



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA  
FACULTAD DE POSTGRADO**

**ALTERNATIVA DE FORTALECIMIENTO PARA LA  
REACTIVACIÓN Y SOSTENIBILIDAD DE LA FINCA LOMA  
LINDA EN TEGUCIGALPA**

**SUSTENTADO POR:**

**ASUCENA YAMILETH SALGADO AGUILERA**

**CARLOS ANTONIO SORTO FLORES**

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

**TEGUCIGALPA, FRANCISCO MORAZÁN, HONDURAS, C.A.**

**OCTUBRE, 2015**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA**

**UNITEC**

**FACULTAD DE POSTGRADO**

**AUTORIDADES UNIVERSITARIAS**

**RECTOR**

**LUIS ORLANDO ZELAYA MEDRANO**

**SECRETARIO GENERAL**

**ROGER MARTINEZ MIRALDA**

**VICERRECTOR ACADÉMICO**

**MARLON ANTONIO BREVÉ REYES**

**ALTERNATIVA DE FORTALECIMIENTO PARA LA  
REACTIVACIÓN Y SOSTENIBILIDAD DE LA FINCA LOMA  
LINDA EN TEGUCIGALPA**

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

**ASESOR METODOLÓGICO  
CARLOS AUGUSTO ZELAYA OVIEDO**

**ASESOR TEMÁTICO  
JOSÉ EFRAÍN DERAS**

**MIEMBROS DE LA TERNA (O COMISIÓN EVALUADORA):**

**JOSÉ TRANCITO MEJÍA**

**PATRICIA VILLALTA**

**REINA FIALLOS**



## **FACULTAD DE POSTGRADO**

### **ALTERNATIVA DE FORTALECIMIENTO PARA LA REACTIVACIÓN Y SOSTENIBILIDAD DE LA FINCA LOMA LINDA EN TEGUCIGALPA**

#### **AUTORES:**

Asucena Yamileth Salgado Aguilera

Carlos Antonio Sorto Flores

#### **RESUMEN**

La Finca Loma Linda cuenta con un problema central, que es la falta de conocimientos y habilidades en la administración de su desarrollo; dicho problema ha generado varias dificultades para la misma, ya que al no contar con destrezas para su manejo esta dejó de funcionar como centro de capacitación; debido a que no se le ha dado el mantenimiento adecuado a las instalaciones y parcelas, así como también deficiencia administrativa, el estudio realizado, genera oportunidades favorables para la organización, a través de una modernización en sus instalaciones y operabilidad efectiva para llevar a cabo su reactivación; se estipuló que el 82.11% de las instituciones encuestadas utilizan los centros de capacitación para desarrollar habilidades y conocimientos para un mejor desempeño en sus funciones. En la actualidad los centros de capacitación como el Escuela Agrícola Zamorano y Centro de Retiros Villa Gracia que son la competencia directa, por los servicios que ofrecen con valores adicionales generándoles una participación en el mercado, de forma indirecta y en menor grado los hoteles debido a que solamente ofrecen una parte del servicio.

Palabras claves: Capacitación, Competitividad, Finca Integral, Modelos de negocios.



## **GRADUATE FACULTY**

### **STRENGTHENING ALTERNATIVE FOR RECOVERY AND SUSTAINABILITY OF LOMA LINDA FINCA IN TEGUCIGALPA**

#### **AUTHORS:**

Asucena Yamileth Salgado Aguilera

Carlos Antonio Sorto Flores

#### **ABSTRACT**

The Loma Linda Finca has a central problem, which is lack of knowledge and skills in managing their development; this problem has generated several problems for it, since not having skills for handling this ceased to function as a training center; because it has not been given proper maintenance facilities and plots, as well as administrative deficiencies, the study generates favorable to the organization opportunities, through a modernization of its facilities and effective operability to perform their reactivation; It stipulated that the 82.11% of the surveyed institutions use the training centers to develop skills and knowledge to perform better in their duties. Currently training centers as the Zamorano Agricultural School and Retreat Center Villa Gracia which are in direct competition for the services they offer additional values generating a stake in the market, indirectly and to a lesser degree because hotels They are offering only part of the service.

Keywords : Business, Competitiveness , Integrated Farm , Models Training.

## **DEDICATORIA**

### **Asucena Salgado:**

Primeramente dedicárselo a Dios por que con su ayuda y amor todo es posible. Asimismo, se lo dedico a mis padres por estar siempre conmigo, preocupándose y apoyándome en todo momento y en especial en esta fase de mi vida.

A mis hermanos y hermanas por el apoyo incondicional que siempre me han brindado en todo momento de mi vida.

### **Carlos Sorto:**

Primeramente le dedicaré este informe a Dios quien me ha dado las fueras y sabiduría para su realización.

A mis padres Reina Elzidia Flores Rodriguez y Marco Antonio Sorto Jimenes por darme el apoyo y consejos para la culminación de este momento de mi vida.

A mis hermanas Sara Paola Sorto y Reina Karola Sorto quienes han estado pendientes dándome su apoyo incondicionalmente y a mis amigos que siempre pasaron pendientes de este momento de mi vida y por último a mi Hija Zoe Evangeline Sorto quien me da las fuerzas para luchar.

## **AGRADECIMIENTO**

### **Asucena Salgado:**

Primeramente agradecerle a Dios por permitirme finalizar esta nueva etapa en mi vida, alcanzando un logro más.

Asimismo, agradezco a mis padres, hermanos y hermanas, por brindarme todo su amor y apoyo incondicional, proporcionándome los ánimos para continuar durante cada fase.

A mi novio Israel Moshé Moncada Andino por su apoyo incondicional en todo momento.

Asimismo, gracias a mis amigos, compañeros y todas aquellas personas que mostraron su interés y disposición para colaborar en la ejecución del presente proyecto.

Un agradecimiento especial al Dr. Carlos Zelaya y al Dr. Efraín Deras, quienes nos brindaron su ayuda valiosa para la realización de esta obra. Gracias a todos por tomar el tiempo, la paciencia y dedicación de compartir y transmitir sus conocimientos.

### **Carlos Sorto:**

Primeramente darle el agradecimiento a Dios por permitir culminar con éxito esta etapa de mi vida logrando un objetivomás en mi vida profesional de los muchos logros que estarán por venir.

Agradecerles a mis padres quienes me impulsaron a seguir creciendo profesionalmente y los cuales me brindan su apoyo incondicionalmente, también me brindan sus consejos de superación y prosperidad en las facetas de la vida.

A mis Hermanas quienes me aguantan en las buenas y las malas dándome los ánimos necesarios para la culminación de esta etapa de mi vida a mi amigo Israel Moshé quien nos da consejos espirituales y ánimos brindado apoyo incondicional.

Un agradecimiento a la oficina de posgrado quien nos dio la oportunidad de aventurarnos en este proyecto de graduación con la dirección del Dr. Carlos Zelaya y Dr. Efrain Deras quien nos guiaron para darle la estructura óptima a este documento.

## ÍNDICE

### CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

.....	1
1.1. INTRODUCCIÓN.....	1
1.2. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA.....	2
1.3. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA.....	4
1.3.1. ENUNCIADO DEL PROBLEMA.....	5
1.3.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	5
1.3.3. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.....	6
1.4. OBJETIVOS DEL PROBLEMA.....	6
1.4.1. OBJETIVO GENERAL.....	6
1.4.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	6
1.4 JUSTIFICACIÓN.....	7

### CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO..... 8

2.1.1 ANÁLISIS DEL MACRO-ENTORNO.....	8
2.1.1.1 IMPORTANCIA DE LAS PEQUEÑAS FINCAS INTEGRALES A NIVEL MUNDIAL.....	9
2.1.1.2 LA AGRICULTURA FAMILIAR, BASE DE LAS ECONOMÍAS TERRITORIALES LATINOAMERICANAS.....	10
2.1.1.3 CONTEXTO CENTROAMERICANO OFERTA SOSTENIBLE.....	10
2.1.1.4 FORTALEZAS DE LAS PEQUEÑAS FINCAS.....	12
2.1.1.5 FACTORES QUE AFECTAN LA VIABILIDAD DE LOS PEQUEÑOS AGRICULTORES Y LAS FINCAS INTEGRALES.....	13
2.1.1.6 TENDENCIAS GLOBALES QUE AFECTAN DIRECTAMENTE A LOS RETOS QUE ENFRENTA LA FORMACIÓN.....	15
2.1.2 ANÁLISIS DEL MICRO-ENTORNO.....	17
2.1.2.1 CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR AGROPECUARIO Y FINCAS INTEGRALES EN HONDURAS.....	18
2.1.2.2 IMPORTANCIA DEL ESTABLECIMIENTO DE UNA FINCA INTEGRAL.....	20
2.1.2.3 EL ENFOQUE DE UNA FINCA INTEGRAL.....	21
2.1.2.4 IMPORTANCIA DE LA FORMACIÓN O CAPACITACIÓN.....	22

2.1.2.5 ORGANIZACIÓN DE UNA FINCA INTEGRAL QUE SE INCLUYE CONOCIMIENTO.....	23
2.1.2.6 CAPACITACIÓN A PEQUEÑOS PRODUCTORES EN HONDURAS .....	25
2.1.2.7 DESARROLLO ECONÓMICO TERRITORIAL PRODUCCIÓN AGRÍCOLA ..	26
2.1.2.8 COMPETITIVIDAD DE LA PRODUCCIÓN AGRÍCOLA .....	26
2.1.2.9 LA ESCUELA DE CAMPO PARA AGRICULTORES DE LA FINCA INTEGRAL.....	28
2.1.3 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN INTERNA .....	28
2.1.3.1 FINCA LOMA LINDA.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
2.1.3.2 POSIBLES COMPETIDORES DE LA FINCA LOMA LINDA Y FACTORES QUE LIMITAN SU DESARROLLO .....	30
2.2 CONCEPTUALIZACIÓN.....	32
2.3 ESTUDIOS DE FACTIBILIDAD.....	35
2.3.1 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS-ANÁLISIS DE LAS 4 P .....	35
2.3.2 FACTIBILIDAD TÉCNICO-ADMINISTRATIVO-LEGAL.....	36
2.3.3 VIABILIDAD ECONÓMICA-FINANCIERA .....	37
2.3.4 IMPACTO SOCIAL Y AMBIENTAL.....	37
<b>CAPÍTULO III. METODOLOGÍA.....</b>	<b>39</b>
3.1 CONGRUENCIA METODOLÓGICA.....	39
3.1.1 LA MATRIZ METODOLÓGICA.....	39
3.1.2. OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES.....	41
3.1.3 VARIABLES .....	42
3.2 ENFOQUE Y MÉTODOS .....	43
ENFOQUE.....	43
MÉTODOS .....	43
3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	45
3.3.1 POBLACIÓN .....	45
3.3.2 MUESTRA.....	47
3.3.3 UNIDAD DE ANÁLISIS.....	48
3.3.4 UNIDAD DE RESPUESTA .....	48
3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS APLICADAS.....	48
3.4.1 TÉCNICAS .....	49

3.4.1.1 ENTREVISTA.....	49
3.4.1.2 ENCUESTA.....	49
3.4.1.3 ANÁLISIS FODA .....	49
3.4.1.4 ESTUDIO TÉCNICO ADMINISTRATIVO .....	49
3.4.1.5 ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO.....	50
3.4.1.6 TASA INTERNA DE RENDIMIENTO (TIR) .....	50
3.4.1.7 VALOR PRESENTE NETO O VALOR ACTUAL NETO (VPN Ó VAN).....	50
3.4.1.8 MÉTODO DE PERÍODO DE RECUPERACIÓN.....	51
3.4.1.9 ESTADO DE RESULTADOS .....	51
3.4.1.10 ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO.....	51
3.4.1.11 RIESGO EN PROYECTOS DE INVERSIÓN.....	52
3.4.1.12ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD EN PROYECTOS DE INVERSIÓN.....	52
3.4.2 ESTUDIO SOCIAL Y AMBIENTAL.....	52
3.4.2.1 ESTUDIO SOCIAL.....	52
3.4.2.2 ESTUDIO AMBIENTAL.....	52
3.4.2.3 ESTUDIO DE MERCADO .....	53
<b>CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS.....</b>	<b>55</b>
4.1 RESULTADO Y ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS .....	55
4.1.2 ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA .....	71
4.1.3 RESULTADO Y ANÁLISIS DEL FODA .....	72
4.2 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO .....	74
4.3 DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO.....	75
4.4 FACTORES DE CRITICOS DE RIESGO .....	75
4.4.1 LOS RIESGOS CRÍTICOS DE FINCA LOMA LINDA SE ENCONTRÓ .....	75
4.5 ESTUDIO DE MERCADO.....	76
4.5.1 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	76
4.5.2 ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR.....	79
4.5.3 ESTIMACIÓN DE TENDENCIAS DE MERCADO .....	81
4.5.4 ESTRATEGIA DE MERCADO Y VENTA .....	81
4.5.5 FACTIBILIDAD DEL CENTRO DE CAPACITACIÓN FINCA LOMA LINDA ...	84
4.6 ESTUDIO DE PRODUCCIÓN Y OPERACIONES .....	85

4.6.1	DISEÑO DEL PRODUCTO O SERVICIO.....	85
4.6.1.1	LOCALIZACION .....	86
4.6.1.2	PLANO DE FINCA LOMA LINDA .....	87
4.6.1.3	DISEÑO DE FINCA LOMA LINDA.....	88
4.6.1.4	ESPECIFICACIONES TECNICAS, MATERIALES Y PIEZAS QUE CONSTITUYEN FINCA LOMA LINDA CON CENTRO DE CAPACITACION.....	93
4.6.2	INSTALACIONES DE PRODUCCION.....	95
4.6.2.1	DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS DE PRODUCCION FINCA LOMA LINDA .....	95
4.6.2.2	DESCRIPCIÓN DE LOS PROCESOS EN EL CENTRO DE CAPACITACIÓN FINCA LOMA LINDA .....	96
4.6.2.3	ANÁLISIS DE PRODUCTIVIDAD DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN .....	98
	ESPECIFICACIONES SEGURIDAD OCUPACIONAL Y AMBIENTAL DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN .....	98
4.6.3	PLANIFICACIÓN DE LA PRODUCCIÓN.....	99
4.6.4	PLANIFICACIÓN ORGANIZACIONAL .....	101
4.6.4.1	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL FINCA LOMA LINDA .....	102
4.6.4.2	FUNCIONES A DESEMPEÑAR SEGÚN ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL .....	103
4.6.4.3	FORMACIÓN ACADÉMICA Y PROFESIONAL DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	103
4.6.5	FACTORES AMBIENTALES .....	104
4.7	ESTUDIO FINANCIERO-ECONOMICO .....	105
4.7.1	PLAN DE INVERSIÓN .....	105
4.7.2	PLAN DE FINANCIAMIENTO FINCA LOMA LINDA .....	105
4.7.3	COSTO DE CAPITAL DE FINCA LOMA LINDA.....	106
4.7.4	PRESUPUESTO DE INGRESO FINCA LOMA LINDA .....	107
4.7.5	COSTOS FINCA LOMA LINDA .....	108
4.7.6	DEPRECIACIÓN DE FINCA LOMA LINDA.....	109
4.7.7	AMORTIZACIÓN PRÉSTAMO DE FINCA LOMA LINDA.....	110
4.7.8	ESTADO DE RESULTADOS Y BALANCE GENERAL .....	110
4.7.8.1	ESTADO DE RESULTADOS MODELO DE NEGOCIO .....	110

4.7.8.2	BALANCE GENERAL MODELO DE NEGOCIO.....	111
4.7.9	FLUJO DE CAJA PROYECTADO MODELO DE NEGOCIO.....	112
<b>CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>		<b>117</b>
5.1	CONCLUSIONES.....	117
5.2	RECOMENDACIONES.....	118
<b>CAPÍTULO VI. APLICABILIDAD.....</b>		<b>119</b>
6.1	MODELO DE NEGOCIOS CON TRES ESCENARIOS PARA LA REACTIVACIÓN Y SOSTENIBILIDAD DE FINCA LOMA LINDA.....	120
6.2	INTRODUCCIÓN.....	120
6.3	DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA.....	120
6.3.1.	ESCENARIO 1: FINCA LOMA LINDA CON LA METODOLOGÍA APRENDER HACIENDO.....	121
6.3.1.1	DESCRIPCIÓN DEL ESCENARIO 1.....	121
6.3.1.2	DISEÑO DEL ESCENARIO 1.....	121
6.3.1.3	PLAN DE INVERSIÓN DEL ESCENARIO 1.....	122
6.3.1.4	ESTADO DE RESULTADOS DEL ESCENARIO 1.....	123
6.3.1.5	BALANCE GENERAL DEL ESCENARIO 1.....	124
6.3.1.6	FLUJO DE EFECTIVO DEL ESCENARIO 1.....	125
6.3.1.7	PLAN DE ACCIÓN DEL ESCENARIO 1.....	126
6.3.2	ESCENARIO 2: FINCA LOMA LINDA CON LA METODOLOGÍA APRENDER HACIENDO Y AREAS RECREATIVAS.....	127
6.3.2.1	DESCRIPCIÓN DEL ESCENARIO 2.....	127
6.3.2.2	DISEÑO DEL ESCENARIO 2.....	127
6.3.2.3	PLAN DE INVERSIÓN DEL ESCENARIO 2.....	128
6.3.2.4	ESTADO DE RESULTADO DEL ESCENARIO 2.....	129
6.3.2.5	BALANCE GENERAL DEL ESCENARIO 2.....	130
6.3.2.6	FLUJO DE EFECTIVO DEL ESCENARIO 2.....	131
6.3.2.7	PLAN DE ACCIÓN DEL ESCENARIO 2.....	132
6.3.3	ESCENARIO 3: FINCA LOMA LINDA CON LA METODOLOGÍA APRENDER HACIENDO, AREAS RECREATIVAS Y TIENDA DE CONVENIENCIA.....	133
6.3.3.1	DESCRIPCIÓN DEL ESCENARIO 3.....	133
6.3.3.2	DISEÑO DEL ESCENARIO 3.....	133

6.3.3.3 PLAN DE INVERSION DEL ESCENARIO 3 .....	134
6.3.3.4 ESTADO DE RESULTADOS DEL ESCENARIO 3 .....	135
6.3.3.5 BALANCE GENERAL DEL ESCENARIO 3 .....	136
6.3.3.6 FLUJO DE EFECTIVO DEL ESCENARIO 3 .....	137
6.3.3.7 PLAN DE ACCION DE LOS MODELOS DE NEGOCIO .....	138
6.3 PRESUPUESTO.....	139
6.4 CRONOGRAMA .....	139
<b>REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA.....</b>	<b>141</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>148</b>

# **CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN**

En el presente capítulo de dicha investigación se dio a conocer el planteamiento del problema, el enunciado del problema, los objetivos de la investigación y por último la justificación por el cual se decidió realizar la investigación.

## **1.1. INTRODUCCIÓN**

El presente proyecto de graduación tiene como finalidad dar a conocer tres modelos de negocio para la reactivación del proyecto Finca Loma Linda la cual es una finca familiar orientada a la agricultura; con estrategias de capacitación a pequeños productores y colaboradores desarrollando sus destrezas y conocimientos con la metodología aprender haciendo en el campo, que por muchos años se desarrolló de forma eficiente logrando mejorar la calidad de vida de las familias y la rentabilidad de las empresas y/u organizaciones. Esto con el fin de que la finca se desarrolle de forma eficiente siendo productiva y rentable, generando utilidades aportando a la economía del país.

La tendencia del recurso humano de cada empresa debe ir encaminada hacia el fortalecimiento de conocimientos, habilidades, destrezas o cualquier tipo herramienta que sirvan a los empleados para el desarrollo de las misma, como también para los pequeños productores es muy importante estar adquiriendo conocimientos constantes para la sostenibilidad de sus áreas de producción agrícola. Por lo que en nuestra investigación se enfoca en brindar alternativas para los beneficiarios potenciales partiendo del contexto mismo y tomando como base los estudios correspondientes y a partir de los resultados obtenidos ver cuáles son las decisiones más factibles a llevar a cabo.

Dentro de la clasificación de los centros de capacitación podemos encontrar los siguientes: organismos nacionales de desarrollo, organismos privados de desarrollo, centro de capacitación agrónomos, fincas Integradas, capacitaciones varias e instituciones privadas, que nos brindan un valor agregado brindándole a los empleados de la empresa para que sus habilidades y destrezas a

la hora de emplear una actividad la realice en menor tiempo con los mínimos recursos y optimizando los materiales utilizados (UNITEC, 2002).

La competitividad hacia estas organizaciones es amplia debido a que se presentan una diversificación de empresas que brindan este servicio, es por esta razón que se busca a través de la presente investigación crear una serie de modelos o escenarios que brinden la oportunidad de competir en el mercado hondureño, generando una sostenibilidad para la organización que se desea reactivar, brindándole una oportunidad a las organizaciones de recibir una capacitación en un ámbito natural, cautivador y recreativo para que la empresay/o a los pequeños productores.

## **1.2. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA**

Finca Loma Lindainició en los años 80 siendo su fundador el Ingeniero José Elías Sánchez, quien se desempeñaba en la Secretaría de Agricultura en el área de Recursos Naturales como asesor;en donde observó la necesidad de los pequeños productores en desarrollar sus habilidades en lo concerniente a la agricultura para el propio sustento familiar. Debido a las constantes consultas de producción agrícola que recibía, creó el centro de capacitación con el fin de ayudar a todas aquellas personas que tenían deficiencias en la parte práctica de la agronomía, dando todas las herramientas necesarias para orientar al pequeño agricultor del campo con el enfoque aprender haciendo.

En aquel tiempo el centro se llamaba Granja Loma Linda, porque era una zona montañosa, una loma, terreno no apto para construir casas sino para cultivos en curva a nivel, se caracterizaba por ser una zona accesible cercana a Tegucigalpa. Los agricultores tenían varios proyectos en diferentes comunidades entre ellos Linaca y La Cuesta los cuales fueron preparados por Don Elías, uno de los primeros que recibió capacitación y se desarrollo fue Don Modesto Sánchez de Potrerillos, Nacaome.

Este proyecto de capacitación se fundó con el apoyo de ONGS(FAO, USAID entre otras) siendo su gestora una norteamericana Elena Bucasin, quien fue una de las protagonistas en la construcción de dicho centro.Para su funcionamiento en cuanto a “capacitaciones” trabajo directamente con las ONGS donde ellas se encargaban de llevar a las personas y la granja Loma

Linda se encargaba de capacitar. El mecanismo empleado para atraer cliente se puede sintetizar de la siguiente manera; invitaba a empresas y/o personas para que conocieran el centro.

La misión de la granja era preparar a la gente del campo y a la familia, y su visión, que el agricultor mejorare su forma de vida. El enfoque de la institución fue por años (y hasta el día de hoy a menor grado) netamente dirigido a la agricultura, adicionalmente cualquier tipo de organización podía (y hasta el día de hoy) solicitar el servicio del uso de las instalaciones para que estas pudieran capacitar a sus allegados o colaboradores o el uso para cualquier actividad. Su administrador fue el ingeniero José Elías Sánchez, tenían en su momento entre 5 a 10 empleados y el máximo de personas que capacitaban era de 30 personas por 5 días. En el año 1998 cuando el Mitch sufrió pérdidas (parte del terreno y un puente que dividía las casas del área de capacitación) y se recuperaron a través del apoyo de las ONGS.

La granja Loma Linda decae cuando su administrador el Ingeniero José Elías Sánchez Aplíciano fallece, su esposa Dona Cándida Osorio Maradiaga no contaba con las habilidades necesarias para continuar con el proyecto el cual poco a poco ha dejado de funcionar como centro de capacitación. Actualmente se llama Finca Loma Linda en donde el servicio que brindaba de capacitaciones agrícolas y de renta de instalaciones a organizaciones de cualquier rubro no lo ejerce de forma eficiente, por lo que se ve en la necesidad de reactivarlo presentando un nuevo modelo de capacitación con la finalidad de apoyar al interesado en la elección del más viable para su beneficio y a la vez proporcionar un desarrollo económico para la comunidad y del país en general.

La Finca Loma Linda sirvió de mucho apoyo para todos aquellos productores que tenían deficiencias en sus producciones en los diferentes tipos de productos, brindando una serie de técnicas las cuales sirvieron de gran ayuda puesto que con esto los productores o grupos de productores comenzaron a expandirse con una variedad de productos agrícolas como ser: papa, repollo, lechuga, yuca, camote, pepino, tomate, cebolla entre otras. Esta expansión trajo consigo también la creación de un centro recolector de productos agrícolas de todos aquellos productores que habían recibido capacitación en la finca. Lo que conllevaba a que los productores tenían mayores ventajas y grandes beneficios por que la producción de la mayoría de sus cosechas era comercializada en el mercado. El cual tenía por nombre mercado fuente de la salud, porque todos sus productos no eran elaborados a base de ningún tipo de químicos, siendo toda la producción de

manera natural y frescos, a medida que mayores personas recibían capacitaciones técnicas, la expansión en la agricultura se hizo más grandes debido a que las capacitaciones generaron un impacto positivo y el mercado de la agricultura aumento puestos que los agricultores, ya tenían mayores producciones lo que conlleva a generar una producción elevada de productos agrícolas que contribuirían para el sustentos de todas aquellas familias o personas que querían comprarlos.

La expansión también sirvió para que el mercado fuente de la salud fuese uno de los mercados principales en donde las personas adquirirían productos frescos a bajos costos y muy saludables. Esta expansión también contribuyó a que los pequeños agricultores incrementaran sus ingresos a base de una producción mejor tratada y cuidada, que conllevaba a que no tuvieran el riesgo de no perder sus producciones y que los motivara a seguir creciendo y produciendo productos frescos y naturales.

### **1.3. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA**

En nuestro país una de las principales actividades de la población es la agricultura subsistente que se enfoca en el sistema de cultivos tradicionales como ser los monocultivos (granos básicos) con la integración pronta de los policultivos por lo que en la actualidad los centros de capacitación orientados al trabajo de campo han tomado una orientación diferente en comparación a años anteriores, esto debido a que la demanda de los colaboradores empresariales exigen otro estilo de enseñanza en los talleres de capacitación, donde el establecimiento tiene que brindarles todas las herramientas necesarias para el desarrollo de las actividades académica y aprender haciendo, posteriormente el centro de capacitación debe contar con un área de recreación donde las personas que reciben la capacitación puedan convivir y establecer un ambiente favorable para que el objetivo de la actividad brinde mejores frutos al término de la misma (OCDIH. 2011).

### **1.3.1. ENUNCIADO DEL PROBLEMA**

Finca Loma Linda era un centro que brindaba servicios de capacitación agrícola con el valor agregado el aprender haciendo por lo que se denomina como una finca integrada, pero desde que su cofundador falleció ya no se encuentra suficientemente consolidado debido a que el desarrollo de las parcelas, donde se impartía la actividad de campo se ha ido perdiendo por no contar con el mantenimiento adecuado para conservarlas en excelentes condiciones; además la finca no ha ido renovando el concepto en cuanto a la finca integrada y ha quedado estancada, agregándole a estas las evoluciones que el mundo de la agricultura espera y que no pudieron ofrecer colaborando todo esto a un cierre, otra situación que ha hecho que la finca decaiga es que ya no se cuenta con la persona experta que brindaba el conocimiento a los pequeños productores, por lo que en la actualidad sería difícil para la finca contratar un ingeniero agrónomo debido a que ha perdido demanda, por lo que la finca debe de reinvertir todo tipo de recursos (financiero, humano, tecnología, metodología etc...) para lograr que el centro vuelva a generar activos para poder mejorar las parcelas e instalaciones.

Estas son las consecuencias que se han detectado actualmente en la Finca Loma Linda producto de un conocimiento limitado en la administración: no tener un manejo adecuado de las parcelas, poco uso del área de cultivos, no tiene una oferta hacia el mercado, mantenimiento inadecuado de sus sistemas de riego, no se cuenta con una rotación de cultivos para mantener fertilidad del suelo y control de las plagas, no se cuenta con una comercialización de producto, instalaciones no muy modernas y con ciertas deficiencias en la parte pedagógica y con contar con su propio comedor. Por lo cual no está siendo productiva generando con esto pérdidas a la organización que podrían quebrar el negocio por lo tanto se espera mejorar esta situación para honrar la memoria de don Elías Sánchez.

### **1.3.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

Falta de alternativas o una guía viable para la reactivación de la Finca Loma Linda. ¿Cuáles serían los escenarios más factibles o adecuados para generar el nuevo concepto de Finca Loma Linda que le permitan incrementar la rentabilidad y sostenibilidad?

### **1.3.3. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN**

1. ¿Cuáles serían los escenarios más factibles o adecuados para la reactivación de la Finca Loma Linda?
2. ¿Cuáles son los factores por los que cuales la Finca Loma Linda no ha tenido una reingeniería de su concepto?
3. ¿Cuáles pueden ser los elementos que permitan potenciar Finca Loma Linda?
4. ¿Cuál debe ser la ruta a seguir para que Finca Loma Linda tenga un funcionamiento óptimo y eficiente?

### **1.4. OBJETIVOS DEL PROBLEMA**

#### **1.4.1. OBJETIVO GENERAL**

Determinar el nuevo concepto operativo de la Finca Loma Linda, mediante la propuesta de un modelo de negocios basado en tres escenarios, para poder establecer una sostenibilidad desde el punto de vista social empresarial y ambiental en dicha institución.

#### **1.4.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- Identificar los determinantes de éxito y fracaso de la Finca Loma Linda.
- Analizar el modelo de negocios basado en los escenarios para la reactivación de la Finca Loma Linda para alcanzar la sostenibilidad de la misma.
- Definir alternativas para normalizar el modelo de negocios que tuvo la Finca Loma Linda en épocas anteriores.
- Proponer el modelo de negocio basado en tres escenarios para reactivar la Finca Loma Linda.

## 1.4 JUSTIFICACIÓN

La finca integrada Loma Linda es un centro donde se brindaba el aprendizaje y conocimiento de agricultura con orientación a capacitación de pequeños productores y empresas de Honduras, siendo una de las partes fundamentales para poder lograr el éxito empresarial. Esto generó que Finca Loma Linda ofreciera un servicio adecuado proporcionando las herramientas necesarias para potencializar la actividad de la capacitación. Por lo que la reactivación de la finca con un enfoque más innovador que permita ser más eficiente generando una amplitud de mercado para que este brinde una mejor rentabilidad para su sustento e incremento empresarial, aportando al desarrollo socio económico, ambiental y social a las empresas de Honduras (UNITEC, 2002).

Esta investigación se basó en determinar alternativas que mejore el concepto de la Finca Loma Linda, generándole a la organización varios escenarios que ayuden a establecer y generar mejores expectativas para las empresas que soliciten el servicio de capacitación, brindando también un valor agregado extra dentro del mercado, donde no solo se le brinde el servicio al sector agrícola sino que crear una demanda en diferentes rubros, para obtener un ingreso adicional a la finca y generando mayor oferta de trabajo dentro del centro para mejorar la comercialización.

En cuanto a la comercialización del nuevo producto se realizó un plan de mercado adecuado en los diferentes escenarios, para brindar la oportunidad de vender con excelencia el producto independientemente del escenario que se elija para el desarrollo del nuevo concepto de la Finca Loma Linda, generando con esto una productividad en la institución tanto en lo académico, como en aprender haciendo, en cuanto a la producción de los productos agrícolas se puede generar contratos con empresas que compre la producción que se genere en las parcelas de días de campo.

## **CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO**

Con el objetivo de fundamentar sobre bases teóricas nuestra investigación respecto a fincas integrales y su importancia en cuanto a desarrollo y manejo de habilidades que esta implica, se hace necesario situar este tema dentro de un contexto teórico para su análisis, partiendo de estudios anteriores que sustenten el tema en mención.

### **2.1 SITUACIÓN ACTUAL**

Las fincas integrales han tenido gran aceptación debido a la diversificación de productos y servicios que brindan a la población, generando así un valor agregado a los pequeños productores en cuanto conocimiento, desarrollo de habilidades, que le permitan mejorar la sostenibilidad de los mismos. No obstante estos tipos de fincas generan fuentes de ingresos, que aportan al crecimiento económico del país. Por ende se hace un mayor aprovechamiento de la fuerza laboral, del suelo total, del riego, la fertilización, entre otras, ya que en estos aspectos suelen ser más eficientes(Jardines Zainz, 2009).

#### **2.1.1 ANÁLISIS DEL MACRO-ENTORNO**

A nivel latinoamericano y centroamericano la agricultura familiar se basa en sistemas agrícolas fundamentados en la diversificación de cultivos ofreciendo productos de mayor calidad según lo que el consumidor demande, las cuales son unidades domésticas de producción y consumo, con mano de obra familiar como principal fuerza laboral, así mismo estas son fuentes de producción de alimento y de generación de empleos. Como fuente de ingreso dan la oportunidad a personas para que laboren a través de la explotación eficiente. La utilización de tecnologías de bajo costo como ser; preparación de suelo manualmente, instalación de riego y un manejo adecuado de fertilizantes generaran un aumento de los cultivos los benefician con mayores ingresos mejorando la rentabilidad de los mismos incrementan la diversidad de producción.

La globalización conduce a un trastorno ecológico que está desmejorando la sostenibilidad de la agricultura de pequeña escala en general, muchos pequeños agricultores se han convertido en agentes de destrucción, al sobreexplotar los recursos naturales, motivados por la escasez de tierras y la falta de oportunidades económicas. Consecuencia de ello la degradación del suelo se está acelerando, la organización social y comunitaria está cayendo, los recursos genéticos se debilitan y las tradiciones se están perdiendo. Se debe utilizar tecnología y metodologías que minimicen este impacto en la producción agrícola a nivel mundial para mejorar la sostenibilidad de la misma.

#### **2.1.1.1 IMPORTANCIA DE LAS PEQUEÑAS FINCAS INTEGRALES A NIVEL MUNDIAL**

En Latinoamérica, aproximadamente 17 millones de campesinos con sus unidades productivas ocupan cerca de 60.5 millones de hectáreas, lo cual corresponde al 34.5% del total de la tierra cultivada, con fincas cuya área promedio es de 1.8 hectáreas, producen 51% del maíz, 77% de frijoles, y 61% de las papas para el consumo doméstico. África tiene aproximadamente 33 millones de pequeñas fincas, las cuales representan el 80% de todas las fincas de la región. A pesar del hecho que África importa ahora enormes cantidades de cereales, la mayoría de los agricultores africanos (muchos de ellos mujeres) poseen fincas de menos de 2 hectáreas, produciendo una cantidad significativa de productos agrícolas básicos prescindiendo en gran medida del uso de fertilizantes y semillas mejoradas ( Altieri, 2008).

La relación inversa entre el tamaño de la finca y producción total se puede atribuir al uso más eficiente de la tierra, del agua, de la biodiversidad y de otros recursos agrícolas por parte de los pequeños agricultores. Por lo que un área de trabajo extensa generaría mayores gastos a los pequeños productores por qué no estarían optimizando los recursos para la sostenibilidad de sus cultivos. Construyendo economías rurales fuertes basadas en producción agrícola a pequeña escala, garantizaría que la gente rural permanezca en el campo con sus familias contribuyendo así a disminuir la oleada de migraciones( Altieri, 2008).

Según Tobar (2007) indica que se considera agricultura familiar la producción agrícola a pequeña escala, desarrollada en fincas que son unidades domésticas de producción y consumo,

con mano de obra familiar no remunerada como principal fuerza laboral. A medida que la población continúa creciendo y la cantidad de tierra cultivable y agua disponible para cada persona continúa reduciéndose, una estructura agraria a base de pequeñas fincas puede llegar a ser la clave para la alimentación del planeta, especialmente cuando la agricultura a gran escala se dedica a alimentar los tanques de automóviles (p.25).

#### **2.1.1.2 LA AGRICULTURA FAMILIAR, BASE DE LAS ECONOMÍAS TERRITORIALES LATINOAMERICANAS**

La agricultura familiar, según se recoge en la Estrategia Centroamericana de Desarrollo Rural Territorial (ECADERT), engloba un conjunto de sistemas agrícolas basados en unidades domésticas de producción y consumo, en las cuales el trabajo de los miembros de la familia es la principal fuerza laboral y el grueso de las necesidades de consumo del hogar se satisfacen mediante la producción de la finca, ya sea directamente o adquiriendo bienes con productos vendidos o intercambiados. Este tipo de agricultura es una de las primordiales fuentes de producción de alimentos y de generación de empleos rurales en América Latina y el Caribe (ALC), y tienen un papel importante en la lucha contra el hambre de la región (ECADERT, 2009).

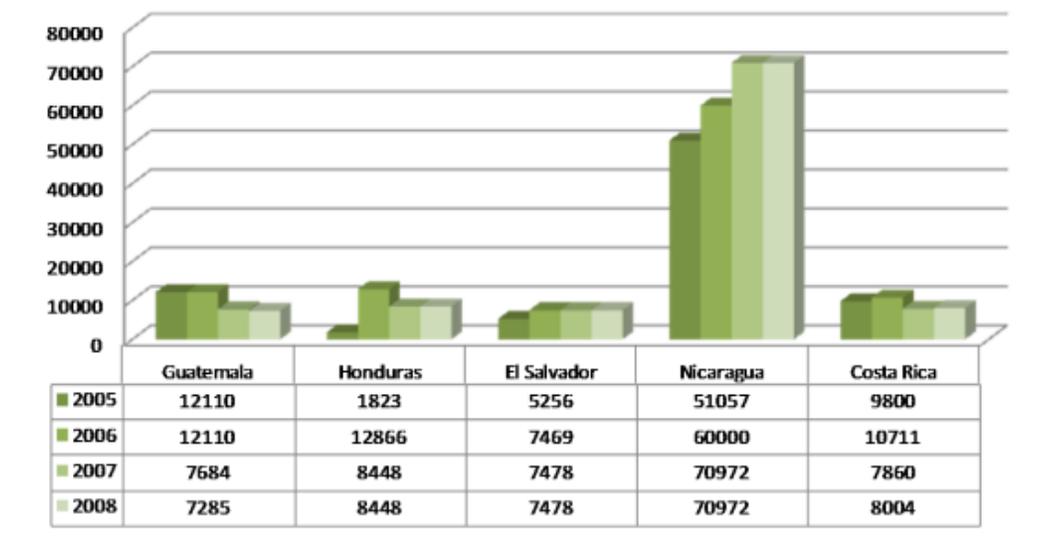
La agricultura familiar se basa en sistemas agrícolas fundamentados en la diversificación de cultivos, donde los agricultores familiares han transmitido, de generación en generación, conocimientos y habilidades, preservando y mejorando las prácticas agrícolas encaminadas en aumentar y mejorar la producción sin perjudicar la sostenibilidad. La agricultura familiar, además, contribuye a la vez a una dieta equilibrada y a la protección de la biodiversidad agrícola mundial.

#### **2.1.1.3 CONTEXTO CENTROAMERICANO OFERTA SOSTENIBLE**

La información disponible para el sector, en relación a estadísticas, bases de datos y áreas de siembra, se encuentra centralizada y disponible a través de los organismos certificadores o de organizaciones de soporte que realicen chequeos y censos regularmente, como los organismos de

Agricultura Orgánica estatales; por lo que la verificación de datos y disponibilidad depende mucho del detalle del levantamiento y recolección de información primaria realizada. Por otra parte, la inexistencia de un desdoblamiento de partidas arancelarias específicas para algunos productos orgánicos, por ejemplo, hace que el control de exportaciones del sector se dificulte (Centro de Estudios para el Desarrollo Rural, 2012).

Según un informe realizado por el programa SEFAS (2010) e HIVOS de Holanda, las superficies dedicadas a la producción orgánica certificada se mantuvieron estables en crecimiento entre el 2005 y el 2008 en la mayoría de países de CA; resalta a la vista la participación que tiene Nicaragua con áreas de producción que para finales de 2008 alcanzó más de 70 mil hectáreas, entre ocho y nueve veces mayor que el resto de los países centroamericanos. El número de fincas certificadas en Nicaragua es de 6,600; comparada con unas 1,813 fincas certificadas y en transición para Honduras al 2008.



**Figura 1. Superficies dedicadas a la producción orgánica certificada en Centroamérica 2005-2008 en miles de hectáreas**

Fuente: (SEFAS, 2010)

#### **2.1.1.4 FORTALEZAS DE LAS PEQUEÑAS FINCAS**

En tiempos de deterioro económico, las fincas integrales representan una fortaleza porque es una forma donde las personas que se quedan en sus predios o inclusive regresan conforme se evaporan otras posibilidades de empleo pueden generar ingresos a través de la explotación eficiente de estas. Aunque solo se tomara en cuenta la situación en cuanto empleo y reducción de la pobreza, es importante apoyar a la pequeña agricultura. Además de ser en gran medida autosuficientes en cuanto alimento, combustible, fibras, forraje, nutrientes y medicinas a base de hierbas, los pequeños predios agrícolas alimentan también a una parte importante de la población urbana. Por ejemplo, en Latinoamérica, los pequeños predios agrícolas producen el 51% de maíz, 77% de frijoles, y 61% de papas para el consumo doméstico (Altieri, 2008, p.18).

Según Pretty & Hine (2001) menciona sobre el más grande estudio hecho sobre agricultura ambiental y socialmente responsable, cubriendo proyectos que involucran a 12,6 millones de agricultores en 57 países. Este estudio investiga la manera en que los pequeños agricultores pueden aumentar su rendimiento utilizando tecnologías de bajo costo que incrementan la diversidad. Los resultados demuestran que en los 286 proyectos de agricultura sostenible estudiados, el rendimiento promedio de los cultivos ha aumentado en 79% desde comienzos hasta mediados de los años 90. La evaluación descubrió también que el aumento relativo en el rendimiento es mayor en cultivos de secano con menor rendimiento, lo que indica que los agricultores más pobres obtienen los mayores beneficios. El maíz, el mijo y el sorgo, las papas y las legumbres, todos mostraron aumentos en su rendimiento de alrededor de 100% (p.36).

Según Altieri (2008) estudios han demostrado que los pequeños predios agrícolas basados en policultivos pueden ser más productivos que los grandes predios basados en monocultivos, si el rendimiento total es tomado en consideración en vez del producto de un solo cultivo. Por ende al generar una producción diversificada se tiene mejores formas de mantener y desarrollar producción de la finca ofreciendo productos de mayor calidad según lo que el consumidor demande (p.19).

Por otra parte Jodha (2001) menciona que en la mayoría de tierras frágiles, complejas y ecológicamente diversas que están lejos de los mercados, solamente la agricultura (tradicional) de bajos insumos externos es posible. Las comunidades rodeadas de pequeños predios agrícolas muy

poblados tienen economías más sanas que aquellas comunidades rodeadas por grandes predios mecanizados y despoblados. Las economías rurales fuertes, basadas en agricultura a pequeña escala que sea eficaz, permiten a los trabajadores quedarse con sus familias en vez de migrar (p.39).

Así como también los productores que están más cerca del mercado pueden optar por una variedad de cultivos teniendo mayor accesibilidad a los insumos y a la comercialización, en cambio los pequeños productores que están alejados del mercado tienden a migrar para comercializar sus productos; una finca de pequeña escala con producción eficiente generan ingresos y por ende empleos mejorando su rentabilidad y la estabilidad económica al país menciona (Jodha,2001).

#### **2.1.1.5 FACTORES QUE AFECTAN LA VIABILIDAD DE LOS PEQUEÑOS AGRICULTORES Y LAS FINCAS INTEGRALES**

La globalización y la penetración en el mercado conducen a un colapso ecológico que está socavando la sostenibilidad de la agricultura de pequeña escala en general. La degradación del suelo se está acelerando, la organización social y comunitaria está cayendo, los recursos genéticos se debilitan y las tradiciones se están perdiendo. La erosión del suelo y la deforestación son tal vez los síntomas principales del ciclo vicioso de la pobreza y la degradación ambiental. Muchos pequeños agricultores se han convertido en agentes de destrucción, al sobreexplotar los recursos naturales, motivados por la escasez de tierras y la falta de oportunidades económicas(Yurevic, 2001).

Numerosos factores están afectando negativamente la viabilidad de los pequeños agricultores, entre los que se incluyen:

- El libre comercio y la competencia desleal de los países del norte, que hacen que los precios de los productos agrícolas domésticos bajen.
- La concentración de las mejores tierras en manos de unos pocos propietarios poderosos.
- El control de los principales mercados por algunas corporaciones multinacionales.

- La existencia de políticas en contra de los campesinos a favor de las importaciones en vez de la producción doméstica donde los pequeños productores pueden competir.

El surgimiento de la biotecnología y las patentes de semillas.

- La privatización de los organismos de investigación y de extensión pública.
- La orientación hacia la exportación y el enfoque monocultivista de las políticas convencionales.
- La falta de fondos para proyectos de investigación y desarrollo de una agricultura sostenible.

Al mismo tiempo, la mayoría de las políticas agrícolas pasadas y actuales no han apoyado prácticas y tecnologías que incluyan aspectos sociales y ambientales. Entre los ejemplos comunes podemos mencionar:

- Los incentivos y subsidios económicos para plaguicidas y fertilizantes que tienden a perpetuar la dependencia agroquímica, aun cuando son evidentes los impactos negativos en el medio ambiente.
- Los subsidios o políticas que prescriben plantar variedades uniformes, junto con los requisitos de usar insumos asociados que refuerzan la dependencia química.
- Las políticas agrarias que minan la seguridad de la propiedad de los pequeños agricultores y en consecuencia desalientan las inversiones en prácticas sostenibles.
- Las políticas del comercio y el mercadeo que promueven las inversiones en cultivos inadecuados para los agricultores más pobres, o que crean oportunidades de mercado no equitativas.

Las políticas sectoriales y de reforma macroeconómica no generan un medio ambiente apropiado para los agricultores pequeños y pobres. En la mayoría de los casos el crecimiento agrícola se concentra en el sector comercial y no se ha movido de ahí. Hoy se pueden observar varias tendencias negativas que afectarán drásticamente el alcance y la dinámica de la agricultura familiar y rural en los países en desarrollo.

- La escasez de tierra debido a la distribución desigual y al crecimiento de población está obligando a que los granjeros subdividan sus parcelas entre los miembros de la familia, lo que provoca una marcada reducción en la relación tierra/persona.
- La falta de oportunidades económicas en las áreas rurales está provocando la migración a las ciudades, especialmente de hombres y mujeres jóvenes (entre los 10 y 20 años de edad). Esto deja el trabajo de la granja en manos de una población envejecida y produce un agudo vacío sociocultural.
- La liberalización del comercio ha reducido la protección en una época en que los precios de los productos básicos han alcanzado mínimos históricos, imposibilitando que los pequeños agricultores compitan en los mercados domésticos. Ha habido una marcada disminución en la cantidad de tierra cultivada con productos tradicionales como maíz y frijoles, pero también café y otros cultivos comerciales. La caída de precios de esos cultivos y la falta de crédito, como también las largas distancias hasta los mercados, son factores que llevaron a un gran empobrecimiento del sector de los pequeños agricultores.
- Como los programas y subsidios gubernamentales se concentraron en los agricultores comerciales grandes y medianos, la investigación y extensión apropiadas para los sistemas agrícolas orgánicos permanecieron limitados o inexistentes.

El gran desafío del futuro supone la promoción de cambios institucionales y de políticas que apoyen a los pequeños agricultores.

#### **2.1.1.6 TENDENCIAS GLOBALES QUE AFECTAN DIRECTAMENTE A LOS RETOS QUE ENFRENTA LA FORMACIÓN**

La necesidad del constante reforzamiento y actualización de capacidades de los individuos y organizaciones se ve reforzada por una serie de tendencias globales de gran impacto en el largo plazo que hacen pensar que la relevancia del capital humano no es meramente coyuntural sino que responde a procesos de profunda transformación de la sociedad. Entre esas tendencias que menciona informe de América Latina (2014) se encuentran: la globalización financiera y comercial, el cambio tecnológico, el cambio climático, las migraciones y la urbanización, y la demografía:

**La globalización:** sin duda el comercio internacional ha profundizado la globalización, lo que ha aumentado la especialización de los países y a su vez contribuido a la mejora de la productividad. El comercio mundial ha crecido a un mayor ritmo que el producto bruto mundial entre 1950 y 2007, cuando se inicia la crisis financiera internacional WorldTradeReport(2008) pero la composición del comercio ha cambiado: se ha observado un aumento de los productos manufacturados frente a los agrícolas y los minerales no combustibles.

**Cambio tecnológico:** la velocidad de la incorporación de los cambios tecnológicos a la producción obliga a una constante adaptación de la oferta de formación, lo que no se limita a las TIC (son solo una de las tecnologías de uso múltiple como lo son la biotecnología, la nanotecnología, etc.) En este sentido, un informe de la Rand Corporation Wang (2008) alerta sobre las dificultades que un buen número de los países de América Latina pueden encontrar para incorporar, adquirir o utilizar las tecnologías que serán clave en 2020. Esta posición de desventaja en el dominio tecnológico afecta a la localización de inversiones en la región, así como la incorporación de empresas de alto valor añadido a las cadenas globales de valor, en constante transformación tecnológica.

**Calentamiento global:** la lucha contra el cambio climático y los crecientes requerimientos del crecimiento sostenible y de una economía verde requerirá “empleos verdes”, lo que es una gran oportunidad para la cualificación y recualificación de nuevos y viejos trabajadores. La progresiva generalización de las energías limpias y renovables, la necesidad de aumentar la eficiencia energética, reducir emisiones y residuos de todo tipo, permite la creación de nuevos perfiles profesionales, lo que requiere la oferta de la formación adecuada a esta tendencia global que abre la puerta a actividades industriales y de generación de energía de alto valor agregado (es decir, de alta productividad).

**Migraciones y urbanización:** no solamente se han globalizado los flujos de capital y mercancías; también han aumentado las migraciones, aun cuando permanecen numerosas restricciones nacionales a la libertad de circular y al establecimiento por parte de los trabajadores. Este movimiento de trabajadores, con frecuencia de Sur a Norte, pero también entre países del

Sur, requiere de atención a sus necesidades de capacitación para adaptarse a los trabajos del nuevo entorno, como también de un sistema de reconocimiento de sus capacidades.

**Cambios demográficos:** al mismo tiempo, los países de la región se encuentran al principio de una transformación demográfica similar a la experimentada en los países más desarrollados consistente en el progresivo envejecimiento de la población. Ello va a hacer más necesario el incremento de la productividad y va a implicar importantes retos para la capacitación de los jóvenes que se incorporan ahora a la fuerza de trabajo pero que van a necesitar de capacitación a lo largo de la vida.

### **2.1.2 ANÁLISIS DEL MICRO-ENTORNO**

Honduras es un país con potencial agropecuario, el cual genera beneficios a la sociedad en general y a la economía del país, con la creación de empleos y generación de ingresos a través del desarrollo eficiente de la producción agrícola logrando rendimientos elevados de manera sostenibles. En donde la eficiencia y la sostenibilidad son elementos claves para la competitividad de las cadenas agroalimentarias manteniendo y mejorando de manera continua su producción y penetración en el mercado.

Las fincas integrales son consideradas como un modelo de producción agropecuaria moderno donde los conocimientos y prácticas de conservación y productividad se desarrollan con tecnologías agrícolas obteniendo resultados óptimos. Los procesos de formación o transformación de las fincas integrales están orientados en busca de lo productivo, donde se obtengan los más altos retornos por unidad de insumo o medio de producción utilizado; se aplique lo integral, manejando la finca como un todo y los componentes interactúen en forma complementaria para potenciar su funcionalidad.

En honduras las capacitaciones fortalecen y tecnifican la producción de pequeños agricultores, la cual se basa en el concepto de aprender haciendo. Por medio de métodos sencillos y vivenciales donde se intercambian conocimientos, partiendo de la experiencia y la experimentación. Las capacitaciones se orientan en desarrollar las habilidades de los pequeños productores en cuanto a: conservación de suelos, preparación y uso de abonos orgánicos, siembra

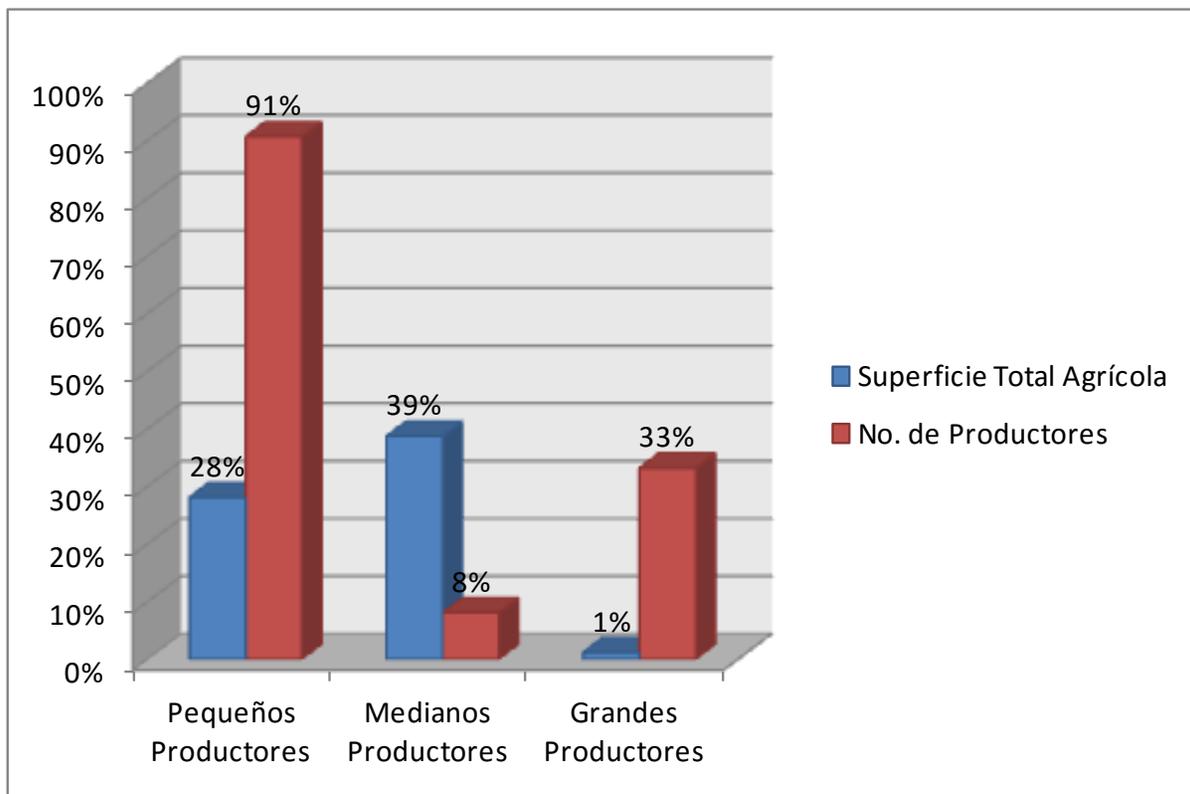
y fertilización, control de malezas, de plagas y de enfermedades, riego por goteo y sus componentes, cosecha y post cosecha.

### **2.1.2.1 CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR AGROPECUARIO Y FINCAS INTEGRALES EN HONDURAS**

El desarrollo de fincas permite mejorar las condiciones de productividad, diversificar los ingresos en el área rural y mejor aprovechamiento a los recursos que poseen los productores. Además de incrementar la posibilidad de introducir otros cultivos con potencial para desarrollar en la región. Dentro de las principales actividades desarrolladas en las fincas integradas están la siembra de maíz y frijol en asocio, siembra de árboles maderables, actividades avícolas, acuícolas, porcícolas, elaboración y utilización de abonos orgánicos, manejo de desechos sólidos y líquidos (SAG, 2000).

El sector agropecuario aportó en el año 2000, el 21.8 % del producto interno bruto: generó el 47.8% de las divisas por exportaciones de bienes (incluyendo café, banano, madera, aceite de palma, carne, azúcar, camarón, langosta, tabaco melón y piña); emplea el 38.3% de la población económicamente activa del país y produce los principales comestibles de la dieta alimentaria de la población. El sector agrícola contaba con 317,200 explotaciones agropecuarias en 1993, que cubren una superficie de 3.3 millones de hectáreas. El 16% de las explotaciones son de tamaño superior a las 100 hectáreas y cubren el 39.6% de las fincas. En el extremo opuesto existe una multiplicidad de pequeñas y micro fincas, donde el 82.8% son explotaciones con una superficie menor a 10 hectáreas, a las que corresponde el 19.0% de la superficie en fincas. De la superficie total, el 56.7% son tierras propias, el 25.0% son tierras nacionales y el 18.3 corresponde a otras formas de tenencia, menciona (SAG, 2000).

Actualmente en Honduras, el 90,7 por ciento de los productores poseen fincas de entre 5 y 10 hectáreas, las cuales abarcan el 28,1 por ciento de la superficie agrícola total, con una media de 2,4 hectáreas por productor. Los medianos productores, con fincas de entre 10 y 50 hectáreas y un promedio de 37,4 hectáreas por productor, son el 8,1 por ciento y poseen el 38,7 por ciento del total de las tierras agrícolas. Los grandes productores, con fincas de más de 50 hectáreas, son solo el 1,2 por ciento pero concentran en sus manos el 33,2 por ciento del total de la superficie de uso agrícola, con una media de casi 209 ha por unidad productiva ver Figura2 (En Mi Tierra Segura, 2001, p. 22).



**Figura 2. Distribución de la tierra agrícola**

Fuente: (En Mi Tierra Segura, 2001)

Una de las principales formas de asegurar la participación de los productores (as) en los procesos de adopción de tecnologías, es que éstas sean experimentadas y validadas en las fincas de los agricultores de confianza y de cierta trayectoria, bajo condiciones semejantes a las fincas vecinas. De ahí que la selección de las Fincas Integrales requiere de tomar en cuenta, con igual rango de importancia cada uno, tanto los aspectos agroecológicos, como los socioeconómicos. La selección de los dueños de esas fincas debe mostrar algunas características y actitudes personales, que faciliten la difusión de sus experiencias de una manera efectiva. La selección de una Finca Integral, así como del agricultor propietario, debe realizarse mediante un proceso de evaluación sencillo, a partir de una guía de selección (GPS, s. f.).

Por otra parte los medios de vida por si solos generalmente no satisfacen las metas de vida de las personas, por lo tanto cada familia o grupo de personas selecciona y mezcla estos medios

de vida para construir una estrategia de vida y satisfacer sus necesidades; las estrategias de vida son entonces el conjunto de los medios de vida que cada persona o familia desarrolla para vivir. Una estrategia de vida puede ser un sistema de producción agrícola o una finca, donde se combinan la producción de hortalizas, frutales, raíces y tubérculos y la explotación pecuaria para generar ingresos y satisfacer sus necesidades de vida, que a su vez esta estrategia de vida también puede estar combinada con medios no agrícolas o producidos fuera de la finca menciona (Imbach, 2012, p. 87).

También las buenas prácticas agrícolas y pecuarias tienen mucho que ver en el logro de rendimientos elevados de manera sostenible: así, por ejemplo, a igualdad de los demás factores, plantando cortavientos de árboles en las lindes de los predios agrícolas los rendimientos aumentan hasta un 20%. Probablemente no se está pensando precisamente en plantar setos o construir terrazas cuando se habla de progreso técnico en agricultura, pero en muchos casos son este tipo de prácticas agroecológicas las que mayor potencial presentan para incrementar rápidamente los rendimientos en muchos países que padecen inseguridad alimentaria (Riechmann & Sempere, 2003, p.8).

### **2.1.2.2 IMPORTANCIA DEL ESTABLECIMIENTO DE UNA FINCA INTEGRAL**

Según OCDIH (2011) la importancia radica en el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales que reduce su degradación, mejora las condiciones de vida de las familias y asegura el equilibrio natural entre el aprovechamiento y la conservación así como fortalece los lazos de solidaridad campesina a través del compartir de los recursos y conocimientos. La finca integral proporciona a la familia, además de alimentos, otros productos, tales como: plantas medicinales, condimentos, combustible (leña) forraje para los animales de la granja, flores, y otros, además de generar empleo, ingresos económicos adicionales.

En la actualidad la capacitación en el sector agrícola u otras orientaciones es la respuesta a la necesidad que tienen las empresas y organizaciones de contar con un personal calificado y productivo, es el desarrollo de una producción con el fin de mejorar el rendimiento, al elevar la capacidad de los trabajadores mediante la mejora de las habilidades, actitudes y conocimientos. Con ello lo que se busca es lograr los niveles de crecimiento económico adecuados en una

economía y a la vez que esto se transforme en desarrollo económico, es necesario que los agricultores tomen medidas que permitan hacer uso de las diferentes ventajas que le generan. Honduras es un país con potencial agropecuario, lo que indica que se deben implementar políticas que estén orientadas a reactivar el crecimiento del sector, debido a la importancia que este tiene en la contribución al PIB y por consiguiente al valor agregado que genera en la sociedad.

Según Guglielmetti (1998) la capacitación es una de las funciones clave de la administración y desarrollo del personal en las organizaciones y, por consiguiente, debe operar de manera integrada con el resto de las funciones de este sistema. Lo anterior denota que el adiestramiento en cualquier actividad productiva es fundamental, ya que de ella se derivan otros pasos para la obtención del producto o servicio final lo que conlleva al mejoramiento del desempeño de las personas y por ende la eficiencia de la organización (p.44).

### **2.1.2.3 EL ENFOQUE DE UNA FINCA INTEGRAL**

El manejo de una finca integral agropecuaria se basa en el conocimiento de las características y recursos con que cuenta, así como la combinación de cultivos y plantas silvestres. Se enfoca hacia la salud alimentaria de la familia, la utilización máxima de la energía en armonía con el ambiente, la diversidad de productos para el mercado y la obtención de beneficios económicos. En la finca integral se complementan las diferentes actividades productivas, se aprovecha la materia orgánica y la energía, logrando alta eficiencia de un proceso productivos que funciona con menor uso de insumos comprados, para lograr el manejo integral se requiere un proceso, mediante el cual la finca convencional, se va transformando progresivamente una finca integral (Rodriguez Azofeita & Rodriguez Chaves, 2005, p. 2).

Las fincas integrales que son consideradas un modelo de producción agropecuaria desarrollada acorde con un sistema natural, donde se aprovecha con mayor eficiencia el espacio y los recursos disponibles. Además permiten su transformación y la aplicación de tecnologías ecológicas adecuadas a las condiciones del medio, a los recursos de la familia y a la articulación de los productos de la finca con los mercados. La materia prima para la producción en estos sistemas son los recursos naturales, donde el reto es crear condiciones apropiadas para el desarrollo de actividades agrícolas autosuficientes que integren a plantas, animales, suelos, agua,

clima y a los seres humanos como principales entes reguladores (Herrera, Curzel, Gómez, & Rubio, 2003).

La finca integral puede ser tomada como un sistema de producción moderno, que combina el conocimiento y las prácticas ancestrales de conservación y productividad, con la tecnología agrícola actual mencionan. La tecnología hoy en día es fundamental para el funcionamiento de cualquier negocio, la cual con el buen uso se obtienen resultados óptimos y eficientes al momento de brindar un servicio y producto (Potters & Prins, 2001, p.23).

Los procesos de formación o transformación de las fincas integrales están orientados bajo criterios que buscan lo productivo, donde se obtengan los más altos retornos por unidad de insumo o medio de producción utilizado; se aplique lo integral, manejando la finca como un todo y los componentes interactúen en forma complementaria para potenciar la funcionalidad del sistema; se garantice la conservación y la diversidad, incrementando el número de especies vegetales y animales; se priorice el reciclaje, aprovechando los recursos disponibles y se busque la rentabilidad y la autosuficiencia ((Nieto Cabrera, 2009)).

#### **2.1.2.4 IMPORTANCIA DE LA FORMACIÓN O CAPACITACIÓN**

La capacitación en la actualidad representa para las unidades productivas uno de los medios más efectivos para asegurar la formación permanente de sus recursos humanos respecto a las funciones laborales que y deben desempeñar en el puesto de trabajo que ocupan. Capacitación es la adquisición de conocimientos técnicos, teóricos y prácticos que van a contribuir al desarrollo de los individuos en el desempeño de una actividad. Si bien es cierto que la capacitación no es el único camino por medio del cual se garantiza el correcto cumplimiento en cuanto a la realización de la producción, si se manifiesta como un instrumento que enseña, desarrolla sistemáticamente y coloca en circunstancias de competencia a cualquier productor.

Según Guglielmetti (1998)menciona que la capacitación es una de las funciones clave de la administración y desarrollo del personal en las organizaciones y, por consiguiente, debe operar de manera integrada con el resto de las funciones de este sistema. Lo anterior denota que el adiestramiento en cualquier actividad productiva es fundamental, ya que de ella se derivan otros

pasos para la obtención del producto o servicio final lo que conlleva es al mejoramiento del desempeño de las personas y por ende la eficiencia de la organización (p.30).

Según Corrales (2005) cuanto mayor sea el grado de formación y preparación del personal de la compañía, mayor será su nivel de productividad, cualitativa y cuantitativamente. Los programas de formación profesional constituyen una de las inversiones más rentables, el progreso tecnológico influye directamente y con frecuencia en los procesos empresariales, si la organización no marcha pareja con esa evolución, sufrirá una de las consecuencias más graves: el estancamiento, y con él, el retroceso y la imposibilidad de competir en el mercado o de prestar, eficaz y eficientemente, los servicios de su competencia(p. 99).

Giménez (2007) refiere la importancia de la formación o capacitación de personal radica en mejorar los conocimientos y competencias de quienes integran una empresa; porque es a través de las personas, de sus ideas, de sus proyectos, de sus capacidades y de su trabajo, como se desarrollan las organizaciones mejorando de forma continua la rentabilidad de la empresa.

Objetivos de la formación personal para Porret Gelabert (2008) la finalidad de la formación del recurso humano consiste en:

- Mejorar aptitudes; preparar a los RR.HH. para la ejecución inmediata de las diversas tareas específicas de la organización.
- Facilitar oportunidades; proporcionar oportunidades para el continuo desarrollo de los RR.HH, tanto en sus puestos de trabajo actuales como para otros de superior nivel.
- Cambiar actitudes; Modificar la actitud y comportamientos de las personas, que incidirá en el clima laboral, incentivará la motivación y formará unas mentalidades más receptivas hacia los nuevos métodos, tecnologías y cambios organizativos.
- Incrementar la polivalencia; aumentar la polivalencia de las personas y la facilitación de la movilidad tanto horizontal como la vertical (p. 208).

#### **2.1.2.5 ORGANIZACIÓN DE UNA FINCA INTEGRAL QUE SE INCLUYE CONOCIMIENTO**

La comunicación que se establece con los productores debe ser de doble vía, establecer un horario adaptable a su ocupación, la transmisión del conocimiento sea horizontal y no de manera vertical, el contenido de la capacitación se establezca en base a sus necesidades e intereses. El adulto construye su aprendizaje a partir de su experiencia. A través de los años ha acumulado una serie de conocimientos que le sirven de base para tomar sus decisiones. La enseñanza práctica se desarrolla a través de procedimientos creativos que facilitan la construcción y apropiación de conocimientos o conceptos técnicos complejos. Estos procedimientos deben ser desarrollados en forma práctica, usando un lenguaje común y materiales locales, estimulando el involucramiento de todos los participantes (Baca, 2015).

Lineamientos de aprendizaje de las fincas integrales según Baca (2015) plantea las siguientes:

- Experimentar e innovar: las tecnologías o prácticas no deben de quedarse en demostraciones deben de ser integradas a los diferentes procesos de producción de la finca, y mantenerlas funcionando durante el tiempo que sea necesario para saber si vale la pena o no incorporarlas al manejo de la finca.
- Socializar logros y dificultades: los grupos de trabajo deben constantemente compartir, con los otros equipos y con grupos de visitantes, sus avances en el diseño de una finca integral.
- Escalar en el aprendizaje: a medida que va avanzando el aprendizaje, los grupos deben de ir asumiendo retos más grandes, es decir trabajar en iniciativas más complejas y de mayor impacto.
- Jornadas de trabajo colectivo: los grupos de trabajo planifican, ejecutan y evalúan jornadas colectivas para abordar e implementar una acción que contribuya a alcanzar las metas y objetivos del proyecto en las comunidades.
- Creatividad: deben explorar métodos novedosos de control de plagas y manejo de cultivos, asociar tecnologías locales o tradicionales con las convencionales; aplicar conocimientos de biología, ecología para mejorar el manejo de problemas.

Los grupos ejecutan las prácticas de campo de las diferentes temáticas abordadas en las sesiones de capacitación. Diseñan y practican planes de trabajo por componente en las finca de aprendizaje. Proponen iniciativas de trabajo junto con el técnico para mejorar la productividad de los componentes. Evalúan las propuestas técnicas y dan recomendaciones para mejorar en el

futuro el trabajo y el aprendizaje. Los grupos aplican lo aprendido en sus fincas. Trabajan unidos en horario que más les convenga para hacer las actividades, con espíritu de solidaridad y cooperación en cada finca.

#### **2.1.2.6 CAPACITACIÓN A PEQUEÑOS PRODUCTORES EN HONDURAS**

Las capacitaciones se dan con el propósito de fortalecer y tecnificar la producción de pequeños agricultores en honduras, basada en el concepto de aprender haciendo. A través de métodos sencillos y vivenciales, los participantes intercambian conocimientos, partiendo de la experiencia y la experimentación, utilizando el cultivo de maíz y frijol como herramienta de enseñanza de aprendizaje e inclusive como vínculo incluyente para el desarrollo de los temas de género. Los pequeños productores se capacitan en la conservación de suelos, preparación y uso de abonos orgánicos, siembra y fertilización, control de malezas, de plagas y de enfermedades (que incluyó la realización de giras de campo para la identificación de plagas y enfermedades), riego por goteo y sus componentes, cosecha y post cosecha. Como parte de la estrategia de diversificación y comercialización de granos en Honduras (Programa Mundial de Alimentos, 2013).

En relación a los sectores rurales de menores recursos se procura que el apoyo a actividades productivas de preferencia a pequeñas unidades que cuenten o puedan desarrollar capacidad productiva (agropecuaria y no agropecuaria), de manera de promover unidades económicas rurales con posibilidades de formación de capital, sea individualmente o a través de otras formas de gestión económica que posibiliten una mayor productividad(Banco Interamericano de Desarrollo, s. f.).

En el proceso de transformación de las economías de subsistencia se otorga especial atención al mejoramiento de las condiciones sociales de las comunidades rurales beneficiadas, ya que ello constituye tanto un derecho social básico como una condición necesaria para poder materializar los desarrollos económicos productivos. La adecuada utilización y distribución de la tierra agrícola contribuye al logro de objetivos de desarrollo rural. La naturaleza básicamente primaria de la producción rural le asigna al factor tierra un papel condicionante de los procesos productivos en las áreas rurales. Por eso interesa al Banco que en los proyectos los aspectos de

utilización y tenencia de la tierra se encuentren planteados sobre bases de equidad y posibiliten una eficiente asignación de los recursos financieros, enmarcando las soluciones específicas a los problemas de acceso, utilización y distribución de la tierra dentro de las políticas y legislaciones pertinentes de los países prestatarios (Banco Interamericano de Desarrollo, s. f.).

Algunas empresas del rubro Educación /Capacitación en Honduras

- Colegio De Profesionales En Ciencias Agrícolas COLPROCAH
- Universidad Metropolitana De Honduras
- Universidad Pedagógica Nacional Francisco Morazán
- Instituto Nacional De Formación Profesional INFOP
- Escuela Nacional De Ciencias Forestales ESNACIFOR
- Instituto Superior Tecnológico Jesús De Nazareth
- Universidad Nacional De Agricultura UNAG
- Universidad Tecnológica De Honduras (UTH)
- Colegio De Administradores De Empresas De Honduras (CAEH)
- Universidad Zamorano

#### **2.1.2.7 DESARROLLO ECONÓMICO TERRITORIAL PRODUCCIÓN AGRÍCOLA**

El desarrollo económico impulsa cualquier actividad productiva cuyo potencial generador directo de ingresos, empleos e impuestos permita dinamizar la economía territorial. Estas actividades poseen el potencial para promover actividades productivas complementarias, que a la vez generarán beneficios adicionales. Evidentemente, esas actividades están condicionadas por las características endógenas de cada territorio, son ellas las que perfilan las posibilidades productivas del territorio, como por ejemplo, la biodiversidad, el bosque, los recursos hídricos, pago de servicios ambientales, minerales, producción orgánica, elaboración de productos étnicos o de nostalgia, ecoturismo, biocombustibles, entre otros. Los motores permiten nuclear diversas actividades productivas primarias y de procesamiento y transformación que agregan valor a la materia prima y brindan nuevas oportunidades de desarrollo(Sepulveda S, 2008).

#### **2.1.2.8 COMPETITIVIDAD DE LA PRODUCCIÓN AGRÍCOLA**

La eficiencia y la sostenibilidad son elementos claves para la competitividad de las cadenas agroalimentarias. Por eso, esta noción considera tanto aspectos de orden económico como ambiental. La competitividad es un concepto comparativo fundamentado en la capacidad dinámica que tiene una cadena agroalimentaria para mantener, ampliar y mejorar de manera continua y sostenida su participación en el mercado, tanto doméstico como extranjero, por medio de la producción, distribución y venta de bienes y servicios en el tiempo, lugar y forma solicitados, buscando como fin último el beneficio de la sociedad (Chavarria, 2002).

Los subsecuentes procesos de transformación conforman los eslabones intermedios de las cadenas agroalimentarias. A su vez, cada eslabón está conformado por una serie de empresas cuyas interacciones y desempeño condicionan la competitividad de toda la cadena (vínculos hacia atrás, adelante y a los lados) Tampoco se puede olvidar que las empresas no existen en un vacío social, sino que operan en entornos geográficos, económicos, sociales y culturales específicos. Porter (1990) como señala este autor, la competitividad muy pocas veces proviene de negocios o empresas aisladas, sino más bien a un conjunto de negocios que compiten y actúan en campos similares, reforzándose entre sí. Estos propician la competitividad en cuatro sentidos:

- Aumentan la productividad de las empresas y de las industrias a las que pertenecen, reduciendo los costos de transacción.
- Mejoran la capacidad de innovación de las empresas y las industrias.
- Estimulan la formación de nuevas empresas que amplíen las ventajas aportadas por el conjunto de negocios.
- Aumenta el valor agregado, por la complementariedad entre las empresas presentes.

Además este conjunto de empresas, generan beneficios como el aprovechamiento de las economías de escala en la producción agrícola; la presencia de productores, proveedores y mano de obra especializados y de servicios anexos específicos al sector; y una mayor fluidez de la información, lo que permite un mejor manejo y aprovechamiento de los resultados de la investigación y la experimentación, y consecuentemente una mayor generación y transferencia de innovaciones (FAO, s. f.).

### **2.1.2.9 LA ESCUELA DE CAMPO PARA AGRICULTORES DE LA FINCA INTEGRAL**

Es un proceso de capacitación vivencial, que parte de los principios de la educación de adultos, que promueve el aprendizaje continuo, de productores, promotores y técnicos, donde aprenden mediante la observación y la experimentación en sus propias fincas. Esto les permite mejorar sus habilidades de gestión y convertirse en expertos conocedores de sus propias fincas. El enfoque de la ECA de la Finca Integral, faculta a los agricultores y facilitadores para que utilicen técnicas participativas de aprendizaje y experimentación, en vez de decirles lo que deben hacer. A los productores se les anima a que tomen sus propias decisiones en la finca, aplicando las lecciones aprendidas de experiencias anteriores y de la prueba de nuevas tecnologías. Por lo general, una ECA de la Finca Integral comprende un grupo de 20 a 30 agricultores que se reúne regularmente durante un período de tiempo definido que puede durar al menos un año, para validar nuevas opciones de producción con la ayuda de un facilitador. Al final de cada reunión, se toman decisiones de qué prácticas aplicar y que actividades realizar (Baca, 2015).

### **2.1.3 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN INTERNA**

En la actualidad el mantenerse a la vanguardia en cuanto a conocimiento y tecnología para el manejo y desarrollo de habilidades, que cualquier empresa hoy en día demanda de un colaborador; siendo este una parte importante de la empresa por los beneficios económicos que les genera, con sus aportes productivos al desempeñarse de forma eficiente. El funcionamiento eficaz de las organizaciones dependen de la administración que el recurso humano le brinde, por ende si se desempeñan de forma deficiente la empresa corre el riesgo de generar pérdidas, es por tal razón que siempre se debe contar con estrategias competitivas de mejora continua que le permita mantenerse en el mercado y mejorar su rentabilidad.

Por muchos años Finca Loma Linda ofreció un servicio de entrenamiento a pequeños productores brindándoles un conocimiento teórico más un valor agregado como ser el aprender haciendo en el campo. Esta es una herramienta que se le brindaba a empresas o pequeños productores les permitió a los productores y colaboradores mantenerse a la vanguardia en cuanto a conocimientos adquiridos para el desarrollo óptimo de sus actividades dentro de la organización o una producción agrícola sostenible. La cual se mantuvo de forma eficiente durante su tiempo

activo, fue muy reconocida por productores y organizaciones que la visitaban constantemente. Esta actividad que se brindó sigue siendo conocida en el mercado como finca integrada contando con una diversificación de participación en el mismo.

### **2.1.3.1 FINCA LOMA LINDA**

Finca Loma Linda es una finca familiar orientada a la agricultura, conocida también como finca integral por la diversidad de productos agrícolas y sus componentes, se fundó con el propósito de ayudar al pequeño productor por medio de capacitaciones agrícolas con la metodología aprender haciendo, proporcionándole todas las herramientas necesarias para desarrollar habilidades y conocimiento técnicos, donde al ponerlos en práctica mejoren su forma de vida. La familia es el centro de la finca, y todas las actividades dentro de ella, están planteadas en función de mejorar la calidad de vida de las familias y sus producciones, la participación y la integración familiar.

Esta con la administración de su cofundador Ing. José Elías Sánchez se desarrolló eficientemente generando ingresos y empleos desde el año 1980 a 1998, tuvo un declive por los daños ocasionados primeramente por la guerrilla contra Nicaragua, seguido el huracán Mitch y años después por la muerte del fundador, después de esto fue decayendo ya que actualmente la administradora Doña Cándida Maradiaga, no cuenta con las capacidad, habilidad y conocimientos necesarios para continuar desarrollando el proyecto (Maradiaga, 2015).

En la actualidad solamente se dedica en baja escala a la prestación de servicios de las instalaciones donde empresas u organizaciones van a realizar actividades de convivio. Finca Loma Linda está ubicada en la colonia Santa Elena carretera a Valle de Ángeles, tiene aproximadamente una manzana y media, sus instalaciones consta:

1. Dos dormitorios (con 16 camas cada uno, con divisores de playwood)
2. Siete Baños (1 principal)
3. Siete servicios sanitarios (1 principal)
4. Salón de capacitación (comedor)
5. 1 cocina amplia con 3 estufas
6. 1 cocina con fogón
7. Parqueo pequeño (5 carros)

8. Parcela cultivable a curvas a nivel
9. Tanque con agua

Las instalaciones requieren de inversión para ser más atractivas como ser pintura por fuera, en cuanto los dormitorios requieren de remodelación; ya es estos están en una sola sala sin puertas que les permita privacidad a los productores o colaboradores de x empresas. El comedor y la sala de capacitación es una sola, donde estos no son apropiados ya que cuando se almuerce puede ocasionar daños. Los cultivos que se dan en el área son; cítricos (limón, naranja, mandarina), pepinos tomate y habichuelas(Maradiaga, 2015).

Actualmente las capacitaciones agrícolas, no se están realizando esto debido a que el cofundador era el único que manejaba la administración y conocimientos de producción agrícola. El servicio de prestación de instalaciones se da en menor escala, es por tiempo, no tiene contrataciones fijas, estas son las actividades que le permite a la finca subsistir. En relación a los cultivos los desarrolla como una forma de mantenerse activa.

Las intenciones de Doña Cándida Maradiaga como dueña de la Finca Loma Linda es rentarla o alquilarla, ya que no se siente con la capacidad de manejarla o reactivarla como tal, por lo que se le presentará con este estudio alternativas que le permita su reactivación frente a posibles clientes para la explotación de su potencial (Maradiaga, 2015).

### **2.1.3.2 POSIBLES COMPETIDORES DE LA FINCA LOMA LINDA Y FACTORES QUE LIMITAN SU DESARROLLO**

La competitividad en cuanto al servicio a ofrecer en el rubro de las capacitaciones juega un papel importante para el funcionamiento y desarrollo eficiente de la finca, lo que le permitirá a la misma incursionar en el mercado brindando un valor agregado diferenciándose de las demás. Los competidores actuales de Finca Loma Linda, en su mayoría y de acuerdo a la zona son los centros de capacitación que están ubicados a su alrededor como Tegucigalpa, Valle de Ángeles, Santa Lucía, Zamorano, así como también hoteles que brindan la prestación de servicios de instalaciones para eventos y capacitaciones.

La diferenciación de Finca Loma Linda es contar con terreno donde se pone en práctica lo aprendido con la metodología aprender haciendo, una ventaja muy importante que se tiene si la capacitación va orientada al área de la agricultura. También una área deportiva, un mini supermercado con su cafetería que haga más atractiva el complejo de la finca.

## **FACTORES DETERMINANTES DEL ESTADO ACTUAL DE LA FINCA LOMA LINDA**

Dentro de los principales factores que limitan el desarrollo de las fincas integrales que se deben considerarse al establecer planes, políticas y programas para mejorar su competitividad y su fomento, se destacan los siguientes:

**Falta de mentalidad empresarial del propietario:** el pequeño propietario no está preparado para manejar pequeñas empresas por tener una visión a corto plazo y falta de capacidad de emprendedurismo, también no cuentan con plan financiero de recuperación de sus capitales, el cual servirá para dar las pautas del tiempo que se espera recuperar del dinero invertido.

**Resistencia al cambio:** no se cuenta con una actualización en la producción agrícola, debido a que los productos que actualmente produce son de forma natural, y esto al día de hoy es necesario contar con la nueva tecnologías para incrementar las producciones y así ser más efectivos y competitivo.

**Poca capacidad de conocimientos y habilidades:** no cuenta con las destrezas y preparación necesaria para el desarrollo adecuado e innovador de una finca integral, que busca brindarle a sus clientes método de aprendizajes innovadores en el área de la agronomía.

**Deficiente infraestructura física y de servicios:** falta de un nuevo enfoque de infraestructura que ofrezca un valor agregado a centro de capacitación como ser: una piscina, área deportiva y mini supermercado con cafetería.

**Falta de capacitación específica en la agricultura:** en el área de la capacitación se identifica una falta generalizada de programas integrados para capacitación en agricultura. Esta falta es grave en todos los niveles de formación; es decir, para profesionales, técnicos y productores. Las deficiencias en la formación de los pequeños productores en aspectos técnicos, económicos, administrativos y de gestión, son resultado del sistema de desarrollo excluyente.

**Limitada capacidad tecnológica de la finca:** debido a falta de preparación de la persona actualmente encargada y del poco interés por desarrollar una finca integral innovadora y moderna.

**Costos de producción relativamente altos:** debido a la ineficiencia en el manejo de las empresas y débil organización comercial. Esta situación está muy ligada a la economía de escala y a la organización empresarial, ya que lo corriente es que quien produce a nivel de transformación sea quien comercializa, compra la materia prima y dirige la producción.

**Pagos de impuesto:** debido a las nuevas reformas tributarias impuesta por el estado provocan en los pequeños empresarios una disconformidad debido a la gran cantidad de capital que deben aportar a estas instituciones (Maradiaga, 2015).

## **FACTORES DE ÉXITO EN FINCA LOMA LINDA EN TIEMPOS ANTERIORES**

Finca Loma Linda contaba con los siguientes factores o características importantes que por muchos años logro tener éxito en el funcionamiento como centro de capacitación entre ellos mencionamos:

- Administración responsable para desarrollar actividades organizativas
- Contaba con disponibilidad básica de recurso humano e infraestructura social básica
- Existía conocimiento básico para la producción en el área agrícola
- Disponibilidad de tiempo
- Apoyo de instituciones para su desarrollo y sostenibilidad
- Capacitación y asistencia técnica
- Ubicación geográfica
- Uso de tecnología

## **2.2 CONCEPTUALIZACIÓN**

El marco conceptual del presente documento facilita el análisis de las fincas integrales como empresa de servicios orientados a la capacitación agrícola, con áreas recreativas y mini supermercado con cafetería, permitiéndole ser una empresa atractiva para el cliente. Y al mismo tiempo, permite comprender la importancia de un enfoque óptimo que desarrolle su potencial mejorando su rentabilidad, y aportando a la economía del país con la generación de empleos.

**Finca Integral:** Según Requena & Vicuña Barroso (2008) es un modelo productivo donde se integran los diferentes sistemas de producción, tanto agrícola como pecuario y social para lograr una determinada extensión de terreno y maximizar los recursos físicos. Es una unidad de producción agropecuaria que pueda desarrollarse en un área de media a muchas hectáreas produce una alta diversidad de productos, optimiza el uso de los recursos naturales, mediante el manejo de tecnología a bajo costos y riegos, a su vez un desarrollo endógeno autosostenible de carácter económico.

**Monocultivo:** Según WorldRainforest (2010) existen para aumentar la productividad de un producto, ya sea caucho, madera, aceite de palma, mandioca o azúcar. Es por ello que se refiere a las plantaciones de gran extensión con el cultivo de una sola especie, con los mismos patrones, resultando en una similitud genética, utilizando los mismos métodos de cultivo para toda la plantación (control de plagas, fertilización y alta estandarización de la producción), lo que hace más eficiente la producción a gran escala.

**Policultivo:** Según Galán (2008) permiten que el agricultor utilice más eficientemente el suelo y otros recursos disponibles. Con la combinación diversa de cultivos, árboles, animales y peces para garantizar la diversidad de fuentes de alimento, forraje y fibra, así como el uso complementario de los recursos naturales.

**Biodiversidad:** Según Solbrig (2004) es la propiedad de los sistemas vivos de ser distintos, es decir, diferentes entre sí; no es una entidad, sino una propiedad o un elemento fundamental de todos los sistemas biológicos.

**Pequeña Escala:** Según Proctor & Lucchesi (2009) son limitaciones en cuanto a activos en contextos territoriales y regionales donde hay cierto nivel de crecimiento económico y desarrollo social. La industria a gran escala y a pequeña escala se refiere al tamaño de la empresa en cuanto al número de empleados y a veces en cuanto a la facturación anual.

**Agroecología:** Según Restrepo M, Angel S., & Prager M. (2010) incorpora ideas sobre un enfoque de la agricultura más ligado al medio ambiente y más sensible socialmente; centrada no sólo en la producción sino también en la sostenibilidad ecológica del sistema de producción.

**Capacitación:** Según Chiavenato (2007) es el proceso educativo de corto plazo, aplicando de manera sistemática y organizada, por medio del cual las personas adquieren conocimientos, desarrollan habilidades y competencias en función de objetivos definidos.

**Tecnología:** Según Bunge (2006) es un conjunto de teorías y técnicas que permiten el aprovechamiento práctico del conocimiento científico y los avances de la materia tecnológica. Así como también es el conjunto de saberes que comprende aquellos conocimientos prácticos, o técnicos, de tipo mecánico o industrial, que posibilitan al hombre modificar las condiciones naturales para hacer su vida más útil y placentera.

**Producción:** Según Kotler & Armstrong (2003) se encarga de buscar elevada eficiencia en la producción, costos bajos y distribución masiva. Suponen que los clientes se fijan más en la disponibilidad y los precios bajos.

**Finca Campesina:** se considera como parte de la economía familiar, que comprende la economía del hogar y la economía de la finca. La familia pone la tierra mano de obra y capital, parte de la producción de consumo propio y la otra parte genera ingresos por la venta de productos agropecuarios (Mairich, s. f.)

**Sustentabilidad:** Para Harrington (1992) se define por un conjunto de requerimientos que deben ser enfrentados por cualquier finca, a pesar de las amplias.

**Medio Ambiente:** Es el entorno vital que comprende el conjunto de factores físico – naturales, sociales, culturales, económicos y estéticos que interactúan tanto entre sí, como con el individuo y con la comunidad en la que vive, determinando su forma, carácter, relación y supervivencia. A pesar de la idea común que el medio ambiente solo incluye flora, fauna y hábitats naturales, en realidad el concepto es mucho más amplio. Según la Corporación Interamericana de Inversiones, el medio ambiente incluye todos los temas de la biodiversidad; calidad ambiental; salud y seguridad pública; salud y seguridad de los trabajadores; peligros principales y la contaminación del predio (Rojas, 2005, p. 6).

**Modelo de negocio:** Un modelo de negocio, también conocido como diseño de negocio, es la planificación que realiza una empresa respecto a los ingresos y beneficios que intenta obtener. En un modelo de negocio, se establecen las pautas a seguir para atraer clientes, definir ofertas de

producto e implementar estrategias publicitarias, entre muchas otras cuestiones vinculadas a la configuración de los recursos de la compañía(Hamel, 2013).

**Impacto Ambiental:**Es una acción o actividad que produce una alteración favorable o desfavorable en el medio ambiente o en alguno de los componentes del medio ambiente. Estos impactos ambientales pueden ser clasificados por varios temas, incluyendo: variación de la calidad ambiental (si es un impacto positivo o negativo); intensidad o grado de destrucción; extensión; momento en que se manifiesta (de corto, medio o largo plazo o si es inmediato o no); persistencia (temporal o permanente); capacidad de recuperación; relación de causa-efecto; interrelación de acciones y/o efectos; periodicidad (continuo o no, regular o no); y necesidad de aplicación de medidas correctoras(Rojas, 2005, p. 6).

## **2.3 ESTUDIOS DE FACTIBILIDAD**

Blanco R. (2007) define un estudios de factibilidad como el análisis comprensivo de los resultados financieros, económicos y sociales de una inversión, la fase de pre-inversión. Para lograr una evaluación integral que abarque los aspectos de mercado, técnicos, económicos y financieros, es necesario desarrollar las distintas fases o elementos que componen un estudio de factibilidad. Cada etapa o elemento permite obtener información valiosa para evaluar la pertinencia sostenibilidad y viabilidad de una idea u oportunidad de negocio.

Así mismo Blanco R. (2007) expresa el principal objetivo del estudio de factibilidad de un proyecto es determinar la viabilidad social, económica financiera haciendo uso de herramientas contables y económicas como lo son el cálculo de punto de equilibrio y el valor agregado, así como también el uso de herramientas financieras tales como el cálculo de la tasa interna de retorno (TIR) y el valor presente neto (VAN).

### **2.3.1 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS-ANÁLISIS DE LAS 4 P**

Según Palacios (2005) para los estudios de mercado se realizan una serie de actividades con el propósitos de facilitar la toma de decisiones sobre la forma más optimas de comercializar un producto o servicio. Para ello es necesario definir el producto o servicio, analizar la demande

u oferta, el precio y aspectos de comercialización con el objeto de estimar los posibles ingresos.

**Producto:** Conjunto de atributos (características, funciones, beneficios y usos) que le dan la capacidad para ser intercambiado o usado. Usualmente, es una combinación de aspectos tangibles e intangibles. Así, un producto puede ser una idea, una entidad física (un bien), un servicio o cualquier información de los tres. El producto existe para propósitos de intercambio y para la satisfacción de objetivos individuales y organizacionales (Kotler & Keller, 2006, p. 259).

**Precio:** Es la expresión de valor que tiene un producto o servicio, manifestado en términos monetarios u otros elementos de utilidad, que el comprador debe pagar al vendedor para lograr el conjunto de beneficios que resultan de tener o usar el producto o servicio (Kotler & Keller, 2006, p. 260).

**Plaza:** Es un conjunto de actividades que hace que el producto salga del fabricante y llegue al consumidor cuando lo necesite y en las condiciones que lo requiera. es una herramienta de la mercadotecnia que incluye un conjunto de estrategias, procesos y actividades necesarios para llevar los productos desde el punto de fabricación hasta el lugar en el que esté disponible para el cliente final (consumidor o usuario industrial) en las cantidades precisas, en condiciones óptimas de consumo o uso y en el momento y lugar en el que los clientes lo necesitan y/o desean (Kotler & Keller, 2006, p. 260).

**Promoción:** Es el conjunto de actividades, técnicas y métodos que se utilizan para lograr objetivos específicos, como informar, persuadir o recordar al público objetivo, acerca de los productos y/o servicios que se comercializan (Kotler & Keller, 2006, p. 260).

### **2.3.2 FACTIBILIDAD TÉCNICO-ADMINISTRATIVO-LEGAL**

Un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. Este análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita (Rosales Posas, 2005).

El objetivo del estudio técnico es determinar la infraestructura necesaria para el proyecto así poder especificar la capacidad instalada y utilizada en la empresa(Blanco R. 2007). Este estudio permitirá conocer todo lo implicado en tecnologías y herramientas necesarias para llevar a cabo la reactivación de Finca Loma Linda.

Este estudio deberá definir la función de producción que optimice el empleo de los recursos disponibles en la producción del bien o servicio del proyecto. De aquí podrá obtenerse la información de las necesidades de capital, mano de obra y recursos materiales, tanto para la puesta en marcha como para la posterior operación del proyecto(R. Sapag Chain & Sapag Chain, 2008).

### **2.3.3 VIABILIDAD ECONÓMICA-FINANCIERA**

El estudio financiero es el análisis de la capacidad de una empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo, y el análisis económico pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto.

Según Anzil (2012) el estudio financiero es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión. El cual puede analizar un nuevo emprendimiento, una organización en marcha, o bien una nueva inversión para una empresa, como puede ser la creación de una nueva área de negocios, la compra de otra empresa o una inversión en una nueva planta de producción.

El análisis financiero es una ciencia y un arte, el valor de éste radica en que se pueden utilizar ciertas relaciones cuantitativas para diagnosticar los aspectos fuertes y débiles del desempeño de una compañía(WESTON, 1995).

Por otra parte Blanco R.. (2007) menciona que este estudio se construye con la información resultante del estudio de mercado, técnico y la transformación en valores, es por ello que el objetivo principal de este estudio es organizar y procesar la información que se tiene para la obtención de resultados que sirva de base para su evaluación.

### **2.3.4 IMPACTO SOCIAL Y AMBIENTAL**

La evaluación social estima los efectos del proyecto sobre la población local para determinar los grados de rechazo o aceptación del mismo, considerando los impactos directos e indirectos y la evaluación ambiental, que consiste en analizar en qué medida el proyecto salvaguarda el equilibrio del entorno (Amorós, 2000).

Sin embargo Varela (2008) los estudios de impacto ambiental y social deben analizar los siguientes temas: cantidad y riesgos de emisiones, efluentes y residuos de la operación productiva, riesgos para los trabajadores, mecanismos de higiene y seguridad industrial y efectos sobre recursos naturales y ecosistemas, efectos positivos y negativos de la empresa en generación de empleo, pago de impuestos, educación, salud y recreación, acercamiento con la comunidad, servicios que la empresa demandará de la comunidad, efectos sobre la cultura y condiciones de vida de la comunidad y mecanismos de equilibrio social.

La evaluación de la factibilidad o viabilidad ambiental tiene por objetivo la identificación, predicción e interpretación de los impactos ambientales que un proyecto produciría en caso de ser ejecutado, así como la prevención, corrección y valoración del mismo; todo ello con el fin de ser aceptado, modificado o rechazado por parte de los órganos competentes (Amorós, 2000).

Este proceso busca identificar, cuantificar y valorar los diversos impactos de un proyecto sobre el entorno, tanto en el corto como en el largo plazo: en qué medida el proyecto modifica las características físicas y biológicas del entorno. También debe analizar con profundidad los posibles efectos del entorno sobre el proyecto: en qué manera y en qué medida las características físico-bióticas del entorno pueden afectar el diseño o el desarrollo del proyecto (Amorós, 2000).

## **CAPÍTULO III. METODOLOGÍA**

En este capítulo se presenta la metodología utilizada, la cual comprende la descripción de los lineamientos de la investigación; a través del tipo de estudio, diseño de la investigación, población muestra, técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad de los resultados, técnicas de análisis así como los instrumentos de la investigación.

### **3.1 CONGRUENCIA METODOLÓGICA**

#### **3.1.1 LA MATRIZ METODOLÓGICA**

**Tabla 1. Matriz Metodológica**

Título	Problema	Preguntas de Investigación	Objetivos		Variables	
			General	Específicos	Independiente	Dependiente
ALTERNATIVA DE FORTALECIMIENTO PARA LA REACTIVACIÓN Y SOSTENIBILIDAD DE LA FINCA LOMA LINDA EN TEGUCIGALPA	Falta de alternativas o una guía viable para la reactivación de la finca loma linda. ¿Cuáles serían los escenarios más factibles o adecuados para generar el nuevo concepto de finca loma linda que le permitan incrementar la productividad?	1. ¿Cuáles serían los escenarios más factibles o adecuados para generar el nuevo concepto de finca loma linda?	Determinar el nuevo concepto operativo de la Finca Loma Linda, mediante la propuesta de un modelo de negocios basado en tres escenarios, para poder establecer una sostenibilidad desde el punto de vista social empresarial y ambiental en dicha institución.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Identificar los determinantes de éxito y fracaso de la Finca Loma Linda.</li> </ul>	1. Variabilidad. 2. Conocimiento. 3. Habilidad. 4. Entrenamiento De Manejo. 5. Capacidad. 6. Estandarización. 7. Excepciones. 8. Definición De Operaciones. 9. Disponibilidad. 10. Definiciones.	Modelo de negocios con 3 escenarios para la reactivación y sostenibilidad de la Finca Loma Linda
		2. ¿Cuáles son los factores por los que cuales el centro de capacitaciones finca loma linda no ha tenido una reingeniería de su concepto?		<ul style="list-style-type: none"> <li>Analizar el modelo de negocios basado en los escenarios para la reactivación de la Finca Loma Linda para alcanzar la sostenibilidad de la misma.</li> </ul>		
		3. ¿Cuáles serían los factores que permiten potenciar el centro de capacitación finca loma linda?		<ul style="list-style-type: none"> <li>Definir alternativas para normalizar el modelo de negocios que tuvo la Finca Loma Linda en épocas anteriores.</li> </ul>		
		4. ¿Qué cambios se deben realizar para reactivar y potencializar el centro de capacitaciones loma linda?		<ul style="list-style-type: none"> <li>Proponer los escenarios adecuados sobre el cual el decisor tenga oportunidad de decisión del negocio.</li> </ul>		

### 3.1.2. OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES

Tabla 2. Operacionalización de las variables

Variable Independiente	Definición		Dimensiones	Indicador	Items	Categorías	Escala
	Conceptual	Operacional					
<b>Conocimiento</b>	Facultad del ser humano para comprender por medio de la razón, la naturaleza, cualidades y relaciones de las cosas.	Forma de implementar procesos, procedimientos para la ampliación del conocimiento y práctica.	Intuición	Resultados que genera el buen manejo de la Finca Loma Linda.	2. Que es lo que toma en cuenta usted para la selección de un centro de capacitación?	Conocimiento	1
						Calidad	2
						Instalaciones	3
						Otros	4
<b>Variabilidad</b>	Es la propiedad de aquello que es variable. Calidad de las cosas que tienden a cambiar o transformarse.	Forma de implementar los nuevos modelos de capacitación en Finca Loma Linda, y manejo de los diferentes servicios que ofrece.	Versatilidad	Cambios realizados para el buen funcionamiento de la Finca Loma Linda.	3. Si existiera un centro de capacitación que le ofreciera una variedad de servicios adicionales a un auditorio, contrataría el servicio?	Si	1
						No	2
<b>Habilidad</b>	Capacidad de una persona para hacer una cosa correctamente y con facilidad.	Formas que se implementan las capacitaciones y manejo de logística de la Finca Loma Linda.	Experiencia	Resultados obtendrán a través de las capacitaciones que se implementaran.	5. Si el local es muy adecuado y le ofrecen instalaciones perfectas conjunto a elementos como alimentación y hospedaje? Contrataría la empresa?	Si	1
						No	2
<b>Comodidad</b>	Cosa (normalmente material) que hace la vida más fácil, hace sentirse cómodo o facilita la estancia en un lugar o la realización de las tareas.	Instalaciones físicas de Finca Loma Linda donde se realizan la capacitación y las habitaciones donde se hospedarán los clientes.	Bienestar	Forma en que los clientes se sienten una vez recibida las capacitaciones.	4. Qué esperarías usted de un centro de capacitación nuevo?	Instalaciones adecuadas	1
						Modernas	2
						Hospedaje	3
						Alimentación	4
						Clima Agradable	5
						Posean todos los servicios	6
<b>Capacidad</b>	Propiedad de poder tener cierta cantidad de alguna cosa hasta un límite determinado.	Finca Loma Linda proporcione muchas capacitaciones por mes, tener capacidad de varias capacitaciones por día.	Volumen	Capacitaciones implementadas	9. Qué número de empleados capacita anualmente?	Uno a Diez	1
						Once a Veinte	2
						Veinte y un a más	3
<b>Estandarización</b>	Que sirve de patrón o modelo o punto de referencia para medir o valorar cosas de la misma especie.	Procesos y procedimientos definidos para el funcionamiento eficiente de la Finca Loma Linda.	Modelo	Procedimientos aplicados.	6. El rango de capacitación de su personal al año está entre 1-10?	Si	1
						No	2
						Cuántas	3
<b>Operaciones</b>	Ejecución de maniobra metódicas y sistemáticas sobre cuerpos, números, datos, etcétera para lograr un determinado fin.	Capacitaciones de lunes a sábado, en horarios extendidos de 8:00am a 6:00pm.	Sistematización	Funcionamiento eficiente del centro de capacitaciones de Finca Loma Linda.	12. En los centros de capacitación le gustaría que estos contaran con áreas recreativas y tiendas de conveniencia?	Si	1
						No	2
Variable Dependiente	Definición		Dimensiones	Indicador	Items	Categorías	Escala
<b>Modelo de negocios con los 3 escenarios para la reactivación y sostenibilidad de la Finca Loma Linda</b>	Opciones inexistentes para la solución de una dificultad.	Estancamiento y la mala administración de Finca Loma Linda	Problema	Fallas en el funcionamiento de la Finca Loma Linda.	¿Cuáles serían los escenarios más factibles o adecuados para generar el nuevo concepto de finca Loma Linda que le permitan incrementar la rentabilidad y sostenibilidad?	Finca Loma Linda aprendiendo haciendo	1
						Finca Loma Linda con áreas recreativas	2
						Finca Loma Linda con tienda de conveniencia y áreas recreativas	3

### 3.1.3 VARIABLES

- Variable Dependiente: Modelo de negocios con 3 escenarios para la reactivación y sostenibilidad de la Finca Loma Linda
- Variables Independientes:
  - Conocimiento
  - Variabilidad
  - Habilidad
  - Comodidad
  - Capacidad
  - Estandarización
  - Operaciones

#### **Modelo de negocios con 3 escenarios para la reactivación y sostenibilidad de la Finca Loma**

**Linda:** Es importante el establecimiento de tres escenarios que le permitan brindar una acción factible para la reactivación de la misma. Mediante la investigación de los escenarios podremos determinar qué escenario se adecua más para el establecimiento de la Finca

**Conocimiento:** Esta variable independiente es necesaria para el manejo de la Finca Loma Linda en cuanto a los procesos y procedimientos que se realizan en dicha institución.

**Variabilidad:** Es necesario poder tener el conocimiento sobre los materias, equipos y proveedores para poder abastecer de manera eficaz y eficiente la Finca Loma Linda.

**Habilidad:** Se debe conocer la importancia de tener habilidades prácticas en el manejo de la Finca Loma Linda.

**Comodidad:** Se necesita a su vez que Finca Loma Linda cuente con unas instalaciones modernas, adecuadas y seguras para brindar manera efectiva las capacitaciones que se realizarán.

**Capacidad:** Se enfoca en poder brindar salones que cumplan con las necesidades y las demandas por las empresas o instituciones que lo soliciten.

**Estandarización:** Se basa en poder estandarizar todos los procesos y procedimientos que tiene Finca Loma Linda para la ejecución al momento de proporcionar las capacitaciones.

**Operaciones:** Poder determinar en Finca Loma Linda las nuevas áreas tanto recreativas como tiendas de conveniencia.

### 3.2 ENFOQUE Y MÉTODOS

#### ENFOQUE

La presente investigación es de carácter descriptivo bajo un enfoque mixto, es de componentes cuantitativos y cualitativos, pero más inclinado al enfoque cuantitativo ya que se realizó un análisis de pre factibilidad para el mejoramiento de la Finca Loma Linda, esto indica situaciones y conceptos esenciales en forma flexible.

El enfoque mixto significa mayor amplitud, profundidad, diversidad, riqueza interpretativa y sentido de comprensión (Sampieri H. & Collado F., 2006a).

Recapitulando la información de la literatura de diferentes fuentes como ser: libros, tesis, folletos, revistas y cualquier otro tipo de información que brindaron las instituciones, en el enfoque cuantitativo se aplicaron técnicas adecuadas al diseño (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010).

La forma en que se realizó la combinación metodológica fue la siguiente: primero se utilizaron técnicas cualitativas que nos ayudaron a comprender la situación de la organización a lo interno y a lo externo, para poder potencializar la empresa logrando obtener una visión más amplia del panorama de la Finca Loma Linda, a partir de esta primera parte se realizaron las preguntas de investigación y se generaron las variables. En la siguiente fase que fue la de recopilación de los datos para el análisis se utilizaron técnicas de ambos enfoques (cualitativos y cuantitativos) que nos ayudaron a lograr la precisión de la investigación para asumir las conclusiones y generalidades del proyecto.

#### MÉTODOS

Los métodos de la investigación utilizados son los siguientes:

**Método Deductivo:** es un método de razonamiento que consiste en tomar conclusiones generales para explicaciones particulares. El método se inicia con el análisis de los postulados, teoremas,

leyes, principios, de aplicación universal y de comprobada validez, para aplicarlos a soluciones o hechos particulares(Bernal Torres, 2006).

**Método analítico:** es un procesocognoscitivo, que consiste en descomponer un objeto de estudio separando cada una de las partes del todo para estudiarlas de forma individual(Bernal Torres, 2006).

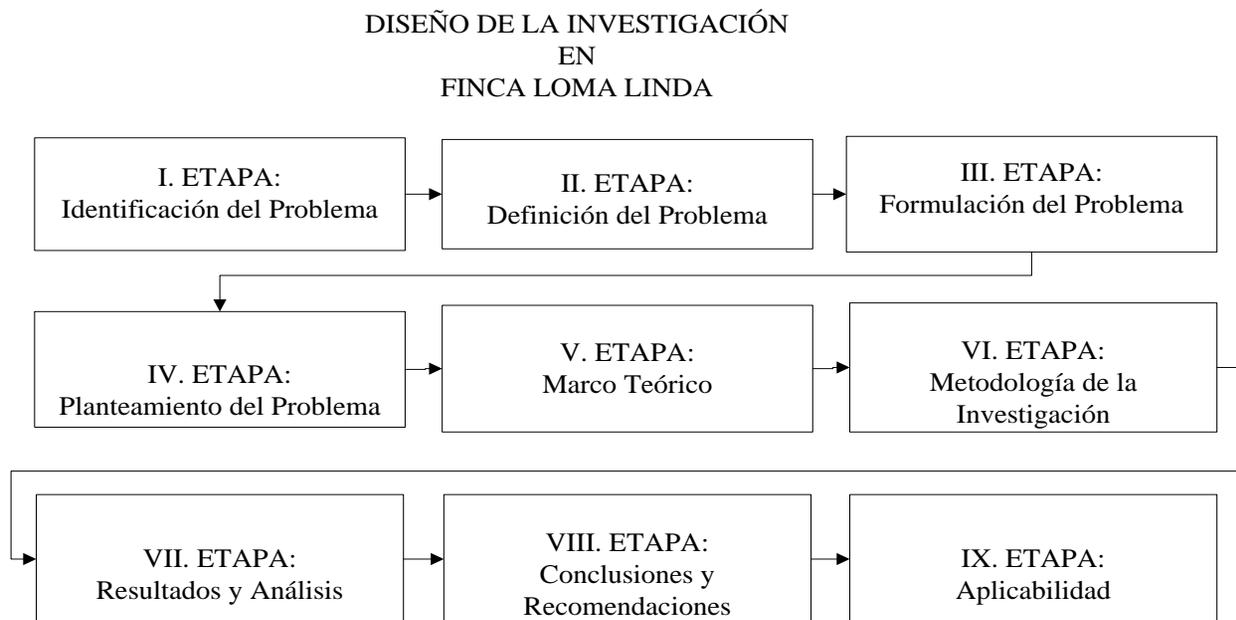
**Método histórico y comparativo:** es un procedimiento de investigación y esclarecimiento de los fenómenos culturales que consiste en establecer semejanza de dicho fenómenos, infiriendo una conclusión acerca de su parentesco genético, es decir de su origen común(Bernal Torres, 2006).

**El diseño se la investigación es el no experimental trasversal:**porque solo se recolectaron datos en un solo momento, en un tiempo único. Con el propósito de describir variables analizando su incidencia e interrelación en un momento dado, con el objetivo de analizar los posible escenarios de la investigación. El diseño del estudio se desarrolló en cuatro etapas. La primera etapa análisis de mercado, seguido por un estudio técnico administrativo legal, la tercera parte fue un estudio económico financiero y el estudio social y ambiental(Hernández Sampieri et al., 2010).

**Método Descriptivo:**es un método científico que implica observar y describir el comportamiento de un sujeto sin influir sobre él de ninguna manera, es frecuentemente usada como un antecedente a los diseños de investigación cuantitativa, representa el panorama general destinado a dar algunos valiosos consejos acerca de cuáles son las variables que valen la pena probar cuantitativamente(Sampieri H. & Collado F., 2006b, p. 369).

**Método Inductivo:** es aquel método científico que obtiene conclusiones generales a partir de premisas particulares(Sampieri H. & Collado F., 2006b, p. 369).

### 3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN



**Figura 3. Diseño de la investigación en Finca Loma Linda**

#### 3.3.1 POBLACIÓN

Para realizar la investigación se determinó que el sujeto de análisis estaría conformado por todas las empresas y organizaciones medianas y grandes tanto públicas como privadas de Tegucigalpa, con rubro comercial, industrial y financiero.

Actualmente en Honduras se torna complicado obtener un dato exacto de las medianas y grandes empresas y/u organizaciones que se encuentran funcionando. Sin embargo existen una serie de instituciones con diferentes bases de datos. Por lo cual, el marco muestral que se utilizó fue la base de datos actualizada del Instituto Nacional de Estadísticas de Honduras (INE) hasta el mes de Agosto 2015, encontrándose en Tegucigalpa un registro de 26,800 empresas de todo clase de rubro y tamaño; de las cuales se tomó en cuenta las establecidas en Francisco Morazán seleccionando las empresas con rubro comercial, industrial y financiero un total de 5000 empresas y organizaciones (INE, 2015).

## **Población Meta**

La población meta está representada por las Pequeñas y Medianas Empresas y/u Organizaciones tanto públicas como privadas, clasificando las mismas respecto al giro de las actividades que realizan como ser:

- Comercio: es decir la venta de alimentos, venta de textiles ropa y calzado, comercio al por menor, restaurantes, café y hoteles.
- Industrial: es decir la fabricación de productos de panadería, fabricación de productos alimenticios, fabricación de textiles, sastrerías, zapaterías, industria de la madera, fabricación de muebles, fabricación de productos metálicos, entre otros.
- Financiero: realizan actividades préstamos bancarios, fiduciarios e hipotecario, tarjetas de crédito.

**Tabla 3. Caracterización del población**

<b>Variables Geográficas</b>	
Región de país	Parte central de Honduras
Densidad	Urbano y Rural
<b>Variables Psicográficas</b>	
Clase social:	Clase trabajadora y clase media.
<b>Variables Demográficos</b>	
Empresas y/u organizaciones:	Medianas y Grandes
Rubro:	Industrial, Comercial y Financiero

### Procedimiento del Muestreo

El procedimiento de muestreo que se utilizará es el probabilístico. Ya que en una muestra aleatoria simple tenemos más seguridad de que se encuentran representadas las características importantes de la población en la proporción que les corresponde. Para la obtención de la muestra se utilizó el método de muestreo proporcional, es importante mencionar que para la obtención de la muestra se consideró un dato de error permisible de 5%, un coeficiente de confianza de 1.96 y una probabilidad de éxito y de fracaso del 5%.

#### 3.3.2 MUESTRA

Se encontró en Tegucigalpa Francisco Morazán 5000 Empresas y Organizaciones (financiero, comercio e industrial) registradas en el Instituto Nacional de Estadísticas de Honduras, las cuales son tanto públicas como privadas. Para la obtención de la muestra se utilizó la siguiente fórmula, debido a que es un universo finito, con una población menor a 10,000.

Población Finita

$$n = \frac{k^2 \sigma^2 N}{Ne^2 + k^2 \sigma^2}$$

Dónde:

n= tamaño de la muestra

N= Total de la población Finita (5,000 número de empresas consideradas)

k= 1.96 (95%, Nivel de confianza)

e= 0.05 Margen de error

$\sigma$  = 0.5 Nivel de Heterogeneidad

**Población Finita Sustituyendo:**

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)^2(5000)}{(5000)(0.10)^2 + (1.96)^2(0.5)^2} = 95 \text{ encuestas}$$

De acuerdo a la fórmula que se aplicó, se obtuvo una muestra de 95 encuestas, considerando que este dato es una muestra representativa en donde se obtuvo la información necesaria para el análisis de la situación de la Finca Loma Linda especificada en el presente documento. Ver anexo 3.

**3.3.3 UNIDAD DE ANÁLISIS**

En cuanto a la unidad de análisis se determinó la investigación de organizaciones y empresas a las cuales se les realizaron las encuestas donde se obtuvieron los resultados esperados de la población finita que se analizó, por lo que se obtuvieron datos pertinentes sobre los atributos, conceptos y variables que se denominaron en la unidad de análisis y resultados.

**3.3.4 UNIDAD DE RESPUESTA**

En la unidad de resultado se denominó que se representó de forma de conteo y cantidades tales como ser: el porcentaje de las encuesta en total, como también unidades de personas de acuerdo a cada pregunta y la cantidad en lempiras que gasta cada empresa para el análisis de los resultados obtenidos de la encuesta que se realizó a las empresas y organizaciones de la población finita.

**3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS APLICADOS**

En la presente investigación se emplearon técnicas, como la entrevista, la encuesta, el análisis FODA, estudio de mercado, estudio técnico o de operaciones, estudio económico-financiero, estudio social y ambiental. Se optaron por estas técnicas de investigación cuantitativas

y cualitativas, porque permiten tener una comprensión de las percepciones y la verificación con datos reales.

### **3.4.1 TÉCNICAS**

#### **3.4.1.1 ENTREVISTA**

Se realizó una entrevista a la señora Cándida Maradiaga la cual es la propietaria de Finca Loma Linda. Mediante una serie de preguntas abiertas para la obtención de información actual sobre el concepto que tiene Finca Loma Linda, la que se llevó a cabo a través de un diálogo directo con la administradora en sus instalaciones donde reside de forma presencial. Ver anexo 2.

#### **3.4.1.2 ENCUESTA**

La herramienta utilizada para la investigación se basó mediante una encuesta compuesta por 15 interrogantes, la cual consiste en un conjunto de preguntas tanto abiertas y cerradas diseñadas para obtener la información necesaria para alcanzar los objetivos del proyecto de investigación. Se trata de un plan formal para realizar una propuesta para la reactivación de la Finca Loma Linda. Ver anexo 1.

#### **3.4.1.3 ANÁLISIS FODA**

Se realizó un FODA que consistió en obtención de las oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades que presentan Finca Loma Linda ubicada en la carretera camino a Valle de Ángeles, con el fin de examinar las condiciones internas y externas a las que se refleja la organización para así poder realizar la alternativas del fortalecimiento del nuevo concepto de la Finca Loma Linda.

#### **3.4.1.4 ESTUDIO TÉCNICO ADMINISTRATIVO**

Se realizó un estudio técnico administrativo en el cual se determinó los siguientes requisitos que tendrán influencias en los costos de este tipo de organización: tipo de instalaciones para brindar el servicio de una finca integrada y valor agregado en los otros dos escenarios,

tamaño de adecuación de las parcelas que se les realizara curvas a nivel para la siembra, perfil de puestos de los colaboradores de la finca, tipo de proveedores para el abastecimiento del área agrícola y comercial, tipos de área de recreación y los parámetros legales para la constitución del nuevo concepto de Finca Loma Linda(N. Sapag Chain, 2001).

#### **3.4.1.5 ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO**

Se realizó un estudio económico financiero donde se incorporaron los resultados de la investigación de mercado para las proyecciones del nuevo concepto de la Finca Loma Linda y los niveles de consumo del servicio generando proyecciones de ingreso, e integrando los costos que nos brindó el estudio técnico administrativo y las proyecciones de ingreso provenientes del estudio de mercadeo, obteniendo los parámetros que ayudaron a determinar la factibilidad financiera de Finca Loma Linda Sapag Chain ( 2001): flujo de efectivo y estado de resultado a tres años, tasa de interés de retorno, valores actuales netos, análisis de sensibilidad y análisis de riesgo.

#### **3.4.1.6 TASA INTERNA DE RENDIMIENTO (TIR)**

Este método se realizó para encontrar la tasa la tasa que se debe desembolsar de los flujos positivos de efectivo, de tal manera que el valor actual sea igual a la inversión. Por lo que la tasa que se obtiene es el rendimiento de la inversión tomado en consideración que el dinero genera un costo través del tiempo. Este rendimiento se debe comparar con el costo de capital de la empresa (Ramírez Padilla, 2008).

#### **3.4.1.7 VALOR PRESENTE NETO O VALOR ACTUAL NETO (VPN Ó VAN)**

Este método se realizó con el objetivo de traer todos los flujos positivos de efectivo o negativos de acuerdo a como sea el caso a valor presente de acuerdo a una tasa de interés dada (lamínima tasa a la que se descuenta dicho flujo debe ser la del costo de capital) para poder compararlos con el monto de inversión. Si el resultado es positivo, la inversión para el negocio es

positiva y se recomienda invertir, si es negativa no se recomienda llevar a cabo el proyecto (Ramírez Padilla, 2008).

### **3.4.1.8 MÉTODO DE PERÍODO DE RECUPERACIÓN**

Se utilizó este método con el objetivo de determinar en cuanto tiempo se recupera la inversión. Al usarlo, es necesario elegir los proyectos que se recuperen más rápidamente (Ramírez Padilla, 2008).

Cuando se trata de flujos iguales durante la vida del proyecto, la fórmula para calcularlo es:

$$\text{Periodo de recuperación} = \frac{\text{Inversión}}{\text{Flujo de efectivo real}}$$

### **3.4.1.9 ESTADO DE RESULTADOS**

El estado de resultado brindó un resumen de los ingresos y gastos de la entidad durante un cierto periodo que puede ser un mes, un trimestre, o un año. El estado de resultado también conocido como estado de ganancias o estado de operaciones, es como una película en movimiento de la organización de las operaciones realizadas durante un periodo. Por lo que este mantiene la información más importante acerca de la empresa (Federación Internacional de Contadores, 2011).

### **3.4.1.10 ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO**

Según la federación internacional de contadores (2011) nos indicó que la información acerca de los flujos de efectivo es útil porque suministra a los usuarios de los estados financieros las bases para evaluar la capacidad que tiene la entidad para generar efectivo y equivalentes al efectivo, así como las necesidades de liquidez que ésta tiene. Para tomar decisiones económicas, los usuarios deben evaluar la capacidad que la entidad tiene de generar efectivo y equivalentes al efectivo, así como las fechas en que se producen y el grado de certidumbre relativa de su aparición (p. 93).

### **3.4.1.11 RIESGO EN PROYECTOS DE INVERSIÓN**

El riesgo en un proyecto de inversión es aquel que nos da la posibilidad de obtener un resultado desfavorable al invertir en un escenario o evento que bien puede provocarse, pronosticarse o depender íntegramente de un azar. Riesgo es todo daño que se potencia en un proceso presente o futuro de un proyecto (Revista Voces, 2007, p. 50).

### **3.4.1.12 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD EN PROYECTOS DE INVERSIÓN**

Se realizó el análisis de sensibilidad con el objetivo de identificar las variaciones de factores como ser: inversión inicial, los flujos de caja o bien la tasa de interés. Los cambios en estos factores podrían modificar los resultados de la decisión, por lo que este análisis ayudo al decisor a introducir el riesgo en la selección de la inversión a tomar con el manejo de la sensibilidad, es posible establecer los intervalos de comportamiento aceptables para que el proyecto se torne rentable en su ejecución (Horngren, 2010).

## **3.4.2 ESTUDIO SOCIAL Y AMBIENTAL**

### **3.4.2.1 ESTUDIO SOCIAL**

Se realizó este estudio social con el objetivo de determinar los beneficios de la reactivación de Finca Loma Linda, como también las características socioeconómicas que nos brinda la localidad donde opera la organización, señalar los beneficios que obtendrá la comunidad durante la operación de la finca, adicionalmente se requiere expresar que se generaran empleos para personas de la localidad (Fonseca Mendoza, Rojas Méndez, & Vargas Reina, 2008).

### **3.4.2.2 ESTUDIO AMBIENTAL**

Se realizó el estudio ambiental con el objetivo de minimizar el impacto que causa al medio ambiente la Finca Loma Linda. Por lo que este impacto se midió de acuerdo a los

escenarios del nuevo concepto de la Finca Loma Linda debido a que van en un acenso uno del otro, convirtiéndose hasta un establecimiento comercial y enseñanza, donde se podría realizar un reciclaje por las actividades que se realizan en la organización. Separando los desechos orgánicos, los desechos inorgánicos y los químicos y fertilizantes, por lo que el reciclaje debe ser una estrategia de la empresa de una gestión integral de los residuos sólidos(Benavides & Vásquez, 2014).

### **3.4.2.3 ESTUDIO DE MERCADO**

Se realizó el estudio de mercado con el objetivo de planificar, recopilar, analizar y comunicar datos relevantes acerca del tamaño, poder de compra de los consumidores, disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor, con la finalidad de ayudar a los responsables de marketing a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing en una situación de mercado específica(Malhotra, Baalbaki, & Bechwati, 2009).

Según Kotler, Bloom, & Hayes (2004)un proyecto eficaz de estudio de mercado tiene cuatro etapas básicas:

Establecimiento de los objetivos del estudio y definición del problema que se intenta abordar: El primer paso en el estudio es establecer sus objetivos y definir el problema que se intenta abordar.

Realización de investigación exploratoria: Antes de llevar a cabo un estudio formal, los investigadores a menudo analizan los datos secundarios, observan las conductas y entrevistan informalmente a los grupos para comprender mejor la situación actual.

Búsqueda de información primaria: Se suele realizar de las siguientes maneras:

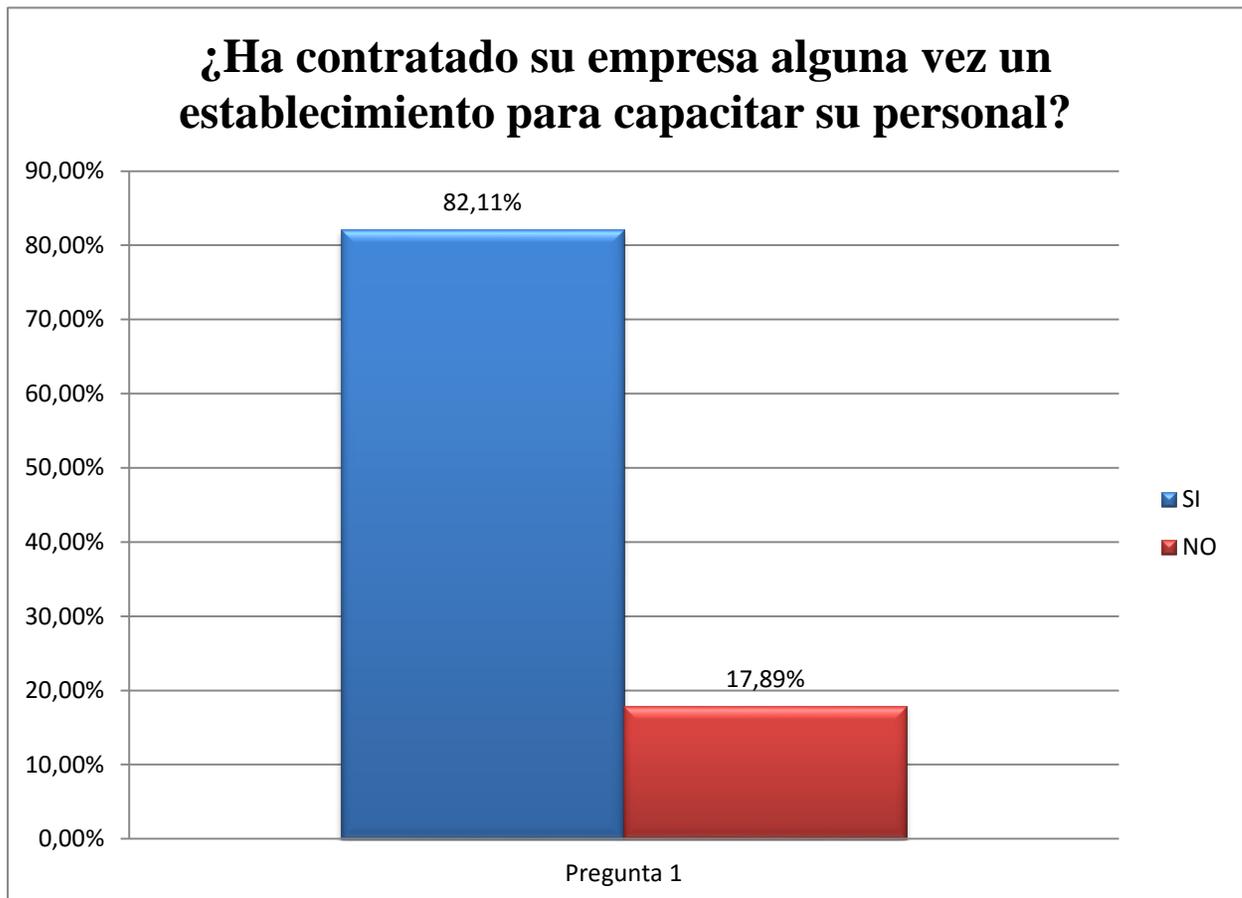
- Investigación basada en la observación
- Entrevistas cualitativas
- Entrevista grupal
- Investigación basada en encuestas
- Investigación experimental

Análisis de los datos y presentación del informe: La etapa final en el proceso de estudio de mercado es desarrollar una información y conclusión significativas para presentar al responsable de las decisiones que solicitó el estudio (p.98).

## CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS

Tomando como base los conceptos y elementos que comprenden el estudio de factibilidad de mercado, técnico, económico y financiero, social y ambiental se utilizaron para determinar la viabilidad y conveniencia de los 3 modelos de negocios propuestos en dicha investigación.

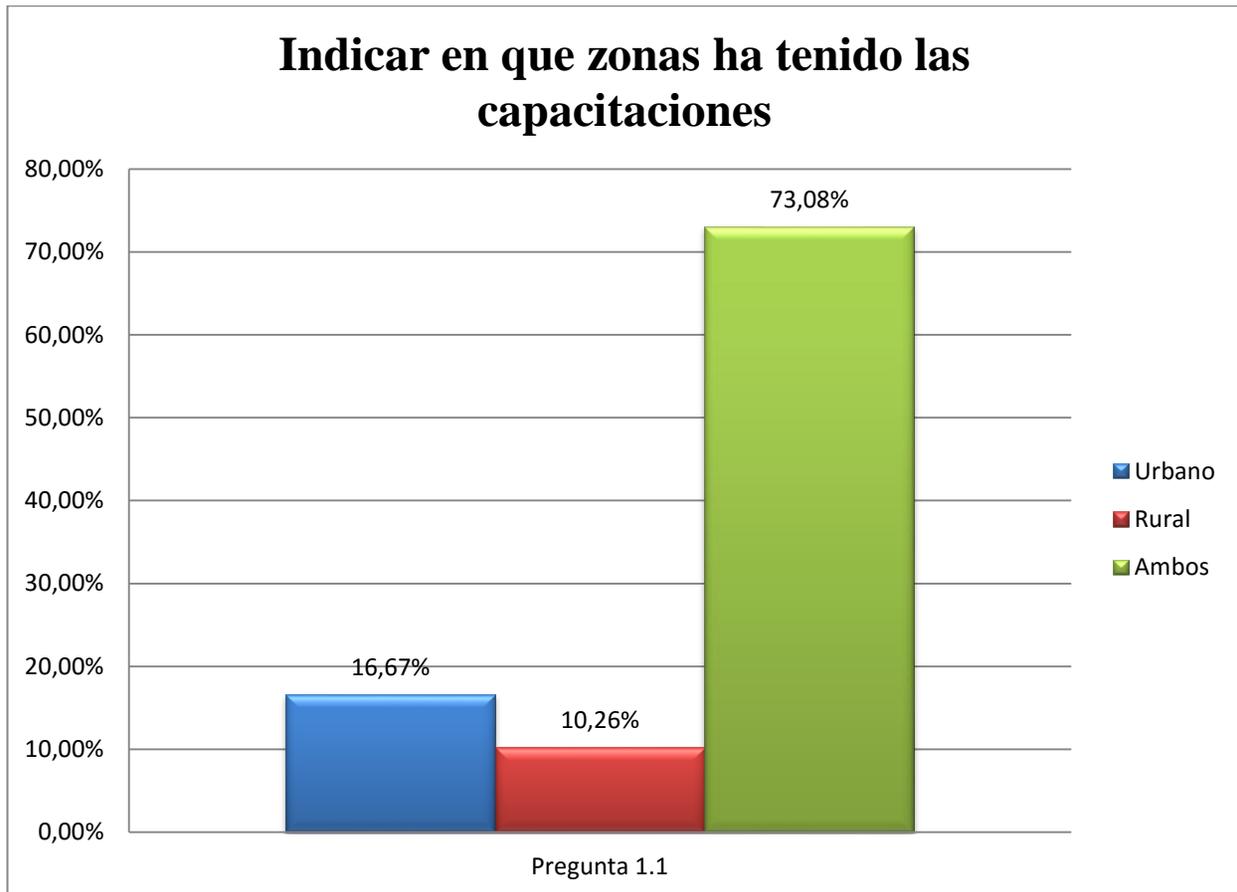
### 4.1 RESULTADO Y ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS



**Figura 4. Establecimiento para capacitar personal**

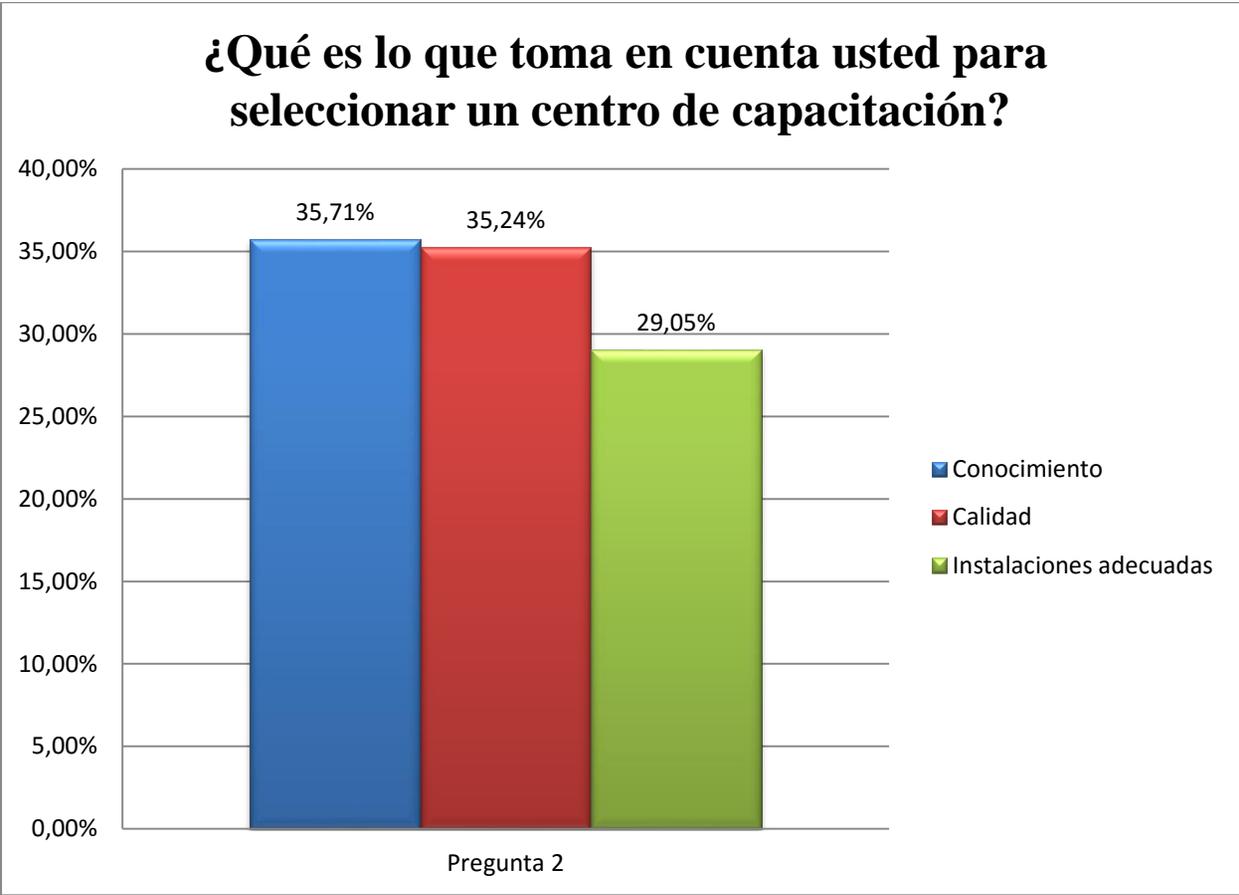
Como se puede observar en la Figura 4, el 82.11 por ciento de las empresas encuestadas si han contratado alguna vez un establecimiento para capacitar al personal que labora en dichas organizaciones, mientras que un 17.89 por ciento no han contratado este servicio debido a que cuenta con instalaciones propias, por lo que se puede concluir que Finca Loma Linda tiene

una oportunidad para aprovechar dicha brecha debido a que tiene el potencial para brindar las capacitaciones deseadas por el cliente.



**Figura 5. Zonas de capacitación**

Como se puede observar en la Figura 5, el 73.08 por ciento de la participación de las empresas está inclinada a contratar el servicio de capacitación en ambos rubros tanto urbano como rural, mientras que el 16.67 por ciento realiza capacitaciones en el casco urbano y el 10.26 por ciento contrata los servicios de capacitación en áreas rurales. Por lo que se puede concluir que Finca Loma Linda estaría adecuada para solventar la necesidad que demandan las organizaciones, ya que cuenta con una ubicación estratégica que puede brindar lo que solicitan el cliente en las encuestas realizadas.



**Figura 6. Seleccionar centro de capacitación**

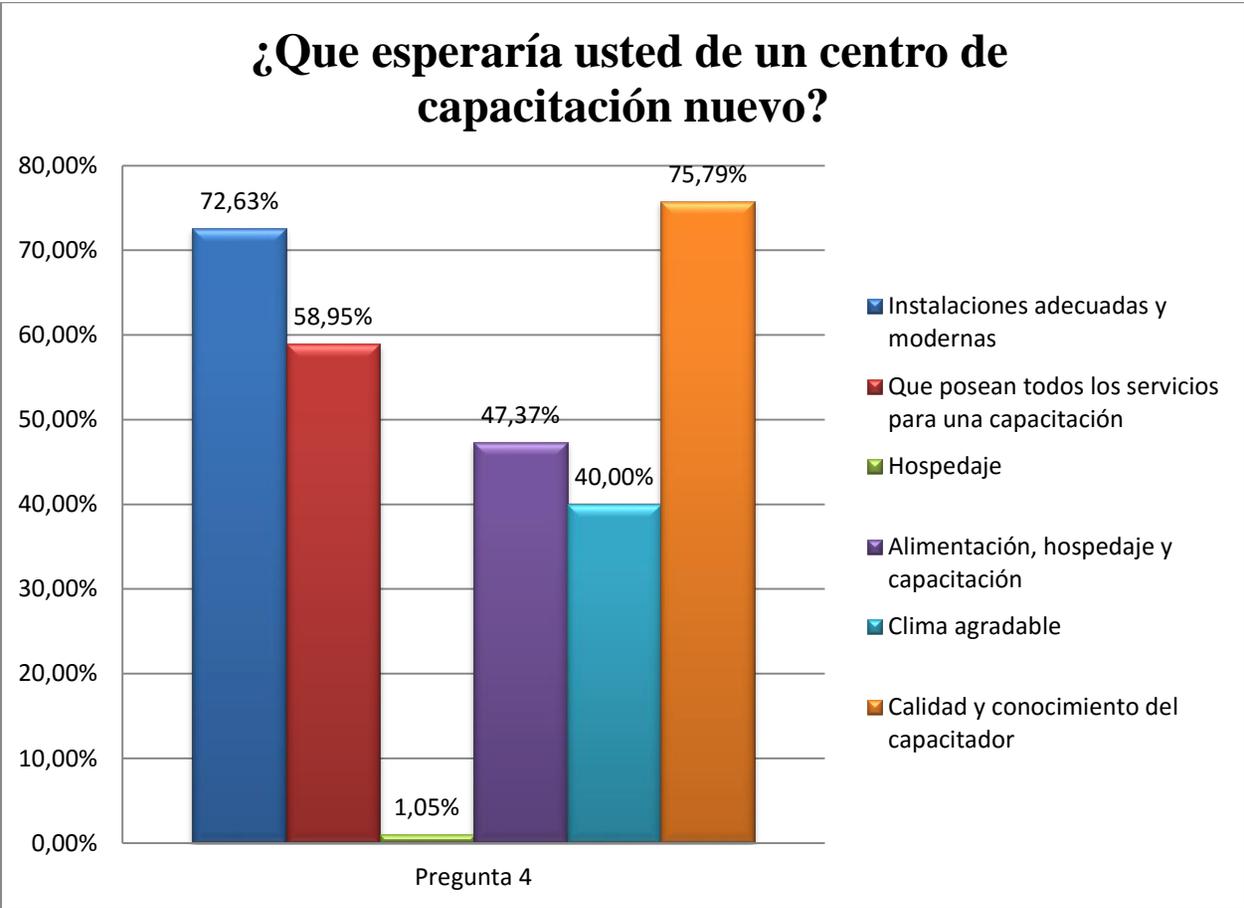
En la Figura 6, que el 35.71% de los encuestados al momento de seleccionar un centro de capacitación requieren que tengan el conocimiento necesario, mientras que el 35.24 por ciento toman en cuenta la calidad, no obstante por último el 29.05% de los encuestados solicitan que el centro de capacitación cuente con las instalaciones adecuadas. Por lo que se puede concluir que Finca Loma Linda al implementar la reactivación podría contar con las instalaciones, calidad y conocimiento que desean los encuestados lo cual brinda una oportunidad a dicha institución para poder tener una ventaja competitiva al tener las tres áreas mencionadas anteriormente.

**Si existiera un centro de capacitación que le ofreciera una variabilidad de servicios adicionales a un auditorio. ¿contrataría el servicio?**



**Figura 7. Variabilidad de servicios adicionales**

Como se puede observar en la Figura 7, el 100 por ciento de los encuestados sí contratarían un centro de capacitación que llene las expectativas requeridas.. Esto le brinda una oportunidad de mejora a la Finca Loma Linda la obtención de servicios adicionales, por lo que se puede concluir que podría ser una opción ya que puede contar con una variabilidad de servicios que los clientes puedan solicitar y así poder satisfacer sus necesidades.



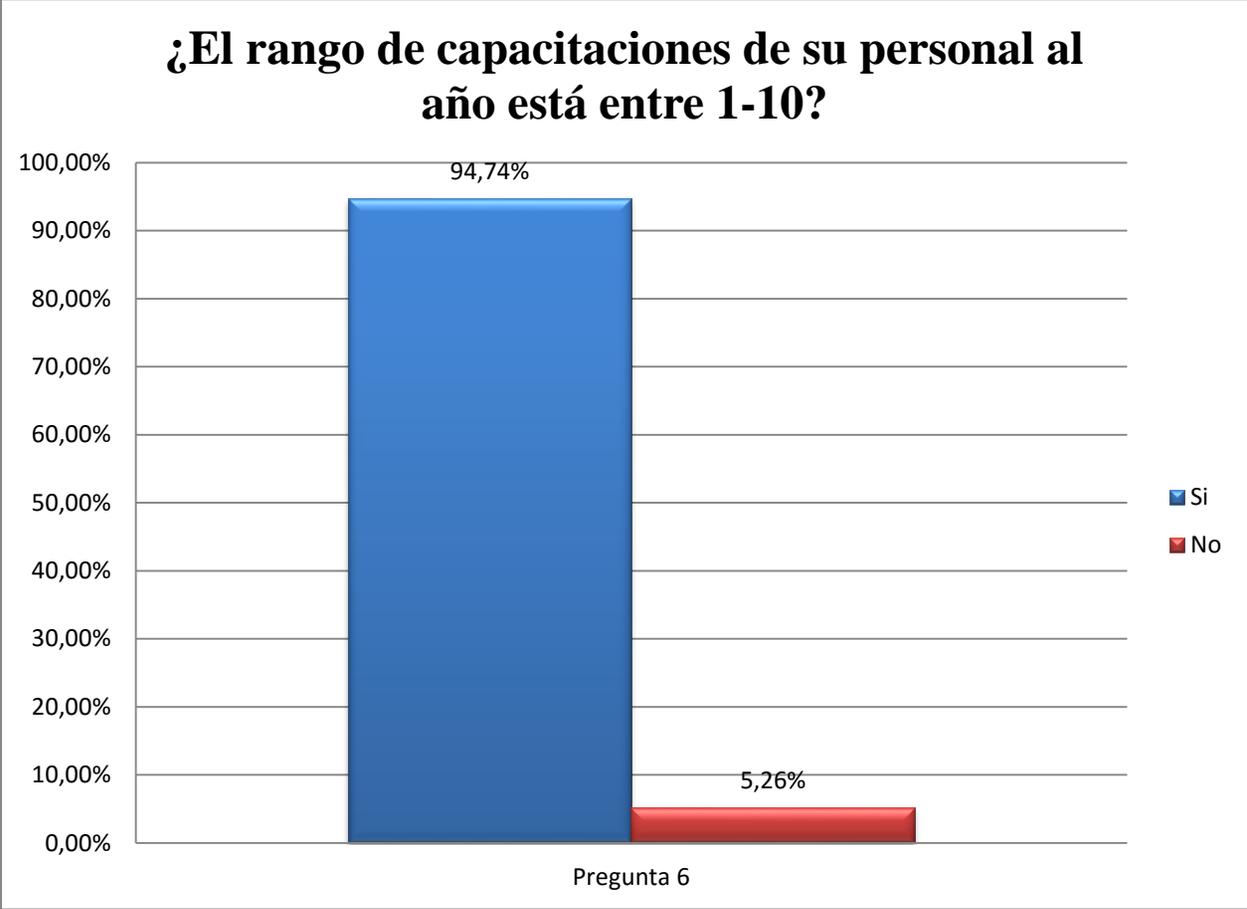
**Figura 8. Centro de capacitación nuevo**

Como podemos observar en la Figura 8, el 75.79 por ciento de los encuestados esperan que las capacitaciones que soliciten cuenten con el conocimiento y calidad del capacitador, mientras que el 72.63 por ciento piden que el centro de capacitación cuente con instalaciones modernas y adecuadas, no obstante el 58.95 por ciento de las personas encuestadas solicitan que el centro posea todos los servicios antes mencionados, a su vez el 47.37 por ciento de las personas esperan que el centro de capacitación cuente con alimentación, hospedaje y capacitación, también el 40.00 por ciento de esperan que el centro de capacitación tenga un clima agradable y por último el 1.05 por ciento solicita que cuenten con hospedaje. Por lo que podemos concluir que Finca Loma Linda cuenta con las opciones que los clientes desean y así poder brindar una ventaja competitiva en este rubro.



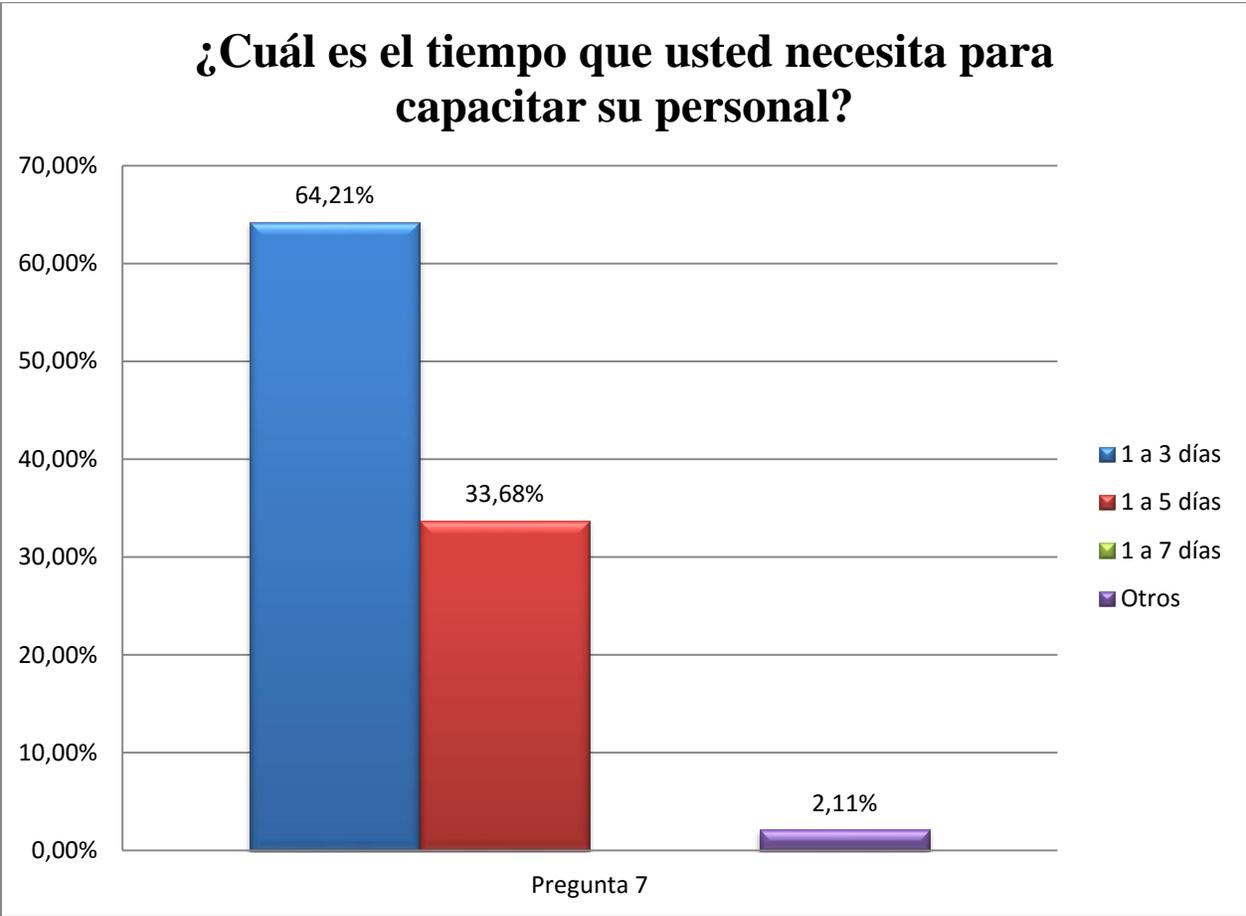
**Figura 9. Elementos que toman en cuenta**

En la Figura 9, podemos observar que el 89.47 por ciento de las personas encuestadas respondieron que si contratarían un centro de capacitaciones que le brinde la logística de servicios como alimentación, hospedaje e instalaciones adecuadas, también el 10.53 por ciento no contratarían el centro porque su actividad solo duraba un día y solo les interesaría la parte de instalaciones adecuadas y un pequeño refrigerio. Por lo que se puede concluir de manera general que existiría una aceptación por parte de las personas encuestadas si Finca Loma Linda ofreciere estos servicios adicionales.



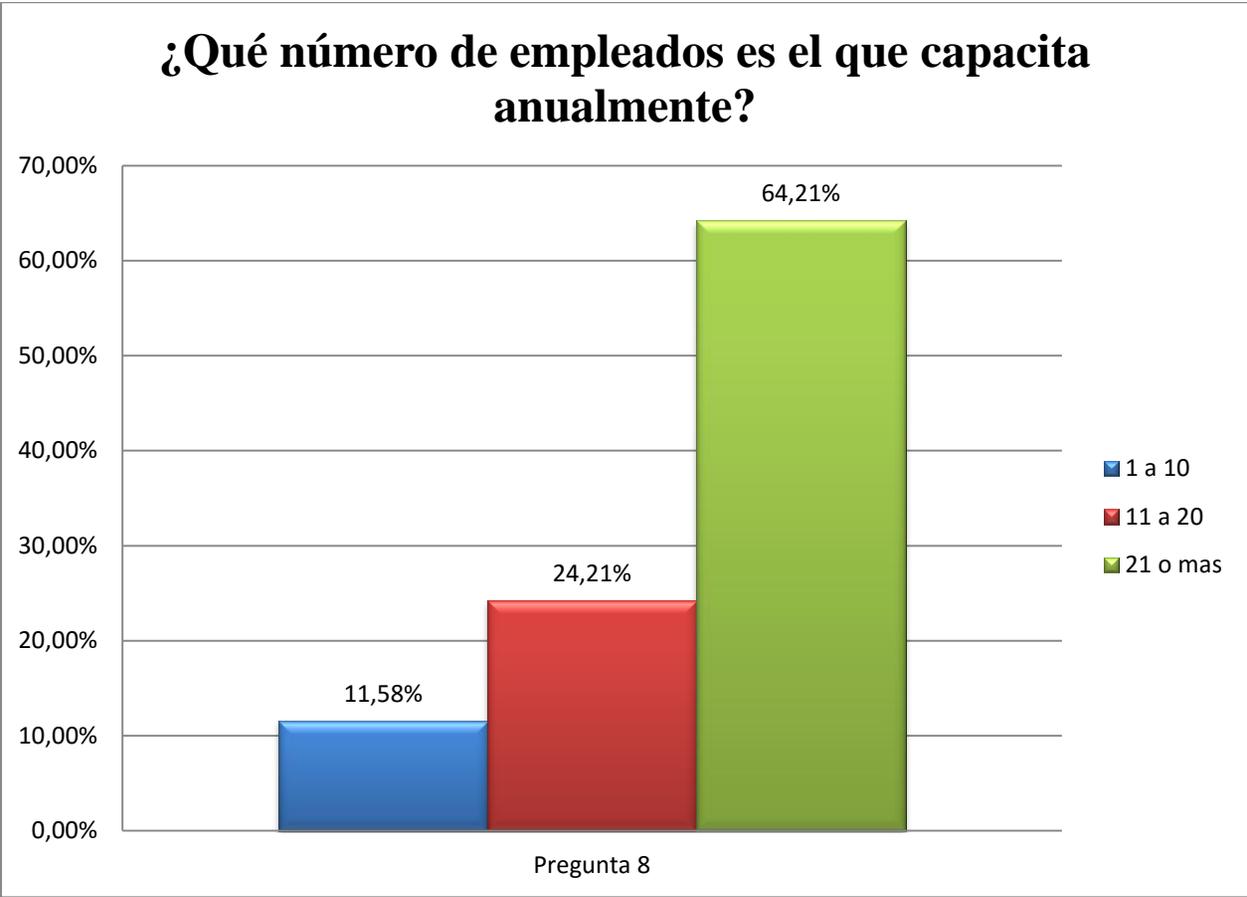
**Figura 10. Rango de capacitaciones de personal**

En la Figura 10, podemos observar que el 94.74 por ciento de las personas encuestadas realizan capacitaciones entre 1 a 10 veces al año, mientras que el 5.26 por ciento de las personas encuestadas realizan capacitaciones mayor a la cantidad antes estipulada, por lo que podemos concluir que Finca Loma Linda tendría una oportunidad para cubrir la demanda de las capacitaciones deseadas por el cliente ya que cuenta con una infraestructura amplia y así poder hacerle frente a la competencia.



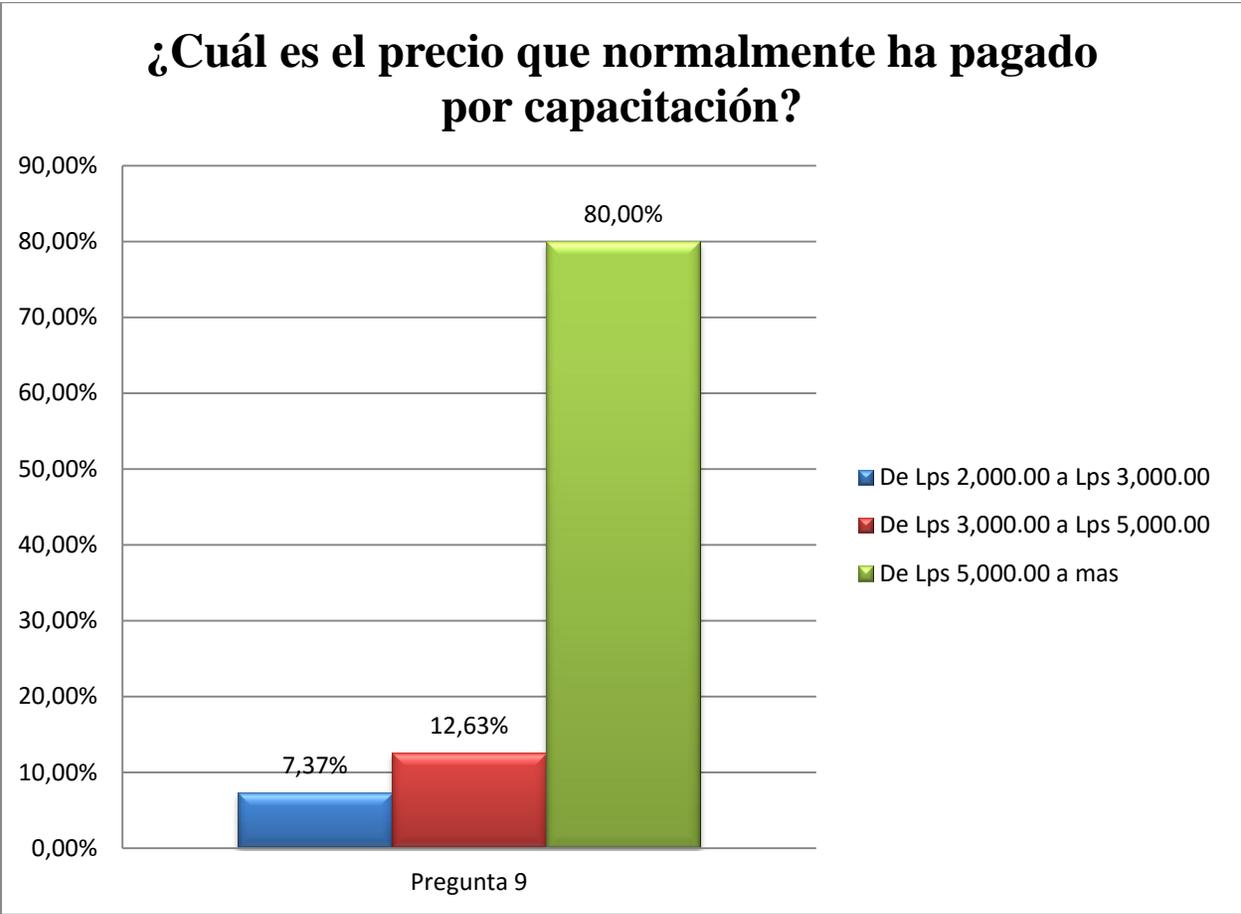
**Figura 11. Tiempo para capacitar personal**

Como podemos observar en la Figura 11, el 64.21 por ciento de las personas encuestadas necesitan de 1 a 3 días para capacitar a su personal por lo que brinda una optimización de tiempo para Finca Loma Linda ya que puede calendarizar más actividades dentro de un mes calendario para maximizar sus utilidades, mientras que el 33.68 por ciento necesitan de 1 a 5 días para capacitar su personal lo que generaría un interés mayor para Finca Loma Linda ya que con esto mantendría mayor ganancia con un número menor de empresas en la cartera de clientes, no obstante el 2.11 por ciento necesitan más de 7 días para realizar sus capacitaciones. Por lo que podemos concluir que el tiempo de capacitación que las personas utilizan oscila entre 1-3 días por lo que le permitiría a la Finca Loma Lindabrindar los servicios que soliciten los clientes.



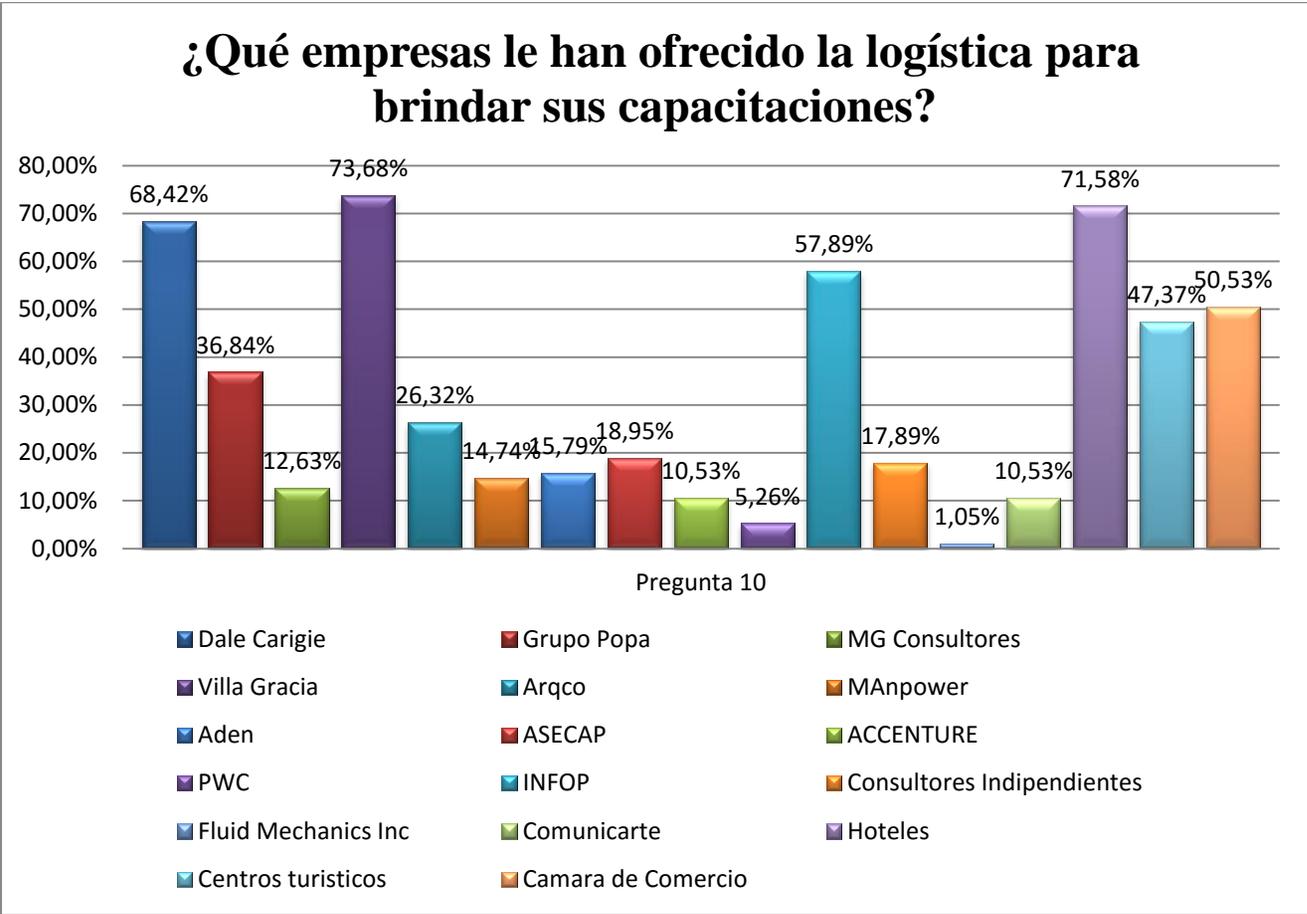
**Figura 12. Número de empleados que capacitan**

Como podemos observar en la Figura 12, el 64. 21por ciento de las personas encuestadas capacitan anualmente una cantidad mayor a 21 personas, mientras que el 24.21 por ciento capacitan un total de 11 a 20 empleados anualmente y por último el 11.58 por ciento de solo capacitan de 1 a 10 personas. Por lo que podemos concluir que Finca Loma Linda cuenta con una infraestructura para brindar capacitaciones a 40 personas, por lo que dicha institución puede hacerle frente a las demandas que en promedio se dan.



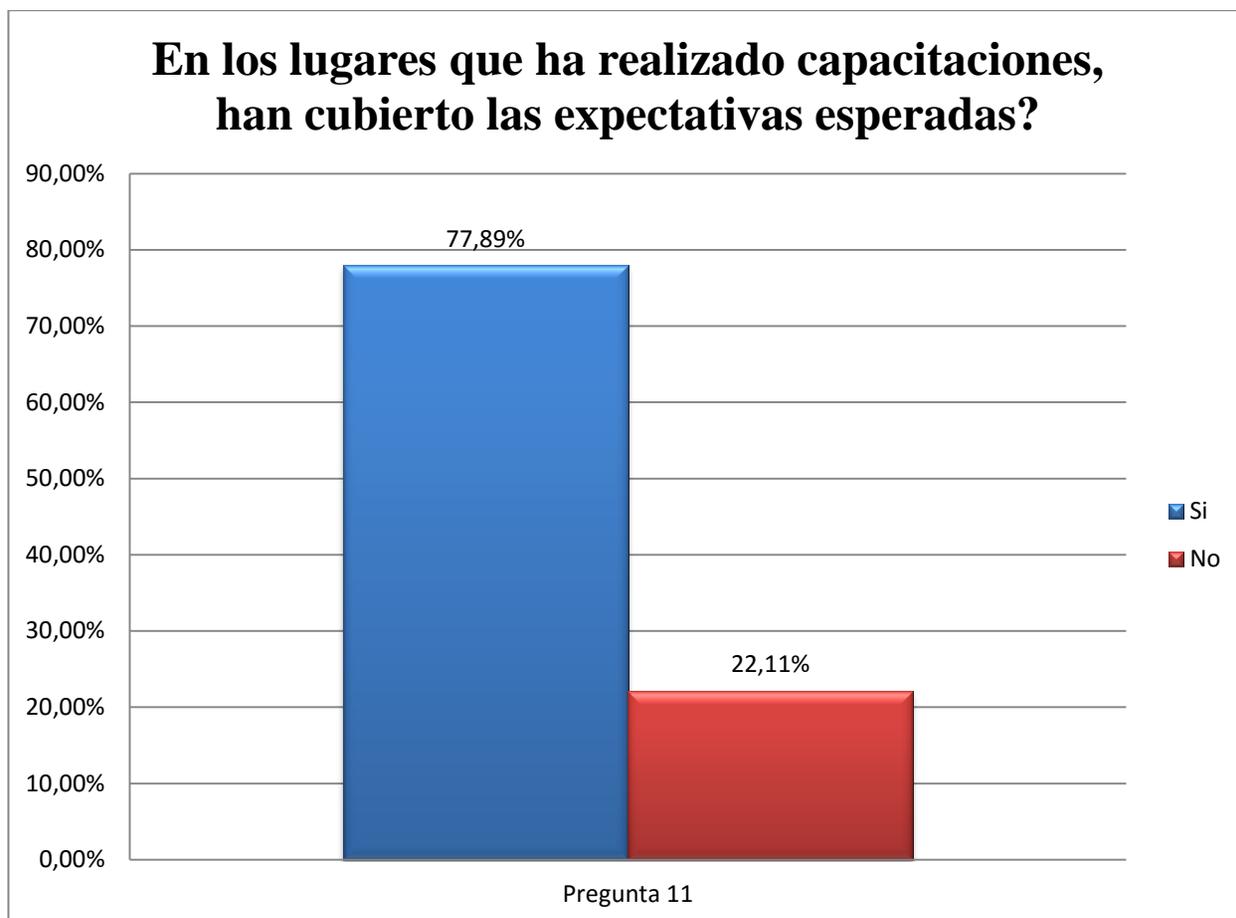
**Figura 13. Precio de pago por capacitación**

En la Figura 13, podemos observar que el 80 por ciento de las empresas encuestadas pagan un monto mayor a los 5,000, mientras el 12.63 por ciento de las empresas tiene un costo de 3,000 a 5,000 lempiras y el 7.37 por ciento de las empresas pagan de 2,000 a 3,000 lempiras. Por lo que se puede concluir que Finca Loma Linda tiene una oportunidad de proporcionar un servicio de capacitación menor a 5,000 lempiras debido a que ese es el precio mínimo que las organizaciones pagan al momento de solicitar dicho servicio.



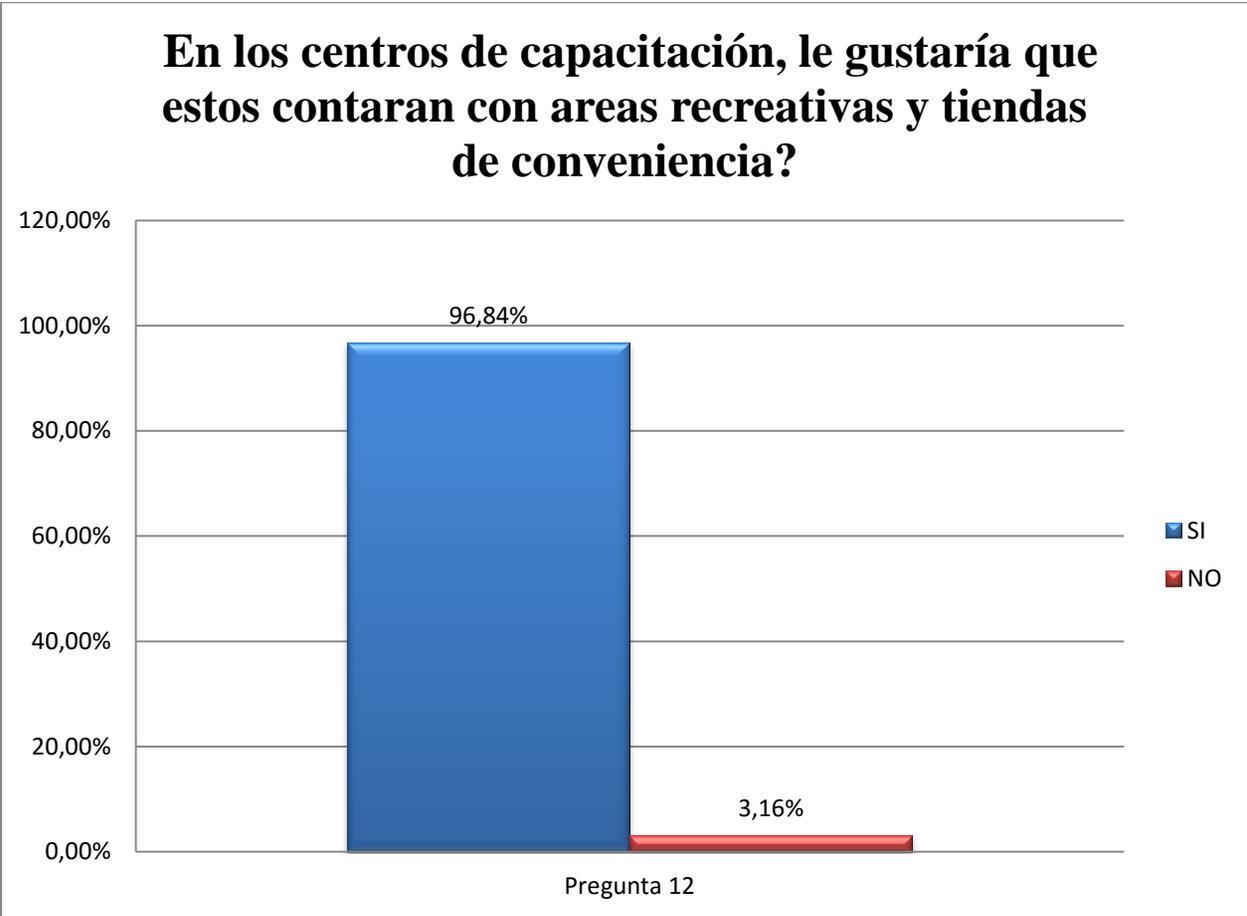
**Figura 14. Empresas que ofrecen servicio logístico**

En la Figura 14, se puede observar que las empresas que ofrecen los servicios de logística para las capacitaciones son varias en el mercado entre las cuales se destacan Villa Gracia con un 73.68 por ciento, Hoteles con un 71.58 por ciento, Dale Carnegie con un 68.42 por ciento, INFOP con un 57.89 por ciento, Cámara de Comercio 50.53 por ciento, Centros Turísticos un 47.37 por ciento, Grupo Popa 36.84 por ciento, Arqco 26.32 por ciento, ASECAP 18.95 por ciento, Consultores independientes 17.89 por ciento, Aden 15.79 por ciento, Manpower 14.74 por ciento, MG Consultores 12.63 por ciento, ACCENTURE y Comunicarte 10.53 por ciento, PWC 5.26% y Fluid Mechanics Inc 1.05 por ciento, lo que denota que existe una competencia activa y potencial en el mercado de este rubro. Se puede concluir que Finca Loma Linda tiene una gran oportunidad de poder brindar el servicio de logística debido a la respuesta de los encuestados solo existen cuatro empresas que sobrepasan el cincuenta por ciento, que ofrecen dichos servicios.



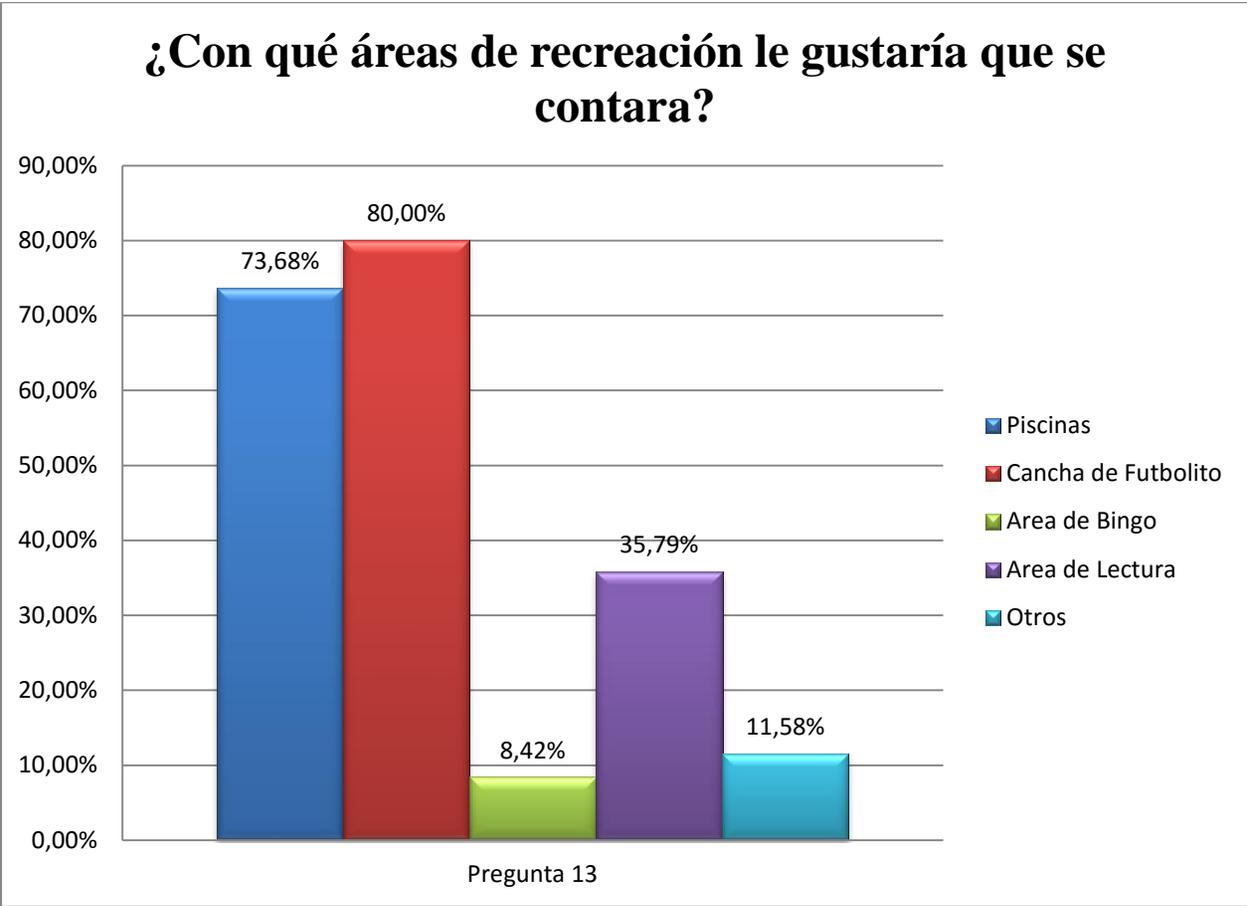
**Figura 15. Expectativas sobre lugares de capacitación**

Como podemos observar en la Figura 15, el 77.89 por ciento de las personas encuestaron contestaron que si han cubierto sus expectativas cuando han contratado un centro de servicios de capacitación ya que les ha brindado las herramientas necesarias para que la actividad sea realizada con éxito, mientras que el 22.11 por ciento contestaron que no cumplieron sus expectativas al contratar el servicio de capacitación. Podemos concluir que Finca Loma Lindade acuerdo a los servicios que proporcionaría si puede cumplir con las satisfacciones de los clientes al momento de realizar las capacitaciones deseadas debido a que contarán con los servicios adicionales para llenar las expectativas.



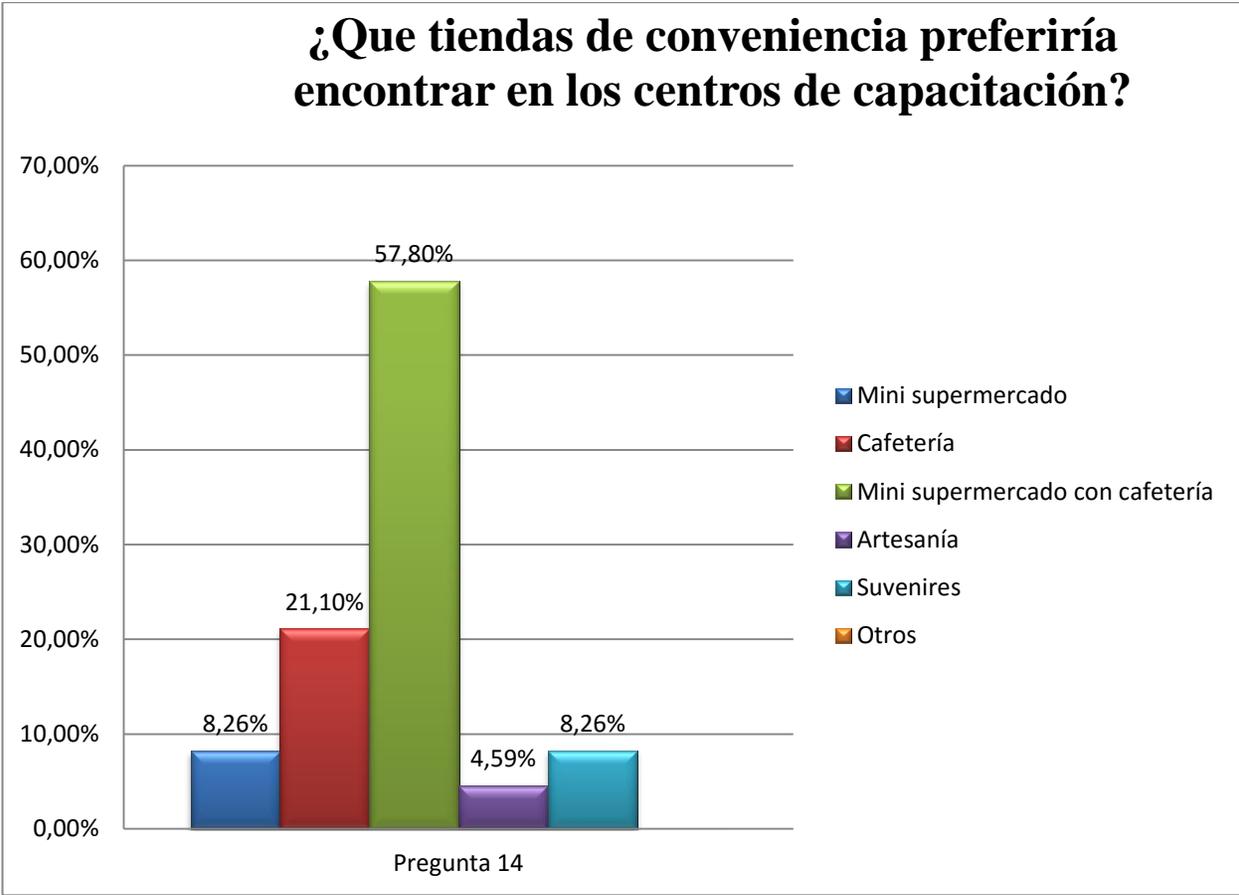
**Figura 16. Centros de capacitación con áreas recreativas y tienda de conveniencia**

En la Figura 16, podemos observar que el 96.84 por ciento de las personas encuestadas opinaron que si les gustaría contar con una área recreativa ya que les ayuda a que el personal que está recibiendo la capacitación realice otras actividades luego de una larga jornada de aprendizaje, también ayuda al orador a utilizar estas áreas para obtener una mayor influencia hacia los capacitados, mientras el 3.16 por ciento no le interesa que tenga áreas recreativas debido a que el desarrollo de capacitación de su personal se realiza en un tiempo corto. Podemos concluir de acuerdo a los resultados obtenidos Finca Loma Lindapuede llegar a cubrir el 100 por ciento de lo solicitado debido a que contará con un centro que esté orientado a las capacitaciones y a su vez cuente con áreas recreativas que puedan brindar un valor agregado.



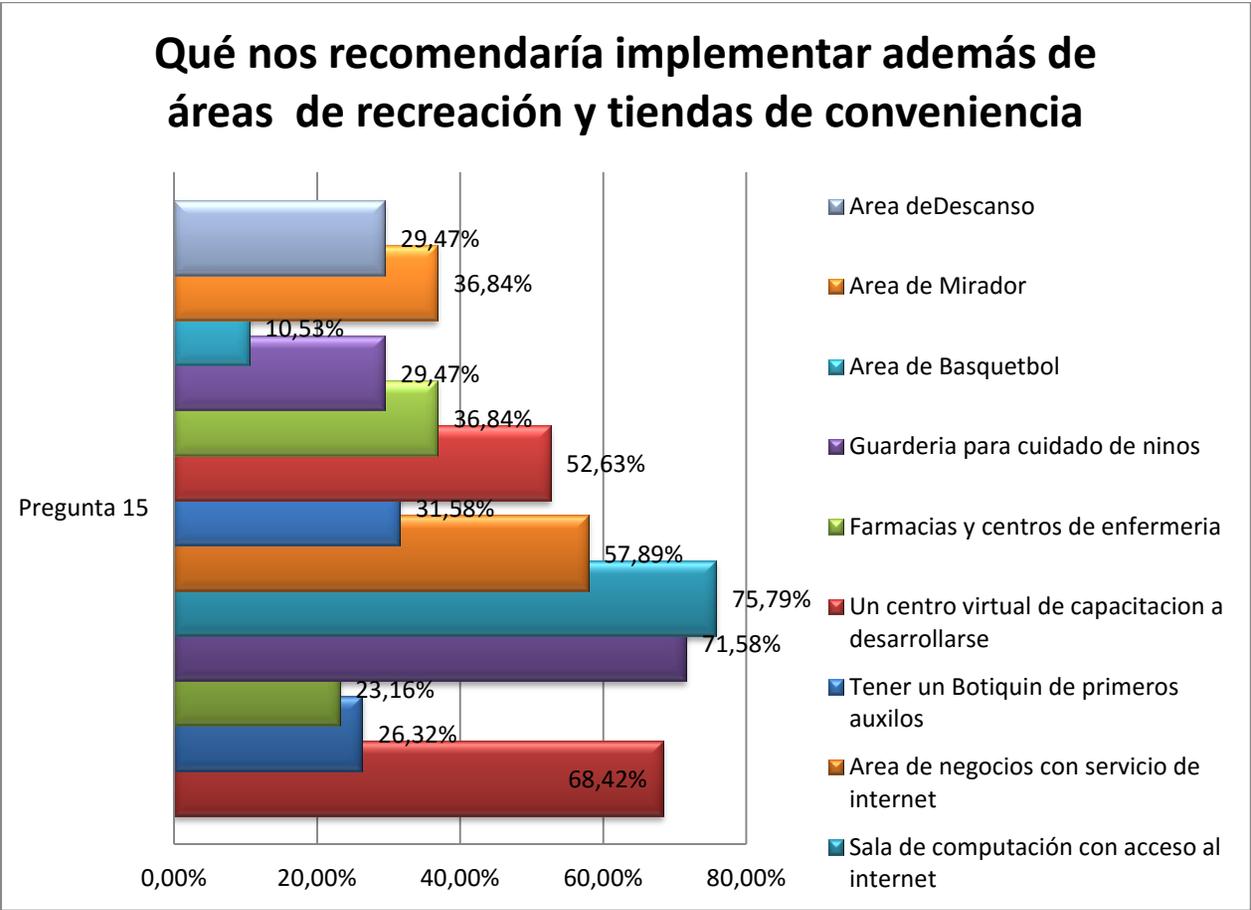
**Figura 17. Áreas de recreación con las que les gustaría se contara en un centro**

En la Figura 17, se puede observar que el 80 por ciento de las personas encuestadas les gustaría que contaran con una cancha de futbolito para realizar actividades de grupo, mientras el 73.68 por ciento les gustaría una áreas de piscinas, el 35.79 solicitaron un área de lectura para mantener un respaldo luego de su capacitación y reforzar lo aprendido o una lectura de relajación, el 11.58 por ciento les gustaría otras áreas como ser básquetbol y tenis para convivencia con sus compañeros y el 8.42 por ciento desea una área de bingo para un convivio grupal. Podemos concluir que la infraestructura con la que contará Finca Loma Linda puede cumplir con los porcentajes deseados.



**Figura 18. Tiendas de conveniencias que se debe encontrar en el centro de capacitación**

Como podemos observar en la Figura 18, el 57.80 por ciento de las personas encuestadas desearían que en los centros de capacitación cuenten con un mini supermercado con cafetería para solventar algunas necesidades que surjan durante la instancia en la Finca, el 21.10 por ciento de las empresas solo les interesa una cafetería, el 8.26 por ciento solo les interesa un mini supermercado para compras inusuales luego de la capacitación y extra curriculares, el 8.26 por ciento les gustaría una tienda de suvenir y el 4.59 por ciento están interesados en una tienda de artesanía para llevarse un recuerdo de la zona. Con estos resultados podemos concluir que es factible que la Finca Loma Linda cuente con una tienda de conveniencia que en este caso es un mini-supermercado con cafetería para la atención de los colaboradores que deseen ir a adquirir otro tipo de servicios o productos diferentes a los ofrecidos en la capacitación.



**Figura 19. Análisis en base a porcentaje de la pregunta 15**

En la Figura 19, como recomendaciones de las personas encuestadas en cuanto a otras implementaciones que debe incluirse en un centro de capacitación el 29,47 por ciento de los encuestados solicitaron un área de descanso, el 36.84 por ciento solicitó áreas de mirador, el 10.53 por ciento desean área de basquetbol, el 29.47 por ciento solicitaron una guardería, mientras que el 36.84 por ciento solicitó que contara con farmacia, el 52.63 por ciento desea que cuente con un centro virtual, 31.58 por ciento desea que cuenten con un botiquín de primeros auxilios, el 75.79 por ciento que cuente con salas de computación, no obstante el 57.8 por ciento que cuente con áreas de negocio con servicio de internet, el 23.16 por ciento cuentan con una biblioteca y por último el 71.58 por ciento que cuenten con zonas fáciles de acceso y el 26.32 por ciento cuente con librerías. Podemos concluir que un centro de capacitación debe contar con sala de computación con servicio a internet, de fácil acceso y amplio parqueo.

#### **4.1.2 ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA**

Finca Loma Linda es una institución familiar que se orientó a la capacitación agrícola, para brindarles el servicio personalizado a organizaciones y productores en pequeña escala, se creó con el enfoque en la seguridad alimentaria de la familia generando desarrollo y aprendizaje para la sostenibilidad de las mismas, proporcionándoles conocimientos y herramientas necesarias, mejorando de esta forma su nivel de vida mediante la incrementación de ingresos.

Su estrategia de mercadeo era el boca en boca, ya que no realizaban publicidad en carteles o rótulos grandes, las personas y empresas que invitaban así como también los visitantes la recomendaban, debido a esto Finca Loma Linda fue un centro de capacitación muy reconocido por los productores y personas que la visitaban con el objetivo de aprender.

El acceso a tecnologías y el surgimiento de medios de comunicación mejoraron la rentabilidad de la finca debido a que se generaron formas más eficientes de comunicarse con el productor y demás clientes, facilitando la publicidad y darse a conocer al consumidor final.

Los tiempos más difíciles que enfrentaron, fue por situaciones que afectaron la economía a nivel general, por ejemplo cuando se dio la guerrilla; en este las visitas mermaron debido al peligro constante que estaban expuestos, el huracán Mitch; con este su frío pérdidas por las que se volvió a reconstruir el centro con préstamos y apoyos de ONGS (USAID, FAO entre otras) y por último la muerte del Ingeniero Sánchez, lo que conllevó a que no se le diera el seguimiento esto debido a que solamente él contaba con los conocimientos y habilidades. Doña Cándida Maradiaga no cuenta con los conocimientos y habilidades necesarias para dar seguimiento a la mejora continua tanto a los predios como a las instalaciones. Actualmente las intenciones que tiene con la finca es rentarla o venderla de acuerdo a las propuestas de negocio que se le presente en esta investigación.

### 4.1.3 RESULTADO Y ANÁLISIS DEL FODA

MATRIZ FODA	
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ubicación Geográfica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nuevos nichos de mercado</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prestigio Ing. José Elías Sánchez</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumento de demanda</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ambiente seguro</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poca competencia directa</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zona estratégica y residencial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crecimiento del área de capacitación de fincas familiares</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Único en la zona en ofrecer este servicio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumentar Infraestructura</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aprovechamiento de instalaciones actuales y futuras</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comercialización del producto generado en base a las capacitaciones agrícolas</li> </ul>
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ubicación geográfica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ingreso de nuevos competidores que brinden el servicio de la misma forma</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• No contar con buena aceptación por los años en los que no a brindado el servicio de capacitación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inexperiencia en el área de capacitaciones en los nuevos nichos de mercado</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Situación económica del país</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Surgimiento de otras instituciones que brinden servicio de la misma forma</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fenómenos Naturales</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de mercadeo</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Personal administrativos no cuenta con los conocimientos y habilidades</li> </ul>	

**Figura 20. Análisis FODAFinca Loma Linda**

### ANÁLISIS FODA

Según la elaboración de la matriz hemos notado que se tiene mucho puntos fuertes y grande oportunidades de crecer en el mercado de las capacitaciones, puntos como ser de las pocas empresas que ofrecen este tipo de servicio de manera diversificada es decir: capacitación, hospedaje, servicio de cancha de futbolito, piscina y mini-supermercado con cafetería para

realizar sus compras fuera de la centro. Aparte de la naturaleza que nos rodea ambiente exclusivo y privado con seguridad para todos aquellos que estén dentro de nuestras instalaciones o complejo.

Una fortaleza importante es que al ser una empresa que tendrá una nueva administración mediante una reingeniería y el tipo de servicio que ofrecerán tendrán muchas ventajas y podrán captar varios clientes en el corto plazo lo que vendrá a dar un empuje financiero y una entrada al mercado de las capacitaciones, siendo Finca Loma Linda una de los principales centros de capacitación del país, al ser un centro nuevo y con todos esos atractivos para las empresas el proyecto es de gran factibilidad.

De las oportunidades que pueden generar grandes beneficios una seria que la competencia no tiene información de todo lo que ofreceremos, por ser un centro de capacitación que no estaba en función que se reabrirá con nuevos servicios y formas más prácticas para todas aquellas empresas que deseen utilizarlo, otra oportunidad es poder genera micro empresas agropecuarias o un mercado de productos agrícolas puesto que con las practicas, se pueden generar dichos beneficios a corto plazo y eso generaría un atractivo influyente del centro de capacitación Finca Loma Linda.

Como centro de finca la mayor oportunidad seria las instalaciones, el terreno y los servicios extras fuera de la capacitación, puesto que a las personas no les gusta la monotonía debido a que es cansado estar solo en un salón recibiendo charla, y ya al tener esos servicios extras como: piscinas y un supermercado tendría un impacto muy positivo y placentero para todos los usuarios, eso llamaría la atención y sería un punto importante para el centro Finca Loma Linda.

Cambiando de ámbito se considera que una de las principales debilidades que se podrían captar seria que el personal que se contrate debe estar bien capacitado porque en la actualidad el centro no tiene a ningún trabajador que sepa del manejo del mismo lo que conlleva a que se debe de prioridad capacitar al personal que brindara los servicios de capacitaciones a todas aquellas empresas que lo requieran, puesto que al no tener personas adecuadas esto podría contraer problemas y generarlos mala imagen para un centro que se viene abriendo al mercado.

Otra debilidad que se podría captar sería que se debe empezar desde cero ya el prestigio de años anteriores no serviría porque fueron muchos los años que se dejó de utilizar por ende sería como una empresa nueva que se tendría que ganar el prestigio y reconocimiento de nuevo.

La finca es uno de los pocos centro de capacitación que su mercado meta son las familias agrícolas. Pero si llegara una nueva empresa y ofreciera los mismos servicios brindándole un valor agregado eso sería una gran desventaja y traería problemas serios tanto para el manejo por la parte financiera y competir con otra nueva empresa.

## **4.2 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO**

El servicio son básicamente las capacitaciones orientada a la agricultura y prestación de las instalaciones para la realización de capacitaciones por empresas de cualquier rubro que responderá a las necesidades de los clientes que buscan mejorar actitud, conocimientos, habilidades o conductas de su personal; así como también la prestación del servicio para eventos que el cliente demande.

Finca Loma Linda es una empresa que brinda servicios de capacitación con hospedaje, prestación de instalaciones para todos aquellos clientes y empresas que desean contratarlo, ofreciendo instalaciones modernas, adecuadas y pedagógicas que debe tener un centro de capacitación, también se ofrece hospedaje para que las empresas no tengan que mover sus empleados del lugar de capacitación, sumado a esto contara con áreas recreativas que están incluido en el pago del servicio, diferenciándose por ofrecer un servicio y atención personalizada generando de esta forma una aceptación y participación positiva en el mercado satisfaciendo las necesidades de los clientes.

El servicio surge por la necesidad que existe cuando hay diferencias entre lo que una persona debería saber para desempeñar una tarea y lo que realmente sabe. Estas diferencias son las que como centro queremos potencializar y saber descubrir para ofrecer a los clientes métodos positivos y un centro agradable para sus empleados, debido al cambio continuo en el mundo las empresas deben mantener capacitado al personal de manera más continua lo que genera grandes beneficios para la empresa.

### **4.3 DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO**

El modelo de negocio también llamado diseño de negocio, es aquí donde Finca Loma Linda como negocio planificará todo respecto en cómo obtener los ingresos y beneficios que se pretende obtener, en base a recursos brindados. Las pautas que se pretenden seguir para captar todos los clientes posibles es mediante estrategias de ofertas, en donde aquí implementaremos un plan donde se va a ofertar a los posibles clientes todos los beneficios que van a obtener al contratar el servicio, así como también crear un plan estratégico que vayan de la mano con un plan publicitario directo en donde la publicidad le llegue de manera vertical a cada posible cliente para que la Finca Loma Linda se dé a conocer en el mercado de las capacitaciones y se convierta en un centro de capacitación atractivo.

### **4.4 FACTORES DE CRITICOS DE RIESGO**

En cuanto al riesgo de negocio, trata de la incertidumbre sobre los resultados futuros relacionadas con las mejores decisiones aplicadas para su eficiencia, ya que al mantener un entorno favorable de negocio puede controlar y manejar mejor sus costos, liquidez y demás indicadores que les influyen en su rentabilidad.

#### **4.4.1 ENTRE LOS RIESGOS CRÍTICOS DE FINCA LOMA LINDA SE ENCONTRÓ**

**Riesgos de crédito:** No encontrar una empresa crediticia que le facilite un préstamo para la reactivación de la Finca Loma Linda, debido a que ha dejado de funcionar por muchos años, no generando ninguna utilidad.

**Riesgos operativos:** Ejecutar procesos internos inadecuados o defectuosos provocando pérdidas como consecuencia de errores humanos.

**Riesgos de mercado:** Tener una fuerte competencia en cuanto precio y calidad de servicio e instalaciones, en donde Finca Linda si no se desarrolla con diferenciación en valor agregado y precios competitivos le será imposible incursionar en el mercado del rubro de capacitaciones.

## **4.5 ESTUDIO DE MERCADO**

El objetivo del presente estudio de mercado es de identificar y definir los comportamientos, gustos, frecuencias, y preferencias de las personas que visitan centros de capacitación, y para poder determinar la aceptación de un nuevo concepto de Finca Loma Linda que ofrezca un servicio que satisfagan sus necesidades bajo un nuevo concepto de capacitación incluyendo áreas recreativas, tienda de conveniencia y valores compartido, para poder diseñar una propuesta adecuada para utilizar con los posibles clientes del Finca Loma Linda.

### **4.5.1 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA**

Mediante datos obtenidos a través de la investigación de mercados se determina que la participación de la competencia en el mercado de las capacitaciones no ha sido muy alta por no ofrecer todo lo requerido para las mismas, algunas ofrecen solamente una parte complementaria de lo que se debe brindar en un centro de capacitación.

El objetivo es evaluar la competencia directa e indirecta, con el propósito de conocer las características con que cuentan, para determinar las oportunidades existentes para incursionar en el mercado de las capacitaciones y así reactivar el proyecto Finca Loma Linda.

Entre la competencia en el rubro de capacitaciones tenemos:

Competencia directa:

Estos se consideran competencia directa, debido a que ambas instituciones ofrecen servicios de habitación, salones y sus facilidades a sus clientes tanto internos como externos, similar al Centro pero con diferentes tarifas.

- Escuela Agrícola el Zamorano: Quien brinda paquetes de capacitación con la orientación de aprender haciendo ya que cuenta con el personal capacitado que brinda la carga académica de la universidad que es el producto principal de la organización. Brindar educación y los diplomados y capacitaciones es valor agregado a su producto principal.
- Centro de Retiros Villa Gracia: Brinda servicios eventos, seminarios, capacitaciones, campamentos entre otros, variedad de paquetes corporativos y de iglesias y eventos

familiares, ofrece áreas recreativas e instalaciones modernas y cómodas, ambiente agradable y precios competitivos.

Competencia indirecta:

También, se tiene la competencia respecto a hoteles, que ofrecen servicios similares pero a precios mayores que el Centro. Estos no son centros de capacitación, pero brindan todos los servicios para poder llevar a cabo eventos y capacitación.

- YOGA GARDEN: Hotel con servicio de spa yoga, eventos, retiros, seminarios, una empresa dedicada a servicios de eventos para seminarios capacitaciones sociales o alojamiento con servicio de spa.
- Hotel Intercontinental: Ofrece servicios de instalaciones para llevar a cabo las capacitaciones o eventos que las empresas soliciten.
- Dale Carnegie Training: Es una organización dedicada a asesorar a las empresas, diseñando y ejecutando Procesos de Capacitación para incrementar el potencial humano.

### **Factores que afectan el comportamiento de la demanda**

- Servicio: El servicio es uno de los factores más importantes al momento de medir la sensibilidad del mismo ante los cambios en los hábitos del cliente. Tomando en cuenta el resultado de las encuestas, hasta ahora la calidad del servicio proporcionado por los centros de capacitación han cubierto con todas las expectativas, por tal motivo tiene que mantener esta percepción así los clientes potenciales para establecer el máximo provecho.
- Plaza: Tomando en cuenta la ubicación del Centro, los resultados de la encuesta, podemos decir que se tiene una ventaja competitiva con respecto a la competencia, ya que un centro fuera de la ciudad al momento de capacitar a sus empleados tiene buena aceptación, pero también debemos tomar en cuenta el segmento de mercado al cual estamos orientados, ya que algunas empresas prefieren los hoteles para realizar sus eventos, y eso lo podemos considerar como una desventaja, por lo que si promocionamos bien nuestro producto sería una ventaja competitiva por brindar beneficios extras dentro de las instalaciones.

- Precio: Los precios son un factor importante al momento de analizar un producto o servicio, manejando la política de trabajar con precios competitivos mediante la oportunidad de brindar una unión estratégica con empresas y/u organizaciones, sumando a esto la buena calidad del servicio, generando una mayor oportunidad en el mercado por la publicidad de boca a boca si se brinda un excelente servicio generando beneficios para el Centro.
- Promoción: La promoción es uno de los factores que hasta el momento no se ha trabajado de buena manera en el Centro Finca Loma Linda, dando como resultado poco conocimiento del mismo; pero con el plan de mercadeo que se va a elaborar en un futuro estudio, se pretende abarcar un mayor número de empresas e instituciones que actualmente la organización no posee, para así lograr una mejor participación en el mercado.

Oportunidades encontradas al evaluar la competencia:

- Ubicación accesible
- Zona con áreas verdes
- Capacitador de planta (Agrícola)
- Instalaciones modernas
- Áreas recreativas
- Tienda de conveniencia
- Amplio parqueo
- Servicio y atención de calidad

Estas oportunidades con las que el nuevo centro de capacitación Finca Loma Linda, debe incursionar en el mercado para ser competitivos y a la vez desarrollarse y mantenerse de forma sostenible, ofreciendo un servicio y atención de calidad diferenciándose de los demás.

#### **4.5.2 ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR**

El mercado meta serán las ONG's y empresas públicas y privadas de cualquier rubro al que se dediquen, el perfil que deberá contener cada empresa debe ser de tipo alto puesto que son ese tipo de empresas que generaran mayores beneficios financieros debido a su estructura y el número de personal que contienen y a las diversas capacitaciones anuales que realizan para mantener a su personal al día en cuanto a temas que beneficien a sus empresas y por ende indirectamente genere beneficios en proporción para incrementar clientes.

Según la demografía es un comportamiento importante para la reactivación de la Finca Loma Linda puesto que el mercado meta cuenta con estructuras financieras muy sólidas lo que conlleva a deducir que las dimensiones de estilos de trabajo son muy adecuadas para el tipo de cliente que se requiere para la reactivación de la Finca Loma Linda debido a que son empresas grande con personal alto lo que genera clientes potenciales y en donde los recursos financieros son muy altos para capacitar varias veces al año su personal.

El comportamiento del mercado meta será de gran beneficio puesto que de ello se sacaron mucha información porque ellos como empresas sólidas y de grandes estructuras de personal y con experiencias anteriores en capacitaciones darán pautas para tomarlas como información necesaria para implementarlas y así mismo sirvan como nuevas oportunidades para mejorar en el mercado de la capacitaciones.

Los beneficios que los clientes recibirán de parte de Finca Loma Linda en cada capacitación que se les realice serán los 3 enfoques que se presentan y que sirva de influyente para la reactivación de la Finca Loma Linda beneficios tales como: una cancha deportiva que sirva como atrayente y distracción para todos aquellos que les gusta el deporte fútbol y que para ellos esto sería de mucho provecho después de pasar sentado en un salón recibiendo una capacitación, esto vendría a ofrecerles un distractor beneficioso y que les elimine el estrés de una capacitación de largo tiempo, también será de gran beneficio un mini supermercado que sirva para que consuman productos que están fuera del paquete de capacitación, al igual que una cafetería que ofrezca productos y comidas de alimentación diferentes a las que consumen en las capacitación.

Las empresas comprarían el servicio por ser un centro de capacitación que ofrece muchos beneficios para los empleados que reciban sus capacitaciones debido al contar con nuevos enfoques y tres diferentes modelos que servirán como valores agregados para que los clientes se sientan más atraídos y prefieran realizar sus capacitaciones en un centro que les presente alternativas económicas y saludables como ser una cancha de futbol, un mini supermercado y una cafetería estos antes mencionados son requerimientos adicionales que ofreceríamos y que otras empresas no ofrecen y vuelven las capacitaciones monótonas y tensas y lo que requieren las empresas actuales y modernas son centros de capacitaciones que hagan que su personal lleve conocimiento pero que no se sientan aburridos y agobiados por las mismas.

Las necesidades según datos obtenidos mediante el estudio de mercado y la encuestas realizadas que cubrirá como centro de capacitación y que sus competidores no realizan y que serán de buena propuesta para nuestros clientes es contar con una variedad de enfoques como ya los antes mencionados que servirán de atrayente puesto que cada persona individual que forma parte de una capacitación al ver que existe en este centro una cancha deportiva, una piscina, un mini supermercado y una cafetería será de gran influencia porque son ellos los que reciben dichas capacitaciones por ende pueden influenciar para contratar el centro de capacitación Finca Loma Linda.

La oportunidad que se presenta es considerado muy grande porque no son muchas las empresas que se dedican directamente a este rubro de capacitaciones y tampoco cuentan con enfoques diferentes para capacitar su personal sino que solo ofrecen como competidores el centro donde se implementara la capacitación y la alimentación, que esta como algo común y que lo puede ofrecer cualquier competidor, pero la oportunidad de ofrecer nuevo enfoque y que el cliente se sienta identificado con el mismo con el fin de brindar los mejores recursos para capacitar su personal pero también brindar nuevos servicios que hagan de la capacitación una experiencia nueva y diferente, genera en Finca Loma Linda un centro de capacitación con grandes oportunidades de influenciar en muchas empresas debido a estos modelos que no los ofrece ningún competidor.

El nivel de demanda que se obtuvo realísticamente hablando y según el estudio de mercado realizado, por medio de la implementación de encuestas sería de un 50% debido a que se está reactivando y se implementaran dos nuevos sistemas que formaran parte de la capacitación,

pero que a medida se vaya incrementando en clientes y el centro este obteniendo mayores reconocimientos por las empresas que realizaran sus capacitaciones, se espera este incremento en un 70% lo que llevaría a la finca a ser un gran centro de capacitaciones y entrar entre los más elegidos por las empresas para realizar sus eventos de capacitación de personal, lo que conllevará a grandes beneficios financieros para el centro Finca Loma Linda.

#### **4.5.3 ESTIMACIÓN DE TENDENCIAS DE MERCADO**

Según lo investigado mediante la implementación de la encuesta y los resultados obtenidos se espera que Centro de Capacitación Finca Loma Linda tenga una tendencia positiva en cuanto a la aceptación que la Finca Loma Linda proporcionará a todas empresas que soliciten sus servicios y a su vez poder obtener la fidelización de los mismos.

#### **4.5.4 ESTRATEGIA DE MERCADO Y VENTA**

Las estrategias de marketing también conocidas como estrategias de mercadotecnia se aplicaron para llevar a cabo los objetivos relacionados con el marketing tales como dar a conocer el nuevo servicio de capacitaciones que ofrecerá la Finca Loma Linda, aumentar o captar nuevos clientes y así aumentar las ventas y lograr tener una mayor participación en el mercado de las capacitaciones.

Formulando las posibles estrategias aplicándolas y lanzar el servicio se tomó mucho en cuenta los objetivos, recursos y capacidad, también se analizó el mercado meta para que las estrategias estén bien definidas y así estar bien dirigidas de tal manera que en base a dichos análisis se pudieron diseñar estrategias que permitan satisfacer las necesidades o deseos de los clientes y así tomar en cuenta los hábitos o costumbres de cada uno de ellos, esto permitió conocer bien que es lo que necesita cada cliente y así poderles ofrecer los mejores servicios para satisfacer sus necesidades.

Para una mejor gestión de estrategias de marketing se clasificó las estrategias destinadas a 4 aspectos o elementos del centro de capacitación Finca Loma Linda dichas estrategias son:

estrategias para el producto o servicio, estrategias para el precio, estrategia para la plaza(o distribución), estrategias para la promoción(o comunicación). Todo esto forma un conjunto de elementos más conocidos como las 4Ps o la mezcla de mercadotecnia o marketing mix.

### **1. Estrategias para el producto o servicio**

Estrategia para lanzar al mercado el servicio que ofrecerá la Finca Loma Linda son:

- a. Agregar al servicio nuevas características, atributos, beneficios, mejoras, funciones, utilidades, y usos todo esto para será más competitivo y así poder captar nuevos clientes y/u ofrecerles mayores benéficos que nuestros competidores gracias a los nuevos cambio y al nuevo enfoque que se pretende presentar al público en general.
- b. Cambiarle la imagen que se tenía por una nueva mediante los nuevos enfoque que se presentaran (centro de capacitación, cancha de futbol, piscina y mini supermercado con cafetería) también agregarle un diseño, un logo que defina lo que queremos vender a nuestros clientes. Un eslogan crearle una misión y una visión definir bien los objetivos.
- c. Adicionarle al servicio complementos como un pequeño detalle de la finca para que eso sirva como de publicidad agregada al servicio, por ejemplo un recuerdo ya sea una taza con el diseño de nuestra marca, un sticker y un llavero.

### **2. Estrategias para el precio**

Sabiendo que este es el factor de los más importantes para todas organizaciones y siendo el valor monetario que asigna al servicio al momento de ofrecerlo o venderlo a los clientes. Las estrategias que se diseñó en base al estudio de mercado que se realizó son:

- a. Puesto que es reactivación la finca y será como nueva se incursionará al mercado de capacitaciones donde los precios sean bajos con el fin de lograr una rápida penetración y conocimiento de la finca, una rápida acogida o ser rápidamente conocidos, para que así su crecimiento como centro de capacitación sea más rápido y conocido por el mercado de capacitaciones y por todas aquellas empresas que requieren de estos servicios.

- b. Incentivar al mercado meta con posibles promociones de apertura con el fin de ir adquiriendo experiencia y así mismo captar clientes lo más rápido que se pueda.
- c. Ofrecerles precios bajos en comparación a los de nuestra competencia con el fin de lograr un mayor margen de empresas que reciban sus capacitaciones en el centro.
- d. Ofrecerle valores agregados en la misma capacitación como para motivarlos a seguir contratándonos y así mismo se lleven una buena imagen de lo que es el centro de capacitación loma linda.
- e. Ofrecer descuentos y promociones o paquetes por pronto pago es decir si las empresas depositan su dinero antes de la fecha de salida o pagan todo con anticipación.

**3. Estrategias para la plaza o distribución:**

Este es un factor importante al momento de implementar una estrategia, la localización del centro y por estar ubicado en una zona residencial, lleno de un ambiente seguro y agradable agregado por bellos bosque naturales y alejados de las distracciones de la capital se concluyó que está ubicado en una zona estratégicamente perfecta, las estrategias para establecer a la plaza son:

- a. La apertura con nuevo enfoque será un buen atrayente.
- b. Crear una página web y mostrar todo lo que ofrece nuestro centro de capacitaciones Finca Loma Linda, también poner en uso de las redes sociales para mercadearlo de manera más masiva y a bajo precios ya que las redes sociales pueden ser de mucha ayuda.
- c. Ofrecer el servicio a través de llamadas telefónicas, enviando correos electrónicos o visitas a domicilio para ofrecer nuestro servicio.

**4. Estrategias de promoción o comunicación:**

Esta estrategia consistirá en dar a conocer, informar o hacer recordar la existencia del servicio a todos los posibles clientes, así como persuadir, estimular o motivarlos a comprarnuestros servicios, algunas estrategias de aplicación relacionadas a la promoción son:

- a. Ofrecer la oferta de adquirir los servicios de capacitaciones regalándoles un día de servicios.
- b. Si la capacitación es mayor a los 5 días ofrecerles descuento por ser capacitación de muchos días.

- c. Brindar descuentos especiales por aquellas empresas que sus capacitaciones sean prácticas, como prácticas agrícolas gratis utilizando los terrenos o parcelas del centro sin un costo adicional.
- d. Crear un sorteo o concurso entre nuestros clientes.
- e. Darles pequeños regalos u obsequios a los principales clientes potenciales.
- f. Anunciarlos de vez en cuando en periódicos o radio.
- g. Participar en ferias o exposiciones de negocios.
- h. Colocar carteles o afiches publicitarios en la fachada del local y en la entrada del mismo para que los clientes puedan tener mayor reconocimiento del mismo.
- i. Colocar laminas publicitarias en algún auto que pertenezca a la empresa con el fin de que se vea en las calles o donde se encuentre.
- j. Imprimir y repartir folletos, volantes, tarjetas de presentación o información.

#### **4.5.5 FACTIBILIDAD DEL CENTRO DE CAPACITACIÓN FINCA LOMA LINDA**

Según el estudio realizado y en base a toda la información recolectada en dicha investigación se considera que la reactivación del proyecto Finca Loma Linda es factible por las siguientes características que se encontró:

1. La mayoría de las empresas le gusta que en los centros de capacitaciones existan distractores que sirva para que sus empleados no se sientan agobiados por estar más de un día en un salón sin algo que no les cause aburrimiento y por ende no sea de mucho provecho, al existir una opción como la que ofrecerá la Finca Loma Linda aparte de un centro de capacitación piscinas, cancha de fútbol y un mini supermercado con cafetería seremos potencialmente reconocidos por ende muchas empresas optarían por contratar nuestros servicios.
2. Al contar con valores agregados y utilizar nuestra cancha y piscina de manera gratuita seremos muy reconocidos y de mucho atractivo para todos aquellos clientes que buscan aparte de capacitar su personal servicios adicionales para evitar que sus empleados caigan en aburrimiento y no pongan atención a lo que se les está presentando.

3. Al ser un centro de capacitación que ofrecerá realizar prácticas agrícolas en sus parcelas de tierra de manera gratuita e incluidas en los paquetes contratados de capacitación será muy recocida porque la competencia no son muchos los que lo hacen.
4. Aparte de estar en una zona estratégicamente ubicadas en donde los terrenos son muy productivos y donde las practicas pueden ser muy beneficiosas para las empresas.
5. Por tener con el prestigio del legado del Sr. José Elías Sánchez y por los reconocimientos de aquellas empresas que alguna vez contrataron sus servicios y el conocimiento de los nuevos enfoques serán de mucho beneficio.
6. Por tener un gran reconocimiento por la escuela agrícola zamorano puesto Sr. José Elías Sánchez tuvo gran participación con ellos.
7. Por contar con instalaciones muy adecuadas y perfectas para realizar este tipo de capacitaciones y prácticas agrícolas.
8. Por ofrecer un variabilidad de servicios adicionales a la capacitación algo que no ofrecen la mayoría de nuestros competidores.

## **4.6 ESTUDIO DE PRODUCCIÓN Y OPERACIONES**

El estudio técnico sirve para determinar los factores que tienen que ver con todos los costos para este tipo de empresa: tipo y cantidad del equipo necesario para operar Finca Loma Linda, tamaño y condiciones de alquiler del local, estructura de la empresa, perfil de puestos y número de colaboradores, tipos de productos terminados y materias primas de proveedores(Sapag & Sapag, 2000).

### **4.6.1 DISEÑO DEL PRODUCTO O SERVICIO**

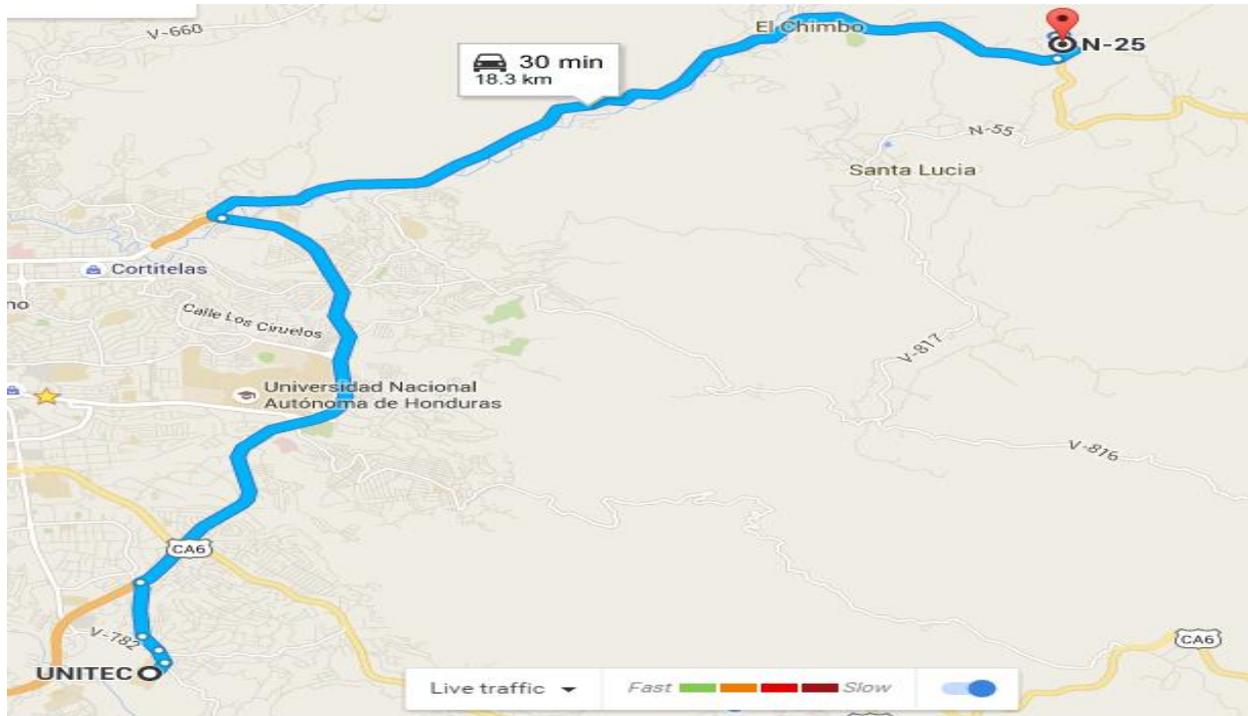
Finca Loma Linda es un centro de capacitación que se creó con el propósito de contribuir a que los pequeños productores, directivos y profesionales, desarrollen y fortalezcan sus competencias y habilidades para potenciar su capacidad de creación de valor económico en las organizaciones donde laboran, así como también siendo más eficiente en la producción agrícola con el fin de ser más competitivos teniendo mayores herramientas en un ámbito laboral.

A los pequeños productores la capacitación que les brindo fue con la metodología aprender haciendo tanto teórico como practico, proporcionando las herramientas como ser las parcelas en producción de diferentes productos agrícolas para aplicar conocimientos y experiencias en campo desarrollando habilidades y destrezas en los productores, orientándolos a obtener una producción eficiente sin químicos y enseñándoles el manejo adecuado de la tierra, las formas de riego, la mitigación o el control de plagas, esto con la finalidad de hacerle frente a cualquier situación que pudiera poner en riesgo la producción y sacar el máximo provecho de esta.

Así mismo brindo el servicio de prestación de instalaciones a empresas de cualquier rubro para el uso de estas que desearan realizar algún convivio, por ser una zona atractiva con áreas verdes permitiendo disfrutar del paisaje y pasar un día tranquilo de relajamiento. Donde las personas que los visitaban se sentían atraídos por el clima agradable que esta cuenta por el servicio y la atención que recibían.

#### **4.6.1.1 LOCALIZACION**

La Finca Loma Lindase encuentra ubicada en carretera a Valle Ángeles colonia Santa Helenakilómetro13de la ciudad de Tegucigalpa, municipio de Francisco Morazán. Cuenta con espacio de 15,745mts<sup>2</sup>.

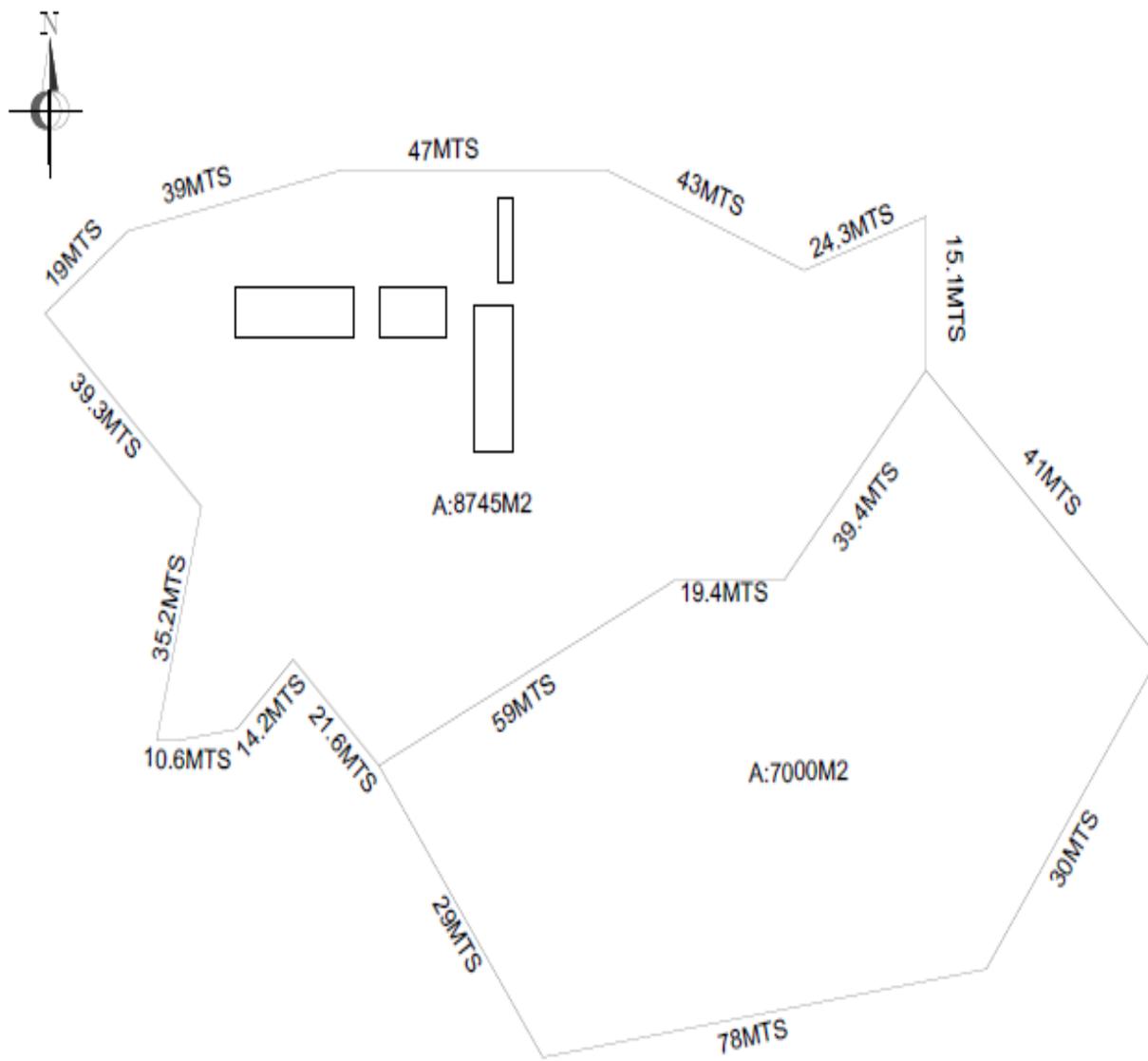


**Figura 21. Mapa de localización Finca Loma Linda**

Fuente: Google Maps

#### **4.6.1.2 PLANO DE FINCA LOMA LINDA**

Finca Loma Linda actualmente tiene un salón de capacitación amplio, equipado con lo necesario para llevar a caba una capacitación con capacidad de 40 personas, cocina amplia, dos salones de dormitorios y siete baños y siete servicios.



**Figura 22. Plano Finca Loma Linda**

Fuente: (Maradiaga, 2015)

#### **4.6.1.3 DISEÑO DE FINCA LOMA LINDA**

A continuación se presenta un diseño del interior de Finca Loma Linda, donde se pueden visualizar sus instalaciones y principalmente su área de capacitación sus parcelas de campo. La

cual actualmente cuenta con instalaciones como dormitorio, salón de capacitación, cocina y baños y su área de cultivo.



**Figura 23. Salón de capacitación Finca Loma Linda**



**Figura 24. Salón de capacitación otro extremo Finca Loma Linda**



**Figura 25. Dormitorio número 1 de Finca Loma Linda**



**Figura 26. Dormitorio número 2 de Finca Loma Linda**



**Figura 27. Salón de capacitación y lado de la cocina de Finca Loma Linda**



**Figura 28. Baños y Servicios de Finca Loma Linda**



**Figura 29. Zona de parqueo Finca Loma Linda**



**Figura 30. Zona de cultivos en curvas a nivel de Finca Loma Linda**

#### 4.6.1.4 ESPECIFICACIONES TECNICAS, MATERIALES Y PIEZAS QUE CONSTITUYEN FINCA LOMA LINDA CON CENTRO DE CAPACITACION

Las instalaciones, materiales y piezas que constituyen el centro de capacitación Finca Loma Linda de detallan a continuación:

**Tabla 4. Salón capacidad 40 personas**

1 Salón Capacidad 40 personas			
MOBILIARIO	UDS	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Mesas	6	Lps.1,500.00	Lps.9,000.00
Sillas	4	Lps.300.00	Lps.1,200.00
Juego de Mesas	4	Lps.1,200.00	Lps.4,800.00
Sillas	32	Lps.500.00	Lps.16,000.00
Pizarra	1	Lps.1,500.00	Lps.1,500.00
Data Show	1	Lps.10,000.00	Lps.10,000.00
Puertas	2	Lps.4,550.00	Lps.9,100.00
Esquinera	1	Lps.4,000.00	Lps.4,000.00
Librero	1	Lps.3,000.00	Lps.3,000.00
Mueble de Agua	1	Lps.3,000.00	Lps.3,000.00
Televisor	1	Lps.12,000.00	Lps.12,000.00
<b>Total Mobiliario</b>	<b>54</b>	<b>Lps.41,550.00</b>	<b>Lps.73,600.00</b>

**Tabla 5. Salón capacidad 30 personas**

1 Salón Capacidad 30 personas			
MOBILIARIO	UDS	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Camas	30	Lps.1,000.00	Lps.30,000.00
Accesorios de cama	Varios	Lps.20,000.00	Lps.20,000.00
<b>Total</b>	<b>30</b>		<b>Lps. 50,000.00</b>

**Tabla 6. Baños y Servicios**

<b>Baños y Servicios</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>UDS</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Baños	7	Lps.2,000.00	Lps.14,000.00
Servicios	7	Lps.2,000.00	Lps.14,000.00
Duchas	5	Lps.500.00	Lps.3,500.00
<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>Lps.4,500.00</b>	<b>Lps.31,500.00</b>

**Tabla 7. Instalaciones de cocina**

<b>Cocina (con fogón adicional)</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>UDS</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Estufas Eléctricas	2	Lps.8,000.00	Lps.16,000.00
Estufas Industrial	1	Lps.12,000.00	Lps.12,000.00
Microonda	1	Lps.500.00	Lps.500.00
Utensilios	Varios	Lps.3,000.00	Lps.3,000.00
Mesas	2	Lps.500.00	Lps.1,000.00
Mueble de cocina	1	Lps.70,000.00	Lps.70,000.00
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>Lps.94,000.00</b>	<b>Lps.102,500.00</b>

## 4.6.2 INSTALACIONES DE PRODUCCION

Se establecen los procesos de producción de Finca Loma Linda y la descripción de cada uno de ellos.

### 4.6.2.1 DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS DE PRODUCCION FINCA LOMA LINDA

PROCESO DE PRODUCCIÓN FINCA LOMA LINDA

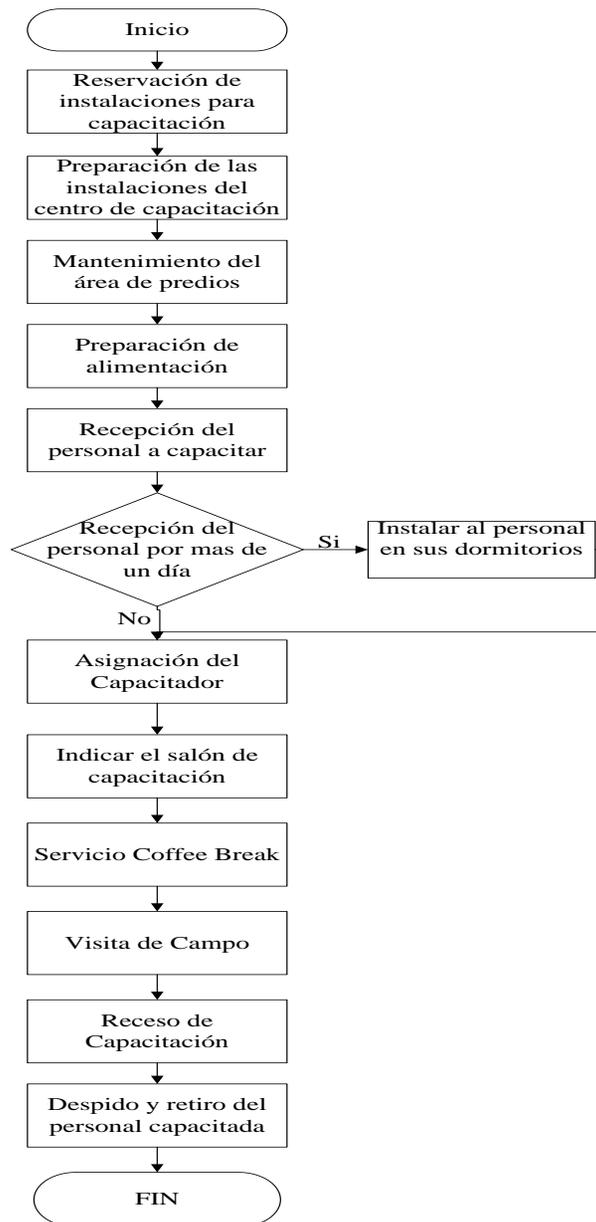


Figura 31. Diagrama de Flujo Finca Loma Linda

#### **4.6.2.2 DESCRIPCIÓN DE LOS PROCESOS EN EL CENTRO DE CAPACITACIÓN FINCA LOMA LINDA**

**Reservación de las instalaciones para capacitaciones:** Este paso consiste en buscar, contactar y realizar visitas a empresas ofrecer el servicio y posteriormente realizar las reservaciones.

Encargado: Gerente General y Secretaria

**Preparación de las instalaciones del centro de capacitaciones:** El objetivo de este paso es mantener las instalaciones en buen estado y limpias, después de las reservaciones llegan los clientes a la capacitación.

Encargado: Afanadora y Mantenimiento

**Mantenimiento del área de predios:** Consiste en mantener limpios los alrededores de la finca y las áreas recreativas, para el recibimiento de los clientes causando buena imagen.

Encargado: Mantenimiento

**Preparación de los alimentos:** se encarga de la preparación y administración de alimentación y coffee break que se les brindara a los colaboradores y pequeños productores.

Encargado: Cocinera y Ayudante de cocina

**Recibimiento del personal a capacitar:** Consiste en brindar atención de calidad a los colaboradores y productores que se capacitaran.

Si la capacitación es de un día, se les recibe con mensaje de bienvenida y dándoles a conocer de las instalaciones indicándoles y los horarios de capacitación y break.

Encargado: Gerente General/Secretaria

**Instalación del personal en los dormitorios:** Se encarga de instalar a los colaboradores y productores que recibirán capacitaciones por más de un día en las instalaciones.

Encargado: Secretaria

**Asignación de capacitador:** Consiste en asignar el capacitador que les brindara la capacitación a pequeños productores o colaboradores de empresas de otro rubro.

Encargado: Gerente general

**Indicación del salón de capacitación:** Consiste en la asignación e indicación del salón de capacitación a productores o colaboradores.

Encargado: Gerente general/Secretaria

**Servicio de coffee break:** Brindar el servicio de coffee break en los horarios definidos por la mañana y por la tarde.

Encargado: Ayudante de cocina o Mesera

**Visita de campo:** Consiste en llevar a los pequeños productores a los predios de producción agrícola para la aplicación de la metodología aprender haciendo.

Encargado: Capacitador (Ing.Agrónomo)/Productor agrícola

**Receso de la capacitación:** Consiste en dar un pequeño receso de 15 minutos a los colaboradores o productores para que salgan a los alrededores y puedan disfrutar del paisaje y visitar la tienda de conveniencia.

Encargado: Capacitador

Encargado tienda de conveniencia: Cajera

**Despido y retiro del personal capacitado:** Consiste en despedir a los colaboradores o productores de la forma más amena y servicial de la capacitación e instalaciones.

Encargado: Gerente General/Secretaria

#### **4.6.2.3 ANÁLISIS DE PRODUCTIVIDAD DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN**

Se estable las especificaciones de seguridad ocupacional y ambiental del proceso de producción, así como también el plan de producción, su estructura organizacional y la definición de perfil de puesto.

#### **ESPECIFICACIONES SEGURIDAD OCUPACIONAL Y AMBIENTAL DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN**

Las instalaciones con que cuenta Finca Loma Linda como se pudieron ver en figura anteriores, tiene salidas de seguridad tanto en las instalaciones de dormitorios, salón de capacitación y cocinas; las cuales están acondicionadas con salidas de fácil acceso, de forma que aseguren la vida de sus empleadores, evitando por cualquier eventualidad accidental poner en riesgo la vida de estos; Además cuenta con implementos como ser extinguidores de fuego contra incendios dando de manera a los colaboradores herramientas necesarias para enfrentar cualquier situaciones dificultosa que se presente. En relación a lo ambiental Finca Loma Linda no usan fertilizantes que puedan dañar el medio ambiente, ni a la población, así como sus alimentos son producidos bajos estándares higiénicos.

#### **Entre otras especificaciones tenemos:**

Se debe contar con botiquín y equipo de emergencia para atender a personas que por accidente o por cuestiones inesperada esté en riesgo o peligro su salud.

Manejo correcto de disposición de residuos y desechos de cualquier instalación en cumplimiento de la legislación ambiental vigente.

Proporcionar y acondicionar ambientes para oficinas, almacenes u cualquier ambiente necesario para la comodidad y adecuada ejecución del servicio.

Brindar todas las facilidades para que las inspecciones o auditorias se lleven a cabo durante el desarrollo de cualquier actividad.

Según Quijano (2015) el Plan de Seguridad, Salud y Protección Ambiental se desarrollara los siguientes temas:

- Política de Prevención de accidentes y protección al Medio Ambiente.

- Especificación, entrega y documentación de los Elementos de Protección personal.
- Procedimientos de trabajo.
- Análisis Seguro de Trabajo.
- Permisos de trabajo.
- Señalización de las instalaciones.
- Revisión inicial y periódica de equipos, vehículos e instalaciones.
- Inspecciones periódicos de Seguridad.
- Evaluación y control de Contaminantes Ambientales.
- Prevención de incendios.
- Análisis e investigación de Incidentes y Accidentes de trabajo.
- Plan de Salud ocupacional.
- Plan de Manejo Ambiental
- Cumplimiento de la legislación vigente.
- Cumplimiento de Normas y reglamentaciones del Cliente.

#### **4.6.3 PLANIFICACIÓN DE LA PRODUCCIÓN**

Según Fuentes y Fuentes (2007) se define como la fijación de metas, a corto, mediano y largo plazo también es seleccionar información y hacer suposiciones respecto al futuro para formular las actividades necesarias para realizar los objetivos organizacionales es la etapa del proceso administrativo en donde se deben identificar los objetivos a lograr, definir las prioridades y determinar los medios a utilizar así como la correcta utilización y o aplicación de estos en el que se logra el fin esperado en donde se pretende fijar los objetivos a lograr, ordenar las prioridades, determinar los medios adecuados para la consecución de los objetivos y asegurar la efectiva aplicación de los mismos.

Realizados los cálculos para obtener el tamaño de la muestra ideal con un nivel de confianza del 95%, con un margen de error del 5%, tomando en cuenta la base de datos proporcionada por el INE (Listado de 26,800 empresas pequeñas, medianas y grandes activas en Tegucigalpa 2015, seleccionando solamente 5,000 por rubro y tamaño), el numero de encuesta a aplicar fue de 95.

La demanda de producción se determinó en base a resultados de la encuesta, estipulando que el 94.74% de las instituciones encuestadas capacitan a su personal con un número de veces no mayor a 10 y el 64.21% realizan sus capacitaciones entre uno a tres días, por tal motivo se realizó la proyección en un 50% de las instituciones encontrando oportunidad de ingresar al mercado de las capacitaciones ofreciendo instalaciones modernas y servicio y atención de calidad diferenciándose de las demás

El en la siguiente Tabla 8, se detalla la producción de cuanto se va a producir y cada cuanto; con el objetivo de desollar y potenciar al máximo en cuanto a capacitaciones y la prestación del servicio de las instalaciones, para fortalecer y ser más eficiente en los procesos de producción de, con esto lo que se busca es generar un crecimiento y aumentar la rentabilidad de la finca.

**Tabla 8. Plan de producción Finca Loma Linda**

PRODUCTO A DESARROLLAR	ACTIVIDADES	CUANTO SE PRODUCIRA	CADA CUANDO SE PRODUCIRA
Alquiler de instalaciones para capacitacion	<b>Capacitacion de 1 dia (Salon + paquete)</b>	<b>10</b>	Mensual
	Paquete basico ( Almuerzo, Refresco, 1 Coffe Break, Agua permanente, servicio de mesero, internet inalambrico)		
	Paquete basico ( Almuerzo, Refresco, 2 Coffe Break, Agua permanente, servicio de mesero, internet inalambrico)		
	<b>Capacitacion de 3 dias (Salon + paquete)</b>	<b>1</b>	<b>Mensual</b>
	<b>Capacitacion de 5 dias (Salon + paquete)</b>	<b>1</b>	<b>Mensual</b>
Capacitacion Agricola + Metodologia aprender haciendo	<b>Capacitacion de 1 dia (Salon + paquete)</b>	<b>8</b>	Mensual
	Paquete basico (Salon, Almuerzo, Refresco, 1 Coffe Break, Agua permanente, servicio de mesero, internet inalambrico)		
	Paquete basico ( Almuerzo, Refresco, 2 Coffe Break, Agua permanente, servicio de mesero, internet inalambrico)		
	<b>Capacitacion de 3 dias (Salon + paquete)</b>	<b>1</b>	<b>Mensual</b>
	<b>Capacitacion de 5 dias (Salon + paquete)</b>	<b>1</b>	<b>Mensual</b>
Alquiler de Salon	Alquiler de salon para cualquier Evento	5	Mensual
Servicio de minisupermercado y cafeteria	Ofrecer servicio minisupermercado con una variedad de productos, satisfaciendo la necesidad del consumidor	24 dias (6 dias a la semana incluyendo sabado)	Mensual
	Ofrecer servicio de cafeteria, diversos platicas del agrado y gusto del consumidor	24 dias (6 dias a la semana incluyendo sabado)	Mensual

El Plan de producción del centro de capacitación Finca Loma Linda contienen los requerimientos de materia prima como ser:

- Mobiliario y Equipo oficina
- Papelería y Útiles
- Alimentación
- Semillas de producción agrícola
- Bebidas y Refrescos
- Luz eléctrica
- Maquinaria y Equipo
- Material de limpieza
- Material de dormitorios

Los sistemas de logística para el centro de capacitación Finca Loma consta de:

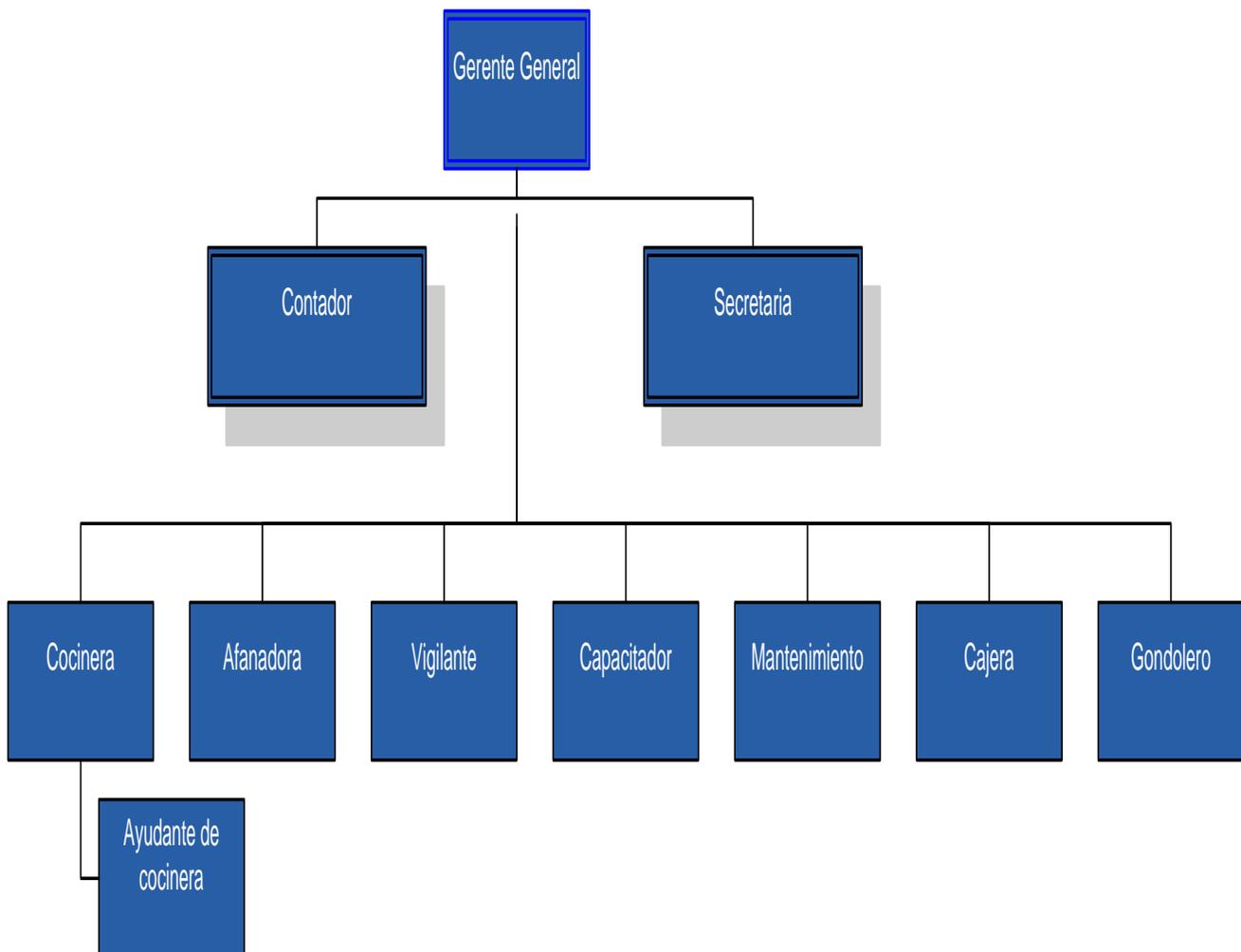
- Decoración de las instalaciones del centro de capacitación
- Equipo de audio y video
- Zona Wifi portátil
- Áreas recreativas
- Tienda de conveniencia
- Áreas verdes

#### **4.6.4 PLANIFICACIÓN ORGANIZACIONAL**

Organizar es el proceso para ordenar y distribuir el trabajo, la autoridad y los recursos entre los miembros de una organización como ser Finca Loma Linda, de tal manera que se puedan alcanzar las metas y cumplir con los planes de gerencia con el propósito de mejorar la rentabilidad y sostenibilidad de la misma siendo más eficiente en sus procesos de producción definidos. Las empresas deben caracterizarse o diferenciarse por el servicio brindado en este caso la finca no será la excepción.

La administración de Finca Loma Linda se propone con una estructura organizacional donde el Gerente General debe ser el responsable de administrar de todo el personal que conforman las instalaciones, donde vigile que todos cumplan con sus funciones establecidas, esto para ofrecer un servicio de calidad y una atención personalizada donde el cliente quede satisfecho por la atención y servicio brindado y puedan recomendar a otras empresas este centro.

#### 4.6.4.1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL FINCA LOMA LINDA



**Figura 32. Estructura Organizacional Finca Loma Linda**

#### 4.6.4.2 FUNCIONES A DESEMPEÑAR SEGÚN ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

**Tabla 9. Funciones que deben desempeñar la estructura organizacional de Finca Loma Linda**

CARGO QUE DESEMPEÑAN	FUNCIONES	CANTIDAD	SUELDO/SALARIO	TOTAL SALARIO
Gerente General	Encargado de administrar la Finca Loma Linda, controlar y organizar sus gastos desarrollo de actividades para su buen funcionamiento y vigilar que las demas areas ejecuten sus funciones de forma eficiente y eficaz.	1	L. 15,000.00	L. 15,000.00
Secretaria	Gestionar todas las delegaciones impuestas por el Gerente General y vigilar que este cumpla con todo lo planeado segun agenda.	1	L. 7,380.00	L. 7,380.00
Contador	Encargado de llevar la contabilidad de Finca Loma Linda, no de planta solamente con visitas periodicas.	1	L. 5,000.00	L. 5,000.00
Capacitador	Definir, administrar e implementar un plan de capacitacion agricola para productores con la metodologia aprender haciendo en el campo.	1	L. 13,000.00	L. 13,000.00
Aseadora	Encargada de la limpieza de todas las intalaciones del centro de capacitacion Finca Loma Linda, que todas estas esten en condiciones optimas.	2	L. 6,300.00	L. 12,600.00
Vigilante	Encargado de la seguridad del centro de capacitacion Finca Loma Linda, vigilar que ninguna persona extrana.	2	L. 7,380.00	L. 14,760.00
Mantenimiento	Su funcion es mantener limpios piscinas, cancha de futbolito y instalaciones en buen estado	1	L. 6,000.00	L. 6,000.00
Cajera	Getionar el cobro de los productos del mini-supermercado de Finca Loma Linda	1	L. 7,380.00	L. 7,380.00
Gondolero	Se encarga de ordenar y administra los productos en gondolas para su venta	1	L. 7,380.00	L. 7,380.00
Cocinera	Encargada de preparara los alimentos y cofre day de las capacitaciones y cafeteria de Finca Loma Linda.	3	L. 7,380.00	L. 22,140.00
Ayudante de cocina o Mesera	Se encarga de apoya a la cocinera de Finca Loma Linda	1	L. 6,000.00	L. 6,000.00
Productor agricola	Su funcion es apoyar al ing. Agronomo y mantener los predios limpios y areas de laderas	1	L. 6,000.00	L. 6,000.00
<b>Total planilla</b>		<b>16</b>	<b>L. 94,200.00</b>	<b>L. 122,640.00</b>

#### 4.6.4.3 FORMACIÓN ACADÉMICA Y PROFESIONAL DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Con el fin de describir los requerimientos en cuanto a grado académico y profesional que debe cumplir los colaboradores de la estructura organizacional de Finca Loma Linda, para contar

con un personal capacitado en donde la institución pueda satisfacer las necesidades de los clientes brindando un servicio y atención de calidad.

El fenómeno de servicio al cliente tiene cada vez mayor impacto en las economías modernas es por ello que las empresas tratan de desarrollar formas efectivas de atraer y retener a los clientes internos como externos “Satisfacer al cliente es uno de los objetivos principales de las empresas para subsistir en el mercado, pues ellas dependen del mismo para obtener ganancias y ser rentables”(Chávez Vivó, 2011).

**Tabla 10. Perfil de puestos**

Nombre del Puesto	Localización	Nivel Académico	Experiencia
Gerente General	Finca Loma Linda	Administración Industrial y de Negocios	5 Años
Secretaria	Finca Loma Linda	Perito Mercantil	1 Año
Contador General	Finca Loma Linda	Perito Mercantil	3 Años
Capacitador	Finca Loma Linda	Ing. Agrónomo	3 Años
Afanadora	Finca Loma Linda	Educación Primaria	2 Años
Mantenimiento	Finca Loma Linda	Educación Secundaria / Técnico	2 Años
Guardia de Seguridad	Finca Loma Linda	Educación Secundaria	2 Años
Cajera	Finca Loma Linda	Educación Secundaria	2 Años
Gondolero	Finca Loma Linda	Educación Secundaria	2 Años
Cocinera	Finca Loma Linda	Educación Primaria	3 Años
Asistente de Cocinera	Finca Loma Linda	Educación Primaria	2 Años
Productor Agrícola	Finca Loma Linda	Educación Primaria	2 Años

#### 4.6.5 FACTORES AMBIENTALES

Las principales regulaciones que afecta la propuesta:

Es el incumpliendo de las normas que ayuden a reducir cualquier efecto adverso de las actividades que se lleven a cabo en Finca Loma Linda.

El no cumplimiento efectivo de los requisitos de operación que deben cumplir con las regulaciones ambientales que deben cumplir en todas las fases que tendrá la Finca Loma Linda.

El manejo de inadecuado de productos tóxicos que utilicen en el manejo de producción tanto agrícola como alimenticia.

#### 4.7 ESTUDIO FINANCIERO-ECONOMICO

El estudio financiero nos determina cual será la cantidad de recursos económicos que son necesarios para la puesta en marcha de esta propuesta. Es decir, el funcionamiento y sostenibilidad del negocio y cuánto dinero se necesitará.

##### 4.7.1 PLAN DE INVERSIÓN

**Tabla 11. Plan de Inversión Finca Loma Linda**

<b>Plan de Inversión</b>			
<b>Inversión</b>	<b>Monto</b>	<b>Fondos Propios</b>	<b>Financiados</b>
<b>Activos Fijos</b>			
Activos principal del negocio	L. 0.00	L. 0.00	L. 0.00
Activos Administración	L. 2045,101.00	L. 1227,060.60	L. 818,040.40
Activos de Ventas	L. 0.00	L. 0.00	L. 0.00
Terreno	L. 5000,000.00	L. 5000,000.00	
<b>Subtotal</b>	<b>L. 7045,101.00</b>	<b>L. 6227,060.60</b>	<b>L. 818,040.40</b>
<b>Capital de Trabajo</b>			
Materia Prima			
Mano de Obra Directa	L. 0.00		
Costos Indirectos de Fabricación	L. 0.00		
Gastos de Administración	L. 126,618.21		
Gastos de Ventas	L. 0.00		
Cuotas de Préstamos	L. 160,768.57		
<b>Subtotal</b>	<b>L. 287,386.78</b>	<b>L. 0.00</b>	<b>L. 0.00</b>
<b>Gastos Preoperativos (Nominales)</b>			
Gastos Organización	L. 18,700.00		
Estudio Factibilidad	L. 0.00		
Gastos de Instalación	L. 3082,588.00		
<b>Subtotal</b>	<b>L. 3101,288.00</b>	<b>L. 0.00</b>	<b>L. 0.00</b>
<b>TOTAL</b>	<b>10433,775.78</b>	<b>6260,265.47</b>	<b>4120,314.73</b>

##### 4.7.2 PLAN DE FINANCIAMIENTO FINCA LOMA LINDA

**Tabla 12. Amortización de la Finca Loma Linda**

**Amortización de los Pre Operativos**

Constitución de la sociedad	L. 5,000.00
Registro Mercantil	L. 1,200.00
Registro en la Cámara de Comercio	L. 3,000.00
Permiso de operación	L. 8,000.00
Registro Sanitario	L. 1,500.00
Acondicionamiento del Local	L. 30,000.00
Gasto de Instalaciones	L. 3052,588.00
<b>Total</b>	<b>L. 3101,288.00</b>
<b>Total a Amortizar Anual</b>	<b>L. 620,257.60</b>

**4.7.3 COSTO DE CAPITAL DE FINCA LOMA LINDA**

**Tabla 12. Costo Capital Finca Loma Linda**

**Costo de Capital**

<b>Concepto</b>	<b>Monto</b>	<b>% de Participación</b>	<b>Costo</b>	<b>Costo Ponderado</b>
Fondos Propios	L. 6260,265.47	0.60	0.06	0.0362
Financiamiento	L. 4120,314.73	0.40	0.20	0.0794
<b>Total</b>	<b>L. 10380,580.20</b>	<b>1.00</b>		
<b>Costo de Capital</b>				<b>0.1156</b>
Inflación Promedio				0.0743
Tasa de Riesgo				0.0086
Req. Adicional Accionistas				0.07
<b>Tasa de Corte</b>				<b>0.2684</b>

#### 4.7.4 PRESUPUESTO DE INGRESOS FINCA LOMA LINDA

Tabla 13. Presupuesto de Finca Loma Linda

Ingresos de Ventas				
Detalle	Precio	Cantidad	Total persona por mes	Total al Año
Paquete 1 día	L. 300.00	18	30	L. 1944,000.00
Paquete con hospedaje	L. 730.00	8	30	L. 2102,400.00
Agrícola	L. 150,000.00	3	1	L. 450,000.00
Mini-supermercado	L. 11,500.00	30	12	L. 4140,000.00
<b>Total de ingresos</b>				<b>L. 8636,400.00</b>

## 4.7.5 COSTOS FINCA LOMA LINDA

**Tabla 14. Presupuesto Costos Fijos de Finca Loma Linda**

Planilla Departamento de Administración

AÑO 1

Cargo	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	IHSS	INFOP	RAP	13avo Mes	14avo Mes	Vacaciones	Cesantía	Preaviso	Total Anual	Total Mensual
Contador General	L. 15,000.00	L. 180,000.00	L. 6,048.00	L. 2,100.00	L. 2,700.00	L. 15,000.00	L. 15,000.00	L. 5,000.00	L. 17,500.00	L. -	L. 243,348.00	L. 20,279.00
Secretaria	L. 7,380.00	L. 88,560.00	L. 6,048.00	L. 1,033.20	L. 1,328.40	L. 7,380.00	L. 7,380.00	L. 2,460.00	L. 8,610.00	L. -	L. 122,799.60	L. 10,233.30
Capacitador	L. 13,800.00	L. 165,600.00	L. 6,048.00	L. 1,932.00	L. 2,484.00	L. 13,800.00	L. 13,800.00	L. 4,600.00	L. 16,100.00	L. -	L. 224,364.00	L. 18,697.00
Vigilante	L. 7,380.00	L. 88,560.00	L. 6,048.00	L. 1,033.20	L. 1,328.40	L. 7,380.00	L. 7,380.00	L. 2,460.00	L. 8,610.00	L. -	L. 122,799.60	L. 10,233.30
Encargado de Mantenimiento	L. 7,380.00	L. 88,560.00	L. 6,048.00	L. 1,033.20	L. 1,328.40	L. 7,380.00	L. 7,380.00	L. 2,460.00	L. 8,610.00	L. -	L. 122,799.60	L. 10,233.30
Cajera	L. 7,380.00	L. 88,560.00	L. 6,048.00	L. 1,033.20	L. 1,328.40	L. 7,380.00	L. 7,380.00	L. 2,460.00	L. 8,610.00	L. -	L. 122,799.60	L. 10,233.30
Cocinera	L. 7,380.00	L. 88,560.00	L. 6,048.00	L. 1,033.20	L. 1,328.40	L. 7,380.00	L. 7,380.00	L. 2,460.00	L. 8,610.00	L. -	L. 122,799.60	L. 10,233.30
Aseadora	L. 7,380.00	L. 88,560.00	L. 6,048.00	L. 1,033.20	L. 1,328.40	L. 7,380.00	L. 7,380.00	L. 2,460.00	L. 8,610.00	L. -	L. 122,799.60	L. 10,233.30
Ayudante de Cocina	L. 6,000.00	L. 72,000.00	L. 5,184.00	L. 840.00	L. 1,080.00	L. 6,000.00	L. 6,000.00	L. 2,000.00	L. 7,000.00	L. -	L. 100,104.00	L. 8,342.00
Productor Agrícola	L. 6,000.00	L. 72,000.00	L. 5,184.00	L. 840.00	L. 1,080.00	L. 6,000.00	L. 6,000.00	L. 2,000.00	L. 7,000.00	L. -	L. 100,104.00	L. 8,342.00
Bodegero	L. 6,000.00	L. 72,000.00	L. 5,184.00	L. 840.00	L. 1,080.00	L. 6,000.00	L. 6,000.00	L. 2,000.00	L. 7,000.00	L. -	L. 100,104.00	L. 8,342.00
<b>Total</b>	<b>L. 91,080.00</b>	<b>L. 1,092,960.00</b>	<b>L. 63,936.00</b>	<b>L. 12,751.20</b>	<b>L. 16,394.40</b>	<b>L. 91,080.00</b>	<b>L. 91,080.00</b>	<b>L. 30,360.00</b>	<b>L. 106,260.00</b>	<b>L. -</b>	<b>L. 1,504,821.60</b>	<b>L. 125,401.80</b>
<b>Total Carga Social</b>								<b>L. L.</b>	<b>411,861.60</b>			

**Tabla 15. Presupuesto de Costos Variables de Finca Loma Linda**

### Costo de Venta

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inventario Inicial	L. 400,000.00	L. 450,000.00	L. 481,500.00	L. 517,131.00	L. 557,467.22
+ Costo adicionales	L. 50,000.00	L. 31,500.00	L. 35,631.00	L. 40,336.22	L. 41,391.94
= Producto Disponible para la Venta	L. 450,000.00	L. 481,500.00	L. 517,131.00	L. 557,467.22	L. 598,859.16
- Inventario Final	L. 0.00				
= <b>Costo de Venta</b>	<b>L. 450,000.00</b>	<b>L. 481,500.00</b>	<b>L. 517,131.00</b>	<b>L. 557,467.22</b>	<b>L. 598,859.16</b>

#### 4.7.6 DEPRECIACIÓN DE FINCA LOMA LINDA

**Tabla 16. Depreciación Finca Loma Linda**

##### Cuadro de Depreciaciones

	Cantidad	Precio Unitario	Total	Vida Útil	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada	FLUJOS TERMINALES
<b>Activos Fijos</b>							
edificio e infraestructura	1	L. 450,000.00	L. 450,000.00	10	L. 44,550.00	L. 222,750.00	L. 227,250.00
divisiones	1	L. 10,000.00	L. 10,000.00	10	L. 990.00	L. 4,950.00	L. 5,050.00
renovacion	1	L. 75,000.00	L. 75,000.00	10	L. 7,425.00	L. 37,125.00	L. 37,875.00
carreteras	1	L. 220,000.00	L. 220,000.00	10	L. 21,780.00	L. 108,900.00	L. 111,100.00
tanque	1	L. 30,000.00	L. 30,000.00	10	L. 2,970.00	L. 14,850.00	L. 15,150.00
Vehiculo Pick-up	2	L. 350,000.00	L. 700,000.00	5	L. 138,600.00	L. 693,000.00	L. 7,000.00
Herramientas de Trabajo	50	L. 300.00	L. 15,000.00	5	L. 2,970.00	L. 14,850.00	L. 150.00
Sistema para riego	1	L. 80,000.00	L. 80,000.00	5	L. 15,840.00	L. 79,200.00	L. 800.00
Generadora Electrica	1	L. 30,000.00	L. 30,000.00	5	L. 5,940.00	L. 29,700.00	L. 300.00
Bomba Fumigadora de Mochila	3	L. 5,000.00	L. 15,000.00	5	L. 2,970.00	L. 14,850.00	L. 150.00
Tractor Agricola	1	L. 450,000.00	L. 450,000.00	5	L. 89,100.00	L. 445,500.00	L. 4,500.00
sillas	32	L. 500.00	L. 16,000.00	5	L. 3,168.00	L. 15,840.00	L. 160.00
mesas	6	L. 1,500.00	L. 9,000.00	5	L. 1,782.00	L. 8,910.00	L. 90.00
sillas	4	L. 300.00	L. 1,200.00	5	L. 237.60	L. 1,188.00	L. 12.00
juegos de mesa	4	L. 1,200.00	L. 4,800.00	5	L. 950.40	L. 4,752.00	L. 48.00
pizarra	1	L. 1,500.00	L. 1,500.00	5	L. 297.00	L. 1,485.00	L. 15.00
purtas	22	L. 4,550.00	L. 100,100.00	5	L. 19,819.80	L. 99,099.00	L. 1,001.00
mueble de cosina	1	L. 70,000.00	L. 70,000.00	5	L. 13,860.00	L. 69,300.00	L. 700.00
esquinera	1	L. 4,000.00	L. 4,000.00	5	L. 792.00	L. 3,960.00	L. 40.00
mueble para agua	1	L. 3,000.00	L. 3,000.00	5	L. 594.00	L. 2,970.00	L. 30.00
librero	1	L. 3,000.00	L. 3,000.00	5	L. 594.00	L. 2,970.00	L. 30.00
cama	30	L. 4,500.00	L. 135,000.00	5	L. 26,730.00	L. 133,650.00	L. 1,350.00
televisor	1	L. 12,000.00	L. 12,000.00	5	L. 2,376.00	L. 11,880.00	L. 120.00
accesorios de cama y manteles	1	L. 30,000.00	L. 30,000.00	5	L. 5,940.00	L. 29,700.00	L. 300.00
Motosierra	2	L. 30,000.00	L. 60,000.00	5	L. 11,880.00	L. 59,400.00	L. 600.00
Picadora de Pasto	2	L. 15,000.00	L. 30,000.00	5	L. 5,940.00	L. 29,700.00	L. 300.00
Mobiliario y Equipo	4	L. 40,625.25	L. 162,501.00	5	L. 32,175.20	L. 160,875.99	L. 1,625.01
Estufas	2	L. 10,000.00	L. 20,000.00	5	L. 3,960.00	L. 19,800.00	L. 200.00
Estfa Industrial	1	L. 14,000.00	L. 14,000.00	5	L. 2,772.00	L. 13,860.00	L. 140.00
Mueble de cocina	1	L. 70,000.00	L. 70,000.00	5	L. 13,860.00	L. 69,300.00	L. 700.00
Microondas	1	L. 1,500.00	L. 1,500.00	5	L. 297.00	L. 1,485.00	L. 15.00
Ventilador	1	L. 7,500.00	L. 7,500.00	5	L. 1,485.00	L. 7,425.00	L. 75.00
<b>TOTAL DEPRECIACION ADMINISTRACION</b>			L. 2,045,101.00		<b>L. 404,930.00</b>		L. 20,451.01
<b>ACTIVOS DE VENTAS</b>							
			0.00	1	0.00		
			0.00	1	0.00		
			0.00	1	0.00		
<b>TOTAL DEPRECIACION VENTAS</b>			0.00		0.00		0.00
<b>Total Depreciación</b>			<b>L. 2,045,101.00</b>		<b>L. 404,930.00</b>	<b>L. 2,413,224.99</b>	<b>L. 20,451.01</b>

#### 4.7.7 AMORTIZACIÓN PRÉSTAMO DE FINCA LOMA LINDA

**Tabla 17. Amortización Préstamo Finca Loma Linda**

**Cálculo del Préstamo**  
**CUOTA NIVELADA**  
MONTO                      TASA                      PLAZO EN AÑOS

Financiamiento	L. 4120,314.73	20%	3.00
----------------	----------------	-----	------

Cuota                      **(L. 1956,017.54)**

#### SALDOS INSOLUTOS

AÑOS	Cuota	Interés	Abono P	Saldo
0				L. 4120,314.73
1	L. 1956,017.54	L. 824,062.95	L. 1131,954.60	L. 2988,360.13
2	L. 1956,017.54	L. 597,672.03	L. 1358,345.52	L. 1630,014.62
3	L. 1956,017.54	L. 326,002.92	L. 1630,014.62	L. 0.00
4	L. 0.00	L. 0.00	L. 0.00	L. 0.00

Años	Corto Plazo	Largo Plazo
0	L. 1131,954.60	L. 2988,360.13
1	L. 1358,345.52	L. 1630,014.62
2	L. 1630,014.62	L. -
3	L. -	L. -
4	L. -	
	L. 2988,360.13	

#### 4.7.8 ESTADO DE RESULTADOS Y BALANCE GENERAL

En base a información actual que se recolecto de Finca Loma Linda se presenta el balance general donde se visualiza la situación económica financiera proyectada para fin de cada período de gestión, así como también el estado de resultados el cual es un resumen de los ingresos y costos operativos para fin de cada período de gestión.

##### 4.7.8.1 ESTADO DE RESULTADOS MODELO DE NEGOCIO

El estado de resultado muestra un resumen de los ingresos y costos operativos que Finca Loma Linda requiere para llevar a cabo el proyecto de reactivación y sostenibilidad dentro de un mercado competitivo, esto visualizado durante un periodo de 5 años de su gestión.

**Tabla 18. Estados de Resultados con los tres modelos de negocios**

## ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

	1	2	3	4	5
Ventas	8636,400.00	9672,768.00	10872,191.23	12263,831.71	13787,612.80
Costos de Venta	450,000.00	481,500.00	517,131.00	557,467.22	598,859.16
<b>Utilidad Marginal</b>	<b>8186,400.00</b>	<b>9191,268.00</b>	<b>10355,060.23</b>	<b>11706,364.49</b>	<b>13188,753.64</b>
<b>Gasto de Operación:</b>					
Gastos de Administración	2565,709.20	2665,360.20	2677,294.92	2695,674.93	2698,958.69
Gastos de Venta	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Gastos Financieros	824,062.95	597,672.03	326,002.92	0.00	0.00
<b>Utilidad antes de Impuestos</b>	<b>4796,627.86</b>	<b>5928,235.78</b>	<b>7351,762.38</b>	<b>9010,689.56</b>	<b>10489,794.95</b>
Impuestos sobre La Renta	1199,156.96	1482,058.94	1837,940.60	2252,672.39	2622,448.74
<b>Utilidad Neta</b>	<b>3597,470.89</b>	<b>4446,176.83</b>	<b>5513,821.79</b>	<b>6758,017.17</b>	<b>7867,346.21</b>

**4.7.8.2 BALANCE GENERAL MODELO DE NEGOCIO**

El balance general presenta la situación económica financiera proyectada para fin de cada período de gestión de Finca Loma Linda.

Donde se muestra los activos con que cuenta la finca como ser, mobiliarios, terreno, maquinaria, pasivos como lo es el préstamo que se requiere para su reactivación y el capital con el que cuenta la finca para su ejecución.

**Tabla 19. Balance General con los tres modelos de negocio**

Balance General Proyectado

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Activos</b>						
<b>Circulante</b>						
Bancos	L. 234,191.20	L. 4924,052.06	L. 9320,132.95	L. 14585,009.37	L. 22782,945.93	L. 32045,256.09
Cuentas por cobrar		L. 160.00	L. -	L. -	L. -	L. -
Inventario Materia Prima	L. -					
Inventario	L. -					
<b>Total Activo Circulante</b>	L. 234,191.20	L. 4924,212.06	L. 9320,132.95	L. 14585,009.37	L. 22782,945.93	L. 32045,256.09
<b>Fijos</b>						
Vehiculo Pick-up	L. 700,000.00					
Mobiliario de Administracion	L. 1345,101.00					
	L. -					
Depreciación Acumulada	L. -	L. 404,930.00	L. 809,860.00	L. 1214,789.99	L. 1619,719.99	L. 2024,649.99
<b>Total Activo Fijo Neto</b>	L. 2045,101.00	L. 1640,171.00	L. 1235,241.00	L. 830,311.01	L. 425,381.01	L. 20,451.01
<b>Activos Nominales</b>						
Gastos de organizacion	L. 18,700.00					
Gastos de instalacion	L. 3082,588.00					
Otros gastos diferidos	L. -					
Terreno	L. 5000,000.00					
Amortización acumulada	L. -	L. 620,257.60	L. 1240,515.20	L. 1860,772.80	L. 2481,030.40	L. 3101,288.00
<b>Total Activo Nominal</b>	L. 8101,288.00	L. 7481,030.40	L. 6860,772.80	L. 6240,515.20	L. 5620,257.60	L. 5000,000.00
<b>Total de Activos</b>	<b>L. 10380,580.20</b>	<b>L. 14045,413.46</b>	<b>L. 17416,146.75</b>	<b>L. 21655,835.58</b>	<b>L. 28828,584.54</b>	<b>L. 37065,707.10</b>
<b>Pasivos</b>						
<b>Circulante</b>						
Cuentas por pagar	L. -					
Préstamos a Corto Plazo	L. 1131,954.60	L. 1358,345.52	L. 1630,014.62	L. -	L. -	L. -
Impuesto sobre la Renta	L. -	L. 1199,156.96	L. 1482,058.94	L. 1837,940.60	L. 2252,672.39	L. 2622,448.74
<b>Total Pasivo Circulante</b>	L. 1131,954.60	L. 2557,502.48	L. 3112,073.56	L. 1837,940.60	L. 2252,672.39	L. 2622,448.74
<b>Pasivo a largo plazo</b>						
Prestamo por pagar a largo plazo	L. 2988,360.13	L. 1630,014.62	L. -	L. -	L. -	L. -
<b>Total pasivo a largo plazo</b>	L. 2988,360.13	L. 1630,014.62	L. -	L. -	L. -	L. -
<b>Total Pasivos</b>	L. 4120,314.73	L. 4187,517.10	L. 3112,073.56	L. 1837,940.60	L. 2252,672.39	L. 2622,448.74
<b>Patrimonio</b>						
Capital Social	L. 6260,265.47					
Utilidad Inicio del Año	L. -	L. -	L. 3597,470.89	L. 8043,647.72	L. 13557,469.51	L. 20315,486.68
(+)Utilidades del Año	L. -	L. 3597,470.89	L. 4446,176.83	L. 5513,821.79	L. 6758,017.17	L. 7867,346.21
(-)Dividendos Pagados		L. -				
(=)Utilidad fin de año		L. 3597,470.89	L. 8043,647.72	L. 13557,469.51	L. 20315,486.68	L. 28182,832.89
<b>Total Patrimonio</b>	L. 6260,265.47	L. 9857,736.36	L. 14303,913.19	L. 19817,734.98	L. 26575,752.15	L. 34443,098.36
<b>Total de Pasivos + Patrimonio</b>	<b>L. 10380,580.20</b>	<b>L. 14045,253.46</b>	<b>L. 17415,986.75</b>	<b>L. 21655,675.58</b>	<b>L. 28828,424.54</b>	<b>L. 37065,547.10</b>

**4.7.9 FLUJO DE CAJA PROYECTADO MODELO DE NEGOCIO**

En este flujo de caja proyectado se muestra el plan de ingresos, egresos y saldos de efectivo con los que debe contar Finca Loma Linda para su ejecución y desarrollo.

En el plan de ingreso están incluidos los servicios de capacitaciones que se proyectaron ya con las modificaciones y el rediseño que Finca Loma Linda con instalaciones con las que incursionará en el mercado, con áreas recreativas y mini-supermercado con cafetería. Así como también ya están incluidos los gastos que se acarrearan por modificaciones que se realizaron.

**Tabla 20. Flujo de caja con los tres modelos de negocios**

DETERMINACION FLUJOS DE BENEFICIOS  
PARA CALCULO DE VAN Y TIR

CONCEPTO	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversion	(10433,775.78)					
Entradas de efectivo		8636,400.00	9672,928.00	10872,191.23	12263,831.71	13787,612.80
Salidas de efectivo		3946,539.14	5276,847.11	5607,314.81	4065,895.15	4525,302.64
Flujo de efectivo		4689,860.86	4396,080.89	5264,876.42	8197,936.56	9262,310.16
Cuentas por cobrar (liquidacion)					-	-
Inventarios finales (Liquidacion)					-	-
Valor de realizacion						20,451.01
Pasivos circulantes						2622,448.74
Pasivos a largo plazo					-	-
Flujo de efectivo neto	(10433,775.78)	4689,860.86	4396,080.89	5264,876.42	8197,936.56	6660,312.43

Costo de capital            26.84%

VAN    L. 2973,849.67

TIR                            42%

#### 4.7.10 REQUERIMIENTOS DE CAPITAL Y FINANCIERA

Como se indica en la Tabla 21, se investigaron tres posibles fuentes de financiamiento con Banco Atlántida, BAC y FICOHSA.

**Tabla 21. Posibles fuentes de financiamiento**

Bancos	Tasas Interés/ Hipotecario	Fiduciario	Plazos /Requisitos Indispensables	Monto a Prestar
Atlántida	16-22%	22%	60 meses (ver anexo V) Plan de Negocios presentado a UNITEC	\$25,000 máximo
Ficohsa	18.50%	23.75%	Ventas de 2 millones, 2 años de estar Constituida	Según Estados Financieros (2 años)
BAC	19%	23%	Capital de trabajo a 24 meses, inversión a 7 años, 2 años de estar Constituida	Según Estados Financieros (2 años)

Para préstamos a Mipymes, la mayoría de los bancos comerciales tienen como requisito indispensable el que la empresa ya tenga dos años de estar constituida y se necesita presentar los estados financieros de estos dos años. En base a los estados financieros los bancos como Ficohsa y BAC deciden el porcentaje a prestar. También se visitó una Feria de Empleos para Microempresarios y se visitaron más bancos como Bancovelo, Promérica, Lafise y todos piden el requisito de estar constituida por lo menos 2 años. El único que no pide este requisito es el Banco Atlántida porque firmó un Convenio con UNITEC en donde el requisito principal es que se le presente un Plan de Negocio que sea aprobado por el departamento de Emprendimiento de UNITEC y con el Visto Bueno de UNITEC se puede aprobar el crédito.

#### 4.7.11 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE FINCA LOMA LINDA

**Tabla 22. Periodo de recuperación**

AÑOS	EGRESOS	FLUJOS NETOS	ACUMULACIÓN TASA DE OPORTUNIDAD
0	(10433,775.78)	(10433,775.78)	(10433,775.78)
1		4689,860.86	-5743,914.92
2		4396,080.89	-1347,834.03
3		5264,876.42	3917,042.39
4		8197,936.56	12114,978.96
5		6660,312.43	18775,291.39

PB

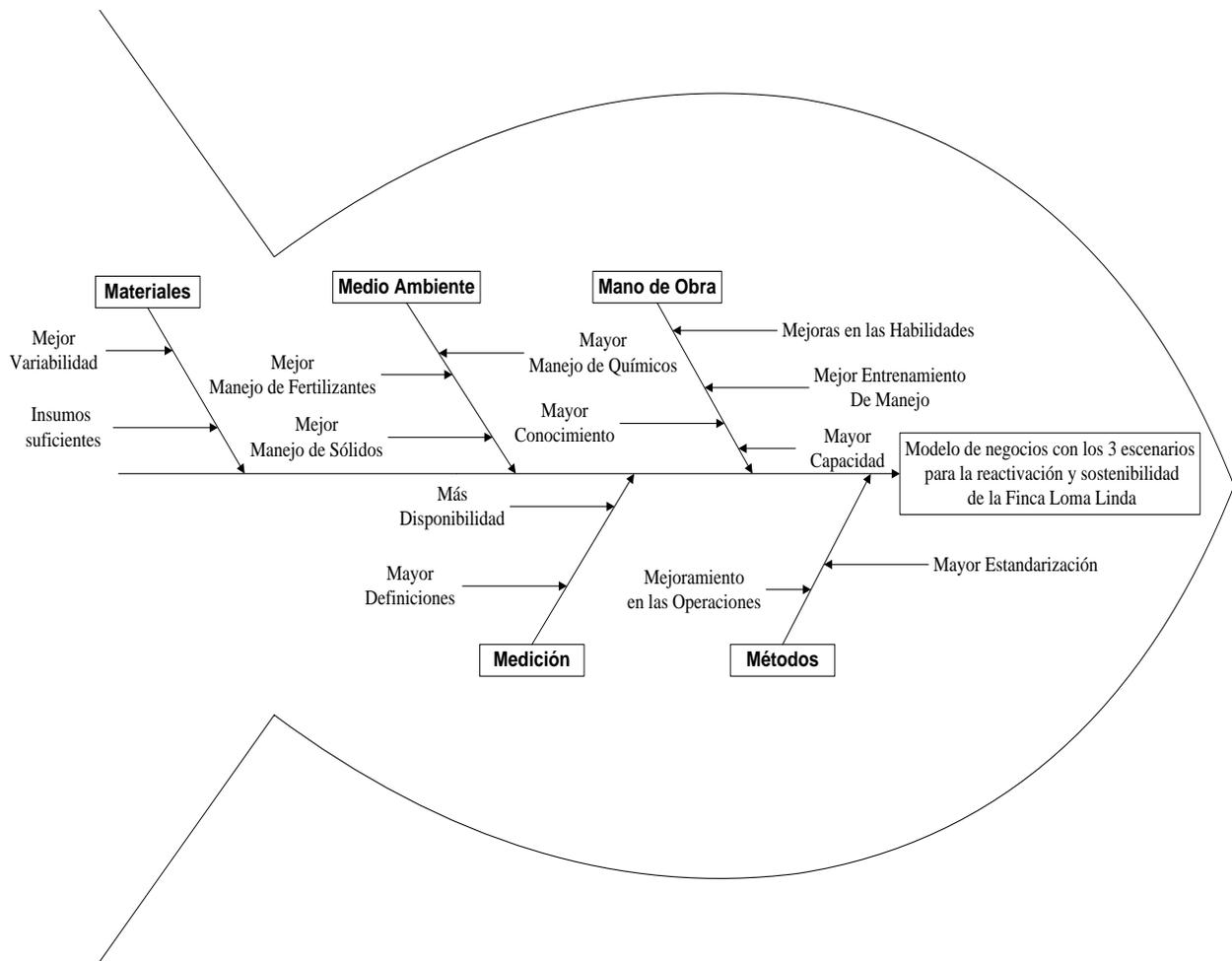
2.26 AÑOS

## 4.7.12 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Escoger las principales variables que pueden afectar la propuesta (considerar la sección de Factores Críticos de Riesgo) y realizar un análisis de sensibilidad creando 3 escenarios: Pesimista, esperado y optimista.

**Tabla 23. Análisis de Sensibilidad**

L 2973,849.67	L 4496,400.00	L 4271,580.00	L 4058,001.00	L 3855,100.95	L 3662,345.90
L 4140,000.00	L 2973,849.67	L 2861,651.88	L 2653,805.48	L 2379,407.60	L 2073,433.13
L 3933,000.00	L 677,183.24	L 659,480.76	L 626,686.92	L 583,392.64	L 535,116.23
L 3736,350.00	-L 396,372.19	-L 399,850.92	-L 406,295.28	-L 414,803.10	-L 424,289.96
L 3549,532.50	-L 1511,788.54	-L 1512,337.41	-L 1513,354.20	-L 1514,696.56	-L 1516,193.39
L 3372,055.88	-L 2699,467.47	-L 2699,554.07	-L 2699,714.49	-L 2699,926.29	-L 2700,162.46
L 3203,453.08	-L 3871,501.66	-L 3871,515.32	-L 3871,540.63	-L 3871,574.05	-L 3871,611.31



**Figura 33. Diagrama Ishikawa Finca Loma Linda**

Como se puede observar en la Figura 33, las mejoras que se obtuvieron después de realizar el análisis de investigación y de pre-factibilidad obtuvimos mejoramiento en las operaciones de las instalaciones del centro de capacitación Finca Loma Linda modernas y mayor capacidad, procesos más estandarizados en la administración, áreas de recreación atractivas que permitan a la Finca Loma Linda estar al nivel deseado por los clientes que adquieren dicho servicio en el área de capacitación, no obstante mediante el análisis de los tres modelos de negocios dicha institución se puede enfocar en la propuesta tres debido a que es el escenario que contiene los complementos necesarios para que dicha empresa pueda empezar su reactivación y así mismo su sostenibilidad.

## CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En el presente capítulo se desarrollaron las conclusiones y recomendaciones que deberán tomar en cuenta para la reactivación y sostenibilidad de Finca Loma Linda.

### 5.1 CONCLUSIONES

1. La Finca Loma Linda no está activa en la actualidad debido a que no cuenta con un escenario óptimo para la satisfacción de los clientes, ya que carecen de un capacitador para el manejo, control de la misma por falta de conocimiento, habilidades, procesos y procedimientos que requiere el aprender haciendo en el centro de capacitación.
2. Debido a que Finca Loma Linda no cuenta con una oferta hacia las organizaciones, ni con un enfoque de negocio, hace que incurra en pérdidas económicas y financieras, ya que no benefician el desarrollo de la organización llevándola hacia la quiebra y pérdida del negocio.
3. En la presente investigación se definieron tres escenarios generando oportunidad a la Finca Loma Linda para su reactivación y lograr la sostenibilidad incrementando la productividad, para el crecimiento de la institución, logrando que el inversionista analice el escenario más viable según su interés de inversión y obtención de utilidades.
4. En el estudio técnico se considera contratar a personal de producción y de administración para la ejecución efectiva de las funciones que requiere como empresa de servicio.
5. Se realizó un estudio de mercado para el análisis de los competidores, demanda del mercado, conocimiento de la Finca Loma Linda con el servicio de capacitación, un estudio económico-financiero que nos permitió observar la viabilidad del negocio en los tres escenarios expuestos, el estudio administrativo que nos brindó la logística de la ubicación, los edificios, áreas cultivables y por último un análisis ambiental determinando parámetros que debe cumplir para su funcionamiento eficiente y eficaz.
6. En el estudio financiero se considera que la empresa tiene un periodo de recuperación de 2.26 años.
7. El estudio de pre-factibilidad para Finca Loma Linda resultó rentable ya que presenta una TIR del 42% y una VAN de **L. 2973,849.67**. Bajo los escenarios analizados y métodos

financiero, TIR, VAN y estados financieros proyectados, todos presentan valores superiores.

## **5.2 RECOMENDACIONES**

1. A la propietaria de dicha institución no actuar de manera empírica, sino que cuente con un plan de contingencia para la reactivación de dicho centro de capacitación, para no incurrir en mayores gastos.
2. Finca Loma Linda debe dar un seguimiento al estudio realizado para evitar declinar y así reducir los problemas que actualmente presenta, para ser una opción fuerte dentro del mercado en el área de capacitación.
3. Finca Loma Linda debe analizar los tres escenarios propuestos para la reactivación de la misma, de esta manera al evaluarlos, se seleccionara el más atractivo para ser competitivos en el mercado ofreciendo un valor agregado diferenciándose de las demás en cuanto a servicio y atención de calidad.
4. Previo al inicio de operaciones se debe contratar al personal idóneo y capacitarlo para un mejor desempeño.
5. Se recomienda realizar un estudio por cada escenario propuesto para determinar cálculos de ampliaciones en ventas más exactos, ya que este negocio ofrece variedad de servicios que se ofrecerán en las mismas instalaciones.
6. Crear un plan estratégico y una vez que se tenga definida la misión y visión de la Finca, este plan deberá ser compartido con todos los colaboradores de manera que ellos puedan colaborar activamente en el logro de los objetivos.
7. Mantener estricta vigilancia en los procesos del servicio y de atención al cliente, con el fin de brindar un mejor servicio a sus clientes.

## **CAPÍTULO VI. APLICABILIDAD**

En este capítulo se presenta la propuesta para la aplicabilidad de los modelos de negocios que se presentan en tres escenarios para la Finca Loma Linda donde se detalla, introducción, modelos de negocios, plan de acción, proyección de ventas y cronograma.

### **6.1 MODELO DE NEGOCIOS CON TRES ESCENARIOS PARA LA REACTIVACIÓN Y SOSTENIBILIDAD DE FINCA LOMA LINDA**

#### **6.2 INTRODUCCIÓN**

#### **6.3 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA**

##### **6.3.1 ESCENARIO 1: FINCA LOMA LINDA CON LA METODOLOGÍA APRENDER HACIENDO**

###### **6.3.1.1 DESCRIPCIÓN DEL ESCENARIO 1**

###### **6.3.1.2 DISEÑO DEL ESCENARIO 1**

###### **6.3.1.3 PLAN DE INVERSIÓN DEL ESCENARIO 1**

###### **6.3.1.4 PLAN DE ACCIÓN ESCENARIO 1**

##### **6.3.2 ESCENARIO 2: FINCA LOMA CON LA METODOLOGÍA APRENDER HACIENDO CON ÁREAS RECREATIVAS**

###### **6.3.2.1 DESCRIPCIÓN DEL ESCENARIO 2**

###### **6.3.2.2 DISEÑO DEL ESCENARIO 2**

###### **6.3.2.3 PLAN DE INVERSIÓN DEL ESCENARIO 2**

###### **6.3.2.4 PLAN DE ACCIÓN ESCENARIO 2**

##### **6.3.3 ESCENARIO 3: FINCA LOMA LINDA CON LA METODOLOGÍA APRENDER HACIENDO CON ÁREAS RECREATIVAS Y TIENDA DE CONVENIENCIA**

###### **6.3.3.1 DESCRIPCIÓN DEL ESCENARIO 3**

###### **6.3.3.2 DISEÑO DEL ESCENARIO 3**

###### **6.3.3.3 PLAN DE INVERSIÓN DEL ESCENARIO 3**

###### **6.3.4 PLAN DE ACCIÓN ESCENARIO 3**

#### **6.4 PRESUPUESTO**

#### **6.5 CRONOGRAMA**

## **6.1 MODELO DE NEGOCIOS CON TRES ESCENARIOS PARA LA REACTIVACIÓN Y SOSTENIBILIDAD DE FINCA LOMA LINDA**

### **6.2 INTRODUCCIÓN**

El presente aporte se centra en el desarrollo de modelos de negocios en tres escenarios para reactivación y sostenibilidad de Finca Loma Linda, dirigido al propietario u organización que quiera invertir en un proyecto sustentable, que en su tiempo de funcionamiento fue muy reconocido tanto por pequeños productores y ONG, el presente de esta propuesta es determinar la importancia de establecer un nuevo enfoque en la administración de la finca tanto en las capacitaciones como en las instalaciones para el desarrollo eficiente de su potencial, no obstante el mal manejo de la misma afecta el desarrollo y crecimiento empresarial de la Finca Loma Linda. Hoy en día esto afecta la economía ya que no genera ingresos, pero debido a los diferentes cambios en tecnologías, es necesario sea considerada para los planes de innovación del sector de pequeñas empresas, que son el motor para la economía hondureña.

### **6.3 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA**

La Finca Loma Linda puede transformarse en un agente importante del cambio estructural y del aumento de la productividad, un esfuerzo de esta naturaleza requiere de un cambio enfoque en la administración de la Finca. En cuanto a instalaciones modernas con áreas recreativas, capacitaciones y parcelas de producción agrícola definidas y actualizadas para que esta sea rentable. En particular la difusión de tecnología, innovación y competencia pueden ayudar a la Finca a desarrollarse de forma eficiente. Considerando que debe de tomar en cuenta la heterogeneidad del conjunto de fincas o centros de capacitación en la región, ya que sus necesidades y potencial de desarrollo son diferentes.

### 6.3.1. ESCENARIO 1: FINCA LOMA LINDA CON LA METODOLOGÍA APRENDER HACIENDO

#### 6.3.1.1 DESCRIPCIÓN DEL ESCENARIO 1

Consiste en reactivar la Finca Loma Linda como centro de capacitación con instalaciones modernas, dormitorios acondicionados con sus respectivos baños, salón de capacitación, comedor con su respectiva cocina equipada, parcelas desarrolladas y amplio parqueo. Donde además de brindar los servicios de capacitación se busca comercializar los productos obtenidos en la practicas de aprender haciendo con el objetivo de incrementar las utilidades.

#### 6.3.1.2 DISEÑO DEL ESCENARIO 1

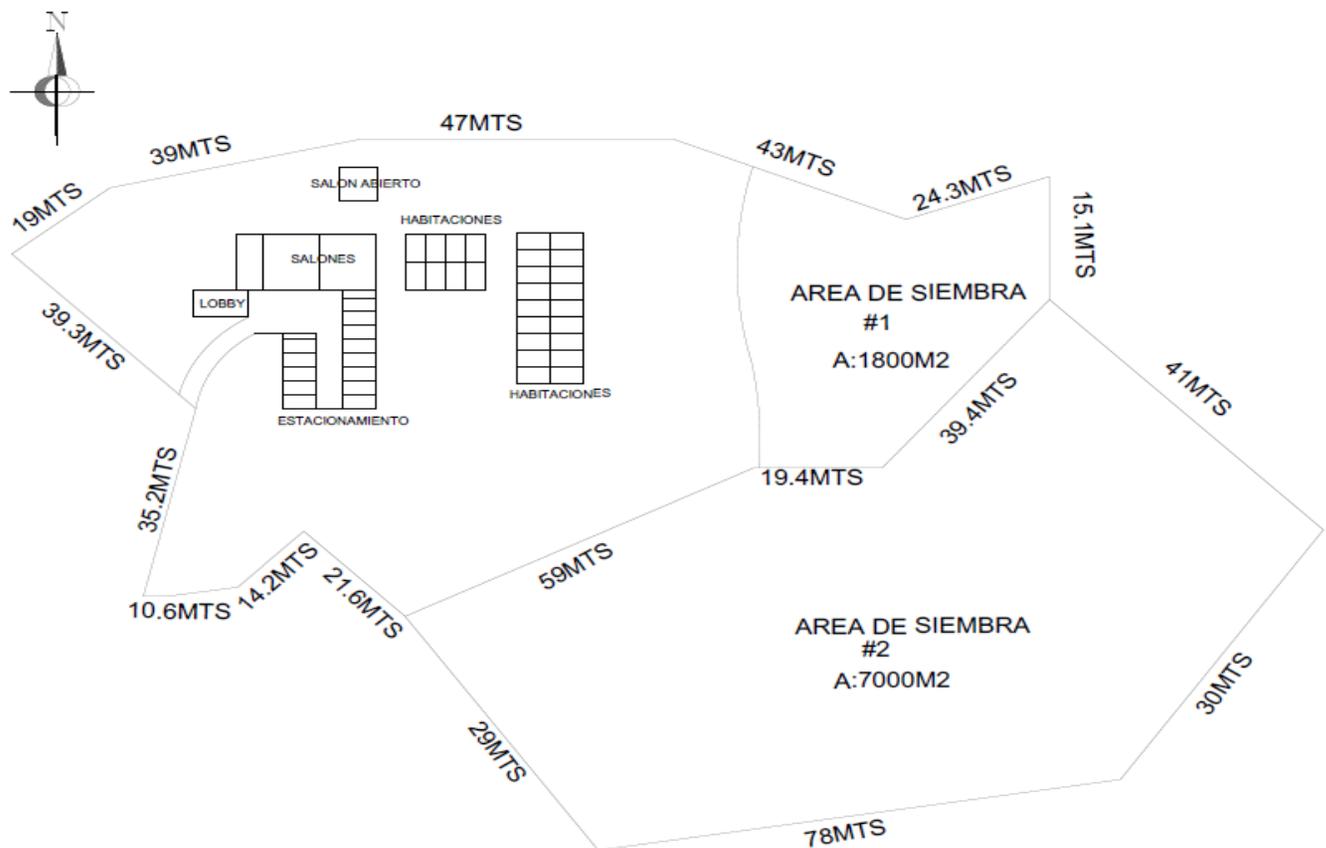


Figura 34. Finca Loma Linda Escenario 1

### 6.3.1.3 PLAN DE INVERSIÓN DEL ESCENARIO 1

Tabla 24. Plan de inversión de Finca Loma Linda como centro de capacitación

#### Plan de Inversión

Inversión	Monto	Fondos Propios	Financiados
<b>Activos Fijos</b>			
Activos principal del negocio	L. -	L. -	L. -
Activos Administracion	L. 2045,101.00	L. 1227,060.60	L. 818,040.40
Activos de Ventas	L. -	L. -	L. -
Terreno	L. 5000,000.00	L. 5000,000.00	
<b>Subtotal</b>	<b>L. 7045,101.00</b>	<b>L. 6227,060.60</b>	<b>L. 818,040.40</b>
<b>Capital de Trabajo</b>			
Materia Prima			
Mano de Obra Directa	L. -		
Costos Indirectos de Fabricación	L. -		
Gastos de Administracion	L. 126,618.21		
Gastos de Ventas	L. -		
Cuotas de Préstamos	L. 75,372.44		
<b>Subtotal</b>	<b>L. 201,990.66</b>	<b>L. -</b>	<b>L. -</b>
<b>Gastos Preoperativos (Nominales)</b>			
Gastos Organización	L. 18,700.00		
Estudio Factibilidad	L. -		
Gastos de Instalacion	L. 782,998.00		
<b>Subtotal</b>	<b>L. 801,698.00</b>	<b>L. -</b>	<b>L. -</b>
<b>TOTAL</b>	<b>L. 8048,789.66</b>	<b>L. 6117,080.14</b>	<b>L. 1931,709.68</b>

### 6.3.1.4 ESTADO DE RESULTADOS DEL ESCENARIO 1

Tabla 25. Estado de Resultados Finca Loma Linda como centro de capacitación

#### ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

	1	2	3	4	5
Ventas	L. 6228,000.00	L. 6975,360.00	L. 7840,304.64	L. 8843,863.63	L. 9942,713.69
Costos de Venta	L. 250,000.00	L. 267,500.00	L. 287,295.00	L. 309,704.01	L. 332,699.53
<b>Utilidad Marginal</b>	<b>L. 5978,000.00</b>	<b>L. 6707,860.00</b>	<b>L. 7553,009.64</b>	<b>L. 8534,159.62</b>	<b>L. 9610,014.16</b>
<b>Gasto de Operación:</b>					
Gastos de Administración	L. 2105,791.20	L. 2205,442.20	L. 2217,376.92	L. 2235,756.93	L. 2239,040.69
Gastos de Venta	L. -				
Gastos Financieros	L. 386,341.94	L. 280,204.04	L. 152,838.57	L. -	L. -
<b>Utilidad antes de Impuestos</b>	<b>L. 3485,866.87</b>	<b>L. 4222,213.76</b>	<b>L. 5182,794.15</b>	<b>L. 6298,402.69</b>	<b>L. 7370,973.47</b>
Impuestos sobre La Renta	L. 871,466.72	L. 1055,553.44	L. 1295,698.54	L. 1574,600.67	L. 1842,743.37
<b>Utilidad Neta</b>	<b>L. 2614,400.15</b>	<b>L. 3166,660.32</b>	<b>L. 3887,095.61</b>	<b>L. 4723,802.02</b>	<b>L. 5528,230.10</b>

### 6.3.1.5 BALANCE GENERAL DEL ESCENARIO 1

**Tabla 26. Balance General Finca Loma Linda como centro de capacitación**

Balance General proyectado						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Activos</b>						
<b>Circulante</b>						
Bancos	L. 201,990.82	L. 3722,437.81	L. 7001,787.09	L. 14764,104.55	L. 22726,078.31	L. 29087,720.70
Cuentas por cobrar		L. 160.00	L. 0.00	L. 2394,000.00	L. 0.00	L. 0.00
Inventario Materia Prima	L. 0.00	L. 0.00	L. 0.00	L. 0.00	L. 0.00	L. 0.00
Inventario	L. 0.00	L. 0.00	L. 0.00	L. 0.00	L. 0.00	L. 0.00
<b>Total Activo Circulante</b>	<b>L. 201,990.82</b>	<b>L. 3722,597.81</b>	<b>L. 7001,787.09</b>	<b>L. 17158,104.55</b>	<b>L. 22726,078.31</b>	<b>L. 29087,720.70</b>
<b>Fijos</b>						
Vehiculo Pick-up	L. 700,000.00	L. 700,000.00	L. 700,000.00	L. 700,000.00	L. 700,000.00	L. 700,000.00
Mobiliario de Administracion	L. 1345,101.00	L. 1345,101.00	L. 1345,101.00	L. 1345,101.00	L. 1345,101.00	L. 1345,101.00
	L. 0.00	L. 0.00	L. 0.00	L. 0.00	L. 0.00	L. 0.00
Depreciación Acumulada	L. 0.00	L. 404,930.00	L. 809,860.00	L. 1214,789.99	L. 1619,719.99	L. 2024,649.99
<b>Total Activo Fijo Neto</b>	<b>L. 2045,101.00</b>	<b>L. 1640,171.00</b>	<b>L. 1235,241.00</b>	<b>L. 830,311.01</b>	<b>L. 425,381.01</b>	<b>L. 20,451.01</b>
<b>Activos Nominales</b>						
Gastos de organizacion	L. 18,700.00	L. 18,700.00	L. 18,700.00	L. 18,700.00	L. 18,700.00	L. 18,700.00
Gastos de instalacion	L. 782,998.00	L. 782,998.00	L. 782,998.00	L. 782,998.00	L. 782,998.00	L. 782,998.00
Otros gastos diferidos	L. 0.00	L. 0.00	L. 0.00	L. 0.00	L. 0.00	L. 0.00
Terreno	L. 5000,000.00	L. 5000,000.00	L. 5000,000.00	L. 5000,000.00	L. 5000,000.00	L. 5000,000.00
Amortizacion acumulada	L. 0.00	L. 160,339.60	L. 320,679.20	L. 481,018.80	L. 641,358.40	L. 801,698.00
<b>Total Activo Nominal</b>	<b>L. 5801,698.00</b>	<b>L. 5641,358.40</b>	<b>L. 5481,018.80</b>	<b>L. 5320,679.20</b>	<b>L. 5160,339.60</b>	<b>L. 5000,000.00</b>
<b>Total de Activos</b>	<b>L. 8048,789.82</b>	<b>L. 11004,127.21</b>	<b>L. 13718,046.89</b>	<b>L. 23309,094.76</b>	<b>L. 28311,798.91</b>	<b>L. 34108,171.71</b>
<b>Pasivos</b>						
<b>Circulante</b>						
Cuentas por pagar	L. 0.00	L. 0.00	L. 0.00	L. 0.00	L. 0.00	L. 0.00
Préstamos a Corto Plazo	L. 530,689.47	L. 636,827.37	L. 764,192.84	L. 0.00	L. 0.00	L. 0.00
Impuesto sobre la Renta	L. 0.00	L. 871,466.72	L. 1055,553.44	L. 1295,698.54	L. 1574,600.67	L. 1842,743.37
<b>Total Pasivo Circulante</b>	<b>L. 530,689.47</b>	<b>L. 1508,294.08</b>	<b>L. 1819,746.28</b>	<b>L. 1295,698.54</b>	<b>L. 1574,600.67</b>	<b>L. 1842,743.37</b>
<b>Pasivo a largo plazo</b>						
Prestamo por pagar a largo plazo	L. 1401,020.21	L. 764,192.84	L. 0.00	L. 0.00	L. 0.00	L. 0.00
<b>Total pasivo a largo plazo</b>	<b>L. 1401,020.21</b>	<b>L. 764,192.84</b>	<b>L. 0.00</b>	<b>L. 0.00</b>	<b>L. 0.00</b>	<b>L. 0.00</b>
<b>Total Pasivos</b>	<b>L. 1931,709.68</b>	<b>L. 2272,486.92</b>	<b>L. 1819,746.28</b>	<b>L. 1295,698.54</b>	<b>L. 1574,600.67</b>	<b>L. 1842,743.37</b>
<b>Patrimonio</b>						
Capital Social	L. 6117,080.14	L. 6117,080.14	L. 6117,080.14	L. 6117,080.14	L. 6117,080.14	L. 6117,080.14
Utilidad Inicio del Año	L. 0.00	L. 0.00	L. 2614,400.15	L. 5781,060.47	L. 9668,156.08	L. 14391,958.10
(+)Utilidades del Año	L. 0.00	L. 2614,400.15	L. 3166,660.32	L. 3887,095.61	L. 4723,802.02	L. 5528,230.10
(-)Dividendos Pagados		L. 0.00				
(=)Utilidad fin de año		L. 2614,400.15	L. 5781,060.47	L. 9668,156.08	L. 14391,958.10	L. 19920,188.20
<b>Total Patrimonio</b>	<b>L. 6117,080.14</b>	<b>L. 8731,480.29</b>	<b>L. 11898,140.61</b>	<b>L. 15785,236.22</b>	<b>L. 20509,038.24</b>	<b>L. 26037,268.34</b>
<b>Total de Pasivos + Patrimonio</b>	<b>L. 8048,789.82</b>	<b>L. 11003,967.21</b>	<b>L. 13717,886.89</b>	<b>L. 17080,934.76</b>	<b>L. 22083,638.91</b>	<b>L. 27880,011.71</b>

### 6.3.1.6 FLUJO DE EFECTIVO DEL ESCENARIO 1

**Tabla 27. Flujo De Efectivo Finca Loma Linda como centro de capacitación**

DETERMINACION FLUJOS DE BENEFICIOS  
PARA CALCULO DE VAN Y TIR

CONCEPTO	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversion	-L. 8048,789.66					
Entradas de efectivo		L. 6228,000.00	L. 6975,520.00	L. 11674,304.64	L. 11237,863.63	L. 9942,713.69
Salidas de efectivo		L. 2707,553.01	L. 3696,170.73	L. 3911,987.17	L. 3275,889.88	L. 3581,071.30
Flujo de efectivo		L. 3520,446.99	L. 3279,349.27	L. 7762,317.47	L. 7961,973.75	L. 6361,642.39
Cuentas por cobrar (liquidacion)					L. 0.00	L. 0.00
Inventarios finales (Liquidacion)					L. 0.00	L. 0.00
Valor de realizacion						L. 20,451.01
Pasivos circulantes						L. 1842,743.37
Pasivos a largo plazo					L. 0.00	L. 0.00
Flujo de efectivo neto	-L. 8048,789.66	L. 3520,446.99	L. 3279,349.27	L. 7762,317.47	L. 7961,973.75	L. 4539,350.03

**Costo de capital            24.48%**

**VAN L. 4623,120.26**

**TIR                            52%**

### 6.3.1.7 PLAN DE ACCIÓN DEL ESCENARIO 1

**Tabla 28. Plan de acción de Finca Loma Linda como centro de capacitación**

ACCIONES	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	MATERIA PRIMA	METODOLOGÍA
Captar clientes, brindar un servicio y atención de calidad para posicionarse en la mente del mismo.	Visitar posibles clientes para darles a conocer y ofrecer los servicios que brinda Finca Loma Linda.	Gerente General	Visitas	Numero de visitas
	Mantenerse actualizado en cuanto a tecnología, para dar mejoras continuas al servicio e instalaciones de Finca Loma Linda.	Gerente General	Internet	Numero de actualizaciones
	Llevar un registro de los clientes de Finca Loma Linda y realizar llamadas de cortesía agradeciendo su preferencia.	Secretaria	Cientes	Numero de Cientes
Desarrollar las parcelas agrícolas, para su producción e implementación de la metodología aprender haciendo.	Producción Agrícola diversificado en parcelas.	Ing. Agrónomo/Productor agrícola	Variada de plantaciones	Numero de plantas
	Fumigación de las producciones.	Ing. Agrónomo/Productor agrícola	Bomba de fumigación y insecticidas	Numero de fumigación
Brindar capacitación de calidad en agricultura a pequeños productores, para que desarrollen sus conocimientos y habilidades en la producción.	Desarrollar un plan de capacitación con temas en la producción agrícola.	Ing. Agrónomo	Capacitaciones	Numero de capacitaciones
	Realización de visitas en campo para llevar el conocimiento teórico a la práctica.	Ing. Agrónomo	Laderas producidas	Numero de vistas en campo
	Calendarización de las capacitaciones de acuerdo a la producción.	Ing. Agrónomo	Produccion agrícola	Numero de producción
Ofrecer instalaciones adecuadas a productores, organizaciones y empresas de cualquier rubro, para el desarrollo de sus capacitaciones.	Mantenimiento de los predios y alrededores en condiciones adecuadas para la capacitación.	Mantenimiento	Herramientas y utensilios de mantenimiento	Numero de mantenimientos realizados
	Limpieza y Aseo de las instalaciones.	Afanadora	Implementos de limpieza y aseo	Numero de limpiezas

## 6.3.2 ESCENARIO 2: FINCA LOMA LINDA CON LA METODOLOGÍA APRENDER HACIENDO Y AREAS RECREATIVAS

### 6.3.2.1 DESCRIPCIÓN DEL ESCENARIO 2

Consiste en reactivar la Finca Loma Linda como centro de capacitación con instalaciones modernas y adecuadas, dormitorios acondicionados con sus respectivos baños, salón de capacitación, comedor y cocina equipada, parcelas desarrolladas y amplio parqueo. Así mismo contar con áreas recreativas para después de largas horas de capacitación los colaboradores y productores puedan distraerse y relajarse con un partido entre los participantes de la capacitación o bañarse en la piscina, y además de brindar los servicios de capacitación se busca comercializar los productos obtenidos en la practicas de aprender haciendo con el objetivo de incrementar las utilidades.

### 6.3.2.2 DISEÑO DEL ESCENARIO 2



Figura 35. Finca Loma Linda Escenario 2

### 6.3.2.3 PLAN DE INVERSION DEL ESCENARIO 2

Tabla 29. Plan de inversión de Finca Loma Linda como centro de capacitación y áreas recreativas

#### Plan de Inversión

Inversión	Monto	Fondos Propios	Financiados
<b>Activos Fijos</b>			
Activos principal del negocio	L. 0.00	L. 0.00	L. 0.00
Activos Administracion	L. 2045,101.00	L. 1227,060.60	L. 818,040.40
Activos de Ventas	L. 0.00	L. 0.00	L. 0.00
Terreno	L. 5000,000.00	L. 5000,000.00	
<b>Subtotal</b>	<b>L. 7045,101.00</b>	<b>L. 6227,060.60</b>	<b>L. 818,040.40</b>
<b>Capital de Trabajo</b>			
Materia Prima			
Mano de Obra Directa	L. 0.00		
Costos Indirectos de Fabricación	L. 0.00		
Gastos de Administracion	L. 126,618.21		
Gastos de Ventas	L. 0.00		
Cuotas de Préstamos	L. 101,798.60		
<b>Subtotal</b>	<b>L. 228,416.81</b>	<b>L. 0.00</b>	<b>L. 0.00</b>
<b>Gastos Preoperativos (Nominales)</b>			
Gastos Organización	L. 18,700.00		
Estudio Factibilidad	L. 0.00		
Gastos de Instalacion	L. 1404,388.00		
<b>Subtotal</b>	<b>L. 1423,088.00</b>	<b>L. 0.00</b>	<b>L. 0.00</b>
<b>TOTAL</b>	<b>L. 8696,605.81</b>	<b>L. 6087,624.07</b>	<b>L. 2608,981.74</b>

### 6.3.2.4 ESTADO DE RESULTADO DEL ESCENARIO 2

**Tabla 30. Estado de Resultado de Finca Loma Linda como centro de capacitación y áreas recreativas**

#### ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

	L. 1.00	L. 2.00	L. 3.00	L. 4.00	L. 5.00
Ventas	L. 6228,000.00	L. 6975,360.00	L. 7840,304.64	L. 8843,863.63	L. 9942,713.69
Costos de Venta	L. 250,000.00	L. 267,500.00	L. 287,295.00	L. 309,704.01	L. 332,699.53
<b>Utilidad Marginal</b>	<b>L. 5978,000.00</b>	<b>L. 6707,860.00</b>	<b>L. 7553,009.64</b>	<b>L. 8534,159.62</b>	<b>L. 9610,014.16</b>
<b>Gasto de Operación:</b>					
Gastos de Administración	L. 2230,069.20	L. 2329,720.20	L. 2341,654.92	L. 2360,034.93	L. 2363,318.69
Gastos de Venta	L. -				
Gastos Financieros	L. 521,796.35	L. 378,445.70	L. 206,424.93	L. -	L. -
<b>Utilidad antes de Impuestos</b>	<b>L. 3226,134.45</b>	<b>L. 3999,694.10</b>	<b>L. 5004,929.79</b>	<b>L. 6174,124.69</b>	<b>L. 7246,695.47</b>
Impuestos sobre La Renta	L. 806,533.61	L. 999,923.52	L. 1251,232.45	L. 1543,531.17	L. 1811,673.87
<b>Utilidad Neta</b>	<b>L. 2419,600.84</b>	<b>L. 2999,770.57</b>	<b>L. 3753,697.34</b>	<b>L. 4630,593.52</b>	<b>L. 5435,021.60</b>

### 6.3.2.5 BALANCE GENERAL DEL ESCENARIO 2

**Tabla 31. Balance General de Finca Loma Linda como centro de capacitación y áreas recreativas**

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Activos</b>						
<b>Circulante</b>						
Bancos	L. 228,416.81	L. 3427,345.63	L. 6450,109.85	L. 10112,539.06	L. 15724,978.91	L. 22117,690.80
Cuentas por cobrar		L. 160.00	L. -	L. -	L. -	L. -
Inventario Materia Prima	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -
Inventario	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -
<b>Total Activo Circulante</b>	L. 228,416.81	L. 3427,505.63	L. 6450,109.85	L. 10112,539.06	L. 15724,978.91	L. 22117,690.80
<b>Fijos</b>						
Vehiculo Pick-up	L. 700,000.00	L. 700,000.00	L. 700,000.00	L. 700,000.00	L. 700,000.00	L. 700,000.00
Mobiliario de Administracion	L. 1345,101.00	L. 1345,101.00	L. 1345,101.00	L. 1345,101.00	L. 1345,101.00	L. 1345,101.00
	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -
Depreciación Acumulada	L. -	L. 404,930.00	L. 809,860.00	L. 1214,789.99	L. 1619,719.99	L. 2024,649.99
<b>Total Activo Fijo Neto</b>	L. 2045,101.00	L. 1640,171.00	L. 1235,241.00	L. 830,311.01	L. 425,381.01	L. 20,451.01
<b>Activos Nominales</b>						
Gastos de organizacion	L. 18,700.00	L. 18,700.00	L. 18,700.00	L. 18,700.00	L. 18,700.00	L. 18,700.00
Gastos de instalacion	L. 1404,388.00	L. 1404,388.00	L. 1404,388.00	L. 1404,388.00	L. 1404,388.00	L. 1404,388.00
Otros gastos diferidos	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -
Terreno	L. 5000,000.00	L. 5000,000.00	L. 5000,000.00	L. 5000,000.00	L. 5000,000.00	L. 5000,000.00
Amortizacion acumulada	L. -	L. 284,617.60	L. 569,235.20	L. 853,852.80	L. 1138,470.40	L. 1423,088.00
<b>Total Activo Nominal</b>	L. 6423,088.00	L. 6138,470.40	L. 5853,852.80	L. 5569,235.20	L. 5284,617.60	L. 5000,000.00
<b>Total de Activos</b>	<b>L. 8696,605.81</b>	<b>L. 11206,147.03</b>	<b>L. 13539,203.65</b>	<b>L. 16512,085.27</b>	<b>L. 21434,977.51</b>	<b>L. 27138,141.81</b>
<b>Pasivos</b>						
<b>Circulante</b>						
Cuentas por pagar	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -
Préstamos a Corto Plazo	L. 716,753.23	L. 860,103.87	L. 1032,124.64	L. -	L. -	L. -
Impuesto sobre la Renta	L. -	L. 806,533.61	L. 999,923.52	L. 1251,232.45	L. 1543,531.17	L. 1811,673.87
<b>Total Pasivo Circulante</b>	L. 716,753.23	L. 1666,637.48	L. 2032,048.17	L. 1251,232.45	L. 1543,531.17	L. 1811,673.87
<b>Pasivo a largo plazo</b>						
Prestamo por pagar a largo plazo	L. 1892,228.51	L. 1032,124.64	L. -	L. -	L. -	L. -
<b>Total pasivo a largo plazo</b>	L. 1892,228.51	L. 1032,124.64	L. -	L. -	L. -	L. -
<b>Total Pasivos</b>	L. 2608,981.74	L. 2698,762.13	L. 2032,048.17	L. 1251,232.45	L. 1543,531.17	L. 1811,673.87
<b>Patrimonio</b>						
Capital Social	L. 6087,624.07	L. 6087,624.07	L. 6087,624.07	L. 6087,624.07	L. 6087,624.07	L. 6087,624.07
Utilidad Inicio del Año	L. -	L. -	L. 2419,600.84	L. 5419,371.41	L. 9173,068.76	L. 13803,662.28
(+)Utilidades del Año	L. -	L. 2419,600.84	L. 2999,770.57	L. 3753,697.34	L. 4630,593.52	L. 5435,021.60
(-)Dividendos Pagados		L. -				
(=)Utilidad fin de año		L. 2419,600.84	L. 5419,371.41	L. 9173,068.76	L. 13803,662.28	L. 19238,683.87
<b>Total Patrimonio</b>	L. 6087,624.07	L. 8507,224.91	L. 11506,995.48	L. 15260,692.82	L. 19891,286.34	L. 25326,307.94
<b>Total de Pasivos + Patrimonio</b>	<b>L. 8696,605.81</b>	<b>L. 11205,987.03</b>	<b>L. 13539,043.65</b>	<b>L. 16511,925.27</b>	<b>L. 21434,817.51</b>	<b>L. 27137,981.81</b>

### 6.3.2.6 FLUJO DE EFECTIVO DEL ESCENARIO 2

**Tabla 32. Flujo de Efectivo de Finca Loma Linda como centro de capacitación y áreas recreativas**

DETERMINACION FLUJOS DE BENEFICIOS  
PARA CALCULO DE VAN Y TIR

CONCEPTO	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversion	L. -8696,605.81					
Entradas de efectivo		L. 6228,000.00	L. 6975,520.00	L. 7840,304.64	L. 8843,863.63	L. 9942,713.69
Salidas de efectivo		L. 3029,071.17	L. 3952,755.79	L. 4177,875.42	L. 3231,423.79	L. 3550,001.80
Flujo de efectivo		L. 3198,928.83	L. 3022,764.21	L. 3662,429.22	L. 5612,439.84	L. 6392,711.89
Cuentas por cobrar (liquidacion)					L. -	L. -
Inventarios finales (Liquidacion)					L. -	L. -
Valor de realizacion						L. 20,451.01
Pasivos circulantes						L. 1811,673.87
Pasivos a largo plazo					L. -	L. -
Flujo de efectivo neto	L. -8696,605.81	L. 3198,928.83	L. 3022,764.21	L. 3662,429.22	L. 5612,439.84	L. 4601,489.03

Costo de capital            25.38%

VAN    L. 1109,797.67

TIR                            32%

### 6.3.2.7 PLAN DE ACCIÓN DEL ESCENARIO 2

**Tabla 33. Plan de acción de Finca Loma Linda como centro de capacitación y áreas recreativas**

ACCIONES	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	MATERIA PRIMA	METODOLOGÍA
Captar clientes, brindar un servicio y atención de calidad para posicionarse en la mente del mismo.	Visitar posibles clientes para darles a conocer y ofrecer los servicios que brinda Finca Loma Linda.	Gerente General	Visitas	Numero de visitas
	Mantenerse actualizado en cuanto a tecnología, para dar mejoras continuas al servicio e instalaciones de Finca Loma Linda.	Gerente General	Internet	Numero de actualizaciones
	Llevar un registro de los clientes de Finca Loma Linda y realizar llamadas de cortesía agradeciendo su preferencia.	Secretaria	Cientes	Numero de Cientes
Desarrollar las parcelas agrícolas, para su producción e implementación de la metodología aprender haciendo.	Producción Agrícola diversificado en parcelas.	Ing. Agrónomo/Productor agrícola	Variedad de plantaciones	Numero de plantas
	Fumigación de las producciones.	Ing. Agrónomo/Productor agrícola	Bomba de fumigación y insecticidas	Numero de fumigación
Brindar capacitación de calidad en agricultura a pequeños productores, para que desarrollen sus conocimientos y habilidades en la producción.	Desarrollar un plan de capacitación con temas en la producción agrícola.	Ing. Agrónomo	Capacitaciones	Numero de capacitaciones
	Realización de visitas en campo para llevar el conocimiento teórico a la práctica.	Ing. Agrónomo	Laderas producidas	Numero de vistas en campo
	Calendarización de las capacitaciones de acuerdo a la producción.	Ing. Agrónomo	Producción agrícola	Numero de producción
Ofrecer instalaciones adecuadas a productores, organizaciones y empresas de cualquier rubro, para el desarrollo de sus capacitaciones.	Mantenimiento de los predios y alrededores en condiciones adecuadas para la capacitación.	Mantenimiento	Herramientas y utensilios de mantenimiento	Numero de mantenimientos realizados
	Limpieza y Aseo de las instalaciones.	Afanadora	Implementos de limpieza y aseo	Numero de limpiezas
Ofrecer paquetes de alimentación cómodos incluyendo el servicio de internet, piscina y cancha de fútbolito al consumidor con opciones a que ellos puedan adicionar algún complemento extra.	Coffee Break por la mañana y tarde, en recesos de la capacitación.	Cocinera/ayudante	Frutas y complementos de coffee break	Cantidad de frutas y complementos de coffee break
	Almuerzo, cena y desayuno depende del tipo de capacitación que realizará.	Cocinera/ayudante	Verduras, alimentos de canasta básica y otros	Cantidad de verduras, alimentos de canasta básica y otros
	Complementos adicionales que los clientes soliciten.	Cocinera/ayudante	Complementos adicionales	Cantidad de complementos adicionales

### 6.3.3 ESCENARIO 3: FINCA LOMA LINDA CON LA METODOLOGÍA APRENDER HACIENDO, AREAS RECREATIVAS Y TIENDA DE CONVENIENCIA

#### 6.3.3.1 DESCRIPCION DEL ESCENARIO 3

Consiste en reactivar la Finca Loma Linda como centro de capacitación con instalaciones modernas y adecuadas, dormitorios acondicionados con sus respectivos baños, salón de capacitación, comedor y cocina equipada, parcelas desarrolladas y amplio parqueo. Así mismo contar con áreas recreativas para después de largas horas de capacitación los colaboradores y productores puedan distraerse y relajarse con un partido entre participantes o bañarse en la piscina. Como también además de brindar los servicios de capacitación se busca comercializar los productos obtenidos en la practicas de aprender haciendo con el objetivo de incrementar las utilidades. Además contar con tienda de conveniencia en este caso un mini-supermercado con cafetería que permita la obtención de productos y la atracción de nuevos clientes que se encuentran en otro tipo de mercado logrando con esto ampliar su participación en los negocios.

#### 6.3.3.2 DISEÑO DEL ESCENARIO 3

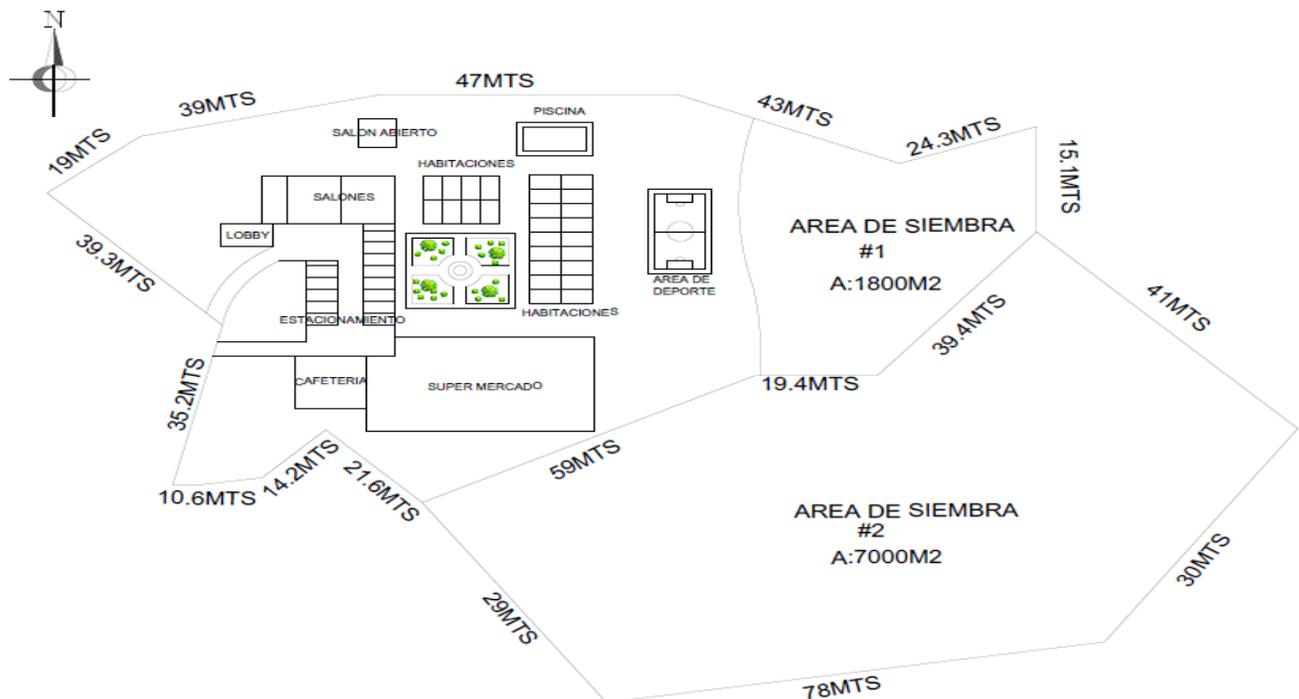


Figura 36. Finca Loma Linda Escenario 3

### 6.3.3.3 PLAN DE INVERSION DEL ESCENARIO 3

Tabla 34. Plan de inversión de Finca Loma Linda como centro de capacitación con áreas recreativas y tiendas de conveniencias

#### Plan de Inversión

Inversión	Monto	Fondos Propios	Financiados
<b>Activos Fijos</b>			
Activos principal del negocio	L. 0.00	L. 0.00	L. 0.00
Activos Administracion	L. 2045,101.00	L. 1227,060.60	L. 818,040.40
Activos de Ventas	L. 0.00	L. 0.00	L. 0.00
Terreno	L. 5000,000.00	L. 5000,000.00	
<b>Subtotal</b>	<b>L. 7045,101.00</b>	<b>L. 6227,060.60</b>	<b>L. 818,040.40</b>
<b>Capital de Trabajo</b>			
Materia Prima			
Mano de Obra Directa	L. 0.00		
Costos Indirectos de Fabricación	L. 0.00		
Gastos de Administracion	L. 126,618.21		
Gastos de Ventas	L. 0.00		
Cuotas de Préstamos	L. 160,768.57		
<b>Subtotal</b>	<b>L. 287,386.78</b>	<b>L. 0.00</b>	<b>L. 0.00</b>
<b>Gastos Preoperativos (Nominales)</b>			
Gastos Organización	L. 18,700.00		
Estudio Factibilidad	L. 0.00		
Gastos de Instalacion	L. 3082,588.00		
<b>Subtotal</b>	<b>L. 3101,288.00</b>	<b>L. 0.00</b>	<b>L. 0.00</b>
<b>TOTAL</b>	<b>L. 10433,775.78</b>	<b>L. 6260,265.47</b>	<b>L. 4120,314.73</b>

### 6.3.3.4 ESTADO DE RESULTADOS DEL ESCENARIO 3

**Tabla 35. Estado de Resultado de Finca Loma Linda como centro de capacitación con áreas recreativas y tiendas de conveniencias**

#### ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

	1	2	3	4	5
Ventas	L. 8636,400.00	L. 9672,768.00	L. 10872,191.23	L. 12263,831.71	L. 13787,612.80
Costos de Venta	L. 450,000.00	L. 481,500.00	L. 517,131.00	L. 557,467.22	L. 598,859.16
<b>Utilidad Marginal</b>	<b>L. 8186,400.00</b>	<b>L. 9191,268.00</b>	<b>L. 10355,060.23</b>	<b>L. 11706,364.49</b>	<b>L. 13188,753.64</b>
<b>Gasto de Operación:</b>					
Gastos de Administración	L. 2565,709.20	L. 2665,360.20	L. 2677,294.92	L. 2695,674.93	L. 2698,958.69
Gastos de Venta	L. -	L. -	L. -	L. -	L. -
Gastos Financieros	L. 824,062.95	L. 597,672.03	L. 326,002.92	L. -	L. -
<b>Utilidad antes de Impuestos</b>	<b>L. 4796,627.86</b>	<b>L. 5928,235.78</b>	<b>L. 7351,762.38</b>	<b>L. 9010,689.56</b>	<b>L. 10489,794.95</b>
Impuestos sobre La Renta	L. 1199,156.96	L. 1482,058.94	L. 1837,940.60	L. 2252,672.39	L. 2622,448.74
<b>Utilidad Neta</b>	<b>L. 3597,470.89</b>	<b>L. 4446,176.83</b>	<b>L. 5513,821.79</b>	<b>L. 6758,017.17</b>	<b>L. 7867,346.21</b>

### 6.3.3.5 BALANCE GENERAL DEL ESCENARIO 3

**Tabla 36. Balance General de Finca Loma Linda como centro de capacitación con áreas recreativas y tiendas de conveniencias**

Balance General proyectado

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Activos</b>						
<b>Circulante</b>						
Bancos	L. 234,191.20	L. 4924,052.06	L. 9320,132.95	L. 14585,009.37	L. 22782,945.93	L. 32045,256.09
Cuentas por cobrar		L. 160.00	L. -	L. -	L. -	L. -
Inventario Materia Prima	L. -					
Inventario	L. -					
<b>Total Activo Circulante</b>	L. 234,191.20	L. 4924,212.06	L. 9320,132.95	L. 14585,009.37	L. 22782,945.93	L. 32045,256.09
<b>Fijos</b>						
Vehiculo Pick-up	L. 700,000.00					
Mobiliario de Administracion	L. 1345,101.00					
	L. -					
Depreciación Acumulada	L. -	L. 404,930.00	L. 809,860.00	L. 1214,789.99	L. 1619,719.99	L. 2024,649.99
<b>Total Activo Fijo Neto</b>	L. 2045,101.00	L. 1640,171.00	L. 1235,241.00	L. 830,311.01	L. 425,381.01	L. 20,451.01
<b>Activos Nominales</b>						
Gastos de organizacion	L. 18,700.00					
Gastos de instalacion	L. 3082,588.00					
Otros gastos diferidos	L. -					
Terreno	L. 5000,000.00					
Amortizacion acumulada	L. -	L. 620,257.60	L. 1240,515.20	L. 1860,772.80	L. 2481,030.40	L. 3101,288.00
<b>Total Activo Nominal</b>	L. 8101,288.00	L. 7481,030.40	L. 6860,772.80	L. 6240,515.20	L. 5620,257.60	L. 5000,000.00
<b>Total de Activos</b>	L. 10380,580.20	L. 14045,413.46	L. 17416,146.75	L. 21655,835.58	L. 28828,584.54	L. 37065,707.10
<b>Pasivos</b>						
<b>Circulante</b>						
Cuentas por pagar	L. -					
Préstamos a Corto Plazo	L. 1131,954.60	L. 1358,345.52	L. 1630,014.62	L. -	L. -	L. -
Impuesto sobre la Renta	L. -	L. 1199,156.96	L. 1482,058.94	L. 1837,940.60	L. 2252,672.39	L. 2622,448.74
<b>Total Pasivo Circulante</b>	L. 1131,954.60	L. 2557,502.48	L. 3112,073.56	L. 1837,940.60	L. 2252,672.39	L. 2622,448.74
<b>Pasivo a largo plazo</b>						
Préstamo por pagar a largo plazo	L. 2988,360.13	L. 1630,014.62	L. -	L. -	L. -	L. -
<b>Total pasivo a largo plazo</b>	L. 2988,360.13	L. 1630,014.62	L. -	L. -	L. -	L. -
<b>Total Pasivos</b>	L. 4120,314.73	L. 4187,517.10	L. 3112,073.56	L. 1837,940.60	L. 2252,672.39	L. 2622,448.74
<b>Patrimonio</b>						
Capital Social	L. 6260,265.47					
Utilidad Inicio del Año	L. -	L. -	L. 3597,470.89	L. 8043,647.72	L. 13557,469.51	L. 20315,486.68
(+)Utilidades del Año	L. -	L. 3597,470.89	L. 4446,176.83	L. 5513,821.79	L. 6758,017.17	L. 7867,346.21
(-)Dividendos Pagados		L. -				
(=)Utilidad fin de año		L. 3597,470.89	L. 8043,647.72	L. 13557,469.51	L. 20315,486.68	L. 28182,832.89
<b>Total Patrimonio</b>	L. 6260,265.47	L. 9857,736.36	L. 14303,913.19	L. 19817,734.98	L. 26575,752.15	L. 34443,098.36
<b>Total de Pasivos + Patrimonio</b>	L. 10380,580.20	L. 14045,253.46	L. 17415,986.75	L. 21655,675.58	L. 28828,424.54	L. 37065,547.10

### 6.3.3.6 FLUJO DE EFECTIVO DEL ESCENARIO 3

**Tabla 37. Flujo de Efectivo de Finca Loma Linda como centro de capacitación con áreas recreativas y tiendas de conveniencias**

DETERMINACION FLUJOS DE BENEFICIOS  
PARA CALCULO DE VAN Y TIR

CONCEPTO	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversion	L. -10433,775.78					
Entradas de efectivo		L. 8636,400.00	L. 9672,928.00	L. 10872,191.23	L. 12263,831.71	L. 13787,612.80
Salidas de efectivo		L. 3946,539.14	L. 5276,847.11	L. 5607,314.81	L. 4065,895.15	L. 4525,302.64
Flujo de efectivo		L. 4689,860.86	L. 4396,080.89	L. 5264,876.42	L. 8197,936.56	L. 9262,310.16
Cuentas por cobrar (liquidacion)					L. -	L. -
Inventarios finales (Liquidacion)					L. -	L. -
Valor de realizacion						L. 20,451.01
Pasivos circulantes						L. 2622,448.74
Pasivos a largo plazo					L. -	L. -
Flujo de efectivo neto	L. -10433,775.78	L. 4689,860.86	L. 4396,080.89	L. 5264,876.42	L. 8197,936.56	L. 6660,312.43

Costo de capital            26.84%

VAN    L. 2973,849.67

TIR                            42%

### 6.3.3.7 PLAN DE ACCION DE LOS MODELOS DE NEGOCIO

**Tabla 38. Plan de acción de Finca Loma Linda como centro de capacitación con áreas recreativas y tiendas de conveniencias**

ACCIONES	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	MATERIA PRIMA	METODOLOGÍA
Captar clientes, brindar un servicio y atención de calidad para posicionarse en la mente del mismo.	Visitar posibles clientes para darles a conocer y ofrecer los servicios que brinda Finca Loma Linda.	Gerente General	Visitas	Numero de visitas
	Mantenerse actualizado en cuanto a tecnología, para dar mejoras continuas al servicio e instalaciones de Finca Loma Linda.	Gerente General	Internet	Numero de actualizaciones
	Llevar un registro de los clientes de Finca Loma Linda y realizar llamadas de cortesía agradeciendo su preferencia.	Secretaria	Clientes	Numero de Clientes
Desarrollar las parcelas agrícolas, para su producción e implementación de la metodología aprender haciendo.	Producción Agrícola diversificado en parcelas.	Ing. Agrónomo/Productor agrícola	Variedad de plantaciones	Numero de plantas
	Fumigación de las producciones.	Ing. Agrónomo/Productor agrícola	Bomba de fumigación y insecticidas	Numero de fumigación
Brindar capacitación de calidad en agricultura a pequeños productores, para que desarrollen sus conocimientos y habilidades en la producción.	Desarrollar un plan de capacitación con temas en la producción agrícola.	Ing. Agrónomo	Capacitaciones	Numero de capacitaciones
	Realización de visitas en campo para llevar el conocimiento teórico a la práctica.	Ing. Agrónomo	Laderas producidas	Numero de vistas en campo
	Calendarización de las capacitaciones de acuerdo a la producción.	Ing. Agrónomo	Producción agrícola	Numero de producción
Ofrecer instalaciones adecuadas a productores, organizaciones y empresas de cualquier rubro, para el desarrollo de sus capacitaciones.	Mantenimiento de los predios y alrededores en condiciones adecuadas para la capacitación.	Mantenimiento	Herramientas y utensilios de mantenimiento	Numero de mantenimientos realizados
	Limpieza y Aseo de las instalaciones.	Afanadora	Implementos de limpieza y aseo	Numero de limpiezas
Ofrecer paquetes de alimentación cómodos incluyendo el servicio de internet, piscina y cancha de futbolito al consumidor con opciones a que ellos puedan adicionar algún complemento extra.	Coffee Break por la mañana y tarde, en recesos de la capacitación.	Cocinera/ayudante	Frutas y complementos de coffee break	Cantidad de frutas y complementos de coffee break
	Almuerzo, cena y desayuno depende del tipo de capacitación que realizará.	Cocinera/ayudante	Verduras, alimentos de canasta básica y otros	Cantidad de verduras, alimentos de canasta básica y otros
	Complementos adicionales que los clientes soliciten.	Cocinera/ayudante	Complementos adicionales	Cantidad de complementos adicionales
Brindar servicios de minisupermercado y cafetería al colaborador, mediante productos y alimentos que satisfagan las necesidades de los mismo.	Contar con una variedad de productos de preferencia del consumidor.	Cajera/Gondolero	Variedad de productos	Rotación de productos en el minisupermercado
	Proporcionar diversidad de alimentos prácticos y platos típicos al consumidor.	Cocinera cafetería	Diversidad de platillos	Rotación de alimentos de cafetería
Brindar seguridad eficiente donde el colaborador se sienta seguro.	Estar pendiente de las personas que entran y salen de las instalaciones.	Vigilante	Personas que visitan Finca Loma Linda	Listado de personas que entran y salen de Finca Loma Linda
	Llevar un registro de entradas y salidas de visitas que realizan a Finca Loma Linda.			

## 6.3 PRESUPUESTO

Tabla 39. Plan de Inversión de Finca Loma Linda

PLAN DE INVERSIÓN		
	Descripción	Lps.
Escenario 1	Finca Loma Linda como centro de capacitación.	<b>L. 8048,789.66</b>
Escenario 2	Finca Loma Linda como centro de capacitación con áreas recreativas,	<b>L. 8696,605.81</b>
Escenario 3	Finca Loma Linda como centro de capacitación con áreas recreativas y mini supermercado.	<b>L. 10433,775.78</b>

## 6.4 CRONOGRAMA

Tabla 40. Cronograma de actividades de la Finca Loma Linda

i	Nombre de tarea	Duración	Comienzo	Fin	Gantt Chart							
					sep '15	oct '15	nov '15	dic '15				
1	1. Visitar clientes posibles para darles a conocer y ofrecer el servicios que brinda Finca Loma Linda	23 días?	jue 01/10/15	lun 02/11/15								
2	2. Mantenerse actualizado en cuanto a tecnología, para dar mejoras continuas al servicio y instalaciones de Finca Loma Linda	44 días?	jue 01/10/15	mar 01/12/15								
3	3. Llevar un registro de los clientes de Finca Loma Linda y realizar llamadas de cortesía agradeciendo su preferencia	44 días?	jue 01/10/15	mar 01/12/15								
4	4. Producción diversificada de parcelas	11 días?	jue 01/10/15	jue 15/10/15								
5	5. Fumigación de las producciones	11 días?	jue 01/10/15	jue 15/10/15								
6	6. Desarrollar un plan de temas de capacitación de producción agrícola	23 días?	jue 01/10/15	lun 02/11/15								
7	7. Realización de visitas en campo para llevar el conocimiento teórico a la práctica	7 días?	jue 01/10/15	vie 09/10/15								
8	8. Realizar calendarización de las capacitaciones de acuerdo a la producción	23 días?	jue 01/10/15	lun 02/11/15								
9	9. Mantenimiento de los predios y alrededores en condiciones adecuadas para la capacitación	4 días?	jue 01/10/15	mar 06/10/15								
10	10. Limpieza y Aseo de las instalaciones	65 días?	jue 01/10/15	mié 30/12/15								
11	11. Coffe Break por la mañana y tarde, en recesos de la capacitación	65 días?	jue 01/10/15	mié 30/12/15								
12	12. Almuerzo, cena y desayuno depende del tipo de capacitación que realizará	65 días?	jue 01/10/15	mié 30/12/15								
13	13. Complementos adicionales que los clientes soliciten	65 días?	jue 01/10/15	mié 30/12/15								
14	14. Contar con una variedad de productos de preferencia del consumidor	65 días?	jue 01/10/15	mié 30/12/15								
15	15. Proporcionar diversidad de alimentos prácticos y platos típicos al consumidor	65 días?	jue 01/10/15	mié 30/12/15								
16	16. Llevar un registro de entradas y salidas de visitas que realizan a Finca Loma Linda	65 días?	jue 01/10/15	mié 30/12/15								

TABLA 40. CONCORDANCIA ALTERNATIVA DE FORTALECIMIENTO PARA LA REACTIVACIÓN Y SOSTENIBILIDAD

<p>ALTERNATIVA DE FORTALECIMIENTO PARA LA REACTIVACIÓN Y SOSTENIBILIDAD DE LA FINCA LOMA LINDA EN TEGUCIGALPA</p>	<p>Falta de alternativas o una guía viable para la reactivación de la finca loma linda. ¿Cuáles serían los escenarios más factibles o adecuados para generar el nuevo concepto de finca loma linda que permitan incrementar la productividad?</p>	<p>Determinar el nuevo concepto operativo de la Finca Loma Linda, mediante la propuesta de un modelo de negocios basado en tres escenarios, para poder establecer una sostenibilidad desde el punto de vista social empresarial y ambiental en dicha institución.</p>	<p>1. Identificar los determinantes de éxito y fracaso de la Finca Loma Linda.</p>	<p>1. La Finca Loma Linda no está activa en la actualidad debido a que no cuenta con un escenario óptimo para la satisfacción de los clientes, ya que carecen de un capacitador para el manejo, control de la misma por falta de conocimiento, habilidades, procesos y procedimientos que requiere el aprender haciendo en el centro de capacitación.</p>	<p>1. A la propietaria de dicha institución no actuar de manera empírica, sino que cuente con un plan de contingencia para la reactivación de dicho centro de capacitación, para no incurrir en mayores gastos.</p>	<p>MODELO DE NEGOCIOS CON TRES ESCENARIOS PARA LA REACTIVACIÓN Y SOSTENIBILIDAD DE FINCA LOMA LINDA.</p>
			<p>2. Analizar el modelo de negocios basado en los escenarios para la reactivación de la Finca Loma Linda para alcanzar la sostenibilidad de la misma.</p>	<p>2. Debido a que la finca loma linda no cuenta con una oferta hacia las organizaciones, ni con un enfoque de negocio, hace que incurra en pérdidas económicas y financieras, ya que no benefician el desarrollo de la organización llevándola hacia la quiebra y pérdida del negocio.</p>	<p>2. Finca Loma Linda debe dar un seguimiento al estudio realizado para evitar declinar y así reducir los problemas que actualmente presenta, para ser una opción fuerte dentro del mercado en el área de capacitación.</p>	
			<p>3. Definir alternativas para normalizar el modelo de negocios que tuvo la Finca Loma Linda en épocas anteriores.</p>	<p>3. En la presente investigación se definieron tres escenarios factibles que le permitirá a la finca loma linda reactivar su nuevo enfoque para lograr la sostenibilidad y productividad, para el crecimiento de la institución, logrando que el inversionista opte por el escenario más viable según su interés de inversión y obtención de utilidades.</p>	<p>3. Finca Loma Linda debe analizar los tres escenarios propuestos para la reactivación de la misma, de esta manera al evaluarlos, se seleccionara el más atractivo para ser competitivos en el mercado ofreciendo un valor agregado diferenciándose de las demás en cuanto a servicio y atención de calidad.</p>	
			<p>4. Proponer los escenarios adecuados sobre el cual el decisor tenga oportunidad de decisión del negocio.</p>	<p>4. En el estudio técnico se considera contratar a personal de producción y de administración para la ejecución efectiva de las funciones que requiere como empresa de servicio.</p>	<p>4. Previo al inicio de operaciones se debe contratar al personal idóneo y capacitarlo para un mejor desempeño.</p>	
				<p>5. Se realizó un estudio de mercado para el análisis de los competidores, demanda del mercado, conocimiento de la finca loma linda con el servicio de capacitación, un estudio económico-financiero que nos permitió observar la viabilidad del negocio en los tres escenarios expuestos, el estudio administrativo que nos brindó la logística de la ubicación, los edificios, áreas cultivables y por último un análisis ambiental.</p>	<p>5. Se recomienda realizar un estudio por cada escenario propuesto para determinar cálculos de ampliaciones en ventas más exactos, ya que este negocio ofrece variedad de servicios que se ofrecerán en las mismas instalaciones.</p>	
				<p>6. En el estudio financiero se considera que la empresa tiene un periodo de recuperación de 2.26 años.</p>	<p>6. Crear un plan estratégico y una vez que se tenga definida la misión y visión de la Finca, este plan deberá ser compartido con todos los colaboradores de manera que ellos puedan colaborar activamente en el logro de los objetivos.</p>	
				<p>7. El estudio de pre-factibilidad para Finca Loma Linda resultó rentable ya que presenta una TIR del 42% y una VAN de L. 2973,849.67. Bajo los escenarios analizados y métodos financiero, TIR, VAN y estados financieros proyectados, todos presentan valores superiores.</p>	<p>7. Mantener estricta vigilancia en los procesos del servicio y de atención al cliente, con el fin de brindar un mejor servicio a sus clientes.</p>	

## REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA

- Altieri, M. A. (2008). Small farms as a planetary ecological asset: Five key reasons why we should support the revitalisation of small farms in the global South. (p. 17). Malasia: Red del Tercer Mundo.
- Altieri, M. A. (s. f.). Las Pequeñas Fincas como un activo ecológico planetario: Cinco razones por que revitalizar las pequeñas fincas en el Sur global. Científica Latinoamericana de Agroecología (SOCLA). Recuperado a partir de <https://www.socla.co/wp-content/uploads/2014/laspequenasfincas.doc>
- America Latina Banco de Desarrollo 2015. (2014). Educación técnica y formación profesional en América Latina.
- Amorós, V. (2000). EVALUACIÓN DE LA FACTIBILIDAD AMBIENTAL DE LAS INVERSIONES TURÍSTICAS PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE. Santiago de Cuba Cuba: Centro de Información y Gestión Tecnológica.
- Anzil, F. (2012). Estudio Financiero. Recuperado a partir de <http://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>
- Baca, P. (2015). Guía Escuela de Campo de Agricultores con enfoque de Manejo Integral de Finca. Tegucigalpa: Zamorano.
- Banco Interamericano de Desarrollo. (s. f.). Política de Desarrollo Rural.
- Benavides, T., & Vásquez, M. (2014). ANÁLISIS DEL APROVECHAMIENTO DE LOS RESIDUOS SÓLIDOS EN LA CIUDAD DE MEDELLÍN.
- Bernal Torres, C. A. (2006). Metodología de la Investigación (Segunda). Mexico: Pearson Educación S.A.

- Blanco R., A. (2007). *Formulación Y Evaluación De Proyectos (Sexta)*. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.
- Bunge, M. (2006). *Técnica, Tecnología y Ciencia*. Recuperado a partir de [http://users.dcc.uchile.cl/~cguierr/cursos/INV/bunge\\_ciencia.pdf](http://users.dcc.uchile.cl/~cguierr/cursos/INV/bunge_ciencia.pdf)
- Chavarría. (2002). *La eficiencia y la sostenibilidad son elementos claves para la competitividad de las cadenas agroalimentarias*. Recuperado a partir de <http://www.fao.org/agronoticias/territorios-inteligentes/produccion-agricola-y-clusters/es/>
- Chávez Vivó, A. R. (2011). *Procedimiento para medir la satisfacción del cliente externo. Aplicación en la sucursal Ciudad de la Habana sur de la corporación*. Habana Cuba: Instituto Superior Politécnico José Antonio Echeverría. CUJAE .
- Chiavenato, I. (2007). *Administración de los Recursos Humanos (Octava)*. Mc Graw Hill. Recuperado a partir de <http://www.chiavenato.com/publicacoes/administracion-de-recursos-humanos-el-capital-humano-de-las-organizaciones-715.html>
- Corrales. (2005). *Facilitador/a de la Formación Profesional*, 99.
- ECADERT. (2009). *Componentes de la ECADERT*. Recuperado a partir de <http://www.territorioscentroamericanos.org/agricultura/Paginas/default.aspx>
- En Mi Tierra Segura. (2001). *La Amenaza Hidrometeorológica En Honduras* (p. 13). Honduras.
- FAO. (s. f.). *Producción Agrícola y Clusters*. Organización de las Naciones Unidas-Banco Mundial.
- Federación Internacional de Contadores. (2011). *Manual De Pronunciamientos Internacionales De Contabilidad Del Sector Público*.
- Fonseca Mendoza, T., Rojas Méndez, Y., & Vargas Reina, J. (2008). *COMPRESIÓN CRÍTICA DE CONCEPCIONES Y ENFOQUES DE DESARROLLO DESDE TRABAJO SOCIAL: ESTUDIO DOCUMENTAL*.

- Fuentes y Fuentes, L. A. (2007). Planeación estratégica de la pequeña empresa. Guatemala.
- Galán, A. L. (2008, agosto). Agricultura Orgánica, 42.
- Giménez, V. A. (2007). Formación Profesional: Concepción de los ciclos formativos. Recuperado a partir de [http://w.aufop.com/aufop/uploaded\\_files/articulos/1223244601.pdf](http://w.aufop.com/aufop/uploaded_files/articulos/1223244601.pdf)
- GPS. (s. f.). Establecimiento de Fincas Integrales agroecológicas para el manejo y gestión sostenible de la tierra en 4 comunidades del PN ANMI IÑAO (p. Community Action Global Impact).
- Guglielmetti. (1998). MODELO SISTÉMICO DE GESTIÓN DE LA CAPACITACIÓN. Recuperado a partir de <http://www.eumed.net/rev/turydes/09/vfap.pdf>
- Hamel, G. (2013). El modelo del ciclo de negocio. Recuperado a partir de [http://bibliotecadigital.usbcali.edu.co/jspui/bitstream/10819/2047/1/Adaptaci%C3%B3n\\_%20Gary%20Hamel\\_Modelo\\_%20Negocios\\_Camacho\\_2013.pdf](http://bibliotecadigital.usbcali.edu.co/jspui/bitstream/10819/2047/1/Adaptaci%C3%B3n_%20Gary%20Hamel_Modelo_%20Negocios_Camacho_2013.pdf)
- Harrington. (1992). Evaluación de la Sustentabilidad. Recuperado a partir de [http://estudiosdeldesarrollo.net/coleccion\\_america\\_latina/sustentabilidad/Sustentabilidad7.pdf](http://estudiosdeldesarrollo.net/coleccion_america_latina/sustentabilidad/Sustentabilidad7.pdf)
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. del P. (2010). METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN (Quinta edición). McGraw-Hill.
- Herrera, Curzel, Gómez, & Rubio. (2003). Evaluación participativa del aporte de fincas integrales a los servicios ecosistémicos y a la calidad de vida de las familias en el Área de Conservación Tortuguero, Costa Rica. Recuperado a partir de <http://orton.catie.ac.cr/repdoc/A10242E/A10242E.PDF>
- Horngren, C. (2010). Contabilidad (octava edición). PEARSON EDUCACIÓN.

- Imbach, A. (2012). Estrategias de vida: Analizando las conexiones entre satisfacción de las necesidades humanas fundamentales y los recursos de las comunidades rurales. Cordoba, Argentina: Geolatina. Turrialba.
- INE. (2015, agosto). Listado de Empresa Públicas y Privadas.
- Jardines Zainz, D. (2009). Las fincas integrales de frutales en Cuba, 55.
- Jimenez, D. P. (2011). Manual de Recursos Humanos (Segunda). ESIC.
- Jodha, N. J. (2001). Life on the Edge: Sustaining Agriculture and Community Resources in Fragile Environments. Reino Unido: Oxford University Press.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). Fundamentos de Marketing (Octava). Pearson Educación.
- Kotler, P., Bloom, P., & Hayes, T. (2004). EL MARKETING DE SERVICIO PROFESIONAL, 422.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). Dirección del Marketing (Décimo Segunda). México: Pearson Educación.
- Mairich, L. (s. f.). Manejo Integrado de Finca.
- Malhotra, N. K., Baalbaki, I. B., & Bechwati, N. N. (2009). Marketing Research. México: Pearson Educación.
- Maradiaga, C. (2015). ENTREVISTA A LA SEÑORA CANDIDA MARADIGA.
- Nieto Cabrera, C. (2009). Agroindustrial: Modelo de Empresa de Gestión. Recuperado a partir de <https://idl-bnc.idrc.ca/dspace/bitstream/10625/14628/1/105969.pdf>
- OCDIH. (2011). DOCUMENTO ORIENTADOR DE FINCA INTEGRAL. Recuperado a partir de [http://www.ocdih.org/web/index.php?option=com\\_docman&task=doc\\_download&gid=18&Itemid=6](http://www.ocdih.org/web/index.php?option=com_docman&task=doc_download&gid=18&Itemid=6).
- Palacios, L. E. (2005). Gerencia De Proyectos. Un enfoque Latino (UCAB). Caracas.

Porret Gelabert, M. (2008). GESTION DE PERSONAS: MANUAL PARA LA GESTION DEL CAPITAL HUMANO EN LAS ORGANIZACIONES (4ta ed.). ESIC EDITORIA.

Recuperado a partir de <http://www.casadellibro.com/libro-gestion-de-personas-manual-para-la-gestion-del-capital-humano-en-las-organizaciones-4-edicion-revisada-y-actualizada/9788473566933/1705829>

Porter, M. (1990). La ventaja competitiva de las naciones. Recuperado a partir de <http://insight.ipae.edu.pe/media/contents/articulos/file/013866800%201334509161.pdf>

Potters, J., & Prins, F. (2001). Manejo de Fincas Integrales. Recuperado a partir de <http://www.scribd.com/doc/39907971/Manejo-de-Fincas-Integrales-Fepp#scribd>

Pretty, J., & Hine, R. (2001). Reducing Food Poverty with Sustainable Agriculture: A Summary of New Evidence. Reino Unido: Universidad de Essex.

Proctor, F., & Lucchesi, V. (2009). La Agricultura a Pequeña Escala en una época de rápido cambios rurales. Recuperado a partir de <http://pubs.iied.org/pdfs/16540IIED.pdf>

Programa Mundial de Alimentos. (2013, febrero). 140 escuelas de campo capacitan a los pequeños productores de Honduras.

Quijano, P. (2015). Plan de seguridad, salud ocupacional y medio. Recuperado a partir de [Monografia.com](http://www.monografia.com)

Ramírez Padilla, D. N. (2008). Contabilidad Administrativa (octava edición). Mc Graw. Hill.

Requena, M. D., & Vicuña Barroso, P. S. (2008). Proyecto de Planificación Integral de las Fincas de los colegios agropecuarios de Costa Rica. Recuperado a partir de [https://books.google.hn/books?id=IEEqAAAAYAAJ&pg=PA26&lpg=PA26&dq=finca+integral++segun+libros&source=bl&ots=mTl-MHwJK\\_&sig=vItRP9Tga5Sf9BeuG9TB8fJDXZg&hl=es-](https://books.google.hn/books?id=IEEqAAAAYAAJ&pg=PA26&lpg=PA26&dq=finca+integral++segun+libros&source=bl&ots=mTl-MHwJK_&sig=vItRP9Tga5Sf9BeuG9TB8fJDXZg&hl=es-)

419&sa=X&ved=0CDoQ6AEwBWoVChMIofPsqInFwxIVyRseCh39UgoR#v=onepage  
&q=finca%20integral%20%20segun%20libros&f=false

Restrépo M, J., Angel S., D. I., & Prager M., M. (2010, septiembre). Agroecología: Actualización Profesional en Manejo de Recursos Naturales, Agricultura Sostenible y Pobreza Rural.

Recuperado a partir de

[http://www.fao.org/fileadmin/user\\_upload/training\\_material/docs/Agroecologia.pdf](http://www.fao.org/fileadmin/user_upload/training_material/docs/Agroecologia.pdf)

Revista Voces. (2007). MÉTODO PARA REALIZAR UN ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD A PROYECTOS DE INVERSIÓN, ANTE CAMBIOS EN LA TASA DE INTERÉS, volumen 2, 49-50.

Riechmann, J., & Sempere, J. (2003). Cuidar la T(tierra): Políticas agrarias y alimentarias sostenibles para entrar en el Siglo XXI (Primera). Barcelona: Icaria Editorial S.A.

Rodriguez Azofeita, R., & Rodriguez Chaves, M. (2005). La Finca Integral como opcion para aprovechar mejor los recursos de la finca y proteger la naturaleza. INTA.

Rojas, E. A. (2005). Análisis de riesgos ambientales y sociales en los proyectos de préstamos e inversión (p. 89).

Rosales Posas, R. (2005). Formulación y Evaluación de Proyectos (Primera). San Jose Costa Rica: UNED.

SAG. (2000). Reorientación Agricultura Comercial Hondureña. Honduras: Econosul Consultora SRL.

Sampieri H., R., & Collado F., C. (2006a). Metodología de la Investigacion (Quinta). Mexico: McGraw Hill.

Sampieri H., R., & Collado F., C. (2006b). Metodología de la Investigación (Quinta). México: Mc Graw Hill.

- Sapag Chain, N. (2001). Evaluación De Proyectos De Inversión En La Empresa. PEARSON EDUCATION S.A.
- Sapag Chain, R., & Sapag Chain, N. (2008). Preparacion y Evaluacion de Proyectos (Quinto). Mexico: McGraw Hill.
- Sapag, N., & Sapag, R. (2000). Preparación y Evaluación de Proyectos. Mc Graw Hill.
- SEFAS. (2010). Informe de Sensibilización entes Financieros.
- SEFAS (Servicios Financieros para Agricultura Sostenible), H. (2010). Agricultura Sostenible Certificada CA. Holanda.
- Sepulveda S., S. (2008). Gestión del Desarrollo Sostenible en Territorios Rurales: Métodos para la planificación. San Jose Costa Rica.
- Solbrig, O. (2004). Introducción a la Biodiversidad y los cambios globales. Wallingford, EEUU.
- Tobar, J. M. (2007). Criterios de tipificación y caracterización de la Agricultura Familiar en El Salvador, 25.
- UNITEC. (2002). INSTITUCIONES PÚBLICAS Y PRIVADAS QUE BRINDAN CAPACITACIÓN. Recuperado a partir de <http://emprendedor.unitec.edu/capacitacion/capacitacion/instituciones.html>
- Varela, F. (2008). ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL. Recuperado a partir de [http://www.magrama.gob.es/es/calidad-y-evaluacion-ambiental/publicaciones/eia-nat2000\\_tcm7-218039.pdf](http://www.magrama.gob.es/es/calidad-y-evaluacion-ambiental/publicaciones/eia-nat2000_tcm7-218039.pdf)
- Wang, A. (2008). The Global Technology Revolution, Diálogo regional de Políticas de Innovación. Lima, Peru.
- WESTON, J. F. (1995). Fundamentos de Administración Financiera. Mexico.
- World Rainforest. (2010, septiembre 27). LOS MONOCULTIVOS AVANZA. Recuperado a partir de <http://www.cetri.be/Los-monocultivos-avanzan?lang=fr>

World Trade Report. (2008). Trade in a Globalizing World.

Yurevic, A. (2001). Agricultura orgánica, ambiente y seguridad alimentaria. FAO.

# ANEXOS

## Anexo 1: Encuesta

Universidad Tecnológica Centroamericana de Honduras UNITEC, como estudiantes de Maestría, estamos realizando un estudio con el objetivo de conocer las demandas de las organizaciones y empresas, en cuanto al nivel de exigencias sobre el servicio de capacitación.

**Marque con una X una o más opciones que Usted considere adecuadas.**

1. Ha contratado su empresa alguna vez un establecimiento para capacitar su personal.
  - a. Si \_\_\_\_\_
  - b. No \_\_\_\_\_

Si su respuesta es no, indicar por qué \_\_\_\_\_  
Si su respuesta es sí, marcar

Urbano \_\_\_\_\_ Rural \_\_\_\_\_ Ambos \_\_\_\_\_
2. ¿Qué es lo que toma en cuenta usted para seleccionar un centro de capacitación?
  - a. Conocimiento \_\_\_\_\_
  - b. Calidad \_\_\_\_\_
  - c. Instalación \_\_\_\_\_
  - d. Otros \_\_\_\_\_
3. Si existiera un centro de capacitación que le ofreciera una variabilidad de servicios adicionales a un auditorio. ¿contrataría el servicio?
  - a. Si \_\_\_\_\_
  - b. No \_\_\_\_\_

Si su respuesta es no, indicar porque \_\_\_\_\_
4. ¿Que esperaría usted de un centro de capacitación nuevo?
  - a. Instalaciones adecuadas y modernas \_\_\_\_\_
  - b. Que posean todos los servicios para una capacitación \_\_\_\_\_
  - c. Hospedaje \_\_\_\_\_
  - d. Alimentación, hospedaje y capacitación \_\_\_\_\_
  - e. Clima agradable \_\_\_\_\_
  - f. Calidad y conocimiento del capacitador \_\_\_\_\_
5. ¿Si el local es muy adecuado y le ofrece instalaciones perfectas conjunto a elementos como alimentación y hospedaje? ¿contratarían la empresa?
  - a. Si \_\_\_\_\_
  - b. No \_\_\_\_\_

Si su respuesta es no, indicar porque \_\_\_\_\_
6. ¿El rango de capacitaciones de su personal al año está entre 1-10?

- a. Si \_\_\_\_\_                      b. No \_\_\_\_\_                      c. Cuantas \_\_\_\_\_

7. ¿Cuál es el tiempo que usted necesita para capacitar su personal?

- a. 1 a 3 días \_\_\_\_\_  
b. 1 a 5 días \_\_\_\_\_  
c. 1 a 7 días \_\_\_\_\_  
d. Otros \_\_\_\_\_

8. ¿Qué número de empleados es el que capacita anualmente?

- a. 1-10 \_\_\_\_\_  
b. 11-20 \_\_\_\_\_  
c. 21 o mas \_\_\_\_\_

9. ¿Cuál es el precio que normalmente ha pagado por capacitación?

- a. De Lps 2,000.00 a Lps 3,000.00 \_\_\_\_\_  
b. De Lps 3,000.00 a Lps 5,000.00 \_\_\_\_\_  
c. De Lps 5,000.00 a mas \_\_\_\_\_

10. ¿Qué empresas le han ofrecido la logística para brindar sus capacitaciones?

- a. \_\_\_\_\_  
b. \_\_\_\_\_  
c. \_\_\_\_\_

11. ¿En los lugares que ha realizado capacitaciones, han cubierto las expectativas esperadas?

- a. Si \_\_\_\_\_                      b. No \_\_\_\_\_

Si su respuesta es no, indicar porque \_\_\_\_\_

12. En los centros de capacitación, le gustaría que estos contaran con áreas recreativas y tiendas de conveniencia?

- a. Si \_\_\_\_\_                      b. No \_\_\_\_\_

13. ¿Con que áreas de recreación le gustaría que se contara?:

- a. Piscinas \_\_\_\_\_  
b. Cancha de Futbolito \_\_\_\_\_  
c. Área de Bingo \_\_\_\_\_  
d. Área de Lectura \_\_\_\_\_  
e. Otros \_\_\_\_\_

14. ¿Qué tiendas de conveniencia preferiría encontrar en los centros de capacitación?

- a. Mini supermercado
- b. Cafetería
- c. Mini supermercado con cafetería
- d. Artesanía
- e. Suvenires
- f. Otros \_\_\_\_\_

15. ¿Qué nos recomendaría implementar, además de las áreas de recreación y tiendas de conveniencia?

\_\_\_\_\_

Sus respuestas son muy importantes para nuestra investigación. Gracias por su tiempo!!

## Anexo 2: Entrevista

Universidad Tecnológica Centroamericana de Honduras UNITEC, como estudiantes de Maestría, estamos realizando un estudio con el objetivo de conocer la situación actual de la Finca Loma Linda.

### Preguntas:

1. ¿Cómo y cuando surge la Finca Loma Linda?
2. ¿Cuál es el objetivo de crear la Finca Loma Linda como centro de capacitación?
3. ¿Cómo se llamaba el centro de capacitación en aquel tiempo?
4. ¿Quiénes fueron los primeros que recibieron capacitación?
5. ¿Qué organizaciones apoyaban a la Finca para su funcionamiento?
6. ¿Qué mecanismo utilizaron para posicionarse en la mente de los consumidores?
7. ¿Cuál era la misión y visión de Finca Loma Linda?
8. ¿Quién administraba y manejaba la Finca Loma Linda?
9. ¿Cuándo y porque Finca Loma Linda?

### Anexo 3: Listado de empresas encuestadas

1. DIUNSA DEL CENTRO
2. DILIMPORT S.A DE C.V.
3. DISTRIBUIDORA RAYOVAC HONDURAS
4. DISTRIBUIDORA ISTMANIA S.A. DE
5. QUIMICAS HANDAL S.A DE C.V
6. MARCAS MUNDIALES DE HONDURAS S
7. KIMBERLY CLARK HONDURAS S DE R
8. DISTRIBUIDORA COMERCIAL AMERICANA
9. PROCONSUMO S.A DE C.V.
10. SPIRIT WINE GROUP HONDURAS S.A
11. DISTRIBUCIONES AM S.A. DE C.V.
12. COLGATE PALMOLIVE S.A.
13. DISNA DE HONDURAS SA DE CV.
14. INTERCOSMO S.A. DE C.V.
15. PAINSA DE HONDURAS S.A. DE C.V
16. MOLINO DE CAFE MAYA S.A DE C.V
17. BIMBO DE HONDURAS S.A. DE C.V
18. NESTLE HONDURENA S.A.
19. COMERCIALIZADORA MODELO S.A DE
20. CERVECERIA HONDURENA S.A.
21. COSMETICOS Y PERFUMES S.A.
22. UNILEVER DE CENTRO AMERICA
23. BENEFICIO DE ARROZ PROGRESO S.
24. JUMEX HONDURAS S.A. DE C.V.
25. DISTRIBUIDORA EDT S.A. DE C.V.
26. CORPORACION DINANT S.A DE C.V
27. CARGILL DE HONDURAS S. DE R. L
28. NEGOCIOS CENTROAMERICANOS S.A.
29. UNIMERC S.A. DE C.V.
30. UNION HONDURAS S.DE R.L.
31. INDUSTRIAS MOLINERAS S.A. DE C
32. ESKIMO DE HONDURAS S.A.
33. EMPRESA DE SERVICIOS MULTIPLES
34. ALIMENTOS LA COPANECA S DE R.L
35. EL ESFUERZO COMERCIAL
36. GF GLOBAL S.DE RL.DE CV.
37. COMERCIAL ZOLIMAR
38. AGENCIA DE PUBLIC. DE HONDURAS
39. METROMEDIA DISTRIBUTION S.A.

40. BANCO DE LOS TRABAJADORES
41. BANCO OCCIDENTE
42. BANCO ATLANTIDA
43. BANCO LAFISE
44. BANCO FICENSA
45. AUTOREPUESTOS S.DE R.L.
46. DISTRIBUCIONES AGUILAR
47. DROGUERIA MEDICA INTERNACIONAL
48. AGENCIA BARRETT S.A. DE C.V.
49. BANCO FICOHSA
50. SUPERMERCADOS PAIZ