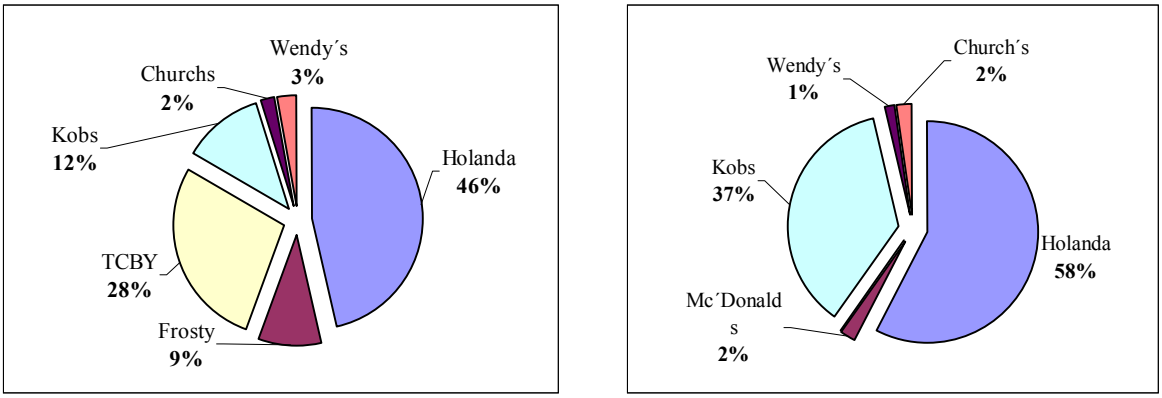
Los hijos como participantes en la decisión tiene un valor de 10% en Tegucigalpa y 17% en San Pedro Sula. Se especularía que el enfoque de publicidad y promoción en productos comercializados a través de supermercados sería dirigida a la porción del mercado de amas de casa y con un bajo porcentaje al de niños.

La familia como un todo, tomadora de la decisión tiene un valor de 25% en Tegucigalpa y 15% en San Pedro Sula.

Pregunta 9

¿Visita usted heladerías o puntos de venta especializados? (Figura 12).

El 56% de los encuestados de Tegucigalpa visitan en algún momento puntos de venta especializados o heladerías, de igual manera en San Pedro Sula el 78% de los encuestados lo hacen.



Tegucigalpa San Pedro Sula

Figura 12. Marca preferida a través de heladerías (El autor, 2001).

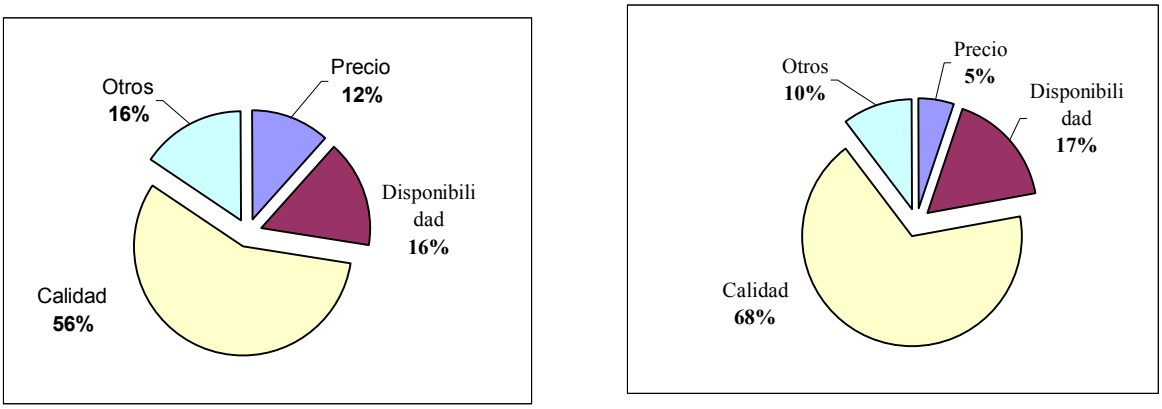
A través de este canal de distribución se tiene una preferencia por Holanda con el 46% de preferencia en Tegucigalpa y 58% en San Pedro Sula, los locales de esta empresa se caractarizan por brindar buena apariencia al consumidor y combinandola con la calidad de sus productos, ésta poseen gran preferencia.

TCBY ejerce preferencia exclusivamente en Tegucigalpa con un valor de 28%, los encuestados relacionaron los productos de esta franquicia con productos bajos en grasa y saludables.

Frosty con un valor de 9% en tegucigalpa posee alianzas estratégicas con Wendy´s y Church´s, restaurantes de comida rápida, en donde se comercializan sus helados a través de esos establecimientos.

De manera similar que Holanda, Kobs agrada a sus consumidores a través de establecimientos atractivos, en San Pedro Sula estas dos empresas luchan por ganar en participación.

Pregunta 10
¿Por qué compra esta marca? (Figura 13).



Tegucigalpa San Pedro Sula

Figura 13. Factor compra de helados (El autor, 2001).

La calidad es uno de los factores mas importantes que los consumidores evalúan al establecer la compra de productos, con un valor de 68% en Tegucigalpa y 50% en San Pedro Sula sobrepasa a los otros parámetros que se compara.

La disponibilidad se sitúa en segundo con valores de 16% y 17% en Tegucigalpa y San Pedro Sula respectivamente. Empresas como Holanda y Kobs se enfocan en estos dos aspectos y de esta manera los consumidores favorecen su marca en comparación con las demás.

Pregunta 11
¿Qué marca definitivamente no compraría?

En Tegucigalpa el 29% de los encuestados desconoce la marca que no cumplen con sus preferencias, este 29% se puede identificar a que los consumidores son fieles a una determinada marca y desconocen las características de otra.

En Tegucigalpa el 29% de los encuestados no consumirían la marca Delta y el 23% la marca Oso Polar, esto se debe a parámetros de calidad y sabor del producto. Estas dos empresas enfocan sus productos a niveles socioeconómicos medio, medio-bajo y bajo, por lo que la no preferencia de los productos es la correcta.

En San Pedro Sula, el 71% de los encuestados desconoce la marca que no cumplen con sus preferencias, de igual manera que en Tegucigalpa se identifican exclusivamente con una marca o es posible que el conocimiento del mercado de helados por parte de los consumidores sea menor que en Tegucigalpa.

Los valores relativos restantes se basan en no preferencias de consumidores que no representan la gran mayoría.

Pregunta 12
Ha escuchado usted de la cadena Baskin Robbins?

El 70% de los encuestados desconoce la marca en Tegucigalpa a comparación al 10% que la conoce en San Pedro Sula, es decir que el 90% no le es familiar. Una de las características principales que ejerce ventaja al adoptar una franquicia es el conocimiento de la misma en un mercado, pero no es primordialmente la exclusiva, por lo que se evaluaría otros factores y no el reconocimiento de marca ante los consumidores.

La opinión de los productos en base a parámetros de apreciación visual a través de hojas volantes fue que en Tegucigalpa el 65% de los encuestados opinan que el producto parece bueno y que se mira bien, el 24% en cambio opinan que parecen muy ricos. La opinión en San Pedro Sula expresa que un 57% parece bueno y que se mira bien, el 17% opinan que parecen muy ricos. Los encuestados asumen que es un producto caro por las características de calidad del producto y presentación de los diferentes envases.

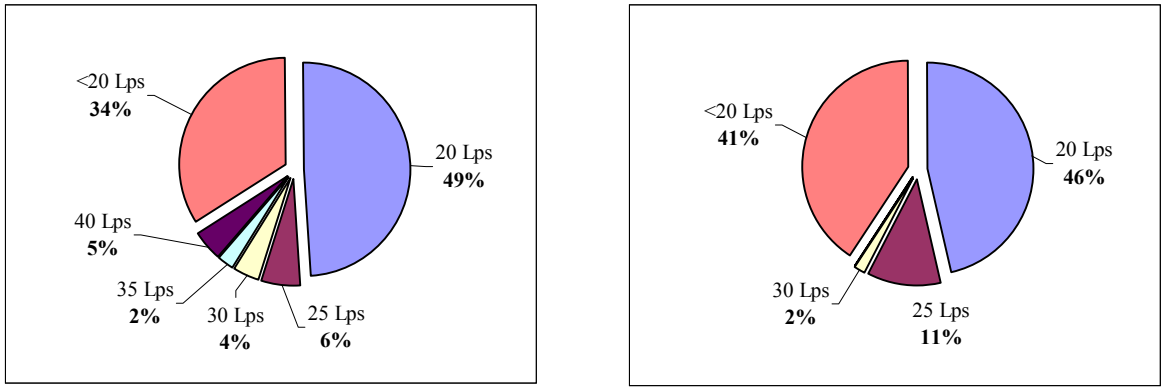
Una de las limitantes en el muestreo fue que se trabajó con un producto perecedero como lo es el helado y por dificultades en obtener muestras de productos no se pudo elaborar una prueba degustativa incrementado la información de la preferencia o no por parte de los encuestados.

Pregunta 13
Estaría dispuesto a comprar este producto?

Los resultados en Tegucigalpa arrojan que el 90% de los encuestados estarían dispuestos a comprar el producto y en San Pedro Sula un 86% de la población encuestada.

Las apreciaciones visuales por parte de los consumidores brindaron gran optimismo y un interés hacia la marca, por lo que se deduce que podría obtener buena acogida. Las variables que jugarían un papel importante al momento de introducir este tipo de productos sería el precio y el canal de distribución mas adecuado.

Pregunta 14
¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un cono simple de helado de esta cadena? (Figura 14).



Tegucigalpa San Pedro Sula

Figura 14. Preferencia en precio hacia cono simple (El autor, 2001).

En Tegucigalpa el 49% de los encuestados estarían dispuestos a pagar 20 lempiras por el producto y un 34% pagarían menos de 20 lempiras. En San Pedro Sula un 46% de los encuestados pagarían 20 lempiras y 41% menos de esta.

El promedio de un cono simple en el mercado se encuentra en 15.40 Lps. o 0.98 USD por lo que la franquicia tendría considerar en su estrategia de precios esta información.

4.2. ANÁLISIS DE LA OFERTA

La mayoría de compañías que ejercen participación y posicionamiento en el mercado hondureño son empresas de países especialmente centroamericanos, del país y estadounidenses en donde algunas se desarrollan como franquicias que importan el producto y lo comercializan en el país.

4.2.1. Empresas en el mercado

4.2.1.1. Holanda.- Holanda nació en México en 1927 y en la actualidad es una empresa sólida que se basa fundamentalmente en la calidad de sus procesos y productos. En Honduras sus productos son distribuidos a través de centros comerciales, tiendas al menudeo, gasolineras, supermercados y carretillas vendedoras (Cuadro 6).

Cuadro 6. Canales de distribución Holanda

Canal de distribución	Especificaciones
Centros Comerciales	La empresa cuenta con inversión en sus propios establecimientos y franquiciados
Supermercados	Los productos son vendidos a través de la sección de alimentos congelados con congeladores de la empresa y congeladores comunes del supermercado
Tiendas al Menudeo	La empresa realiza inversión y préstamo de congeladores a las tiendas
Gasolineras	La empresa realiza inversión y préstamo de congeladores a gasolineras
Carretillas	La empresa distribuye productos en rutas establecidas en las avenidas de la ciudad

Fuente: El autor

Así Holanda posee un buen posicionamiento y un alto porcentaje de participación en el mercado. El estudio de demanda demuestra que en Tegucigalpa, Holanda posee una preferencia de 39% en la compra de productos a través de supermercados por parte de los consumidores y 46% a través de heladerías. En San Pedro Sula posee una preferencia de 30% en productos distribuidos por supermercados y 58% en heladerías.

Las presentaciones y productos que Holanda ofrece a los consumidores y sus sabores son dirigidos a distintos mercados meta, la diversificación en sus líneas y la innovación de nuevos productos son una fortaleza en la empresa (Cuadro 7).

Cuadro 7. Presentaciones y productos comercializados por Holanda

Producto	Precio	
Elaborados	**Moneda Nacional**	**Dólares**
Cono Simple	L. 17.00	$1.08
Cono Doble	L. 25.00	$1.59
Super Cono	L. 28.00	$1.78
Banana Split	L. 37.00	$2.36
Mini-Banana	L. 17.00	$1.08
Mini-Sundaes	L. 17.00	$1.08
Helado Flotante	L. 16.00	$1.02
Nieve Flotante	L. 20.00	$1.27
Malteada	L. 26.00	$1.66
Sundae Especial	L. 23.00	$1.47
Super Sundae	L. 30.00	$1.91
Hot Fudge	L. 20.00	$1.27
Piña Colada	L. 24.00	$1.53
Copa Tres Sabores	L. 34.00	$2.17
Holanda Imperial	L. 37.00	$2.36
Capuccino	**Moneda Nacional**	**Dólares**
Normal	L. 9.00	$0.57
Lite	L. 9.00	$0.57
Blitz	L. 22.00	$1.40

Paletas	Moneda Nacional	Dólares
Mordisko	L. 12.00	$0.76
Chococream	L. 10.00	$0.64
Clicklick	L. 10.00	$0.64
Calipro	L. 10.00	$0.64
Chemise	L. 9.00	$0.57
Fruti Holanda	L. 8.00	$0.51
Par-Leta	L. 7.00	$0.45
Clasica	L. 7.00	$0.45
Tiburcio	L. 7.00	$0.45
Apolo	L. 7.00	$0.45
Mini Milk	L. 6.00	$0.38
Empacados	**Moneda Nacional**	**Dólares**
1/2 galón	L. 64.10	$4.09
1/4 galón	L. 46.65	$2.97
Nieves	**Moneda Nacional**	**Dólares**
Uva	L. 21.00	$1.34
Limón	L. 15.00	$0.96
Extras	**Moneda Nacional**	**Dólares**
Toppings	L. 4.00	$0.25
Wafle	L. 4.00	$0.25
1 USD=15.69 LPS		

Fuente: El autor

Los sabores que distribuye Holanda con sus productos elaborados van desde sabores clásicos como chocolate, fresa, vainilla, durazno, coco, café, ron con pasas, napolitano, chicle y sabores especiales propios de la empresa como crema irlandesa, amareto, choco chips, pistacho con nuez, fresa con crema, espuma de angel y chocolash.

Entre los productos que comercializa Holanda, también se encuentran las nieves, que son productos a base de agua con sabores específicos y capuchinos.

Así Holanda goza de gran mercado y sería la competencia más importante frente a la franquicia comercial a introducir.

4.2.1.2. Eskimo.- Empresa nicaragüense que distribuye sus productos en Honduras a través de puntos de venta, supermercados, gasolineras y carretillas vendedoras (Cuadro 8).

Cuadro 8. Canales de distribución Eskimo

Canal de distribución	Especificaciones
Supermercados	Los productos son vendidos a través de la sección de alimentos congelados con congeladores de la empresa y congeladores comunes del supermercado Puntos de venta franquiciadas son localizados en el interior del supermercado
Puntos de Venta	La empresa trabaja franquiciando a establecimientos en algunos puntos de la ciudad
Gasolineras	La empresa realiza sus ventas a través de congeladores del establecimiento
Carretillas	La empresa distribuye productos en rutas establecidas en las avenidas de la ciudad

Fuente: El autor

El estudio de demanda demuestra que en Tegucigalpa existe una preferencia del 20% por parte de los consumidores hacia los productos de esta marca vendidos a través de supermercados, por el contrario, en San Pedro Sula la preferencia es nula. Los puntos de venta ubicados fuera de supermercados no poseen ninguna preferencia.

Las presentaciones y productos que se venden a través de cada uno de los canales de distribución son mostrados en cuadro 9.

Cuadro 9. Presentaciones y productos comercializados por Eskimo

Producto	Precio	
Elaborados	**Moneda Nacional**	**Dólares**
Cono Jumbo	L. 14.00	$0.89
Cono Junior	L. 8.00	$0.51
Copa Doble	L. 13.00	$0.83
Sundae	L. 18.00	$1.15
Banana Split	L. 24.00	$1.53
Canasta	L. 26.00	$1.66
Helado de Yogurt	L. 10.00	$0.64
Nieves	**Moneda Nacional**	**Dólares**
Piña	L. 21.00	$1.34
Nancite	L. 21.00	$1.34
Naranja	L. 21.00	$1.34
Guanabana	L. 15.00	$0.96
Extras	**Moneda Nacional**	**Dólares**
Toppings	L. 3.75	$0.24
Empacados	**Moneda Nacional**	**Dólares**
1 Galón	L. 110.00	$7.01
1/2 Galón	L. 60.00	$3.82
1 USD=15.69 LPS		

Fuente: El autor

Los sabores con los que cuenta la empresa son los clásicos como vainilla, chocolate, fresa, coco, café, chicle, menta, ciruela, ron con pasas, napolitano y sabores especiales de la empresa como butter pecan, choco-vainilla, choco-almendra, vainilla krispy, pistacho, galleta con crema, sundae royale y eskifruta. Los sabores en helados de yogurt se enfocan a sabores de frutas tropicales.

4.2.1.3. Dos Pinos.- Empresa nacida en Costa Rica organizada por productores a través de cooperativa. En Honduras distribuye sus productos a través de supermercados, gasolineras, tiendas al menudeo y carretillas vendedoras. (Cuadro 10).

Cuadro 10. Canales de distribución Dos Pinos

Canal de distribución	Especificaciones
Supermercados	Los productos son vendidos a través de la sección de alimentos congelados con congeladores de la empresa y congeladores comunes del supermercado
Tiendas al Menudeo	La empresa realiza inversión y préstamo de congeladores a las tiendas
Gasolineras	La empresa realiza inversión y préstamo de congeladores a gasolineras
Carretillas	La empresa distribuye productos en rutas establecidas en las avenidas de la ciudad

Fuente: El autor

Existe una preferencia de 13% hacia productos vendidos en supermercados por parte de los consumidores en Tegucigalpa y en San Pedro Sula carece de preferencia. En San Pedro Sula 6% rechazan la marca como opción de compra.

Las presentaciones y productos que se venden a través de cada uno de los canales de distribución son mostrados en cuadro 11.

Cuadro 11. Presentaciones y productos comercializados por Dos Pinos

Producto	Precio	
Empacados	**Moneda Nacional**	**Dólares**
1/2 Galón	L. 69.30	$4.42
1/4 Galón	L. 39.45	$2.51
1/8 Galón	L. 22.35	$1.42
1/8 Deslactosado	L. 56.00	$3.57
Paletas	**Moneda Nacional**	**Dólares**
Cremoleta	L. 10	$0.63
Chocoleta	L. 9	$0.57
Krunchy	L. 9	$0.57
Mini Sandwich	L. 12	$0.76
Master Cone	L. 10	$0.63
Bigger	L. 12	$0.76
1 USD=15.69 LPS		

Fuente: El autor

La empresa se enfoca en sabores clásicos como fresa, vainilla, ron-pasas, limón, chocolate y napolitano así como también en combinaciones de los mismos como vainilla-fresa-limón y chocolate-vainilla.

4.2.1.4. Kobs.- Empresa hondureña en donde sus productos son distribuidos a través de puntos de venta especializados, supermercados, camiones distribuidores y restaurantes (Cuadro 12).

Cuadro 12. Canales de distribución Kobs

Canal de distribución	Especificaciones
Puntos de Venta	La empresa trabaja franquiciando a establecimientos en algunos puntos de la ciudad y con establecimientos de inversión propia
Supermercados	Los productos son vendidos a través de la sección de alimentos congelados con congeladores de la empresa y congeladores comunes del supermercado
Camiones Distribuidores	Esto es exclusivo en San Pedro Sula donde se distribuye productos
	a hogares de la ciudad
Restaurantes	La empresa posee alianzas estratégicas con MacDonald´s y Campero

Fuente: El autor

En San Pedro Sula existe una preferencia del 64% de los consumidores hacia la marca a través de supermercados, caso contrario en Tegucigalpa donde no existe preferencia. Cabe destacar que la distribución por camiones repartidores en las principales colonias de la ciudad la hace de gran aceptación. Un 12% de los consumidores en Tegucigalpa tienen preferencia hacia Kobs en puntos de venta especializados y en San Pedro Sula 41%, tomando en cuenta que Kobs distribuye sus productos en MacDonald´s y Church´s.

Las presentaciones y productos que se venden a través de cada uno de los canales son mostrados en cuadro 13.

Cuadro 13. Presentaciones y Productos comercializados por Kobs

Producto	Precio	
Elaborados	**Moneda Nacional**	**Dólares**
Cono Simple	L. 13.00	$0.83
Cono Doble	L. 20.00	$1.27
Cono Crema	L. 13.00	$0.83
Brown Derby	L. 16.00	$1.02
Brown Derby Doble	L. 27.00	$1.72
Multicolor	L. 15.00	$0.96
Mini Copa	L. 8.00	$0.51
Banana Split	L. 33.00	$2.10
Banana Split Especial	L. 36.00	$2.29
Malteada Mediana	L. 22.50	$1.43
Mateada Grande	L. 27.50	$1.75
Sundaes	L. 22.00	$1.40
Ice Cream Cake Mediano	L. 12.00	$0.76
Ice Cream Cake Grande	L. 22.00	$1.40

Paletas	Moneda Nacional	Dólares
Morenitas	L. 8.00	$0.51
Paletas	L. 7.00	$0.45
Empacados	**Moneda Nacional**	**Dólares**
1 Galón	L. 116.20	$7.41
1/2 Galón	L. 59.80	$3.81
1/4 Galón	L. 40.00	$2.55
Pinta	L. 20.00	$1.27
Nieves	**Moneda Nacional**	**Dólares**
Simple	L. 9.00	$0.57
Doble	L. 12.50	$0.80
Granizados	**Moneda Nacional**	**Dólares**
Pequeño	L. 7.00	$0.45
Mediano	L. 11.50	$0.73
Grande	L. 14.50	$0.92
1 USD=15.69 LPS		

Fuente: EL autor

Los sabores que ofrece la empresa son vainilla, chocolate, fresa, ron con pasas, uva, coco, caramelo, café, vainilla-fresa, vainilla-chocolate, chocolate-café, cookie-icecream, tutti fruti, mango, pistacho, chocochips, vainilla con maní y napolitano. En la categoría de nieves y granizados los sabores se enfocan a frutas tropicales como piña, mango, mandarina, entre otras.

4.2.1.5. TCBY.- Empresa estadounidense que posee franquicias a nivel mundial. En Honduras los productos son comercializados a través de puntos de venta franquiciadas en gasolineras y en centros comerciales.

En Tegucigalpa existe una preferencia de 28% por parte de los consumidores hacia la marca, caso contrario, en San Pedro Sula que no posee ninguna preferencia.

Las presentaciones y productos que TCBY ofrece al consumidor son los siguientes (Cuadro 14).

Cuadro 14. Presentaciones y productos comercializados por TCBY

Producto	Precio	
Elaborados	**Moneda Nacional**	**Dólares**
Cono Simple	L. 21.00	$1.34
Cono en Galleta	L. 18.50	$1.18
Canasta Wafle	L. 44.75	$2.85
Sundae	L. 45.00	$2.87
Banana Split	L. 55.00	$3.51
Malteadas	L. 48.00	$3.06
Batido de Frutas	L. 45.00	$2.87

Producto	Precio	
Empacados	**Moneda Nacional**	**Dólares**
1/4 Galón	L. 95.50	$6.09
Pinta	L. 33.25	$2.12
Extras	**Moneda Nacional**	**Dólares**
Toppings	L. 3.75	$0.24
Capuccino	**Moneda Nacional**	**Dólares**
Normal	L. 9.00	$0.57
1 USD=15.69 LPS		

Fuente: El autor

TCBY ofrece un helado-crema procesado en el establecimiento y helados con sabor a vainilla, pistacho, banano y chesse cake. Los consumidores perciben el consumo de sus productos como pertenecientes a una línea dietética.

Por apreciación visual del autor se observa que TCBY no trabaja con personal capacitado y la organización en el local es deficiente. Los consumidores no tienen acceso a los precios de los productos y el servicio brindado no es el adecuado.

En marzo del 2001 TCBY cerró un local en la ciudad de Tegucigalpa, al parecer la franquicia tiene problemas de administración en Honduras y de mercado.

4.2.1.6. Delta.- Empresa hondureña que empieza operaciones en 1961 que se especializa en la distribución de sus productos a través de congeladores comunes en supermercados y en gasolineras.

En Tegucigalpa el 29% y en San Pedro Sula el 10% de los encuestados no consumirían esta marca en particular, esto se debe principalmente a factores de sabor, calidad y presentación del producto. La calidad del producto debe ir acorde con el mercado meta a que se destina, el mercado meta de Delta comprende los niveles socioeconómicos medio-bajo y bajo.

Las presentaciones que Delta ofrece al consumidor son los siguientes (Cuadro 15).

Cuadro 15. Presentaciones comercializadas por Delta

Producto	Precio	
Empacados	Moneda Nacional	Dólares
1 Galón	L. 110.80	$7.06
1/2 Galón	L. 67.55	$4.31
1/4 Galón	L. 38.40	$2.45
1/8 Galón	L. 20.00	$1.27
1 USD=15.69 LPS		

Fuente: El autor

La empresa se enfoca exclusivamente a sabores tradicionales como vainilla, chocolate, naranja, fresa, ron con pasas y napolitano.

4.2.1.7. Arco Iris.- Empresa hondureña que de igual manera a Delta distribuye sus productos a través de gasolineras y supermercados.

El estudio de mercado demuestra que en Tegucigalpa existe un 18% de preferencia por la marca a nivel de supermercados.

Los productos que Arco Iris ofrece al consumidor son los siguientes (Cuadro 16).

Cuadro 16. Presentaciones comercializadas por Arco Iris

Producto	Precio	
Empacados	Moneda Nacional	Dólares
1 Galón	L. 91.90	$5.86
1/2 Galón	L. 56.40	$3.59
1/4 Galón	L. 30.20	$1.92
1/8 Galón	L. 18.05	$1.15
1 USD=15.69 LPS		

Fuente: El autor

Los sabores que ofrece la empresa son sabores tradicionales como chocolate, vainilla, fresa y mora.

4.2.1.8. Oso Polar.- Empresa hondureña que de forma similar a Delta se enfoca en el nivel socioeconómico medio-bajo y bajo distribuyendo sus productos a través de supermercados y carretillas de venta.

Las presentaciones que Oso Polar ofrece al consumidor son los siguientes (Cuadro 17).

Cuadro 17. Presentaciones comercializadas por Oso Polar

Producto	Precio	
Empacados	Moneda Nacional	Dólares
1 Galón	L. 94.80	$6.04
1/2 Galón	L. 62.95	$4.01
¼ Galón	L. 31.90	$2.03
1 USD=15.69 LPS		

Fuente: El autor

El 23% de los encuestados en Tegucigalpa y en San Pedro Sula el 5% no favorecen la marca.

Los sabores que ofrece la marca son los tradicionales como chocolate, fresa, vainilla y napolitano.

4.2.1.9. Zamorano.- Institución de educación superior sin fines de lucro que procesa productos lácteos en plantas enfocadas a la enseñanza y en donde estos productos son distribuidos en un volumen no competitivo a través de supermercados de la ciudad.

Las presentaciones que Zamorano ofrece al consumidor son los siguientes (Cuadro 18).

Cuadro 18. Presentaciones comercializadas por Zamorano

Producto	Precio	
Empacados	Moneda Nacional	Dólares
1 Galón	L. 0.00	$0.00
1/2 Galón	L. 73.30	$4.67
1/4 Galón	L. 20.35	$1.30
1/8 Galón	L. 11.15	$0.71
1 USD=15.69 LPS		

Fuente: El autor

El estudio de demanda demuestra que el 6% de los encuestados tienen preferencia hacia sus productos.

Los sabores que Zamorano ofrece son durazno, fresa, chocolate, mora, ron pasas, guayaba, vainilla, piña-naranja y naranja.

4.2.1.10. Frosty.- Empresa hondureña que nace en San Pedro Sula y posteriormente comercializa sus productos en la capital hondureña en donde posee el 9% de preferencia según la encuesta realizada.

Esta empresa distribuye sus productos a través de locales ubicados en las principales avenidas de la ciudad y restaurantes como Wendy´s y Church´s.

Las presentaciones y productos que Frosty ofrece en sus locales son los siguientes (Cuadro 19).

Cuadro 19. Presentaciones y productos comercializados por Frosty.

Producto	**Precio**	
Elaborados	**Moneda Nacional**	**Dólares**
Conos Simples	L. 12.00	$0.76
Sundaes	L. 20.00	$1.27
Malteadas	L. 28.00	$1.78
Paletas	**Moneda Nacional**	**Dólares**
Fruta	L. 10.00	$0.64
Crema	L. 10.00	$0.64
1 USD=15.69 LPS		

Fuente: El autor

Los sabores que Frosty comercializa con sus productos son sabores clásicos y sabores de frutas tropicales.

4.2.1.11. Mixins.- Franquicia estadounidense que comercializa licuados de fruta o "Smoothies", en donde distribuye sus productos a través de puntos de venta en centros comerciales.

Los productos que Mixins ofrece al consumidor son los siguientes (Cuadro 20).

Cuadro 20. Productos comercializados por Mixins.

Producto	Precio	
Smoothies	**Moneda Nacional**	**Dólares**
Naranja, fresa y banano	L. 22.00	$1.40
Naranja, cranberry y mora	L. 22.00	$1.40
Piña, durazno, banano	L. 22.00	$1.40
Durazno y banano	L. 22.00	$1.40
Manzana y banano	L. 22.00	$1.40
Frambuesa y Fresa	L. 19.50	$1.24
Cranberry, manzana y banano	L. 19.00	$1.21
Fresa y banano	L. 18.00	$1.15
Leche y banano	L. 17.00	$1.08
Frambuesa, naranja y banano	L. 16.00	$1.02
Mango y papaya	L. 16.00	$1.02
Manzana, fresa y banano	L. 13.50	$0.86
Banana y papaya	L. 13.00	$0.83

Fuente: El autor

4.2.1.12. Cinna Munch.- Franquicia estadounidense que comercializa desayunos, repostería y helados a través de sus puntos de venta en centros comerciales.

A nivel de helados CinnaMunch ofrece al consumidor presentaciones de ¼ y medio galón con precios de 54 Lps. ($3.44) y 28 Lps. ($1.78) respectivamente.

Los sabores que comercializa Cinna Munch son fresa, dulce de leche, naranja-mandarina, coco, cherry chips, melocotón, café royal, tutti fruti, banano, pistacho, choco chip, mantequilla con nueces, mango, cookie de crema, piña, choco menta y ron con pasas.

4.2.1.13. Casa del Café y Espresso Americano.- Casa del Café es una empresa hondureña y Espresso Americano franquicia americana que comercializan cafés, cappucinos, te calientes, chocolate caliente y repostería a nivel de centros comerciales con puntos de venta pequeños en el interior (Cuadro 21).

Cuadro 21. Productos comercializados por Casa del Café y Espreso Americano

Espreso Americano				Casa del Café		
Producto	**Precio**			**Producto**	**Precio**	
Espresso	L. 7.00	$0.45		Espresso	L. 8.00	$0.51
Americano	L. 7.00	$0.45		Cappucino	L. 9.00	$0.57
Machiato	L. 7.00	$0.45		Madurito	L. 8.00	$0.51
Cappucino	L. 7.00	$0.45		Café Mocha	L. 10.00	$0.64
Chailate	L. 9.00	$0.57		Café Late	L. 9.00	$0.57
Cafee Mocha	L. 10.00	$0.64		Café Machiato	L. 8.00	$0.51
Latte Saborizado	L. 13.00	$0.83		Café Americano	L. 8.00	$0.51
Granita Café	L. 10.00	$0.64		Te Caliente	L. 9.00	$0.57
Granita Helada	L. 7.00	$0.45		Chocolate Caliente	L. 9.00	$0.57
Mochachino	L. 14.00	$0.89		Crush Café	L. 10.00	$0.64
Chailate	L. 7.00	$0.45		Frozen Mochachino	L. 14.00	$0.89
Cafee Mocha	L. 7.00	$0.45		Mochachino Supreme	L. 20.00	$1.27
				1 USD=15.69 LPS		

Fuente: El autor

Estas dos empresas compiten entre sí y comparten un mercado bien definido para este tipo de productos.

Parte de los productos que estas dos empresas comercializan son un producto sustituto frente a los productos que la franquicia Baskin Robbins podría desarrollar en el mercado.

4.2.1.14. Sara Lee, Macain, Jon Donaire y The Cheesecake Factory.- Empresas estadounidenses que comercializan pasteles helados a través de supermercados, gasolineras y tiendas al mayoreo.

Los productos que estas empresas ofrecen al consumidor son los siguientes (Cuadro 22).

Cuadro 22. Productos comercializados por Sara Lee, Macain, Jon Donaire y The Cheesecake Factory.

Sara Lee		
Producto	**Precio**	
Pasteles Helados	**Moneda Nacional**	**Dólares**
French Cheesecake	L. 82.10	$5.23
Cheesecake Original	L. 84.15	$5.36
Tropical Cococnut	L. 115.65	$7.37
Maccain		
Producto	**Precio**	
Pasteles Helados	**Moneda Nacional**	**Dólares**
Chocolate Cake	L. 95.65	$6.10
Jon Donaire		
Producto	**Precio**	
Cheesecake	L. 82.65	$5.27
The Cheesecake Factory		
Producto	**Precio**	
Pasteles Helados	**Moneda Nacional**	**Dólares**
Cheesecake	L. 122.65	$7.82
1 USD=15.69 LPS		

Fuente: El autor

Baskin Robbins podría ejercer un gran potencial a través del mercado de pasteles elaborados con helado, este es un mercado en donde las empresas anteriores ejercen una leve participación y es un mercado con gran oportunidad de desarrollar.

Estas empresas se desarrollan en Tegucigalpa y San Pedro Sula en zonas comerciales muy marcadas en donde cada empresa posee su canal de distribución. (Anexo 4).

4.2.2. Análisis de Precios

El estudio de mercado demuestra que en Tegucigalpa el 49% de los encuestados estarían dispuestos a pagar 20 lempiras o 1.27 dólares por un cono simple de helado comercializado por la franquicia y el 34% lo adquirirían a menor precio que este, la apreciación de precio por parte de los consumidores fue a través de apreciación visual de los productos ya que no se elaboró pruebas de degustación.

De manera similar en San Pedro Sula el 46% de los encuestados prefieren un precio de 20 lempiras o 1.27 dólares a comparación de un 41% que lo consideran muy alto, prefiriendo un precio menor.

El promedio del precio por un cono simple de helado en el mercado de helados hondureño se encuentra en 15.40 lempiras o 0.98 dólares (Cuadro 23).

Cuadro 23. Precio promedio de un cono simple en el mercado hondureño

		Moneda Nacional	Dólares
Frosty	Cono Simple	L. 12.00	$0.76
Kobs	Cono Simple	L. 13.00	$0.83
Eskimo	Cono Simple	L. 14.00	$0.89
Holanda	Cono Simple	L. 17.00	$1.08
TCBY	Cono Simple	L. 21.00	$1.34
	Promedio	L. 15.40	$0.98

Fuente: El autor

TCBY posee el precio más alto en el mercado, es posible que este efecto se derive de los costos de importación del producto y las tasas de importación. Kobs como empresa hondureña posee el precio más bajo seguido por Eskimo y el líder mexicano Holanda.

A nivel de supermercados el precio promedio de medio galón de helado, como envase más adquirido, se encuentra en 64.18 lempiras o 4.09 dólares (Cuadro 24).

Cuadro 24. Precio promedio de un galón de helados en el mercado hondureño

		Moneda Nacional	Dólares
Arco Iris	1/2 Galón	L. 56.40	$3.59
Kobs	1/2 Galón	L. 59.80	$3.81
Eskimo	1/2 Galón	L. 60.00	$3.82
Oso Polar	1/2 Galón	L. 62.95	$4.01
Holanda	1/2 galón	L. 64.10	$4.09
Delta	1/2 Galón	L. 67.55	$4.31
Dos Pinos	1/2 Galón	L. 69.30	$4.42
Zamorano	1/2 Galón	L. 73.30	$4.67
	Promedio	L. 64.18	$4.09

Fuente: El autor

Los productos similares como granitas y smoothies en el mercado hondureño tienen los siguientes precios (Cuadro 25).

Cuadro 25. Precio de productos similares en el mercado hondureño

		Moneda Nacional	Dólares
Espreso	Mochachino	L. 14.00	$0.89
Casa	Frozen Mochachino	L. 14.00	$0.89
Holanda	Limón	L. 15.00	$0.96
Eskimo	Guanabana	L. 15.00	$0.96
Holanda	Uva	L. 21.00	$1.34
Eskimo	Piña	L. 21.00	$1.34
Eskimo	Nancite	L. 21.00	$1.34
Eskimo	Naranja	L. 21.00	$1.34
Mixins	Smoothies	L. 22.00	$1.40

Fuente: El autor

La estrategia de precios adoptada por Baskin Robbins en un futuro deberá ser una decisión cuidadosa para el éxito de la franquicia en el mercado.

4.3. UBICACIÓN MERCADO META

Los productos Baskin Robbins son dirigidos a los niveles socioeconómicos alto, medio alto y medio por el poder adquisitivo de los grupos frente a un helado importado.

Según el Instituto Nacional de Censos y Estadísticas de Honduras en el censo realizado en marzo del 2001, el número de hogares en la ciudad de Tegucigalpa es de 201,870 y en San Pedro de 116,621 (Cuadro 26).

Cuadro 27. Valor absoluto y relativo de hogares pobres y no pobres en Honduras 2001

	Total		No Pobres		En Pobreza	
País	1,258,299	100.00%	447,208	35.54%	811,091	64.46%
Tegucigalpa	201,870	100.00%	88342	43.76%	113,528	56.24%
San Pedro Sula	116,621	100.00%	62655	53.73%	53,966	46.27%

Fuente: El autor con datos del Instituto de Censos y Estadísticas de Honduras

Tegucigalpa representa el 16.04 % del total de hogares en Honduras y San Pedro Sula el 9.27%. Los hogares no pobres en Tegucigalpa representan el 19.75% y 14.01% en San Pedro Sula del total del país. Los hogares no pobres son todos los hogares que cumplen con las necesidades básicas de vida.

Honduras es considerado uno de los países más pobres de Centro América según el Banco Mundial y el Banco Centroamericano de Integración Económica. El 64.46% del total de hogares se encuentra en la pobreza, considerando que 17% son pobres y 47.4% muy pobres o viven bajo la línea de pobreza del total de hogares (Cuadro 27).

Honduras tiene el 53.4% de la población en zonas rurales por lo que las zonas urbanas del país representan la diferencia con 46.6%.

Cuadro 27. Valor absoluto y relativo de hogares pobres y muy pobres en Honduras 2001

	Total		Pobres		Muy Pobres	
País	1,258,299	100.00%	214,342	17.03%	596,749	47.43%
Tegucigalpa	201,870	100.00%	42842	21.22%	70,686	35.02%
San Pedro Sula	116,621	100.00%	24240	20.79%	29,726	25.49%

Fuente: El autor con datos del Instituto de Censos y Estadísticas de Honduras

Tegucigalpa posee una población de 982,737 habitantes de los que representa el 15.5% del total del país y posee un ingreso per capita de 1,865 lempiras o 117.3 dólares. La población en Tegucigalpa con poder adquisitivo para la adquisición de productos Baskin Robbins se encuentra alrededor de 88,342 hogares o 430,063 personas distribuidos en diferentes colonias de la capital (Anexo 5)[4].

En San Pedro Sula habitan 531,780 personas que representan el 8.4% de la población total del país, posee un ingreso per capita de 2,140 lempiras o 134.67 dólares. El mercado meta en esta ciudad representa 62,625 hogares correspondiente a 285,563 personas distribuidos en la ciudad (Anexo 6)[5].

La ubicación del mercado meta y zonas comerciales nos brinda una idea de la ubicación de locales dentro de las ciudades si se considera la inversión.

[4] Godoy, Gisela. 2001. Mercado meta en Tegucigalpa. Zamorano. (Comunicación personal)
[5] Beriloz, Guillermo. 2001. Mercado meta en San Pedro Sula. Zamorano. (Comunicación personal)

5. ESTUDIO LEGAL

5.1. ESTABLECIMIENTO DE EMPRESA

Según la Dirección General de Inversiones y Políticas Sectoriales de Honduras (1998), cualquier inversión de personas nacionales o extranjeras para la constitución de nuevas empresas en el país, tienen que seguir diversos procedimientos para el inicio de actividades comerciales (Cuadro 29).

Cuadro 29. Procedimiento a seguir para establecer una sociedad en Honduras

Secuencia	Tramites Administrativos
Notario Público	Autorización de la Escritura Pública y Trámites Administrativos **Diario Oficial La Gaceta:** Publicación **Corte Suprema de Justicia:** Calificación Judicial y Registro Mercantil **Secretaría de Finanzas:** Registro Tributario Nacional de la Empresa
Cámara de Comercio e Industria	Registro obligatorio y afiliación libre
Alcaldia	Permiso de Inicio de Operaciones
Secretaria de Recursos Naturales Y Ambiente	Permiso para obtener la aprobación de proyectos según inversión y sector
Secretaria de Industria, Comercio y Turismo	Registro de Inversión
Afiliaciones a Instituciones	Instituto Hondureño de Seguridad Social (IHSS) Fondo Social de la Vivienda (RAP-FOSOVI) Instituto de Formación Profesional (INFOP)
Solicitud de Servicios de: Luz, Teléfono y Agua	ENEE, HONDUTEL, SANAA

Fuente: Secretaría de Industria, Comercio y Turismo

5.1.1. Notario Público

El inversionista puede constituirse sea como comerciante individual o como sociedad mercantil.

Requisitos para constituir una sociedad ante notario público:

- Tipo de sociedad a constituir.
- Actividad y Finalidad.
- Nombre y Domicilio Social de la Empresa.
- Capital Social y Número de Socios.
- Documentos Personales (Identidad, Registro Tributario Nacional, etc.).
- Solvencia Municipal (vigente).
- Timbres fiscales de acuerdo a monto de la inversión.

El tipo de sociedad más común a constituir incluidas en el Código de Comercio de Honduras son:

Comerciante Individual

Se constituye con un capital mínimo de 5,000 lempiras o 314.6 dólares comprobando la permanencia legal del país.

Sociedad Anónima (S.A.)

Mínimo 5 socios y 25,000 lempiras o 1,573.31 dólares de capital social.

Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.R.L.)

Máximo 5 socios y 25,000 lempiras o 1,573.31 dólares de capital social.

La resolución se obtiene en un día hábil, los costos en que se incurren varian según arancel notarial conforme al capital social. Hasta 25,000 lempiras o 1574 dólares 5% y por cualquier exceso de esa cantidad 3%.

5.1.2. Corte Suprema de Justicia

Requisitos para calificación judicial e inscripción en el registro mercantil.

- Trámite debe ser realizado por un notario público.
- Testimonio de Escritura Pública.
- Calificación Judicial.

La resolución se obtiene aproximadamente en 45 días hábiles, los costos del trámite se presentan a continuación:

- Timbres de Contratación y Regístrales (4.50 lempiras o 0.29 dólares por cada 1000 lempiras que es equivalente a 63 dólares).
- Papel Sellado (25 lps o 1.57 dólares).
- Publicaciones (200 lps o 12.58 dólares).

- Calificación Judicial (1,500 lempiras o 94.4 dólares).
- Derecho de Constitución (0.20 lempiras por cada 1,000 lempiras equivalente a 0.013 por cada 63 dólares).

5.1.3. Alcaldía Municipal

Requisito para el permiso de operación.

- Acta Constitutiva de la Sociedad.
- Registro Tributario Nacional.
- Tarjeta de Identidad.
- Solvencia Municipal vigente.
- Clave Catastral sellada por el Departamento de Catastro.
- Constancia de Zonificación extendida en el Departamento de Metroplan.
- Constancia de Medio Ambiente de la Alcaldía Municipal (Departamento de Ambiente y Desarrollo).

La resolución es otorgada en 10 días hábiles los costos se incurren en un pago de conformidad al acuerdo emitido en el Diario Oficial La Gaceta del 31 de Diciembre 1994.

5.1.4. Secretaría de Finanzas

Registro Tributario Nacional

- Llenar formulario especial otorgado por la secretaria de finanzas.
- Fotocopia de tarjeta de identidad o carnet de residencia.
- Fotocopia de la escritura de la constitución.

Registro del Impuesto Sobre Ventas

- Llenar formulario especial otorgado por la secretaria de finanzas.
- Fotocopia de tarjeta de identidad o carnet de residencia.
- Fotocopia de la escritura de la constitución.
- Fotocopia de Registro Tributario Nacional.
- Fotocopia permiso de operaciones de la Alcaldía Municipal.

La resolución es inmediata y el costo se encuentra en 4 lempiras o 0.25 dólares por 4 timbres en donde cada formulario lleva un par.

Autorización para que sociedades constituidas en el extranjero puedan comerciar en Honduras.

- Estatutos y Acta Constitutiva de la Sociedad.
- Nombrar un Representante Legal en Honduras (art. 308 del Código de Comercio).
- Datos generales del representante y/o empresa.

- Documentos autentificados por el Cónsul de su país y certificados por la Cancillería de la República de Honduras.
- Recibo de depósito no en cuenta (a la vista) adquirido en una institución bancaria por la cantidad de 25000 lempiras o 1574 dólares que acredite el patrimonio constituido por la sociedad.

Las empresas constituidas en el extranjero y autorizadas por la Secretaría de Finanzas no requieren calificación judicial de los tribunales, sino que su trámite pasa directamente a Registro Mercantil en donde la empresa deberá publicar en el Diario Oficial La Gaceta, el acuerdo de autorización para ejercer operaciones en Honduras.

La resolución es alrededor de 45 días y el costo es el pago en la Tesorería General de la República de 100 lempiras o 6.29 dólares por el representante constituido en el país y 50 lempiras o 3.14 dólares por concepto de capital autorizado.

5.1.5. Cámara de Comercio e Industria

- Constancia de la inscripción en el Registro de la Propiedad Mercantil.
- Presentar escritura original con objeto de anotar en ella, el número de Registro de la CCI.
- Fotocopia de la Escritura para archivo de la CCI.

La resolución es inmediata y el costo es un pago según la tarifa del Registro de Escritura de Comerciante Individual y Sociedades, aprobada según Acta Nº 1167-93 del 20 de septiembre de 1993 (Artículo 384 del Código de Comercio) (Cuadro 29).

Cuadro 29. Tarifas del registro de escritura de comerciante individual y sociedades.

De Lempiras	A Lempiras	Pago Lempiras	De Dólares	A Dólares	Pago Dólares
1	**100,000.00**	200.00	**0.06**	**6293.27**	12.59
100,001.00	**200,000.00**	300.00	**6293.33**	**12586.53**	18.88
200,001.00	**300,000.00**	400.00	**12586.60**	**18879.80**	25.17
300,001.00	**400,000.00**	500.00	**18879.86**	**25173.06**	31.47
400,001.00	**500,000.00**	600.00	**25173.13**	**31466.33**	37.76
500,001.00	**700,000.00**	1,000.00	**31466.39**	**44052.86**	62.93
700,001.00	**1,000,000.00**	1,500.00	**44052.93**	**62932.66**	94.40
1,000,001.00	**en adelante**	2,000.00	**62932.72**	**en adelante**	125.87

Fuente: Secretaría de Industria, Comercio y Turismo

5.1.6. Secretaria de Recursos Naturales y Ambiente (SRNA)

- Formulario DECA 001 (Dirección General de Evaluación y Control Ambiental) debidamente llenado y acompañado de requisitos.
- Fotocopia de la constitución de empresa

- Título de propiedad o arrendamiento donde se va a realizar el proyecto
- Permiso de operación
- Planos de localización, mapa u hoja cartográfica escala 1:50,000, ubicación y área de influencia.
- Plano de distribución general y plano de obras o sistemas sanitarios.
- Memoria técnica del proyecto incluyendo cronograma.

La resolución depende del tipo de proyecto que oscila alrededor de uno y tres meses.

5.1.7. Ministerio de Industria, Comercio y Turismo

En ventanilla única de inversiones los requisitos para el certificado de inversión.

- Solicitud y documentación que acredite nacionalidad y domicilio.
- Inscripción en el Registro Mercantil o Escritura de Constitución de la Sociedad.
- Carta Poder del Inversionista al Apoderado Legal.
- Permiso de operación de la Alcaldía Municipal.

5.1.8. Instituto Hondureño de Seguridad Social (I.H.S.S.)

Esta es una solicitud de afiliación al Seguro Social de parte de los trabajadores y de la empresa, dentro de los cinco días del inicio de operación de la empresa, estipulados según Reglamento Interno de la Institución.

- Fotocopia de Escritura de Constitución de la empresa o Declaración de Comerciante Individual.
- Fotocopia del permiso de operación extendido por la Alcaldía Municipal para el funcionamiento del negocio.
- Fotocopia de Tarjeta de Identidad del gerente general.
- Lista de trabajadores indicando
    - Nombres y apellidos completos.
    - Fecha de inicio de labores de cada trabajador.
    - Puesto que desempeña cada trabajador.
    - Salario que devenga mensualmente cada trabajador.
    - Número de afiliación de cada trabajador.
    - Fotocopia de tarjeta de identidad.

La resolución se efectúa en 10 días sin costo adicional. La aportación patronal es de 7% y la del trabajador de 3.5% sobre el salario mensual hasta un máximo de 600 lempiras o 37.75 dólares.

5.1.9. Instituto Nacional de Formación Profesional (INFOP)

- Llenado de solicitud.

- Fotocopia de la escritura de constitución.
- Permiso de operación vigente.
- Registro Tributario Nacional de la Empresa.
- Lista completa de empleados.
- Datos generales del inversionista o representante legal.

La resolución es inmediata sin costo adicional. La contribución patronal es del 1% del salario ordinario del trabajador.

5.1.10. Régimen de Aportación al Fondo Social de la Vivienda (RAP-FOSOVI)

Toda empresa privada con diez o más trabajadores debe pertenecer a este régimen, cuyo objetivo es brindar financiamiento habitacional para los trabajadores afiliados al sistema, con una aportación obrero-patronal de 1.5% cada uno sobre el salario mensual del trabajador.

- Fotocopia de la planilla de pago
- Fotocopia de la escritura de constitución de la empresa.

La resolución es inmediata sin costo.

5.1.11. Registro de Marca

Para el registro de la marca en Honduras los requisitos son.

- Poder del inversionista al representante legal.
- Llenar solicitud de la Dirección General de Propiedad Intelectual.
- Fotocopia de la Escritura de Constitución.
- Presentar 21 etiquetas de la marca a registrar.
- Certificado de origen cuando reivindique la propiedad

La resolución es de 3 a 4 meses, el costo del registro es de 495 lempiras o 31.15 dólares.

5.1.12. Licencia de Representante de Empresas Nacionales y Extranjeras

Solicitud a la Secretaría General del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo:

- Domicilio y datos generales y de la empresa inscrita en el registro mercantil.
- Escritura de la constitución de sociedad debidamente registrada en la Cámara de Comercio e Industria respectiva.
- Información General de la empresa y de los productos que representará o distribuirá especificando su jurisdicción en Honduras y los anteriores representantes, agentes o distribuidores.

- Contrato entre la empresa y el representante distribuidor y/o agente de exclusividad, fecha de inicio y término de contrato.
- Carta poder del inversionista al apoderado.

Documentos que deben ser anexos a esta solicitud:

- Poder al representante legal.
- Registro tributario.
- Certificado del registro mercantil.
- Registro de la Cámara de Comercio.
- Constancia de pago de los impuestos sobre la renta y municipales.
- Escritura de constitución de la sociedad mercantil
- Documento en que conste la celebración del contrato de representación, agencia o distribución o que acredite la real y efectiva prestación de estos servicios.

La resolución tarda alrededor de 60 días con un costo de 105 lempiras o 6.6 dólares por los derechos de licencia.

5.1.13. Autorización de Libros Contables

Solicitud en papel membreteado o papel simple con el sello de la empresa y con la firma del gerente general o contador.

- Permiso de operaciones de la Alcaldía Municipal
- Aviso de cobro de volumen de ventas (desglose del pago de ventas)
- Recibo de pago en la tesorería de la Alcaldía por:
    - Volumen de ventas
    - Autorización de libros
    - Folios

La resolución es en 5 días hábiles con un costo de 0.4 lempiras o 0.02 dólares por folio, de acuerdo a la ley de arbitrios.

5.2. IMPORTACIÓN DEL PRODUCTO

Secretaría de Economía y Comercio. 1995Para el proceso de importación de productos Baskin Robbins se debe obtener el registro sanitario y el permiso fitozoosanitario.

5.2.1. Registro Sanitario para Importación

Es necesario este registro que es vigente por 5 años para efecto de presentarlo ante las autoridades aduaneras cada vez que se realice una importación de productos. Los requisitos son:

- Solicitud de trámite dirigida a jefe departamental de la región de control de alimentos.
- Información personal.
- Razón social de la empresa.
- Nombre del producto.
- Origen del producto, nacionalidad y dirección del fabricante, distribuidor o representante.
- Ingredientes de composición del producto en forma cualitativa y cuantitativa, incluyéndose los aditivos del mismo.
- Indicación de uso del registro.
- Poder al representante legal.
- Dos etiquetas provisionales de identificación del producto.
- Tres muestras del producto envasado tal como será comercializado.
- Copia de la licencia sanitaria de funcionamiento del establecimiento.
- Copia del autenticada de la certificación del registro de marca.
- Comprobante de pago de los derechos de análisis y registro sanitario

5.2.2. Permiso de Importación o Fitozoosanitario

- Solicitud dirigida a la sub-dirección técnica de salud animal en la secretaría de recursos naturales.
- Datos personales
- Nombre de los productos a importar
- Cantidad
- Unidad de medida
- Clase del producto
- Peso
- Medios de transporte
- Aduana de entrada
- Procedencia

El costo del permiso es de 1 lempira o 0.02 dólares por el timbre de solicitud.

6. CONSIDERACIONES TÉCNICAS

6.1. IMPORTACIÓN DEL PRODUCTO

Según la Secretaría de Economía y Comercio de Honduras (1995), las importaciones de productos procesados de origen animal tienen que cumplir con normas, requisitos y procesos que amparan la ley.

El importador debe tomar en cuenta los siguientes (Figura 15)

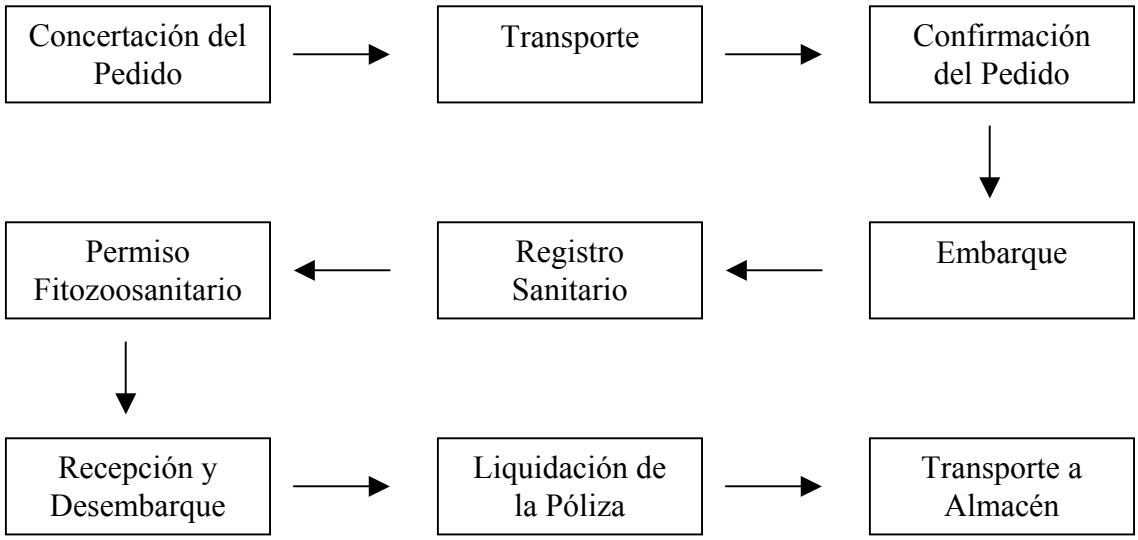


Figura 15. Proceso de importación (El autor, 2001).

6.1.1. Concertación del Pedido

Los productos y empaques Baskin Robbins son producidos en EEUU y Canadá, distribuidos por compañías autorizadas ALLYED DOMECQ QSR (Parra, 2001). La importación empieza su proceso al obtener la información completa de los proveedores al desarrollar un estudio más profundo para la franquicia.

Se deberán conocer los aspectos relacionados con las facilidades de pago, la disponibilidad, la calidad, el precio y la ubicación geográfica de los proveedores.

Al obtener la información de los proveedores y seleccionarlos se procede a solicitar las cotizaciones y las fechas de entrega de los productos que se quieren importar. Así se puede optar por algún financiamiento en donde se puede utilizar el sistema bancario o organizaciones privadas de préstamo, de igual manera se realiza la respectiva compra de divisas para el proceso.

6.1.2. Transporte

Se debe conocer el medio de transporte a utilizar para el proceso de importación, la elección del mismo dependerá de la rapidez y frecuencia con que se realiza el movimiento de productos.

Se presentan cotizaciones de dos compañías que operan en el país para el movimiento de los productos (Cuadro 30-31)

Cuadro 30. Tarifas de transporte Sea Board

Miami-Puerto Cortés 1/40´ Refrigerado	
Ocean Freight	$2,450.00
Bunker	$180.00
HTRS	$50.00
Local Drayage	$175.00
Total	$2,855.00
Flete terrestre a San Pedro Sula	$120.00
Flete terrestre a Tegucigalpa	$543.00

Fuente: El autor con datos de Sea Board.

Cuadro 31. Tarifas de transporte Gutierrez Cargo

Carga Marítima Consolidada	
Mínimo 45 pies cúbicos	$120.00
De 45 pies cúbico	$2.10
200 pies cúbicos en adelante	$1.50
Handling	$75.00
Bill of Lading	$35.00
Seguro 2% sobre valor FOB	

Fuente: El autor con datos de Gutierrez Cargo

6.1.3. Confirmación del Pedido

Al ser seleccionado el método de transporte se procede a confirmar el pedido. La confirmación podrá hacerse través de la remisión de la factura pro forma que es

previamente solicitada al proveedor o se puede hacer a través del envío de una carta que se manifiesta estar de acuerdo con las condiciones expresadas en la factura pro forma

Debe quedar claro como se cancelará el pedido para lo cual existen diferentes métodos entre las cuales se encuentran el giro a la vista, letras de cambio y cartas de crédito. La carta de crédito es uno de los sistemas más utilizados pero del que se necesita más información del proceso.

6.1.4. Embarque

Por cada embarque de producto que se vaya a realizar se debe solicitar al proveedor la siguiente documentación:

- Factura pro forma pedida con anticipación para evitar el tiempo de desaduanaje y para proceder al pago de los productos con divisas.
- Conocimiento de embarque (Bill of Lading) en el que se consigna la descripción, el valor y el peso de los productos embarcados.
- Factura comercial.
- Certificado fitosanitario del país de procedencia del producto.
- Certificado de Origen.
- Certificado de libre venta.

De acuerdo al artículo 54 de la Ley de Aduanas estos documentos, exceptuando la factura pro forma, deberán presentarse junto con la póliza de importación.

6.1.5. Registro Sanitario

Es necesario proceder en la División de Control de Alimentos de la Secretaría de Salud Pública a fin de obtener el Registro Sanitario respectivo, este documento tiene vigencia de 5 años con el fin de presentarlo en las autoridades aduaneras cada vez que se realice una importación.

6.1.6. Permiso Fitozoosanitario

Este documento se obtiene en la Sub-Dirección Técnica de Salud Animal en la Secretaría de Recursos Naturales. De igual manera que el registro sanitario debe ser presentado para el desaduanaje de la mercancía.

6.1.7. Recepción y Desembarque

Al llegar la mercancía a la aduana, un funcionario del almacén de la aduana recibe la documentación del transportista (conocimiento de embarque cuando es por vía marítima, manifiesto de carga cuando es por vía terrestre y comprobante aéreo cuando es por vía

aérea) hace una revisión preliminar de la mercadería que esta recibiendo, comprobando que esta completa y asigna un lugar en almacén.

6.1.8. Liquidación de la Póliza

Para este trámite es necesario recurrir a los servicios de una agencia aduanera autorizada, la cual procederá a realizar los trámites relativos al desaduanaje y también al solicitar el respectivo permiso fitozoosanitario y registro sanitario.

6.1.9. Transporte a Almacén

La actividad del transporte de las mercancías al almacén del importador puede ser realizada por la agencia aduanera encargada de hacer la liquidación de la póliza o el importador puede buscar alguna empresa que se dedique a este tipo de actividades.

Los aranceles pagaderos en aduana por la importación de productos lácteos en especial helados es de 17% sobre el valor CIF según el código de comercio de Honduras y reciben un cargo del 12% de impuesto sobre las ventas.

7. CONCLUSIONES

- La economía hondureña tras el impacto del huracán Mitch que afectó la tendencia económica positiva dos años atrás, ha comenzado a recuperarse en el presente año dictaminado por índices económicos que presentan tasas favorables y se espera proyecciones positivas de acuerdo por estudios del Banco Central de Honduras.

- El gobierno conjuntamente con organismos internacionales trabajan tanto en el sector público como privado para brindar un sistema favorable a los inversionistas y mejorar la imagen del país internacionalmente. Así se prevé en los próximos años, condiciones óptimas para el desarrollo de Honduras a través de la inversión.

- Mas de la mitad de la población hondureña vive en zonas rurales y en el área urbana un bajo porcentaje vive en condiciones favorables, considerando así un mercado meta reducido frente a los productos y franquicia a introducir pero asumiendo inelasticidad en su demanda por ser un mercado con alto poder adquisitivo.

- Se estima que la mayoría de hondureños que consumen helados, se inclinan a consumir helados de cono simples, sundaes preparados y presentaciones de medio galón con una frecuencia de una a dos semanas especialmente en supermercados a nivel de la capital y a través de heladerías en San Pedro Sula. La franquicia podría analizar, si se considera la inversión, un canal de distribución acorde con esta percepción en las dos ciudades.

- Las amas de casa hondureñas poseen un poder de compra de gran consideración a través de supermercados con presentaciones preempacadas de galón y medio galón, la franquicia podría enfocar sus esfuerzos considerando este segmento.

- Existe un mercado de helados con numerosas empresas participantes en donde compiten por aumentar su cuota de mercado cada año, entre las dominantes se encuentra una de origen extranjero basándose en innovación de productos y procesos de fabricación. Si se considera la inversión, Baskin Robbins tendría que segmentar aún más este mercado competitivo para alcanzar un posicionamiento.

- Basándose en parámetros de calidad la mayoría de hondureños favorecen a empresas como Holanda y Kobs como patrones de gran interés. Los encuestados consideran la calidad de los productos Baskin Robbins como productos de gran competitividad y aceptación frente a las empresas participantes mencionadas.

- Es posible que líneas de productos como pasteles helados distribuidos propiamente por la franquicia tengan una aceptación en el mercado por ser una categoría relativamente nueva a introducir.

- Es posible que canales de distribución similares a los utilizados por Eskimo en el interior de supermercados o Espresso Americano en puestos pequeños sean de gran atención por parte de los consumidores debido a la preferencia de productos en supermercados y puestos pequeños.

- Los impuestos de importación de los productos lácteos en la categoría de helados poseen un arancel relativamente bajo en donde en los próximos años se prevé disminuyan por tratados de libre comercio favoreciendo aún más el proceso de inversión.

- La franquicia comercial Baskin Robbins podría ser factible a corto plazo en Honduras ya que su economía proyecta una tendencia positiva, el gobierno trabaja en solventar el ambiente empresarial para estimular la inversión, las barreras arancelarias son relativamente bajas esperando una disminución de las mismas en el futuro por tratados de libre comercio y existe una aceptación de los productos por parte de los consumidores.

8. RECOMENDACIONES

- Monitorear la economía hondureña y la administración pública en los próximos años en donde se espera que el sistema favorezca más la inversión en todos los sectores de la economía.

- Realizar el estudio completo de factibilidad con la ayuda y aceptación de la franquicia comercial Baskin Robbins para evaluar la rentabilidad del proyecto en las condiciones propuestas en este estudio.

- Considerar pruebas de degustación del producto si se ejecuta un análisis del mercado más profundo.

- Al considerar la inversión en el futuro se debería estudiar con cuidado las estrategias de fijación de precios de los productos a introducir.

- Realizar en posteriores estudios la ubicación del proyecto y los canales de comercialización en donde jugarían un papel fundamental en el desarrollo de la inversión.

9. BIBLIOGRAFÍA

Banco Central de Honduras, HN. 2001. Comportamiento económico 2000 (en línea). Tegucigalpa, HN. Consultado 26 mayo 2001. Disponible en http://www.bch.hn/esteco/informes/page1.html

Baskin Robbins, US. 2001. Página oficial de la empresa (en línea). California, US. Consultado 24 febrero 2001. Disponible en http://www.baskinrobbins31flavors.com

Dirección General de Inversiones y Políticas Sectoriales. 1998. Manual de pasos para el establecimiento de una empresa en Honduras. Honduras. 60p.

Instituto Nacional de Censos y Estadísticas. 2001. Censo Nacional 2001. Honduras. 56p.

Lopez, J. 2001. Incentivos a la inversión ha sido un fracaso en Honduras. El Heraldo Económico (Honduras) 32:6.

Parra, F. 2001. Distribución de productos Baskin Robbins a franquiciados. (correo electrónico). México, MX, Baskin Robbins.

Photius, C. 1998. Honduras Economy 1998 – 2000 (en línea). Washington, US. Consultado 4 junio 2001. Disponible en http://www.photius.com/honduras/honduras_economy.html

Purvin, R. 1995. El fraude en las franquicias. 1 ed. México, DF, CECSA. 325p.

Sapag, N; Sapag, R. 2000. Preparación y evaluación de proyectos. 4 ed. Chile, McGraw-Hill. 408p.

Secretaría de Economía y Comercio. 1995. Guía del importador de productos e insumos agropecuarios. Honduras. 31p.

Secretaría de Relaciones Exteriores de Honduras. 2000. Promoción externa (en línea). Tegucigalpa, Honduras. Consultado 14 agosto 2001. Disponible en http.//www.ser.hn/Despliega.asp?Documento=1517&Banner=Tit3-2.gif

Wentz, W. 1981. Investigación de Mercados. 1ra ed. México, DF, Editorial Trillas. 576p.

Anexo 1. Sabores en un establecimiento Baskin Robbins

Sabores Permanentes	Año
Jamoca (coffee)	**1956**
Elaborado con tiras de café	
Mint Chocolate Chip	**1946**
Helado cremoso de menta con chispas de chocolate	
Jamoca Almond Fudge	**1959**
Helado de Jamoca (coffee) con chocolate y almendras tostadas	
Pistachio Almond	**1954**
Helado de pistacho con almendras tostadas	
Strawberry Cheesecake	**1954**
Helado de cheesecake con tiras de fresa y piezas de cheesecake	
Pink Bubblegum	**1970**
Helado de chicle con piezas reales de chicle de caramelo	
Praline´s Cream	**1970**
Helado de vainilla con piezas de nuez y caramelo	
Gold Medal Ribbon	**1979**
Helados de vainilla y chocolate con cinta de caramelo	
Cherries Jubilee	**1984**
Helado de Cereza con mitades de cerezas	
World Class Chocolate	**1985**
Mezcla de helados de chocolate blanco y chocolate de leche	
Oreo Cookies´n Cream	**1992**
Helado de vainilla con pedazos de galletas oreo	
Chocolate Chip Cookie Dough	**1945**
Helado de vainilla con piezas de galletas chispeadas de chocolate	
Chocolate	**1976**

Sin-Azúcar (saborizados con Nutrasweet)	Año
Pineaple Coconut	**1991**
Helado de piña-coco con pedazos de piña	
Berries´n Banana	**1991**
Fresa y banana mezclada con pedazos de fresa	
Chocolate Chip	**1990**
Helado de vainilla con hojuelas de chocolate	
Baja Calorías	
Divine Cherry Cheesecake	**1992**
Helado de cheesecake combinado con cinta de fresa y galletas	
Sabores Regionales	
Chocolate Almond	**1945**
Helado de chocolate con almendras tostadas	
Black Walnut	**1945**
Helado de nuez con nueces negras	
Strawberry Shortcake	**1959**
Helado de vainilla con pedazos de pastel y fresa	
Peach	**1945**
Helado de durazno con pedazos de durazno	
Rum Raisin	**1955**
Helado de ron con pedazos de pasa	
Lemon Custard	**1945**
Helado de limón	
Orange Sherbet	**1945**
Helado elaborado con jugo de naranja	

Helado de chocolate

Peanut Butter´n Chocolate **1945**
Helado de Chocolate con cinta de crema de maní

Chocolate Chip **1976**
Helado de vainilla lleno de chocolate agridulce

Very Berry Strawberry **1974**
Helado de fresa con piezas naturales de fresa

Rocky Road **1945**
Helado de chocolate con almendras y marshmallows miniatura

Old Fashioned Butter Pecan **1992**
Helado de nuez con nueces tostadas

Vainilla **1945**
Hecho con crema fresca y vainilla natural

Chocolate Fudge **1946**
Helado de chocolate con chocolate extra

French Vanilla **1945**
Helado de vainilla con vainilla extra

Nutty Coconut **1974**
Helado de coco con almendras tostadas y piezas de nuez

Watermelon Ice **1957**
Helado de sandía con semillas de caramelo

Everone´s Favorite Candy Bar **1994**
Helado de vainilla con pedazos de snickers y caramelo

Sabor del Mes

Shrek Swirl **2001**
Uva y Manzana con caramelo mezclado

Shrek´d Out Chocolate Mint **2001**
Helado de menta con pedazos de chocolate chocolate y menta verde

America´s Birthday Cake **2001**
Helado de pastel y pedazos de pastel con helado de fresa

Sabores de Estación

English Tofee **1959**
Helado de caramelo de leche con piezas de almendras

Baseball Nut **1961**
Helado de vainilla con maragñon y franbuesa

Reese´s Peanut Butter Cup **1990**
Helado de vainilla con pedazos de maní amantequillados

Fuente: Baskin Robbins

Año: Año de creación del sabor

Anexo 2. Productos Baskin Robbins

Cono Simple (2.5 onz)

Un cono de waffle o galleta con un sabor de la biblioteca Baskin Robbins.

Cono Doble (5 onz)

Un cono de waffle o galleta con uno o dos sabores de la biblioteca Baskin Robbins.

Copas

1.- 2.5 onz de helado con 1.5 onz de crema de chocolate, galleta de chocolate y 1/3 onz de crema de vainilla.

2.- 2.5 onz de helado en copa.

Sundaes

1.- 5 onz de helado, 1.5 onz de merengue de fresa, frambuesa o chocolate, 1/3 onz de crema de vainilla, cuchara de almendras y cereza entera.

Sundae Deluxe

2.- 7.5 onz de helado, 2 onz de merengue de fresa, frambuesa o chocolate, 1/3 onz de crema de vainilla, cuchara de almendras y cereza entera.

Banana Royale

5 onz de helado, piezas de banano, 1.5 onz de chocolate, 1/3 onz de crema de vainilla, cuchara de almendras y cereza entera.

Fudge Brownie A La Mode

5 onz de helado, pieza de brownie, 1.5 onz de chocolate, 1/3 onz de crema de vainilla, cuchara de almendras y cereza entera.

Banana Split

7.5 onz de helado, una pieza de banano seccionada en dos partes, 1 onz de crema de vainilla, 1.5 onz de merengue de piña, 1.5 onz de chocolate, 1.5 onz de crema

de vainilla, 2 cucharas de almendras y 3 cerezas enteras.

Helados Flotantes y Milk Shakes

Normal

1.- 5 onz de helado y 10 onz de bebida suave.
2.- 5 onz de leche, 1.5 onz de jarabe y 7.5 onz de helado.

Grande

1.- 7.5 onz de helado y 12 onz de bebida suave.
2.- 7.5 onz de leche, 3 onz de jarabe y 10 onz de helado.

Smoothies

Aloha Berry Banana.- 6 onz de premezcla de frutas sabor piña, 2 onz de arándano, ½ banano, 2.5 onz de helado de yogurt vainilla, 2.5 onz de helado de frambuesa y 2 onz de hielo.

Just Peachy.- 6 onz de premezcla de frutas sabor a piña, 4 onz de durazno, 5 onz de helado de yogurt vainilla y 2 onz de hielo.

Very Strawberry.- 6 onz de premezcla de frutas sabor a fresa, 4 onz de fresa, 5 onz de helado de yogurt vainilla y 2 onz de hielo.

Berries Gone Banana.- 6 onz de premezcla de frutas sabor a fresa, 2 onz de fresas, ½ banano, 5 onz de helado de yogurt vainilla y 2 onz de hielo.

Blasts

Chocolate Blast.- 6 onz de premezcla de chocolate, 2.5 onz de helado de chocolate, 4.5 onz de hielo, 0.3 onz de crema de vainilla y polvo de cocoa.

Cappuccino Blast.- 6 onz de premezcla de capuchino, 2.5 onz de helado de vainilla, 4.5 onz de hielo, 0.3 onz de crema de vainilla y polvo de canela.

Mocha Cappuccino Blast.- 5 onz de premezcla de capuchino, 1.5 onz de jarabe de chocolate, 2.5 onz de helado de vainilla, 4.5 onz de hielo, 0.3 onz de crema de vainilla y polvo de canela.

Cakes

Baskin Robbins posee 120 diseños para cada ocasión o celebración especial, así el consumidor obtiene su producto a través de pedidos o productos en stock.

Redondo 28 cm.....12 onz.....12-16 piezas
½ Redondo 28 cm.....8 onz.....6-8 piezas
¼ Redondo 28 cm.....6 onz.....2-4 piezas
Redondo 16 cm.....7 onz.....6-8 piezas
Corazón Largo.....12 onz.....10-12 piezas

Mini Corazón.....5 onz.....2-4 piezas
Brazo.....6 onz.....6-8 piezas
Rectángulo Entera.....24 onz.....16-24 piezas
½ Rectángulo .....12 onz.....8-12 piezas
1/3 Rectángulo.....8 onz.....6-8 piezas
¼ Rectángulo.....6 onz.....2-4 piezas
2/3 Rectángulo.....16 onz....12-16 piezas
Rectángulo Entero+1/3.....30 onz.....30-36 piezas
Doble Rectángulo.. .....40 onz.....36-48 piezas

Preempacados

Baskin Robbins ofrece a los consumidores sus distintos sabores en un envase que permita ser comprado en un punto de venta o distribuido a través de supermercados y ser transportado con facilidad.

Anexo 3. Tabla nutricional de productos Baskin Robbins

	Calorías	Calorías para Grasa	Grasa (gr)	Cholesterol (mg)	Carbo (gr)	Azúcar (gr)	Sodio (mg)
Ice Cream (2.5 oz)							
Non- Fat Chocolate	171.0	0.0	0.0	35.0	0.0	33.0	154.0
Low-Fat Vanilla	160.0	23.0	2.3	30.0	11.0	29.0	120.0
Light Satrawberry Royale	194.0	46.0	5.1	34.0	23.0	33.0	80.0
Light Double Rasberry	217.0	51.0	5.7	35.0	23.0	34.0	108.0
Light Espresso'n Cream	217.0	80.0	9.1	29.0	29.0	28.0	114.0
Gold Medal Ribbon	251.0	114.0	12.6	34.0	46.0	33.0	131.0
Vanilla	239.0	125.0	13.7	25.0	57.0	25.0	97.0
Pralines'n Cream	274.0	125.0	13.7	34.0	46.0	33.0	148.0
Mint Chocolate Chip	262.0	137.0	15.0	27.0	51.0	26.0	97.0
Cookies'n Cream	285.0	160.0	17.1	30.0	46.0	26.0	154.0
Yogurt Ice Cream (2.5 oz)							
Kwicker Pucker Upper	171.0	11.0	1.1	36.0	6.0	34.0	91.0
Sorbets & Ices (2.5 oz)							
Pineapple Ice	137.0	0.0	0.0	37.0	0.0	34.0	11.0
Sherbets 2.5 oz							
Rasberry Pineapple Sherbet	160.0	17.0	1.7	35.0	6.0	34.0	29.0
Rainbow Sherbet	160.0	17.0	2.3	34.0	6.0	33.0	34.0
Non-Fat Soft Serve (2.5oz)							
Vanilla	137.0	0.0	0.0	30.0	0.0	26.0	114.0
Dutch Chocolate	137.0	0.0	0.0	31.0	0.0	26.0	108.0
Real Fruit Smoothies (regular): elaborado con Non-Fat Vanilla							
Smoothies	300.0	10.0	1.0	66.0	5.0	0.0	154.0
Real Fruit Smoothies (regular): elaborado con Low-Fat Vanilla							
Smoothies	270.0	35.0	3.1	61.0	10.0	0.0	124.0

Fuente: Baskin Robbins

Anexo 4. Estructura de encuesta

1. **¿Consume en algún momento usted helados?**

☐ Si ☐ No

2. **¿Con qué frecuencia consume usted helados?**

☐ Una vez por semana ☐ Cuatro veces por semana

☐ Dos veces por semana ☐ Toda la semana

☐ Tres veces por semana ☐ Otros. Especifique_____

3. **¿Dónde adquiere usted los helados que consume?**

☐ **Heladerías** ☐ **Pastelerías / Reposterías**

☐ **Supermercados** ☐ **Restaurantes / Hoteles**

☐ Gasolineras ☐ Otros_____

Especifique_____

4. **¿Qué presentación de helado adquiere usted cuando frecuenta una heladería?**

☐ Cono simple ☐ Cono Triple

☐ Sundaes ☐ Malteadas

☐ Cono doble ☐ Otro_____

5. **¿Con qué frecuencia lleva usted helados a casa?**

☐ Una vez por semana ☐ Cuatro veces por semana

☐ Dos veces por semana ☐ Toda la semana

☐ Tres veces por semana ☐ Otros. Especifique_____

6. **¿Qué presentación de helado adquiere usted cuando lleva helado a casa?**

☐ Galón ☐ Pinta

☐ Medio Galón ☐ Otro_____

☐ Quarto de Galón

7. **¿Que marca de helado prefieren?_____**

8. **¿Quién decide en su hogar la marca de helado a consumir?**

_____

9. ¿Visita usted heladerías o puntos de venta especializados?

☐ **Si** ☐ **No**

Cuál_____ **Porqué**_____

10. ¿Por qué compra esta marca?

☐**Precio** ☐**Calidad**

☐Disponibilidad ☐Otros _____

11. ¿Qué marca definitivamente no compraría?

_____ Porqué_____

*Mostrar Productos*_____

12. ¿Ha escuchado usted de la cadena Baskin Robbins?

☐ Si ☐ No

Cuál es su opinión? _____

13. ¿Estaría dispuesto a comprar este producto?

☐ **Si** ☐ **No**

14. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un cono simple de helado de esta cadena?

☐ 20 Lp. ☐ 30 Lp. ☐ 40 Lp.

☐ 25 Lp. ☐ 35 Lp. ☐ Otro_____

15. ¿Cuántas personas integran su familia? _____

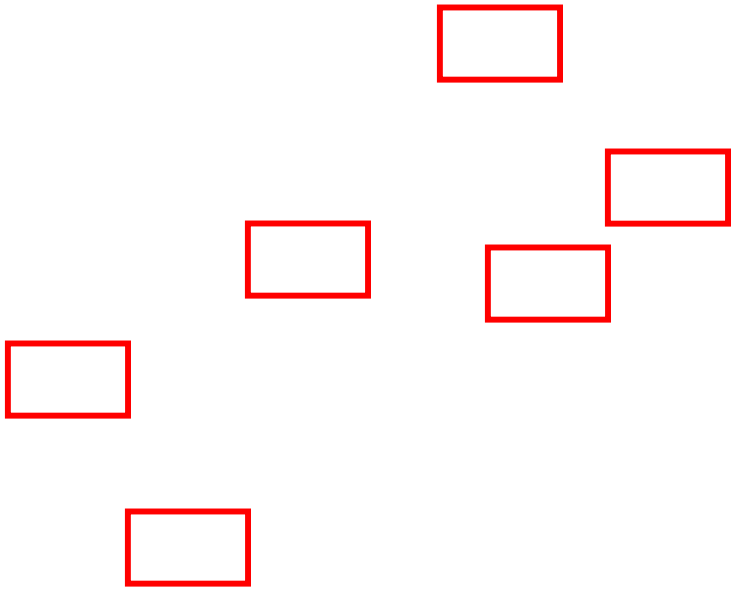
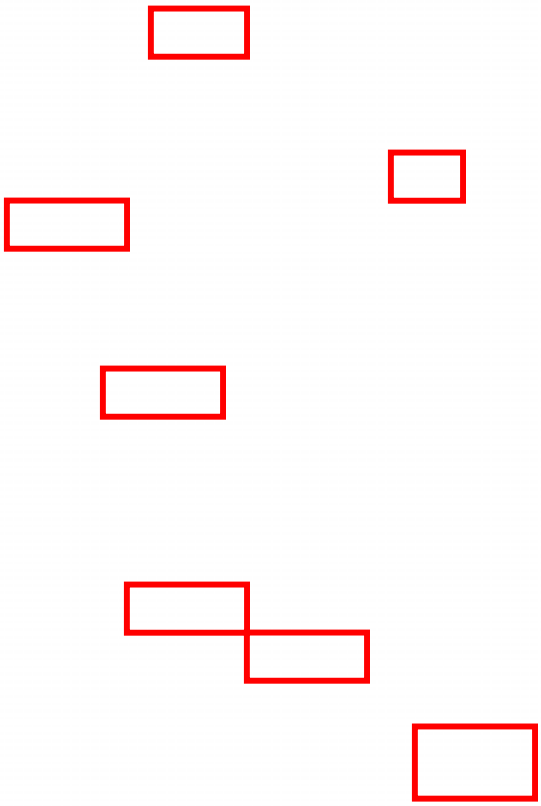
16. Lugar donde vive: _____

17. Sexo: ☐M ☐F

18. Edad:

☐ Menos de 20 ☐ 20-40 ☐ 41-60 ☐ Más de 60

Anexo 4. Ubicación de mercado meta Tegucigalpa



Anexo 6. Ubicación mercado meta San Pedro Sula