



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA
UNITEC**

FACULTAD DE POSTGRADO

TESIS DE POSTGRADO

**“PROPUESTA DE COMERCIALIZACION DE FRIJOL ROJO A
TRAVES DE LA RESERVA ESTRATEGICA EN OLANCHO EN
LA COSECHA 2015-2016.”.**

SUSTENTADO POR:

MIRIAN ELIZABETH FIGUEROA VARELA

**PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE:
MÁSTER EN ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS**

TEGUCIGALPA, FRANCISCO MORAZÁN, HONDURAS, C.A.

JULIO 2015

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA
(UNITEC)**

**FACULTAD DE POSTGRADO
AUTORIDADES UNIVERSITARIAS**

**RECTOR
LUIS ORLANDO ZELAYA MEDRANO**

**SECRETARIO GENERAL
JOSÉ LÉSTER LÓPEZ**

**VICERRECTOR ACADÉMICO
MARLON BREVÉ REYES**

**“PROPUESTA DE COMERCIALIZAR FRIJOL ROJO A
TRAVÉS DE LA RESERVA ESTRATÉGICA EN OLANCHO,
COSECHA 2015-2016.”**

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

MÁSTER EN ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS

ASESOR METODOLÓGICO

JUAN SOLANO

**ASESOR TEMÁTICO
ALCIDES CASTILLO**

MIEMBROS DE LA TERNA

**OSCAR CARDONA
LETICIA CANO**



“PROPUESTA DE COMERCIALIZAR FRIJOL ROJO A TRAVES DE LA RESERVA ESTRATEGICA EN OLANCHO, COSECHA 2015-2016.”

**AUTORA
MIRIAN ELIZABETH FIGUEROA VARELA**

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto denominado una propuesta de Comercialización de Frijol Rojo Nacional a través de la Reserva Estratégica en Olancho en la cosecha 2015-2016, con el fin de aportar información relevante acerca de la compra del frijol Rojo en el campo e instalaciones del IHMA, identificar las principales limitantes que obstaculizan la compra del mismo y, en forma específica, presentar una propuesta de compra promisorias que puedan ser sometidas, en una fase posterior a estudios de investigación de mercados.

Este documento trata los siguientes temas: limitantes comerciales, Demanda, Canales de Comercialización, los cuales serán descritos y nos mostrarán su situación actual, también aspectos relacionados de como la producción de frijol nacional, ha reducido su cosecha en los últimos periodos y las situaciones en que el gobierno ha tenido que importar frijol rojo nacional de otros países para poder abastecer el mercado nacional. .

La propuesta de comercialización de frijol rojo, tiene como fin ayudar al pequeño y mediano productor de frijol rojo nacional del Departamento de Olancho y brindar asesoría técnica en controles de calidad del grano para ser más competitivos en el mercado. Una vez analizados los factores que intervienen en la comercialización del frijol y el impacto en la producción del grano en el mercado nacional.

Palabras claves. Instituto hondureño de mercadeo agrícola, canales de comercialización, Reserva Estratégica, Propuesta de comercialización seguridad.



“PROPOSAL OF MARKETING THROUGH RED BEANS STRATEGIC RESERVE IN OLANCHO, CROP 2015-2016.”

**AUTHOR
MIRIAN ELIZABETH FIGUEROA VARELA**

SUMMARY

This Project called The Development of a proposed National Red Bean Marketing through the centralization of the Strategic Reserve in Olancho in 2015-2016 harvest, in order to provide relevant information about marketing of beans in the field, identify the main obstacles to the marketing thereof and, specifically, submit a proposal promising market that can be submitted at a later stage to market research studies.

This document covers the following topics: commercial constraints, Demand, Marketing Channels, Installed Capacity, which will be described and we show their current situation. well as related aspects of national bean production , reduced harvest in recent periods and situations where the government has had to import national red beans from other countries to supply the domestic market.

The proposed sale of red bean, aims to help small and medium producers of national red bean and provide technical advice on grain quality controls to be more competitive in the market. After analyzing the factors involved in the marketing of beans and el impact in grain production in the domestic market. Seguridad advantage that she be given to the producer of national red bean harvest to be paid at a price like and time required are then identified.

DEDICATORIA

DIOS: por ser tan grande conmigo y ayudarme en el transcurso de este tiempo a darme fortaleza y sabiduría en mi vida.

ABUELO DANIEL: Por ser la persona que ha estado conmigo brindándome apoyo de motivación para seguir estudiando.

TIO DANIEL: Por ser la persona más especial en mi vida y que siempre ha creído en mi capacidad y talento para seguir adelante en lo que me propongo en la vida.

PADRE: Por sus consejos del diario vivir en la vida, con sus palabras de aliento a seguir en el nuevo proyecto de vida.

MADRE: Por inculcarme a ser cada día mejor ya sea en lo personal como profesional.

HERMANOS: Por brindarme su apoyo de estar conmigo en este tiempo de estudio.

PRIMOS(A): Por creer en mí, y darme su apoyo de seguir adelante.

AMIGOS(A): Por comprenderme en este tiempo de estudio que no está con ellos.

AGRADECIMIENTO

A:

Lic. Juan Solano: por brindarme su temática en clases y que es de gran ayuda en los proyectos de Tesis.

Ing. Jesús David Argueta Moreno. Por asesorarme en la tesis y brindarme su experiencia en este rubro de proyectos.

Lic. Alcides Castillo: por dedicarme su tiempo y asesorarme en el transcurso de la elaboración de este documento de proyecto.

Ing. Galeano: por ser de gran ayuda su enseñanza en las clases en mi diario vivir.

Lic. Fernando Neda Brito. Por su capacidad de transmitir sus conocimientos a sus alumnos.

Profesor. Jorge Segura. Por brindarme su experiencia y conocimientos en esta área del frijol rojo nacional.

Ing. Ramón Cárcamo, por su apoyo en la investigación de este proyecto.

Lic. Mirian Villeda. Por ser parte de esta investigación del proyecto.

Abg. José Mario Gómez: Gerente General del IHMA, por darme tiempo para poder realizar mis estudios en esta casa de estudio.

CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACION	12
1.1INTRODUCCION	12
1.2 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA.....	13
1.3definición del problema	15
1.3.1 ENUNCIADO DEL PROBLEMA	16
1.3.2 FORMULACION DEL PROBLEMA	17
1.3.3PREGUNTAS DE INVESTIGACION	17
1.4 OBJETIVO DEL PROYECTO.....	17
1.4.1 OBJETIVO GENERAL.....	17
1.4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS	18
1.5.1Relevancia Social	19
1.5.2 VALOR TEÓRICO	19
1.5.3 CONVENIENCIAS	19
CAPITULO II MARCO TEORICO.....	
2.1 ANALISIS DE LA SITUACION ACTUAL	21
2.1.1 ANALISIS DE MACRO ENTORNO	21
2.1.2 ANALISIS MICRO	23
2.1.3 ANALISIS REGIONAL.....	26
2.2. CONDICIONANTES COMERCIALES DE FRIJOL	27
2.2.1 INSUMOS	27
2.2.2 TRANSPORTE.....	27
2.2.3CAPITAL DE TRABAJO.....	28
2.2.3 Demanda.....	28
2.2.4 RESERVA ESTRATEGICA	32
2.2.5CANALES DE COMERCIALIZACION	35
2.2.6 CAPACIDAD INSTALADA.....	37
2.2.7ANALISIS DE CONTROL DE CALIDAD	38
2.3 CONCEPTUALIZACION	41
2.4 INSTRUMENTOS	43
CAPITULO III MARCO METODOLOGICO	44
3.1CONGRUENCIA METODOLOGICA	45

LA MATRIZ METODOLOGICA	45
3.1.2 DEFICION OPERACIONAL DE LAS VARIABLES	46
3.1.3HIPOTESIS	48
3.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACION.....	50
3.3.1 POBLACION.....	50
3.3.2 MUESTRA.....	51
3.3.4 UNIDAD DE MUESTRA.....	51
3.4 TECNICAS E INSTRUMENTO APLICADOS	51
3.4.1 INSTRUMENTOS.....	52
3.4.2 TECNICAS	53
3.4.3 PROCEDIMIENTOS.....	53
3.5 FUENTES DE INFORMACION.....	54
3.5.1PRIMARIAS.....	54
3.5.2 FUENTES SECUNDARIAS	54
CAPITULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	71
5.1 CONCLUSIONES.....	71
5.2 RECOMENDACIONES	71
Capítulo VI Aplicabilidad.....	73
6.1 TITULO DE LA PROPUESTA	73
6.1.1 Figueroa	75
Bibliografía	0
2.3 CUADRO DE GRAFICOS Y TABLAS.....	1

CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACION

El presente capítulo muestra los diferentes procedimientos que conforman el planteamiento de la investigación “ UNA PROPUESTA DE COMERCIALIZACION DE FRIJOL ROJO ATRAVES DELA RESERVA ESTRATEGICA EN OLANCHO EN LA COSECHA 2015-2016”, con el propósito de identificar por medio de la investigación, los objetivos, problemática encontrada, justificaciones y finalmente se dará respuesta o solución a la problemática planteada, describiendo los pasos a seguir en el procedimiento para lograrlo.

1.1INTRODUCCION

A nivel mundial el frijol común es conocido como dicotiledóneas y fructifican en vainas por las diferentes especies y géneros de granos secos de la familia de leguminosas (entre estas habas, lentejas, frijoles, garbanzos y otros), por lo que en muchos casos es difícil estimar datos reales sobre la producción mundial de este rubro, así como establecer tendencias sobre los precios del mismo(SAG, Revista mensual de frijol rojo nacional en el año 2012, 2012)

Los principales productores de fríjol son: India, Brasil, Estados Unidos, México y China, siendo estos mismos países los principales consumidores a nivel mundial. En cuanto a la comercialización del producto, entre los principales exportadores figuran: China, Estados Unidos, Canadá, Argentina quienes producen diferentes variedades de frijoles.(Nicaragua, 2011)

Los países Centroamericanos, se diferencian en cuanto al tipo de fríjol que se comercializa. Nicaragua, Honduras y El Salvador producen y consumen fríjol rojo, mientras que Guatemala y Costa Rica, cosecha y consumen mayoritariamente frijoles negros. A pesar de la importancia del fríjol en Centroamérica, la producción de este rubro se caracteriza por tener niveles de rendimiento y productividad bajos, sobre todo en Nicaragua. (Nicaragua, 2011)

Dado lo anterior la producción nacional no logra cubrir la demanda interna del producto debido a los cambios climáticos e incidencias de plagas, que se presentan en el país, siendo los departamentos de Yoro, El Paraíso, Danli, Olancho los de mayor producción del frijol Nacional, por lo que se presenta la situación de escases del grano, el gobierno enfrenta la necesidad de cubrir la demanda que existe del vital grano en el mercado nacional por lo que debe ser cubierta con importaciones, siendo los principales países de origen: Estados Unidos, China, Nicaragua, Guatemala, Etiopía.(Nicaragua, 2011)

Por lo tanto el departamento de Olancho ha experimentado en los últimos años un fuerte impacto negativo en la producción de frijol, debido a las constantes lluvias y sequías que se han presentado en el país, esto debido al fenómeno del niño que afectado directamente la producción agrícola, lo que genera una producción baja y una demanda alta. La producción de Frijol se caracteriza por ser una actividad de pequeños y medianos productores y ser una fuente de empleo en diferentes municipios del departamento como ser: Juticalpa, San Francisco de la Paz, La Unión, El Rosario, Catacamas.(Valladares, 2014).

Debido a estas exigencias que existen en el mercado nacional y en la canasta básica del pueblo no puede faltar este vital grano, por lo que nos vemos en la necesidad de abastecer el mercado mediante la Reserva Estratégica a través del IHMA, y para eso es necesario comprar las cosechas de Frijol Rojo Nacional a los pequeños y medianos productores de Departamento de Olancho para así poder abastecer el mercado en tiempo de crisis, sequías, escases, a precios accesibles para la población.

1.2 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

Actualmente los agricultores de Olancho, han tenido problemas para comercializar el grano, siendo la única fuente de empleo del productor de tierra adentro. Una de las desventajas es el aumento de la competencia a los productos elaborados nacionalmente; debido a que los precios de los productos importados son inferiores y generalmente de mayor calidad que los producidos en el país. Por lo tanto, debe iniciarse un proceso de cambio que permita a estos agricultores ser más competitivos y agresivos al momento de comercializar su producción.(Valladares.J., 2014)

Actualmente los agricultores de departamento de Olancho, conocen que la mejor manera de obtener un buen precio por su producto es producir y comercializar unificadamente para obtener así una mayor capacidad de negociación, disminución de los costos de transporte y comercialización, lo que generara rentabilidad para cada productor y a la organización a la que pertenecen.(Mendoza, 2014)

El mercado Nacional del Frijol, es comercializado a granel, con baja calidad ya que se presenta sucio y dañado, por lo que su precio y su calidad son malos. Para ser competitivos se debe ofrecer calidad porque es la única manera de competir con las diferentes marcas ya establecidas en el mercado nacional e internacional.(Moncada, 2014)

Estudios anteriores con paquetes tecnológicos en las organizaciones campesinas han demostrado excelente resultados en la producción de frijol en cosecha de primera, obteniéndose rendimientos de 26quintales por manzana(qq/mz)con el paquete tecnológico para las variedades de frijol, en comparación al promedio de 10qq/mz obtenido por los agricultores anteriores, al implementar el paquete tecnológico se obtuvo una Tasa Interna de Retorno de 44.31% y una relación Beneficio- Costo de 1.7 ajustados a una inflación de 18% lo que hace al proyecto económicamente factible(Martinez, 2014)

Con los cambios climáticos que se presentan a nivel centroamericano la producción del Frijol refleja un bajo nivel de rendimiento de cosecha de frijol lo que genera pérdidas. La falta de asesoría técnica a los productores da como resultado frijol de calidad no deseada. Los insumos son parte fundamental para determinar que nuestra producción sea aceptable y reúnan la calidad deseada.(Valladares, 2014)

El productor de tierra adentro de Olancho, de lo que percibe en su producción de Frijol estima vender el 80% de su producción y dejar el 20% para su consumo humano, lo cual representa una reflejo claro de que el productor en un determinado tiempo tendrá que adquirir el grano a precios más altos.(Valladares, 2014)

El precio es determinante en la producción del frijol Nacional ya que el factor que determina si estará buena la cosecha para el siguiente periodo, la comercialización por medio de intermediarios que son los que centran sus centros de acopio en las diferentes aldeas y caseríos

de Olancho siendo estos los que controlan el precio del mercado a su conveniencia (Carcamo, 2014).

A nivel nacional existe información de mercado sobre precios de frijol publicado por el Sistema de Información de Mercados de Productos Agrícolas de Honduras (SIMPAH), sin embargo no se encuentra información sobre precios de granos en las diferentes aldeas, caseríos de Olancho.(SAG).

La investigación está orientada a demostrar la viabilidad de la comercialización de frijol rojo nacional y así poder ser más eficaz el proceso de compra de Frijol Rojo Nacional a los productores de Olancho, en la cosecha 2015-2016.

1.3DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

Debido a la problemática que existe en la compra-venta de frijol rojo nacional a los pequeños y medianos productores del Departamento de Olancho, refleja que en la actualidad no se tienen identificados a los productores pequeños y medianos de frijol rojo nacional , ni existe un canal de comercialización que le brinde seguridad de vender su producción al gobierno como también un precio justo que sea de acuerdo a los gastos que incurre el productor a la hora de sembrar frijol rojo nacional.

Al realizar una investigación mediante encuestas y entrevistas personales se podrá constatar los nombres de los productores que existen en el Departamento de Olancho como también se observara cuales son los canales de comercialización que actualmente existen con los productores pequeños y medianos como también los precios que oscilan en tierra adentro y el mercado de frijol rojo nacional ya que existe una variación de precios.

Considerando la demanda nacional y regional del frijol rojo nacional que existe en nuestro país de este vital grano por ser parte de la canasta básica del hondureño, es necesario la creación de una propuesta de comercialización de frijol que permita brindar seguridad y confianza al productor en su cosecha antes y después de la siembra de frijol rojo nacional y así mismo brindar un precio justo y adecuado dependiendo de los insumos y mano de obra que utilizara en su cosecha.

1.3.1 ENUNCIADO DEL PROBLEMA

En la actualidad, la globalización de los mercados es una realidad que debe enfrentarse, apartando soluciones eficaces e inmediatamente a las grandes desventajas que ofrece a los pequeños y medianos agricultores. Se cultivan 250,000 manzanas de frijol nacional en el país, de las cuales solo se cosecha un 65% de frijol, considerando que la mayor parte de este porcentaje se cultiva en el departamento de Olancho ya que sus cultivos son en laderas y su producción no es afectada con las fuertes lluvias que se presentan en el país(Valladares.J., 2014)

El departamento de Olancho, se ha caracterizado por ser el departamento con mayor producción de Frijol en el país, en los últimos años su producción a disminuido por las constantes lluvias y sequias lo que ha generado una alza en su precio y demanda en el grano(Segura.J., 2014)

La compra del frijol está dirigida principalmente por los intermediarios ya que son estos los que recogen el grano en los lugares de cosecha y les brindan ayuda económica y de insumos agrícolas durante el transcurso del año y una pequeña parte es la que el gobierno recopila para almacenar y poder abastecer el mercado cuando hay escases del grano en el país.(Sandoval, 2014).

En este documento se demostrara cuales serán las medidas a considerar para poder adquirir la mayor producción de frijol rojo nacional del Departamento de Olancho así como también se brindara confianza y motivación al productor de frijol rojo nacional lo que vendrá a generar más producción de este vital grano en el mercado nacional.

Una de las medidas es mejorar la cadena nacional del grano de los productores de Olancho a través de la Reserva Estratégica, brindándoles asesoría técnica, capacitaciones de control de calidad del grano, precio, insumos, seguros por daños en la producción y comercializándolo en tiempo y forma el frijol rojo nacional(Segura.J., 2014)

1.3.2 FORMULACION DEL PROBLEMA

Para que el gobierno de Honduras, resuelva invertir en el proyecto es necesario, plantearse la interrogante siguiente, que contribuirá a elegir la decisión más acertada a sus intereses.

¿Cuál es la propuesta ideal para comercializar el frijol rojo nacional a través de la Reserva Estratégica a los productores ubicados en Olancho en el periodo 2015-2016?

1.3.3 PREGUNTAS DE INVESTIGACION

Una vez definido el enunciado y la formulación del problema, se presentan las preguntas de la investigación.

- 1.- ¿Cuáles son los limitantes que existen en la comercialización de frijol?
- 2.- ¿Cuál es la demanda anual que existe en el mercado?
3. ¿Cuáles son los canales de comercialización que existen actualmente?
4. ¿Qué capacidad instalada existe en los productores de Olancho?

1.4 OBJETIVO DEL PROYECTO

1.4.1 OBJETIVO GENERAL

Desarrollar una propuesta de comercialización del frijol rojo a través de la Reserva Estratégica a los productores de Olancho en la cosecha 2015-2016.

1.4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- 1.- Identificar las limitantes de comercialización del frijol en Olancho.
- 2.-Determinar la demanda de la producción de frijol rojo nacional en Olancho
- 3.- Desarrollar canales de comercialización
- 4.- Establecer capacidad instalada en Olancho

1.5 JUSTIFICACION

El cultivo del frijol rojo nacional representa una de las actividades más importantes del país y la misma tiene un impacto en muchos aspectos de la vida económica, política y social en la mayoría de los departamentos del país, por lo que necesario analizar los factores que pueden inferir en la comercialización del frijol rojo nacional para ser tomados en cuenta en el aprovechamiento de la misma. (BCH, 2013)

En el Departamento de Olancho sus tierras son muy fértiles por lo que sus suelos son muy aptos para la agricultura, en los municipios de Juticalpa, La Unión, San Francisco de la Paz, Catacamas, son los lugares que más se adaptan las condiciones apropiadas para la producción de frijol rojo nacional entre otros municipios que también su mayor fuente de ingreso es el cultivo del frijol rojo nacional, pero en menor cantidad su producción.

La creación de comercializar el frijol rojo nacional puede, entre otras cosas:

1. Mejor utilización de los suelos y laderas.
2. Capacitación e intercambio de conocimiento.
- 3.-Genera confianza de producción de granos.
4. Es fuente de empleo.

La información que se obtenga servirá como material de apoyo para futuros estudios de propuestas de comercialización de frijol rojo nacional como los factores que se consideraron para el desarrollo de la misma, además se contribuirá a ampliar el conocimiento que actualmente existe en Honduras sobre la comercialización de frijol rojo nacional.

1.5.1 RELEVANACIA SOCIAL

Actualmente los productores de frijol rojo, manifiestan un descontento al realizar sus cosechas debido a que no existe un precio seguro de comercialización de su grano, tiempo de entrega de su grano. La propuesta de comercialización de frijol reflejara que los productores, estarán motivados con la garantía en su producción y que su cosecha está segura en el mercado, lo que vendrá a reflejar más producción, esperando generar ganancias a los productores de frijol Rojo Nacional y una demanda alta para abastecer el mercado nacional(SAG, 2014)

1.5.2 VALOR TEÓRICO

Con la metodología a seguir la cadena de valor, vendrá a ser un factor importante en la producción de Frijol Rojo Nacional a nivel nacional como en el departamento de Olancho, ya que generara garantía de precios, entrega de insumos, seguros contra daños, asesoría técnica, capacitaciones, comercialización de su producción lo cual será con ayuda del gobierno. Que tiene como fin ayudar al pequeño y mediano productor de frijol rojo nacional.(SAG, 2014)

1.5.3 CONVENIENCIAS

Brindar capacitaciones y asesoramiento técnico sobre el control de calidad del grano por parte del personal técnico de la SAG(Secretaria de Agricultura y Ganadería) que brindan este servicio será fuente de gran ayuda tanto para el productor como para su producción del frijol rojo nacional , ya que lo que se perciba de su cosecha será de calidad y en el tiempo estipulado y con un precio justo.(Carcamo, 2014)

Al motivar al productor, con un precio justo y la entrega de insumos y confianza en su cosecha se percibirán mayor producción de frijol rojo nacional en el país y se podrá adquirir esta producción en tiempo y forma y se almacenar para poder abastecer el mercado nacional en tiempos de escases del frijol rojo nacional en el mercado.

CAPITULO II MARCO TEORICO

El presente capítulo expone el análisis de la situación actual, macro, micro y análisis regional y las metodologías con que se desarrollara y serán fuentes de respuesta que respaldaran esta tesis. Al realizar la investigación se comprobara los factores que limitan al productor a venderle su producción de frijol rojo al personal del IHMA, siendo estos el capital de trabajo, los insumos, y el transporte para poder transportar su producción al mercado.(Olancho P. d., 2015)

Los intermediarios se apoyan de estas limitantes que tienen los productores de frijol rojo nacional para brindarles su ayuda económicas, para cubrir necesidades personales de los productores, los comprometen a que su producción de frijol sea saldada con la cosecha , lo que limita al productor vender a otra personas su producción porque ya la tienen comprometida.(Olancho P. d., 2015)

El personal del IHMA, tendrá que competir con los intermediarios para poder comprarle a los productores de frijol rojo nacional ya que al enfrentar estas limitantes , siendo su mayor apoyo para poder comprar frijol rojo la bascula digital calibrada y el precio que siempre es mejor que el que tienen establecido los intermediarios en el municipio caserío .(Avilez.E., 2014)

Es por esto que se pretende realizar una investigación mediante la encuesta y la entrevista a los productores de frijol rojo para identificar estas limitantes y ver de qué manera se pueden mejorar esta situación y brindar mejor apoyo al pequeño y mediano productor de frijol , es por eso que surge la propuesta de comercialización de frijol rojo a través de la Reserva Estratégica en la cosecha 2015-2016(Agricola, 2014)

2.1 ANALISIS DE LA SITUACION ACTUAL

2.1.1 ANALISIS DE MACRO ENTORNO

El frijol pertenece a las leguminosas de grano, la especie más importante para el consumo humano. Se cultiva prácticamente en todo el mundo, en 129 países de los cinco continentes, se reporta la producción de frijol. América Latina es la zona de mayor producción y consumo, se estima que más del 45% de la producción de frijol proviene la economía campesina.(FAO, 2013)

Los estudios arqueológicos indican que el frijol común (*Phaseolusvulgaris*), es originario del continente americano. Se han encontrado evidencias, con antigüedad de 5000 a 8000 años, en algunas regiones de México, Estados Unidos y Perú. Existe un acuerdo relativo que indica a México como su lugar de origen, que también Hay evidencias que señalan que en toda Mesoamérica se sembraban los cultivos de frijol, maíz, calabaza y ají, que constituyeron la principal fuente alimenticia de las culturas que habitaron esta región, desde hace más de 8.000 años .Se dice que al principio del siglo XVI, fueron los españoles quienes llevaron a Europa las primeras semillas de frijol. Años después los portugueses lo difunden en varios países africanos.(FAO, 2013)

Con respecto al valor nutritivo, el frijol es considerado como una de las principales fuentes de proteína, especialmente para aquellas poblaciones de bajos recursos y dentro de los productos básicos en la seguridad alimentaria de las áreas rurales y de bajos recursos.

El frijol, según la (FAO, 2013) se produce en 129 países. La producción mundial entre 1961 y 2007 ha estado en promedio en 15 millones de toneladas. En el 2008 se produjeron 20.935.000, con un rendimiento promedio mundial de 730 kilos por hectárea. Entre los países más productores se destacan en orden de importancia, expresados en porcentaje de producción mundial, India 19%, Brasil 17%, Myanmar 12%, Estados Unidos 6% y México 6. %.

Por lo tanto los países con mayor producción de frijol , contribuyen con el 66% del total producido. Colombia solo representa el 0.8% de la producción mundial. En cuanto a rendimientos el de mayor productividad es Canadá con 2.12, Estados Unidos con 2.0 y Chile con 1.85 toneladas por hectárea. El rendimiento de Colombia está en 1.1 toneladas por hectárea. En general el mayor consumo per cápita se da en países con bajo ingreso per cápita. Los de mayor consumo son: Nicaragua, Cuba, Brasil, Uganda y Salvador. En Colombia el consumo es de En el mundo predomina el cultivo de plantas de tipo arbustivo, cuyos granos son las que más se comercializan a nivel mundial.(FAO, 2013)

A nivel mundial se comercializaron 2.8 millones de toneladas. Los mayores exportadores son: China, Myanmar, Canadá y estados Unidos. Los mayores importadores de fríjol son: India, que es a la vez el mayor productor, Japón, Estados Unidos, Argelia y Malasia

Cuadro. 2 CONSUMO MUNDIAL DE FRIJOL (1,000 T)

PAÍS	Años				
	2000	2001	2002	2003	2004
Brazil	2.864	2.823	2.872	3.127	3.002
India	2.050	2.067	2.403	2.358	2.897
Mexico	1.099	1.060	1.150	1.203	1.228
Nigeria	1.110	1.124	1.123	1.152	1.184
EE.UU.	990	951	990	960	603
Uganda	400	502	518	469	522
Myanmar	284	278	280	410	448
Tanzania	258	268	270	279	292
Res/ Mundo	6.529	6.447	6.964	6.645	6.540
TOTAL	15.584	15.521	16.571	16.602	16.717

Fuente:(FAO, 2013)

En cuanto a consumo se refiere, el fríjol se ha convertido en un componente básico de la dieta de más de 300 millones de personas, la mayoría de esos Habitantes de los denominados países en desarrollo, con un consumo global aparente de 16.7 millones de toneladas (Cuadro N° 2).

Aunque el fríjol es parte de la dieta alimenticia de más de 170 países, a escala mundial el consumo muestra la alta concentración de consumo que tienen los habitantes de los países .

En efecto, los primeros cinco consumidores. Brasil, India, México, Nigeria, Estados Unidos, Uganda, Myanmar y Tanzania. Absorben el 60.88% del consumo mundial del grano. Sin embargo, únicamente una parte logra cubrir con su producción sus requerimientos y necesidades para abastecer su demanda por lo que se ven en la obligación de importar el frijol de otros países para poder abastecer el mercado nacional.(FAO, 2013).

2.1.2 ANALISIS MICRO

Entre 2008 y 2010 se desarrolló una experiencia exitosa de comercialización colectiva con más de 832 socios de la Asociación de Productores Agropecuarios del Norte de Olancho (ASOPRANO). Estos productores pasaron de comercializar individualmente a comercializar exitosamente en bloques y actualmente entregan cantidades que oscilan entre 7,000 y 15,000 quintales frijol al Programa Mundial de Alimentos (PMA) cada año.

El proceso incluyó la organización empresarial, el equipamiento básico para acondicionar los granos y la promoción de tecnologías agrícolas y el desarrollo y mejora continua de estrategias de acopio y comercialización. Y los controles de calidad en el frijol rojo nacional en Olancho esto con la ayuda de técnicos de la SAG Y DICTA, para así poder cumplir con los rangos de calidad establecidos por el PMA.

Fue a través del Proyecto “Fortalecimiento a la Producción, Transformación y Comercialización de Frijol en el Norte de Olancho” financiado por Red SICTA, que esta organización inicio su experiencia y crearon las condiciones que le abrió las puertas para ser beneficiaria del Programa de Compras para el Progreso (P4P por sus siglas en Inglés) del PMA que además del apoyo con insumos daba la oportunidad de comercializar en bloque los excedentes de producción de los socios de ASOPRANO, pero obligaba a que se incorporarán nuevos socios para cumplir con los volúmenes. (DICTA, comercialización de frijol, 2012)

El esquema de crecimiento de la organización que brinda la oportunidad de incrementar los ingresos de sus socios promedio de su comercialización colectiva.

Tras la ejecución del Proyecto “Fortalecimiento a la Producción, Transformación, y Comercialización de Frijol en el Norte de Olancho” RED SICTA, se comprobó que la comercialización en bloques de gran impacto para mejorar los ingresos de los productores y que es viable replicarla en otros rubros de granos de Honduras si se cumplen algunas premisas como el hecho que exista una organización de productores organizada con visión empresarial, vínculos establecidos con algunos mercados, condiciones básicas para el acondicionamiento de los granos acopiados como el contar con equipos como zarandas, bodega, basculas, medidores de humedad, muestreadores entre los mas importante y de manera inicial.(DICTA, comercializacion de frijol, 2012)

Pero sin una buena propuesta de compra con los agricultores, los procesos de compra son lentos y se corren el riesgo de no contar con el producto a vender en las fechas programadas y en las cantidades estimadas de compra del frijol rojo y con localidad del frijol establecida por la institución que está realizando la compra del grano.(PMA, 2013)

Siendo que en el proceso, ASOPRANO ha crecido en número de socios de 336 socios iniciales a más de 1,200 en la actualidad. Estos nuevos socios no lograron apropiarse de los procesos y tecnologías que se promovieron en el marco del proyecto financiado por Red SICTA en vista de la limitada asistencia técnica por lo que ahora se hace necesario replicar y escalar con ese modelo a un número mayor de socios, para que mejoren sus ingresos a través de las oportunidades que logra la empresa.(DICTA, comercializacion de frijol, 2012)

El gobierno por medio de La Dirección de Ciencia y Tecnología Agropecuaria (DICTA) de la Secretaria de Agricultura y Ganadería (SAG) está replicando los modelos de conglomerado partiendo de la experiencia exitosa alcanzada en Olancho a Departamentos como El Paraíso y Comayagua.

Es necesario contar con sistemas de asistencia técnica sostenibles, ya que en el país los servicios gubernamentales de asistencia técnica a los productores son muy débiles, siendo DICTA y algunos proyectos en zonas puntuales los que brindan el servicio con limitaciones de recurso humano y financiero, lo cual no permite brindar una asistencia técnica adecuada y

oportuna a los pequeños productores. Por lo que se hace necesario desarrollar modelos donde las propias organizaciones de productores creen sus mecanismos para brindar asistencia técnica de manera sostenible.(Carcamo, 2014)

En la actualidad la comercialización en Honduras sufre una serie de procesos al que el grano está expuesto antes de llegar al consumidor final en forma conveniente en el momento y lugar oportuno, lo cual incluye, el acopio, transporte, selección, la limpieza, el almacenamiento, el empaque, búsqueda de abastecedores, mercados, la conservación del producto mientras esta en el mercado, la adaptación del producto a los gustos de los consumidores, informar a los consumidores de la calidad, presentar lotes del tamaño y la calidad del grano.(Donaire, 2013).

El precio es variable, porque no está establecido, este está al alcance de los intermediarios que si ellos lo desean subir lo hacen y si lo quieren bajar también. La comercialización del frijol está controlada más por los intermediarios que por el gobierno, es por esto que el gobierno de la república a través de la Reserva Estratégica ha establecido convenios de garantía de precios que debido a las situaciones de emergencia que se presentan en el país no se cumple dicho precio.(Donaire, 2013).

Con los cambios climáticos que se han presentado últimamente en el frijol, la producción del frijol ha sido afectada ya que se han inundados la cosecha o no habido suficiente lluvias lo que genera una sequia en el país y las cosechas no se desarrollando como deberían desarrollarse, dando como resultado una baja producción y una alta demanda.(Colindres, 2013).

Debido a estas situaciones el gobierno de la república se ha visto con la necesidad de importar frijol de Nicaragua, Guatemala, Colombia, Etiopia, para poder abastecer el mercado y así darle seguridad alimentaria a la población. Del país.(Alvarado, 2013)

La tabla # 3 nos muestra la tendencia de como ha venido variando el frijol en los últimos años a nivel centroamericano y como a fluctuado cada año en los diferentes `países

también como Nicaragua sigue siendo el país con mayor producción de frijol rojo a nivel centroamericana.

La tabla # 3 producción de frijol rojo a nivel centroamericano.

País	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Costa Rica	2,526	2,779	2,109	1,953	2,230	3,208
El Salvador	65,110	90,742	71,181	95,255	80,110	87,514
Guatemala	8,270	14,034	19,028	18,781	18,894	18,150
Honduras	86,406	60,731	68,315	66,996	70,633	68,543
Nicaragua	211,907	179,735	170,448	176,655	213,464	138,448
Total	374,218	348,020	331,082	359,640	385,331	315,863

Fuente: Elaboración propia con datos de Red SICTA a partir de Faostat

La producción de frijol en los últimos años ha variado, siendo Nicaragua con mayor cosecha de 43.87% y el Salvador con 27. es de 79% , seguida de Honduras de 21.70% y la de menor producción es de 1.02% según los datos proporcionados por (DICTA, comercialización de frijol, 2012)DICTA.

2.1.3 ANALISIS REGIONAL

En Olancho la comercialización de frijol está bien definida por los intermediarios que son los que establecen el precio de compra del vital grano, debido a las estrategias de entrega de frijol, ya que estos son los que les subsidian el dinero, medicina, insumos, los cuales son pagados una vez sale la cosecha del frijol (Guerrero.J., 2014).

No existen políticas de compra de frijol rojo en el departamento de Olancho, que establezcan cual es el precio al que está vendiendo el productor de frijol rojo, ya que existe un precio en el campo y otro en la ciudad, por tal razón los intermediarios establecen un precio a su conveniencia.(Guerrero.J., 2014)

Los productores que cosechan frijol en cantidades consideradas ,esperan que el Instituto Hondureño de Mercadeo Agrícola (IHMA), empiece a comprar y así poder vender su cosecha a un precio razonable , también porque su pago del producto es contra entrega, no así con los intermediarios que se los cancelan en fechas posteriores, valiéndose que se lo compran en el campo.(Guerrero.J., 2014)

2.2. CONDICIONANTES COMERCIALES DE FRIJOL.

2.2.1 INSUMOS

Es todo aquello disponible para el uso y el desarrollo de la vida humana, desde lo que encontramos en la naturaleza, hasta lo que creamos nosotros mismos, es decir la materia prima de una cosa. En general los insumos pierden sus propiedades y características para transformarse y formar parte del producto final.||(Guerrero.J., 2014)

Los fertilizantes, los insecticidas, fungicidas y los abonos en que incurre el frijol para que su cosecha sea de calidad además, de los supervisores y asesorías técnicas que se deben de brindar por los asesores técnicos de Techoserve. También se debe de considerar que en determinado tiempo el frijol debe ser abonado para eliminar la plaga que se perciben en el campo, es por esto que los insumos se utilizan antes, durante y después de su cosecha y pos cosecha.(Guerrero.J., 2014)

Al realizar una adecuado sistema de mantenimiento a la cosecha de frijol esta dará como resultado una cosecha de primera calidad y será en el tiempo estipulado según técnicas de cultivo del frijol rojo nacional.(Guerrero.J., 2014)

2.2.2 TRANSPORTE

Es el medio por el cual los productores se movilizan a sus lugares de trabajo, como también para comercializar su frijol ya sea para venderlo al lugar más cercano del campo hacia la ciudad , por lo que se convierte en un medio necesario para cubrir la necesidad de transportar la cosecha de frijol rojo en el tiempo de cosecha.(Agricola, 2014)

Existen tres tipos de transporte más usados por el productor de frijol de tierra adentro de Olancho:

Yegua

Pick-up

Carros de paila

Siendo este un factor que determina que la producción no sea vendida en el campo.

2.2.3 CAPITAL DE TRABAJO

Son los fondos con que cuenta la mayoría de las personas para realizar una actividad o adquirir un bien o servicio es por esto que los productores se ven en la necesidad de vender su producción de frijol y adquirir efectivo para poder solventar otras necesidades que se tienen en el hogar y sentir la satisfacción de que de esa siembra de frijol les dejen ganancia en su venta.

El IHMA, es una institución del estado, que tiene la custodia de la Reserva Estratégica que es la que tiene la función de abastecer el mercado nacional en granos básicos como ser maíz blanco nacional y frijol nacional por lo que la Reserva Estratégica cada año le asigna capital o fondos el Gobierno de la República, de los cuales solo un porcentaje significativo es depositado en las cuentas de IHMA, para poder comprar frijol rojo nacional a los productores de tal vital grano, debido a esto el personal de IHMA, se limita a comprar grano y no cumple con la demanda que existe en el mercado y como resultado en tiempos de escases de frijol rojo nacional no puede abastecer el mercado nacional..

2.2.3 DEMANDA

Cantidad que se está dispuesta a comprar de un cierto producto a un precio determinado. En los últimos años el país ha tenido mucha demanda de frijol y la producción ha sido baja por lo que ha sido necesaria la importación de frijol de otros países, esto con el fin de abastecer el mercado nacional.

La cosecha de postrera tardía de frijol en el departamento de Olancho aportó el 35% de producción en el año 2014, debido a los buenos rendimientos obtenidos, los productores olanchanos sembraron 2,000 manzanas de frijol bajo riego en la postrera tardía y obtuvieron 25 quintales por manzana para disponer de 50 mil quintales del grano a la población nacional por lo que el precio del frijol osciló en aquella zona entre 2,700 a 2,800 lempiras la carga (DICTA D. d., 2014)

La zona productiva ha contribuido con la Reserva Estratégica del frijol y están motivados los productores para iniciar la preparación de 25 mil manzanas de tierra para la siembra. Teniendo como fin motivar al pequeño productor a que realice siembras de frijol. (DICTA D. d., 2014).

Cuadro 4. Volúmenes de grano (qq) de frijol que maneja el IHMA para el Programa de la Reserva Estratégica. 2012.

Descripción	Reserva Estratégica Actual	Reserva Estratégica a comprar	Disponibilidad de Almacenamiento
	Quintales		
Fríjol	31,889	20,000	
Bodegas			23,550
Total	31.889	20,000	23,550

Fuente. IHMA

Por otra parte a continuación se presentan los cuadros proporcionados por el Instituto Nacional de Estadísticas, INE, en el cual se calculan la población total del país, haciendo uso para ello de la tasa de crecimiento poblacional, la tasa anual per cápita del consumo tanto de maíz como de frijol, con estos datos se calcula la cantidad de quintales necesarios para satisfacer la demanda del consumo total de ambos productos. Con los resultados de este último dato y considerando que la Ley faculta al IHMA para constituir la reserva estratégica la cual cuando se

constituye físicamente debe de ser del 3% del consumo total nacional de cada año, fue así que se calculó las cantidades de quintales de frijol que el IHMA.

Por lo que el IHMA para el año 2012 debió adquirir 59,979.00 de frijol, pero para ello tendría que disponer con fondos por aproximadamente 200,0 millones de Lempiras, para la compra y gastos de operación.

Cuadro 5 Datos de Población, crecimiento, consumo per cápita, demanda total y la Sumatoria total de compras del IHMA

CALCULOS PARA EL FRIJOL							
	Población a mitad de año	Tasa anual de crecimiento %	Consumo percapita qq	Demanda en qq por consumo	3% de Consumo nacional	ACCION DEL IHMA Quintales a por el IHMA	TOTAL RESERVA ESTRATEGICA SEGÚN LEY
2010	8,045,990	2.10	0.22	1,746,937.69	3%	52,408.13	464,548.45
2011	8,215,313	2.06	0.22	1,829,100.32	3%	54,873.01	493,811.90
2012	8,385,072	2.03	0.23	1,913,233.86	3%	57,397.02	523,905.89
2013	8,555,072	1.99	0.23	1,999,299.96	3%	59,979.00	554,820.86
2014	8,725,111	1.95	0.24	2,087,254.29	3%	62,617.63	586,544.96
2015	8,894,975	1.91	0.24	2,177,045.13	3%	65,311.35	619,063.58
Fuente: Proyecciones de Población de Honduras 2001-2015, CPV 2001, INE							
Nota: Población al 1 de julio de cada año.							

Fuente: IHMA.

El cuadro 5, nos muestra como hira evolucionando la demanda y el consumo percapita en cada año en el frihjo rojo nacional.

TABLA4 DE VENTANAS DE MERCADO DE FRIJOL ROJO

País	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Guatemala												
	19%			57%					24%			
Honduras												
	60%							15%		25%		
El Salvador												
	75%						10%			15%		
Nicaragua												
	21%				15%			48%			16%	
Costa Rica												
	12%	20%			12%	11%		45%				

Fuente: Elaboracion propia con datos de Ministerios de Agricultura, FAO, Red SICTA, SICA

La tabla anterior nos muestra el mercado del frijol rojo nacional en el transcurso del año y el Salvador tiene el más tiempo el frijol en la almacenamiento.

TABLA 5 Comercialización de frijol

Agente	Nicaragua	Honduras	Costa Rica	El Salvador	Guatemala
Productor	27.52%	44.73%	43.47%	38.61%	34.32%
Acopiador	17.00%	14.00%	12.00%	15.35%	11.35%
Mayorista	35.20%	24.80%	28.93%	33.46%	32.00%
Detallista	20.28%	16.47%	15.60%	12.58%	22.33%
Total	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

Fuente:(DICTA, comercializacion de frijol, 2012)

La tabla anterior nos muestra la tendencia del frijol en la comercialización del frijol

TABLA6 IMPORTACION Y EXPORTACION DE FRIJOL ROJO

IMPORTACION DE FRIJOL ROJO Y NEGRO			
PRODUCTO	QUINTALES	AÑO	PAISES
FRIJOL NEGRO	1,000	2011	GUATEMALA
	5,000	2011	NICARAGUA

FRIJOL ROJO	65,000	2014	ETIOPIA
FRIJOL ROJO	1,200	2011	ETIOPIA
	1,500	2014	NICARAGUA
	1,000	2014	COLOMBIA
TOTAL	74,700		

EXPORTACION DE FRIJOL			
PRODUCTO	QUINTALES	AÑO	PAISES
FRIJOL ROJO	9,502	2010	EL SALVADOR

En los cuadros anteriores se puede observar cómo han sido los movimientos de frijol en los últimos años, lo cual nos da un escenario de como la demanda de frijol ha bajado en últimos años, lo que representa un estimado de 5 a 10% de frijol rojo de importación y un 2% de frijol rojo nacional de la exportación,(Agricola, 2014)

2.2.4 RESERVA ESTRATEGICA

Es poca producción o por falta de capital la que tiene como objetivo almacenar en optimas condiciones la producción de frijol y maíz blanco que se genera en el país, para luego en tiempos de crisis o emergencias de este grano el que deberá cubrir las necesidades del pueblo hondureño y así abastecer el mercado y así enfrentar la demanda por mientras sale la cosecha , en los últimos años no se ha dado abasto en cubrir esa demanda porque adquirió (Alvarado, 2013)

Producción agrícola nacional, 2014

Compra de 150, 628 quintales de frijol y beneficiando a 153 familias de pequeños agricultores nacionales

Importación de 53, 252.8 quintales de frijol

Convenios suscritos para la compra de 25, 000 quintales de frijol, beneficiando a 500 familias de pequeños agricultores nacionales.



FUENTE: (Agricola, 2014)

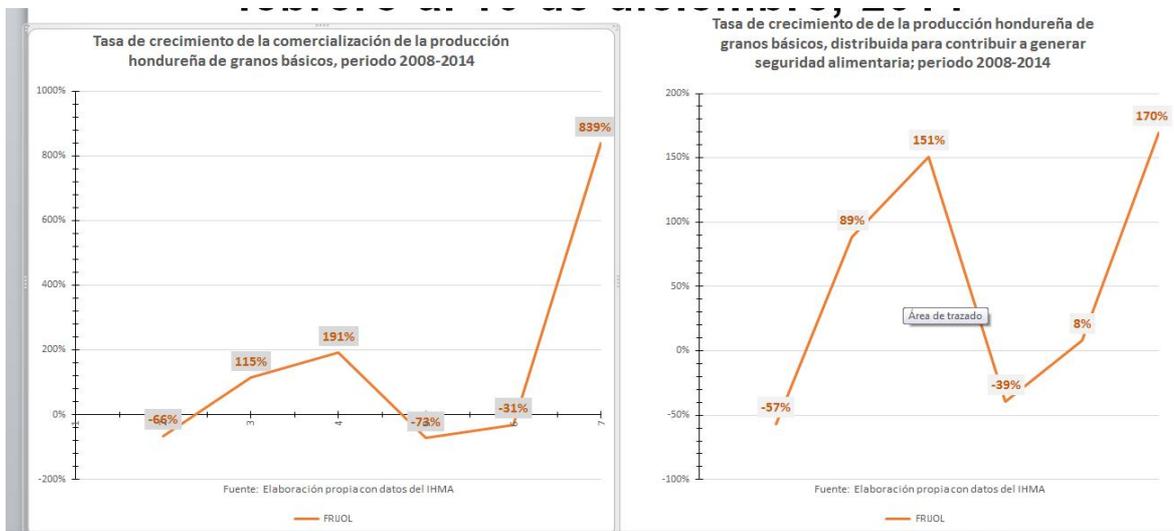
Consumo nacional, 2014

Se han suministrado 67, 905.5 quintales de frijol a BANASUPRO para: Combatir la especulación de precios en el mercado interno y Contribuir a erradicar el hambre, la inseguridad alimentaria y la malnutrición de las familias de escasos recursos económicos.

Beneficiarios: 154, 009 personas de la región central; 92, 405 personas de la región nor occidente y atlántica del país así como a 61, 603 personas de la región sur y oriente.

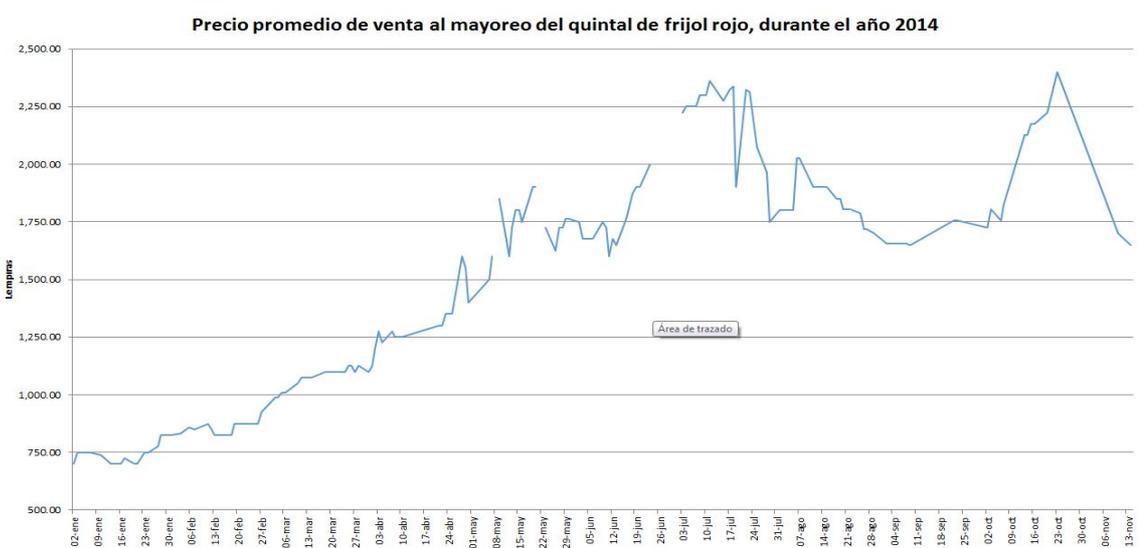


FUENTE: (Agricola, 2014)



FUENTE: (Agrícola, 2014) GRAFICO 1 LA PRODUCCION DE FRIJOL DEL 2009-2014

En cada cosecha se espera recibir un 3% de frijol rojo nacional de la cosecha a nivel nacional, esto debido a que no se cuenta con espacio adecuado de almacenamiento, siendo la función de la reserva estratégica de mantener el grano en óptimas condiciones.(Agrícola, 2014).



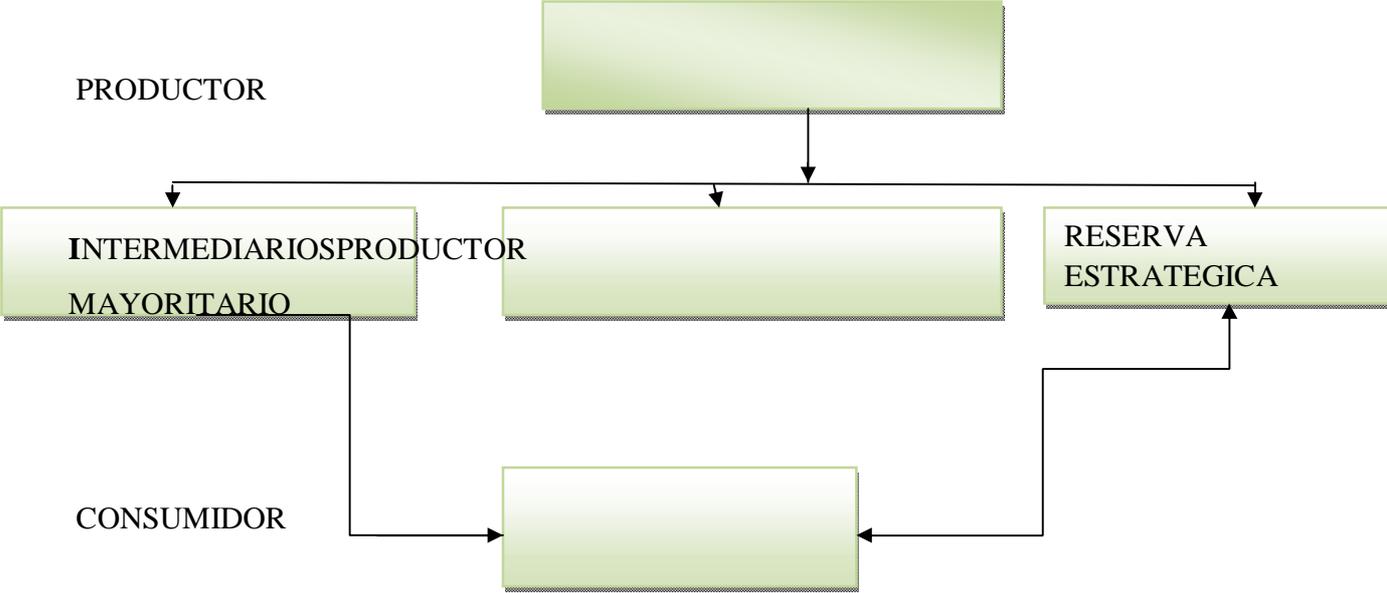
FUENTE: I(Agrícola, 2014) GRAFICO 2

La grafica # 2 nos muestra la tendencia de cómo está variando el precio del frijol cada mes , dependiendo la demanda del frijol rojo nacional, considerando el precio SIMPAH.

2.2.5 CANALES DE COMERCIALIZACION

Es la relación que se establece entre lo que se produce y lo que consume la población, lo que afecta cada día en los distintos medios con la que se ejecuta la comercialización de Frijol rojo nacional es por eso que la producción no llega en su totalidad a ser almacenada para poder abastecer el mercado nacional .(IHMA, 2014).

En la actualidad el mercado nacional presenta la siguiente situación:

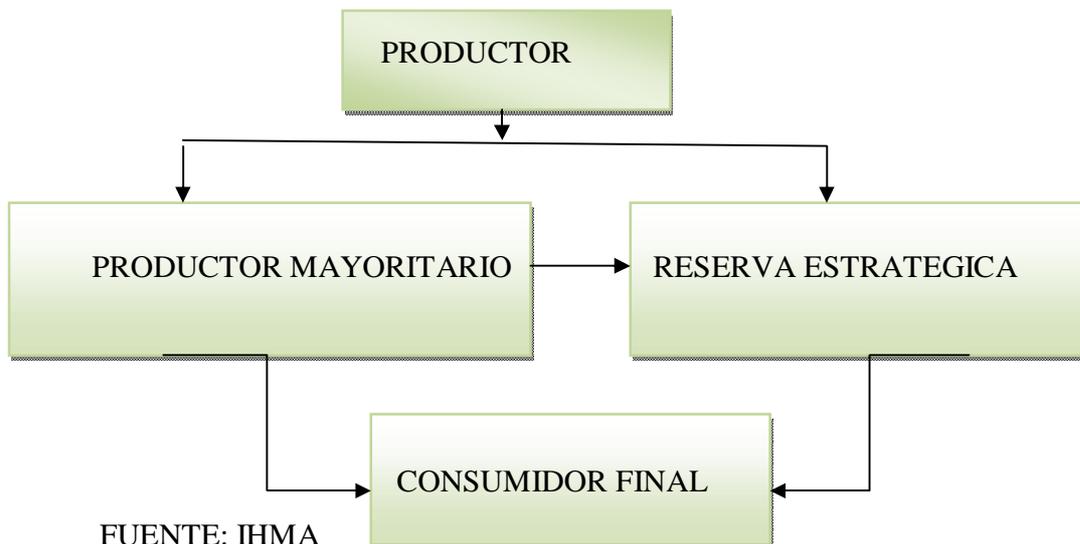


GRAFICA .3 COMERCIALIZACION DE FRIJOL ROJO NACIONAL(Fuente, IHMA)

FUENTE: IHMA

Debido a esta situación los productores se sienten sin protección del gobierno ya que no tienen asegurado su producción con un precio justo y que les garantice su cosecha. Por su parte los intermediarios que son los que recolectan la mayor cantidad de frijol producido en el país siendo el 5.25% y los productores Mayoritarios el 1.75% , siendo la reserva estratégica la que recolecta un estimado de 3% de la producción en la cosecha de postrera.

Se estima realizar Canales de Comercialización así:



FUENTE: IHMA

GRAFICA 4 Propuesta de Comercialización de frijol

Esto con el fin de que la producción de frijol rojo nacional sea centralizada por medio de la reserva estratégica y poder así lograr abastecer el mercado nacional en tiempos de escases , considerando que se implementaran mecanismo de control y supervisión de la producción de frijol rojo nacional, lo que generara un total en la producción de 8.9% en cada cosecha considerando que se tiene estimado que del 10% del frijol cosechado el 1.1 % es para subsistencia(Agricola, 2014)..

2.2.6 CAPACIDAD INSTALADA

El rubro del frijol es importante en la dieta diaria del consumidor, ya que representa un eslabón en la seguridad alimentaria. En honduras se siembran al alrededor de 150 mil manzanas de frijol, que generan una producción anual de 1.8 millones de quintales que generan un rendimiento promedio de 12 quintales por manzana en cosecha de primera.(Ganaderia, Secretaria de Agricultura y ganaderia, 2012).

La producción puede variar dependiendo de los cambios climáticos, por lo cual no hay un dato exacto, solo estimado de lo que se espera producir en una determinada cosecha es la capacidad con que cuenta los productores de Olancho para abastecer el mercado regional, siendo una de sus debilidades es por eso que contara con centros de acopio para poder comprar la producción de frijol.(IHMA, 2014).

Actualmente el Instituto hondureño de Mercadeo Agrícola (IHMA), cuenta con bodegas que servirán de almacenamiento de frijol durante cada cosecha.

BODEGAS DE IHMA

LUGARES	CAPACIDAD INSTALADA(QQ)
TEGUCIGALPA	23,500
JUTICALPA	5,000
SANTA RITA	5,000
EL PORVENIR	3,500

Fuente:(IHMA, 2014)

Es por esto que el gobierno por medio de la Reserva estratégica quiere establecer estrategia que mejoren la calidad del frijol y la producción sea adquirida en su mayoría a través del IHMA.

2.2.7 ANALISIS DE CONTROL DE CALIDAD

El control de calidad en el frijol rojo nacional es parte primordial en el almacenamiento del grano, ya que sin los rangos de calidad del grano este no durara en óptimas condiciones por mucho tiempo. Y sabiendo que nuestra calidad de grano no es muy buena. Debido a que no existe asesoría técnica de cómo debe ser la calidad del grano para ser competitivos en el mercado (IHMA, 2014).

Al realizar análisis de control de calidad lo que se verifica es el porcentaje de humedad, impureza, daño por insecto, daño por hongo, daño por calentamiento, otros daños, grano quebrado, contraste y el tiempo de cocción, el cual nos determina si el frijol es de la cosecha en la que nos encontramos a la fecha. (Alvarado, 2013)

Si no cumple con los rangos de calidad del frijol nacional establecidos por el IHMA, no se le compra al productor su grano, por lo que lo tiene que vender en el mercado. La mayor parte de las compras de frijol nacional que realiza la reserva estratégica son en postrera, ya que se almacena por largo tiempo. (Segura.J., 2014).

Estrategias a Seguir.

Actualmente el gobierno-productor tiene firmados contratos de compra-venta de frijol nacional para asegurar su cosecha a un precio justo, para lo que es la cosecha de postrera del año 2014-2015. (IHMA, 2014)

La Reserva Estratégica por medio de la Suplidora Nacional de Productos Básicos (BANASUPRO), está comercializando este vital grano a la población nacional a un precio L65 .00 la medida de Frijol Rojo Nacional esto con el propósito de abastecer el mercado nacional a menor precio. (Avilez.E., 2014)

En el mercado la medida de frijol rojo oscila entre L.100 y 120 lempiras, lo cual es un precio alto para la población, considerando que con la importación de frijol que realizó el instituto hondureño de mercadeo agrícola (IHMA) de Etiopia, abastecerá el mercado hasta finales de noviembre del presente año.(Avilez.E., 2014)

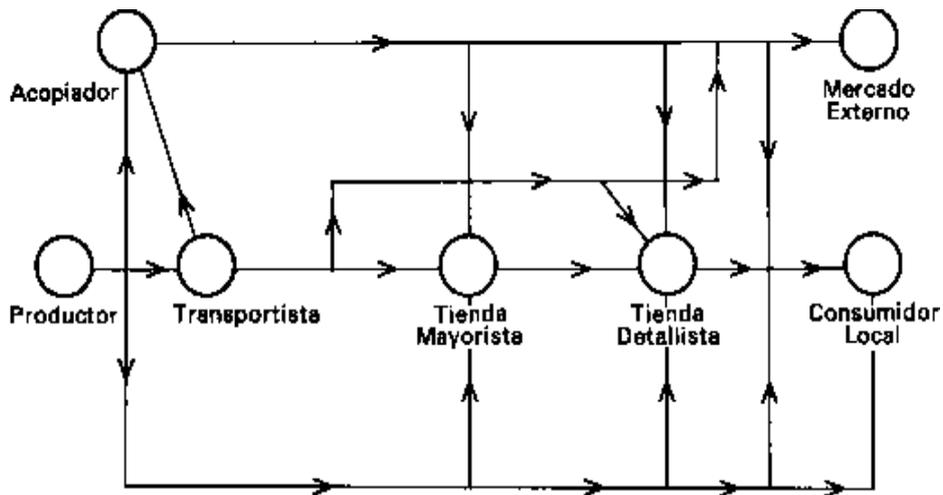
La comercialización es un punto que se denota marcado por la situación que se presenta en el país, debido a las emergencias de escases de Frijol, esto debido a que no hay una planificación de estrategias de compra-venta. Los productores establecen mecanismos de venta de su grano, que una vez cosechado se dan cuenta que se quedaran sin grano para su consumo.((Mendoza, 2014).

Cuadro # 1 Márgenes de Comercialización de Frijol Nacional

CONCEPTO	FRIJOL	
	QQ	%
Precio consumidor	24.78	100
Precio agricultor	17.71	71..5
Margen	7.8	28.5
Flete	0.42	1..7
Almacenaje	1.05	4.3
Uso de sacos	0.29	1.2
Utilidad Comerciante	5.28	21.3

Fuente: Censos de Estadísticas Agrícolas (INFOP)

De los precios pagados por el consumidor, el productor solamente percibe el 71 por ciento en el frijol. Los porcentajes restantes constituyen el margen de mercado. Los márgenes de comercialización cubren los costos de flete, almacenaje, procesamiento y utilidades de los comerciantes. En la comercialización de frijol rojo nacional se pueden identificar los distintos canales de distribución que siguen este grano, desde el productor hasta el consumidor final. (INFOP, 2011)



GRAFICO#1 CANALES DE COMERCIALIZACION DEL FRIJOL ROJONACIONAL

Fuente: SAG 2010

Con este gráfico se puede determinar la manera de cómo se comercializa el frijol rojo en las diferentes comunidades, caseríos, municipios desde el inicio o sea desde que sale la cosecha en el campo hasta que llega al consumidor final, considerando que gran parte de la producción de frijol es percibida en su mayoría por intermediarios salvadoreños que vienen a acapar las cosechas que se producen en nuestro país

OLANCHO



MAPA DE OLANCHO (Fuente, IHMA)

En esta investigación se constato que los municipios que mas producción de frijol son los de Juticalpa, La Unión, San Francisco de la Pa en Olancho, por lo cual será de gran beneficio al implementar esta propuesta que se quiere implementar con los productores de tierra adentro y que será de gran ayuda tanto para generar empleo como para que exista una relación del productor pequeño con el gobierno, así mismo habrá más producción de frijol rojo nacional en el país.

2.3 CONCEPTUALIZACION

Agricultura

Conjunto de técnicas y conocimientos para cultivar la tierra. En ella se engloban los diferentes trabajos de tratamiento del suelo y cultivo de vegetales. Comprende todo un conjunto de acciones humanas que transforma el medio ambiente ambiental natural, con el fin de hacerlo más apto para el crecimiento de las siembras.

Frijol

Legumbre de color, forma y dimensiones variables, en cuyo interior se disponen de 4 a 6 semillas. Existen frutos de color verde, amarillo jaspeado de marrón o rojo sobre verde, Planta anual de la familia de las Leguminosas, de tallo trepador que alcanza hasta 3 metros de altura en algunas variedades, y de tallo rastroso en otras. Los frutos son unas vainas verdes o amarillas que contienen varias semillas de forma.

Producción

Es la actividad económica que aporta valor agregado por creación y suministro de bienes y servicios, es decir, consiste en la creación de productos o servicios y al mismo tiempo la creación de valor, más específicamente es la capacidad de un factor productivo para crear determinados bienes en un periodo de tiempo determinado.

Exportación

Es cualquier bien o servicio enviado fuera del territorio nacional. La exportación es el tráfico legítimo de bienes y/o servicios desde un territorio aduanero hacia otro territorio aduanero. Las exportaciones pueden ser cualquier producto enviado fuera de la frontera aduanera de un Estado o bloque económico. Las exportaciones son generalmente llevadas a cabo bajo condiciones específicas.

Importación

Es el transporte legítimo de bienes y servicios nacionales exportados por un país, pretendidos para el uso o consumo interno de otro país. Las importaciones pueden ser: Internas y Externas. Y se realizan cada vez que necesitan un bien o servicio para abastecer la demanda de ese bien o servicio.

Pos cosecha.

Conocimientos de los procesos adecuados que se hacen a un producto cosechado y la tecnología de manejo necesaria que se le hace en estado natural y fresco a los granos y así estos estén aptos para consumo humano.

Comercialización

Es la acción y el efecto de comercializar, para realizar una compra-venta de un bien, servicio o producto y darle las condiciones y vías de distribución para su venta, siempre y cuando este producto regula los controles de calidad establecidos para ser consumibles.

Mercado

Espacio en el que vendedores y compradores obtienen información sobre bienes y servicios y en el que se realizan transacciones comerciales o acuerdos de bienes y servicios entre dos o más personas para satisfacer sus necesidades.

CAPITULO III MARCO METODOLOGICO

En el capítulo I se definió el problema de investigación, en donde se encuentran los objetivos del estudio, las variables que forman parte de la investigación. En el capítulo II se recopila información con el propósito de ampliar el conocimiento general sobre el estudio mediante las investigaciones realizadas y experiencias de estudios similares, el presente capítulo presenta los pasos para continuar con el estudio.

La metodología que se sigue en el proyecto de investigación es un enfoque mixto dominante, esto porque se pretende realizar un análisis de los siguientes estudios, Mercado, Técnico, Financiero, con el propósito de recopilar la suficiente y apropiada información para determinar la viabilidad comercial estratégica de comercialización de frijol rojo nacional en Olancho a través de la Reserva Estratégica.

La metodología alude al conjunto de decisiones respecto de cómo resolver el problema de conocimiento que se ha planteado, a la vez las características del objeto de estudio y las preguntas de investigación al productor, el investigador deberá decidir cuáles serán las estrategias metodológicas más apropiadas, en función de que es lo que se quiere saber acerca del objeto y se seleccionan las técnicas para obtener datos, organizarlos e interpretarlos (Nicaragua, 2011)

Es por esto que se ha realizado esta investigación donde se quiere identificar los medios y los instrumentos a utilizar para verificar y conocer la problemática que tiene la Reserva Estratégica con los pequeños y medianos productores de Olancho, específicamente en los municipios de Juticalpa, La Unión, San Francisco de la Paz.

3.1 CONGRUENCIA METODOLOGICA

LA MATRIZ METODOLOGICA

OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECIFICOS	HIPOTESIS	VARIABLES	NIVEL DE MEDICION	DEFINICION CONCEPTUAL DE VARIABLES	DEFINICION OPERACIONAL	UNIDAD DE ANALISIS Y UNIDAD DE INFORMACION
Desarrollar una Propuesta de comercialización de frijol a través de la Reserva Estratégica en Olancho en la cosecha 2015-2016.	Identificar las limitantes de la comercialización	¿Cuáles son las limitantes que existen en la comercialización de frijol?	Condicionantes de comercialización de frijol	Ordinal	Descripción de las limitantes actuales	Con las preguntas directas que se hagan a los productores de Olancho	Encuestas Preguntas Focales, datos estadísticos de los productores.
	Determinar la demanda anual	¿Cuál es la Demanda anual que existe en el mercado?	Demanda	Intervalar	Con datos estadísticos de referencia de la SAG- IHMA	Preguntas focales a los productores	Con datos históricos de la demanda de los productores.
	Desarrollar canales de comercialización	¿Cuáles son los Canales de Comercialización que existen actualmente?	Canales de Comercialización	Intervalar	Canales de Comercialización actuales y propuestos (comparación)	Preguntas focales a los productores	Encuestas, Preguntas Focales a los productores.
	Establecer la capacidad instalada en OLANCHO	¿Qué Capacidad Instalada existe en los productores De Olancho?	Capacidad Instalada	INTERVALAR	Datos estadísticos proporcionados por SAG- IHMA	Preguntas focales a los productores	Mediante información proporcionada por SAG-IHMA
				Viabilidad Comercial Estratégica.	Ordinal	Con la propuesta planteada	Preguntas focales a los productores

3.1.2 DEFICION OPERACIONAL DE LAS VARIABLES

VARIABLES DE INVESTIGACIÓN

“Una variable es una propiedad que puede fluctuar y cuya variación es susceptible de medirse u observarse” (Hernández, Fernández & Baptista, 2010, pág. 93). Es decir que estas pueden ser una guía para la investigación”.

3.1.2.1 VARIABLE DEPENDIENTE

1 Viabilidad Comercial estratégica.

Es la que se estará implementando con la propuesta de comercialización de frijol en esta investigación, y los beneficios que estará conlleva a generar fuentes, de empleo, seguridad, confianza, más producción, mejores cosechas.

3.1.2.2 VARIABLES INDEPENDIENTES.

Las variables independientes son las que el investigador puede manipular a lo largo de la investigación, además de afectar o influir en la variable dependiente. A continuación se detallan las variables independientes:

2 Condicionantes comerciales de frijol nacional:

Son los que afectan la comercialización del frijol rojo nacional al mercado y los cuales son parte fundamental de las cosecha que se realizan cada año en el país, entre ellos: insumos, Capital de Trabajo, Transporte del Frijol al mercado que los intermediarios ofrecen a los productores de frijol rojo antes, durante y después de cada cosecha de frijol rojo es por eso que la mayoría de la producción ya está comprometida a los Intermediarios y estos a su vez recogen la producción en los campos de siembra del frijol rojo nacional.(Moreno.J.C., 2015)

3.- Demanda

La demanda nacional de frijol es de 2.6 millones de quintales cada año. Sin embargo en 2013 solo se logro producir 1.7 millones de quintales, lo que genero déficit de alrededor de 800mil quintales para el 2014 se proyecto una producción de 2 millones de quintales .Se estimo que en el año 2014 en la cosecha de primera que comienza a salir a partir de próximo 25 de julio se esperaban obtener 500 mil quintales. Ese valor significaba una reducción de 100 mil quintales en relación con otros años, una de esas causas de la disminucion de la producción, por ejemplo en la zona sur es la sequia explica (www.laprensa.hn, 2014), con ,la siembra de primera se esperaba lograr abastecer el mercado para mantener al alcance de los hondureños y lograr bajar el precio.

4.-Canales de Comercialización:

La comercialización del frijol rojo se caracteriza por la existencia de un elevado número de intermediarios entre el productor y el consumidor, por lo que se dan muchos canales de comercialización. Estos intermediarios no le agregan ningún valor económico a los productores , su única función es la especulación , lo que origina altos márgenes de comercialización , lo que perjudica directamente o a los productores y consumidores , pues al aumentar el margen de comercialización se produce una reducción en los precios de compra al productor de frijol y en menor medida un aumento en el precio de venta al consumidor, el siguiente cuadro ofrece una apreciación de los márgenes de comercialización del frijol nacional. (INFOP, 2011)

5.-Capacidad de producción del frijol

El rubro del frijol es importante en la dieta diaria del consumidor, ya que representa un eslabón en la seguridad alimentaria. En honduras se siembran al alrededor de 150 mil manzanas de frijol, que generan una producción anual de 1.8 millones de quintales que generan un rendimiento promedio de 12 quintales por manzana en cosecha de primera. (SAG, Revista mensual de frijol rojo nacional en el año 2012, 2012).

La producción puede variar dependiendo de los cambios climáticos, por lo cual no hay un dato exacto, solo estimado de lo que se espera producir en una determinada cosecha.

3.1.3 HIPOTESIS

Las hipótesis que se estarán tratando de dar respuestas a esta parte de la investigación son:

¿Cuáles son las limitantes que existen en la comercialización de frijol?

¿Cuál es la demanda anual que existe en el mercado?

¿Cuáles son los canales de comercialización que existen actualmente?

¿Qué capacidad instalada existe en los productores de Olancho?

1.1 ENFOQUE Y METODOS

Existen tres tipos de enfoques de investigación, los cuales son cuantitativos, cualitativos y mixtos, Cada uno de ellos ofrece una gama de características, procesos y bondades las cuales se deben de conocer previamente, para poder seleccionar el enfoque correcto para la investigación a realizar.

En esta investigación se utilizó el método cualitativo ya que las hipótesis preceden a la recolección y el análisis de los datos, como en los estudios cuantitativos pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante y después de la recolección y el análisis de los datos.

Dentro del enfoque mixto están implícitos los enfoques cuantitativos y cualitativos. Dentro del rango del enfoque cuantitativo, para la investigación de la propuesta de comercialización de frijol rojo a través de la Reserva Estratégica en la cosecha 2015-2016 no se va a modificar de manera intencional ninguna de las variables independientes, para ver si tienen algún efecto en las variables. Se considera un diseño no experimental, dado que no se van a modificar las variables en la presente investigación se ha dado la tarea de observar a los productores en su lugar de trabajo y determinar los principales factores que limitan las condicionantes comerciales de frijol rojo y así poder crear de una propuesta de comercialización de frijol a través de la Reserva Estratégica en Olancho.

Para evaluar la propuesta de comercialización de frijol rojo nacional a través de la Reserva Estratégica en Olancho en la cosecha 2015-2016, la recolección de datos de las entrevistas y encuestas se realizó en su solo momento en la historia, en un tiempo único, y es por eso que se llama investigación transversal, es como si se tomara una fotografía de la situación en ese momento de un suceso. Dado que uno de los objetivos de la investigación es identificar los segmentos de mercado y la demanda potencial, se hizo uso del diseño transversal descriptivo, lo cual lo que busca es ubicar en una o más variables al grupo de personas de la población y así proporcionar su descripción.

Se procede a evaluar las variables de investigación y una de las herramientas a utilizar es la encuesta de opinión, donde generalmente se utilizan cuestionarios que se aplican en diferentes contextos. Por todo lo anteriormente descrito se ha clasificado la investigación no experimental transversal descriptiva.

En el enfoque cualitativo se orienta la investigación en la teoría fundamentada, esta teoría se ha indagado a través de una exhaustiva revisión de la literatura concerniente a estudios previos de diagnósticos para la creación de una propuesta de comercialización de frijol rojo a través de la Reserva Estratégica en Olancho en la cosecha 2015-2016. Esto fue útil en las primeras etapas de la investigación dado que es útil para implementar las ideas en cuanto a métodos de recolección de datos y análisis, considerar los errores que los intermediarios u otras personas cometen antes, conocer las diferentes maneras de pensar y mejorar el entendimiento de los datos, el papel de la teoría fundamentada es de apoyo y consulta. Una vez analizada la teoría fundamentada, se procedió a seleccionar el tipo de muestreo, se buscó la opinión de expertos en el tema específicamente a la hora de conocer las condiciones generales con que rodean a los productores para la propuesta de comercialización de frijol rojo a través de la Reserva Estratégica en la cosecha 2015-2016 y determinar el mercado meta. Se le consultó a la SAG (Secretaría de Agricultura y Ganadería), DICTA (Dirección de Ciencia y Tecnología) y los productores de frijol rojo por lo se utilizan como muestreo de expertos.

Los muestreos antes mencionados son parte de una serie de diferentes muestreos dirigidos, ya que se seleccionan a las personas de las cuales se quiere extraer la información. Para obtener esta información de las personas en la muestra dirigida, se hizo uso de varios instrumentos como ser la entrevista en la cual es una reunión para conversar e intercambiar información entre el entrevistador y el entrevistado, donde el fin es recolectar datos cualitativos para posteriormente analizarlos.

Sumado a lo anterior se realizaron visitas de campo donde los productores tienen sus siembras de frijol rojo sembrado, y se observó los factores generales que se deben tomar en cuenta para crear una propuesta de comercialización de frijol rojo a través de la Reserva Estratégica en Olancho en la cosecha 2015-2016. Así como las limitantes que se tendrían como institución a la hora de implementar la propuesta.

3.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACION

El diseño de la investigación es no experimental porque las variables no serán manipuladas y transversal descriptivo porque la recopilación de datos se hará en un solo momento. El tipo de investigación es descriptivo porque la finalidad de este tipo de estudio es investigar, detallar, o explicar las características del objeto de estudio, explicar el potencial de un producto dentro de un mercado.

3.3.1 POBLACION

La población será definida a través de la información obtenida de las Secretaria de Agricultura y Ganadería (SAG), en donde se detalla la cantidad de productores de frijol rojo ubicados a nivel son de 120,000 productores.

El estudio comprenderá todos los productores de frijol rojo del Departamento de Olancho, Honduras, es importante recalcar que actualmente no se conoce con certeza esta población. Ya que se cuenta con datos estadísticos realizados en el año 2009, por la

Secretaria de Agricultura y Ganadería , quien desarrollo una revista de comercialización de frijol en Olancho por lo que se determino la cantidad de productores de frijol rojo , cantidad de quintales cosechados y la cantidad de manzanas sembradas de frijol rojo en Olancho.

Según datos la población de Olancho, proporcionada por la Secretaria de Agricultura y Ganadería (SAG) , es de 120,000 personas de las cuales solo 3035 personas se dedican al rubro de sembrar tanto frijol de semilla como frijol de consumo, por lo que no se tiene un dato exacto de la cantidad de productores que siembran frijol rojo para consumo, debido a esta situación se realizo una relación de datos para ver la cantidad de productores que se encuestarían en Olancho.

$$X = \frac{120,000}{3,035} \quad X=39 \text{ PRODUCTORES de frijol para consumo.}$$

De las 39 encuestas que se realizaron a los productores también se realizaron entrevistas de preguntas informales sobre los canales de comercialización que existen, la demanda actual estimada que esperan producir , las limitantes de comercialización, la capacidad instalada.

3.3.3 UNIDAD DE ANALISIS

El análisis se realizo con los resultados obtenidos en la encuesta y la entrevista realizada a los productores de Olancho.

3.3.4 UNIDAD DE MUESTRA

La unidad de respuesta para esta tesis de investigación, será la cantidad de quintales (QQ) de frijol rojo nacional que producen los productores.

3.4 TECNICAS E INSTRUMENTO APLICADOS

Una vez que se selecciono el diseño de la investigación apropiado y la muestra adecuada, de acuerdo con el problema de estudio e hipótesis el siguiente paso consiste en

recolectar los datos pertinentes sobre los atributos, conceptos o variables de las unidades de análisis, para esto es necesario contar con los instrumentos adecuados y estos deben de poseer tres requisitos esenciales, confiabilidad, validez y objetividad.

3.4.1 INSTRUMENTOS

En la investigación se dispone de varios tipos de instrumentos para medir las variables de interés y en algunos casos llegan a combinarse varias técnicas de recolección de datos, los instrumentos que fueron utilizados fueron el cuestionario y la guía entrevista los cuales se explican a continuación.

Cuestionarios

Es el instrumento más utilizado para recolectar datos, un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o varias variables a medir y puede contener preguntas cerradas o preguntas abiertas(Hernandez.et.al, 2010), un cuestionario ya sea que se llame programa, formato para entrevista o un instrumento de medición, es un conjunto formalizado de preguntas para obtener información de los encuestados y tiene tres objetivos , traducir la información necesaria en un conjunto de preguntas específicas que los encuestados pueden responder, deben animar y alentar al encuestado para que participe activamente en la entrevista y debe minimizar el error de respuesta(DICTA, comercializacion de frijol, 2012)

Entrevistas estructuradas

Las investigaciones basadas en entrevistas son relevantes para la investigación porque permite obtener información provista por los propios sujetos y con ellos se obtiene un acceso más directo a los significados que estos le otorgan a la realidad. Por lo tanto a través de la entrevista se obtiene la información sobre ideas, creencias y concepciones de las personas entrevistadas. La posibilidad que da la entrevista como herramienta para acceder a información de fenómenos de estudio ubicados en distintos contextos temporales es muy amplia ya que permite indagar sobre el pasado, sobre el presente y sobre el futuro (DICTA D. d., 2014)

3.4.2 TECNICAS

Las hipótesis deben estar relacionadas con técnicas disponibles para probarlas este requisito se refiere al que al formular una hipótesis hay que analizar si existen técnicas de investigación para verificar la hipótesis, si es posible desarrollarla y si se encuentra al alcance.

4.3 PROCEDIMIENTOS

Existen diversos procedimientos para calcular la confiabilidad de un instrumento de medición. Todos utilizan procedimientos y formulas que producen coeficientes de fiabilidad. La mayoría puede oscilar entre cero y uno, donde un coeficiente de cero significa nula confiabilidad y uno representa un máximo de confiabilidad (fiabilidad total perfecta), cuanto más se acerca el coeficiente a cero (0) mayor error habrá en la medición.

Procedimientos de encuesta

Para la construcción del cuestionario se tomo en cuenta la variable a investigar y con ellas a la vista se redactaron las preguntas las cuales se les consulto a los miembros de la muestra. La metodología utilizada fue variable, redactar de que manera el entrevistado comprendiera bien los conceptos y estuvieran al alcance de su lenguaje. Las preguntas están formuladas de tal manera que en la mayoría de ellas se utiliza una escala Likert, la cual permite medir las respuestas formulas por rangos.

Con contar con el cuestionario, se procedió a encuestar a un total de tres municipios como ser Juticalpa, San Francisco de la Paz,. La Unión, todos pertenecientes al Departamento de Olancho, una vez completadas las encuestas se procedió al análisis de datos, existen diversos programas para analizar datos en esencia su funcionamiento es muy similar, incluye dos partes o segmentos: una parte de definición de las variables que a su vez explican los

datos (elementos de la codificación ítem por ítem), indicador por indicador y al otra parte la matriz de datos.(Hernandez.et.al, 2010)

3.5 FUENTES DE INFORMACION.

Son todos los recursos que contienen datos formales, escritos, orales o multimedia a medida que se lleva a cabo la investigación para escribir un trabajo, se encuentran distintas fuentes de información generalmente se clasifican en primarias, secundarias y tercerías.

3.5.1 PRIMARIAS

Las fuentes primarias proporcionan datos de primera mano, pues se trata de documentos que contienen los resultados de libros, antologías, artículos, monografías, tesis y disertaciones, documentos oficiales, reportes de asociaciones de trabajo, presentados en conferencia o seminarios, artículos, periódicos, testimonios de expertos, documentales, videos, cintas en diferentes formatos, foros, paginas en internet entre otros(Hernandez.et.al, 2010, pág. 53).

Las fuentes primarias contienen información original que ha sido publicada por primera vez y que no ha sido filtrada, interpretada o evaluada por nadie más, son producto de una investigación o de una actividad creativa. En esta investigación las fuentes primarias fueron los productores de frijol rojo y encuesta con la intención de recopilar la mayor información posible para poder desarrollar una propuesta de comercialización de frijol rojo a través de la Reserva Estratégica en Olancho en la cosecha 2015-2016.

3.5.2 FUENTES SECUNDARIAS

Son listas, recopilaciones y resúmenes de referencias de fuentes primarias publicadas en una área de conocimiento en particular las cuales comentan artículos, libros tesis, disertaciones y otros documentos especializados(Hernandez.et.al, 2010, pág. 66)

En la presente investigación se utilizaron fuentes electrónicas, revistas, tesis, manuales para la redacción de tesis de posgrado. Las fuentes secundarias utilizadas en este estudio son tesis, artículos de revista, Secretaria de Agricultura y Ganadería, Dirección de Ciencia y Tecnología, Instituto Hondureño de Mercadeo Agrícola y organismos internacionales entre otras, con el propósito de que la investigación tuviera un fundamento teórico y una mejor comprensión en los conceptos que se analizan.

CAPITULOIV RESULTADOS Y ANALISIS

4.1 ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS.

Una vez recolectada la información a través de las encuestas realizadas en el Departamento de Olancho, específicamente los municipios de Juticalpa, San Francisco de la Paz, La Unión, la cual comprendía treinta (30) preguntas entre nominales y ordinales, donde los encuestados tenían la opción de decidir su respuesta dependiendo de sus conocimientos y experiencias en el Cultivo del Frijol Rojo Nacional.

El total de encuestas ascendió a 39, donde los productores de Frijol Rojo Nacional en Olancho respondieron de acuerdo a sus vivencias en cada cosecha de Frijol Rojo Nacional en dicho departamento.

ENCUESTA Preguntas

Respuestas

Total

ENCUESTA Preguntas	Respuestas	Total
1 ¿Cuáles son las condiciones del frijol para su respectiva compra-venta?	Humedad___ Daños___ Precio___ impurezas	1 8 24 5
2 ¿La variedad del frijol, influye en su apariencia?	Si___ No___	33 5
3 ¿La forma de pago le gustaría en?	Efectivo___ Cheque___	30 8
4 ¿Tiene confianza Usted, que el personal del IHMA, compre su producción?	Si___ No___	37 1
5 ¿Cuanto tiempo cree usted, que el personal de IHMA, compre su producción en el campo?	Una semana___ Dos semanas___ Tres semanas___	2 4 32
6 ¿Cuántas manzanas sembró usted este año?	2-5 manzanas___ 6-50 manzanas___ 51-100 manzanas___ 101 en adelante___	1 30 4 3
7 ¿El frijol lo almacena en ?	Sacos___ Silos___	32 6
8 ¿La mejor producción de frijol se genera en ?	Laderas___ Plan___	36 2

<p>9¿El precio influye en la compra de frijol</p>	<p>Si__ No__</p>	<p>36 2</p>
<p>10¿Entregaría su producción al personal del IHMA, para su respectiva compra-venta?</p>	<p>Si__ No__</p>	<p>36 2</p>
<p>11¿Que toma en cuenta a la hora de vender su producto al IHMA?</p>	<p>Tiempo de pago__ Bascula de peso__</p>	<p>29 9</p>
<p>12¿La disponibilidad de tiempo de compra de frijol el personal del IHMA en el centro de acopio o en el campo es?</p>	<p>Mala__ Regular__ Muy buena__ Excelente__</p>	<p>3 10 20 5</p>

<p>13¿El gobierno debería mantener fondos suficientes para poder competir con la competencia?</p>	<p>Si__ No__</p>	<p>38 0</p>
<p>14¿El precio está de acuerdo a la demanda en el momento de la cosecha?</p>	<p>Si__ No__</p>	<p>26 12</p>
<p>15¿En qué tiempo sale la producción en su pueblo?</p>	<p>Junio__ Julio__ Agosto__ Septiembre__ Octubre__</p>	<p>2 4 20 12</p>

<p>16¿El efecto del niño en el grano hace que la producción del frijol resulte más?</p>	<p>Grano pequeño__</p> <p>Grano con hongo__</p> <p>Humedades altas__</p> <p>Escases de grano__</p>	<p>8</p> <p>12</p> <p>12</p> <p>5</p> <p>1</p>
<p>17¿Cuantos cosechan frijol en su familia?</p>	<p>Una persona__</p> <p>Dos personas__</p> <p>Tres personas__</p>	<p>27</p> <p>2</p> <p>9</p>
<p>18¿Cuantas cosechas realiza usted en el año?</p>	<p>Una cosecha_</p> <p>Dos cosechas__</p>	<p>10</p> <p>28</p>

<p>19¿En que le gustaría que el gobierno le apoyaría?</p>	<p>Efectivo__</p> <p>Insumos__</p> <p>Capacitaciones__</p>	<p>24</p> <p>8</p> <p>6</p>
<p>20¿La mayor parte de la producción cubre sus necesidades?</p>	<p>Si__</p> <p>No__</p>	<p>34</p> <p>4</p>
<p>21¿Si su producción de frijol estaría asegurad por cualquier daño durante su proceso de crecimiento por medio del gobierno, le vendería su producción al gobierno?</p>	<p>Si__</p> <p>No__</p>	<p>34</p> <p>4</p>
<p>22¿El intermediario ofrece beneficios a los productores como ser:</p> <p>23¿En su comunidad existen personas que compran frijol a los pequeños productores?</p>	<p>Económicas__</p> <p>Insumos__</p> <p>Si__</p> <p>No__</p>	<p>37</p> <p>1</p> <p>37</p> <p>1</p>

<p>24¿Esta dispuesto a venderle su frijol a personal de IHMA, no a los intermediarios?</p> <p>25¿Usted cree que los intermediarios se aprovechan de los productores’</p>	<p>Si__</p> <p>No__</p> <p>Bascula</p> <p>Precio</p> <p>cantidad</p>	<p>24</p> <p>14</p> <p>8</p> <p>21</p> <p>9</p>
<p>26¿El pago de su compra – venta de frijol que realiza el IHMA, ya sea en efectivo o en cheque lo considera?</p>	<p>Malo__</p> <p>Bueno__</p> <p>Muy bueno__</p> <p>Excelente__</p>	<p>21</p> <p>13</p> <p>4</p>
<p>27¿Qué ventajas le proporciona el intermediario mayoritario de su pueblo a usted como productor pequeño?</p>	<p>Transporte_</p> <p>Tiempo__</p> <p>pago inmediato__</p>	<p>11</p> <p>6</p> <p>21</p>
<p>28¿Le gustaría que el personal del IHMA, comprara su grano en el campo teniendo en cuenta?</p>	<p>precio__</p> <p>bascula calibrada__</p> <p>humedades altas__</p>	<p>24</p> <p>12</p> <p>2</p>
<p>29¿El tiempo que se tarda el IHMA, en entregarle su pago por la compra –venta de frijol es?</p>	<p>24 horas__</p> <p>Una semana__</p> <p>Un mes__</p> <p>Dos meses__</p> <p>cuatro meses__</p>	<p>19</p> <p>11</p> <p>4</p> <p>4</p>

<p>30¿Estaría usted, de acuerdo vender su frijol en las instalaciones del IHMA, con rangos de calidad establecidos por la institución?.</p>	<p>Si__ No__</p>	<p>35 3</p>
---	----------------------	-----------------

Análisis a estos resultados de las preguntas, se detallan a continuación:

 Respuesta 1

Debido a que los productores no cuentan con una orientación de cómo y cuándo deban de sembrar su frijol se dejan llevar por costumbres tradicionales, que a la hora de vender su frijol se ve reflejado que no hay asesoría de cuándo deben de empezar a cosechar su producción y en qué condiciones el IHMA, podrá comprar su grano en su totalidad, siendo los factores de compra-venta la humedad, impurezas, precio es el que más influye a la hora de la negociación entre ambas partes, y los daños estos con productor del cambio climáticos que se presentan en el país.

Respuesta 2

La apariencia es tan importante tanto a la hora de comercializar el frijol como a la hora de establecer precios ya que entre mejor apariencia tenga así su precio será más alto, no obstante si no tiene un buena apariencia su precio será bajo, es por eso que es necesario que los productores tengan asesoría técnica y capacitaciones de los controles de calidad establecidos en el IHMA, u otros entes que se dedican a la compra de frijol para poder vender su producto a un mejor precio.

Respuesta 3

Debido a la situación económica que tiene el IHMA, de que no cuenta con fondos de capital inyectados por el gobierno de la república, tiene que estar a la espera de los pagos de compra-venta de granos que le realiza Banasupro, y así mismo poder realizar los pagos a los productores, que ingresan el grano a las instalaciones de la Kennedy, no así los productores de tierra adentro estos si se les paga en efectivo contra entrega o en cheque porque son pequeñas cantidades de frijol que producen en Olancho.

Respuesta 4

El personal del IHMA, está realizando supervisiones de campo de las cosechas que se esperan salgan en la cosecha 2015-2016 de frijol, es por eso que los productores están teniendo confianza de que si venderán su producción al personal del IHMA, ya que estos también esperan darles capacitaciones de cómo son los rangos de calidad con los que IHMA, puede comprar su grano.

Respuesta 5

Debido a que el personal del IHMA, realizara centros de acopio donde este saliendo la producción de frijol es por esto que planificara sus giras de compra teniendo en cuenta como está saliendo la demanda de frijol en cada lugar, es importante mencionar que la demanda de la compra fluctúa ya que las siembras de frijol no se realizaron en el mismo tiempo, lo que hace que la cosecha sea en diferente tiempo, lo que viene a determinar que los centros de acopio sean más prolongados en cada centro.

Respuesta 6

Dependiendo de la zona que el productor siembre su cosecha, el tiempo y del capital con que cuente así mismo son las manzanas que este siembre, ya que para sembrar existen muchos factores que determinan si siembran poco o bastantes manzanas como ser, cambios climáticos, capital, precio.

Respuesta 7

El frijol dependiendo el tiempo en que espera tenerlo almacenado así mismo será el tipo de almacenamiento que le quiera dar, si será para uso domestico, es preferible en silos metálicos, pero si es para venderlo se recomienda en sacos ya que puede estar en mejores condiciones de almacenamiento y en menos riesgo de adquirir plaga y humedad.

Respuesta 8

El tipo de suelo donde se siembra el frijol es importante ya que entre más lejos este del rio menos riesgo tiene de estar en riesgo su cosecha por si hay un exceso de lluvia, es por eso que la mayoría de los productores siembran en laderas ya que es donde se concentra más el agua en el suelo cuando lluvia y esta le da más producción de frijol.

Respuesta 9

El precio es un factor importante de cómo estará comercializándose el frijol en cada cosecha, es por eso que no existe un precio establecido antes de cada cosecha, ya que este se determina con la demanda que este tenga en el mercado nacional, y esta regida por los entes del gobierno que la determinan basándose en los precios que tengan actualmente el mercado.

Respuesta 10

Los productores saben muy bien que el gobierno quiere ayudarles, es por eso que tiene la idea de vender su producción al gobierno, siempre y cuando sea a un buen precio y el centro de trabajo donde siembran su cosecha de frijol.

Respuesta 11

Los productores siembran su cosecha de frijol para poder cubrir sus necesidades en su hogar, es por eso que necesitan que su pago sea inmediato, siempre teniendo en cuenta las

básculas que andan los compradores, y sabiendo que IHMA, cuenta con basculas digitales, que no perderán en el peso porque son exactas.

Respuesta 12

El tiempo con que el personal de IHMA, se encuentra en los centros de acopio depende de cómo estén las compras en el lugar así mismo cada atención que se brinda a los productores es por orden de llegada y a un mismo precio, lo que a veces incomoda a los productores es el tiempo y los procesos que este personal realiza para poder decirle si le comprara su grano o no, siendo los controles de calidad que es un análisis organoléptico y selectivo que se le practica al grano.

Respuesta 13

El gobierno tiene la obligación de competir con la competencia que en este caso son los intermediarios, tanto en precio como en calidad, ya que estos no miden la calidad, por lo cual compran a un precio bajo el grano, y IHMA, si lo hace, el productor se ahorra tiempo pero no precio ni cantidad en el grano.

Respuesta 14

El precio fluctúa dependiendo la demanda que se encuentre en el mercado, no existe un precio establecido que le garantice la estabilidad de compra al productor, es por eso que el IHMA y la SAG, está trabajando para realizar convenios de compra a un precio que ayude al pequeño productor.

Respuesta 15

En el año existen dos cosechas que se presentan en el país tal es la de primera y la de postrera en la de primera es donde los productores casi no siembran ya que no hay mucha influencia de lluvia y tienen miedo de sembrar y que se les seco su siembra esta se realiza en los meses de junio, julio, agosto, en los meses de agosto y septiembre todavía se encuentra siembra

de primera por los tiempos que maneja cada productor con su tradicional sistema, en octubre, noviembre se generan las de postrera y es donde la mayoría de productores siembran y sus cosechas son abundantes, dependiendo del clima que se halla dando en el país.

Respuesta 16

El efecto del niño es un fenómeno que daña los cultivos de agrícolas siendo uno de ellos el frijol es por eso que a la hora de su cosecha y comercialización se encuentra con grano pequeño, esto quiere decir que no se desarrollo en su totalidad ya sea porque hubo bastante lluvia o sequia, el grano con hongo, se manifiesta al almacenar el frijol cuando aun esta húmedo en sacos , se debe de secar en el patio para luego almacenarlo, debido a las constantes lluvias que se presentan en el país los productores se ven obligados a sacar su cosecha del campo aun humedad lo que presenta humedades altas a la hora de vender y como no hay sol no pueden secarlo.

Es por eso que se generan escases de frijol porque se da mucha lluvia o hay sequias en nuestro país y por lo cual viene a dar como resultado precios altos en el mercado.

Respuesta 17

En el campo la mayor fuente de empleo que se genera es la agricultura es por eso que dentro de una familia pueden trabajar una o varias personas el rubro.

Respuesta 18

Cada productor es libre de decidir en cuál de las dos cosechas que se generan en el año va a sembrar frijol, considerando los cambios climáticos que se estén dando en el país.

Respuesta 19

El gobierno tiene la iniciativa de ayudarle al pequeño productor ya se con insumos, capacitaciones y asesorías, siempre y cuando el productor este debidamente inscripto en la SAG

y BANADESA, ya que necesita saber si es productor y que capacidad de pago tiene esta persona para poder brindarle un préstamo.

Respuesta 20

La mayor parte de la producción de frijol que produce los productores son para subsistir ya que ya sea porque hubo una mala cosecha o no sembró lo adecuado este es el resultado de no poder vender porque tienen que dejar para su comida diaria.

Respuesta 21

Por medio de la SAG, el gobierno está realizando convenios con las casas comerciales para entregar insumos, fertilizantes, herbicidas, fungicidas a los productores y con las cooperativas asegurando las cosechas de efectos climáticos lo que vendrá a ser de gran ayuda para el productor que se sentirá con mayor confianza a la hora de sembrar frijol.

Respuesta 22

Los intermediarios ofrecen ayuda a los productores durante el año lo que hace que el productor se vea obligado a que su cosecha ya este comprometida y no pueda vender a otras personas, entre las ayudas están económicas, insumos, materiales, es por eso que el gobierno con los convenios establecidos entre ambas partes tengan una relación de compra venta de su grano.

Respuesta 23

Debido a la situación que se presenta en cada comunidad o caserío los pequeños productores se encuentran con la necesidad de venderle su producción al líder de su comunidad su producción a un precio bajo con tal de hacerse de unos centavos y así suplir otras necesidades del hogar.

Respuesta 24

Con estos convenios el productor tendrá la obligación de vender su producción a personal de IHMA, en el tiempo estipulado y acordado por ambas partes.

Respuesta 25

Los productores sabiendo que no tienen nadie que los regule en su precio en el campo se valen de eso y se aprovechan en la bascula de peso, precio, cantidades de quintales de frijol, que dependiendo la humedad del grano el productor debe de entregar más producto de las 100libras que lleva cada quintal.

Respuesta 26

Los productores consideran que el pago se realice en efectivo y no en cheque ya que les genera pérdida de tiempo y como son pequeñas cantidades de frijol no les da bajar al pueblo a cambiar a un cheque ya que les genera perdida de un día de trabajo y de gasto.

Respuesta 27

Los intermediarios presentan ventajas a los productores como ser transporte ya que no gastan en este, porque lo compran donde se está realizando la cosecha es una facilidad que le dan al productor , no realizan controles de calidad, ahorro de tiempo, y el pago es inmediato, son las facilidades que mira el productor a la hora de la venta de su grano.

Respuesta 28

El personal de IHMA, cuenta con una bascula digital que está de acuerdo a las normas internacionales de basculas pesos exactos, un precio de acuerdo a los rangos de calidad establecidos por el comité ejecutivo del IHMA, y las humedades no pueden ser muy altas porque es grano para almacenarse por mucho tiempo no para consumirlo en el momento es por eso que IHMA se limita adquirir frijol con temperaturas altas de humedad.

Respuesta 29

El pago que realiza el IHMA , en los centros de acopio o en el campo en contra entrega ya sea en efectivo o en cheque, considerando que las grandes cantidades de frijol vendido en las instalaciones de planta silos Kennedy son pagadas dependiendo de la disponibilidad de efectivo con que cuente la institución en ese momento.

Respuesta 30

El productor con una asesoría y una capacitación técnica de control de granos puede vender su grano a un buen precio y una buena calidad en su grano, ya sea IHMA o a otra que lo solicite, esto debido a que tendrá una apariencia adecuada y apta para consumo humano.

HIPOTESIS

Entre las limitantes que se encontraron al realizar las preguntas no formales aen al entrevistas fueran las siguientes:

Canales de comercialización

Transporte

Demanda

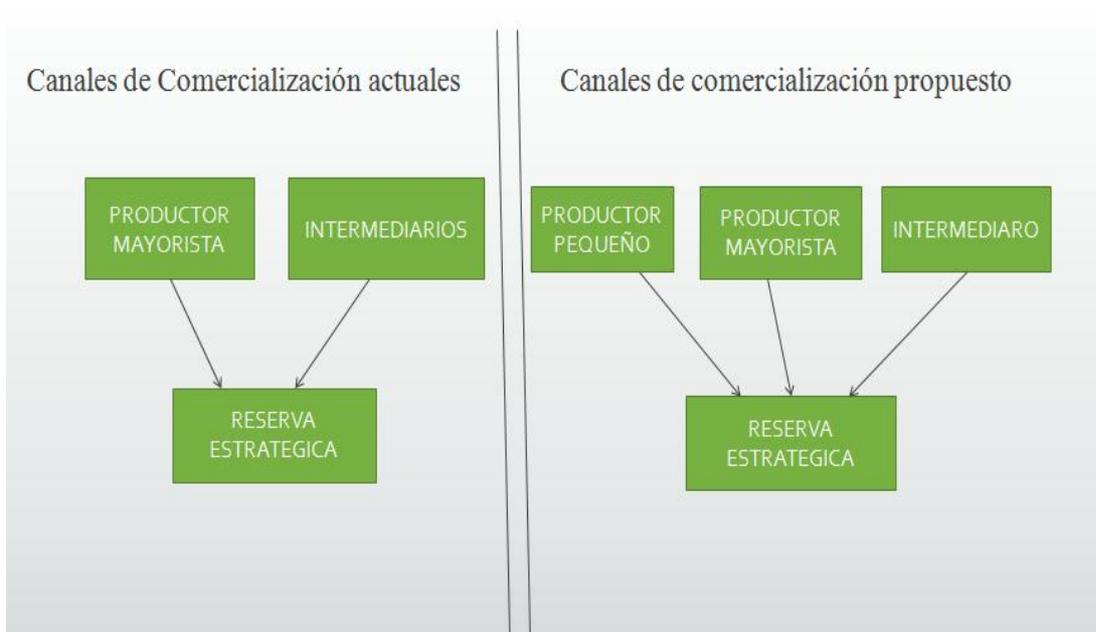
Capital de trabajo

Insumos

La demanda que existe en el Departamento de Olancho no se puede establecer ya que esta fluctúa dependiendo de los factores que intervienen en el desarrollo de la siembra, se estima según proyecciones realizadas por los técnicos de DICTA, que será del 2% de frijol en la cosecha de postrera.

La demanda que existe en el Departamento de Olancho no se puede establecer ya que esta fluctúa dependiendo de los factores que intervienen en el desarrollo de la siembra, se estima según proyecciones realizadas por los técnicos de DICTA, que será del 2% de frijol en la cosecha de postrera.

Los canales de comercialización que están establecidos actualmente y como se espera que se ubiquen una vez se implemente la propuesta es:



La capacidad instalada con que cuenta los productores de Olancho para poder almacenar su grano es muy baja , se considera solo el 20% de su producción de frijol en un tiempo corto.

CAPITULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

Se identificaron las limitantes que existen por lo cual es difícil vender su frijol al gobierno y no existe apoyo del gobierno a los productores de frijol rojo en el Departamento de Olancho, ya sea en la parte técnica como en lo económico, es decir que no se realizan visitas técnicas al campo ya sea por parte de la SAG, DICTA, IHMA.

La demanda fluctúa dependiendo de la necesidad que exista en el mercado ya que los productores de frijol rojo están desmotivados y no quieren sembrar frijol rojo nacional, esto se genera porque los productores no tienen una definición clara de cómo estará la demanda cada año, ya que esta cambia dependiendo la situación climatológica. Se considera un 2% del frijol en esta cosecha según proyecciones realizadas por personal de DICTA.

No hay un precio establecido para las compras de frijol rojo que se realizan en el campo, por lo que el intermediario se aprovecha de esta situación, es por esto que se presenta esta situación de que el productor no siente el apoyo del gobierno porque el precio depende de la demanda que exista en el mercado a la hora de cosechar el frijol rojo en el país.

Los canales de comercialización es muy cerrada solo un cierto grupo está favorecido y establecer canales de comercialización, como centros de acopio en los caseríos y comunidades más cercanas. Los canales ayudarán al productor a tener un precio justo y una pesa de calidad.

Se estima que los productores tienen el 20% de capacidad instalada para almacenar su frijol en tiempos cortos.

5.2 RECOMENDACIONES

Brindar asistencia técnica por partes de los entes gubernamentales del estado a los productores, y así se estará producción frijol rojo con calidad.

Asesorar al productor de frijol cuando es que debe de sembrar y en qué condiciones, esto por parte de la SAG, también ayudar a reparar las calles de estos caseríos, municipios para su mejor circulación de las compras de frijol por parte del gobierno..

Establecer relaciones de compra-venta de frijol con los productores de frijol antes de cosecha donde se establezca un precio y una cantidad de quintales a entregar al IHMA.

Establecer Centros de acopio en los municipios, caseríos, aldeas por parte del IHMA, para así poder adquirir gran cantidad de la producción que existe en ese lugar.

Realizar una planificación de compra .venta de frijol donde se estime que cantidad se desea adquirir ya si mismo poder solicitar dicha cantidad y tenerla lista para cuando ya este saliendo la cosecha.

CAPITULO VI APLICABILIDAD

6.1 PLAN DE ALCANCE

6.1.1 PROCESO DE DEFINICION DEL ALCANCE

Se busca que los productores de frijol rojo nacional tengan la motivación y confianza que sus cosechas serán compradas en el tiempo y a un buen precio por medio del IHMA, esto por medio de los canales de comercialización que se estarán estableciendo en los principales municipios y caseríos de Olancho, así como también se estarán brindando asistencia técnica con personal de la SAG, y capacitaciones de control de calidad del frijol por personal del IHMA, para poder ofertar un grano de calidad al mercado.

Para este proceso se definen cinco elementos primordiales de donde se generan una serie de sub ramas que detallan la planificación del alcance;

- a) Centro Comunal o escuelas
- b) Publicidad
- c) Programa
- d) Población
- e) Patrocinadores

PROCESO PARA LA ELABORACION DEL EDT

La Estructura de la definición del trabajo (EDT) es una de las herramientas principales en la gestión de proyectos, establece como se dividen las actividades, a quien se delegaran y Provee un medio para detallar cuidadosamente los resultados del proyecto, también facilita la identificación de elementos específicos del trabajo, y agrupaciones requeridas para entregar cada elemento.

Para el desarrollo de la EDT de la Organización de la conferencia, se dividió primero en cuatro comités permitiendo una fácil delegación de las actividades a cada uno de ellos.

a) Logística (Involucra la aceptación del proyecto en el centro comunal donde se realizara la conferencia, los aspectos técnicos que a este concierne y la distribución de tareas entre el personal técnico y personas de apoyo en el proyecto)

b) Capacitadores (Es el equipo encargado de realizar el programa del evento, como ser; la búsqueda de sociabilizar y concientizar sobre el tema, lo cual será desde asistencia técnica de cómo almacenar grano, las humedades en el campo, los daños , hasta como deben de ofertar su grano al personal del IHMA.

c) Publicidad (los lideres informaran a los productores de estas reuniones con el personal de IHMA y la SAG, estas personas se encargaran que toda la comunidad se dé cuenta de lo que ocurrirá y estén informados también involucra las gestiones con cada uno de ellos, como ser; inscripciones y confirmación

d) Comunidad: (tendrá una mejor capacitación de control de calidad del frijol rojo nacional.

PROCESO PARA VERIFICACION DEL ALCANCE

Este proceso incluye la aceptación de cada uno de los entregables a los que se compromete el proyecto. Haciendo un proceso continuo en la realización de cada una de las actividades. A continuación se enlistan cada uno de los entregables finales del proyecto más detallados en la declaración del alcance.

Entregables Finales

- a) Logística
- b) Listado de Concurrentes
- c) Capacitadores
- d) Programa del evento (charlas, capacitadores)
- e) Patrocinadores

PROCESO PARA EL CONTROL DEL ALCANCE

Este proceso es posterior a la verificación del alcance, incluye los cambios de los requerimientos de los entregables, puede ser en base a nuevas perspectivas obtenidas en el proyecto, cambios en las condiciones generales, suposiciones del proyecto o descubrimiento de nuevas oportunidades.

El proceso para una solicitud de cambio consiste en; analizar cualquier cambio al alcance del proyecto, identificar las personas con responsabilidad para aprobar los cambios y determinar las implicaciones de los cambios solicitados sobre el cronograma y presupuesto. El propósito de este plan es minimizar la desviación del alcance, lo cual es la tendencia natural de todos los proyectos para incrementar todo el proyecto.

6.1.1

No.	Actividades
1	Capacitaciones
1.1	Estudio de la Comunidad
1.2	Estudio del lugar donde se va a realizar las capacitaciones
1.3	Hacer reuniones con los líderes de la comunidad
1.4	Llegar a un acuerdo con los líderes de la comunidad
1.5	Reuniones
1.5.1	Porcentaje de humedad del frijol en el campo y en la compra.
1.5.2	Porcentaje de daños del frijol en el campo
1.5.3	Tiempo de cocción del frijol
1.5.4	Apariencia del frijol
1.6	Formas de pago del frijol rojo.
2	Insumos
2.1	Entrega de herbicidas
2.2	Entrega de fungicidas
2.3	Entrega de insecticidas
2.4	Entrega de fertilizantes
2.5	Convenio con las casas comerciales de la comunidad(veterinarias)
2.6	Beneficiarios
2.6.1	Gestor de proyectos
2.6.2	Proveedores
2.6.3	Productores de frijol
3	Canales de comercialización
3.1	Instalaciones del IHMA, Tegucigalpa.
3.2	Centros de acopio del personal del IHMA
3.3	Intermediarios
3.4	Accesibilidad de las carreteras
4	Recurso Humano
4.1	Analistas de granos
4.2	Cargadores de sacos
4.3	Pesador de granos
4.4	Asesor Legal
4.5	Contador de la Reserva Estratégica

4.6	Encargado de la Comisión
4.7	Vigilantes
4.8	Motoristas
4.9	Supervisor de compra de la SAG.
5	Equipo fijo
5.1	Sacos
5.2	Enviolos
5.3	Determinador de humedad
5.4	Homogenizador
5.6	Balanza granitaria
5.7	Cribas
5.8	Calculadora
6	Materiales
6.1	bolsas
7	Riesgos
7.1	Riesgos y respuestas

2 Tiempo

Cronograma

No	Actividades	DIAS					Responsable
		1	2	3	4	5	
1	Sacar muestras de frijol	x	x	x	x	x	Analista de grano
2	Realizar análisis de control de calidad del grano.	x	x	x	x	x	Analista de granos
3	Pesar el grano	x	x	x	x	x	Pesador de granos
4	Estibar el grano en sacos.	x	x	x		x	Personal de carga y descarga
5	Realizar la boleta de báscula.	x	x	x	x	x	Jefe de Planta
6	Realizar la factura de compra –venta de grano.	x	x	x	x	x	Encargado de la comisión
7	Realizar el contrato de compra-venta del grano a los productores	x	x	x	x	x	Personal de legal
8	Firmas ambas partes	x	x	x	x	x	Gerente-General- productor
9	Elaboración del cheque de compra-venta del grano.	x	x	x	x	x	Personal de Contabilidad

10	Entrega del cheque.		x	x	x	x	Cajero
		x					
11	Compra de equipo y materiales	x		x			Encargado de bienes nacionales
12	Planificador de riesgos	x	x	x	x	x	Jefe de planificación de riesgos
		x	x	x	x	x	

TIEMPOS

Actividad	tiempo (días)	Total
Estudio de la Comunidad	2	
Estudio del lugar donde se va a realizar las capacitaciones	2	
Hacer reuniones con los líderes de la comunidad	6	
Llegar a un acuerdo con los líderes de la comunidad	1	11 días
Reuniones		
Porcentaje de humedad del frijol en el campo y en la compra.	2 horas	
Porcentaje de daños del frijol en el campo	2 horas	
Tiempo de cocción del frijol	2 horas	
Apariencia del frijol	1 hora	
Formas de pago del frijol rojo.	1 hora	8 horas
Insumos		
Entrega de herbicidas	2	
Entrega de fungicidas	2	
Entrega de insecticidas	2	
Entrega de fertilizantes	2	
Convenio con las casas comerciales de la comunidad(veterinarias)	3	11 insumos
Beneficiarios		
Gestor de proyectos	3	
Proveedores	4	
Productores de frijol	39	46 beneficiarios
Canales de comercialización		
Instalaciones del IHMA, Tegucigalpa.	1	
Centros de acopio del personal del IHMA	3	
Intermediarios	6	
Accesibilidad de las carreteras	3	13 canales

Recurso Humano		
Analistas de granos	3	
Cargadores de sacos	1	
Pesador de granos	1	
Asesor Legal	1	
Contador de la Reserva Estratégica	1	
Encargado de la Comisión	1	
Vigilantes	1	
Motoristas	1	
Supervisor de compra de la SAG.	1	11 personas
Equipo fijo		
Sacos	300	
Enviolos	3	
Determinador de humedad	3	
Homogenizador	3	
Balanza granitaria	3	
Cribas	3	
Calculadora	3	319 equipos
Materiales		
Bolsas	3	3 materiales
Riesgos		
Riesgos y respuestas	61	61 riesgos

3 Costos

El presupuesto que se tiene asignado para cada cosecha es de L 70,000,000.00 para la compra de frijol rojo del cual una tercera parte es asignada para las compras que se realizan en los diferentes departamentos donde se produce frijol como también en compras en las instalaciones del IHMA, Tegucigalpa. El siguiente cuadro describe lo que se gasta al realizar las compras de frijol en el departamento de Olancho en cada cosecha.

	Total gastos
Viáticos	250,000.000.00
gastos varios	50,000.00
Compras de frijol	1,000,000.00
Riesgos	1,000.000.00
Combustible	200,000.00
Materiales	50,000.00
Total	2,550,000.00

3 PLAN DE CALIDAD

POLÍTICA DE CALIDAD DEL PROYECTO

Este proyecto debe cumplir con los controles de calidad establecidos por el IHMA, en el frijol rojo así como los productores tendrán la oportunidad de ofrecer su grano en óptimas condiciones para su respectiva comercialización en el mercado en tiempo de emergencia, escasas, sequías.

FACTOR DE CALIDAD	OBJETIVO DE LA CALIDAD	METRICA A UTILIZAR	FRECUENCIA Y MOMENTO DE MEDICION	FRECUENCIA Y MOMENTO DE REPORTE
Expositores	Nivel de satisfacción	Nivel de conocimiento adquirido	Grupo de discusión	Una semana antes.
Patrocinadores	Nivel de satisfacción de la comunidad	Comentarios	Interrelación de comunicación	Una semana antes de la cosecha
Satisfacción de los participantes	Nivel de satisfacción de los presentes	Su aporte al proyecto	Por medio de encuestas y entrevistas	Al finalizar el evento

RANGOS DE CALIDAD DEL FRIJOL EN EL IHMA

HUMEDAD 14%

IMPUREZA 1%

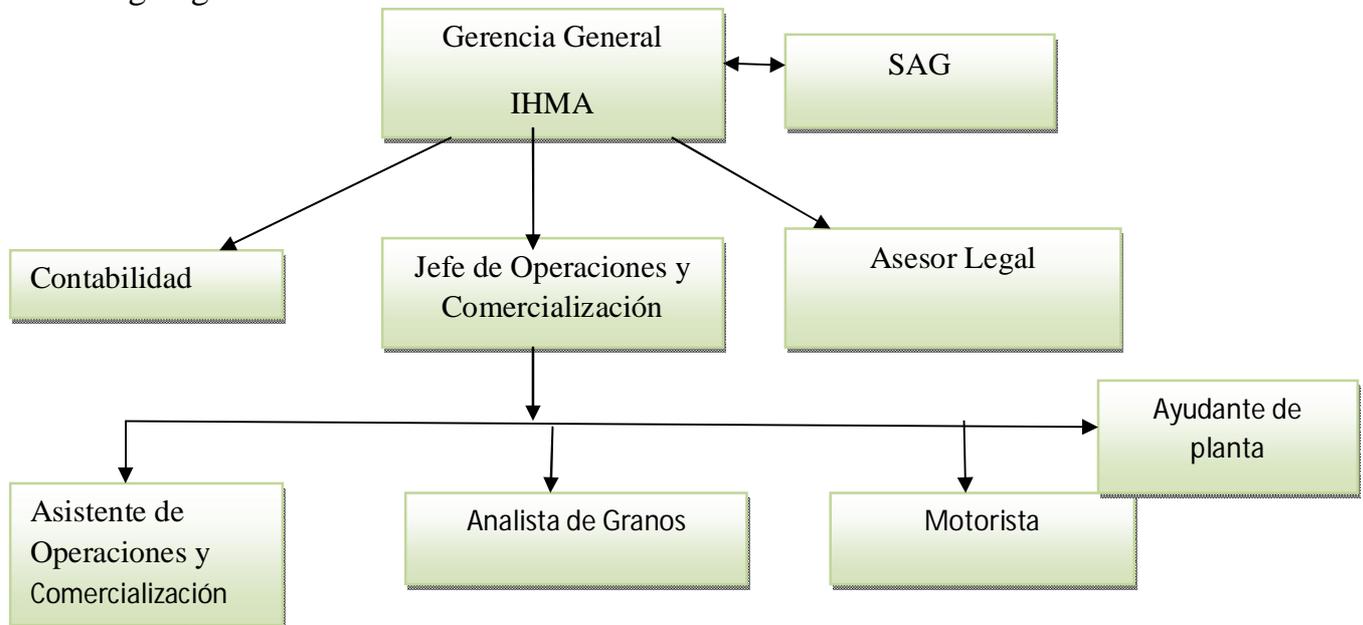
TOTAL DE DAÑOS 3%

COCCION 60 MINUTOS

LIBRE DE PLAGA

4 Recursos Humanos.

Organigrama



5 RIESGOS

CONTROL DE VERSIONES					
Versión	Hecha por:	Revisada por:	Aprobada por:	Fecha:	Motivo:
V-01	C. Valladares	M. Figueroa	D. Pérez	18-06-15	Rev-01

PLAN DE GESTION DE RIESGOS

NOMBRE DEL PROYECTO	SIGLAS DEL PROYECTO
"Propuesta de comercialización de frijol rojo a través de la Reserva Estratégica en Olancho cosecha 2015-2016."	PROCOMERFRIJOL

METODOLOGIA DE GESTION DE RIESGOS			
PROCESO	DESCRIPCION	HERRAMIENTAS	FUENTES DE INFORMACION
Planificación de Gestión de Riesgos	Elaborar Plan de gestión de los Riesgos.	PMBOK	Patrocinador: Personal de IHMA, SAG, DICTA.

Identificación de Riesgos.	Identificar cuáles son los riesgos que pueden afectar el proyecto y documentar sus características.	Checklists de riesgos.	Patrocinador: Personal de IHMA, productores de frijol rojo y datos históricos.
Análisis Cualitativo de Riesgos.	Evaluar la probabilidad e impacto. Establecer ranking de importancia.	Definición de probabilidad e impacto. Matriz de Probabilidad e Impacto.	Equipo del Proyecto.
Análisis Cuantitativo de Riesgos	Análisis de Sensibilidad Monte Carlo: @RISK.	Software @RISK	Equipo del Proyecto.
Planificación de Respuesta a los Riesgos.	Definir respuesta a riesgos Planificar ejecución de respuestas.		Patrocinadores, equipo del proyecto.
Seguimiento y Control del Riesgo.	Verificar la ocurrencia de riesgos Supervisar y verificar la ejecución de respuestas. Verificar aparición de nuevos riesgos.		Equipo del Proyecto, Personal administrativo del centro.

FORMATOS DE LA GESTIÓN DE RIESGOS.

Planificación de Gestión de Riesgos	Plan de Gestión de Riesgos.
Identificación de Riesgos.	Identificación y Evaluación Cualitativa de Riesgos.
Análisis Cualitativo de Riesgos.	Identificación y Evaluación Cualitativa de Riesgos.
Análisis Cuantitativo de Riesgos	Plan de Gestión de Riesgos.
Planificación de Respuesta a los Riesgos.	Plan de Respuesta a Riesgos.
Seguimiento y Control del Riesgo.	Informe de Monitoreo y control de Riesgos/Solicitud de cambio/Acción correctiva.

CATEGORIAS DE RIESGO

CATEGORIA	CATEGORIA I	CATEGORIA II	CODIGO DE RIESGO	CATEGORIA III
Fase de inversión.	Técnico	Analista de granos.	R001	Incumplimiento de normas y especificaciones para la compra del

				frijol.
			R002	Que se exceda la capacidad instalada del centro de acopio.
Etapa de Ejecución.	Técnico	Requisitos.	R003	No contar con un lugar para el centro de acopio.
			R004	No contar con el personal capacitado.
			R005	No contar con el equipo necesario.
		Tecnología.	R006	No llevar la computadora me impresora.
			R007	No contar con el Mobiliario y Equipo de Oficina.
			R008	Adquisición tardía del frijol .
			R009	Adquisición tardía de Unidades de transporte.
		Calidad.	R010	Mala calidad del frijol comprado.
			R011	Daños en el almacenamiento.
	Externo	Productores.	R012	Incumplimiento de la fecha establecida de la cosecha.
			R013	Incumplimiento de los rangos de calidad
			R014	No comprar el frijol con el presupuesto asignado en el centro de acopio.
		Regulatorios.	R015	Incumplimiento de las rangos de calidad establecidas por el IHMA.
		Clima.	R016	Condiciones Climáticas adversas (Lluvias intensas, inundaciones, etc.)
De la Organización	Proveedores.	R017	Incumplimiento de entregas en tiempo y cantidad.	
	Recursos.	R018	Falta de analistas capacitados.	
		R019	Falla de la comunicación en el equipo de trabajo.	
		R020	Falta de presupuesto descrito en el plan.	
		R021	Entrega tardía de insumos	
		R022	Equipo insuficiente.	

	Dirección de Proyectos.	Financiación.	R023	Falta de Financiamiento descrito en el plan.		
		Estimación.	R024	Incumplimiento en el flujo de desembolsos		
		Planificación.	R025	Trabajos no programados.		
			R026	Gestión deficiente de los cambios en la comisión de compra		
		Control.	R027	Cometer un error producto de evaluaciones tardías.		
		Comunicación.	R028	Bajo rendimiento de personal.		
			R029	Productores inconformes.		
			R030	Falta de Liderazgo para coordinar equipo.		
		Etapa Operación.	Técnico	Tecnología.	R032	No contar con luz eléctrica.
					R033	No acceso a servicios de comunicaciones (Telefonía, Internet, cable, etc)
Complejidad.	R034			Conflicto Laboral.		
Calidad.	R035			Insatisfacción de los productores por el servicio brindado.		
	R036		Fallos en atención al cliente.			
Externo	Mercado.		R037	Falta de Mercado.		
	Clima.		R038	Condiciones Climáticas adversas (Lluvias intensas, inundaciones, etc.)		
	Cliente.		R039	Falta de comunicación de la comunidad.		
			R40	Incapacidad de pago.		
			R041	Lejanía del centro de acopio.		
De la Organización.	Proveedores.		R042	Incumplimiento de entregas en tiempo y cantidad.		
	Recursos.		R043	Baja Calificación del personal.		
			R044	Falla de la comunicación en el equipo de trabajo.		
			R045	Unidades de transporte insuficiente.		
			R046	Inexperiencia con el equipo de trabajo.		
			R047	Equipo insuficiente.		

			R048	Equipo no apto para compras en el campo.
			R049	Personal no calificado para comprar en el campo.
			R050	Precio bajo del que se encuentra en el campo.
			R051	Poco personal en la compra.
			R052	No obtener la cantidad de quintales esperada.
		Financiación.	R053	Fondos insuficientes para financiar la compra de frijol.
			R054	Accidentes en la realización del trabajo.
	Propios del Centro.	Accidentes.	R055	Accidentes laborales.
			R056	Perdida del frijol en el centro de acopio.
			R057	Bascula digital descalibrada.
			R058	Humedades altas del grano.
			R059	Demanda del frijol.
	Dirección de Proyectos.	Estimación.	R060	Incumplimiento en el flujo de desembolsos.
Control Financiero.		R061	Indicadores de compra-venta de frijol menores a los planificados.	

IDENTIFICACIÓN Y ANALISIS CUALITATIVO DE RIESGOS.

NOMBRE DEL PROYECTO				SIGLAS DEL PROYECTO			
"PROPUESTA DE COMERCIALIZACION DE FRIJOL A TRAVES DE LA RESERVA ESTRATEGICA EN OLANCHO EN COSECHA 2015-2016"				PROCOMERFRIJOL			
PROBABILIDAD	VALOR NUMERICO	IMPACTO	VALOR NUMERICO	TIPO DE RIESGO	PROBABILIDAD X IMPACTO.		
Muy improbable	0.1	Muy Bajo	0.05	Muy Alto	mayor a	0.50	
Relativamente Probable	0.3	Bajo	0.10	Alto	menor a	0.50	
Probable	0.5	Moderado	0.20	Moderado	menor a	0.30	
Muy Probable	0.7	Alto	0.60	Bajo	menor a	0.10	
Casi Certeza	0.9	Muy Alto	0.80	Muy Bajo	menor a	0.05	
CODIGO DEL RIESGO	DESCRIPCION DEL RIESGO	CAUSA RAÍZ	ESTIMACION DE PROBABILIDAD	OBJETIVO AFECTADO	ESTIMACION DE IMPACTO	PROB. X IMPACTO	TIPO DE RIESGO
R001	Incumplimiento de normas y especificaciones para la compra del frijol	No cumplir con las políticas establecidas por el IHMA	0.5	Alcance	0.2	0.1	Muy Alto mayor a 0.50
				Tiempo	0.8	0.4	
				Costo	0.6	0.3	
				Calidad	0.6	0.3	
				<i>TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO</i>		1.1	
R002	Que se exceda la capacidad instalada del centro de acopio.	Tener un espacio físico muy reducido de las instalaciones del	0.1	Alcance	0.1	0.01	Bajo
				Tiempo	0.05	0.005	
				Costo	0.2	0.02	
				Calidad	0.8	0.08	

		centro.		<i>TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO</i>		0.115	
R003	No contar con un lugar para el centro de acopio.	Mal acondicionamiento del lugar.	0.7	Alcance	0.8	0.14	Muy Alto
				Tiempo	0.2	0.56	
				Costo	0.6	0.42	
				Calidad	0.1	0.07	
				<i>TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO</i>		1.19	
R004	No contar con el personal capacitado.	Personal no capacitado en control de calidad del frijol	0.5	Alcance	0.2	0.05	Muy Alto
				Tiempo	0.1	0.3	
				Costo	0.6	0.3	
				Calidad	0.6	0.1	
				<i>TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO</i>		0.75	
R005	No contar con el equipo necesario.	Falta de equipo en el centro de acopio.	0.5	Alcance	0.1	0.05	Muy Alto
				Tiempo	0.6	0.3	
				Costo	0.1	0.3	
				Calidad	0.6	0.05	
				<i>TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO</i>		0.7	
R006	No llevar la computadora e impresora.	mala planificación	0.3	Alcance	0.2	0.06	Alto
				Tiempo	0.6	0.18	
				Costo	0.2	0.06	
				Calidad	0.1	0.03	
				<i>TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO</i>		0.33	
R007		Mala	0.3	Alcance	0.05	0.03	

	No contar con el Mobiliario y Equipo de Oficina.	coordinación de viaje		Tiempo	0.2	0.06	Moderado
				Costo	0.1	0.03	
				Calidad	0.1	0.015	
				<i>TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO</i>		0.105	
R008	Adquisición tardía del grano.	Mala logística de entrega.	0.1	Alcance	0.05	0.005	Alta
				Tiempo	0.4	0.02	
				Costo	0.6	0.06	
				Calidad	0.1	0.01	
				<i>TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO</i>		1.005	
R009	Adquisición tardía de Unidades de transporte	Falta de logística	0.5	Alcance	0.05	0.025	Muy Alto
				Tiempo	0.6	0.3	
				Costo	0.6	0.3	
				Calidad	0.8	0.4	
				<i>TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO</i>		1.025	
R010	Mala calidad del frijol comprado..	Alto porcentaje de daños en el frijol.	0.5	Alcance	0.6	0.3	Muy Alto
				Tiempo	0.6	0.3	
				Costo	0.6	0.3	
				Calidad	0.8	0.4	
				<i>TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO</i>		1.3	
R011	Daños en el almacenamiento.	Derrame de grano en el piso.	0.3	Alcance	0.2	0.06	Muy Alto
				Tiempo	0.6	0.18	
				Costo	0.8	0.24	
				Calidad	0.6	0.18	

				<i>TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO</i>		0.66	
R012	Incumplimiento de la fecha establecida de la cosecha.	lluvias, inundaciones.	0.7	Alcance	0.6	0.42	Muy Alto
				Tiempo	0.8	0.56	
				Costo	0.6	0.42	
				Calidad	0.1	0.07	
				<i>TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO</i>		1.47	
R013	Incumplimiento de los rangos de calidad.	Falta de especificaciones de calidad .	0.5	Alcance	0.1	0.05	Muy Alto
				Tiempo	0.2	0.1	
				Costo	0.1	0.05	
				Calidad	0.8	0.4	
				<i>TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO</i>		0.6	
R014	No comprar el frijol con el presupuesto asignado en el centro de acopio .	Mala planificación de presupuesto en el proyecto.	0.3	Alcance	0.2	0.06	Alto
				Tiempo	0.1	0.03	
				Costo	0.8	0.24	
				Calidad	0.1	0.03	
				<i>TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO</i>		0.36	
R015	Incumplimiento de las rangos de calidad establecidas por el IHMA.	Falta de lineamientos establecidos en el proyecto.	0.1	Alcance	0.05	0.005	Bajo
				Tiempo	0.6	0.06	
				Costo	0.2	0.02	
				Calidad	0.1	0.01	
				<i>TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO</i>		0.095	
R016	Condiciones Climáticas adversas (Lluvias intensas, inundaciones, etc.)	Factor climático volátil.	0.7	Alcance	0.6	0.42	Muy
				Tiempo	0	0	
				Costo	0.6	0.42	

							Alto
				Calidad	0.6	0.42	
				<i>TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO</i>		1.26	
R017	Incumplimiento de entregas en tiempo y cantidad.	Mal control en el proceso de la entrega.	0.3	Alcance	0.1	0.03	Alto
				Tiempo	0.2	0.06	
				Costo	0.6	0.18	
				Calidad	0.6	0.18	
				<i>TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO</i>		0.45	
R018	Falta de analistas capacitados.	Selección de personal no capacitado.	0.3	Alcance	0.2	0.06	Alto
				Tiempo	0.1	0.03	
				Costo	0.2	0.06	
				Calidad	0.6	0.18	
				<i>TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO</i>		0.33	
R019	Fallas en la comunicación con el equipo de trabajo.	Mala relación entre el personal y los productores.	0.5	Alcance	0.6	0.3	Muy Alto
				Tiempo	0	0	
				Costo	0.1	0.05	
				Calidad	0.8	0.4	
				<i>TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO</i>		0.75	
R020	Falta de presupuesto descrito en el plan.	Desembolsos no entregados a tiempos	0.3	Alcance	0.2	0.06	Alto
				Tiempo	0.2	0.06	
				Costo	0.6	0.18	
				Calidad	0.6	0.18	
				<i>TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO</i>		0.48	

R021	Entrega tardía de insumos.	Contratos de compra –venta mal elaborada.	0.3	Alcance	0.2	0.06	Muy Alto
				Tiempo	0.6	0.18	
				Costo	0.6	0.18	
				Calidad	0.6	0.18	
				<i>TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO</i>			
R022	Equipo insuficiente.	Mala Planificación	0.5	Alcance	0.6	0.3	Muy Alto
				Tiempo	0.2	0.1	
				Costo	0.6	0.3	
				Calidad	0.8	0.4	
				<i>TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO</i>			
R023	Falta de Financiamiento descrito en el plan.	No contar con los recursos económicos disponibles.	0.3	Alcance	0.2	0.06	Alto
				Tiempo	0.6	0.18	
				Costo	0.6	0.18	
				Calidad	0.1	0.03	
				<i>TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO</i>			
R024	Incumplimiento en el flujo de desembolsos	No cumplir con las fechas establecidas de desembolso.	0.3	Alcance	0.6	0.18	Alto
				Tiempo	0.6	0.18	
				Costo	0.2	0.06	
				Calidad	0.2	0.06	
				<i>TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO</i>			
R025	Trabajos no programados	Mala planificación	0.3	Alcance	0.6	0.18	
				Tiempo	0.2	0.06	

				Costo	0.6	0.18	Muy Alto
				Calidad	0.6	0.18	
				<i>TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO</i>		0.6	
R026	Gestión deficiente de los cambios en la comisión de compra	Falta de dirección de control y monitoreo	0.3	Alcance	0.2	0.06	Muy Alto
				Tiempo	0.6	0.18	
				Costo	0.6	0.18	
				Calidad	0.6	0.18	
				<i>TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO</i>		0.6	
R027	Cometer un error producto de evaluaciones tardías.	Falta de organización y supervisión	0.5	Alcance	0.6	0.3	Muy Alto
				Tiempo	0.2	0.1	
				Costo	0.6	0.3	
				Calidad	0.6	0.3	
				<i>TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO</i>		1	
R028	Bajo rendimiento de personal.	Falta de motivación, incentivos del constructor de la obra.	0.3	Alcance	0.05	0.015	Moderado
				Tiempo	0	0	
				Costo	0.2	0.06	
				Calidad	0.2	0.06	
				<i>TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO</i>		0.135	
R029	Productores inconformes.	Falta de comunicación entre el personal del IHMA.	0.3	Alcance	0.2	0.06	Moderado
				Tiempo	0	0	
				Costo	0	0	
				Calidad	0.2	0.06	
				<i>TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO</i>		0.12	

				<i>IMPACTO</i>			
R030	Falta de Liderazgo para coordinar equipo.	Comunicación inadecuada	0.3	Alcance	0.6	0.18	Alto
				Tiempo	0	0	
				Costo	0.2	0.06	
				Calidad	0.2	0.06	
				<i>TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO</i>		0.3	
R031	No contar con luz eléctrica.	No alumbrado hay electrico	0.5	Alcance	0.2	0.1	Alto
				Tiempo	0.6	0.3	
				Costo	0.05	0.025	
				Calidad	0.1	0.05	
				<i>TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO</i>		0.475	
R032	No obtener el apoyo de los entes gubernamentales de la comunidad.	Mala comunicación	0.5	Alcance	0.1	0.05	Moderado
				Tiempo	0.2	0.1	
				Costo	0.2	0.1	
				Calidad	0.1	0.05	
				<i>TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO</i>		0.3	
R033	No acceso a servicios de comunicaciones (Telefonía, Internet, cable, etc)	Malas conexiones	0.3	Alcance	0.2	0.06	Alto
				Tiempo	0.6	0.18	
				Costo	0.6	0.18	
				Calidad	0.2	0.06	
				<i>TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO</i>		0.48	
R034	Conflicto Laboral.	Valores, principios, cultura diferente.	0.3	Alcance	0.2	0.06	Moderado
				Tiempo	0.05	0.015	
				Costo	0.05	0.015	
				Calidad	0.2	0.06	
				<i>TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO</i>			

				<i>TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO</i>		0.15	
R035	Insatisfacción de los productores por el servicio brindado.	Servicio deficiente, mala atención, maltrato.	0.5	Alcance	0.8	0.4	Muy Alto
				Tiempo	0	0	
				Costo	0.6	0.3	
				Calidad	0.8	0.4	
				<i>TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO</i>		1.1	
R036	Fallos en atención al cliente.	No hay comunicación eficaz.	0.3	Alcance			Muy Alto
				Tiempo	0.6	0.18	
				Costo	0.6	0.18	
				Calidad	0.6	0.18	
				<i>TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO</i>		0.54	
R037	Falta de Mercado.	Poca Publicidad y Propaganda	0.3	Alcance	0.2	0.06	Alto
				Tiempo	0	0	
				Costo	0.8	0.24	
				Calidad	0.1	0.03	
				<i>TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO</i>		0.33	
R038	Condiciones Climáticas adversas (Lluvias intensas, inundaciones, etc.)	Clima.	0.1	Alcance			Moderado
				Tiempo	0.2	0.02	
				Costo	0.2	0.02	
				Calidad	0.6	0.06	
				<i>TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO</i>		0.1	
R039	Oposición de la comunidad.	Inconformidad con la ubicación	0.1	Alcance	0.6	0.06	
				Tiempo	0.6	0.06	

		del centro.		Costo	0.2	0.02	Moderado
				Calidad	0	0	
				<i>TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO</i>		0.14	
R040	Incapacidad de pago.	Falta de presupuesto.	0.3	Alcance	0.8	0.24	Muy Alto
				Tiempo	0	0	
				Costo	0.8	0.24	
				Calidad	0.2	0.06	
				<i>TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO</i>		0.54	
R041	Lejanía del Proyecto.	Ubicación única del sitio.	0.3	Alcance	0.2	0.06	Moderado
				Tiempo	0	0	
				Costo	0.6	0.18	
				Calidad	0	0	
				<i>TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO</i>		0.24	
R042	Incumplimiento de entregas en tiempo y cantidad.	Estimación inadecuada de proveedores.	0.1	Alcance	0.2	0.02	Moderado
				Tiempo	0.6	0.06	
				Costo	0.1	0.01	
				Calidad	0.6	0.06	
				<i>TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO</i>		0.15	
R043	Baja Calificación del personal.	Selección inadecuada del personal	0.3	Alcance	0.2	0.06	Muy Alto
				Tiempo	0.2	0.06	
				Costo	0.6	0.18	
				Calidad	0.8	0.24	
				<i>TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO</i>		0.54	

				<i>IMPACTO</i>			
R044	Falla de la comunicación en el equipo de trabajo.	Ambiente de trabajo hostil.	0.3	Alcance	0	0	Alto
				Tiempo	0.2	0.06	
				Costo	0.2	0.06	
				Calidad	0.6	0.18	
				<i>TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO</i>			
R045	Unidades de transporte insuficiente.	Fondos insuficientes para adquisición de transporte requerido.	0.3	Alcance	0.2	0.06	Alto
				Tiempo	0.1	0.03	
				Costo	0.6	0.18	
		Calidad		0.6	0.18		
		Exceso de la demanda.		<i>TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO</i>			
R046	Inexperiencia con el equipo de trabajo.	Personal no calificado.	0.1	Alcance	0	0	Muy bajo.
				Tiempo	0.1	0.01	
		Poco entrenamiento en el uso del equipo.		Costo	0.2	0.02	
		Calidad		0.2	0.02		
		<i>TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO</i>			0.05		
R047	Equipo insuficiente.	Fondos insuficientes para adquisición del equipo. Planificación errónea del equipo requerido.	0.1	Alcance	0.2	0.02	Moderado
				Tiempo	0	0	
				Costo	0.6	0.06	
				Calidad	0.6	0.06	
				<i>TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO</i>			
R048	Equipo no apto para compras	Determinadores	0.1	Alcance	0.05	0.005	

	en el campo.	de humedad eléctricos.		Tiempo	0	0	Modo rado.
				Costo	0.6	0.06	
				Calidad	0.6	0.06	
				<i>TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO</i>		0.125	
R049	Personal no calificado para realizar compras en el campo.	Selección inadecuada del personal.	0.1	Alcance	0.2	0.02	Modo rado
				Tiempo	0.2	0.02	
				Costo	0.2	0.02	
				Calidad	0.6	0.06	
				<i>TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO</i>		0.12	
R050	Precio bajos en el mercado.	No contar con un sondeo de precios en la comunidad.	0.1	Alcance	0	0	Bajo
				Tiempo	0	0	
				Costo	0.6	0.06	
				Calidad	0	0	
				<i>TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO</i>		0.06	
R051	Poco personal en la compra.	Poco personal capacitado en la compra.	0.3	Alcance	0.1	0.03	Alto
				Tiempo	0.6	0.18	
				Costo	0.1	0.03	
				Calidad	0.6	0.18	
				<i>TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO</i>		0.42	
R052	No obtener la cantidad de quintales esperados.	Mala planificación de compra-venta	0.3	Alcance	0	0	Modo rado
				Tiempo	0	0	
				Costo	0.8	0.24	
				Calidad	0	0	
				<i>TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO</i>		0.24	

				<i>IMPACTO</i>			
R053	Fondos insuficientes para financiar la compra.	Alta demanda de frijol en la comunidad	0.5	Alcance	0.2	0.1	Muy Alto
				Tiempo	0	0	
				Costo	0.8	0.4	
				Calidad	0.1	0.05	
				<i>TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO</i>			
R054	Accidentes en la realización del trabajo.	Imprudencia de los compradores, vendedores.	0.5	Alcance	0	0	Muy Alto.
				Tiempo	0.1	0.05	
				Costo	0.8	0.4	
				Calidad	0.8	0.4	
				<i>TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO</i>			
R055	Accidentes laborales.	No contar con las medidas de seguridad y de higiene ocupacional.	0.5	Alcance	0	0	Muy Alto.
				Tiempo	0.2	0.1	
				Costo	0.8	0.4	
				Calidad	0.2	0.1	
				<i>TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO</i>			
R056	Pérdida del frijol en el centro de acopio.	Daños en los sacos, robos.	0.5	Alcance	0	0	Muy Alto.
				Tiempo	0	0	
				Costo	0.6	0.3	
				Calidad	0.8	0.4	
				<i>TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO</i>			
R057	Bascula digital descalibrada.	No se calibro antes de la	0.3	Alcance	0	0	Alto
				Tiempo	0	0	

		compra de frijol.		Costo	0.6	0.18	
				Calidad	0.6	0.18	
				<i>TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO</i>		0.36	
R058	Humedades altas del grano.	Fuertes, lluvias, inundaciones.	0.1	Alcance	0	0	Muy bajo.
				Tiempo	0	0	
				Costo	0.05	0.005	
				Calidad	0.05	0.005	
				<i>TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO</i>		0.01	
R059	Demanda del frijol.	Exceso de producción en la comunidad	0.3	Alcance	0	0	Alto
				Tiempo	0.2	0.06	
				Costo	0.8	0.24	
				Calidad	0.2	0.06	
				<i>TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO</i>		0.36	
R060	Incumplimiento en el flujo de desembolsos.	Administración inapropiada del centro.	0.1	Alcance	0	0	Bajo
				Tiempo	0	0	
				Costo	0.8	0.08	
				Calidad	0.2	0.02	
				<i>TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO</i>		0.1	
R061	Indicadores de compra-venta de frijol menores a los planificados.	Falta de control, seguimiento, monitoreo de la estrategia de compra.	0.5	Alcance	0.2	0.1	Muy Alto.
				Tiempo	0	0	
				Costo	0.8	0.4	
				Calidad	0.6	0.3	
				<i>TOTAL PROBABILIDAD x IMPACTO</i>		0.8	

CONTROL DE VERSIONES.				
Hecha por:	Revisada por:	Aprobada por:	Fecha	Motivo

PLAN DE RESPUESTA DE RIESGOS.

NOMBRE DEL PROYECTO	SIGLAS DEL PROYECTO
"Propuesta de comercialización de frijol rojo a través de la Reserva Estratégica en Olancho en la cosecha 2015-2016"	PROCOMERFRIJOL

CODIGO DEL RIESGO	DESCRIPCION DEL RIESGO	CAUSA RAÍZ	PROB. X IMPACTO	TIPO DE RIESGO	RESPONSABLE DEL RIESGO	RESPUESTAS PLANIFICADAS	TIPO DE RESPUESTA.	RESPONSABLE DE LA RESPUESTA.	FECHA PLANIFICADA	PLAN DE CONTINGENCIA.
R001	Incumplimiento de normas y especificaciones para la compra del frijol.	No cumplir con las políticas establecidas por el IHMA	1.1	Muy Alto mayor a 0.50	Jefe de Operaciones y Comercialización.	1. Reunión de revisión del alcance de la compra de frijol.	Mitigar.	Gerente General del IHMA	Inicio	Evaluar incumplimiento y tomar medidas correctivas.
						2. Revisión y Control de la compra de frijol por parte de un especialista en el área.	Mitigar.	Personal del IHMA.	Semanal	
						3. Verificación de la implementación de las normas y especificaciones de la compra.	Mitigar.	Especialista en el área de la compra	Una semana antes de la entrega del diseño.	

CODIGO DEL RIESGO	DESCRIPCION DEL RIESGO	CAUSA RAÍZ	PROB. X IMPACTO	TIPO DE RIESGO	RESPONSABLE DEL RIESGO	RESPUESTAS PLANIFICADAS	TIPO DE RESPUESTA.	RESPONSABLE DE LA RESPUESTA.	FECHA PLANIFICADA	PLAN DE CONTINGENCIA.
						4. Validación de la compra.	Mitigar.	Especialista.	Al final	
R002	Que se exceda la capacidad instalada del centro de acopio.	Tener un espacio físico muy reducido de las instalaciones del centro.	1.19	Muy Alto	Jefe de operaciones y Comercialización	1.- Contar con la capacidad instalada del centro de acopio.	Mitigar.	Jefe de Operaciones	Inicio	Supervisar el centro de acopio días antes de la compra.
						2.- Revisar el centro de acopio	Mitigar.	Personal del IHMA.	Inicio	
						3.- Presentar un estimado de la capacidad instalada del centro de acopio.	Evitar	Personal del IHMA	Inicio	
R003	No contar con un lugar para el centro de acopio.	Mal acondicionamiento del lugar.	0.75	Muy Alto	Personal de la comisión de compra.	1) Solicitar el permiso antes de tiempo	Mitigar	Responsable del proyecto	Inicio	Tomar medidas correctivas para el proceso
						2) Hacer los trámites pertinentes con anticipación.	Mitigar	Responsable del proyecto	Después de hacer el diseño.	
						3) Darle seguimiento al trámite de alquiler del centro de acopio	Mitigar	Líder de la comunidad	Al inicio	
R005	No contar con el equipo necesario.	Falta de equipo en el centro de acopio.	0.7	Muy Alto	Personal de la comisión de compra	1.- Verificar el equipo que se necesita en la compra	Mitigar.	Jefe de Operaciones y Comercialización	2 días antes de la compra	Revisar y evaluar el equipo necesario para la compra.
						2.- Tener personal responsable en la compra	Mitigar.	Comisión de compra.	Inicio	
						3.- Realizar un listado de los equipos a utilizar en la compra.	Mitigar.	Comisión de compra.	Inicio	

CODIGO DEL RIESGO	DESCRIPCION DEL RIESGO	CAUSA RAÍZ	PROB. X IMPACTO	TIPO DE RIESGO	RESPONSABLE DEL RIESGO	RESPUESTAS PLANIFICADAS	TIPO DE RESPUESTA.	RESPONSABLE DE LA RESPUESTA.	FECHA PLANIFICADA	PLAN DE CONTINGENCIA.
R006	No llevar la computadora e impresora.	mala planificación	0.33	Alto	Personal de la comisión de compra.	1) Solicitar el equipo a tiempo.	Mitigar	Jefe de Operaciones y Comercialización.	Durante el proceso	Evaluar incumplimiento.
						2) Darle seguimiento al proceso de adquisición.	Mitigar	Comisión de compra.	Inicio	
R008	Adquisición tardía del grano.	Mala logística de entrega.	1.025	Muy Alto	Jefe de Operaciones y Comercialización	1.-Realizar el control y monitoreo del grano.	Mitigar.	Jefe de Operaciones y Comercialización	2 semanas antes de iniciar operaciones	Evaluar el impacto que este tuvo y tomar acciones correctivas para el futuro
						2.-Establecer la producción de la cosecha.	Mitigar.	Jefe de Operaciones y Comercialización	2 semanas antes de iniciar operaciones	
						3.- Establecer el valor que se dispone para la compra del frijol	Mitigar.	Jefe de Operaciones y Comercialización.	3 semanas antes de iniciar operaciones	
R010	Adquisición tardía de Unidades de transporte	Falta de logística	1.3	Muy Alto	Jefe de Operaciones y Comercialización.	1) planificación adecuada	Mitigar	Jefe de Operaciones y Comercialización.	Inicio	Evaluar medidas correctivas
						2) Establecer unidades	Transfieren	Comisión de	Durante el	

CODIGO DEL RIESGO	DESCRIPCION DEL RIESGO	CAUSA RAÍZ	PROB. X IMPACTO	TIPO DE RIESGO	RESPONSABLE DEL RIESGO	RESPUESTAS PLANIFICADAS	TIPO DE RESPUESTA.	RESPONSABLE DE LA RESPUESTA.	FECHA PLANIFICADA	PLAN DE CONTINGENCIA.
						de transporte para la comisión.		compra.	proceso	
R011	Daños en el almacenamiento.	Derrame de grano en el piso.	0.66	Muy Alto	Comisión de compra.	1. Estibamiento adecuado del frijol.	Mitigar.	Comisión de compra.	Inicio	Revisar y realizar medidas de corrección
						2.- Sacos en óptimas condiciones.	Mitigar.	Comisión de compra.	Inicio	
R012	Incumplimiento de la fecha establecida de la cosecha.	Lluvias, inundaciones	1.47	Muy Alto	Jefe de Operaciones y Comercialización	1) Establecer hitos en la programación del proyecto	Mitigar	Jefe de Operaciones y Comercialización.	Inicio.	Evaluar y cumplir con los tiempos y cronogramas del proyecto
R013	Incumplimiento de los rangos de calidad.	Falta de especificaciones de calidad.	0.6	Muy Alto	Jefe de Operaciones y Comercialización	1.- Establecer los rangos de calidad.	Mitigar.	Jefe de Operaciones y Comercialización	Inicio	Identificar las medidas de calidad corregirlas
						2.- Especificaciones bien establecidas	Mitigar.	Jefe de Operaciones y Comercialización.	Inicio	
R014	No comprar el frijol con el presupuesto asignado en el centro de acopio.	Mala planificación de presupuesto en el proyecto.	0.36	Alto	Gerente del IHMA.	1) Establecer cantidades de quintales a comprar	Mitigar	Comisión de compra.	Antes del la compra.	Hacer un presupuesto estimado de la compra.
R016	Condiciones Climáticas	Factor climático	1.26	Muy Alto	Jefe de Operaciones	Establecer un control tiempo	mitigar	Jefe de Operaciones y	inicio	Establecer un plan de

CODIGO DEL RIESGO	DESCRIPCION DEL RIESGO	CAUSA RAÍZ	PROB. X IMPACTO	TIPO DE RIESGO	RESPONSA BLE DEL RIESGO	RESPUESTAS PLANIFICADAS	TIPO DE RESPUESTA.	RESPONSA BLE DE LA RESPUESTA.	FECHA PLANIFICADA	PLAN DE CONTINGENCIA.
	adversas (Lluvias intensas, inundaciones, etc.)	volátil.			y Comercialización.			Comercialización.		contingencias
R017	Incumplimiento de entregas en tiempo y cantidad.	Mal control en el proceso de la entrega.	0.45	Alto	Productores de frijol.	1) Establecer cantidades de quintales estimados de compra.	Aceptar	Jefe de Operaciones y Comercialización.	Durante la compra de frijol	
R018	Falta de analistas capacitados.	Selección de personal no capacitado.	0.33	Alto	Jefe de Operaciones y Comercialización	Establecer perfiles y puestos	mitigar	Gerente del IHMA.	Inicio	Realizar medidas de corrección y asignaciones de funciones
R019	Fallas en la comunicación con el equipo de trabajo.	Mala relación entre el personal y los productores.	0.75	Muy Alto	Jefe de Operaciones y Comercialización	1) Establecer comunicación y buena relación con el equipo.	Aceptar.	Gerente del IHMA.	Inicio	Hacer reuniones parciales para establecer buena comunicación.
						2) Hacer reuniones semanales	Mitigar	Gerente del IHMA.	Durante el proceso	
R020	Falta de presupuesto descrito en el plan.	Desembolsos no entregados a tiempos	0.48	Alto	Jefe de Operaciones y Comercialización	Estructurar La inversión inicial en la entrega del proyecto	mitigar	Gerente del IHMA.	5 meses antes de la compra	
						Considerar la inflación	mitigar		5 meses antes del la compra	Restaurar la planificación con la inflación

CODIGO DEL RIESGO	DESCRIPCION DEL RIESGO	CAUSA RAÍZ	PROB. X IMPACTO	TIPO DE RIESGO	RESPONSA BLE DEL RIESGO	RESPUESTAS PLANIFICADAS	TIPO DE RESPUESTA.	RESPONSA BLE DE LA RESPUESTA.	FECHA PLANIFICADA	PLAN DE CONTINGENCIA.
										actual
						Entrega a tiempo	mitigar		inicio	
R021	Entrega tardía de insumos.	Contratos de compra – venta mal elaborada.	0.6	Muy Alto	1) Casas Comerciales	1) numero de productores	Mitigar	Gerente General	Inicio	Hacer una planificación de entrega de insumos
R022	Equipo insuficiente.	Mala Planificación	1.1	Muy Alto	Jefe de Operaciones y Comercialización	1.- Enumerar el equipo necesario	mitigar	Jefe de Operaciones y Comercialización	5 días antes de la compra	Considerar equipo necesario en la planificación
R023	Falta de financiamiento descrito en el plan.	No contar con los recursos económicos disponibles.	0.45	Alto	Gerente General	1) Adquirir financiamiento	Mitigar	Gerente General	Inicio	Adquirir financiamiento
R024	Incumplimiento en el flujo de desembolsos	No cumplir con las fechas establecidas de desembolso.	0.48	Alto	Gerente General	1.- Control de las fechas de entrega de los desembolsos	evitar		inicio	
						2.- Especificaciones bien establecidas	mitigar	Gerente General	2 meses antes de inicio	Reindicar las fechas de pago
R025	Trabajos no programados	Mala planificación	0.6	Muy Alto	Gerente General	1) Hacer programaciones periódicas.	Mitigar	Gerente General	Inicio	Programar trabajos.
R026	Gestión deficiente de los	Falta de dirección de	0.6	Muy Alto	Gerente General	1.- Inversión inicial	mitigar	Gerente General	5 meses antes del 1	

CODIGO DEL RIESGO	DESCRIPCION DEL RIESGO	CAUSA RAÍZ	PROB. X IMPACTO	TIPO DE RIESGO	RESPONSA BLE DEL RIESGO	RESPUESTAS PLANIFICADAS	TIPO DE RESPUES TA.	RESPONSA BLE DE LA RESPUESTA.	FECHA PLANIFI CADA	PLAN DE CONTINGE NCIA.
	cambios en la comisión de compra	control y monitoreo							inicio	
						supervisores de la compra	mitigar	Jefe de Operaciones y Comercialización	3 días antes del inicio	Planificar los parámetros que tendrá la compra
						3.- Rotación de personal en la compra	evitar	Jefe de Operaciones y Comercialización	2 mese antes del inicio	
R027	Cometer un error producto de evaluaciones tardías.	Falta de organización y supervisión	1	Muy Alto	Comisión de compra.	1) Planificar y dar un control y seguimiento.	Mitigar	Supervisor de Compra	Inicio	Supervisar los trabajos.
R030	Falta de Liderazgo para coordinar equipo.	Comunicación inadecuada	0.3	Alto	Encargado de la comisión.	1. Presentar los lineamientos de compra al inicio	Mitigar.	Encargado de la comisión	Previo al inicio del proyecto	No aplica.
						2. Informar a cada compañero de trabajo, su función en la compra	Mitigar.	Encargado de la comisión	Previo al inicio del proyecto	No aplica.
						3. Comunicación eficiente	Mitigar.	Encargado de la comisión	Al inicio del proyecto	No aplica.
						4. Sustitución.	Evitar.	Encargado de la comisión	Durante.	.
R031	No contar con luz eléctrica.	No hay alumbrado eléctrico	0.475	Alto	Encargado de la comisión.	1. Solicitar plantas de gas para el equipo.	Mitigar.	Encargado de la comisión.	Durante la compra de frijol.	Evaluar y tomar medidas

CODIGO DEL RIESGO	DESCRIPCION DEL RIESGO	CAUSA RAÍZ	PROB. X IMPACTO	TIPO DE RIESGO	RESPONSABLE DEL RIESGO	RESPUESTAS PLANIFICADAS	TIPO DE RESPUESTA.	RESPONSABLE DE LA RESPUESTA.	FECHA PLANIFICADA	PLAN DE CONTINGENCIA.
										preventivas.
						2. Dar seguimiento al trámite de solicitud.	Mitigar.	Encargado de la comisión	Durante.	Evaluar y tomar medidas correctivas.
						3. Si llegada la fecha del inicio de operaciones del centro y no se cuenta con la planta de gas.	Aceptar.	Encargado de la comisión.	Al inicio de la etapa de ejecución.	Evaluar y tomar medidas preventivas.
R033	No acceso a servicios de comunicaciones (Telefonía, Internet, cable, etc)	Malas conexiones	0.48	Alto	Encargado de la comisión.	1. llevar equipo de comunicaciones.	Mitigar	Encargado de la comisión.	Antes de iniciar la compra de frijol.	Desplazarse a la comunidad más cercana para los servicios de comunicación.
						2. Solicitar la instalación de los servicios de comunicación una semana antes de la finalización de la etapa de ejecución.	Mitigar	Líder de la comunidad	Antes de la etapa de la compra de frijol.	
R035	Insatisfacción de los productores por el servicio brindado.	Servicio deficiente, mala atención, maltrato.	1.1	Muy Alto	Encargado de la comisión	1. Levantar encuestas para medir la satisfacción de los Productores.	Mitigar	Servicio al Cliente	Al finalizar las compras.	Evaluar la respuesta de los encuestados para

CODIGO DEL RIESGO	DESCRIPCION DEL RIESGO	CAUSA RAÍZ	PROB. X IMPACTO	TIPO DE RIESGO	RESPONSABLE DEL RIESGO	RESPUESTAS PLANIFICADAS	TIPO DE RESPUESTA.	RESPONSABLE DE LA RESPUESTA.	FECHA PLANIFICADA	PLAN DE CONTINGENCIA.
										implementar las acciones de mejora.
						2. Levantar encuestas vía telefónica a los familiares de los productores.	Mitigar	Servicio al Cliente	Cada dos meses.	Cambio del servicio brindado, revisión de costos
						3. Supervisión y evaluación del personal del centro.	Mitigar	Personal Administrativo.	Una vez a la semana	
R036	Fallas en atención al cliente.	No hay comunicación eficaz.	0.54	Muy Alto	Encargado de la comisión.	1. El cliente tiene la razón	Mitigar	Encargado de la comisión.	Durante la compra	Comunicación efectiva.
R037	Falta de Mercado.	Poca Publicidad y Propaganda	0.33	Alto	Líder de la comunidad.	1. Incluir las variables necesarias en el estudio de Mercado que permita asegurar la demanda esperada..	Mitigar	Gerente General.	Al inicio de la compra.	Invertir en propaganda y publicidad.
						2. Acompañar el estudio de mercado de un estudio Socio-económico que involucre la capacidad de pago de los posibles productores y definir el área de influencia del Centro.	Mitigar			

CODIGO DEL RIESGO	DESCRIPCION DEL RIESGO	CAUSA RAÍZ	PROB. X IMPACTO	TIPO DE RIESGO	RESPONSABLE DEL RIESGO	RESPUESTAS PLANIFICADAS	TIPO DE RESPUESTA.	RESPONSABLE DE LA RESPUESTA.	FECHA PLANIFICADA	PLAN DE CONTINGENCIA.
R040	Incapacidad de pago.	Falta de presupuesto.	0.54	Muy Alto	Gerente General.	1. Realizar un estudio de Mercado que defina un precio en relación a la competencia.	Mitigar.	Gerente General	Al inicio de la compra.	Optimización y Priorización de recursos: Personal, costos.
R043	Baja Calificación del personal.	Selección inadecuada del personal	0.54	Muy Alto	Jefe de Recursos Humanos	1. Revisión del perfil de analista de granos previo a la compra.	Mitigar	Jefe de Operaciones	Inicio	Cambio del Personal.
						2. Poner a prueba el personal asignado a las compras en las instalaciones del IHMA.	Mitigar	Jefe de Operaciones	Durante	
						3. Evaluar al personal del centro.	Mitigar	Jefe de Operaciones	Durante	
R044	Falla de la comunicación en el equipo de trabajo.	Ambiente de trabajo hostil.	0.3	Alto	. Jefe de Operaciones	1. Definir responsabilidades.	Mitigar	Encargado de la comisión	Antes del inicio de operacione s.	Darle seguimiento y tomar medidas correctivas.
						2. Elaborar un plan de manejo de conflictos e implementarlo cuando se requiera.	Mitigar	Encargado de la comisión.	Antes del inicio de operacione s.	
R045	Unidades de transporte insuficiente.	Fondos insuficientes para	0.45	Alto	Jefe de Operaciones	1. Establecer la demanda máxima de quintales a comprar en el centro por día.	Mitigar.	Encargado de la comisión	Antes del inicio de operacione s.	

CODIGO DEL RIESGO	DESCRIPCION DEL RIESGO	CAUSA RAÍZ	PROB. X IMPACTO	TIPO DE RIESGO	RESPONSABLE DEL RIESGO	RESPUESTAS PLANIFICADAS	TIPO DE RESPUESTA.	RESPONSABLE DE LA RESPUESTA.	FECHA PLANIFICADA	PLAN DE CONTINGENCIA.
		adquisición de transporte requerido.				2. Establecer rutas de traslado hacia el centro.	Mitigar.	Administrador del Centro	Antes del inicio de operaciones.	
						3. Respetar la capacidad máxima de los vehículos asignados al centro en base a las rutas establecidas.	Mitigar	Administrador del Centro	Durante	
						4. Aceptarlo	Aceptar.	Administrador del Centro	Durante	Compra de unidades adicionales.
R051	Poco personal en la compra.	Poco personal capacitado en la compra	0.42	Alto	Jefe de Operaciones y Comercialización	1. Pagos en las fechas establecidas según contrato.	Mitigar.	Gerente General	Durante.	Capacitación del personal en la área técnica.
						2. Respetar derechos legales, promover un programa de incentivos.	Mitigar.	Gerente General	Durante.	
						3. Capacitación del personal para mejorar su desempeño laboral.	Mitigar.	Gerente General	Cada 6 meses.	
R053	Fondos insuficientes para realizar la compra de frijol.	Alta demanda de frijol en la comunidad.	0.55	Muy Alto	Gerente General	1. Contemplar una partida dentro del presupuesto anual para cubrir estas demandas.	Mitigando.	Gerente General	Anual.	Negociar los precios del frijol
						2. Cambiar de	Mitigar.	Gerente	Cuando sea	Precios en el

CODIGO DEL RIESGO	DESCRIPCION DEL RIESGO	CAUSA RAÍZ	PROB. X IMPACTO	TIPO DE RIESGO	RESPONSABLE DEL RIESGO	RESPUESTAS PLANIFICADAS	TIPO DE RESPUESTA.	RESPONSABLE DE LA RESPUESTA.	FECHA PLANIFICADA	PLAN DE CONTINGENCIA.
						Proveedores		General	necesario.	mercado
R056	Accidentes en el traslado del frijol al centro de acopio.	Fallas en el tramo carretero, interrupciones, etc.	0.85	Muy Alto.	La comunidad	1. Evaluar el perfil del motorista y establecer requisitos del puesto.	Mitigar.	Administrador del centro.	Previo a la contratación.	
						2. Seguro contra daños del vehículo y daños a terceros.	Transferir.	Aseguradora.	Durante la prestación de los servicios.	
R057	Accidentes laborales.	No contar con las medidas de seguridad y de higiene ocupacional.	0.6	Muy Alto.	Mantenimiento, los empleados, personal de aseo.	1. Elaborar un plan de limpieza del centro.	Mitigar	Comisión	Durante	Elaborar un plan de respuesta dependiendo del tipo de accidente.
						2. Supervisar y verificar que el plan de higiene y limpieza se lleve a cabo.	Mitigar	Comisión	Durante	Considerando: Accidentes físicos, caídas, etc.
						3. Diseño e implementación de un plan de señalización dentro del centro.	Mitigar		Durante	Colocar las medidas de señalización.
						4. Seguro contra accidentes laborales.	Transferir.	Aseguradora.	Durante	
R058	Perdida del frijol en el centro de	Daños en los sacos, robos.	0.7	Muy Alto.	Comisión	1. Elaborar un plan de limpieza del centro.	Mitigar	Encargo de la comisión	Durante	

CODIGO DEL RIESGO	DESCRIPCION DEL RIESGO	CAUSA RAÍZ	PROB. X IMPACTO	TIPO DE RIESGO	RESPONSA BLE DEL RIESGO	RESPUESTAS PLANIFICADAS	TIPO DE RESPUESTA.	RESPONSA BLE DE LA RESPUESTA.	FECHA PLANIFICADA	PLAN DE CONTINGENCIA.
	acopio.					2. Revisar los sacos en que se compran el frijol.	Mitigar	Encargo de la comisión	Durante	
						3. Revisar ala seguridad con que cuenta el centro de acopio.	Mitigar	Encargo de la comisión	Durante	
R059	Bascula digital descalibrada.	No se calibro antes de la compra de frijol.	0.36	Alto	Jefe de Operaciones y Comercialización	Calibrar la bascula digital	Mitigar.	Jefe de operaciones	Al inicio de Operaciones.	Basculas calibradas
						Realiza cambio de bascula digital	Mitigar.	Jefe de operaciones	Diario.	
						Comprar bascula calibrada	Mitigar.	Jefe de operaciones		
						Solicitar más libras en la compra	Mitigar.	Jefe de operaciones		
R060	Demanda del frijol.	Exceso de producción en la comunidad	0.36	Alto	Productores de frijol en la comunidad.	Realizar compras de frijol	Mitigar	Encargados de la comisión	Inicio	Fondos suficientes para la compra
						Comprar una cantidad estimada de quintales por cada productor	Mitigar	Encargados de la comisión	Durante	
						Cantidad de quintales de frijol comprados ya	Mitigar	Encargados de la comisión	Durante	

CODIGO DEL RIESGO	DESCRIPCION DEL RIESGO	CAUSA RAÍZ	PROB. X IMPACTO	TIPO DE RIESGO	RESPONSABLE DEL RIESGO	RESPUESTAS PLANIFICADAS	TIPO DE RESPUESTA.	RESPONSABLE DE LA RESPUESTA.	FECHA PLANIFICADA	PLAN DE CONTINGENCIA.
						establecidos.				Contratar un abogado que represente al centro.
R061	Indicadores de compra-venta de frijol menores a los planificados.	. Falta de control, seguimiento, monitoreo de la estrategia de compra.	0.8	Muy Alto.	Jefe de Operaciones y Gerente General	1. Seguimiento y control del flujo de caja mensual del centro. 2. Establecer un plan global de inversiones anual.	Mitigar Mitigar	Jefe de Operaciones y Gerente General	Mensual Anual.	Reducir costos, replanificar, replantear la estrategia financiera del Centro.

Bibliografía

- Acosta, L. (2014). el frijol.
- Agricola, I. H. (2014). informe Anual.
- Alvarado, M. (2013). *EL FRIJOL Y SUS CONSECUENCIAS*.
- Avilez.E. (2014). *el frijol y sus produccion*.
- BCH. (SEPTIEMBRE de 2013). EL FRIJOL. *LA TENDENCIA DEL FRIJOL* , pág. 20.
- Carcamo, R. (2014). EL FRIJOL Y LA COMERCIALIZACION. (M. Figueroa, Entrevistador)
- Colindres, K. (2013). PRODUCCION DE FRIJOL.
- Díaz, A. (30 de Junio de 2014). Exportadores hondureños de Okra americana presionan el acelerador al 50%. (J. E. Mendoza, Entrevistador)
- DICTA. (2012). LA COMERCIALIZACION DEL FRIJOL.
- DICTA. (2010). LA COSECHA DE FRIJOL.
- Donaire, L. (2013). EL FRIJOL Y SU COMERCIALIZACION.
- FAO. (2013). IMPORTANCIA DEL FRIJOL.
- Ganaderia, Secretaria de Agricultura y ganaderia. (2012). *Guia de cultivo de frijol en honduras*. Tegucigalpa.
- Guerrero.J. (2014). el frijol. (F. M., Entrevistador)
- HONDURAS), B. C. (2014). EL FRIJOL. *TENDENCIA DEL FRIJOL* .
- HONDURAS, B. C. (2010). EL FRIJOL . *TENDENDICA DEL FRIJOL* .
- IHMA. (2014). *LAS LIMITANTES DEL FRIJOL ROJO EN OLANCHO*.
- Infroagro. (2010). *Significado del frijol*.
- Martinez, J. (20 de AGOSTO de 2014). EL FRIJOL Y SU COMERCIALIZACION. (M. Figueroa, Entrevistador)
- Mendoza, J. (2014). EL FRIJOL. (F. M., Entrevistador)
- Moncada, E. (17 de JULIO de 2014). LA COMERCIALIZACION DEL FRIJOL. (Figueroa.M., Entrevistador)
- Muñoz, H. (30 de Junio de 2014). Exportadores hondureños de Okra americana presionan el acelerador al 50%. (J. E. Mendoza, Entrevistador)
- nicaragua, C. d. (2011). Revista del Comercio Exterior del frijol en Nicaragua. *Revsita del comercio Exteriro del frijol en Nicaragua* .
- Prograno, V. d. (mayo de 2014). El frijol y la Comercializacion. (M. Figueroa, Entrevistador)
- R., C. (2014). El frijol y la comercializacion. (M. Figueroa, Entrevistador)
- SAG. (2014). EL FRIJOL Y LA COMERCIALIZACION. *EL CULTIVO DEL FRIJOL* .
- SAG2010REVISTA MENSUAL DE FRIJOL DE LA SAGCULTIVIJOLO DE F
- SAG. (2012). Revista mensual de frijol rojo nacional en el año 2012.
- Sandoval, A. D. (2014). EL FRIJOL Y LA COMERCIALIZACION. (Figueroa.M., Entrevistador)
- Segura.J. (2014). COMERCIALIZACION DEL FRIJOL. (Figueroa.M., Entrevistador)
- Tecnologia, D. d. (2012). Cadena de Frijol .

valladares, J. P. (2014). EL FRIJOL. (M. Figueroa, Entrevistador)

Valladares.J. (2014). eL FRIJOL. (Figueroa.M., Entrevistador)

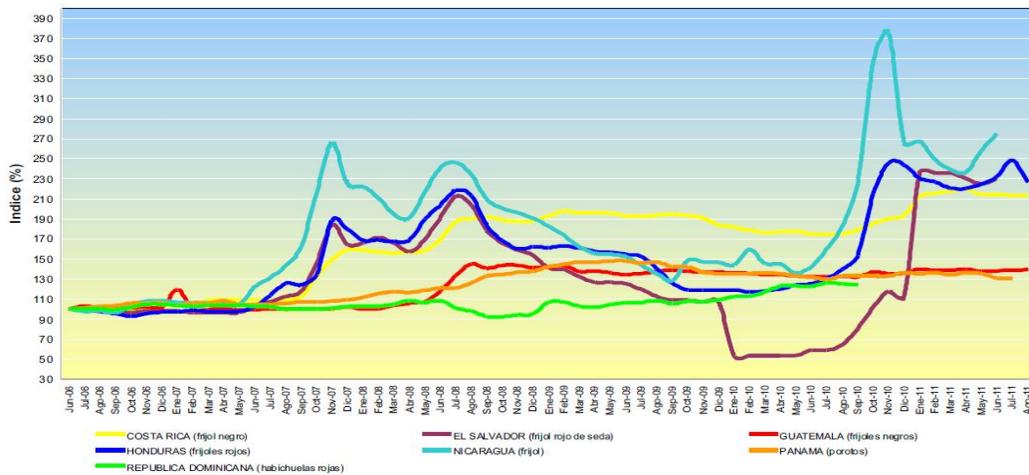
ZAMORANO. (2009). POSCOSECHA. En M. .E.

Agro bolsa, Asociación De agro bolsa de honduras 2014

Firsa , Casa comerciales 2014

2.3 CUADRO DE GRAFICOS Y TABLAS

Comportamiento del frijol en el año 2012. En CA.

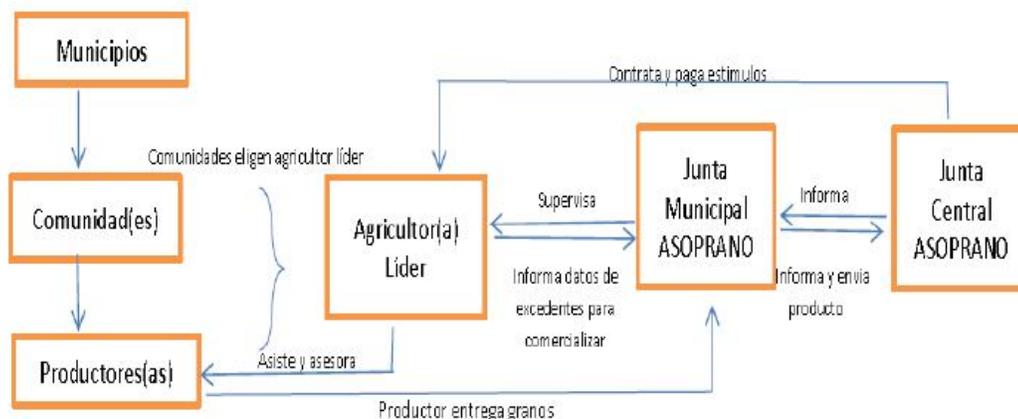


Fuentes: Elaborado propia con datos de: Ministerio de Economía y Finanzas (Panamá), Dirección General de Estadísticas y Censos (El Salvador), Instituto Nacional de Estadísticas (Guatemala), Banco Central de Honduras,

Año agrícola	Superficie manzanas	Producción nacional (quintales)	Rendimiento
1997-1998	206,120	2,079,067	10.1
1998-1999	159,654	1,175,373	7.4
1999-2000	172,607	1,869,585	10.8
2001-2002	132,623	1,108,084	8.4
2002-2003	199,690	1,934,223	9.7
2003-2004	146,029	1,538,903	10.5
2004-2005	148,038	1,732,498	11.7
2005-2006	109,121	1,390,885	12.7
2006-2007	110,502	1,336,086	12.1
2007-2008	113,689	1,502,937	13.2
2008-2009	161,940	1,791,051	11.1

(Fuente: Instituto Nacional de Estadística).

Gráficamente el proceso

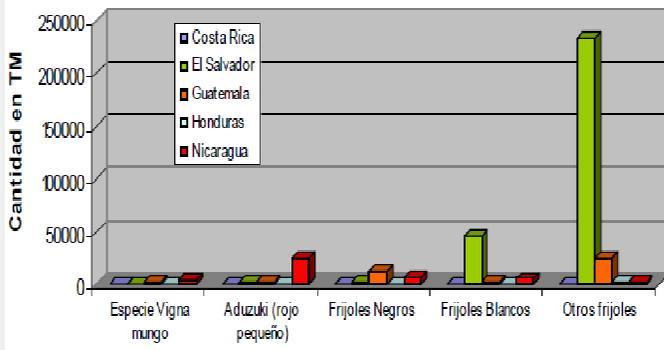


**Tabla 4. Costos de Internacionales CIF Tegucigalpa, año 2012
Y precios de frijol promedio a nivel nacional**

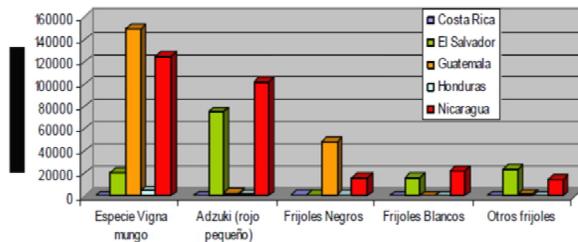
Fecha	*Frijol Int	**Frijol Nac
Ene 11 2012	1.695,10	800,00
Ene 18 2012	1.696,35	805,00
Ene 25 2012	1.698,22	775,00
Feb 02 2012	1.699,78	808,33
Feb 08 2012	1.701,65	808,33
Feb 15 2012	1.702,91	775,00
Feb 22 2012	1.705,10	730,00
Feb 29 2012	1.729,36	721,67
Mar 07 2012	1.729,36	721,67
Mar 14 2012	1.732,54	737,50
Mar 21 2012	1.734,77	733,33
Mar 28 2012	1.741,91	741,67
Abr 11 2012	1.749,04	791,67
Abr 18 2012	1.750,63	883,33
Abr 25 2012	1.752,27	908,33
May 02 2012	1.741,19	891,67
May 09 2012	1.743,41	875,00
May 16 2012	1.745,01	850,00
May 23 2012	1.746,29	841,67
May 30 2012	1.736,43	833,33
Jun 06 2012	1.738,04	816,67

Jun 13 2012	1.761,96	816,67
Jun 20 2012		

Gráfica 1: Exportaciones de frijol de Centroamerica (1997-2006)

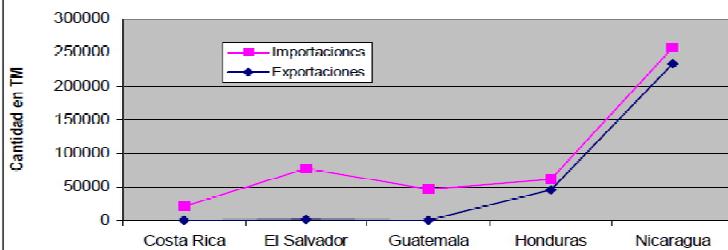


Gráfica 2: Importaciones de frijol de centroamerica (1997-2006)



fuente: Elaboración propia en base a datos del SIECA

Gráfica 3: Exportaciones vs Importaciones de frijol rojo en centroamerica (1997-2006)



fuente: Elaboración propia en base a datos del SIECA

Características Agronómicas de las Variedades del Frijol en Honduras.

Variedad mejorada	Color de semilla	Días a		Hábito de Crecimiento	Peso de 100 semillas, gr	Rendimiento	
		Flor	M.F.			Tm/Ha	Qq/Mz
DEORHO	Rojo claro	37/39	68/70	IIB	26	2.3	32
CARDENAL	Rojo claro	36/38	68/70	IIB	24	1.9	28
Amadeus 77	Rojo corriente	36/38	66/68	IIB	24	1.8	27
Carrizalito	Rojo retinto	35/37	68/70	IIB	23	2.5	35
Tío Canela 75	Rojo corriente	37/39	68/70	IIB	24	1.80	27
Dorado	Rojo retinto	37/40	68/75	II	23	1.70	26
DICTA 113	Rojo corriente	34/36	64/70	IIB	23	1.70	26
DICTA 122	Rojo retinto	36/38	65/75	IIB	23	1.89	29
Catrachita	Rojo corriente	35/37	64/68	IIB	29	1.43	22
Criollas	Rojo claro/rosado	34/36	65/68	III B	23	1.10	17

FUENTE: DICTA

Tabla de plan de inversión del cultivo del frijol, con tecnología alta.

Actividad	Unidad Medida	Cantidad/ Unidad	Costo/unidad Lempiras	Total Lempiras
PREPARACIÓN DE SUELO				
Arado	Pase	1	800.00	800.00
Rastra	Pase	2	350.00	700.00
Siembra (mecánica)	Pase	1	500.00	500.00
Desgranadora	sacos	13	80.00	1,040.00
Acareo	sacos	13	10.00	130.00
Subtotal	Lps.			3,170.00
INSUMOS				
Semilla	Libras.	70	17.50	1,225.00
Tratador de semilla (Cruiser)	cc	60	3.43	205.80
Insecticida	Litro	1	350.00	350.00
Fungicida	Kilo.	0.75	760.00	570.00
Fertilizante granulado (18-46-0)	QQ	2	600.00	1,200.00
Fertilizante foliar (Triple 20)	Litro	2	90.00	180.00
Herbicida (Flex+ Fusilade)	Litro	0.5	570.00	285.00
Regulador pH del agua	Litro	0.4	180.00	72.00
Subtotal	Lps.			4,087.80
MANO DE OBRA				
Tratador de semilla y siembra	D/H	1	100.00	100.00
Aplicación herbicida	D/H	1.5	100.00	150.00
Aplicación insecticida, fungicida y fertilizante foliar	D/H	4	100.00	400.00
Control manual de malezas	D/H	12	100.00	1,200.00
Arranque	D/H	12	100.00	1,200.00
Desgrana	D/H	6	120.00	720.00
Acareo	D/H	1	100.00	100.00
Subtotal	Lps.			3,870.00
TOTAL	Lps.			11,127.80
Imprevistos	10%			1,112.78
TOTAL	Lps.			12,240.58
Rendimiento esperado	QQ	30	900.00	27,000.00
Beneficio neto	Lps.			14,759.42
Rentabilidad	Lps./ %			1.20
Costo producción por QQ	Lps.			408.00

Tabla .Tipografía de productores según su venta del frijol.

Tipo de productor	Características	Peso en la muestra
Tipo 1 Muy pequeños	<ul style="list-style-type: none"> Venden hasta 17 quintales de frijol al año. Para el 34% de los encuestados, la agricultura es la principal actividad generadora de ingresos para la familia y la ganadería lo es para el 25% El 25% de estos productores no saben leer y escribir 	32 %
Tipo 2 Pequeños	<ul style="list-style-type: none"> Venden entre 18 y 30 quintales por año. Para el 35.40% de los encuestados, la agricultura es la principal actividad generadora de ingresos para la familia y la ganadería lo es para el 25% El 37.5 % de los productores no saben leer y escribir 	36%
Tipo 3 Pequeños más consolidados	<ul style="list-style-type: none"> Venden más de 33 quintales, algunos llegan incluso a ventas de 200 quintales por año. Para el 30.40% de los encuestados, la agricultura es la principal actividad generadora de ingresos para la familia y la ganadería lo es para el 50% El 37.5% de los productores no saben leer y escribir 	32%

Fuente: Elaboración propia sobre la base de las encuestas a productores

Equipamiento /Maquinarias	Tipología de productores		
	Tipo 1	Tipo 2	Tipo 3
Arado	17.90%	20.70%	28.60%
Palas y/o Rastrillos	82.10%	86.20%	78.60%
Machetes	92.90%	100.00%	96.40%
Aparejos para animales	32.10%	48.30%	60.70%
Hacha	89.30%	82.80%	92.90%
Manguera para riego	14.30%	0.00%	14.30%
Carretillas	7.10%	6.90%	25.00%
Mochilas Fumigadoras	78.60%	75.90%	96.40%
Bodega	14.20%	13.80%	14.30%
Silos	42.90%	51.70%	46.40%
Cerco de Alambre	6.70%	58.60%	71.40%
Camión o Camioneta	3.60%	0.00%	7.10%

Fuente: Elaboración de la encuestas a los productores.

Tipo de productor	Características	Peso en la muestra
Tipo 1 Muy pequeños	<ul style="list-style-type: none"> - Venden hasta 17 quintales de frijol al año. - Para el 34% de los encuestados, la agricultura es la principal actividad generadora de ingresos para la familia y la ganadería lo es para el 25% - El 25% de estos productores no saben leer y escribir 	32 %
Tipo 2 Pequeños	<ul style="list-style-type: none"> - Venden entre 18 y 30 quintales por año. - Para el 35.40% de los encuestados, la agricultura es la principal actividad generadora de ingresos para la familia y la ganadería lo es para el 25% - El 37.5 % de los productores no saben leer y escribir 	36%
Tipo 3 Pequeños más consolidados	<ul style="list-style-type: none"> - Venden más de 33 quintales, algunos llegan incluso a ventas de 200 quintales por año. - Para el 30.40% de los encuestados, la agricultura es la principal actividad generadora de ingresos para la familia y la ganadería lo es para el 50% - El 37.5% de los productores no saben leer y escribir 	32%

Fuente: Elaboración propia sobre la base de las encuestas a productores

Concepto	Sin innovación	Con innovación
Volumen de producción (qq) Promedio/Mz.	20	20
Pérdidas en procesado post cosecha (qq)	2	0.5
Rendimiento Neto	26	27.5
Precio de venta unitario (qq)	L. 480.00	L. 550.00
Ingresos Totales (Multiplicar Rendimiento por Precio de Venta)	L. 12,480.00	L. 15,125.00
Costo de insumos	L. 4,806.00	L. 4,806.00
Costo mano de obra	L. 4,700.00	L. 4,700.00
Prácticas de post cosecha y costo de estímulos a promotores comunitarios a cargo de los productores beneficiarios.	L. 200.00	L. 696.00
Acarreo	L. 800.00	L. 800.00
Costos Totales	L. 10,506.00	L. 11,002.00
Relación Beneficio Costo (Dividir Ingresos Totales por Costos Totales)	1.19	1.37

(*) Implica el mismo paquete de insumos que actualmente utilizan más el incremento en costo de post cosecha (más producto que procesar, además del costo de zarandas y nylon plástico). Se tiene información que las pérdidas con el secado de frijol con Nylon se reducen de 2 qq a 0.5qq/mz. Entre las prácticas post cosecha se consideran costo de soplado sin la innovación y con innovación el costo del nylon negro, las zarandas y pago de estímulos a cargo del productor]

Tabla estimada de frijoles a comercializar en Olancho

Municipio	Nº de Promotores	Nº de Productores	Volumen que comercializan	Volumen a alcanzar m/p
Mangulile	2	41	200	400
El Rosario	5	96	1,200	1,500
Yocón	4	73	900	1,300
Salamá	5	95	1,200	1,500
Manto	5	85	2,500	3,000
Gualaco	6	111	2,800	3,000
Jano	3	54	200	500
Guata	10	208	3,000	3,800
	40	763	12,000	15,000

Fuente propia de campo.

Municipio	No de productores	Volumen que Comercializaran(qq)	Volúmenes a alcanzar en M/P(qq)
La Unión	15	200	400
Juticalpa	50	2,600	5,500
Catacamas	45	2,000	5,000
San Francisco de la Paz	30	1,500	3,500
total	140	6,300	14,400

2.4 INSTRUMENTOS

Se realizó una matriz con una serie de preguntas las cuales tenían relación con las variables independientes y variables dependientes como también la metodología a seguir en este proceso cuales serían los instrumentos que utilizaremos para saber cuáles son las necesidades que los productores de frijol rojo nacional, es por esto que se realizó el cuestionario el cual a través de la encuesta se le realizó a los productores como también la entrevista que se les realizó sobre la problemática que existe en los productores pequeños y medianos del frijol rojo nacional, todo esto con la idea de saber qué cantidad de productores presentan sus necesidades y como poder ayudarles a mejorar su situación económica.

Luego se le realizó al instrumento una prueba de Cronbach para validar el instrumento y ver que preguntas eran aptas para poder realizar la encuesta a los productores donde se obtuvo como resultado que de 57 preguntas solo 30 estaban asociadas con las preguntas de las variables dependientes y variables independientes, es por eso que se procedió a realizar la encuesta a los productores de Frijol Rojo Nacional.

MATRIZ VALIDADA

#	Variable	Descripcion teorica	Descripcion Operacional	Dimensiones	Indicadores	Items	Escala	Unidad de Analisis	Unidad de Respuesta	Marco muestral
1	Condicionamiento Comercial del frijol	Son los aspectos que se consideran en una transaccion comercial de frijol entre el productor y el comprador	Entrevistas , Encuestas, visitas al campo	daños, humedad, bascula de peso	% de humedad,% de daños, tiempo de coccion	Cuáles son las condiciones del frijol para su respectiva compra-venta?	Nominal	En el departamento de Olancho, en los municipios de La Union, Juticalpa, San Francisco de la Paz.	Los productores de Frijol en los municipios de La Union, San Francisco de la Paz, Juticalpa	Documentos, Base de datos, guia telefonica, visitas al campo.
			Entrevistas , Encuestas, visitas al campo	parametros de control de calidad, del frijol	% de humedad,% de daños, tiempo de coccion	¿Qué conocimientos percibe usted como productor con el personal de IHMA antes de las compras de frijol?	Nominal	En el departamento de Olancho, en los municipios de La Union, Juticalpa, San Francisco de la Paz.	Los productores de Frijol en los municipios de La Union, San Francisco de la Paz, Juticalpa	Documentos, Base de datos, guia telefonica, visitas al campo.
			visitas al campo	Humedades, daños, escases de frijol	altos % de humedad, altos porcentajes de daños	1.1.2¿Cómo afecta el clima en la producción de frijol en las cosechas?	Nominal	En el departamento de Olancho, en los municipios de La Union, Juticalpa, San Francisco de la Paz.	Los productores de Frijol en los municipios de La Union, San Francisco de la Paz, Juticalpa	Documentos, Base de datos, guia telefonica, visitas al campo.
			quintales de frijoles comprados	efectivo, cheque	total de quintales de frijol comprados	¿La forma de pago como le gustaria en?	Nominal	En el departamento de Olancho, en los municipios de La Union, Juticalpa, San Francisco de la Paz.	Los productores de Frijol en los municipios de La Union, San Francisco de la Paz, Juticalpa	Documentos, Base de datos, guia telefonica, visitas al campo.
			numero de productores entrevistados	cantidad de quintales de frijol	numero de quintales estimados de cosechar	¿Tiene confianza usted, de que el personal de IHMA, compre su producción en el campo?	Nominal	En el departamento de Olancho, en los municipios de La Union, Juticalpa, San Francisco de la Paz.	productores de Frijol en los municipios de La Union,	Documentos, Base de datos, guia telefonica, visitas al campo.

			visitas al campo, entrevistas	la humedad, los daños, coccion	% de humedad, % de daños, tiempo de Coccion	¿El frijol lo almacena en:	Nominal	En el departamento de Olancho, en los municipios de La Union, Juticalpa, San Francisco de la Paz.	Los productores de Frijol en los municipios de La Union, San Francisco de la Paz, Juticalpa	Documentos, Base de datos, guia telefonica, visitas al campo.
			visitas al campo, entrevistas	humedad	% de humedad	¿Cuál es el tiempo de espera para tapiscar el frijol?	ordinal	En el departamento de Olancho, en los municipios de La Union, Juticalpa, San Francisco de la Paz.	Los productores de Frijol en los municipios de La Union, San Francisco de la Paz, Juticalpa	Documentos, Base de datos, guia telefonica, visitas al campo.
			visitas al campo, entrevistas	variedades de frijol	Bascula de peso	¿La variedad de frijol genera más peso?	Nominal	En el departamento de Olancho, en los municipios de La Union, Juticalpa, San Francisco de la Paz.	Los productores de Frijol en los municipios de La Union, San Francisco de la Paz, Juticalpa	Documentos, Base de datos, guia telefonica, visitas al campo.
			visitas al campo, entrevistas	postrera	mayor cantidad de produccion de frijol rojo	2.1.6 ¿La mejor producción de frijol se genera en?	ordinal	En el departamento de Olancho, en los municipios de La Union, Juticalpa, San Francisco de la Paz.	Los productores de Frijol en los municipios de La Union, San Francisco de la Paz, Juticalpa	Documentos, Base de datos, guia telefonica, visitas al campo.
			visitas al campo, entrevistas	formas de secado	% de humedad	¿Qué tipo de secado de frijol usa?	Nominal	En el departamento de Olancho, en los municipios de La Union, Juticalpa, San Francisco de la Paz.	Los productores de Frijol en los municipios de La Union, San Francisco de la Paz, Juticalpa	Documentos, Base de datos, guia telefonica, visitas al campo.

2	Demanda	Es la relacion que existe entre el precio y la oferta del frijol en una determinada cosecha y las fluctuaciones que se estan presentando en ese momento.	Simpah,mercados, locales	cantidad de quintales comprados	# de quintales comprados	¿El precio influye en la compra de frijol?	Nominal	En el departamento de Olancho, en los municipios de La Union, Juticalpa, San Francisco de la Paz.	Los productores de Frijol en los municipios de La Union, San Francisco de la Paz, Juticalpa	Documentos, Base de datos, guia telefonica, visitas al campo.
			visitas al campo, entrevistas	compras de frijol rojo mas seguras	cantidad de quintales comprados al productor	2.1.1 ¿Usted le vendería su producción de frijol al personal de IHMA, si el precio del mercado es más bajo que el que ofrece el personal de IHMA?	Nominal	En el departamento de Olancho, en los municipios de La Union, Juticalpa, San Francisco de la Paz.	Los productores de Frijol en los municipios de La Union, San Francisco de la Paz, Juticalpa	Documentos, Base de datos, guia telefonica, visitas al campo.
			contratos de compra-venta de frijol	Convenios de compra-venta de frijol rojo	# de contratos firmados por los productores.	¿Si firmara un convenio de compra-venta de su producción de frijol con un determinado precio antes de la cosecha, y una vez que sale la producción el precio está más alto, le entregaría su producción al personal de IHMA?	Nominal	En el departamento de Olancho, en los municipios de La Union, Juticalpa, San Francisco de la Paz.	Los productores de Frijol en los municipios de La Union, San Francisco de la Paz, Juticalpa	Documentos, Base de datos, guia telefonica, visitas al campo.
			compra de quintales de frijol	# de quintales comprados	total de quintales de frijol comprados	¿El precio y la báscula de peso para la compra del frijol influyen para su venta del grano?	Nominal	En el departamento de Olancho, en los municipios de La Union, Juticalpa, San Francisco de la Paz.	Los productores de Frijol en los municipios de La Union, San Francisco de la Paz, Juticalpa	Documentos, Base de datos, guia telefonica, visitas al campo.
			Entrevistas , Encuestas, visitas al campo	# de quintales comprados	total de quintales de frijol comprados	¿La disponibilidad de tiempo de compra de frijol por parte del Personal del IHMA, en los centros de acopio o en el campo es?	Nominal	En el departamento de Olancho, en los municipios de La Union, Juticalpa, San Francisco de la Paz.	Los productores de Frijol en los municipios de La Union, San Francisco de la Paz, Juticalpa	Documentos, Base de datos, guia telefonica, visitas al campo.

			Entrevistas , Encuestas,visitas al campo	cantidad de frijol cosechado	# quintales vendidos	¿Cuántas personas cosechan frijol rojo nacional en su familia?	ordinal	En el departamento de Olancho, en los municipios de La Union, Juticalpa, San Francisco de la Paz.	Los productores de Frijol en los municipios de La Union, San Francisco de la Paz, Juticalpa	Documentos, Base de datos, guia telefonica, visitas al campo.
			Entrevistas , Encuestas,visitas al campo	cantidad de frijol cosechado	# quintales vendidos	¿Cuántas cosechas de frijol realiza usted como productor,en el año?	ordinal	En el departamento de Olancho, en los municipios de La Union, Juticalpa, San Francisco de la Paz.	Los productores de Frijol en los municipios de La Union, San Francisco de la Paz, Juticalpa	Documentos, Base de datos, guia telefonica, visitas al campo.
			Entrevistas , Encuestas,visitas al campo	mayor cantidad de produccion de frijol	% alto de calidad del frijol rojo	¿Le gustaría que su producción recibiera asistencia técnica de parte del gobierno?	Nominal	En el departamento de Olancho, en los municipios de La Union, Juticalpa, San Francisco de la Paz.	Los productores de Frijol en los municipios de La Union, San Francisco de la Paz, Juticalpa	Documentos, Base de datos, guia telefonica, visitas al campo.
			Entrevistas , Encuestas,visitas al campo	mayor cantidad de productores sembrando frijol.	mayor cantidad de frijol cosechado	Si su producción de frijol estaría asegurada, por cualquier daño durante su proceso de crecimiento por medio del gobierno, le vendería su producción al IHMA?	Nominal	En el departamento de Olancho, en los municipios de La Union, Juticalpa, San Francisco de la Paz.	Los productores de Frijol en los municipios de La Union, San Francisco de la Paz, Juticalpa	Documentos, Base de datos, guia telefonica, visitas al campo.
3	les de Comercializ	Son las diferentes maneras de comercializar el grano a diferentes personas o instituciones , desde la perspectiva del productor este es el que debe diseñar y escoger el canal o el intermediario a quien le ofrecera su frijol.	Entrevistas , Encuestas,visitas al campo	productores, intemediarios,Reserv a Estrategica	Total de quintales de frijol rojo almacenados para abastecer la poblacion	¿El intermediario ofrece beneficios a los productores como ser:	Nominal	En el departamento de Olancho, en los municipios de La Union, Juticalpa, San Francisco de la Paz.	Los productores de Frijol en los municipios de La Union, San Francisco de la Paz, Juticalpa	Documentos, Base de datos, guia telefonica, visitas al campo.

			Entrevistas , Encuestas,visitas al campo	cantidad de frijol cosechado	# quintales vendidos	¿Cuántas personas cosechan frijol rojo nacional en su familia?	ordinal	En el departamento de Olancho, en los municipios de La Union, Juticalpa, San Francisco de la Paz.	Los productores de Frijol en los municipios de La Union, San Francisco de la Paz, Juticalpa	Documentos, Base de datos, guia telefonica, visitas al campo.
			Entrevistas , Encuestas,visitas al campo	cantidad de frijol cosechado	# quintales vendidos	¿Cuántas cosechas de frijol realiza usted como productor,en el año?	ordinal	En el departamento de Olancho, en los municipios de La Union, Juticalpa, San Francisco de la Paz.	Los productores de Frijol en los municipios de La Union, San Francisco de la Paz, Juticalpa	Documentos, Base de datos, guia telefonica, visitas al campo.
			Entrevistas , Encuestas,visitas al campo	mayor cantidad de produccion de frijol	% alto de calidad del frijol rojo	¿Le gustaria que su producción recibiera asistencia técnica de parte del gobierno?	Nominal	En el departamento de Olancho, en los municipios de La Union, Juticalpa, San Francisco de la Paz.	Los productores de Frijol en los municipios de La Union, San Francisco de la Paz, Juticalpa	Documentos, Base de datos, guia telefonica, visitas al campo.
			Entrevistas , Encuestas,visitas al campo	mayor cantidad de productores sembrando frijol.	mayor cantidad de frijol cosechado	Si su producción de frijol estaria asegurada, por cualquier daño durante su proceso de crecimiento por medio del gobierno, le venderia su producción al IHMA?	Nominal	En el departamento de Olancho, en los municipios de La Union, Juticalpa, San Francisco de la Paz.	Los productores de Frijol en los municipios de La Union, San Francisco de la Paz, Juticalpa	Documentos, Base de datos, guia telefonica, visitas al campo.
3	les de Comercializ	Son las diferentes maneras de comercializar el grano a diferentes personas o instituciones , desde la perspectiva del productor este es el que debe diseñar y escoger el canal o el intermediario a quien le ofrecera su frijol.	Entrevistas , Encuestas,visitas al campo	productores, intemediarios,Reserv a Estrategica	Total de quintales de frijol rojo almacenados para abastecer la poblacion	¿El intermediario ofrece beneficios a los productores como ser:	Nominal	En el departamento de Olancho, en los municipios de La Union, Juticalpa, San Francisco de la Paz.	Los productores de Frijol en los municipios de La Union, San Francisco de la Paz, Juticalpa	Documentos, Base de datos, guia telefonica, visitas al campo.

			Entrevistas , Encuestas,visitas al campo	Productores, intermediarios.	Total de quintales comprados	¿En su comunidad existen personas que compran el frijol a los pequeños productores?	Nominal	En el departamento de Olancho, en los municipios de La Union, Juticalpa, San Francisco de la Paz.	Los productores de Frijol en los municipios de La Union, San Francisco de la Paz, Juticalpa	Documentos, Base de datos, guia telefonica, visitas al campo.
			Entrevistas , Encuestas,visitas al campo	Productores de Frijol	Total de quintales comprados	¿Está dispuesto a venderle su frijol rojo al personal de IHMA y no a los intermediarios	Nominal	En el departamento de Olancho, en los municipios de La Union, Juticalpa, San Francisco de la Paz.	Los productores de Frijol en los municipios de La Union, San Francisco de la Paz, Juticalpa	Documentos, Base de datos, guia telefonica, visitas al campo.
			Entrevistas , Encuestas,visitas al campo	Intermediarios	# de quintales comprados	¿Usted cree que los intermediarios se aprovechan de los productores en?	Nominal	En el departamento de Olancho, en los municipios de La Union, Juticalpa, San Francisco de la Paz.	Los productores de Frijol en los municipios de La Union, San Francisco de la Paz, Juticalpa	Documentos, Base de datos, guia telefonica, visitas al campo.
			Entrevistas , Encuestas,visitas al campo	Productores de Frijol	# de quintales comprados	¿Cuándo usted le debe al intermediario ya sea efectivo o grano, le entrega toda su producción de frijol al intermediario?	Nominal	En el departamento de Olancho, en los municipios de La Union, Juticalpa, San Francisco de la Paz.	Los productores de Frijol en los municipios de La Union, San Francisco de la Paz, Juticalpa	Documentos, Base de datos, guia telefonica, visitas al campo.
			Entrevistas , Encuestas,visitas al campo	Productores de Frijol	# de quintales comprados	¿Le resulta más fácil que el personal del IHMA, le compre su grano en el campo?	Nominal	En el departamento de Olancho, en los municipios de La Union, Juticalpa, San Francisco de la Paz.	Los productores de Frijol en los municipios de La Union, San Francisco de la Paz, Juticalpa	Documentos, Base de datos, guia telefonica, visitas al campo.

4	Estrategias de compra de frijol		Entrevistas , Encuestas,visitas al campo	productores, intemediarios,Reserv a Estrategica	total de productores encuestados	Las compras de frijol rojo que realiza el IHMA a los productores son?	Nominal	En el departamento de Olancho, en los municipios de La Union, Juticalpa, San Francisco de la Paz.	Los productores de Frijol en los municipios de La Union, San Francisco de la Paz, Juticalpa	Documentos, Base de datos, guia telefonica, visitas al campo.
			Entrevistas , Encuestas,visitas al campo	productores de Frijol e intermediarios	total de productores encuestados	¿Se siente satisfecho con la atención que le dan los empleados del IHMA en el campo o en las instalaciones del IHMA?	Nominal	En el departamento de Olancho, en los municipios de La Union, Juticalpa, San Francisco de la Paz.	Los productores de Frijol en los municipios de La Union, San Francisco de la Paz, Juticalpa	Documentos, Base de datos, guia telefonica, visitas al campo.
			Entrevistas , Encuestas,visitas al campo	productores de Frijol e intermediarios	total de productores encuestados	¿El tiempo que se tarda el IHMA , en entregarle su pago por la compra- venta del frijol es	Nominal	En el departamento de Olancho, en los municipios de La Union, Juticalpa, San Francisco de la Paz.	Los productores de Frijol en los municipios de La Union, San Francisco de la Paz, Juticalpa	Documentos, Base de datos, guia telefonica, visitas al campo.
			Entrevistas , Encuestas,visitas al campo	Productores de Frijol	total de productores encuestados	¿Estaria Usted, de acuerdo vender su frijol rojo en las instalaciones del IHMA, con rangos de calidad establecidos por la institución?	Nominal	En el departamento de Olancho, en los municipios de La Union, Juticalpa, San Francisco de la Paz.	Los productores de Frijol en los municipios de La Union, San Francisco de la Paz, Juticalpa	Documentos, Base de datos, guia telefonica, visitas al campo.
			Entrevistas , Encuestas,visitas al campo	Productores de Frijol	total de productores encuestados	¿¿Cómo productor de frijol pertenece alguna asociación de productores de frijol?	Nominal	En el departamento de Olancho, en los municipios de La Union, Juticalpa, San Francisco de la Paz.	Los productores de Frijol en los municipios de La Union, San Francisco de la Paz, Juticalpa	Documentos, Base de datos, guia telefonica, visitas al campo.

4	Estrategias de compra de frijol		Entrevistas , Encuestas,visitas al campo	productores, intermediarios,Reserva Estrategica	total de productores encuestados	Las compras de frijol rojo que realiza el IHMA a los productores son?	Nominal	En el departamento de Olancho, en los municipios de La Union, Juticalpa, San Francisco de la Paz.	Los productores de Frijol en los municipios de La Union, San Francisco de la Paz, Juticalpa	Documentos, Base de datos, guia telefonica, visitas al campo.
			Entrevistas , Encuestas,visitas al campo	productores de Frijol e intermediarios	total de productores encuestados	¿Se siente satisfecho con la atención que le dan los empleados del IHMA en el campo o en las instalaciones del IHMA?	Nominal	En el departamento de Olancho, en los municipios de La Union, Juticalpa, San Francisco de la Paz.	Los productores de Frijol en los municipios de La Union, San Francisco de la Paz, Juticalpa	Documentos, Base de datos, guia telefonica, visitas al campo.
			Entrevistas , Encuestas,visitas al campo	productores de Frijol e intermediarios	total de productores encuestados	¿El tiempo que se tarda el IHMA , en entregarle su pago por la compra- venta del frijol es	Nominal	En el departamento de Olancho, en los municipios de La Union, Juticalpa, San Francisco de la Paz.	Los productores de Frijol en los municipios de La Union, San Francisco de la Paz, Juticalpa	Documentos, Base de datos, guia telefonica, visitas al campo.
			Entrevistas , Encuestas,visitas al campo	Productores de Frijol	total de productores encuestados	¿Estaria Usted, de acuerdo vender su frijol rojo en las instalaciones del IHMA, con rangos de calidad establecidos por la institución?	Nominal	En el departamento de Olancho, en los municipios de La Union, Juticalpa, San Francisco de la Paz.	Los productores de Frijol en los municipios de La Union, San Francisco de la Paz, Juticalpa	Documentos, Base de datos, guia telefonica, visitas al campo.
			Entrevistas , Encuestas,visitas al campo	Productores de Frijol	total de productores encuestados	¿¿Cómo productor de frijol pertenece alguna asociación de productores de frijol?	Nominal	En el departamento de Olancho, en los municipios de La Union, Juticalpa, San Francisco de la Paz.	Los productores de Frijol en los municipios de La Union, San Francisco de la Paz, Juticalpa	Documentos, Base de datos, guia telefonica, visitas al campo.