



**FACULTAD DE POST GRADO
TESIS DE POSTGRADO**

**PLAN ESTRATEGICO DE MEJORA EN LOS PRECIOS DEL
GRANO PARA LOS PRODUCTORES DE CAFÉ EN
GUAIMACA, FRANCISCO MORAZÁN**

SUSTENTADO POR:

**OLMEDA JULIZA SALGADO VARELA
SHERLY PATRICIA MACOTO GARCÍA**

PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE

MÁSTER EN FINANZAS

TEGUCIGALPA, F. M., HONDURAS, C.A.

OCTUBRE, 2018

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

UNITEC

FACULTAD DE POSTGRADO

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR

MARLON ANTONIO BREVÉ REYES

SECRETARIO GENERAL

ROGER MARTÍNEZ MIRALDA

VICERECTOR ACADÉMICO

DESIREE TEJADA CALVO

DECANO DE LA FACULTAD DE POSTGRADO

CLAUDIA MARÍA CASTRO VALLE

**PLAN ESTRATEGICO DE MEJORA EN LOS PRECIOS DEL
GRANO PARA LOS PRODUCTORES DE CAFÉ EN
GUAIMACA, FRANCISCO MORAZAN**

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

**MÁSTER EN
FINANZAS**

**ASESOR METODOLÓGICO
CARLOS A. ZELAYA OVIEDO**

**ASESOR TEMÁTICO
DANIEL FERNANDO BENAVIDES**

**COMISIÓN EVALUADORA
MARIO ALBERTOGALLO
JUAN ALBERTO SOLANO**



FACULTAD DE POSTGRADO

PLAN ESTRATEGICO DE MEJORA EN LOS PRECIOS DEL GRANO PARA LOS PRODUCTORES DE CAFÉ EN GUAIMACA, FRANCISCO MORAZAN

AUTORES:

Olmeda Juliza Salgado Varela y Sherly Patricia Macoto García

RESUMEN EJECUTIVO

El presente informe, se basa en la elaboración de un plan estratégico, para ayudar a mejorar los problemas que tienen los pequeños productores de café en grano, al momento de venderlo, ya que su precio repercute en la recuperación de sus gastos y obtener una ganancia que sea rentable. Los pequeños productores no pueden exportar directamente, tampoco tienen un alto financiamiento para poder producir una cifra sustancial, tampoco poseen las herramientas necesarias para llevar el producto directamente a las grandes comercializadoras, por ende, lo venden a intermediarios, quienes ofrecen un precio muy por debajo de lo lucrativo, y se dedican a distribuirlo por medio de convenios convirtiéndose en comerciantes medianos, obteniendo así un fuerte capital. En los diferentes capítulos se realizó un estudio utilizando la aplicación de encuestas y entrevistas dirigidas a pequeños productores del departamento de Francisco Morazán, concretamente Guaimaca, para recopilar datos con el fin de analizar las opiniones sobre el impacto económico que se espera respecto a la producción de café en grano.

Palabras claves: Gastos, Ingresos, Plan estratégico, Precio, Producción.



GRADUATE SCHOOL

STRATEGIC PLAN OF IMPROVEMENT IN GRAIN PRICES FOR COFFEE PRODUCERS IN GUAIMACA, FRANCISCO MORAZAN

AUTHORS:

Olmeda Juliza Salgado Varela and Sherly Patricia Macoto García

ABSTRACT

The current report is based on the elaboration of a strategic plan, to help enhance the problems that the limited producers of coffee beans show now of selling it, since the price of the coffee affects not only the recovery of their expenses but also to obtain an acquisition that is profitable for them. Limited producers cannot export directly and also they lack high financing to produce a substantial amount, they do not have the abilities or the sources to take the product directly to the developed traders, as a result, they seem to only have the opportunity to sell it among intermediaries, who offer a low price which seems extremely below from the lucrative one, they show to be dedicated to distribute their product through agreements becoming medium-sized traders, although obtaining a strong capital. In the distinct chapters a study was carried out using the application of interviews directed to limited producers of the department of Francisco Morazán, specifically Guaimaca, to collect data to analyze the opinions on the economic impact that is expected with respect to coffee production in grain.

Keywords: Entry, Price, Production, Spending, Strategic Plan.

DEDICATORIA

A Dios mi Padre celestial, quien me ha dado la vida, sabiduría y permitiéndome culminar una meta establecida. A mis hijas Sharon y Daniela, a mi esposo, a mis padres, a mis hermanos y a mis sobrinos; porque con su apoyo, comprensión y amor incondicional, han sido mi inspiración para seguir más allá cada día.

Olmeda Juliza Salgado

La presente tesis la dedico en primer lugar al creador del Universo, Dios, quien es el pilar en mi vida y en todo momento no ha dejado de darme la sabiduría y fortaleza necesaria para seguir adelante, seguidamente a mis padres ya que sin sus consejos no podría llegar hasta estas instancias, a mis dos hermanos e hijo, quienes siempre de una u otra manera me han ayudado dado todo su apoyo incondicional a lo largo de mi vida.

Sherly Patricia Macoto

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi Asesor Metodológico el Doctor Carlos A. Zelaya Oviedo, por compartir sus conocimientos y sus experiencias para el desarrollo de cada una de las etapas del Proyecto de Graduación. A mi hermano Junior Salgado, a mi jefe José Fajardo, por su apoyo infinito y mansedumbre en todo este proceso. Gracias a sus aportes realizados se culminó esta tesis.

Olmeda Juliza Salgado

Mi agradecimiento total al Doctor Carlos Zelaya, por compartir sus conocimiento y experiencias para asesorar de manera Metodológica y poder realizar este Proyecto de Graduación, de igual manera a todos mis catedráticos a lo largo de la carrera ya que de una u otra manera los conocimientos adquiridos por sus enseñanzas han servido para el desarrollo de este Proyecto, en especial al Lic. Daniel Fernando Benavides por dedicar parte de su valioso tiempo a la revisión de nuestro Proyecto.

Sherly Patricia Macoto

ÍNDICE DE CONTENIDO

CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN	1
1.1 Introducción	1
1.2 Antecedentes del problema	2
1.3 Delimitación del tema	3
1.4 Definición del problema	4
1.4.1 Enunciado	4
1.4.2 Planteamiento del problema.....	4
1.4.3 Preguntas de investigación.....	5
1.5 Objetivos.....	5
1.5.1 Objetivo general.....	5
1.5.2 Objetivos específicos	6
1.6 Justificación	6
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	8
2.1 Análisis de la situación actual	8
2.1.1 Análisis del Macroentorno.....	8
2.1.2 Análisis de Microentorno.....	13
2.1.3 Análisis interno	20
2.2 Teorías	22
2.2.1 Teorías de sustento.....	22
2.2.2 Conceptualización	27
2.3.1 El análisis FODA	32
2.3.2 Plan Estratégico	32
2.3.3 La Cadena de Valor	33
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	34
3.1 Congruencia Metodológica	34

3.1.1 Matriz Metodológica.....	34
3.1.2. Esquema de las variables de estudio.....	36
3.1.3 Definición operacional de las variables.....	37
3.2 Enfoque y métodos.....	40
3.2.1 Enfoque.....	40
3.2.2 Métodos.....	40
3.3 Diseño de la Investigación.....	42
3.3.1 Población.....	42
3.3.2 Muestra.....	43
3.3.3 Unidad de análisis.....	43
3.3.4 Unidad de Respuesta.....	43
3.4 Técnicas y procedimientos aplicados.....	43
3.4.1 Técnicas.....	43
3.4.2 Procedimientos de validación de las técnicas.....	44
3.5 Fuentes de información.....	45
3.5.1 Fuentes primarias.....	45
3.5.1 Fuentes secundarias.....	45
3.6 Limitantes del estudio.....	45
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS.....	46
4.1 Resultados de Encuestas.....	46
4.2 Resultados de Entrevista.....	55
4.3 Diagrama de Ishikawa.....	59
4.5 Propuesta.....	61
4.5.1 Plan Estratégico para mejorar los precios del grano de los productores de café en Guaimaca Francisco Morazán.....	61
4.5.2. Introducción.....	62

4.5.3. Plan estratégico para la mejora en el Precio del grano de Café a los Pequeños Productores de Guaimaca	62
4.5.3.1 Misión, visión, valores y objetivos	62
4.5.4. Presupuesto	91
4.5.5. Análisis Financiero para pequeños productores	96
4.5.6. Cronograma de ejecución	109
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	113
5.1 Conclusiones.....	113
5.2 Recomendaciones	114
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	120
ANEXOS.....	127
ENCUESTA.....	127
ENTREVISTA.....	129

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1. LA MATRIZ METODOLÓGICA.....	35
TABLA 2. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	38
TABLA 3. PERFIL DEL LIMPIADOR DEL CAFÉ	71
TABLA 4. PERFIL DEL FUMIGADOR DEL CAFÉ	72
TABLA 5. PERFIL DEL CORTADOR DEL CAFÉ	72
TABLA 6. RELACIÓN DE LA DIFERENCIA DE PRECIOS DEL GRANO QUE PAGAN LOS INTERMEDIARIOS-BOLSA DE NEW YORK.....	76
TABLA 7. LOS FACTORES QUE INTERVIENEN EN LA SIEMBRA DE CAFÉ.....	81
TABLA 8. ANÁLISIS FODA	82
TABLA 9. OPERACIONES, ACTIVIDADES, METAS Y RESPONSABLES PARA EL OBJETIVO 1	84
TABLA 10. OPERACIONES, ACTIVIDADES, METAS Y RESPONSABLE PARA EL OBJETIVO 2	84
TABLA 11. OPERACIONES, ACTIVIDADES, METAS Y RESPONSABLE PARA EL OBJETIVO 3	85
TABLA 12. OPERACIONES, ACTIVIDADES, METAS Y RESPONSABLE PARA EL OBJETIVO 4	85
TABLA 13. APORTE PARA COMPRA DE VEHÍCULO.....	86
TABLA 14. OPERACIONES, ACTIVIDADES, METAS Y RESPONSABLE PARA EL OBJETIVO 5	86
TABLA 15. OPERACIONES, ACTIVIDADES, METAS Y RESPONSABLE PARA EL OBJETIVO 6	88
TABLA 16. OPERACIONES, ACTIVIDADES, METAS Y RESPONSABLE PARA EL OBJETIVO 7	89
TABLA 17. OPERACIONES, ACTIVIDADES, METAS Y RESPONSABLE PARA EL OBJETIVO 8	89
TABLA 18. OPERACIONES, ACTIVIDADES, METAS Y RESPONSABLE PARA EL OBJETIVO 9	90

TABLA 19. OPERACIONES, ACTIVIDADES, METAS Y RESPONSABLE PARA EL OBJETIVO 10	91
TABLA 20. OPERACIONES, ACTIVIDADES, METAS Y RESPONSABLE PARA EL OBJETIVO 11	91
TABLA 21. PRESUPUESTO DEL PLAN ESTRATÉGICO	92
TABLA 22. VARIABLE DE INFLACIÓN	98
TABLA 23. PROYECCIÓN DE PRECIOS POR QUINTALES DE GRANOS DE CAFÉ.....	99
TABLA 24. PROYECCIÓN DE VENTAS EN QUINTALES DE GRANOS DE CAFÉ.....	100
TABLA 25. INVERSIÓN INICIAL DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES	101
TABLA 26. COSTOS VARIABLES.....	103
TABLA 27. GASTOS FIJOS.....	103
TABLA 28. CUADRO DE DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES DE LA INVERSIÓN	104
TABLA 29. ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO.....	105
TABLA 30. INGRESOS POR VENTA DE LOS GRANOS DE CAFÉ POR QUINTAL	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
TABLA 31. FLUJO DE EFECTIVO.....	107
TABLA 32. PRÉSTAMO BANCARIO	107
TABLA 33. TASA DE RIESGO	108
TABLA 34. TASA DE COSTO PROMEDIO PONDERADO	108
TABLA 35. EVALUACIÓN FINANCIERA	109
TABLA 36. PLAN DE EJECUCIÓN.....	110
TABLA 37. CONCORDANCIA DE LOS SEGMENTOS	116

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1. PRECIOS DEL CONTRATO “C” DE FUTUROS CAFÉ (NY).....	13
FIGURA 2. DIAGRAMA DE LAS VARIABLES.....	37
FIGURA 3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN (ETAPAS).....	42
FIGURA 4. EDADES DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DE CAFÉ.....	46
FIGURA 5. TERRENO DONDE CULTIVA EL CAFÉ.....	47
FIGURA 6. TIPO DE CAFÉ QUE PRODUCE PARA LA VENTA.....	48
FIGURA 7. CONOCIMIENTO SOBRE PRECIO DE VENTA DE LOS COMPETIDORES.....	49
FIGURA 8. MECANISMO PARA DETERMINAR EL PRECIO DEL CAFÉ.....	50
FIGURA 9. DESTINO DE LA PRODUCCIÓN DE GRANO DE CAFÉ.....	51
FIGURA 10. NIVEL DE DEMANDA EN LA PRODUCCIÓN.....	52
FIGURA 11. LUGAR DONDE SE VENDE EL GRANO DE CAFÉ.....	52
FIGURA 12. CARACTERÍSTICAS DEL CAFÉ AL MOMENTO DE ADQUIRIR LOS COMPRADORES.....	53
FIGURA 13. FACTORES ESTÁN DIFICULTANDO LA VENTA DE CAFÉ.....	54
FIGURA 14. COMPETENCIA EN EL MERCADO INTERNACIONAL.....	55
FIGURA 15. DIAGRAMA DE ISHIKAWA.....	59
FIGURA 16. DIAGRAMA DE LA BODEGA DEL CENTRO DE ACOPIO.....	68
FIGURA 17. DIAGRAMA DE PLANTA.....	68
FIGURA 18. DIAGRAMA DE LA PLANTA DEL CENTRO DE ACOPIO.....	70
FIGURA 19. ORGANIGRAMA DEL PEQUEÑO PRODUCTOR.....	71
FIGURA 20. ANÁLISIS DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER.....	81
FIGURA 21. PROCESO DE TITULACIÓN DE TIERRAS.....	88

CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

En este capítulo se desglosan una breve introducción al tema, los antecedentes del problema, así como la delimitación, enunciado, preguntas, objetivos y justificación que nos llevaron a desarrollar esta investigación.

1.1 Introducción

La presente investigación es sobre plan estratégico para la mejora de los precios de café en grano, el café en grano es un rubro a nivel mundial que compete entre los productos mayor exportados, la calidad de vida en las personas del sector rural se ve comprometida en su impulso económico. Mediante la investigación de las variables involucradas, se pretende ayudar a comprender y evaluar los factores primordiales que intervienen en el proceso de la venta del café. Vale recalcar que se siembra con una orientación estratégica y se impulsa un sector diversificado, con el fin de generar mayor productividad, obtener el valor agregado y una competitividad de forma sostenible para el fondo cafetalero, lo cual impulsa la economía hondureña.

Entre los capítulos se realizaron los procedimientos necesarios para poder conocer los indicadores de medición de la rentabilidad, que se mantiene en el círculo de los pequeños productores de café. En el primer capítulo, planteamiento del problema se localizan los objetivos que son la guía de la investigación, en segundo lugar, el marco teórico se expone el análisis de la situación actual del país en relación al tema de investigación, así como la teoría de sustento, los conceptos de mayor importancia, en el tercer capítulo metodología de la investigación se define el problema, el tipo de investigación que se llevó a cabo, su diseño y se analizan los datos obtenidos.

En el cuarto capítulo encontramos un resumen de los resultados obtenidos en la investigación por medio de un estudio cuantitativo y cualitativo que permite conocer los factores que determinan el precio del grano, los costos y la cantidad de inversión que necesita un productor para llevar a cabo su cosecha desarrollando un plan estratégico. Por último, en el quinto capítulo, conclusiones y recomendaciones que son el efecto de los resultados obtenidos en la investigación.

Por medio del plan estratégico se ayuda a mejorar el precio del grano de café para aumentar la rentabilidad generada por la producción que tienen los pequeños productores de café en grano en el municipio de Guaimaca perteneciente al departamento de Francisco Morazán.

Con este plan estratégico se busca generar consejos a las personas que están actualmente y los futuros que se quieren constituir como pequeños productores de café en grano donde se podrá analizar la rentabilidad que se obtiene con la venta del producto.

1.2 Antecedentes del problema

La producción de café en Honduras es relevante en la mayor parte del territorio nacional ya que es una técnica de carácter agro-industrial que satisface el deleite de las sociedades del país, brindando en una buena taza un estimulante natural, sin embargo, la mayoría de los productores son propietarios de algunas pequeñas parcelas de tierras quienes deben luchar día a día con los diversos factores que ponen en peligro el bienestar de sus ingresos.

“Durante la cosecha 2016-2017 Honduras exportó 9.5 millones de sacos de 46kg mostrando un incremento del 41.85% comparado a los 6.7 millones registrados en el mismo periodo del año 2015-2016; generando al país 1,327 millones de dólares” (IHCAFE, 2016).

A la fecha, en muchos departamentos donde el cultivo del café mantiene la economía, han iniciado a perder la esperanza y la fe debido a los malos precios en el mercado, mal clima, falta de corteros, son varios los productores que han optado por vender sus fincas y otros las han perdido con las instituciones bancarias por no contar con un presupuesto para solucionar los problemas que les afecta.

Según las estadísticas del Instituto Hondureño del Café (IHCAFE), los bajos precios internacionales y el calentamiento global afectan la producción de café en Honduras, cuya cosecha 2017-2018 ha reducido sus ingresos un 3,6 por ciento en los primeros cuatro meses.

Entre octubre de 2017 y enero de 2018 las ventas de café hondureño sumaron 285,3 millones de dólares (3,6 por ciento menos), comparado con el mismo período de la temporada anterior, de 295,9 millones de dólares, según cifras del IHCAFE.

“El consumo del café tiene una historia que merece ser contada, esta es una tarea que ha quedado pendiente en los abundantes análisis que sobre el grano se han realizado” (Vega, 2004, p.18).

La presente investigación enfocara en los productores hondureños quienes son el punto de partida en la creación de esta reconocida bebida y demás productos derivados de este grano básico.

1.3 Delimitación del tema

Para la investigación se tomó en cuenta a los pequeños productores de café en grano del municipio de Guaimaca en el departamento de Francisco Morazán con la finalidad de estudiar su rentabilidad de acuerdo con la cantidad, calidad y precio del producto.

1.4 Definición del problema

1.4.1 Enunciado

Las organizaciones de pequeños productores de café en el país no exportan directamente por falta de financiamiento y por el temor a las grandes empresas productoras, ya que históricamente la comercialización del café depende de los países extranjeros más dominantes en la producción del café en grano, por lo que es determinada por las condiciones del mercado exterior.

También uno de los grandes factores que afecta a los cafetaleros es la fluctuación del precio que disminuyen las nuevas cosechas y comercialización del producto nacional, a veces viéndose obligados a vender a los grandes productores a precio más bajo para lograr recuperar el costo de la inversión por la cosecha del grano.

Sobre esta adversidad intervienen los comerciantes intermediarios, que traen consigo el beneficio del transporte, pero afectan gravemente a los productores menores por las pequeñas cantidades monetarias que ofrecen, es necesario encontrar medidas que faciliten una mejora en los precios del grano para los productores de café.

1.4.2 Planteamiento del problema

La fluctuación de precios del café en su cadena de valor, especialmente a nivel local afecta a los pequeños productores de Guaimaca ya que el grano no cumple adecuadamente con las expectativas de ventas asignadas en el mercado local. La cosecha del café en grano anda en un precio estimado de L. 2,901.00 (\$ 123) por quintal en la bolsa de new york según datos de Ihcafé año 2017, debido a estas cifras los pequeños productores se ven afectados ya que los intermediarios están pagando un precio de L. 1,203.00 (\$ 51) por quintal, el cual está muy bajo en comparación al de la bolsa de New york.

¿Qué tan posible sería garantizar un precio adecuado del café para el productor del sector de Guaimaca, Francisco Morazán?

1.4.3 Preguntas de investigación

A continuación, se plantea la pregunta principal:

1. ¿Cuáles serían las estrategias que podrían solventar la problemática del precio del café en los pequeños productores del municipio de Guaimaca y su comercialización por medio de un centro de acopio?

Preguntas secundarias:

2. ¿Cuáles son los factores que influyen en la determinación o establecimiento del precio del café en grano que cultivan algunos pobladores del municipio de Guaimaca?

3. ¿De qué manera afectan los comerciantes intermediarios a los pequeños productores de café en el sector de Guaimaca, Francisco Morazán?

4. ¿Qué impacto financiero tendría el pequeño productor de café en la zona de Guaimaca el tener un precio más estable para su producto vendiéndolo directamente a la cooperativa de café por medio de un centro de acopio?

5. ¿Qué otras alternativas podrían mejorar la estabilización de precios a los productores de café y por ende la rentabilidad de sus fincas?

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo general

Contribuir a la estabilización de los precios de café en grano localmente para el sector de Guaimaca, mediante un adecuado plan estratégico, para proporcionar al pequeño productor un nivel al precio establecido según la bolsa de new york.

1.5.2 Objetivos específicos

1. Conocer los factores que influyen en la determinación o establecimiento del precio del café en grano que cultivan algunos pobladores del municipio de Guaimaca.
2. Analizar la información recibida por parte de los productores de café en cuanto a costos, precios de venta, niveles, calidad y cantidad de producción del grano.
3. Definir posibles alternativas que podrían mejorar la estabilización de precios a los productores de café y por ende mejorar sus ingresos.
4. Proponer un plan estratégico que establezca los precios según la bolsa de New York, para que los pequeños productores obtengan la rentabilidad adecuada y de esta forma mejorar su calidad de vida.

1.6 Justificación

El cultivo del café ha tenido un crecimiento económico sostenible contribuyendo en gran medida al crecimiento del PIB de Honduras, observándose una importante relevancia sobre otras actividades económicas (Agricultura, Ganadería, Caza, Silvicultura y Pesca) por lo cual convierte a Honduras en el primer país exportador de café de Centroamérica, el tercero de Latinoamérica y el quinto del mundo.

La producción de café refleja un amplio mercado tanto a nivel nacional como internacional en el cual se puede comercializar este producto, además de la situación climatológica del país ya que los cafetales de Honduras en un 98% están bajo sombra, lo que garantiza una producción amigable con el ambiente y un factor favorable en tiempos de sequía, porque la sombra retiene la humedad en el suelo, y hace que los cafetos resistan por más tiempo los prolongados veranos.

En el ámbito socio económico, el cultivo de café genera empleo a diversas familias en los sectores que se encuentren. los dueños de cafetales o pequeños productores, realizan esta actividad con la idea de expandiese o llevar su producción no solo en el ámbito local, también al nacional para luego expandirse al internacional.

La producción de café en Guaimaca tiene una orientación estratégica, con la finalidad de impulsar un sector diversificado, que genere mayor productividad, valor agregado y competitividad en forma sostenible para el fondo cafetalero con el objetivo de impulsar la economía hondureña, con un propósito más allá de generar ingresos, como una necesidad de aumentar más el sector cafetalero, por ser uno de los rubros más importantes del país, por su sabor y diversidad de producto.

Por lo expuesto anteriormente la realización de esta investigación nace por la necesidad de establecer las mejores condiciones de venta del grano de café para que los pequeños cafetaleros, ubicados en el municipio de Guaimaca, Francisco Morazán puedan mantener su rentabilidad y calidad de vida, así como su competitividad ante los demás productores de la zona.

Se encuentran diferentes factores que determinan la rentabilidad, de acuerdo con la cantidad y calidad del café en grano distribuido en el pequeño sector de Guaimaca.

Al conocer los valores reales se puede comunicar la información relevante que permita percibir el panorama de costos e ingresos relacionados con la producción del café, y sus implicaciones respecto al ámbito económico.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

En el presente capítulo se expone el análisis de la situación actual del país en relación al tema de investigación, así como la teoría de sustento, los conceptos de mayor importancia, y el instrumento utilizado, basados en opiniones de expertos del estudio a realizar.

2.1 Análisis de la situación actual

2.1.1 Análisis del Macroentorno

El café, bebida por excelencia a nivel mundial proviene de una planta que quienes lo cultivan le llaman cafeto y al conjunto de estas plantas le llaman cafetal, también, quienes lo producen se les llaman cafetaleros.

Los árabes fueron los primeros en descubrir las virtudes y las posibilidades económicas del café. Esto fue porque desarrollaron todo el proceso de cultivo y procesamiento del café y lo guardaron como un secreto. Los árabes también trataron de evitar la extradición de cualquier semilla de café. (Zamora, 2009, p. 5)

A nivel internacional los productores de café constituyen un fuerte bloque, en cuanto a la cantidad de ingresos obtenidos comercializando un producto que es de carácter global, y su relevancia compite con los derivados del petróleo. Estos ingresos se reflejan en la diversidad que las plantaciones que este grano básico brinda, unas de carácter natural y otras que son producto de modificaciones genéticas, pero no por ello se demerita su utilidad.

“El mercado internacional ha definido cuatro grandes grupos en función de su calidad y precios, 1. Suaves colombianos, 2. Otros suaves, 3. Arábigos brasileños y otros arábigos, 4. Robustas” (Banegas, 2009, p.6).

Entre las especies de café vale recalcar las dos más relevantes, en primer lugar, es la Arábica que es de uso internacional y es originaria de Etiopia, cuenta con un gran problema que es el hongo conocido como la Roya y este perjudica su fotosíntesis, la manera de identificarlo en sus hojas son las manchas características, una vez contraído llega a hacer perder la planta, aun con este problema la especie es preferida por su sabor, aunque este depende de su lugar de procedencia, es decir la altura, y las condiciones climáticas que ostente el terreno, su sabor es entre dulce, amargo y ácido, vale recalcar que este café posee variedades y no todas pueden ostentar los parámetros de excelente calidad.

En segundo lugar, es la Robusta que es originaria de África Occidental, como su nombre lo indica, soporta unas condiciones climáticas diferentes, puede producirse a menor altura y a temperaturas más elevadas. También su aroma sirve de pesticida para evitar el deterioro por insectos, es un gran plus con este grano, pues los productores de manera parcial se evitan el costo de invertir en las defensas de esta especie, sus características físicas son diferentes a la Arábica, su grano es más pequeño, pero posee mayor cantidad de cafeína, su uso es para productos industriales, como los cafés instantáneos, en donde se rechaza la calidad, por cantidad y facilidad de preparación. Su sabor es muy amargo, y muchas personas prefieren esto en una buena taza de café. El problema, sin embargo, es que al ser explotado de manera industrial no se toman en cuenta los parámetros de la calidad en la producción de este café, por ende, es posible recibir impurezas que alteren su sabor y consistencia.

“En la actualidad, la importancia del café en la economía no puede subestimarse, pues durante años ha sido el segundo rubro, por detrás del petróleo, a escala mundial” (Tellez, 2016, p. 30).

Se tiene la impresión, por regla general, de que el sector cafetero de los países desarrollados es próspero y no suscita controversias. Pero, aun cuando existe un “boom” de las actividades de negocio cafeteras en los países desarrollados consumidores, los precios actuales, a niveles más bajos que nunca, están causando inmensos daños a países en los que el café es una actividad económica clave, y a los cultivadores que lo producen.

“Por otra parte, señalar su importancia como producto agrícola adictivo y objeto de monopolio internacional, no está de más” (Tellez, 2016, p. 31).

La adicción al café puede solventar problemas que recae en la salud de los consumidores, pues cuenta con sustancias tóxicas al consumirlo en grandes cantidades, pero esto no afecta sus ventas pues sus beneficios son muy grandes, entre ellos la protección de enfermedades que afectan al sistema nervioso, analgésico en el caso de los dolores de cabeza y algunos estudios revelan que tiene propiedades antidiabéticas por último de laxante y diurético muy útil para las enfermedades que agobian el primer mundo, el consumo del café es primordial sobre todo en aumentar la memoria para realizar sus labores profesionales, o el estudio en el caso de los academicistas. Los riesgos sin embargo son siempre por el alto consumo por ende no se le debe temer, tan solo moderar su ingesta.

El monopolio del café puede generar gran crisis, entre pobreza y miseria, esto ocurre cuando los mayores productores ocupan las grandes extensiones territoriales y explotan al máximo obteniendo grandes cantidades del producto, el cual lo pueden vender a un menor precio evitando que los productores menores puedan culminar con su actividad, también se puede tener la predilección de comprar a los productores mayores por la cantidad que introducen al mercado ignorando con esto los pequeños empresarios dedicados a esta actividad, los gobiernos son los

encargados de solucionar estas deficiencias del mercado y mantener este lo más competitivo posible para evitar los problemas de comercialización que llevan a crisis económicas.

“En Latinoamérica desarrolla un papel protagónico en la producción y el comercio internacional del café en el mundo. La actividad cafetalera incrementa los ingresos mediante la generación de empleo en el sector rural, que es donde predomina este cultivo” (Zúñiga y Rodríguez 2002, p.75).

Se tiene presente que las mayores producciones de café se realizan en Latinoamérica rivalizando con África y Asia, y la calidad del grano latinoamericano varía de acuerdo al país de procedencia, esto claro por condiciones climáticas y las técnicas empleadas en la realización de la actividad, siendo los más populares Brasil y Colombia, situados en la parte sur del continente americano, y próximos al Ecuador.

En Centroamérica se produce cerca del 20 por ciento del café exportado mundialmente y en el mercado mundial el café centroamericano se asigna al grupo de “otros suaves”. El sector cafetalero centroamericano se caracteriza tanto por la diversidad de tamaño de las fincas y prevalencia de muchos pequeños productores, como por la diversidad de sistemas de producción. (Brenes & Viquez, 2016, p. 6)

En Centroamérica se utiliza el término cafetal, para nombrar las zonas en donde se realiza esta actividad, en el caso de Honduras los cafetales se diferencian por el tamaño de manzanas que ocupan, siendo los más pequeños de media manzana entre los pequeños productores de café en grano hasta cinco manzanas, si excede las diez manzanas se puede categorizar al empresario como un gran productor, pero debido a la situación económica y territorial en que se vive, son más comunes los pequeños productores, quienes gracias a su actividad la exportación en esta zona del continente americano es muy variada.

Cabe recalcar que el punto fuerte en el comercio del café son las exportaciones en las cuales se implementan medidas provechosas que aumenten los ingresos para beneficio de este bloque agrario.

“El actual convenio de retención del café es una medida excepcional. La producción mundial de café exportable aumentó considerablemente en los dos últimos años cafetaleros” (Tetuem, 1959, p.35).

El comercio del café fluctúa de acuerdo al consumo del mismo, pero se ve afectado por problemas como crisis monetarias, crisis del petróleo, guerras u otra externalidad del mercado. El alza de sus precios es necesario para que los cafetos puedan contar beneficios rentables y realicen una buena inversión, aumentando de esta manera su fortaleza en el mercado. Las poblaciones en área rural se ven gravemente afectadas por estas externalidades, pero la actividad cafetalera siempre florece, pues las actividades que rivalizan en estos sectores como la explotación forestal repercute gravemente en el ambiente y se ven reducidas por medidas legales, la actividad cafetalera con estándares de calidad busca preservar el medio, se debe evitar las prácticas de fumigación en las plantaciones con productos químicos nocivos para la salud y los ecosistemas.

El precio de los granos de café repercute en una fluctuante variación diaria, lo cual, para poder evitar un riesgo de la caída de precios, el mercado de futuros permite fijar el precio por medio del contrato “C” el cual es un futuro para negociar el mejor precio establecido en una fecha determinada por la bolsa de new york.

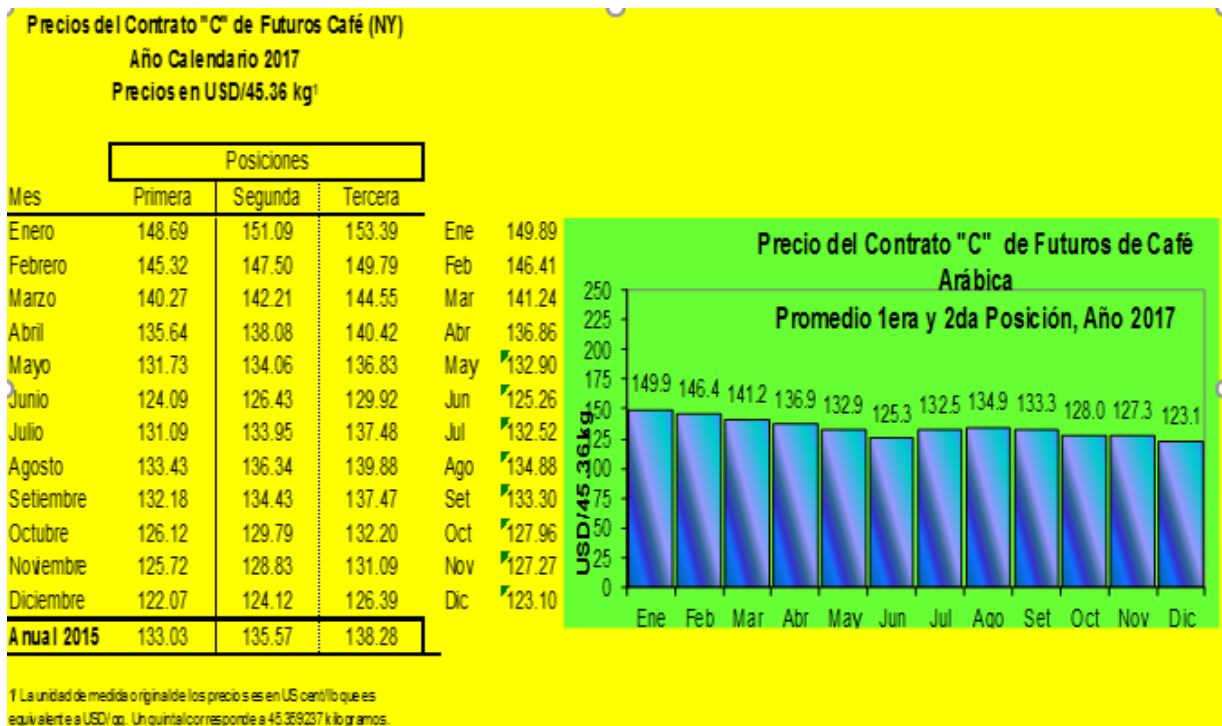


Figura 1. Precios del Contrato "C" de Futuros Café (NY)

2.1.2 Análisis de Microentorno

Se sabe que el café impulsa fuertemente los otros monopolios pues los productores menores de café al introducir el producto, la llegada de clientes e intermediarios se vuelve presente, con esto conocen de los otros productos de exportación e indagan precio, de esta manera diversificando el mercado, en las pequeñas comunidades el café impulsa el sector agropecuario de manera adyacente, pues gracias a su transporte se crea una infraestructura sólida, mejorando las vías de comunicación, hace algunas décadas este papel lo jugaba el banano, pues la parte norte del país se benefició de su explotación.

“El cultivo del café en Honduras se produce en 15 departamentos del país. Por el número de productores, y la cantidad de mano de obra, la actividad cafetalera ha sido uno de los principales pilares de la sostenibilidad económica” (Banegas, 2009, p.1).

El acto de cultivar café conlleva una gran responsabilidad pues al fracasar en el intento de producir, repercute directamente a los bolsillos del productor pues se pierde casi el total de la inversión, para estas personas el cultivo de café se traduce como arte, y vale agregar que está muy ligado a nuestra cultura nacional, podemos entrar en la hipótesis que es la bebida de Honduras, aun si gran parte por recientes hábitos creados a partir de problemas de salud rechacen esta, como es el caso extendido con los derivados del tabaco.

A la hora de sembrar café se siguen ciertos pasos que no pueden ser estrictos, pero obtener esta bebida con estándares de calidad requiere de una gran destreza, recalcan lo anterior que el cultivo se traduce como arte, para delimitar si es adecuado un clima de siembra de café se debe contar con una temperatura adecuada inferior a los 24 grados Celsius y es aconsejable hacer el trasplante de las semillas, es decir producirlas en un ambiente más correcto para trasladarlas al lugar donde se planea cosechar, se recalca que se debe contar con suelo muy húmedo y ricos en minerales y humus, se debe dejar espacio para que la planta crezca de manera correcta, y a su vez poder recolectar el grano sin dañar las que estén a su alrededor.

“Como vemos el cultivo del café en Honduras se ha convertido en la manera más viable para el pequeño productor de obtener sus requisitos mínimos de sobrevivencia, a pesar de los bajos precios que obtiene” (Jansen, 1993, p.10).

Pero solventar los precios es medida en que los organismos como IHCAFE se encargan pues esta industria mantiene vivos los ideales de los pequeños productores que con su lucha impulsan grandes exportaciones en nuestro país, los profesionales conocidos como baristas proclaman la calidad del producto, recalcando el café producido en Copan como de los mejores del mundo, las deliciosas

tazas que preparan de este grano, no es solo competitivo en el mercado, sino también en exhibiciones extranjeras donde se degusta y se comprueba la calidad por catadores expertos en café.

“Solamente el rubro de café tiene una presencia mayor distribuida en todo el país, dado su carácter de 'cultivo de laderas' para los campesinos que fueron expulsados de los terrenos más planos” (Jansen, 1993, p.5).

Debido al terreno hondureño, el café se cultiva en grandes extensiones montañosas, para ser precisos en las faldas, pues favorece la cantidad fluvial que reciben, y al estar en una altura privilegiada con baja intensidad calorífica se evitan pérdidas en la plantación. Los cultivos del café en grano como el caso de Guaimaca se realizan en las zonas interiores, el doble filo de esta situación beneficia permitiendo que en los valles se sitúen los poblados y evitando el daño del grano por las plagas que azotan la comunidad, el problema recae en que se cuenta con una infraestructura deficiente en comparación a las aldeas y caseríos, por tanto el transporte eficiente se ve impedido, es en esto que ejercen los comerciantes intermediarios pues cuentan con la maquinaria necesaria y vehículos transportadores para comprar y revender el café a distribuidoras.

Sin embargo, este segmento es el más vulnerable a los cambios de precio en el mercado internacional. Uno de los principales factores que hace vulnerable al productor es el hecho de utilizar la mayoría de sus recursos únicamente en el cultivo de café. Esto conlleva a depositar la mayoría del riesgo y el centro de su economía en una única fuente de ingreso. Con el fin de percibir ingresos cuando el mercado internacional del café no les ofrece mucha estabilidad económica, han diversificado su producción incursionando en cultivos alternativos y simultáneos al café, como ser: cacao, pimienta, plátanos y bananos.

Ahora bien, refiriéndonos al proceso de comercialización, los productores menores venden su producto en grano o pulpa, a comerciantes que se encargan de distribuir el café a las concesiones donde se exporta el producto o se distribuye a nivel nacional, todo depende de la calidad que el productor proporcione, y en eso se reflejara el precio que se le otorgue por la venta de sus granos.

“La cadena de café involucra el transporte del pergamino seco de la finca a la planta de procesamiento y posteriormente a los puntos de venta (café molido o en grano trillado” (Cárdenas & Rodelvi, 2013, p.2).

La labor del transporte del café es realizada por los comerciantes intermediarios, aunque no son necesarios si el productor cuenta con los mecanismos necesarios para poderlo movilizar, aunque para los pequeños productores es difícil esta actividad, por tanto, deben venderlo a menor costo y recibir la cantidad necesaria para solventar sus necesidades, obtener ganancias y generar una pequeña inversión, externamente tienen problemas con los grandes productores que al obtener mejores beneficios monopolizan la tierra debido a una alta inversión, en esta situación terminan comprando los terrenos de pequeños productores que en tiempos de crisis que el precio del café fluctúa, deciden vender. Como medida de respuesta a este problema nos vemos en la necesidad de la creación de un centro de acopio que permita la recolección del grano para un transporte directo y evitar pérdidas en el precio para los productores menores.

2.1.2.1 Marco Legal

El rubro del café se ve garantizado por diversas leyes, abarcamos el artículo 73 de la Ley de Protección del Consumidor. Los artículos: 1, 2, 11 y 12 de la Ley de Reactivación Financiera del Sector Productor de Café, Nos enfocamos en los artículos: 4, 11 y 70 del Reglamento para la

Comercialización del Café, todas estas leyes vigentes y funcionales en el espacio geográfico pertenecientes a Honduras.

En el Reglamento de la Ley de Protección al Consumidor encontramos en el artículo 73.- Causas para la determinación del precio máximo de venta, y tenemos que:

Cuando los bienes o servicios estén siendo comercializados u ofrecidos en régimen de monopolio u oligopolio y se compruebe la ausencia de libre competencia y que por ello existan obstáculos al funcionamiento del mercado o se produzcan situaciones de especulación, acaparamiento, desabastecimiento o limitación cuantitativa o cualitativa de la oferta con la finalidad de incrementar su precio o tarifa. (Reglamento de la ley de protección al consumidor, 2009, p.16)

Respecto a ello, encontramos las causas de obstáculos al funcionamiento del mercado, con la baja cantidad de precio que reciben los productores de café en grano por medio de los comerciantes intermediarios.

En el caso de la ley de reactivación financiera del sector productor de café tenemos los siguientes artículos:

Artículo 1.- De la finalidad de la ley. La finalidad de la presente Ley es crear el marco jurídico para apoyar la consolidación financiera del sector productor de café, otorgando a los productores el beneficio de aliviar sus deudas, lo que posibilitará la obtención de nuevos créditos bajo términos que minimicen el riesgo financiero y permitan la rehabilitación de las unidades productivas, manteniendo la cultura de pago de los deudores. Y **Artículo 2.- creación y constitución del fideicomiso para la reactivación del sector productor de café.** Para el logro de la finalidad contemplada en el artículo anterior, se autoriza al Instituto Hondureño del Café (IHCAFE), para que actuando en calidad de fideicomitente constituya un fideicomiso con varias instituciones financieras del sistema bancario nacional que se denominará: “FIDEICOMISO PARA LA REACTIVACIÓN FINANCIERA DEL SECTOR PRODUCTOR DE CAFÉ” (Congreso Nacional, 2003, p.2).

Artículo 11.- de los valores aportados al fondo por productores no beneficiarios. Para los efectos de lo contenido en el literal 3) del Artículo 7 de este Decreto, el Fideicomiso establecerá un procedimiento de reembolso, dirigido a los productores no beneficiarios, de los valores aportados.

Se establece que, conforme a su nivel de producción y venta, se le devolverá el valor aportado por quintal oro al acreditar la venta de su producción debidamente certificada por el Instituto Hondureño del Café (IHCAFE) (Congreso Nacional, 2003, p.8).

Artículo 12.- de las condiciones más apropiadas para el cultivo de café. El Consejo Nacional del Café (CONACAFE) a través de la Secretaría de Agricultura y Ganadería (SAG) y el Instituto Hondureño del Café (IHCAFE), deberá establecer directrices, que sean elementos de una política cafetalera orientada a estimular la producción en las zonas más aptas para el cultivo del café, incluyendo las posibilidades de diversificación de cultivos (Congreso Nacional, 2003, p.9).

Gracias a ellos podemos analizar que en los artículos número 1 y 2 se facilita un fideicomiso para otorgar créditos a los productores y puedan solventar sus deudas, mientras en el artículo 11 se hace presente la garantía de reembolso a los productores no beneficiarios, por último, el artículo 12, nos garantiza condiciones apropiadas para el cultivo de café, a través de las instituciones: CONACAFE; SAG e IHCAFE.

Para el caso del Reglamento para la comercialización del café, destacamos los siguientes artículos:

Artículo 4: Inscripción en el Registro Cafetero. Toda persona natural o jurídica que inicie actividades de producción, comercialización, industrialización o certificación de café o certificación de fincas, deberá inscribirse en el Registro Cafetero que lleva IHCAFE, que corresponde a la actividad desarrollada y una vez inscritos, obtener el carné o la licencia respectiva, conforme a lo prescrito en este Reglamento (CONACAFE, 2005, p.8).

Artículo 11: Requisitos para inscribirse como Productor-Exportador. Toda persona natural o jurídica para inscribirse como Productor-Exportador deberá presentar ante la Secretaría General lo siguiente: 1) Formato de solicitud de inscripción y emisión de la licencia correspondiente, dirigida a la Gerencia General, conteniendo como mínimo la siguiente información: a) Nombre completo del solicitante y número de tarjeta de identidad, si es persona natural; y si es persona jurídica, la razón o denominación social de la empresa; b) Número de carné de productor y el detalle de la cantidad de café registrado en IHCAFE durante las tres (3) ultimas cosechas inmediatas anteriores a su solicitud; c) Domicilio del solicitante, su dirección física y dirección electrónica y números telefónicos; d) Estimado de la generación de empleo en la(s) zona(s) donde operará la empresa; e) Estimado de la

cantidad de café que comercializará, la cual deberá estar limitada a su propia producción; f) Descripción y localización de las instalaciones que utilizará en sus operaciones; g) Descripción del equipo y maquinaria a utilizarse y su capacidad, que deberá incluir como mínimo: equipo de secado, equipo de trilla, clasificadoras, equipo de catación y báscula y otros requeridos para garantizar la calidad del café; h) Nombre del Gerente General o representante legal, y un detalle, indicando los nombres del personal de captación certificado por IHCAFE, y de la estructura administrativa y de exportaciones de la empresa; y 2) Dicha solicitud se acompañará de los siguientes documentos: a) Copia de la tarjeta de identidad y del testimonio de la escritura pública de declaración de Comerciante Individual, si es persona natural; o copia del testimonio de la Escritura de constitución de Comerciante Social si es persona jurídica, o documento que acredite el otorgamiento de su personalidad jurídica, todos inscritos en el Registro correspondiente; b) Copia del documento que acredite la propiedad de las instalaciones y de la maquinaria y equipo descritos por el solicitante para ser utilizado en sus operaciones; c) Finiquito extendido por el Secretario General de IHCAFE, que indique que el solicitante no tiene obligaciones pendientes con dicho Instituto; d) Copia del Permiso de operación extendido por la Municipalidad donde se encuentren sus oficinas principales y las bodegas u otras agencias de operación; e) Croquis de la(s) instalación(es) de la empresa; f) Planos de las instalaciones donde se detalle la ubicación y capacidad del equipo y la maquinaria; g) Copia del Registro Tributario Nacional (RTN) numérico; y h) Recibo del pago del trámite de inscripción. (CONCAFE, 2005, p.15).

Artículo 70: Los productores, intermediarios, exportadores, tostadores, agentes y/o representantes o brokers, empresas certificadoras y propietarios de fincas certificadas, estarán obligados a: 1) Cumplir con los acuerdos y convenios internacionales del café suscritos por Honduras, Leyes que fueran aplicables, el presente Reglamento, otros Reglamentos y disposiciones aprobadas por CONACAFE, y demás disposiciones que apruebe la Junta Directiva de IHCAFE que le fueran aplicables; 2) Inscribirse en el Registro Cafetero que lleva IHCAFE y obtener su licencia de operación correspondiente, con los requisitos y bajo el procedimiento establecido en el presente Reglamento; y 3) Renovar anualmente su licencia de operación, en la forma prevista en el presente Reglamento. Estos artículos hacen referencia al entorno del café, en el artículo 4 localizamos la obligación principal para entrar el mercado del café, a su vez en el artículo 9 y 11 localizamos los requisitos necesarios para poder entrar al negocio, finalmente en el artículo 70 se detalla la obligación del cumplimiento de la ley. (CONCAFE, 2005, p.45).

En esta ley observamos en el artículo 4 la inscripción necesaria a través de la institución IHCAFE, a su vez en el artículo 11 podemos analizar los requisitos para inscribirse como

productor, por último, en el artículo 70 nos detalla el panorama de los productores, intermediarios, exportadores, agentes y/o responsables, sobre el cumplimiento de las disposiciones aprobadas por CONACAFE y la directiva de IHCAFE.

2.1.3 Análisis interno

En archivos existentes en la Biblioteca del municipio, se encuentra una leyenda que relata sobre el origen del Municipio de Guaimaca, cuyo nombre es originario de la palabra mexicana UAYACAMAN, que significa “lugar de muchos Amates” (un árbol que da una hermosa sombra). (Chávez, 2007, p. 10)

El recorrido de una plantación de café comienza con ubicar un terreno estratégico donde sea más beneficioso cultivar, las pendientes en las montañas resulta ser el sitio ideal, se prosigue con una limpieza del terreno eliminando la maleza, alternamente se prepara en otro sector la plantación con el grano más eficiente a las condiciones climáticas y de suelo, o bien la especie que se quiera comercializar (las plantas se pueden comprar a un productor que se encarga de vender la plantación joven), se continúa con el proceso de fertilización del suelo por medio de componentes químicos o biodegradables, también el uso de pesticidas para eliminar cualquier clase de insecto o hongo perjudicial (aunque estos dos pasos son opcionales).

“El crecimiento y desarrollo del café bajo sombra está bien simulado y describe adecuadamente la evolución cultivo en campo” (Gonzales, 2007, p.7).

El siguiente paso es trasladar la plantación al terreno ya acondicionado para que crezca fuerte y genere el fruto donde se aloja este preciado grano, es opcional sembrar plantaciones de plátanos o guama para generar sombra. Se concluye con la espera de tiempo en que la planta sea cultivable, y se tiene la rutina que periódicamente se debe limpiar el terreno, pues las malezas invaden estos campos fértiles.

Como vemos el proceso de cultivación del café es un sistema que engloba diversas actividades donde se influyen a nivel monetario, por ello es necesaria una estabilización de los precios. Beneficiarse de las mejores técnicas supone una ventaja que en las condiciones adecuadas asegura una venta de mayor precio, con ello el crecimiento del pequeño productor es notable en su cosecha posterior, pues se tiene la tendencia de mantener un porcentaje estipulado que se utilizara primordialmente en la inversión de su plantación.

Para controlar la calidad del café, se revisa constantemente la salud de las plantas ya que puede contraer el hongo de la Roya o diversos agentes externos que pueden dañar su integridad, algunas personas utilizan fertilizantes químicos para potenciar su salud, pero esto altera notablemente el sabor, la fragancia e inclusive la forma del grano, así como pesticidas para controlar las plagas presentes, existen muchos insectos que podrían destruir los cultivos, las hormigas están siempre presente en la zona rural y se encargan de llevar alimento a sus hormigueros, y notan muy agradable las hojas y sobre todo el fruto de la pulpa del café que puede ser muy agradable para ellas por su aporte en azúcar.

“La importancia del control de calidad a tenido un auge tan grande, que ha comenzado a formar parte de la formación escolar de todos los individuos, con el objetivo final de que conozcan la calidad” (Cerón, 2009, p.3).

En la ganancia que obtienen los pequeños productores, se abre un campo de grandes oportunidades, uno de ellos es el desarrollo escolar de sus familiares, por tanto el café indirectamente impulsa la educación en nuestro país, los hijos de pequeños productores por ejemplo deciden mantener la empresa, bien sea de la manera tradicional o especializándose en centros educativos como ser la Universidad Nacional de Agricultura en Catacamas o bien buscar su

desarrollo profesional en otras áreas asegurando nuevas fuentes de inversión para aumentar las utilidades.

Como se puede observar en esta investigación, el cultivo, la producción y venta del café, engloba las variables de calidad, estrategias y hasta educación, mantener este rubro es necesario para lograr la calidad de vida esperada. La práctica agrícola del café, así mismo como otras fuentes de ingresos son importantes en el sector rural, que directa o indirectamente mantienen la población hondureña, sin olvidar el hecho de que las divisas mantienen a flote nuestro PIB.

2.2 Teorías

2.2.1 Teorías de sustento

2.2.1.1 Control de Procesos

El control de procesos ayuda a entender la manera en que se cultiva el grano de café.

Es necesario entender lo que es el control de procesos, adueñarnos del proceso (que es un conjunto de factores casuales) e incorporar dentro del proceso maneras de hacer mejores productos, fijar mejores metas y lograr efectos. Para facilitar este proceso de raciocinio invente el diagrama. (Ishikawa, 1997, p.78)

El Diagrama de Ishikawa es una herramienta grafica que representa las relaciones múltiples de causa efecto de las diferentes variables que actúan en un proceso, su estructura tiene una línea en el plano horizontal que representa un problema analizar en la cabeza del esquema el cual es representado para facilitar las soluciones respectivas. Sirve para que las personas conozcan a profundidad el proceso con que trabajan. Y utilizamos este medio por su fiel representación respecto a problemas empresariales.

El diagrama de Ishikawa presenta múltiples ventajas puesto que permite: clasificar todas las causas relacionadas con el problema planteado; esclarecer un problema relativamente consecuente; hacer participar a todos los miembros del equipo en el análisis y crear así una dinámica de gestión de proyectos; limitar el olvido de algunas causas gracias al trabajo en grupo; identificar los dominios en los que hay que profundizar, donde a veces falta información; analizar un problema, sea cual sea el sector o el ámbito de actividades del que provenga; proporcionar elementos para la elaboración de una solución al problema planteado; dar una visión sintética de las relaciones de causa-efecto. (Saeger & Brigitte, 2016, p.6)

“Tomar conciencia de estas cinco fuerzas puede ayudar a una empresa a comprender la estructura del sector en el cual compete y elaborar una posición que sea más rentable y menos vulnerable a los ataques” (Porter, 2018, p.1).

En las cinco fuerzas se define una estructura de rentabilidad, determinan como distribuir el valor económico que se crea, puede ser penetrado mediante rivalidad de competidores y debilitado por medio de proveedores y compradores quienes son el foco principal de nuestra investigación.

“El resultado combinado de las cinco fuerzas indica el atractivo del sector industrial que se estudia. Cuanto más poderosas sean las cinco fuerzas, la posibilidad de obtener beneficios elevados disminuye” (Baena, Sánchez & Montoya, 2003, p.65).

“Porter provee un excelente ejemplo de esta aproximación que consiste en identificar cinco componentes como barreras de entrada, que son los siguientes: proveedores, productos sustitutos, consumidores, competidores interempresariales y la relación que existe entre estos elementos” (Romero, Salvador, Morales, Escobar & Ávila, 2009, p. 9).

2.2.1.2 Teoría Financiera

La evaluación económico-financiera de un proyecto permite determinar si conviene realizar un proyecto, si es o no rentable, si siendo conveniente, es oportuno ejecutarlo en ese momento o cabe postergar su inicio. En presencia de varias alternativas de inversión, la evaluación es un medio útil para fijar un orden de prioridad entre ellas, seleccionando los proyectos más rentables y descartando los que no lo sean.

La administración financiera, centra su atención para la valoración de las decisiones de inversión, en aquellos modelos que toman en cuenta el valor del dinero en el tiempo, correlacionando las fuentes de financiamiento y el costo medio ponderado de capital como datos fundamentales para su cálculo. (Altuve, 2004, p. 7)

“La inversión debe ser aceptada si el valor presente neto es positivo y rechazarla si es negativo. En tanto, si el valor presente neto resultara ser exactamente cero, lo que es improbable, sería indistinto realizar o no la inversión” (Ross, 2010, p. 263).

Identificar el análisis financiero permite conocer la extensión en el campo profesional, la rentabilidad de un proyecto se ve inmerso en el estándar de las finanzas, atribuir los tributos al estado en margen de las ganancias es considerado previsible, el rubro del café se ve limitado dentro del marco legal, y las atribuciones se deben ejecutar.

No es rentable si no permite un margen conveniente de ganancias, se debe recalcar que estos tributos permiten a su vez la mejora de la calidad de vida en los sectores delimitados en el espacio geográfico hondureño, el financiamiento es una práctica en la cual se atribuyen préstamos y modelos de pago. Para realizar su inversión los productores deben ejecutar diversas estrategias que permitan solventar los gastos.

Entre las estrategias se debe cumplir con una obtención de datos para proseguir con el paso de análisis y evaluación, la planeación y el control financiero, es una práctica de expertos, pero se debe orientar tanto a personas arbitrarias como naturales en pos de realizar esta función. Prosiguiendo con el análisis financiero podemos observar pequeñas limitantes respecto al 3.5% como impuesto especial de los ingresos netos aplicado en la república de Honduras, este control de gastos se debe tener presente.

A su vez los tributos convenientes como máximo productor, siendo contribuyente a el actual SAR que se dedica a la recolección de estos ingresos pertinentes. Lo cual es función principal del estado, esta institución mediadora existe para el beneficio social.

El control financiero visto como una etapa de administración financiera, permite corregir las estrategias de la meta necesaria, acompañado de la planeación financiera que se debe implementar de manera que el incurrir en los gastos sea provechoso mediante la inversión. Tener en cuenta los otros egresos es primordial para extender el correcto análisis financiero.

“La teoría financiera funciona como una herramienta del administrador financiero en su tarea de incrementar el valor de la empresa, ya que le permite entender los fenómenos financieros y contribuye a la planeación de la empresa dentro de su entorno” (Morales, 2002, p.4).

El entorno rural se ve bastante exento de estos impuestos, por lo que los pobladores evitan a toda costa el cumplimiento de estas regulaciones legales, el descubrimiento de estas fallas recae en sanciones que implementa el Instituto Hondureño del café. Se debe contribuir en la mayor medida de estas obligaciones, por tanto, es necesario manejar el flujo de información.

El valor de una empresa se ve determinado por su popularidad, un productor que este al día con sus tributos financieros cobra importancia en el mercado lo cual permite mejores tratos y la

relación directa con notables inversores, en el caso del café la otorgación de préstamos se concede a productores que no descuidan su función tributaria. Vale resaltar el impacto con el medioambiente por eso también es pertinente el control de los suelos y uso de productos mínimamente nocivos al ecosistema de la zona, refiriéndonos directamente al tipo de fertilizantes e insecticidas o plaguicidas, los cuales también son regulados por las autoridades, el uso de instrumentos contrabandeados, recae como una notable falta.

Concentrándonos directamente en la teoría financiera comprendemos que su función, aunque se considere obstáculo está realmente ligada a la mejora en la calidad de vida dentro del marco social, la ejecución de sus modelos es flexible y se adapta al entorno en que se desarrolla utilizando pasos similares, como los ya mencionados, el control y la planeación financiera. Los modelos de la teoría financiera tienen un carácter evolutivo por tanto la implementación o experimentación de los mejores mecanismos dan buena fe al productor como empresario destacado.

Una de las notables ventajas es estar en concordancia con los objetivos que se planea alcanzar, lo podemos relacionar con el plan estratégico que brinda la operación de las variables, por tanto, debe estar en sintonía con las estrategias delimitadas en nuestro proyecto. La ejecución de esta teoría está presente considerándola dentro de la variable de la rentabilidad, en el cual observamos los egresos y las compras incluyendo los precios actualizados de los insumos dentro de los cálculos en las tablas del capítulo IV, para la aplicación de los instrumentos en la recolección de datos, los cuales fueron la entrevista y la encuesta.

2.2.2 Conceptualización

Beneficios: permiten mejorar el sector rural, pues el empresario que obtiene grandes beneficios se da el lujo de incrementar su empleo de mano de obra, sin embargo, los beneficios en el precio del café, obliga a su vez a hacer recortes de personal, reducción en las compras, y limitar la calidad, maximizar los beneficios puede ser un error, se deben equilibrar en función a la rentabilidad.

Café: es el nombre de la semilla cafeto que proviene de una planta natural que crece en los climas tropicales y ecuatoriales.

Escamilla, (1994) afirma:

Un sistema de producción o agroecosistema es la diversidad de plantas que se cultivan dentro de una parcela, analizada desde el punto de vista de su distribución en el espacio (arreglo dentro de la parcela), en el tiempo (estación de crecimiento, años, etc.) y su nivel tecnológico. (p.45)

En nuestra investigación el café es un producto en el cual se concentra nuestra atención, pues de él depende la calidad de vida de las personas en el sector rural, su proceso de cultivo varía en función al terreno de cosecha, y esto permite la diferencia en su sabor, el de Guaimaca se caracteriza por toques tropicales y una fragancia de chocolate y caramelo.

Centro de acopio: la necesidad de la creación de este centro es una de las razones de nuestro proyecto, en él se permite el resguardo del grano, para iniciar el transporte, se puede considerar como bodega de almacenamiento con función comercial.

“Se define como Centro de Acopio, al lugar donde se concentran los productos agropecuarios alimenticios naturales, es decir, tal como son producidos en el campo, para su

comercialización organizada y para el flujo de dichos productos hacia el comercio mayorista” (Obelle, 1974, p.13).

Comerciante Intermediario: es la persona que trabaja por sí mismo, y se encarga de comprar y vender la mercadería transfiriéndola a un consumidor. Así mismo lo consideramos el obstáculo para el productor menor pues reduce el pago recibido al productor por su cosecha, el uso de centros de acopio y venta directa a cooperativas maximizan las ganancias de los productores.

Competencia: la cantidad de competidores es muy extensa, de los cuales podemos destacar los denominados productores mayores, son los que obtienen los mejores beneficios pues cuentan con la logística necesaria para comercializar el grano, la realización de un centro de acopio permite equilibrar la competencia, de esta manera los productores menores pueden reducir sus pérdidas.

“Según Jack Fleitman, (2000) la **distribución** comprende las estrategias y los procesos para mover los productos desde el punto de fabricación hasta el punto de venta” (p. 82).

Compras: se relacionan con los egresos y están en función a los costes de producción, para los productores es útil conocer el mercado local que oferta estos insumos, para organizar sus compras en función a los precios más accesibles y suministros de calidad deseable.

Cooperativa de café: Las cooperativas de café son las encargadas de recaudar estos granos y transferirlos bien al mercado local o de exportación a su vez brindan provechosos beneficios, en nuestro caso visitamos la cooperativa localizada en el municipio de Talanga, comprendemos que los comerciantes intermediarios obtienen sus ganancias recaudando y transportando el grano comprado de productores menores, se determina que ofrecen un menor precio, la realización de un centro de acopio, anexo a las cooperativas de café nos ayuda a evitar este inconveniente.

Costos de producción: ellos son los gastos necesarios para cosechar el café, se ven inmersos en el plan estratégico pues es de vital importancia detallar cual es el margen que se debe invertir para comprender la rentabilidad en cuanto la producción de café.

Demanda: la demanda de café está sujeta a la fluctuación del precio, al igual que Honduras, muchos países se dedican al rubro del café como pilar en su economía, esto crea fluctuación de acuerdo a la cantidad de oferta en el mercado internacional, para obtener una demanda considerable, se debe tener en cuenta la cantidad, a su vez la situación social y cultural de los productores, pues en los últimos años las personas evitan ingerir cafeína en sus dietas por influencia de las redes sociales.

Egresos: los gastos incurridos directamente en el cultivo del café, dependen de la situación económica del productor, el ahorro es primordial para maximizar los egresos, pues la compra de los insumos a precios mayoristas reduce su costo.

Estrategias: lograr que los pequeños productores de café desarrollen su centro de acopio, es la necesidad principal en las estrategias, esto contribuye a la calidad de vida del productor, las podemos localizar en el presupuesto del plan estratégico.

Oferta: consideramos la oferta como los granos de café puestos en el mercado, los cuales tienen ligeras variaciones entre especies, nos enfocamos en la diferencia del modo de venta, que va desde en uva, despulpado, secado y tostado. Obedece a la variable productores, en la operacionalización de las variables pues obedece como una de sus dimensiones.

Plan Estratégico: la realización de esta herramienta o modelo es necesaria para programar las actividades necesarias en la realización del centro de acopio y puedan vender directamente el grano de café a la cooperativa, producir costos y evitar el roce con comerciantes intermediarios.

“El plan estratégico puede y debe contemplar un esbozo de las estrategias funcionales, máxime si luego no van a ser concretadas en sus respectivos planes funcionales” (Saínez, 2007, p.208).

Productividad: es la capacidad que tiene la industria para transformar y producir un bien, generalmente tomado de la naturaleza. Se relaciona directamente con la inversión que pueda tener el productor durante el año. Para obtener una productividad eficiente se debe priorizar el ahorro.

“La productividad es una medida de eficiencia que se relaciona con la producción. Conceptualmente, puede definirse como la interrelación entre los ingresos, el proceso de conversión y los egresos” (Tejada, 2007, p. 289).

Productores: son personas que se dedican a la agricultura en especial a la producción de café en grano, para poder comercializar su producto a varios demandantes dispuestos a consumirlos. Los localizamos como las personas clave de la investigación, satisfacer sus necesidades es nuestra principal función.

Producción: La producción se refiere al empleo de cualquier tipo de fuerza para la obtención de un bien, refiriéndose a bien, con algo que preste utilidad a la sociedad.

La producción de café en el municipio de Guaimaca es eficiente, debido a la situación del relieve y ambiente, su obstáculo es el transporte durante la comercialización.

“En economía este concepto es mucho más amplio ya que involucra todo proceso o combinación que transforme un grupo de factores o bienes en otros bienes distintos” (Rosales, 2000, p. 60).

Stanton, Etzel y Walker, (2004) autores del libro "Fundamentos de Marketing", definen: el **producto** como un conjunto de atributos tangibles e intangibles que abarcan empaque, color, precio, calidad y marca, más los servicios y la reputación del vendedor; el producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, una persona o una idea. (p.248)

Rentabilidad: la rentabilidad es la capacidad que tiene una empresa de generar renta, es decir una ganancia. Los pequeños productores se ven obligados a comprender cuanta cantidad de producción es rentable para obtener las necesarias ganancias y no observar números rojos o reducido dinero, la podemos observar en la sección de análisis financiero.

Rentabilidad es sinónimo de ganancia, utilidad, beneficio. Se trata de un objetivo valido para cualquier empresa, ya que a partir de la obtención de resultados positivos ella puede mirar con optimismo no solo su presente, que implica la supervivencia, sino también su futuro; es decir, el desarrollo de la organización en el tiempo. (Faga & Ramos, 2006, p. 12)

Para Philip Kotler y Gary Armstrong (2013)

Autores del libro "Fundamentos de Marketing", **el precio** es (en el sentido más estricto) la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. En términos más amplios, el precio es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio. (p.136)

Utilidad: lograr la utilidad deseable es una de las obligaciones o compromisos que deben asumir los productores, la localizamos en la rentabilidad, va estrictamente relacionada con la calidad del grano.

2.3 Metodologías aplicadas

2.3.1 El análisis FODA

El análisis FODA es aplicable a cualquier tipo de empresa sin importar su tamaño o naturaleza, es una herramienta que favorece el desarrollo y ejecución de la planeación formal, es por eso que resulta conveniente que los responsables de las decisiones administrativas cuenten con un procedimiento para la elaboración de un diagnóstico situacional FODA, como el que aquí se sugiere, que facilita la toma de decisiones y el desarrollo de estrategias. (Ramírez, 2009, p.54)

Por ello, en la praxis del análisis a los productores de café en grano es necesario establecer un análisis FODA, observando sus fortalezas, oportunidades con que cuentan, sus debilidades y amenazas, esta evaluación permite realizar un diagnóstico de la organización.

“El análisis FODA consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que en su conjunto diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa; es decir, las oportunidades y amenazas” (Ponce, 2006, p.2).

2.3.2 Plan Estratégico

Por medio de esta herramienta tratamos de aclarar lo que pretendemos conseguir y de qué manera realizarlo.

Pues bien, al hablar del plan estratégico de la empresa, nos estamos refiriendo al plan maestro en el que la alta dirección recoge las decisiones estratégicas corporativas que ha adoptado «hoy» es decir, en el momento que ha realizado la reflexión estratégica con su equipo de dirección. (Saíenz, 2017, p.63).

Prioritariamente es necesario establecer cuáles son las estrategias que planeamos establecer en este proyecto referente a los problemas que tienen los productores de café en grano.

Estrategias operativas: Se considera que una empresa es una serie de funciones (marketing, producción, recursos humanos, investigación y desarrollo, etc.) y la manera de entenderla es analizar

el desempeño de cada una de esas funciones con relación a las ejecutadas por la competencia. (Martínez & Milla, 2012, p.15)

2.3.3 La Cadena de Valor

También es necesario implementar un análisis de la cadena de valor, pues permite describir el análisis de las actividades y poder tener una ventaja competitiva.

El Análisis de la Cadena de Valor es una herramienta gerencial para identificar (fuentes de ventaja competitiva. El propósito de analizar la cadena de valor es identificar aquellas actividades de la empresa que pudieran aportarle una ventaja competitiva potencial. Poder aprovechar esas oportunidades dependerá de la capacidad de la empresa para desarrollar a lo largo de la cadena de valor y mejor que sus competidores, aquellas actividades competitivas cruciales. (Martínez & Milla, 2012, p.15)

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El objetivo de este capítulo es explicar la metodología que sustenta a esta investigación. En primer lugar, definimos el problema de investigación para poder establecer el tipo de investigación que se llevó a cabo y así realizar el diseño del mismo, se realizó la Matriz de congruencia, Matriz de Operacionalización y diagrama de variables, luego definimos la muestra, efectuando la recolección y el análisis de los datos que se obtuvieron en la investigación.

3.1 Congruencia Metodológica

3.1.1 Matriz Metodológica

El proyecto de investigación abarca desde la estructura teórica del proceso de investigación, hasta la estructura real de las etapas que se realizaron en la presente investigación, la Matriz de Congruencia ayuda a abreviar el tiempo dedicado a la investigación comenzando desde el Título de la investigación, planteamiento del problema, preguntas de investigación, objetivo general hasta llegar a los objetivos específicos, se debe llevar un orden de manera que desde el principio exista congruencia entre cada una de las partes.

En su forma de matriz permite apreciar el resumen de la investigación y comprobar si existe una secuencia lógica.

Tabla 1. La Matriz Metodológica

Título	Problema	Preguntas de Investigación	Objetivos		Variables			
			General	Específicos	Independientes	Dependiente		
Plan Estratégico de Mejora en los precios del grano para los productores de café en Guaimaca, Francisco Morazán.	¿Qué tan posible sería garantizar un precio adecuado del café para el productor del sector de Guaimaca, Francisco Morazán?	<p>1. ¿Cuáles son los factores que influyen en la determinación o establecimiento del precio del café en grano que cultivan algunos pobladores del municipio de Guaimaca?</p> <p>2. ¿De qué manera afectan los comerciantes intermediarios a los pequeños productores de café en el sector de Guaimaca, Francisco Morazán?</p> <p>3. ¿Qué impacto financiero tendría el pequeño productor de café en la zona de Guaimaca el tener un precio más estable para su producto vendiéndolo directamente a la cooperativa de café por medio de un centro de acopio?</p>	<p>Contribuir a la estabilización de los precios de café en grano localmente para el sector de Guaimaca, mediante un adecuado plan estratégico, para proporcionar al pequeño productor un nivel al precio establecido según la bolsa de new york.</p>	<p>1. Conocer los factores que influyen en la determinación o establecimiento del precio del café en grano que cultivan algunos pobladores del municipio de Guaimaca.</p> <p>2. Analizar la información recibida por parte de los productores de café en cuanto a costos, precios de venta, niveles, calidad y cantidad de producción del grano.</p> <p>3. Definir posibles alternativas que podrían mejorar la estabilización de precios a los productores de café y por ende mejorar sus ingresos.</p>	Productores	Costos de Producción	Precio	Plan Estratégico

Continuación de Tabla 1. La Matriz Metodológica

Título	Problema	Preguntas de Investigación	Objetivos		Variables	
			General	Específicos	Independientes	Dependiente
Plan Estratégico de Mejora en los precios del grano para los productores de café en Guaimaca, Francisco Morazán.	¿Qué tan posible sería garantizar un precio adecuado del café para el productor del sector de Guaimaca, Francisco Morazán?	4. ¿Qué otras alternativas podrían mejorar la estabilización de precios a los productores de café y por ende la rentabilidad de sus fincas?	Contribuir a la estabilización de los precios de café en grano localmente para el sector de Guaimaca, mediante un adecuado plan estratégico, para proporcionar al pequeño productor un nivel al precio establecido según la bolsa de new york.	4. Proponer un plan estratégico que establezca los precios según la bolsa de new york, para que los pequeños productores obtengan la rentabilidad adecuada y de esta forma mejorar su calidad de vida.	Cooperativa del café	Plan Estratégico

3.1.2. Esquema de las variables de estudio

Una variable es una propiedad que puede fluctuar y cuya variación es susceptible de medirse, analizarse y revisión de documentos.

En este estudio la variable dependiente fue el plan estratégico que ayudara a los pequeños productores analizar la mejor manera de establecer sus precios de manera que sus ingresos puedan optimizarse, por medio de la medición de las variables independientes que ayudaran a definir las posibles alternativas que podrían mejorar la estabilización de precios a los productores de café en el sector de Guaimaca.

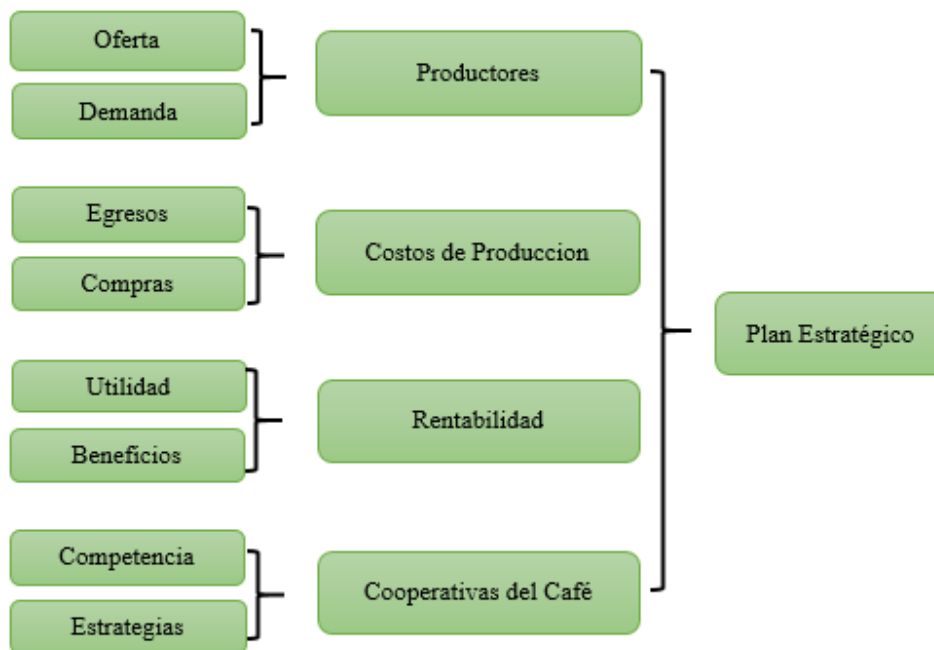


Figura 2. Diagrama de las variables

3.1.3 Definición operacional de las variables

Este procedimiento permite pasar del plano abstracto al plano concreto de la investigación ya que orienta la ejecución del proceso de investigación que se reflejan en las variables, su definición conceptual, definición operacional, las dimensiones que corresponden a los aspectos principales que se desglosa de la variable, el indicador ya que debe ser significativo para la investigación y cada indicador debe contener un Ítems.

Tabla 2. Operacionalización de las variables

Variable Independiente	Definición		Dimensiones	Indicador	Ítems	Categoría	Escala
	Conceptual	Operacional					
Productores	Personas que interviene en la elaboración de bienes y servicios en la organización del trabajo.	Personas que se dedican al cultivo de café en la zona de Guaimaca, Fco. Morazán	Oferta	Cantidad producida por los dueños de fincas	¿Qué tipo de café produce?	Grano despulpado Grano Uva	1. Bajo 2. Alto
			Demanda	Consumo del grano en la localidad	¿A quién vende su producción o cosecha?	Asociaciones de Productores o cooperativas	1. Bajo
						Intermediarios o comerciantes locales	2. Alto
						Exportadores	3. Bajo
Trilladoras, tostadoras o beneficiarias	4. Bajo						
Costo de Producción	Valoración monetaria de los gastos incurridos y aplicados en la obtención de un bien. Incluye el costo de los materiales, mano de obra y los gastos indirectos de fabricación cargados a los trabajos en su proceso	Son todos los gastos que incurre en el proyecto un cafetalero que serán recopilados a través de la encuesta y verificados en visitas Agropecuaria local	Egresos	Gastos incurridos indirectamente con el cultivo del café	¿Usted como productor de café, conoce el precio al que venden las demás fincas o productores de la zona?	Si	1. Alto
			Compras	Cantidad de insumos que afectan directamente el cultivo de café	No	2. Bajo	

Continuación de Tabla 2. Operacionalización de las variables

Variable Independiente	Definición		Dimensiones	Indicador	Items	Categoría	Escala
	Conceptual	Operacional					
Rentabilidad	Es la obtención de beneficios o ganancias provenientes de una inversión o actividad económica.	La utilidad neta que reciben los pequeños productores por la venta de café en grano	Adquisición Beneficio	Análisis de los Estados Financieros Toma de decisiones de inversión con los intermediarios	¿Qué nivel de demanda encuentra en el mercado local?	No hay compradores en el mercado local Muy pocos compradores en el mercado local Suficientes compradores en el mercado local Exceso de compradores en el mercado local	1. Bajo 2. Bajo 3. Bajo 4. Alto
Cooperativa del Café	Ente que se dedica habitualmente al trabajo que también aporta en la economía	Ente que adquiere el café de los pequeños productores para la venta en el extranjero	Competencia Estrategias	Análisis Interno del sector de Guaimaca Propuestas realizadas por los comerciantes	¿Existe un mecanismo para determinar el precio de venta del café que produce?	Si No	1. Medio 2. Medio

3.2 Enfoque y métodos

3.2.1 Enfoque

Para este proyecto de investigación, el enfoque utilizado fue el mixto para dar más profundidad al estudio, sin embargo, su mayor tendencia es cuantitativo con un 75%, por la verificación de datos numéricos y el análisis estadístico, en cuanto al enfoque cualitativo, este se realizó con el análisis de la entrevista aplicada con el fin de conocer la opinión de los pequeños productores de café en cuanto a la fluctuación de precios del grano.

3.2.2 Métodos

Los métodos utilizados en esta investigación fueron los siguientes:

a. Deductivo:

En esta investigación se inició investigando la situación sobre la producción del café desde lo general hasta lo particular

“El método deductivo permite determinar las características de una realidad particular que se estudia por derivación o resultado de los atributos o enunciados contenidos en proposiciones o leyes científicas de carácter general formuladas con anterioridad” (Abreu, 2014, p. 210).

b. Inductivo

“Método inductivo: es cuando el asunto estudiado se presenta por medio de casos particulares, sugiriéndose que se descubra el principio general que los rige” (Vargas, 2009, p.5).

c. Histórico

Behar (2008) afirma:

Que el método histórico lógico de investigación se aplica a la disciplina denominada historia, y, además, se emplea para asegurar el significado y confiabilidad de hechos pasados en las ciencias en forma general y en cualquier disciplina científica. El método histórico ayuda a establecer las relaciones presentes en los hechos acontecidos en el desarrollo de las ciencias. (p. 211)

d. Descriptivo:

“El método descriptivo busca un conocimiento inicial de la realidad que se produce de la observación directa del investigador y del conocimiento que se obtiene mediante la lectura o estudio de las informaciones aportadas por otros autores” (Abreu, 2014, p.208).

e. Explicativo:

El método explicativo busca el porqué de los hechos, estableciendo relaciones causa efecto. Para ello, como es lógico, es necesaria la definición de una o más variables, tanto dependientes como independientes, sujetas a la manipulación del experimentador y a su medición. Trata de buscar las causas reales de los fenómenos y sus resultados poseen un nivel profundo de conocimiento. (Ibáñez, 2015, p.88)

f. Analítico:

El método analítico es el heurístico, palabra que proviene del término griego heurisko que quiere decir yo busco, descubro, y que es el método que se usa para encontrar lo nuevo, lo que se desconoce. En historia sería el manejo de las fuentes escritas y orales principalmente, aunque para el estudio de la prehistoria habría que recurrir a otras ciencias auxiliares de las que se hablará más adelante. (Delgado, 2010, p. 1)

f. Sintético:

“Método Sintético: este método implica la síntesis, es decir, unión de los elementos para formar un todo” (Vargas, 2009, p. 8).

3.3 Diseño de la Investigación

Tomando en cuenta el enfoque cualitativo, el diseño de la investigación fue no experimental, pues se observaron situaciones ya existentes para poder analizarlas, de igual forma se empleó un diseño transversal por la recolección de datos ya que este se dio en un solo momento tanto las encuestas como las entrevistas.

El estudio es exploratorio-analítico busca conocer la medición sobre la fluctuación de los precios en la venta de grano de café de los pequeños productores, por lo que para responder a la pregunta de investigación planteada se aplicaran las siguientes etapas:



Figura 3. Diseño de la investigación (etapas)

3.3.1 Población

La población que se estudió fueron los pequeños productores de café, comprendidos en el municipio de Guaimaca, departamento de Francisco Morazán del país.

De acuerdo con los datos obtenidos de INHCAFE, el municipio de Guaimaca, cuenta con 1,223 productores para la última cosecha 2016-2017. Para poder conocer las características de

producción y comercialización del café en el sector, se realizaron las encuestas y entrevistas a los pequeños productores del grano de café.

3.3.2 Muestra

Para recolectar la información se seleccionó la muestra no probabilística, tipo conveniencia, por el tiempo de duración de la investigación y el estudio está dirigido a pequeños productores de café; por lo tanto, se estudió el 6% de la población, que resultan 70 pequeños productores de café a encuestar, quienes proporcionaron diferentes opiniones. Los datos proporcionados por los 70 productores se consideran apropiados para determinar los resultados y el análisis de la investigación.

3.3.3 Unidad de análisis

La unidad de análisis del estudio se enfoca en los pequeños productores de café en grano en el municipio de Guaimaca, donde buscamos las estrategias de garantizar un precio adecuado del café, les aplicándose como instrumento la encuesta, por ser los involucrados directos.

3.3.4 Unidad de Respuesta

La unidad de respuestas estará conformada por los porcentajes obtenidos en la aplicación del instrumento.

3.4 Técnicas y procedimientos aplicados

3.4.1 Técnicas

En esta investigación se utilizaron dos técnicas: la encuesta y la entrevista como métodos para recolectar los datos de los precios del grano de café a los pequeños productores.

Encuesta es una de las técnicas de recolección de información más usadas, a pesar de que cada vez pierde mayor credibilidad por el sesgo de las personas encuestadas. La encuesta se fundamenta en un cuestionario o conjunto de preguntas que se preparan con el propósito de obtener información de las personas. (Bernal, 2010, p. 256)

El primer instrumento sirve para recopilar información específica y precisa, el segundo instrumento proporciona detalles necesarios para realizar un análisis para luego evaluar los resultados obtenidos.

Traducción que permita conocer sobre el entrevistado y su entorno. Análisis sustentado por interpretación y reinterpretación (basándose en la observación) Comprender de cultura simbólica y contexto social, Análisis semántico. No solo lingüístico. Se reconstruye una narración, identificar categorías. Informe es la interpretación de la entrevista. (Moncada Vázquez, 2013, p. 28)

“La técnica de encuesta es ampliamente utilizada como procedimiento de investigación, ya que permite obtener y elaborar datos de modo rápido y eficaz” (Casas, Repullo & Campos, 2003 p. 143).

3.4.2 Procedimientos de validación de las técnicas

El procedimiento para validar las técnicas de recolección de información son las siguientes:

En la formulación de la encuesta, se verificaron las preguntas necesarias a que se aplicó a los pequeños productores, a su vez se calificaron los instrumentos necesarios: la encuesta y entrevista. Se utilizó un método práctico en el caso de la documentación; para analizar los patrones de referencia confiable, se discutió y orientó a los participantes para obtener respuestas breves y confiables, nos dedicamos a analizar de manera confiable el flujo de información obtenido, por último, en el caso de integración de la muestra, estuvimos participando en todos los procesos, con el sumo cuidado y tomando las medidas necesarias para preservar la información obtenida.

3.5 Fuentes de información

3.5.1 Fuentes primarias

La fuente primaria de la investigación se considera por medio de la técnica la encuesta a los pequeños productores de café, el cual brindara la información necesaria para llevar a cabo el análisis de la variación de los precios, los costos de operación. Seguidamente la rentabilidad será determinada a través de la entrevista misma información proporcionada por el pequeño productor de café.

En lo relacionado se propondrá un plan estratégico que establezca los precios para que los pequeños productores obtengan la rentabilidad adecuada, de esta forma mejorar su calidad de vida. El proyecto de inversión de siembra de café, se desarrollaron estados financieros con los datos recabados de las entrevistas, tomando como base la sociedad de dos pequeños productores. Seguidamente, se aplicó un análisis utilizando métodos financieros, proyectando a cinco años.

3.5.1 Fuentes secundarias

Como fuentes secundarias para la investigación se consideraron: libros, bibliografías, estadísticas nacionales e internacionales e investigaciones previas.

3.6 Limitantes del estudio

La investigación se limita al estudio de la claridad de los datos, los cuales son de representación subjetivo, es decir que estamos prediciendo un resultado futuro que puede causarse, debido a que existen diversos factores que alteran la economía del país, por lo que no es posible una exactitud.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS

El presente capítulo es un resumen de los resultados obtenidos en la investigación por medio de las técnicas descritas anteriormente, las cuales incluyen datos relevantes con respecto a la producción del café en el municipio de Guaimaca, así como la opinión de las personas a quienes se les aplicó la entrevista. De esta manera, se presentan los resultados de un estudio cuantitativo y un estudio cualitativo para conocer los factores que determinan el precio del grano, los costos y la cantidad de inversión que necesita un productor para llevar a cabo su cosecha. el cual muestra un plan de inversión, proyecciones de ingresos y estados financieros para la valoración de una finca.

4.1 Resultados de Encuestas

Los datos que se presentan a continuación fue el resultado obtenido en las 70 encuestas aplicadas a personas claves como pequeños productores de café, del sector de San José, municipio de Guaimaca.

Datos Generales

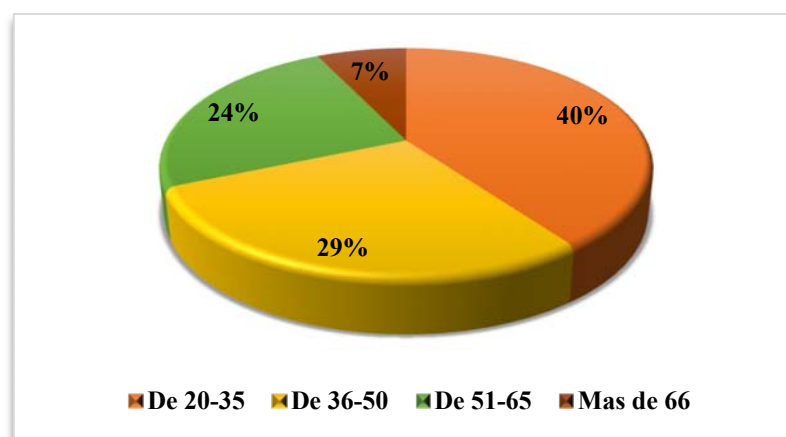


Figura 4. Edades de los Pequeños Productores de Café

Del total de los pequeños productores de café que se encuestaron, el 76% están representados por varones y el 24% mujeres, entre ellos el 40% se encuentran entre las edades de los encuestados en un rango de 20-35 años, seguidamente un 29% en el rango de 36-50 años, con un 24% en el rango de 51 a 65 años y el 5% restante en el rango de 66 años en adelante.

Lo anterior significa que el trabajo en las fincas es arduo y duro, por ende, la mayoría está representada por varones en edades jóvenes, las personas de mayor edad se dedican más al corte del grano ya que este no requiere de mucho esfuerzo físico para realizarlo. Concluyendo, para un mejor aprovechamiento de las fincas estas deben ser administradas o dirigidas por personas adultas y con experiencia en el rubro.

1. ¿El terreno donde cultiva su café es propio?

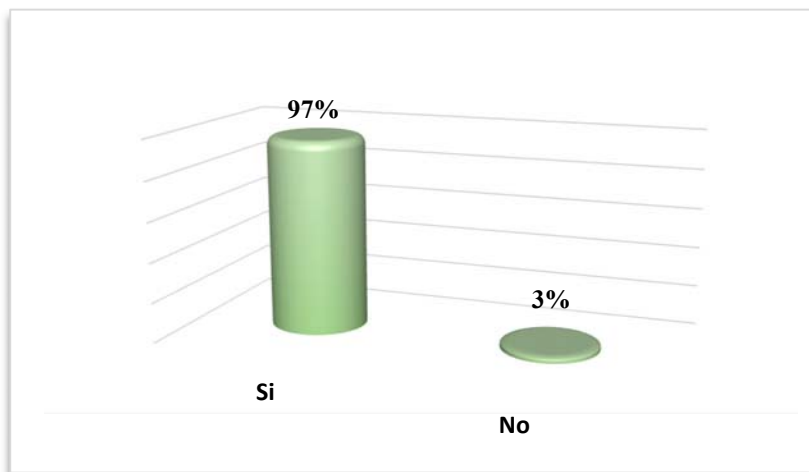


Figura 5. Terreno donde Cultiva el Café

Al consultar por el terreno donde se cultiva el café, los encuestados respondieron en su mayoría, representados por el 97% que cultiva su planta de café en terreno propio y un 3% no tiene terreno, deben alquilarlo.

De esta manera se detectó que los productores poseen un terreno propio para sus cultivos, por lo tanto, se concluye que estos poseen una gran ventaja ya que se evitan costos mayores en la inversión, lo cual es una garantía para mejorar el precio de venta del café y así optimizar sus ganancias, obteniendo una mayor ventaja con los que deben alquilar el terreno para producir el grano.

2. ¿Qué tipo de café produce?

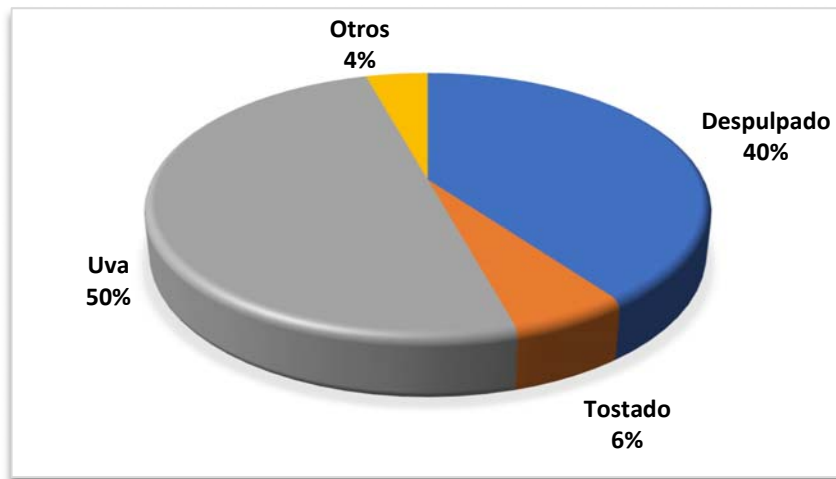


Figura 6. Tipo de café que produce para la venta

Según el tipo de café que producen, el 50% de los encuestados mencionaron que venden el café en uva debido a que le lleva menos costos en el proceso producirlo de esta manera y evitarse así también varios procesos y solamente contratar mano de obra para el corte, llenarlo a los sacos y venderlo.

El 40% vende el café despulpado ya que consideran es mejor, aunque incurren en costos adicionales más o menos de L. 4.00 por lata como alquiler de la máquina despulpadora de café, considera que obtiene una mejor ganancia.

Otra pequeña parte de los pequeños productores representada por el 6% venden su café ya tostado, prácticamente como producto terminado. Se obtienen mayores ganancias, pero se deben tener las herramientas necesarias para poder llegar hasta este proceso.

El 4% restante no especificaron que tipo de café produce debido al temor que la competencia quisiera tomar sus ideas.

3. ¿Usted como productor de café, conoce el precio al que venden las demás fincas o productores de la zona?

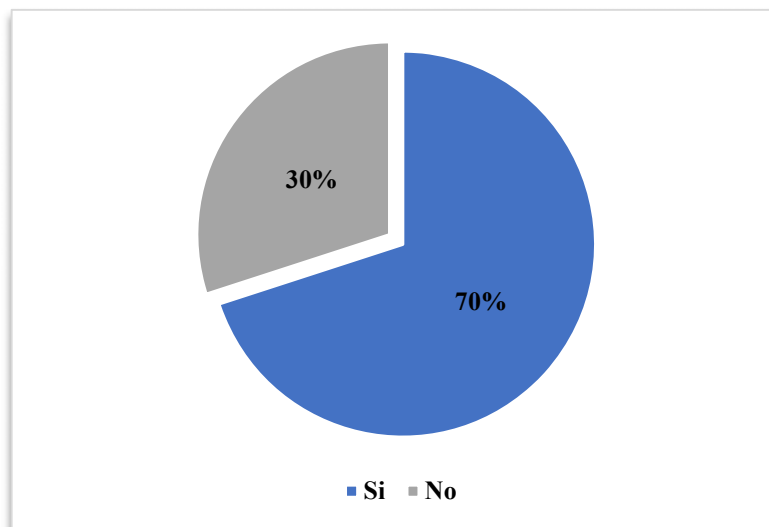


Figura 7. Conocimiento sobre precio de venta de los competidores

El 70% de los pequeños productores aseguraron conocer el precio al que venden el café las demás fincas de alrededores o competencia, debido a que la mayor parte de los compradores en esa zona son los Intermediarios comerciales y estos manejan un solo precio dependiendo también la calidad del grano de café

El otro 30% no conoce el precio al que vende su competencia debido a la lejanía de las fincas entre sí. Por lo anterior se concluye que los precios del café son manipulados por un solo grupo, lo cual se puede sugerir algunas estrategias para el mercadeo y comercialización del café a un mejor precio.

4. ¿Existe un mecanismo para determinar el precio de venta del café que produce?

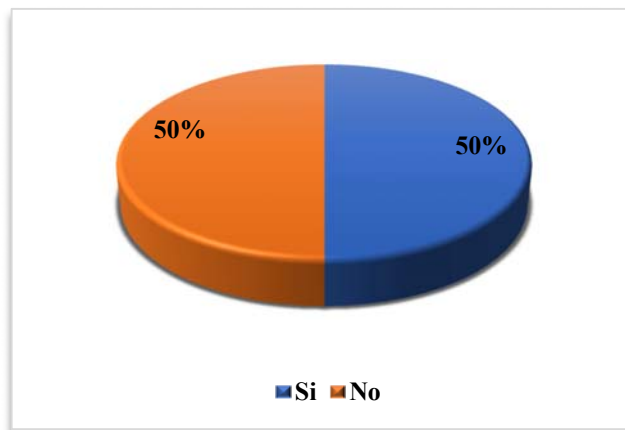


Figura 8. Mecanismo para determinar el precio del café

Referente a establecer los precios, el 50% de las personas encuestadas considera que existe un mecanismo para determinar el precio de venta de café, algunos expresaron que este dependía más de la variación en la bolsa de New York, otros lo establecen investigando el precio en el mercado local, varios lo venden al precio que el intermediario comercial considere comprarlo y muy pocos creen que para establecer el precio el café debe ser de buena calidad.

El 50% restante no tienen idea de cómo determinar el precio de una manera estratégica para la venta del café simplemente hacen números entre lo que invirtieron y lo que gastaron en sus cosechas. Por lo expuesto anteriormente se puede utilizar para sugerir informar o capacitar a los

productores de café para realizar cálculos y puedan establecer el precio de su producción generando utilidades.

5. ¿A quién vende su producción o cosecha?

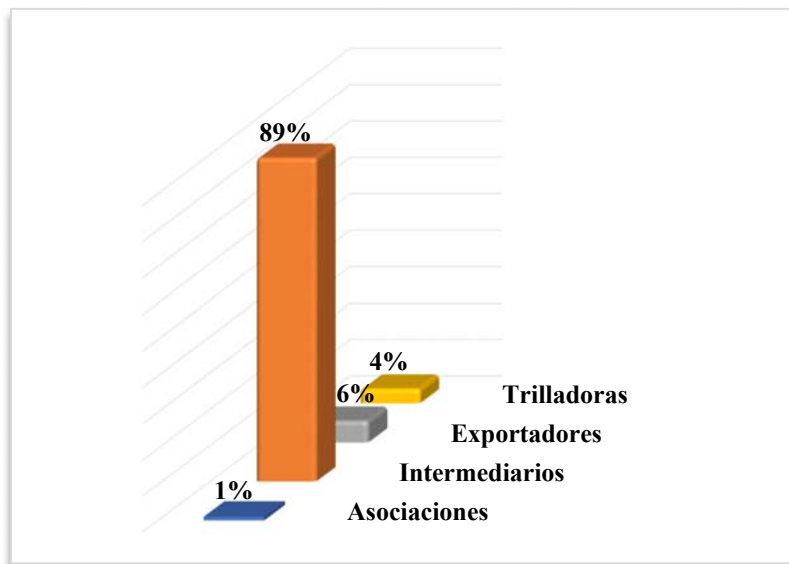


Figura 9. Destino de la producción de grano de café

En base a los resultados obtenidos se menciona que el 89% venden su producción a los intermediarios, los cuales le pagan alrededor de L. 2,000.00 por quintal, seguidamente el 6% a los exportadores a un precio de L. 250.00 por lata, 4% los trilladores a L. 50.00 la libra y 1% a las cooperativas a un precio de L. 300.00 la lata.

Concluyendo, el mayor oferente es el Comerciante Intermediario debido al conocimiento que tiene este sobre la zona y el mercado donde realiza las compras, además de mantener una amistad y confianza entre los productores del municipio desde hace muchos años.

5. ¿Qué nivel de demanda encuentra en el mercado local?

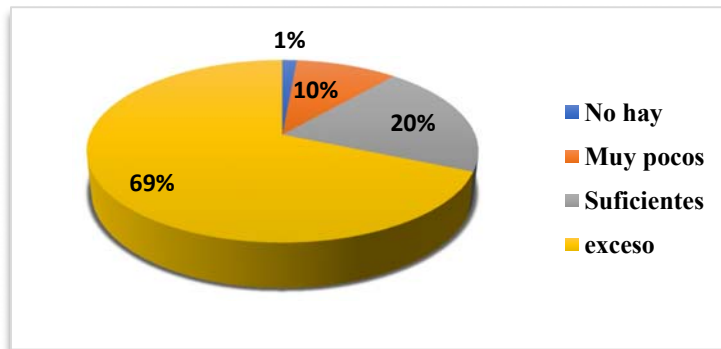


Figura 10. Nivel de Demanda en la producción

El mercado local según los encuestados el 69% contestó que había exceso de demanda, seguido por el 20% suficiente demanda, el 10% muy pocos y el 1% no hay demanda.

Según lo mencionado en el párrafo anterior, los productores de café enfrentan un exceso de demanda por parte de los intermediarios que compran el café en grano, y por la confianza que existe prefieren venderlo a ellos, además consideran que no tienen la capacidad ni los medios para poder negociar directamente con cooperativas o exportadores por lo que es necesario crear un centro de acopio.

7. ¿En qué lugar vende usualmente el café que produce?

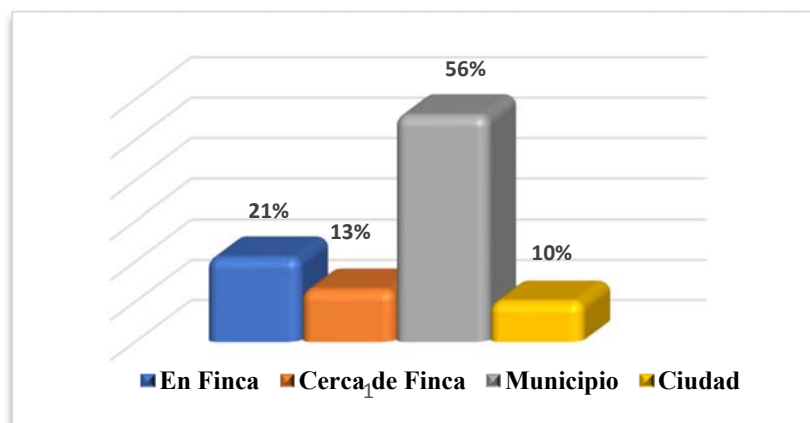


Figura 11. Lugar donde se vende el grano de café

En base a los resultados obtenidos de la población encuestada 39 participantes venden su producción en el municipio más cercano representado un 56% de la muestra, seguidamente 15 participantes lo venden en la finca, quienes representan un porcentaje de 21%, 9 participantes lo venden cerca de la finca representado en un 13% y 7 participantes lo venden en la ciudad más próxima representados en un 10% de la muestra.

Lo anterior significa que un poco más de la mitad de los encuestados venden sus granos de café en el municipio más cercano el cual es Guaimaca, donde se encuentran la mayor parte de intermediarios, las Cooperativa están ubicada en el municipio de Talanga, concluyendo que para venderlo directamente a estos se necesita estar afiliados.

8. ¿Qué buscan los compradores al momento de adquirir el café en grano?

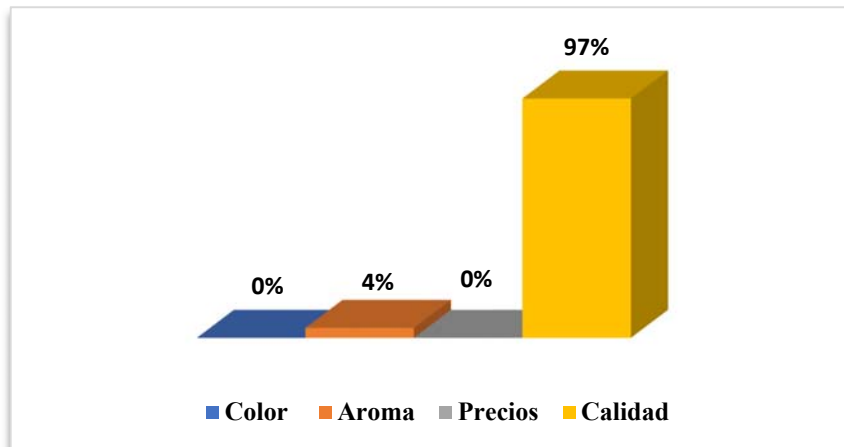


Figura 12. Características del café al momento de adquirir los compradores

67 productores, representados por el 96% mencionaron que los compradores buscan la calidad del café y 3 participantes, es decir, el 4% de la muestra comentaron que los compradores buscan el aroma del café, cabe mencionar que ninguno mencionó o afirmó que el precio y el color tuviera que ver con las características que buscan los compradores al momento de adquirir los

granos de café. Como en toda transacción comercial, los compradores más que precios siempre buscan calidad en los productos y en este caso, el café también debe poseer un excelente aroma.

9. ¿Cuál considera que es el factor principal que dificulta la venta del café que produce?

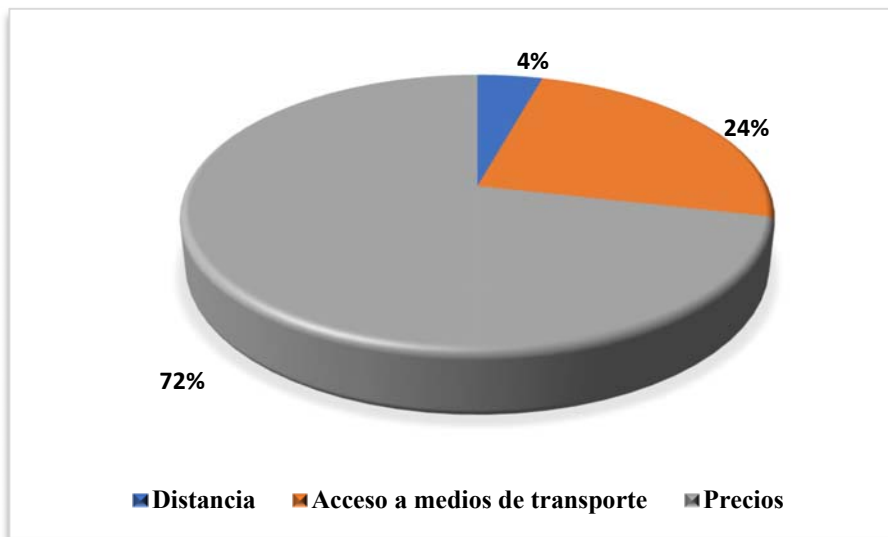


Figura 13. Factores están dificultando la venta de café

Al analizar las respuestas de las 70 personas encuestadas, el 72% consideran que el factor que les afecta al vender su café es el precio, un 24% expresan que es el medio de transporte un 4% consideran que la distancia.

Como se menciona en los datos anteriores el primer factor impactante que dificulta la venta y por ende la rentabilidad a la mayoría de los pequeños productores de café es el precio, aunque el grano sea de buena calidad y con buen aroma los compradores ofrecen precios muy bajos por el producto, los pequeños cafetaleros no se impulsan a vender más allá por la falta de medios de transporte que es el segundo factor que afecta la producción y también sus costos.

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

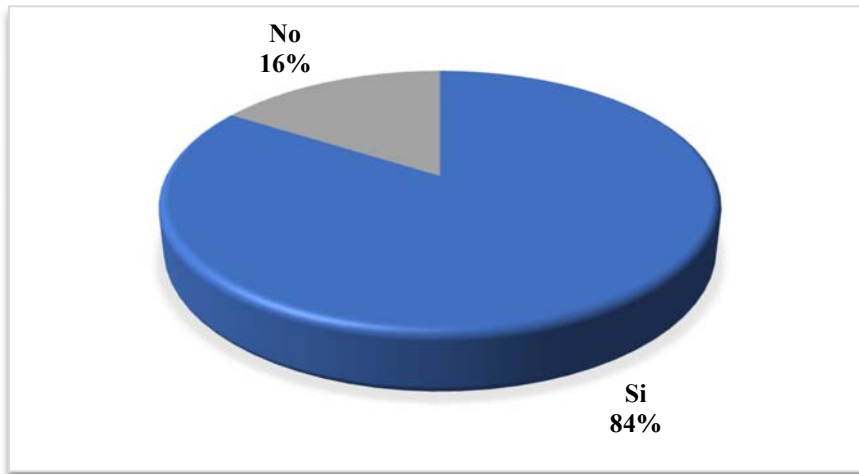


Figura 14. Competencia en el mercado internacional

El resultado de la encuesta demuestra que el 84% de participantes consideran que Honduras si puede competir con el mercado internacional por su calidad en el grano de café, debido que el país tiene un clima y territorio extraordinario para poder cultivar el mejor café y un 16% de participantes consideran que Honduras no puede competir con el café que produce porque no conocen las ventajas que tiene el territorio hondureño para cultivar.

4. 2 Resultados de Entrevista

Se aplicó una entrevista a un segmento de ocho productores de café y todos coincidieron en sus respuestas por lo que se mencionan o analizan a uno de los productores, Guillermo quien es un pequeño productor de los más antiguos de la zona.

Con respecto al tipo de café que comercializan los productores la mayoría comento que lo venden despulpado y el resto en café pergamino, lo que la producción al año anda entre 200 a 300 quintales a un precio de L.1,700.00 por quintal el café pergamino y el despulpado a un precio de L. 2,000.00, obteniendo un ingreso estimado de L. 340,000.00 y L.400,000.00 respectivamente. Al venderlo despulpado, tienen que alquilar una maquina despulpadora la cual pagan L. 4.00 por lata,

por lo que los productores señalan que el precio es su factor principal que les dificulta vender su café debido a que sus utilidades son bajas ya que con lo recibido por estas ventas tienen que pagar todos los costos y gastos que incurren desde el proceso de la siembra hasta llegar a la comercialización de café, quedándoles solo para tener un sustento diario con sus familias.

Para poder cultivar en la siguiente producción deben acudir a préstamos con los bancos o cooperativas, sin embargo, prefieren endeudarse con los intermediarios quienes les prestan en garantía la producción, no toman financiamiento con la cooperativa de café porque no están en la asociación, ya que no quieren que su producción se controlada, tienen miedo a depender de ella, prefieren ser independientes, no asistir a reuniones o acudir a capacitaciones, no quieren hacer aportaciones obligatorias, debido a que ellos son campesinos humildes muchos sin estudios profesionales y temen a las asociaciones, porque no hay una orientación académica en el productor, que es otro de los factores que les está afectando.

Otra situación que se da es la falta de inscripción en la cooperativa y demás instituciones, porque no tienen claro el fideicomiso establecido por el gobierno, ya que no es propio de la cooperativa, está establecido a nivel nacional por el gobierno, este consiste en cobrar por cada quintal de café comercializado en el país la cantidad de trece dólares con 25 centavos (\$. 13.25), de estos, el IHCAFE se queda con un dólar y el fondo cafetero nacional 1.75 dólares, 1.50 dólares para pagar préstamos y el restante 9 dólares van para el fideicomiso, de esta retención se devuelve 10 dólares al productor siempre que no tenga una deuda con acreedores, pero en conclusión los pequeños productores para poder entender este campo necesitan una capacitación para explicarles cómo funciona.

El factor más relevante e importante que está afectando la comercialización de los pequeños productores es el precio debido a la estrategia de venta; los intermediarios quienes son los comerciantes que compran el café y les pagan a los pequeños productores un precio bajo consideran ellos en comparación a las estadísticas que da el Gobierno en lo que recibe económicamente el país por las exportaciones de café, siendo el producto que está en segundo lugar inyectando economía en el país. Además, comentaban los pequeños productores que los intermediarios no están controlados por entidades del estado que ellos dictan el precio que quieren pagar por el grano de café sin medir las inversiones que han tenido que enfrentar el productor, y que se ven obligados a vendérselos porque no tienen otra alternativa.

Se pudo detectar otro factor muy relevante que es el transporte, comentaron en la entrevista que, al no obtener suficiente ingreso, no pueden comprar un vehículo propio para poder llevar el café y venderlo al municipio más cercano que cuenta con una cooperativa, debido a esto lo venden en las fincas al precio que les ofrecen como solieran decir ellos los coyotes (intermediarios), ya que no tienen otra alternativa porque el café que vende la mayoría es en uva y se les arruina en un término de 24 horas.

En cuanto al problema de transporte además mencionaron que si fueran a vender al municipio deben pagar un gasto por acarreo de L. 15.00 por lata y la capacidad que tiene un carro fletero es de llevar 100 latas en un viaje, pagándole L. 1,500.00 en total, por lo que ellos concluyen que si el estado les diera un subsidio para poder adquirir el transporte por lo menos minimizarían un 50% de los costos.

Entre otro punto se pudo identificar que esta zona de San José de Guaimaca se diferencia a las demás zonas productoras de café por ser una de las mayores productoras de café en el

departamento de Francisco Morazán, por caracterizarse en ser una zona húmeda, un clima fresco y tierra fértil para sembrar y poder obtener una producción de calidad, pero actualmente está decayendo la producción, por falta de acceso al lugar porque las calles están en mal estado, muy descuidadas por el gobierno.

Otro factor también importantes es la falta de cuidado del cultivo de la planta de café por parte de los productores al no tener los fondos necesarios para fumigar las plantaciones de café, ya que no cuentan con un financiamiento de parte de los entes bancarios debido a las exigencias que estos solicitan, el precio que reciben los pequeños productores por su cosecha es muy bajo que apenas les alcanza para sobrevivir, por lo que no pueden adquirir estos financiamientos y si lograran obtenerlos solamente llegan a cubrir las primeras cuotas, pero luego no podrían y perderían hasta sus terrenos.

Los pequeños productores son personas humildes que se dedican al cultivo de café para sobrevivir, en la visita se pudo observar que sus hogares son pequeñas casas de adobe con piso de cemento, y con unos grandes terrenos donde tienen cultivado su café, con tal producción podrían generar más ingresos, pero si obtuvieran una vista de parte del gobierno que realmente quienes generan la inyección a la economía por parte del producto del café son los pequeños productores, no los comerciantes.

Otro factor que está contribuyendo a la baja de comercialización de café, es que la zona está sufriendo actualmente una delincuencia excesiva, por lo cual los pequeños productores ponen las denuncias en las postas de los municipios más cercanos, pero no son escuchados, y ellos no pueden controlar este problema, por lo que les urge el apoyo de que el gobierno interceda.

Podemos entender que los pequeños productores deben formar un centro de acopio, en el cual se conforme la administración, los cuales pertenezcan se afilien a las cooperativas para poder tener una mejor ventaja en la rentabilidad. Al obtener un mejor precio de acuerdo a la bolsa de New York en la venta del grano de café, así como un financiamiento para invertir en las nuevas cosechas y adquirir un medio de transporte para poder levantar sus ganancias; se garantiza mejor calidad de vida para los participantes. Esto se logra estableciendo contacto directo con ellos e impartiendo capacitaciones sobre procesos de producción y comercialización del café.

4.3 Diagrama de Ishikawa

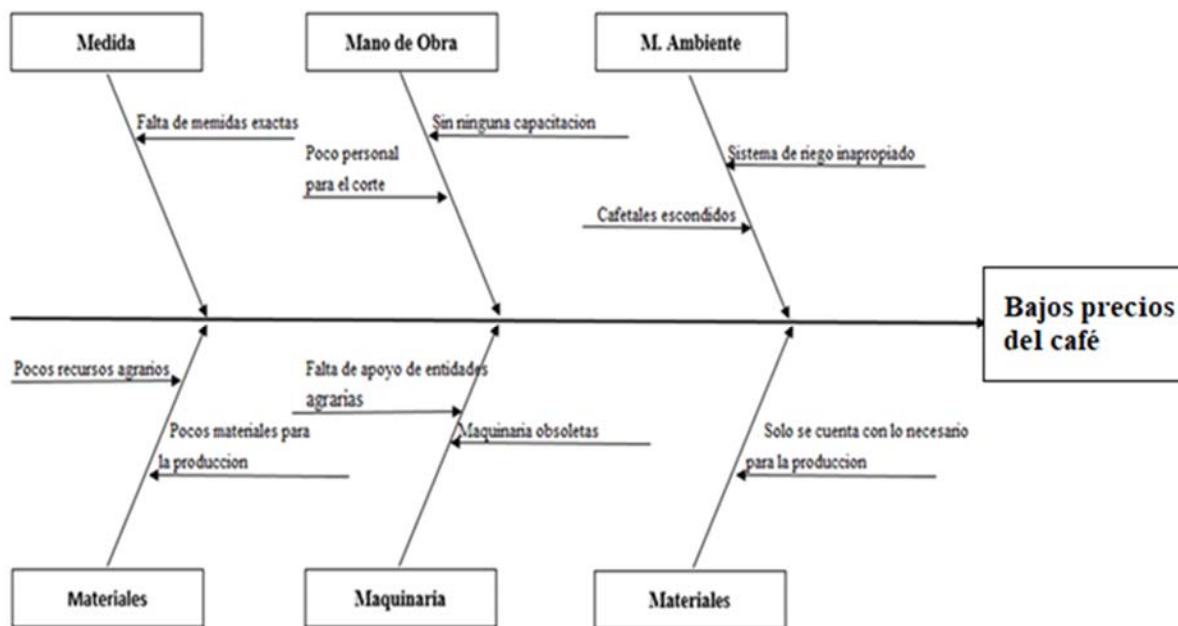


Figura 15. Diagrama de Ishikawa

Partiendo del diagrama de Ishikawa, y planteando como problema los precios del café ya que este se ve afectado por varias causas hoy en día en el municipio de Guaimaca, tenemos que

dentro del medio ambiente los productores de café o dueños de cafetales no cuentan con un sistema de riego adecuado para sus plantaciones, aunque el lugar se encuentra en un clima húmedo, se necesita riego para mantener las plantas frescas, esto sucede también porque el terreno se encuentra ubicado en montañas lo que imposibilita mucho el libre acceso a riegos.

En cuanto a materiales utilizados, los productores solamente utilizan lo básico, es decir, sus azadones, puntas, machetes, rastrillos, etc., nada de tecnología de punta ya que estas son personas humildes que únicamente cultivan para sobrevivir el día a día. Hablando sobre mano de obra, por lo general los productores no cuentan con personal especializado este es prácticamente un oficio que ejercen las personas de la zona y lo van pasando de generación en generación para el sustento de sus familias, no son personas a las cuales se les capacita ni se encuentran en grandes masas.

Maquinaria, como se menciona en párrafos anteriores, los pequeños productores en la zona de Guaimaca no cuentan con una maquinaria de punta que si bien es cierto es costosa, pero a la vez podrían aumentar su producción y hacérseles más fácil el trabajo. El no poseer altas tecnologías se debe a la falta de apoyo por parte de las entidades gubernamentales que apoyen el sector agrario del país por lo que obliga a estas personas a producir con lo poco que tienen. En cuanto a medidas se puede mencionar que los pequeños caficultores venden su cultivo al precio que el cliente ofrezca ya que no conocen de medidas o medios para poder calcular un precio adecuado para competir a nivel nacional.

4.5 Propuesta

4.5.1 Plan Estratégico para mejorar los precios del grano de los productores de café en Guaimaca Francisco Morazán.

4.5.2. Introducción

4.5.3. Descripción de la propuesta

4.5.3.1. Visión, misión, valores y objetivos estratégicos

4.5.3.2. Diagnostico Estratégico para la venta de grano de café que producen los pequeños productores

4.5.3.3. Análisis de Situación actual

4.5.3.4. Análisis del entorno y la situación actual del país

4.5.3.5 Análisis Interno

4.5.3.6 Análisis externo

4.5.3.7 Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter

4.5.3.8 Análisis FODA

4.5.3.9 Operaciones, Actividades, Metas y responsables por Objetivo Estratégico

4.5.4. Presupuesto

4.5.5. Análisis financiero

4.5.5.1 Proyección de Ventas

4.5.5.2 Inversión Inicial

4.5.5.3 Costos Variables y Gastos fijos

4.5.5.4 Calculo de depreciaciones y amortizaciones de la inversión

4.5.5.5 Proyección de Estados de Resultados

4.5.5.6 Flujos de Efectivo Proyectado

4.5.5.7 Evaluación Financiera

4.5.6. Cronograma de ejecución

4.5.2. Introducción

La siguiente propuesta de solución pretende establecer los mecanismos que necesitan los pequeños productores para poder distribuir el grano de café directamente a la Cooperativa de café. A través de la elaboración de un plan estratégico para los pequeños productores de grano de café de Guaimaca, Francisco Morazán, en el cual se plantearán estrategias que ayudarán a los pequeños productores para poder cambiar la forma de distribuir su producto, y así poder obtener un mejor precio al momento de vender para mejorar su rentabilidad.

4.5.3. Plan estratégico para la mejora en el Precio del grano de Café a los Pequeños Productores de Guaimaca

4.5.3.1 Misión, visión, valores y objetivos

Misión

La labor de distribuir un producto de calidad es primordial para los productores de café por medio de actividades sustanciales comprometidas a perdurar el medio ambiente y brindar satisfacción a sus clientes, esto gracias a su potencial mano de obra en el sector rural, se tiene como misión crear un rubro que fortalezca el mercado en ventas internas y exportaciones del producto.

Visión

La consolidación de los pequeños productores como una fuerza potencial en la venta y exportación del café en grano, ascendiendo gradualmente a los primeros puestos del mercado, por

medio de su calidad y técnicas de producción del grano, garantizando satisfacción a nuestros clientes con precios justos y competitivos.

Valores

1. Confianza: brindar un producto de excelente calidad.
2. Disponibilidad de cambio: adoptar nuevas técnicas de producción y distribución del café en grano de acuerdo a las necesidades vigentes.
3. Compromiso con el medio ambiente: garantizar el uso de técnicas que no perjudiquen el entorno y estén dentro del marco legal.
4. Responsabilidad: satisfacer las necesidades de la mano de obra y clientes de manera adecuada.

Objetivos Estratégicos

1. Lograr que los pequeños productores de café se pongan de acuerdo agrupándose para crear el centro de acopio, para reducir costos y comercializar en conjunto logrando más beneficio al venderlo directamente.
2. Alcanzar servicios básicos de almacenamiento y acopio.
3. Definir los procesos de corte, despulpado y secado de los granos de café de una forma estandarizada en el centro de acopio.
4. Introducción del producto en los centros de comercialización en especial a la Cooperativa Corpcafom por medio de la afiliación de los administradores para recibir un precio justo de acuerdo a la bolsa de new york.
5. Recolectar una porción de dinero de cada uno de los integrantes del centro de acopio para la obtención de un vehículo para transportar los quintales de café en grano.

6. Promover la importancia por medio del centro de acopio a los pequeños productores que arreglen su documentación para comprobar que son dueños de su terreno mediante la solicitud en el en el Instituto Nacional Agrario.
7. Promover un abarcamiento local del centro de acopio y luego expandirse en todo el municipio de los alrededores.
8. Establecer relaciones con los institutos de protección a los cafetaleros para su fortalecimiento.
9. Definir permanencia de ingresos durante todo el año de los pequeños cafetaleros por medio del centro de acopio.
10. Implementar charlas de que tienen un consumidor seguro y permanente mediante la Cooperativa Corpcafom que compra su café al centro de acopio.
11. Ejecución del convenio del precio seguro para su cosecha mediante el precio fijado por la bolsa de New York.

4.5.3.2 Diagnostico Estratégico para la venta de grano de café que producen los pequeños productores

La actividad de la producción y venta de granos de café involucra algunos sectores entre ellos los pequeños productores de café, quienes formaran el centro de acopio, la mano de obra compuesta por las personas que limpian y fumigan el cultivo, las personas encargadas de cortar el café, los intermediarios, asociación de exportadores de café de honduras (ADECFAH) , las cooperativas de café, y existen tres instituciones que brindan servicio al sector, Instituto Hondureño del Café (IHCAFE), Consejo nacional del café (CONACAFE), Fondo cafetero nacional (FCN) y organizaciones gremiales de productores; Asociación Hondureña de Productores de Café (AHPROCAFE) , Asociación Nacional de Cafetaleros de Honduras (ANACAFEH),

Pequeño Productor: Según los datos de Instituto Hondureño del Café, la población de los pequeños productores de café, comprendidos en el pueblo de Guaimaca, departamento de Francisco Morazán del país, compuesta por 1,223 productores establecidos en la última cosecha 2016-2017, de los cuales se tomó una muestra de 70 pequeños productores para realizarlas una entrevista y se identificó que no se encuentran afiliados en la Cooperativa Regional de Productores de Café Francisco Morazán, Ltda., debido a que venden su producción directamente a los Intermediarios.

Centro de Acopio; Los pequeños productores se agrupan formando un centro de acopio en el cual almacenarán los granos de café, el cual elegirán los administradores que planificarán y organizarán el centro, buscando un beneficio de crecimientos para todos los integrantes del centro.

Vías de comunicación terrestre; El acceso a la localidad es complicado debido a que sus calles son de tierra que se desbordan por el clima que se mantiene constantemente lluvioso, por lo que será necesario la compra de camiones.

Los pobladores de San José; dedican su vida y trabajo a la siembra del café.

Se ha investigado que en el lugar donde se establecerá el centro de acopio, no existe otro y el cual es necesario para la comercialización del producto. Un centro de acopio; es un local que se construirá para el almacenamiento de los granos de café de varios pequeños productores de la zona, para conseguir un volumen productivo de operación compitiendo con la calidad y cantidad en el mercado, en el cual se realiza la despulpada y secado de los granos de café para luego transportarlos y venderlos a los precios justos establecidos por la bolsa de new york.

Al establecer el centro de acopio se busca mejorar el método de comercialización, estimulando el negocio hacia principales niveles de producción, con el fin que actúan estos centros; es con la estrategia de intentar impactar el mercado rural.

Características de operación del centro de acopio;

1. El medio como llevarán los pequeños productores los granos de café al centro de acopio.

Proceso de ingreso de grano de café al centro de acopio; Los granos de café se cortan cuando este maduro el grano el cual se corta de manera cuidadosa para no dañar la planta, cada grano lo deberá llenar el cortero en latas, para luego llenar los quintales, este será transportado por medio de bestias hacia el centro de acopio el cual está ubicado a una distancia de 2.7 kilómetros de los cafetales.

2. Al momento de transportar y vender el producto este se debe de seleccionar por su calidad para poderlo distribuir a la cooperativa.

Al recibir los administradores del centro de acopio de parte de los pequeños productores; el café en uva lo llevara directamente al área de lavado y despulpado ya que debe ser en las 24 horas después del corte, para no perder la calidad, ya despulpado lo cual no se debe pasar aproximadamente de 30 horas para que no se fermente y pierda su calidad, una vez terminado este proceso se pondrá a secar en patio que consiste en las secadoras solares, donde se riega los granos de café encima de mayas hechas con base de madera, el cual debe de quedar completo el secado, al terminar este proceso se trilla el café que es seleccionar, clasificar el grano que aun esta verde y

aquel grano que no está entero, se separa y así se determina el de mayor calidad, al final se llena en los quintales y se almacena en las bodegas.

El procedimiento que utilizara el centro de acopio para almacenar y distribuir los granos de café a la cooperativa; Es comprar el café al pequeño productor a un precio bajo, entregarle el efectivo, para que pueda seguir trabajando en las cortas del café y posteriormente cuando el precio del café aumente en la bolsa de new york, el centro traerá a vender el café a la cooperativa la cual le pagara un precio alto y el centro al recibir el pago, devolverá la diferencia al pequeño cafetalero.

El centro de acopio tiene almacenado los quintales de café, a los días que sube el precio del café en la bolsa de new york, se ve obligado a venir a venderlo a la cooperativa; El cual seleccionara el café que guardo en los quintales de mayor calidad para transportarlo en los dos camiones que cuenta el centro y lo trae a vender a la cooperativa ubicada en el municipio de Talanga, y el café que le queda en los quintales de menor calidad que son los granos quebrados lo venderá a un intermediario a un precio considerable, ya que la cooperativa solo compra granos de café de calidad porque esta lo vende directamente a las exportadoras.

3. Al seleccionar el grano por su calidad se aprovechará más porque se distribuirá por medio de su calidad a las diferentes comerciales obteniendo diferentes precios de acuerdo al mejor y menor grano.

Algunas de las características del centro de acopio para el almacenamiento del café tanto en oro, como pergamino;

1. Almacenamiento del grano de café en silos o en sacos formando cargas.

2. El café se debe conservar en un lugar fresco por lo que las bodegas del centro de acopio serán de madera y no acercar a las paredes los sacos de café (con temperatura media inferior a 20°C y una humedad relativa del 65%).

Diagrama de la bodega



Figura 16. Diagrama de la Bodega del centro de acopio

3. Debe existir un equilibrio entre la humedad del ambiente y la del grano.
4. Se debe de proteger los sacos de café de la humedad del piso, por lo que se construyen tarimas de madera para ponerlos sobre ellas.

Diagrama de Planta

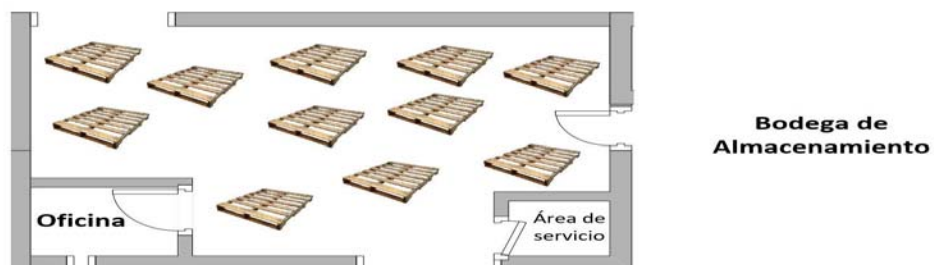


Figura 17. Diagrama de planta

5. Cualquier sustancia que desprenda olores esenciales debe de estar alejada del almacenamiento de los sacos de café ya que este con facilidad absorbe los olores.

Distribución de la Planta

El centro de acopio estará ubicado en Guaimaca Francisco Morazán y se conformará con 1223 pequeños cafetaleros y se distribuirá de la siguiente forma;

Contará con un área administrativa; donde estarán ubicados las cinco personas que conformara la administración del centro.

Área de despacho; La cual será amplia porque se ubicarán los dos camiones para ser llenados con los sacos de café para distribuirlos a la cooperativa quien comprara la producción.

Área de producción; donde estará la zona de secado y la maquina despulpadora para cuando sea necesario vender el grano de café despulpado.

Área de almacenamiento; Destinada para el almacenamiento del grano y es acondicionado de acuerdo a la humedad del café.

Área del control de calidad; Será para que personal encargado escoja el grano que está dañado y lo separe dejando solo el de calidad, para venderlo por aparte y así no absorber ninguna perdida por el desperdicio.

Área de servicio; Destinada para el control de sanitario del producto en grano.

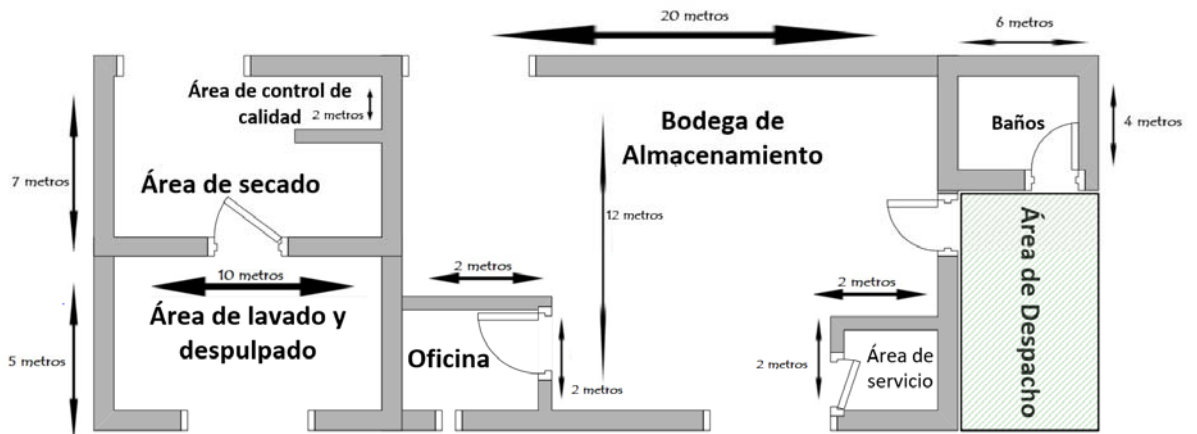


Figura 18. Diagrama de la planta del centro de acopio

Mano de Obra: Esta compuesta por los trabajadores que limpian, fumigan y los corteros del cultivo de café, ya que si este cuenta con demasiado monte alrededor no crece la planta y se debe de fumigar por lo menos cuatro veces al año para poder obtener un fruto de calidad, además los trabajadores que se encargan de cortar el café deben de ser ágiles ya que una vez que la planta de café madura su fruto este debe de ser cortado lo antes posible para que no se arruine y se pueda cortar el grano de café con la mejor calidad posible ya que es lo solicitado por los intermediarios y cooperativas.

En la mano de obra el problema que le da a los pequeños productores es que cuando sale la cosecha, no se encuentra variedad de trabajadores por lo que es peligroso que el grano se arruine.

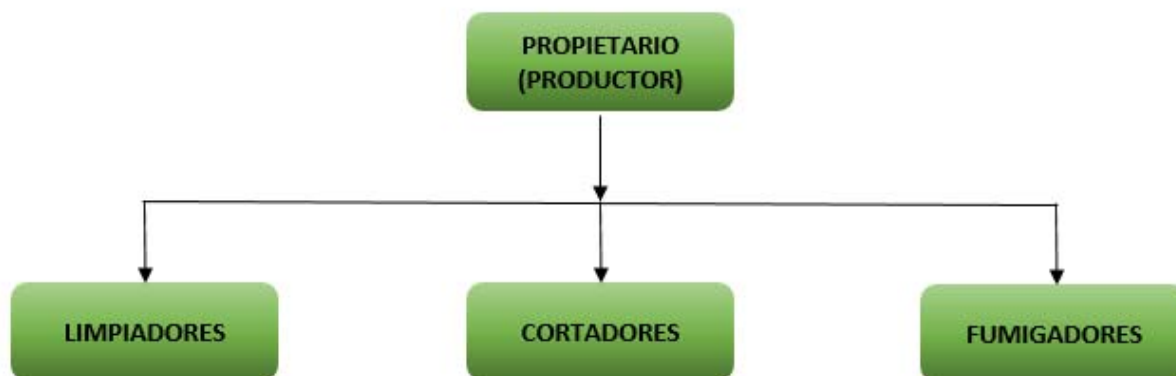


Figura 19. Organigrama del Pequeño Productor

Para el cultivo del café, un pequeño productor necesita como mínimo 3 personas para poder llevar a cabo la siembra, entre ellos está; un limpiador del terreno, los cortadores para cuando la cosecha ya está lista y los fumigadores para poder mantener sana la planta.

Tabla 3. Perfil del Limpiador del Café

Limpiador	Descripciones del puesto
Formación académica	Primaria (no necesaria)
Años de experiencia	0-1 años
Idiomas	N/A
Objetivos del puesto	1. Mantener limpio el grano de café después del corte 2. Revisar que las instalaciones y parcelas también se encuentren
Conocimientos o competencias obligatorias	Debe ser una persona ordenada. Tener una excelente actitud al servicio. La organización es vital para cumplir con las expectativas de este trabajo
Habilidades deseables	Deseable que tenga mayor escolaridad en limpieza
Funciones principales del puesto (responsabilidades primordiales del puesto)	1) Realizar la limpieza diaria de las instalaciones al iniciar labores 2) Recolectar los desechos que se encuentran en el terreno donde se encuentra la plantación 3) Mantener limpio el grano de café después del corte 4) Mantener el café en sacos
Funciones adicionales del puesto	Apoyar en lo que se necesite en la siembra del café

Tabla 4. Perfil del Fumigador del Café

Fumigador	Descripciones del puesto
Formación académica	Primaria (no necesaria)
Años de experiencia	1-2 años
Idiomas	N/A
Objetivos del puesto	El objetivo básico es obtener plantas de café, sanas, vigorosas y de alta producción
Conocimientos o competencias obligatorias	Debe ser una persona rápida, ágil en fumigación Debe de tener una excelente actitud al servicio
Habilidades deseables	Deseable que tenga conocimientos en cuanto al uso de fumigadores
Funciones principales del puesto (responsabilidades primordiales del puesto)	1) Realizar riego y fumigación constante a las plantas para mantenerlas sanas 2) Notificar al propietario si existe alguna amenaza de plagas y dar sugerencias correspondientes para eliminarlas 3) Cuidar las plantas de café a diario para evitar plagas
Funciones adicionales del puesto	Brindar todo el apoyo posible en la fumigación de las plantas de café

Tabla 5. Perfil del cortador del Café

Recolector o Cortador de café	Descripciones del puesto
Formación académica	Primaria (no necesaria)
Años de experiencia	1-2 años
Idiomas	N/A
Objetivos del puesto	Escoger el fruto maduro para empacarlo y enviarlo a bodegas
Conocimientos o competencias obligatorias	Debe ser una persona rápida y ágil para cortar café
Habilidades deseables	Deseable que tenga conocimientos en cuanto a corte o recolección de café en su mejor calidad
Funciones principales del puesto (responsabilidades primordiales del puesto)	1) Recolectar el café de la mejor calidad para empacar y vender 2) Llevar las canastas con el café recolectado al lugar donde será empacado en sacos 3) Brindar apoyo en el empacado del café para ser llevado a las bodegas correspondientes
Funciones adicionales del puesto	Cuidar que el café recolectado sea el de mejor calidad

Intermediarios: Son los comerciantes encargado de comprar y vender la producción de granos de café de los pequeños productores, los cuales se encuentran alrededor de quince intermediarios ubicados en el municipio de Guaimaca Francisco Morazán, según datos recolectados por la encuesta, dichos intermediarios compra el café en su ubicación y otros van directamente a los cafetales a comprar el grano para pagarlo a un precio bien bajo al pequeño productor, se encontró que la mayoría de los intermediarios están afiliados a la cooperativa de café,

ellos se afilian porque también son productores pero a la vez comerciantes, se hacen pasar como medianos productores por lo que tienen derecho a afiliación y a vender tanto la producción de ellos junto con la que compran a los pequeños productores.

Asociación de Exportadores de Café: Contribuye al desarrollo económico del sector cafetalero y promover los intereses de los exportadores, su objetivo principal es exportar el grano de café de la más alta calidad.

Cooperativa Corpcafom: Encargada de comprar y vender el grano de café, la cual busca la excelencia al prestar servicio de ahorro, financiamiento y compra de café en pergamino para el despulpado, secado y comercializarlo a las exportadoras de Santa Rosa de Copan y la exportadora del Paraíso, con el propósito de beneficiar a sus afiliados.

**Requisitos para ingresar a la Cooperativa de Productores de Café Francisco Morazán,
Ltda. CORPCAFOM**

1. Ser productor de Café
2. Poseer escritura o documento de propietario de la finca
3. Ser hondureño por nacimiento o nacionalizado
4. Ser mayor de edad
5. Tener solvencia moral y judicial
6. Tener dos socios como avales
7. Enviar solicitud de ingreso a la junta directiva
8. Comercializar su café durante un año por medio de la cooperativa, como periodo de prueba antes de su afiliación

Deberes

1. Asistir con puntualidad a las asambleas o reuniones, para las cuales fuera convocado
2. Cumplir con responsabilidad y honestidad el cargo para el cual será electo
3. Asistir con puntualidad a la vigilancia de nuestro producto el día que se le asigne
4. Traer a la instalación de la cooperativa por lo menos el 80% de su producción
5. Participar en todos los talleres o capacitaciones, para los cuales se le convoque
6. Respetar y hacer que se respeten las leyes de la cooperativismo, Estatutos y Reglamentos de la Cooperativa
7. Procurar que su producto ingrese a la cooperativa de buena calidad
8. Pagar una cuota de ingreso L. 20,000.00 para productores particulares y L. 10,000.00 para esposas e hijos de productores, pago que lo puede hacer en abonos de L. 5,000.00 o L. 10,000.00

Derechos

1. A prestamos teniendo un año de haber ingresado y según la cantidad de quintales que ingrese
2. Secado y comercialización de su producto
3. Certificación de su finca con el sello de comercio justo
4. Elegir y ser electo
5. Del rendimiento que le salga de su producto un 5%

Otra de las funciones principales de la cooperativa; es estar obligada hacer la retención decretada por el Gobierno de la Republica por 13.25 dólares por cada quintal recibido, del cual la cooperativa entrega una factura por la venta al pequeño productor para que este venga a reclamar su fideicomiso al Instituto Hondureño del Café (IHCAFE), el cual le devuelve 10 dólares, dividido

9 dólares entregados al final de la cosecha como un fideicomiso, y otro dólar que es entregado a los productores que están solventes con él instituto.

Instituciones del estado, Instituto Hondureño del Café (IHCAFE), Consejo Nacional del Café (CONACAFE), Fondo Cafetero Nacional (FCN); Encargados de promover la rentabilidad socio-económico de los productores de café y prestación de servicios a la Cadena Agroindustrial del Café.

Organizaciones gremiales de productores; Asociación Hondureña de Productores de Café (AHPROCAFE), Asociación Nacional de Cafetaleros de Honduras (ANACAFEH); Buscan promover la calidad de vida a las personas que se dedican al rubro del café, aportando financiamientos para los proyectos de inversión y mejoras en los caminos de las zonas cafetaleras.

4.5.3.3 Análisis de Situación Actual

Los pequeños productores de café en grano ofrecen y distribuyen su producto en el municipio de Guaimaca, Francisco Morazán específicamente a los intermediarios quienes se encargan de la compra y venta de café al por mayor hacia el resto del país, pagándoles un precio por debajo del establecido en la bolsa de new york.

Al analizar las diferencias de los precios de los granos de café, que los intermediarios ofrecen a los pequeños cafetaleros en comparación a los ofrecidos por la bolsa de new york, es necesario mejorar los precios que reciben por sus cosechas para que puedan obtener una rentabilidad viable lo cual deben del solventar el problemas por medio de venderlo directamente a la cooperativa o las exportadora no a los intermediarios, pero lo cual no les he permitido porque no cumplen con los requisitos para obtener el permiso de ser mayores productores para poder

vender directamente sus cosechas, por lo que la estrategia que pueden utilizar es implementar un almacén de acopio; el cual les permitirá almacenar su cosecha y venderla al por mayor y directamente.

Tabla 6. Relación de la diferencia de precios del grano que pagan los intermediarios-Bolsa de New York

Año	Moneda	Bolsa de New York	Intermediarios	Variacion
2016-2017	L	3,287.12	1,200.00	2,087.12
2017-2018	L	2,903.67	2,000.00	903.67

Fuente; Bolsa de New York según contrato C a septiembre 2018/Encuestas

La tarea de ofrecer y distribuir el café en grano por medio de un centro de acopio es responsabilidad de los pequeños productores de café en el municipio de Guaimaca, Francisco Morazán, específicamente por medio de la cooperativa CORPCAFOM ubicada en el municipio de Talanga se realiza la actividad de compra y venta de café al por mayor hacia el resto del país.

La orientación estratégica del café en grano es importante, tenemos como finalidad impulsar el sector rural, a través de mayor productividad y la adquisición de un valor agregado, las prácticas de competitividad se desarrollan de forma sostenible en aras del fondo cafetalero, se tiene como objetivo impulsar la economía hondureña, las prácticas de los pequeños productores van más allá de generar ingresos, pues sus necesidades de participar en el mercado aumentan este sector. El producto tiene un rápido grado de exportación debido a su uso como bebida estimulante, y en la industria se utiliza en diversidad de productos que se pueden elaborar de este grano.

4.5.3.4 Análisis del entorno y la situación actual del país.

En el presente apartado se describe un análisis de los factores relevantes en la economía de Honduras, en particular en el sector del café, un sector competente en impulsar el país por medio de la obtención de divisas.

En el caso de la producción del café se cuenta con diversas zonas en donde se realiza esta actividad, en delimitadas concentraciones dedicadas a este rubro, la siembra de café recae en un aspecto tradicional de las personas que viven en el ambiente rural, ya que su economía está fuertemente ligada a la distribución del mismo.

La infraestructura generada por la venta y explotación de este grano ha mejorado la vida de personas adyacentes, gracias a la construcción de carreteras y el fortalecimiento del mercado, donde los clientes se encargan también de explorar otros productos permitiendo que el mercado sea más diversificado, pero como fuerza potencial del café. Muchos se han beneficiado desde personas que practican el oficio de la mecánica hasta profesionales emprendedores que establecen centros de salud privado.

Honduras es susceptible a fenómenos naturales debido a ubicarse en el trópico de capricornio donde son comunes los huracanes e inundaciones a si mismo las sequias, esto afecta gravemente la cosecha de este y los demás granos que se producen y se toman medidas que puedan prevenir estos infortunios como ser centros de almacenamiento y técnicas de resguardar los suelos.

En el caso social, tenemos que la dependencia hacia el café del sector rural es altísima, y contribuye enormemente al PIB. A su vez potencia la mano de obra, ya que la práctica del corte que es la más primordial en nuestros habitantes permite mejorar la calidad de vida de los mismos,

el problema recae en que se realiza por temporadas, pero se puede garantizar empleos en el caso de lo que es la actividad de la limpia de terrenos, la actividad de carga e inclusive el mantenimiento de los vehículos que se encargan del transporte.

Entre las principales áreas donde se realiza la producción del café tenemos: El Paraíso, Santa Bárbara, Olancho, Copán, Comayagua, La Paz y Lempira. Continúan en importancia, los departamentos de Cortés, Ocotepeque, Yoro, Francisco Morazán e Intibucá. Por último, están Choluteca y Atlántida.

4.5.3.5 Análisis Interno

La oferta y demanda del café está relacionada estrechamente con los productores a si mismo los costos de producción que poseen con los egresos y las compras estos factores determinan la obtención del café.

La oferta del café es muy alta debido a las implicaciones que tiene con el sector rural, pues potencializa sus vidas y brinda una oportunidad de trabajo a los habitantes, en el caso del ambiente rural se cuenta con empleos desde la siembra de este grano para ser vendido en pequeñas plantas a los productores de café, personas que se encargan de la limpieza del terreno, la plantación, conductores que ayudan con el transporte, y los cortadores de café que son la fuerza más grande de este rubro, la puesta en el mercado de este producto garantiza todo lo anterior.

En el caso de la demanda, es alto en el país pues la bebida se consume como estimulante para las personas que realizan arduas horas de trabajo en oficinas como labor de profesionales, en el carácter social es cultural y está muy arraigado con la cultura hondureña el consumo de esta

bebida por las mañanas y las tardes utilizándolo de merienda, y sobre todo se tiene una fuerte exigencia en la industria y exportación.

Los egresos y las compras en la producción de café son el fuerte que permite generar ingresos, de los cuales gran parte se utiliza en la inversión lo que fortalece este sector cafetalero generando nuevos centros de plantación y de esta manera fortaleciendo su mercado con mayor variedad.

El centro de acopio ubicado en el municipio de Guaimaca, se encarga de comercializar este grano a nivel nacional. La ubicación de los productores menores del café en grano del municipio de Guaimaca tiene como misión expandirse en el mercado interno y externo para crecer como es debido. Por medio de estos factores se crea el análisis interno que permite conocer en profundidad lo relacionado en la práctica de la obtención del café en grano.

4.5.3.6 Análisis externo

En materia de analizar la rentabilidad que nos posibilitan la utilidad y los beneficios se tienen a los comerciantes intermediarios quienes compiten por aumentar o disminuir los precios del café en grano, y sus estrategias permiten la explotación de este grano.

Para la producción del café, en la competencia se tiene que existen muchos productores menores del café en grano a nivel nacional que se encargan de la obtención de este grano, pero son los intermediarios quienes tienen la labor de distribuir este grano, bien sea a las cooperativas, como es el caso de la beneficiaria del municipio de Talanga u otras sucursales donde le ofrezcan un precio más competente.

Honduras esta posesionado como uno de los mejores exportadores de café en el mundo, debido a su calidad, los pequeños productores gozan de esta reputación pues cuentan con un mercado rentable, pero se tienen problemas que pueden agravar su situación.

Los productores menores y mayores de café se distribuyen en Honduras por medio de regiones, en el caso de Copan se cuenta con un café de características sabor a chocolate, en la región de Opalaca se caracteriza por ser un café con un ligero toque de acidez, en la región de Montecillos, se cuenta con un café de acidez y dulzura, respecto a Comayagua se cuenta con un café de fragancia cítrica, y en la región que nos concentramos, Agalta posee un café muy sabroso con toques tropicales y una fragancia a chocolate y caramelo.

Los grandes productores poseen los medios de transporte necesarios para poder distribuir este producto y evitar pérdidas, pues los comerciantes intermediarios buscan tener un margen de ganancias, la fluctuación del café afecta fuertemente a los productores menores, pues en el caso de la caída del café, los intermediarios no buscan perder y explotan a los productores menores ofreciéndoles precios no rentables donde los beneficios son bajos e incluso se puede recaer en pérdidas, los productores acceden a estos precios viéndose obligados por la necesidad, debido a la inversión previa que se utilizó en la cosecha, esto afecta enormemente, pues su siguiente producción puede ser menor y es un factor que limita este rubro.

4.5.3.7 Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter

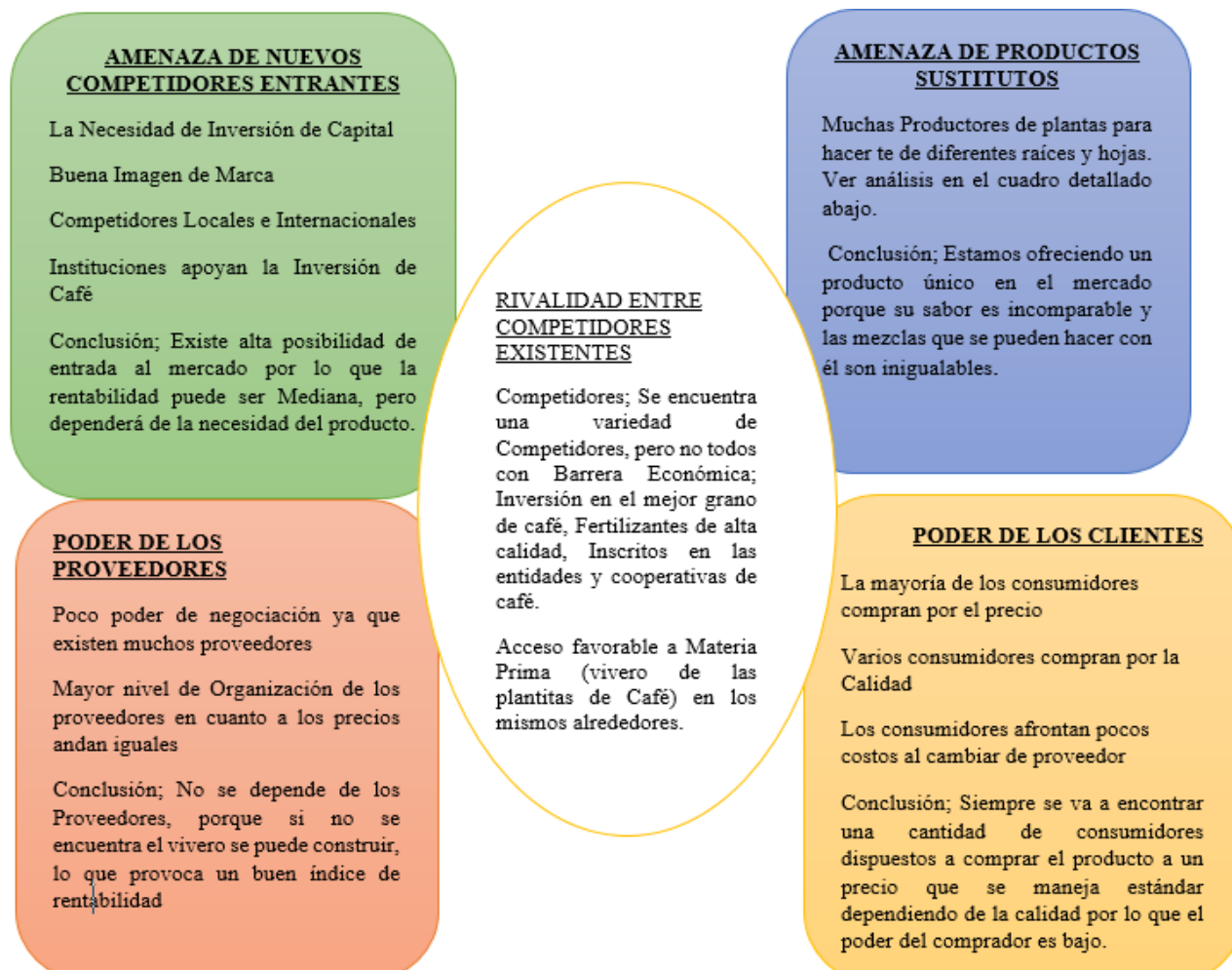


Figura 20. Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter

Factores que intervienen en cuanto a la Siembra de Café

Tabla 7. Los factores que intervienen en la siembra de café

Descripción	Factores						
	Terreno	Adquisición de la Plantita	Riesgo de la plaga	Fertilizado	Consumismo	Precio	Mezclas
Producción de Té	(-)	(+)	(-)	(+)	(-)	(+)	(-)
Producción de Café	(-)	(-)	(+)	(+)	(+)	(-)	(+)

En conclusión y de acuerdo con el análisis de las cinco fuerzas competitivas de Porter, se considera que los pequeños productores de café tienen una alta probabilidad de desarrollo y rentabilidad, así como de sostenimiento por un período indefinido de tiempo, empezando desde el año dos, que es cuando comienzan a ver el fruto de la inversión. Lo principalmente explicado, indica una viabilidad consistente del proyecto para estos pequeños productores.

4.5.3.8 Análisis FODA

Tabla 8. Análisis FODA

ANALISIS DAFO	FORTALEZAS	DEBILIDADES
ANALISIS INTERNO	<ul style="list-style-type: none"> -El precio del café es variable, pero se recibe un precio justo de parte de los demandantes, por la excelente calidad de producción que se cosecha que depende del buen clima y terreno que está ubicado el municipio y es una fuerza que impulsa el sector rural. - En el caso de la oferta del café, el grano es un producto perdurable y su producción repercute levemente contra el medio ambiente. - Los beneficios obtenidos en la producción del café son altos, y son ingresos provechosos para los productores, generando empleo a la mano de obra rural en nuestro país. - La organización del café ha generado diferentes agentes, en el que se resaltan los centros de acopio, ellos constituyen el desarrollo, apoyando con la infraestructura necesaria en el proceso del café, y se encargan de la distribución del grano. 	<ul style="list-style-type: none"> - Al iniciar el proceso de café, como nuevo productor se necesita una alta inversión y el tiempo de producción es paulatino. - Las estrategias utilizadas por los productores menores suelen ser infructuosas lo que limita la variedad y aprendizaje de granos de café. - La desinformación en las redes sociales ha creado una noción de que la cafeína repercute agresivamente en contra de nuestro organismo lo que genera pérdidas de potenciales consumidores. - La situación en el mercado de café fluctúa y se presentan periodos en que el precio de este grano cae a nivel internacional, por las nuevas alternativas que toman las personas en sus bebidas o por una gran cantidad de productos puestos en el mercado.
	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
ANALISIS EXTERNO	<ul style="list-style-type: none"> - La actividad que ejercen los productores de café ha impulsado el país por medio de divisas, esto a su vez ha incrementado la venta de diferentes materiales de producción permitiendo la implementación de nuevas técnicas. - Crecimiento del consumo del café, debido a que este es un producto que nunca dejará de consumirse en cada una de las familias hondureñas. - La participación en el mercado es muy alta, debido al alto crecimiento del consumo de café por tanto es una actividad rentable. 	<ul style="list-style-type: none"> - El calentamiento global o alteraciones climáticas amenazan con desposeernos de un ambiente apto para la producción de café. - El hongo de la roya produce una enfermedad que afecta fuertemente las plantaciones de café en Honduras y amenaza con destruir las cosechas. - La competencia en la producción de café ha aumentado de manera gradual en los últimos años lo que reduce el precio por la cantidad de participantes.

Continuación de Tabla 5. Análisis FODA

	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	<ul style="list-style-type: none">- Los comercializadores de café en el municipio de Guaimaca tienen una gran inclinación por los productos 100% hondureños.- La mano de obra disponible en el sector rural para la producción de café es grande y se cuenta con una disponibilidad ideal de trabajadores.- La calidad del grano de café es certificada por tanto se cuenta con un producto con muy bajas alteraciones lo que permite una fiabilidad en su fijación de precio.	<ul style="list-style-type: none">- Los comerciantes intermediarios suelen aprovecharse de los productores menores de café que viven muy al interior del país y no cuentan con las herramientas necesarias para poder transportarlo y no estar inscritos en la cooperativa de café y en entidades correspondientes al rubro, esto limita su posible nueva inversión e inclusive puede generar pérdidas.

4.5.3.9 Operaciones, Actividades, Metas y responsables por Objetivo Estratégico

1. Propiciar la Asociación de los pequeños productores de grano de café, para la formación de un centro de acopio con el propósito de reducir los costos y comercializar en conjunto logrando el beneficio de venderlo directamente a la cooperativa.

Es conveniente invitar a una reunión a los pequeños productores de grano de café para asegurarse que es necesario un centro para poder vender su producción a los precios fijados por la bolsa de new york. ya no venderlos a los intermediarios porque estos les pagan un precio bajo su producción, por lo que es necesario se agrupen para implementar un centro de acopio, según encuestas ellos opinaron que no era necesario afiliarse a una cooperativa del café porque no les gusta salir de su zona, ya que piensan que la cooperativa solicita demasiada documentación y que es muy complicado afiliarse, por lo que se ve la necesidad de formar un centro de acopio para que unos cinco pequeños productores formen la junta directiva quienes velaran por el bienestar de todos los que incorporen el centro sin aprovecharse de los otros y quienes serían los encargados de afiliarse a la Cooperativa Corpcafom, por la cual una vez que se afilian y vendan su producción directamente obtendrán una mayor ganancia todos los pequeños productores que conformen el centro de acopio,

porque el precio está fijado de acuerdo a la bolsa de new york, la cual varia diariamente y a veces aumenta o disminuye por lo que si ellos logran vender cuando aumenta obtienen un mayor ingreso.

Tabla 9. Operaciones, Actividades, Metas y responsables para el objetivo 1

Operación	Actividad	Meta	Responsable
Formar un Centro de Acopio	Invitar a cada pequeño productor a una reunión para considerar la importancia y necesidad de formar el centro	Almacenamiento para venta directa del grano	Los pequeños productores que formen parte de la administración del centro de acopio

2. Alcanzar servicios básicos de almacenamiento para el centro de acopio.

Al estar de acuerdo los pequeños productores de implementar el almacenamiento de acopio, lo localizaran en la salida de la calle principal de La San José, el cual se construirá en un terreno de alguno de los pequeños productores para ahorrar dinero y no comprar un terreno, su construcción será de madera y tendrá 950 metros cúbicos para almacenar 6,000.00 quintales en sacos de 100 libras. Los sacos serán colocados sobre tarimas de madera para protegerlos de la humedad.

El centro de acopio contara con servicios básicos como ser; Agua, luz y un servicio sanitario.

Tabla 10. Operaciones, Actividades, Metas y responsable para el objetivo 2

Operación	Actividad	Meta	Responsable
Servicios básicos del Almacenamiento de Acopio	Construcción	Almacenamiento de los quintales de café	Los pequeños Productores

3. Definir los procesos de corte, despulpado y secado de los granos de café de una forma estandarizada en el centro de acopio.

Es necesario promover al pequeño productor de café que corte sus granos de café en tiempo para que los granos de café que se almacenaran duren un tiempo prudente para poderlos vender,

cuando el precio en la bolsa de new york está aumentando, ya con el centro de acopio se podrá tener almacenado por lo que estará en buena calidad. Al hacer uso el pequeño productor de café del centro de acopio deberá llevar en pulpa su café el cual se despulpará dentro del centro ya que cuenta con una despulpadora eléctrica y luego se pondrá a secar para posteriormente almacenarlo en los sacos.

Tabla 11. Operaciones, Actividades, Metas y responsable para el objetivo 3

Operación	Actividad	Meta	Responsable
Definir los procesos de corte, despulpado y secado de los granos de café	Maquina Despulpadora para despulpar el grano, secado de los granos despulpados y llenado de los sacos del grano de café	Corte, despulpado y secado para obtener un producto de calidad	Pequeño Productor integrado en el centro de acopio

4. Introducción del producto en los centros de comercialización en especial a la Cooperativa Corpcafom por medio de la afiliación de los administradores para recibir un precio justo de acuerdo a la bolsa de new york.

Para que los pequeños productores puedan incrementar su productividad deben de hacer más inversión cada año, pero la cual no la obtiene en la venta del café anual, debido a que este cuando lo vende y recibe el ingreso lo gasta con su familia para sobrevivir, no le sobra para el ahorro, por lo que, al venderlo por medio de los centros de acopio obtendrá una mejor ganancia por que le será pagado al precio que ofrece la bolsa de new york, ya que el centro de acopio tendrá afiliados los administradores en la cooperativa Corpcafom y podrán vender directamente toda la producción,

Tabla 12. Operaciones, Actividades, Metas y responsable para el objetivo 4

Operación	Actividad	Meta	Responsable
Introducción de los granos de café en la Cooperativa	Por medio del almacenamiento en el centro de acopio	Obtener el precio fijado por la bolsa de new york	Centro de Acopio

- Recolectar una porción de dinero de cada uno de los integrantes del centro de acopio para la obtención de un vehículo para transportar los quintales de café en grano.

Para que el pequeño productor pueda obtener el beneficio de ser integrante del centro de acopio debe de aportar una porción de L.600.00 ya sea en efectivo o en granos de café para poder comprar un vehículo para transportar los quintales de café para venderlos directamente a la cooperativa.

Numero de pequeños productores= 1,223

Aporte de cada pequeño productor = L. 600.00

Por lo que el aporte total estimado que se recibirá de parte de los pequeños productores será igual a;

Tabla 13. Aporte para compra de vehículo

NO. de Productores de café	Cantidad de Aporte	Monto total para pa compra del vehiculo
1,223	L 600.00	L 733,800.00

Tabla 14. Operaciones, Actividades, Metas y responsable para el objetivo 5

Operación	Actividad	Meta	Responsable
Obtención de un vehículo	Aportación de L.600.00 en efectivo o en granos de café	Poseer vehículo propio el centro de acopio para transportar la venta del grano de café	Pequeño Productor

6. Promover la importancia por medio del centro de acopio a los pequeños productores que arreglen su documentación para comprobar que son dueños de su terreno mediante la solicitud en el en el Instituto Nacional Agrario.

Es necesario promover al pequeño productor de café que solicite su documento de propiedad del terreno porque piensan que cuando el padre o un familiar les heredo el terreno, ya son los dueños, pero no tienen un documento que lo acredite, motivo por el cual deben buscar ser los dueños legítimos, este puede obtenerlo mediante la inscripción de su terreno en el en el Instituto Nacional Agrario.

Titulación de Tierras para los pequeños productores

El proceso de titulación de tierras para los campesinos se realiza en el Instituto Nacional Agrario (INA), el cual es un deber para los pequeños productores debido a que al obtener el documento de sus tierras pueden asociarse a Institutos de protección a los pequeños productores, a las cooperativas, a las Instituciones Bancarias que ofrecen beneficios de financiamientos a los pequeños caficultores; los cuales les solicitan el título de tierra, que hace constar que es el único propietario

En los procesos y requisitos del valor de tierra; los campesinos para poder inscribir su tierra en el INA deben reunir tres requisitos; Ser hondureño por nacimiento ser mayor de edad, Tener como ocupación habitual los trabajos agrícolas, No ser propietario de tierras o serlo de una superficie inferior a la establecida en el Artículo 34 (INA, 2018).

En el caso de procesos y requisitos del valor de gastos administrativos; la beneficiaria reforma agraria que son los ocupantes de las tierras agrícolas pagaran por los predios que se les adjudiquen el valor catastral de los mismos más los gastos administrativos s/acuerdo de la Dirección Ejecutiva No. 30-2014 de fecha 11 de junio de 2014 vigente, se cobra L. 350.00 por

hectárea o fracción de tierra titulada al campesino, y L. 1,500.00 por título de una organización societaria campesina inscrita legalmente por el Estado (INA, 2018).



Fuente: INA. (2018). Servicios: Procesos de Titulación de tierras. Honduras: INA. Recuperado a partir de: http://www.ina.hn/userfiles/proceso_sector_reformado.pdf

Figura 21. Proceso de Titulación de Tierras

Tabla 15. Operaciones, Actividades, Metas y responsable para el objetivo 6

Operación	Actividad	Meta	Responsable
Documento de propiedad del terreno	Solicitud de documento del terreno en el Instituto Nacional Agrario	Poseer el documento que lo acredite como dueño del terreno	Pequeño Productor

7. Promover un abarcamiento local del centro de acopio y luego expandirse en todo el municipio de los alrededores.

El centro de acopio es el que servirá para el almacenamiento de los granos de café en saco, el cual una vez formado por los socios que decidan formar parte se deberá promover localmente para que todos los pequeños productores de café se integren a él y obtengan un mejor precio por

la venta de su café, una vez que se posicione localmente se expandirá promoviéndose en los municipios de los alrededores para que los pequeños productores de esos municipios vengan a formar parte del centro de acopio y este obteniendo más socios recibirá mayor cantidades de almacenamiento de café lo cual podrá venderlo no solo en las cooperativa Corpcafom, podrá expandirse a la cooperativa de Danlí.

Tabla 16. Operaciones, Actividades, Metas y responsable para el objetivo 7

Operación	Actividad	Meta	Responsable
Abarcamiento local y expansión	Promover el centro de Acopio	Alcanzar un mayor número de socios	Centro de Acopio

8. Establecer relaciones con los Institutos de control a los pequeños cafetaleros para su fortalecimiento.

El centro de acopio establecerá relaciones con los institutos de control a los cafetaleros para poder obtener beneficios tanto de traer a personal de los institutos al centro a impartir charlas de cómo se debe de limpiar el terreno, como sembrar la plantita de café, que fertilizantes utilizar, como fertilizar las plantas de café para que estas den un grano de calidad, así como implementar charlas sobre la determinación de los precios del café. Además, el centro buscara la forma de conseguir ayudas por medio de los institutos, que estos traigan fertilizantes a regalar o algún otro beneficio para los pequeños productores que están asociados al centro de acopio.

Tabla 17. Operaciones, Actividades, Metas y responsable para el objetivo 8

Operación	Actividad	Meta	Responsable
Establecer Relaciones con los Institutos de control al cafetalero	Fortalecimiento de la siembra del pequeño productor	Obtener beneficios de los Institutos	Centro de Acopio

9. Definir la permanencia de ingresos durante todo el año de los pequeños cafetaleros por medio del centro de acopio.

Es de vital importancia que el pequeño productor al vender su producción de café en grano en los meses de noviembre a febrero, obtiene sus ingresos del cual rebaja todos sus costos y gastos que asumió en el transcurso de la siembra, cosecha, limpia, fumigación y corte del grano, al quedarle el ingreso neto, según la entrevista se detectó que lo gasta entre los primeros cinco meses por lo que para el resto del año ya no tiene con qué sobrevivir él y su familia, se endeuda con los intermediarios, prometiéndoles venderle la siguiente producción a ellos al precio que fijen, a cambio del dinero prestado.

Pero si el pequeño productor se une al centro de acopio reduciría este tipos de problema debido que en ella tendría un rezago de acuerdo a los ingresos que generara su producción al venderlo al precio fijado por la bolsa y en el momento que este mas alto el cambio del dólar, lo cual le serviría de gran ayuda cuando ya no tenga dinero, porque los administradores del centro de acopio al recibir la producción del pequeño cafetalero al almacén le pagaran menos de lo que recibirán ellos cuando lo vendan a la cooperativa y posteriormente le devolverán la otra parte para que puedan tener un ahorro y así poder seguir trabajando sus cosechas.

Tabla 18. Operaciones, Actividades, Metas y responsable para el objetivo 9

Operación	Actividad	Meta	Responsable
Permanencia de ingresos durante todo el año para los pequeños cafetaleros	El centro de acopio dejara un rezago al momento de llevar al almacén el grano los pequeños productores	Devolverlo posteriormente al pequeño productor	Centro de Acopio

10. Implementar charlas para informar al pequeño productor sobre la seguridad al depositar su cultivo en el centro de acopio.

El centro de acopio debe de implementar las charlas al pequeño productor, para que este deduzca que tiene seguro el comprador de su producción y que no tendrá problemas de no poderla vender, y la cooperativa le pagará un precio justo por cada quintal de café.

Tabla 19. Operaciones, Actividades, Metas y responsable para el objetivo 10

Operación	Actividad	Meta	Responsable
Implementación de Charlas	Tener un consumidor seguro y permanente que compra el café	Venta segura de la producción de café	Centro de Acopio

11. Ejecución de convenio del precio seguro para su cosecha mediante el precio fijado por la bolsa de New York.

La administración del centro de acopio debe explicarle al pequeño productor que la cooperativa tiene un convenio, pues paga el precio que está establecido por la bolsa de new york, lo cual a veces es muy interesante porque la bolsa días que sube y días que baje, por lo que al almacenar la producción en un lugar seguro esta se venderá en los días que sube el precio aprovechando obtener una mejor ganancia.

Tabla 20. Operaciones, Actividades, Metas y responsable para el objetivo 11

Operación	Actividad	Meta	Responsable
Precio fijado en bolsa de new york	Convenio del precio seguro por la venta de la cosecha almacenada	Obtención de ingresos razonables a mejores precios	Centro e Acopio

4.5.4. Presupuesto

Presupuesto del Plan Estratégico para la venta del grano de café por medio del centro de acopio, el cual se determinó de acuerdo a las estrategias logradas por medio de cada una de sus actividades.

Tabla 21. Presupuesto del Plan Estratégico

No.	Estrategias	Actividades	Pequeños Productores	Moeda	Costo Unitario	Costo Total
1	Propiciar la Asociación de los pequeños productores de grano de café, para la formación de un centro de acopio con el propósito de reducir los costos y comercializar en conjunto logrando el beneficio de venderlo directamente a la cooperativa.	Invitar a cada pequeño productor a una reunión para considerar la importancia y necesidad de formar el centro de acopio	1,223	L.	1.00	1,223.00
Sub-Total por Estrategia						1,223.00
2	Alcanzar servicios básicos de almacenamiento del acopio.	Construcción de 950 metros cúbicos de material de madera	1,223	L.	164.00	200,572.00
		Servicios básicos como ser; Agua, luz y un servicio sanitario	1,223		5.00	6,115.00
Sub-Total por Estrategia						206,687.00
3	Definir los procesos de corte, despulpado y secado de los granos de café de una forma estandarizada en el centro de acopio.	Maquina Despulpadora para despulpar el grano	1,223	L.	17.00	20,791.00
		Secado de los granos despulpados	1,223		4.00	4,892.00
		Llenado de los sacos del grano de café	1,223		5.00	6,115.00
Sub-Total por Estrategia						31,798.00
4	Introducción del producto en los centros de comercialización en especial a la Cooperativa Corpcafoam por medio de la afiliación de los administradores para recibir un precio justo de acuerdo a la bolsa de new york.	Cobro de una pequeña cantidad por el almacenamiento en el centro de acopio	1,223	L.	10.00	12,230.00
Sub-Total por Estrategia						12,230.00
5	Recolectar una porción de dinero de cada uno de los integrantes del centro de acopio para la obtención de un vehículo para transportar los quintales de café en grano.	Aportación en efectivo o en granos de café	1,223	L.	600.00	733,800.00
Sub-Total por Estrategia						733,800.00
6	Promover la importancia por medio del centro de acopio a los pequeños productores que arreglen su documentación para comprobar que son dueños de su terreno mediante la solicitud en el Instituto Nacional Agrario.	Se invitará a una reunión de mutuo acuerdo con el Instituto Nacional Agrario quien proporciona los requisitos para solicitud de documentos de propiedad del terreno del pequeño productor	1,223	L.	3.00	3,669.00
Sub-Total por Estrategia						3,669.00
7	Promover un abarcamiento localmente del centro de acopio y luego expandirse en todo el municipio de los alrededores.	Visitas para Promover el centro de acopio	1,223	L.	2.00	2,446.00
Sub-Total por Estrategia						2,446.00
8	Establecer relaciones con los institutos de control a los pequeños cafetaleros para su fortalecimiento.	Se realizará una reunión en el centro de acopio para presentar a los pequeños productores de café los beneficios que obtendrían al establecer relaciones con los institutos de control	1,223	L.	1.50	1,834.50
Sub-Total por Estrategia						1,834.50
9	Definir la permanencia de ingresos durante todo el año de los pequeños cafetaleros por medio del centro de acopio.	Por manejar los fondos del rezago se cobrara una pequeña cantidad	1,223	L.	10.00	12,230.00
Sub-Total por Estrategia						12,230.00
10	Implementar charlas de que tienen un consumidor seguro y permanente mediante la Cooperativa Corpcafoam que compra su café al centro de acopio.	Implementación de reuniones trimestrales para dales a conocer la variación del precio de la bolsa de new york a los pequeños productores, para que se motiven a venderlo directamente	1,223	L.	9.00	11,007.00
Sub-Total por Estrategia						11,007.00
11	Ejecución de convenio del precio seguro para su cosecha mediante el precio fijado por la bolsa de New York.	Hacer un sistema contable manual de registro de la venta del grano de café, para presentar a los pequeños productores sus variaciones en cuanto a la comparación del precio de los intermediarios y la cooperativa	1,223	L.	7.00	8,561.00
Sub-Total por Estrategia						8,561.00
Total				L.		1,025,485.50

Fuente; Elaboración propia

Análisis del Presupuesto

El presupuesto de toda la inversión anda aproximadamente en L. 1,025,485.50, el cual se pretende obtener de parte de los pequeños productores que se asociaron al centro de acopio, dicho presupuesto está distribuido de acuerdo a los objetivos que necesita lograr el centro de acopio, por lo que se detalla cada objetivo con el monto a invertir para poder alcanzarlo;

1. Propiciar la Asociación de los pequeños productores de grano de café, para la formación de un centro de acopio con el propósito de reducir los costos y comercializar en conjunto logrando el beneficio de venderlo directamente a la cooperativa. Para poder lograr este objetivo es necesario invitar a cada pequeño productor a una reunión en la cual se estima gastar L. 1,223.00.
2. Alcanzar servicios básicos de almacenamiento del acopio. Se pretende construir un centro de material de madera que incluye tres bodegas; para despulpar, secar y almacenar aproximadamente 6,000.00 quintales en sacos de 100 libras. Los sacos serán colocados sobre tarimas de madera para protegerlos de la humedad, además se instalarán los gastos básicos; agua, luz y servicio sanitario, para lograr dicho se estima un gasto de L. 206,687.00 aportando L. 169.00 cada pequeño productor.
3. Definir los procesos de corte, despulpado y secado de los granos de café de una forma estandarizada en el centro de acopio. Es necesario que el centro de acopio cuente con estas bodegas separas; conteniendo sus instrumentos necesarios como ser; La maquina despulpadora, las bases de madera con maya para el secado y las tarimas para colocar los quintales de café para su almacenamiento. Para lo cual se estima un gasto de L. 31,798.00, aportando L. 26.00 cada uno de los pequeños productores.
4. Introducción del producto en los centros de comercialización en especial a la Cooperativa Corpcafom, por medio de la afiliación de los administradores para recibir por su venta de

café, un precio justo de acuerdo a la bolsa de new york. Para lograr introducir el producto a la cooperativa a un precio alto se debe de almacenar la producción por un determinado tiempo hasta que esta favorable el precio en el mercado, por lo que el costo de almacenamiento anda en L.12,230.00 cada socio hará un pago de L. 10.00, el cual servirá para sostener gastos de almacenamiento del centro.

5. Recolectar una porción de dinero de cada uno de los integrantes del centro de acopio, para la obtención de un vehículo para transportar los quintales de café en grano. Para poder lograr este medio de transporte es necesario la aportación obligatoria de los socios del centro, lo cual será de L. 600.00 por cada uno, acumulándose L.733,800.00 valor que se estiman anda en el mercado un camión usado, y posteriormente ya estando factible el centro se puede solicitar otra contribución obligatoria para comprar el segundo camión.
6. Promover la importancia por medio del centro de acopio a los pequeños productores que arreglen su documentación, para comprobar que son dueños de su terreno mediante la solicitud en el en el Instituto Nacional Agrario. Es necesario que cada pequeño productor tenga sus documentos de sus tierras, porque al tener el documento cada socio, el centro de acopio tiene más sustento y seriedad para solicitar financiamiento y aun si en un futuro crece, se puede convertir en un centro que vende directamente a las empresas exportadoras, por lo que se estima un gasto de L.3,669.00, contribuyendo cada uno L.3.00
7. Promover un abarcamiento localmente del centro de acopio y luego expandirse en todo el municipio de los alrededores. Es necesario que el centro de acopio se dé, a conocer para poder obtener un crecimiento por medio de la afiliación de mas pequeños productores, dicho objetivo para poder alcanzarlo se estima un gasto de L. 2,446.00, una mínima aportación de L. 2.00 por cada socio.

8. Establecer relaciones con los institutos de control a los pequeños cafetaleros para su fortalecimiento. Al entender los pequeños cafetaleros que tan importante es tener documentos por sus terrenos y que beneficios les trae, que es la afiliación a los institutos de centro de la siembra de café a los pequeños productores, y que además le ofrecen servicios de financiamiento, imparten charlas para la siembra de su café y regalan por medio de subsidio fertilizantes para las plantas de café. Tal objetivo anda en un gasto aproximado de L. 1,834.50.
9. Definir la permanencia de ingresos durante todo el año de los pequeños cafetaleros por medio del centro de acopio. La cual se definirá por medio de manejar los fondos del rezago, que recibe el centro al vender a la cooperativa cuando el precio esta alto, los cual le sirve al cafetalero para poder seguir subsistiendo sus cosechas, ya que recibirá ingresos después de a ver vendido al centro de acopio en fechas antes a un precio menor, pero por la devolución del rezago, se cobrara una pequeña cantidad por socio de L. 10.00 que servirán para sostener los gasto del centro, siendo un total por todos los socios de L. 12,230.00.
10. Implementar charlas, dando a conocer que el centro tiene un consumidor seguro y permanente mediante la Cooperativa Corpcafom, que compra su café al centro de acopio. Este objetivo es muy importante debido que los socios del centro deben estar seguros que la cosecha se va a vender en la mejor oportunidad, porque al estar convencidos de que se va vender el producto, ellos se ven en la necesidad de llevarlo a almacenar al centro de acopio y no se lo venden a los intermediarios, para poder lograr se estima un gasto de L. 9.00 por cada pequeño productor obteniendo en total L. 11,007.00.
11. Ejecución de convenio del precio seguro para su cosecha mediante el precio fijado por la bolsa de New York. Para poder lograr este objetivo de debe implementar un sistema contable manual de registro de la venta del grano de café, para presentar a los pequeños

productores sus variaciones en cuanto a la comparación del precio de los intermediarios y la cooperativa, lo cual para lograrlo se estima un gasto de L. 8,561.00 por los 1,223 socios.

El movimiento del dinero en el centro de acopio, funcionara por medio de administradores honrados y dedicados a mejorar las utilidades, quienes buscan el beneficio para ellos y para los demás pequeños productores del municipio; para poder formar el centro de acopio; es necesario que cada pequeño productor pague unas pequeñas cantidades para poder formar la asociación, La que servirá de mucho para poder obtener un precio justo por su cosechas, por medio del almacenamiento y venta del grano de café; Cuando aumenta el precio en el mercado de la bolsa de new york. El centro de acopio se sostendrá por medio de los pagos que hace cada pequeño productor por el almacenamiento de su café.

4.5.5. Análisis Financiero para pequeños productores

En esta sección se busca describir la rentabilidad proyectada en cinco años que le generará a la sociedad integrada por dos socios dedicados a la siembra de café en grano siendo pequeños productores aportan una inversión inicial de L. 626,553.00, para emprender su pequeño negocio, con el objetivo de obtener un proyecto factible, que les genere utilidad. Para poder crecer en este rubro que han decidido emprender, inician sus operaciones con un terreno valorado en L. 332,000.00 más la inversión de L. 294,553.00.

Se ha proyectado para 5 años la inversión, al ser un proyecto de siembra de café, el cual empieza a generar fruto hasta el segundo año por lo tanto hasta este año empieza a generar ingresos, el precio que se vende la producción del grano de café está valorado en base al precio fijado por la bolsa de new york, y sea proyectado de acuerdo a la inflación del año base aumentando un 5% por año, la producción que genera un terreno de seis manzanas de tierra, sembrados 15,000 palos de

café, generando 237 quintales de café los cuales se venden a un precio de L. 2,295.04 por quintal lo que genera un ingreso de L. 545,073, para el tercer año el terreno se encuentra más fértil genera una producción de 396 quintales y para los siguientes años una producción de 475 quintales, por lo que la proyección de los ingresos nos aumenta en un L. 1,301,359 para el quinto año.

Los costos del proyecto de inversión para el primer año ascienden a L. 179,358, los gastos de administración y de ventas a L.409,341, gastos financieros a L. 30,000, debido que para emprender el proyecto es necesario un préstamo valorado en L. 200,000 otorgado por el banco a una tasa del 15% a cinco años por lo que el 32% del proyecto es financiado con fondos externos y el 68% fondos propios, los activos generan una depreciación de L. 57,514, para el primer año, se obtiene una pérdida en el estado de resultado de L. -676,213, debido a lo antes mencionado que la siembra de café empieza a dar fruto hasta el segundo año.

Para este año se debe absorber más gasto debido a la inflación por tanto el estado de resultado nos sigue reflejando pérdida, pero las ventas aumentan en base al precio por que es pagado de acuerdo a la bolsa de new york y hasta que el dólar está mas alto el centro de acopio aprovecha y vende la cosecha, por tanto para el año tres, cuatro y cinco aumentan los gastos pero aumentan las ventas porque la cosecha también es más productiva, obteniendo una utilidad el estado resultado y se analiza una recuperación de la inversión para el quinto año.

El flujo de efectivo proyectado nos muestra que para el año uno y dos no genera efectivo, pero para el año tres empieza a generar efectivo, así como para los años cuatro y cinco, por lo que el proyecto tiene un buen indicador de liquidez y se puede observar que la inversión en un futuro esta valorada en L. 2,207,134 que es su valor de rescate, el cual se calculó por medio de la proyección de la utilidad neta del año cinco, entre la tasa del CAPM. Por lo que al calcular la VAN del proyecto es positiva de L. 342,667.32 generando una TIR del 25% la cual supera el 17.85% del costo de promedio ponderado, por tanto, el proyecto de inversión es factible.

La producción de café en grano, se llevado a la venta, por medio del centro de acopio por lo que delimitando el mercado que se atenderá siendo la Cooperativa de Productores de Café Francisco Morazán, Ltda. CORPCAFOM, así como su caracterización, tamaño, precio y localización para la venta del grano.

Los principales factores que influyen en la demanda de un producto son: el precio (aunque los precios del grano no se establecen en base a las leyes de la oferta y la demanda), la calidad, sabor y aroma del café.

Se realizó una segmentación de mercado, centrándonos únicamente en el departamento de Francisco Morazán, se comienza con la Cooperativa Corpcafom, ubicada Talanga se encargará de comercializar los granos de café a las Exportadoras.

Nuestra ubicación geográfica se concentrará en el Municipio de Guaimaca, Francisco Morazán.

4.5.5.1 Proyección de Ventas

Se presentan las ventas proyectadas para los próximos 5 años, las cuales se estiman serán las más posibles, determinadas por la variable de inflación proyectada a un crecimiento de 5% anual:

Tabla 22. Variable de Inflación

Inflación			2018	2019	2020	2021	2022
	Año 2016	Interanual 2017, estimada	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Real	2.90%	3.66%					
Variaciones	0.14%						
Crecimientos (disminuciones)	5%						
Inflacion promedio	5.25%						
Proyectada (crecimiento del 5% anual)			5.25%	5.5%	5.8%	6.1%	6.4%

La tabla nos presenta la tasa de inflación establecida por medio de Banco Central de Honduras para el año 2017 fue de 3.66%

Tabla 23. Proyección de precios por Quintales de granos de café

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1 Precios:					
Granos de Café por Quintal	2,175.40	2,295.04	2,428.16	2,576.27	2,741.16
2 Precios con márgenes deseados:					
Granos de Café por Quintal	2,175.40	2,295.04	2,428.16	2,576.27	2,741.16
3 Ventas en monto:					
Granos de Café por Quintal	-	545,073	961,027	1,223,308	1,301,359
Total ventas en monto	L. 0.00	L. 545,073	L. 961,027	L. 1,223,308	L. 1,301,359

El precio de venta para el primer año se obtuvo de la referencia que utiliza nuestro país para la comercialización del grano de café; que es el Contrato “C” de Intercontinental Exchange (ICE), a nivel de la bolsa de New York (\$ 95.45 por quintal), según datos de IHCAFE, y la proyección de los precios de venta promedios por año, se obtuvieron mediante una proyección del 5% anual por medio de la variable de inflación para los cuatro años restantes.

Además en la pequeña entrevista se confirmó la referencia utilizada para establecer el precio, por medio de la Administradora Cinthia Carias, de la Cooperativa Corpcafom, la cual nos comentó que el precio, es fijado por la Bolsa de New York, los cuales se presentan en la primera línea de precios (precios estimados de forma promedio de acuerdo a resultados de la bolsa de New York), en la segunda línea se muestran los precios con un margen deseados igual al precio base, considerando una proyección de 5 años continuos.

Tabla 24. Proyección de ventas en Quintales de granos de café

		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Ventas por Quintal					
	Granos de Café por Quintal	-	237	396	475	475
2	Precios:					
	Granos de Café por Quintal	L. 2,175.40	L. 2,295.04	L. 2,428.16	L. 2,576.27	L. 2,741.16
3	Ventas en monto:					
	Granos de Café por Quintal	-	545,073	961,027	1,223,308	1,301,359
	Total ventas en monto	L. 0.00	L. 545,073	L. 961,027	L. 1,223,308	L. 1,301,359

Las ventas están en función a la cantidad de Granos de Café en quintales, probables que dará la producción de los quince mil palos de café sembrados en las seis manzanas de terreno, los cuales serán vendidos de acuerdo con el corte de Café, por cada lata que corte el mozo se le pagará y así mismo por lata midiendo quintales, será almacenado en el centro de acopio y este posteriormente lo venderá en la mejor oportunidad a la Cooperativa Corpcafom.

Las ventas estimadas que se adquieren de la siembra de 15,000 plantas de café en un terreno de seis manzanas, para el primer año no se obtiene ya que las plantas empiezan a dar su fruto hasta en el segundo año, por lo tanto al incurrir en las cortas de los frutos de la planta se obtienen 1,800.00 latas de café las cuales se convierten en 237.5 quintales los cuales se venden a un precio de L. 2,295.00 por quintal, ya para el tercer año las plantas incrementan su fruto y dan una cosecha de 3,000.00 lastas de café y según la fluctuación el precio va aumentando por lo que se obtienen mejores ingresos, y para el tercer año la planta mejora el incremento de su fruto y da una cosecha de 3,600.00 lastas de café las cuales permanece constante por un estimado de 10 años, siempre y cuando se le esté dando el mantenimiento necesario a las plantas ya sembradas.

4.5.5.2 Inversión Inicial

Cabe mencionar que dentro de la inversión inicial se encuentra el terreno valorado en L. 332,000.00, el cual forma parte del capital social ya que es aportación por parte de los dos pequeños productores. A continuación, la Inversión Inicial sobre la producción del café en grano.

Tabla 25. Inversión inicial de los pequeños productores

INVERSION INICIAL DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES	
Detalle	Costo primer año HNL
Terreno son 6 manzanas	L. 332.000.00
Matitas de Café	52.500.00
Compra de hijos de Plátano	9.000.00
Rosado del Terreno	24.000.00
Costo de la siembra de la planta de café	45.000.00
Costo de la siembra del plátano	9.000.00
Fertilizante numero 18	1.650.00
Puesta del fertilizante para el café	18.000.00
Puesta del fertilizante plátano	6.000.00
Bombas para fumigar	3.800.00
Ciperl (insecticida)	480.00
Inimet 6 (insecticida)	125.00
Rimayato sl (insecticida)	960.00
Bordocop (insecticida)	450.00
Timet (insecticida)	600.00
Puesta Fumigo	15.000.00
Puesta Fumigo del plátano	5.000.00
Limpia del Café	4.800.00
Proyecto de agua	5.000.00
pago anual por tener agua	360.00
llave y tubos	200.00
Encargado de cuidar	48.000.00
Gatos Preoperativos	20.000.00
Baldes	700.00
Canastos	600.00
Costales de Carga	600.00
Cajones	1.000.00
Tela Metálica	3.000.00
Escritorio	5.999.00
Silla	397.00

Sillas de estar	368.00
Computadora	8.995.00
Archivo	2.969.00
TOTAL	L. 626.553.00

Fuente; Elaboración propia

Los dos pequeños productores necesitan una inversión inicial de L. 626,553.00, para emprender su pequeño negocio, con el objetivo de obtener un proyecto factible, que les genere utilidades para poder crecer en este rubro que ellos han decidido dedicarse, este presupuesto estimado, es la inversión inicial que se dispone para empezar con el proyecto de la siembra de granos de café; Los socios aportan como capital social, su terreno para cultivar de seis manzanas en el cual se cultivaran todas las seis manzanas que se pueden sembrar 15,000 plantas de café, el cual está valorado en L. 332,000.00, con este capital inicia la inversión para la siembra de granos de café.

Como inversión inicial se consideran los costos por la compra de las plantas de café que compran 15,000 matas a 3.50 cada una siendo un total de L. 52,500.00, compra de 3,000 hijos de plátano a L. 3.00 siendo un total de L. 9,000.00, para sembrarlos a la par de la planta de café para que les dé la sombra y se puedan criar las plantitas, luego los costos por el rosado del terreno, la siembra, fertilizante, fumigación y limpieza, proyecto de agua un total de L. 247,080.00, los gastos preoperativo son de L.20,000.00 para hacer todo el papeleo para implementar la siembras del café, el gasto por cuidar toda la obra desde que se empieza a sembrar es de L. 48,000.00 durante el primer año, gastos por el mobiliario y equipó es de L. 24,628.00, estos son los costos que necesitan incurrir los pequeños productores para poder sembrar un terreno de seis manzanas.

4.5.5.3 Costos Variables y Gastos fijos

Los costos variables y gastos fijos son: estimados para un terreno compuesto por seis manzanas, cultivados quince mil palos de café, por lo que se detallan a continuación:

Tabla 26. Costos variables

Costos Unitarios	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Corta de Café					
Sueldos de Mozo	-	56,976.23	100,456	127,871.93	136,030.54
Fertilizantes	1,655	1,746.26	1,847	1,960	2,085
Insecticida	2,623	2,767	2,928	3,105	3,304
Sueldo del la puesta del fertilizante e insecticida	33,101	34,925	36,946	39,191	41,692
Siembra	69,000	-	-	-	-
Limpia	4,800	5,080	5,374	5,701	6,064
Sueldo del Tecnico	48,146	50,800	53,740	57,005	60,642
Costos totales	L. 159,325	L. 152,295	L. 201,291	L. 234,834	L. 249,817
Costos unitarios	L. 0	L. 84.61	L. 67.10	L. 65.23	L. 69.39
Revisiones periodicas					
Siembra del Platano	9,000	-	-	-	-
Puesta Fertilizantes	6,018	6,350	6,717	7,125	7,580
Sueldo del la puesta del insecticida	5,015	5,292	5,598	5,938	6,317
Costos totales	20,033	11,641	12,315	13,063	13,897
Costos unitarios	L. 0	L. 0.00	L. 0.00	L. 0.00	L. 0.00
Costos totales	L. 179,358	L. 163,936	L. 213,606	L. 247,898	L. 263,714
Costos unitarios	L. 0	L. 85	L. 67	L. 65	L. 69

Tabla 27. Gastos fijos

Gastos administrativos y venta

	Mensual con inflación	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Administrador (contador)	24,176	338,467	357,121	377,788	400,745	426,313
servicios publicos y otros		360	380	402	426	453
Papeleria		1,000	1,055	1,116	1,184	1,260
Flete		12,000	12,661	13,394	14,208	15,115
Depreciaciones		57,514	57,514	57,514	57,514	57,514
Total gastos fijos		L. 409,341	L. 428,732	L. 450,215	L. 474,077	L. 500,655

Los gastos fijos que se verán incurridos en la inversión de la siembra de café incluyen; Los gastos del administrador se pagará mensual a un valor de L. 24,176.00 por los catorce pagos al año que debe recibir según la ley del trabajo, los servicios públicos y otros, la papelería y las depreciaciones, están cada año sujeto a la inflación por el crecimiento, proyectándose para los cinco años.

El flete se estima en L. 12,000.00 al año calculado según lo que cobran los camioneros por traer los quintales de café de San José de Guaimaca hacia la cooperativa ubicada en el municipio de Talanga, recorriendo 40 kilómetros de distancia desde el cafetal o del centro de acopio hasta la cooperativa, el camión se moverá durante tres meses, y cada mes cuatro semanas por lo cual el camionero cobra L.1,000.00 por viaje, trasladando 20 quintales de café. El flete tendrá un crecimiento según la inflación para los cinco años proyectados.

4.5.5.4 Calculo de depreciaciones y amortizaciones de la inversión

Tabla 28. Cuadro de depreciaciones y amortizaciones de la inversión

INVERSIONES	Costos	VU	Valor Residual	Valor a Depreciar	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Terreno	332,000								
Mobiliario y equipo									
Escritorio	5,999	10	60	5,939	594	594	594	594	594
Silla	397	10	4	393	39	39	39	39	39
Sillas de estar	368	10	4	364	36	36	36	36	36
Computadora	8,995	5	90	8,905	1,781	1,781	1,781	1,781	1,781
Archivo	2,969	10	30	2,939	294	294	294	294	294
Herramientas									
Bombas para Fumigar	3,800	10	38	3,762	376	376	376	376	376
Cajones	1,000	5	10	990	198	198	198	198	198
Costales de Carga	600	5	6	594	119	119	119	119	119
Baldes	700	5	7	693	139	139	139	139	139
Canastos	600	5	6	594	119	119	119	119	119
Tela Metalica	3,000	5	30	2,970	594	594	594	594	594
Gastos de Agricultura	246,125	5		246,125	49,225	49,225	49,225	49,225	49,225
Gastos pre - operativos	20,000	5		20,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000
Total inversion fija	626,553								
Inversion total	L. 626,553		L. 284	L. 294,269	L. 57,514	L. 57,514	L. 57,514	L. 57,514	L. 57,514

Para el cálculo de la depreciación se utiliza el método de línea recta y se calcula considerando el 1% de valor residual tal como lo establece el reglamento de depreciaciones y amortizaciones de la República de Honduras.

4.5.5.5 Proyección de Estados de Resultados

El Estado de Resultados para los períodos sujetos a proyección, nos muestra el detalle de los ingresos y egresos, la utilidad generada durante cada periodo, así como la retención del 3.25% de las ventas netas que están sujetos los cafetaleros según el artículo 14 del decreto 297-2002, en el que se ordena los aportes y distribuciones para el fondo Cafetero Nacional, y para el Instituto Hondureño del Café (IHCAFE), además el 1.5% de impuesto para el gobierno, se observa que en el año uno y dos refleja una pérdida lo cual es normal porque se está iniciando la inversión, se presenta:

Tabla 29. Estado de Resultado Proyectado

Estado de Resultados

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	-	545,073	961,027	1,223,308	1,301,359
Costos variables	(179,358)	(163,936)	(213,606)	(247,898)	(263,714)
Gastos de administración y ventas	(409,341)	(428,732)	(450,215)	(474,077)	(500,655)
Gastos Financieros	(30,000)	(30,000)	(30,000)	(21,361)	(11,425)
Depreciación y amortización	(57,514)	(57,514)	(57,514)	(57,514)	(57,514)
Utilidad antes de ISR	(676,213)	(135,109)	209,692	422,459	468,050
ISR 1.5% s/ventas netas		(8,176)	(14,415)	(18,350)	(19,520)
Retención 1.75% Fondo Cafetero Nacional s/ventas netas		(9,539)	(16,818)	(21,408)	(22,774)
Utilidad neta del periodo	L. -676,213	L. -143,286	L. 178,459	L. 382,701	L. 425,756

Se muestra detalladamente la obtención de los ingresos por las ventas de granos de café para los pequeños productores, proyectado para los cinco años;

Tabla 30. Ingresos por Venta de los Granos de Café por Quintal

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1 Ventas por Quintal					
Granos de Café por Quintal	-	237	396	475	475
2 Precios:					
Granos de Café por Quintal	L. 2,175.40	L. 2,295.04	L. 2,428.16	L. 2,576.27	L. 2,741.16
3 Ventas en monto:					
Granos de Café por Quintal	-	545,073	961,027	1,223,308	1,301,359
Total ventas en monto	L. 0.00	L. 545,073	L. 961,027	L. 1,223,308	L. 1,301,359

El ingreso por ventas es determinado por la producción obtenida de la cosecha de las 15,000 plantas de café sembradas en las 6 manzanas de terreno, las cuales se ha realizado la corta del fruto de la planta, dando para el primer año 237 quintales de café, estimándose la venta a la cooperativa la cual paga L. 2,295.04 el quintal según el precio establecido en la bolsa de new york, por lo cual se ha recibido de ingresos en el año L. 545,073.00, por lo tanto las ventas se han proyectado para los cinco años de acuerdo al crecimiento del 5% de la inflación y el crecimiento de los granos de café por la fertilización del terreno con más antigüedad.

4.5.5.6 Flujos de Efectivo Proyectado

El Flujo de Efectivo proyectado para los períodos de cinco años, en el cual se puede analizar las entradas y salidas de efectivo, que nos sirve para analizar la capacidad de generar efectivo la inversión, en la tabla podemos observar que el año cero, año uno y dos arroja un saldo negativo el cual es normal porque se viene empezando la inversión, además el valor de rescate es calculado por medio de la proyección de la utilidad neta del año cinco, entre la tasa del CAPM (modelo de fijación de precios de activos de capital), dicho valor nos sirve para valorar la inversión quiere decir que es el precio estimado en un futuro vender la inversión, la depreciación es calculada por medio del método de línea recta la cual se suma en el flujo porque no se considera como una salida

de dinero por lo que se reversa de la utilidad para determinar el efectivo real proveniente de la inversión.

Tabla 31. Flujo de efectivo

Flujo de Efectivo Proyectado

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión Fija	(626,553)					
Utilidad Neta del periodo		(676,213)	(143,286)	178,459	382,701	425,756
Gastos por Depreciación y Amortización		57,514	57,514	57,514	57,514	57,514
Valores de Rescate						2,207,134
Flujos Netos de efectivo	L. -626,553	L. -618,699	L. -85,772	L. 235,973	L. 440,215	L. 2,690,404

Préstamo Bancario

El 32% del proyecto será financiado con fondos externos (préstamo bancario con Banhcafe), bajo las condiciones siguientes:

Monto del préstamo hipotecario: L. 200,000.00

Tasa de interés al 15%

Plazo a 5 años

2 años de gracia por el tipo de producción, los cafetaleros tienen este beneficio en los bancos por apoyo a la agricultura, para el pago de capital siendo este caso siembra de café en grano el cual empieza a dar su cosecha hasta el año 2.

A continuación, se presenta la tabla de amortización del préstamo bancario:

Tabla 32. Préstamo bancario

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Saldo Inicial de Capital	200,000	200,000	200,000	142,405	76,170
Cuota de Capital	-	-	57,595	66,235	76,170
Pago de Intereses	30,000	30,000	30,000	21,361	11,425
Saldo Final de Capital	L. 200,000	L. 200,000	L. 142,405	L. 76,170	L. 0

4.5.5.7 Evaluación Financiera

La evaluación financiera desde el punto de vista del proyecto se detalla a continuación:

Tabla 33. Tasa de riesgo

Tasa libre de riesgo (bonos del tesoro de HN/Damodaran)	6.50%
Prima por riesgo	10.27%
Beta para Honduras (Damodaran)	0.74
Riesgo país (Damodaran)	5.19%
CAPM calculado	19.29%

La Tasa de riesgo para año 2018, se utiliza como base para determinar que en la economía se encuentra una opción de inversión que está libre de riesgo.

Tabla 34. Tasa de Costo Promedio Ponderado

Fuente	Proporción	Costo	Ponderación
Préstamo Bancario	32%	14.78%	4.72%
Recursos Propios	68%	19.29%	13.13%
Costo Promedio Ponderado			17.85%

La tabla detalla la tasa de costo promedio ponderado que el proyecto adquiere, un 32% de financiamiento y un 68% con recursos propios, dicha tasa debe ser menor que la rentabilidad de la inversión para que esta sea viable.

Tabla 35. Evaluación financiera

TIR	25%
El proyecto es viable ya que la TIR de 25% supera el 17.85%	
VAN	L. 342,667.32
El proyecto es viable ya que el VPN es positivo	
VAN AJUSTADO	L. 349,806.62
VAN base	264,712.19

Escudo fiscal de los intereses	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	L. 29,550	L. 29,550	L. 29,550	L. 21,040	L. 11,254
VAN escudo fiscal	L. 85,094				

Según la evaluación financiera que nos presenta la tabla, el proyecto es viable ya que se considera una TIR del 25% la cual supera el 17.85% al costo de promedio ponderado. y tanto la VAN y VAN ajustado también es viable ya que estos son positivos, además se refleja un escudo fiscal de los intereses que al contabilizar este gasto financiero reduce el monto imponible.

4.5.6. Cronograma de ejecución

El plan de acción anticipa las iniciativas más relevantes para cumplir con algunos objetivos y metas, el cual estableció quienes son los responsables que estarán comprometidos a alcanzar cada uno de los objetivos estratégicos, los programas que se emplean son las operaciones, la fecha de inicio y de finalización, y quienes son los responsables para poder alcanzar las estrategias.

Este plan debe realizarse con un control tanto durante su desarrollo como al final para que se pueda corregir algún objetivo estratégico que no está dando el resultado esperado, así como al final para establecer si los objetivos han sido cumplidos y dado resultado.

Tabla 36. Plan de Ejecución

N	Objetivo	Actividad	Duración en Años					Responsable	Indicador de verificación	Medio de verificación	Supuesto
			1	2	3	4	5				
1	Propiciar la Asociación de los pequeños productores de grano de café, para la formación de un centro de acopio con el propósito de reducir los costos y comercializar en conjunto.	Invitar a cada pequeño productor a una reunión para considerar la importancia y necesidad de formar el centro.						Responsables de administrar el centro algunos pequeños productores.	Almacenamiento para venta directa del grano.	Aplicación de encuestas consultando a los pequeños productores si quieren formar parte del centro de acopio.	Formado el grupo de pequeños productores de café en grano para apertura el centro de acopio.
2	Alcanzar servicios básicos de almacenamiento del acopio.	Construcción.						Pequeño productor de grano de café.	Almacenamiento de los quintales de café.	Revisar los quintales de café almacenados para posteriormente vender de manera directa por los responsables del centro.	Café en grano recolectado en el centro de acopio de los pequeños productores de café en grano.
3	Definir los procesos de corte, despulpado y secado de los granos de café de una forma estandarizada en el centro de acopio.	forma estandarizada.						Pequeño productor de grano de café.	Corte, despulpado y secado para obtener un producto de calidad.	Revisar los estándares de calidad del café engrano para la venta.	Estándares calificados.
4	Introducción del producto en los centros de comercialización en especial a la Cooperativa Corpcafom por medio de la afiliación de los administradores para recibir un precio justo de acuerdo a la bolsa de new york.	Por medio del almacenamiento en el centro de acopio.						Responsables de administrar el centro algunos pequeños productores.	Obtener el precio fijado por la bolsa de new york.	Solicitud de afiliación en la Cooperativa Corpcafom de los administradores del centro de acopio.	Afiliados en la Cooperativa Corpcafom.
5	Recolectar una porción de dinero de cada uno de los integrantes del centro de acopio para la obtención de un.	Aportación al centro de acopio de L.5,000.00 en efectivo o en granos de café.						Pequeño productor de grano de café.	Poseer vehículo propio el centro de acopio para transportar	Trasladar en el vehículo los quintales de café para vender a la cooperativa	Venta de café en grano realizada en la cooperativa Corpcafom de parte del

Continuación de Tabla 36. Plan de Ejecución

	vehículo para transportar los quintales de café en grano.						la venta del grano de café.		centro de acopio.
6	Promover la importancia por medio del centro de acopio a los pequeños productores que arreglen su documentación para comprobar que son dueños de su terreno mediante la solicitud en el en el Instituto Nacional Agrario.	Solicitud de documento del terreno en el Instituto Nacional Agrario.					Pequeños productores. Poseer el documento que lo acredite como dueño del terreno.	Revisar los datos de inscripción de terreno en el Instituto Nacional Agrario.	Terrenos registrados en el Instituto Nacional Agrario.
7	Promover un abarcamiento localmente del centro de acopio y luego expandirse en todo el municipio de los alrededores.	Promover el centro de Acopio.					Centro de Acopio. Alcanzar un mayor número de socios.	Crecimiento del centro de acopio.	Centro de acopio autorizado por su cantidad y calidad para vender a las exportadoras.
8	Establecer relaciones con los institutos de control a los pequeños cafetaleros para su fortalecimiento en la siembra.	Fortalecimiento de la siembra del pequeño productor.					Centro de Acopio. Obtener beneficios de los Institutos.	Consultando a los pequeños productores si les a servido las capacitaciones y la ayuda de fertilizantes recibidas.	Capacitaciones recibidas y fertilizantes utilizados para mantener la calidad del grano de café.
9	Definir la permanencia de ingresos durante todo el año de los pequeños cafetaleros por medio del centro de acopio.	Centro de Acopio vende directamente a la cooperativa.					Centro de Acopio. El centro de acopio dejara un rezago al momento de llevar al almacén el grano los pequeños productores.	Revisión de la contabilidad de los ingresos ahorrados en el centro de acopio.	Ahorros realizados en el centro de acopio de parte de los pequeños productores.
10	Implementar charlas de que tienen un consumidor seguro y permanente mediante la Cooperativa Corpcafom que	Tener un consumidor seguro y permanente que compra el café.					Centro de Acopio. Venta segura de la producción de café.	Monitoreo en la administración del centro de acopio de la lista de los	Charlas recibidas por los pequeños productores de café en grano.

Continuación de Tabla 36. Plan de Ejecución

	que compra su café al centro de acopio.							pequeños productores que recibieron las charlas.		
11	Ejecución de convenio del precio seguro para su cosecha mediante el precio fijado por la bolsa de New York.	Convenio del precio plaza por la venta de la cosecha almacenada.					Centro de Acopio.	Obtención de ingresos razonables a precios fijados en new york.	Monitoreo en los noticieros que el precio es el real establecido.	Precios recibidos por cada quintal de café en base al precio de la bolsa de New York.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En este último capítulo se dan las conclusiones y recomendaciones resultantes del análisis de los resultados obtenidos en la investigación

5.1 Conclusiones

El presente proyecto de investigación tuvo como objetivo desarrollar un plan estratégico en los precios del grano para los pequeños productores de café en Guaimaca, Francisco Morazán. Este trabajo examinó los diversos componentes del área, la calidad del café, la forma en cómo se cultiva, el impacto que tiene en el sector rural, su rentabilidad, un análisis con diagrama de Ishikawa para observar las variables, uso de los instrumentos; la entrevista y encuesta, así como análisis FODA y las cinco fuerzas de Porter.

En la demostración de esto, se realizó un análisis de los procesos que conlleva ser un pequeño productor de café, se logró analizar en qué medida afectan los comerciantes intermediarios a este rubro, brindando un precio muy por debajo de lo deseable, en lo que se limita sobre todo la inversión de los pequeños productores, afectando su calidad de vida y limitando la competitividad del mercado por tanto es pertinente la creación de un centro de acopio.

En definitiva, se demostró que la actividad de cultivar café en grano se implica un gran ejercicio mental, desde analizar los precios del mercado externo para la exportación, observar la fluctuación, la generación de divisas y el desarrollo financiero implícito en lo anterior. El hecho que los pequeños productores sean quienes potencien el 20% de la exportación de café en el mundo por los países centroamericanos genera preocupación, por tanto, decidimos a través de nuestros instrumentos examinar las variables e hipótesis para mejorar sus beneficios.

Ante esto, se concluye que el café es uno de los productos agrícolas más explotados y requiere atención, pues la enorme cantidad de dinero que se mueve en su rubro beneficia la sociedad hondureña, su importancia de igual manera se refleja en el aspecto cultural de los habitantes, las oportunidades que ofrece para la mano de obra, en la práctica del corte de café mantiene la riqueza tanto en tradición como en lo económico.

5.2 Recomendaciones

Debido a que la producción de café es una de las actividades de mayor comercialización que tiene el país generando ingresos tanto nacionales como internacionales, además de ser uno de los productos de mayor exportación a nivel mundial, se recomienda valorar el mercado local y nacional para consumirlo internamente y después incentivar la comercialización internacional.

Iniciar procesos de gestión ante instituciones y organismos de desarrollo agrícola, con el propósito de mejorar las condiciones en los medios de transporte de los pequeños productores hacia otras zonas donde puedan comercializar el grano, de esta manera fortalecer los canales de distribución del café en la zona.

Por medio del centro de acopio, distribuir afiches anuales a los productores menores sobre la situación del mercado de café a nivel internacional, para con ello puedan analizar los precios externos del mercado, conozcan la fluctuación, la inflación debido dólar y el impacto de este grano a nivel mundial, despertando su conocimiento emprendedor.

Analizar el hecho de que existe variedad de intermediarios que ofrecen a los pequeños productores precios menores al promedio de la bolsa. Se debe tomar en cuenta que para permitir que el desarrollo del mercado local, las condiciones de competitividad en el mercado deben ser

iguales para todos por lo que se recomienda tener un control sobre los intermediarios y mantener siempre en primera instancia la comercialización local del café por medio de un centro de acopio.

Tabla 37. Concordancia de los segmentos

Título	Problema	Preguntas de Investigación	Objetivos		Conclusión	Recomendación	Propuesta
			General	Específicos			
Plan Estratégico de Mejora en los precios del grano para los productores de café en Guaimaca, Francisco Morazán.	¿Qué tan posible sería garantizar un precio adecuado del café para el productor del sector de Guaimaca, Francisco Morazán?	1. ¿Cuáles son los factores que influyen en la determinación o establecimiento del precio del café en grano que cultivan algunos pobladores del municipio de Guaimaca?	Contribuir a la estabilización de los precios de café en grano localmente para el sector de Guaimaca, mediante un adecuado plan estratégico, para proporcionar al pequeño productor un nivel al precio establecido según la bolsa de new york.	1. Conocer los factores que influyen en la determinación o establecimiento del precio del café en grano que cultivan algunos pobladores del municipio de Guaimaca.	El presente proyecto de investigación tuvo como objetivo desarrollar un plan de estrategia en los precios del grano para los pequeños productores de café en Guaimaca, Francisco Morazán. Este trabajo examino los diversos componentes del área, la calidad del café, la forma en cómo se cultiva, el impacto que tiene en el sector rural, su rentabilidad, un análisis con diagrama de Ishikawa para observar las variables, uso de los instrumentos; la entrevista y encuesta, así como análisis FODA y las cinco fuerzas de Porter.	Debido a que la producción de café es una de las actividades de mayor comercialización que tiene el país generando ingresos tanto nacionales como internacionales, además de ser uno de los productos de mayor exportación a nivel mundial, se recomienda valorar el mercado local y nacional para consumirlo internamente y después incentivar la comercialización internacional.	Plan Estratégico para la Venta del grano de café por medio de un centro de acopio para vender directamente a la Cooperativa de Productores de Café Francisco Morazán, Ltda.
		2. ¿De qué manera afectan los comerciantes intermediarios a los pequeños productores de café en el sector de Guaimaca, Francisco Morazán?		2. Analizar la información recibida por parte de los productores de café en cuanto a costos, precios de venta, niveles, calidad y cantidad de producción del grano.			

Continuación de Tabla 37. Concordancia de los segmentos

Título	Problema	Preguntas de Investigación	Objetivos		Conclusión	Recomendación	Propuesta
			General	Específicos			
					inversión de los pequeños productores, afectando su calidad de vida y limitando la competitividad del mercado por tanto es pertinente la creación de un centro de acopio.	de esta manera fortalecer los canales de distribución del café en la zona.	
		3. ¿Qué impacto financiero tendría el pequeño productor de café en la zona de Guaimaca el tener un precio más estable para su producto vendiéndolo directamente a la cooperativa de café por medio de un centro de acopio?		3. Definir posibles alternativas que podrían mejorar la estabilización de precios a los productores de café y por ende mejorar sus ingresos.	En definitiva, se demostró que la actividad de cultivar café en grano se implica un gran ejercicio mental, desde analizar los precios del mercado externo para la exportación, observar la fluctuación, la generación de divisas y el desarrollo financiero implícito en lo anterior. El hecho que los pequeños productores sean quienes potencien el 20% de la exportación de café en el mundo por los países centroamericanos genera preocupación, por tanto, decidimos a través de nuestros instrumentos examinar las variables e hipótesis para mejorar sus beneficios	Distribuir afiches anuales a los productores menores sobre la situación del mercado de café a nivel internacional, para con ello puedan analizar los precios externos del mercado, conozcan la fluctuación, la inflación debido dólar y el impacto de este grano a nivel mundial, despertando su conocimiento emprendedor.	

Continuación de Tabla 37. Concordancia de los segmentos

Título	Problema	Preguntas de Investigación	Objetivos		Conclusión	Recomendación	Propuesta
			General	Específicos			
		4. ¿Qué otras alternativas podrían mejorar la estabilización de precios a los productores de café y por ende la rentabilidad de sus fincas?		4. Proponer un plan estratégico que establezca los precios según la bolsa de new york, para que los pequeños productores obtengan la rentabilidad adecuada y de esta forma mejorar su calidad de vida.	Concluimos que el café es uno de los productos agrícolas más explotados y requiere atención, pues la enorme cantidad de dinero que se mueve en su rubro beneficia la sociedad hondureña, su importancia de igual manera se refleja en el aspecto cultural de los habitantes, las oportunidades que ofrece	Analizar el hecho de que existe variedad de intermediarios que ofrecen a los pequeños productores, precios menores al precio promedio de la bolsa. Se debe de tomar en cuenta que para permitir que el desarrollo del mercado local, las condiciones de competitividad en el mercado deben ser iguales para todos por lo que se recomienda tener un control sobre los intermediarios y mantener siempre en primera instancia la comercialización local del café.	

Fuente; Elaboración propia

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Abreu, J. (2014) El método de la investigación. Daena: International Journal of Good Conscience. 9(3)195-204. Recuperado a partir de:

[http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9\(3\)195-204.pdf](http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9(3)195-204.pdf)

Altuve, J. (10 de 12 de 2004). (J. G. Altuve, Ed.) El uso del valor actual neto y la tasa interna de retorno para la valoración de las decisiones de inversión. Recuperado a partir de:

<http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/17341/1/articulo1.pdf>

Baena, E., Sánchez J. & Montoya, O. El entorno empresarial y la teoría de las cinco fuerzas competitivas. Scientia et Technica Año IX, No 23. Recuperado a partir de:

<file:///C:/Users/Santiago/Downloads/7385-5439-1-PB.pdf>

Banegas, K. (2009). Identificación de las fuentes de variación que tienen efecto sobre la calidad de café (*Coffea arabica*) en los municipios de El Paraíso y Alauca, Honduras. Costa Rica: CATIE. Recuperado a partir de: http://agritrop.cirad.fr/556129/1/document_556129.pdf

Behar Rivero, Daniel Salomón. 2008. Introducción a la Metodología de la Investigación. Argentina: Editorial Shalom. ISBN 978-959-212-773-9

Bernal Torres, C. A. (2010). Metodología de la investigación administración, economía, humanidades y ciencias sociales. Colombia: Prentice Hall.

Brenes, G., & Soto, C. (2016). La situación y tendencias de la producción de café en America Latina y el Caribe (1.^a ed.). Costa Rica: IICA.

Casas, J. Repullo, J. R. Campos, J. (2003) La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos. España: Aten Primaria. recuperado a partir de:

<http://www.unidaddocentemfyclaspalmas.org.es/resources/9+Aten+Primaria+2003.+La+Encuest+a+I.+Cuestionario+y+Estadistica.pdf>

Cárdenas J., & Rodelvi J. (2013). Análisis del ciclo de vida del procesamiento y la distribución del café del beneficio ecológico en la finca Juancito y convencional en la finca La Montaña, Francisco Morazán, Honduras. Escuela Agrícola Panamericana, Zamorano Honduras. Recuperado a partir de: <https://bdigital.zamorano.edu/bitstream/11036/1778/1/IAD-2013-T009.pdf>

Cerón, J. (2009) “Manual de la Calidad, Manual de Procesos y Manual de Procedimientos del Sistema de Gestión de la Calidad del Beneficio Húmedo de café Solidaridad de Sabanas de Huatusco, Veracruz”. México: Universidad Veracruzana. Recuperado a partir de: <https://cdigital.uv.mx/bitstream/handle/123456789/42300/GonzalezCeronJamel.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

Chávez Hernández, N. (2007) Plan estratégico de Desarrollo Municipal de Guaimaca (2007-2019). Recuperado a partir de: https://portalunico.iaip.gob.hn/portal/ver_documento.php?uid=MjIxMzI1ODkzNDc2MzQ4NzEyNDYxOTg3MjM0Mg

CONCAFE. (2005). Reglamento para la comercialización del café. Honduras: CONCAFE. Recuperado a partir de: <https://www.ihcafe.hn/?mdocs-posts=reglamento-de-comercializacion-de-cafe>.

Congreso Nacional. (2003). Ley de reactivación financiera del sector productor de café. Honduras: Congreso Nacional. Recuperado a partir de: <http://www.fao.org/forestry/12762-0bcde7d474b01e018e2b02a9422a68de6.pdf>

Delgado, G. (2010). Conceptos y metodología de la investigación histórica. Rev Cubana Salud Pública v.36 n.1 Ciudad de La Habana. Recuperado a partir de:

http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S0864-34662010000100003&script=sci_arttext&tlng=pt

Escamilla, E. (1994) Un análisis tecnológico, los sistemas de producción de café en el centro de Veracruz México. México.

Faga, H., & Ramos, M. (2006). Cómo profundizar en el análisis de sus costos para tomar mejores decisiones empresariales. (2.a ed.). Argentina: Ediciones Granicas S.A.

Fleitman, J. (2000) Negocios Exitosos. México: Mc Graw Hill.

Gonzales de Miguel, C. (2007). Producción de café en Honduras: Modelado de las elaciones cafeto-arbolado. España: Universidad Politécnica de Madrid: recuperado a partir de:

http://oa.upm.es/959/1/PFC_CESAR_GONZALEZ_DE_MIGUEL.pdf

Ibáñez, J. (2015) Métodos, técnicas e instrumentos de la investigación criminológica. España: Editorial DYKINSON S.L. ISBBN: 978-84-9031-848-5

IHCAFE. (2018). Exportaciones. Honduras: Instituto Hondureño del café.

Intercontinental Exchange (ICE). (2017). Lista de Precios de Históricos de Café. Costa Rica: Instituto del café de Costa Rica.

INA. (2018). Servicios: Procesos de Titulación de tierras. Honduras: INA. Recuperado a partir de: <http://www.ina.hn/servicios.php>

Ishikawa, K. (1997) ¿Qué es el control total de calidad? La modalidad japonesa. Colombia: Ediciones Versalles: Recuperado a partir de:

https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=MWGOXKteTQwC&oi=fnd&pg=PR9&dq=ishikawa+diagrama&ots=MKyLTtN7Kr&sig=V_ain13MEdUhQpTQbLn6LtN7nWs#v=onepage&q&f=false

Jansen, K. (1993). *Café y Formas de Producción en Honduras*. This is the author's version of an Article published in the journal, *Revista Centro Americana de Economía* 14(41): 58-96.

Recuperado a partir de:

<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.716.158&rep=rep1&type=pdf>

Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de Marketing* (11.^a ed.). Mexico: Pearson Educación.

Martínez, D. & Milla A. (2012). *La elaboración del plan estratégico y su implantación a través del cuadro de mando integral*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos. ISBN: 978-84-9969-418-4

Moncada Vázquez, M. P. (2013). *Función y sentido de la entrevista cualitativa en la investigación*. México. Recuperado a partir de: <https://prezi.com/flbk1pyy0zoa/funcion-y-sentidode-la-entrevista-cualitativa-en-la-investigacion/>

Morales, C. (2002). *Respuestas rápidas para los financieros*. México: Pearson Educación.

Obelle, A. (1974). *Manual sobre centros de acopio*. Costa Rica: Instituto Interamericano de ciencias agrícolas.

Ponce, H. (2006) *La matriz FODA: una alternativa para realizar diagnósticos y determinar estrategias de intervención en las organizaciones productivas y sociales*. México: UNAM recuperado a partir de: [file:///C:/Users/Santiago/AppData/Local/Temp/Rar\\$Dla0.704/hpt-FODA.pdf](file:///C:/Users/Santiago/AppData/Local/Temp/Rar$Dla0.704/hpt-FODA.pdf)

Porter, M. (2018) *Las cinco fuerzas competitivas que le dan a la estrategia*. América Latina: Harvard Business Review. Recuperado a partir de:

https://utecno.files.wordpress.com/2014/05/las_5_fuerzas_competitivas-_michael_porter-libre.pdf

Ramírez, J. (2009) Procedimiento para la elaboración de un análisis FODA como una herramienta de planeación estratégica en las empresas. México: Instituto de Investigaciones y Estudios Superiores de las Ciencias Administrativas de la Universidad Veracruzana. Recuperado a partir de: <https://www.uv.mx/iiesca/files/2012/12/herramienta2009-2.pdf>

Ramírez, V. y. (2009). Etapas del Análisis de Factibilidad. La Habana: Centro Universitario “Vladimir Ilich Lenin”

Reglamento de la ley de protección al consumidor. Honduras. (15, 04, 2009) Recuperado a partir de:

[https://www.tsc.gob.hn/leyes/Reglamento%20de%20la%20Ley%20de%20Protecci%C3%B3n%20al%20Consumidor%20\(09\).pdf](https://www.tsc.gob.hn/leyes/Reglamento%20de%20la%20Ley%20de%20Protecci%C3%B3n%20al%20Consumidor%20(09).pdf)

Romero, R., Salvador, A. Morales, N., Escobar C. & Ávila V. (2009). Factores críticos de éxito: una estrategia de competitividad. Planeación Estratégica. N.º. 31, 2009, págs. 5-14. Recuperado a partir de: <file:///C:/Users/Santiago/Downloads/Dialnet-FactoresCriticosDeExito-3238572.pdf>

Rosales, J. (2000). Elementos de Microeconomía (1.a ed.). Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia. Recuperado de

<https://books.google.hn/books?id=62gNCThG6EwC&pg=PA60&dq=produccion+definicion&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjK1LfiusbdAhVQrFMKHb70AogQ6AEIJAA#v=onepage&q&f=false>

Ruiz, A. (2009) Herramientas de calidad. España: Universidad Pontifica Comillas. Recuperado a partir de:

<https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/35708455/herracalidad.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1532560872&Signature=ss%2BamIJqsy%2FmHI>

QwVcgFs4fliKw%3D&response-content-

disposition=inline%3B%20filename%3DHERRAMIENTAS_DE_CALIDAD.pdf

Ross, S. A., Westerfield, R. W., & Jordan, B. D. (2010). *Fundamentos de Finanzas Corporativas* (Vol. 9). México, D.F, México: McGraw Hill.

Saeger, A. & Brigitte, F. (2016) El diagrama de Ishikawa. Solucionar los problemas desde su raíz. España: 50minutos.es. Recuperado a partir de:

<https://books.google.hn/books?id=d2PyCwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=diagrama+de+ishikawa&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiWIYGNi8HcAhVDMd8KHW47BhgQ6AEIJjAA#v=onepage&q=diagrama%20de%20ishikawa&f=false>

Sainz, J. (2017) *El plan estratégico en la práctica* (5ed). España: ESIC EDITORIAL. ISBN: 978-84-17129-12-5

Stanton, Etzel & Walker. (2004). *Fundamentos de Marketing* (13ª). México: McGraw Hill.

Tejada, B. (2007). *Administración de servicios de alimentación* (2.a ed.). Colombia: Universidad de Antioquia. Recuperado de:

<https://books.google.hn/books?id=GxTF74WTNAYC&pg=PA289&dq=productividad+definicion&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjGicnRrsbdAhURuFMKHdtCAYwQ6AEIJjAA#v=onepage&q=productividad%20definicion&f=false>

Tellez, L. (2016). *Historia cultural del consumo de café en México*. México: Universidad Veracruzana Instituto de Investigaciones Histórico-Sociales. Recuperado a partir de:

<https://cdigital.uv.mx/bitstream/handle/123456789/41692/TellezRodriguezLucia.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Tetuem, V. (marzo, 1959). El café en América Latina: el problema de los productores. *Boletín Económico de América Latina*. Vol. IV, No. 1. 34-46. Recuperado a partir de:

https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/10160/S5900332_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Vargas, A. (2009) *Métodos de enseñanza*. España: Granada, Innovación y experiencias educativas. Recuperado a partir de:

https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/40163319/ANGELA_VARGAS_2.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1532764323&Signature=mts08hh7%2F%2BHR%2FbAomqNwHr96%2FgU%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DPlantilla_para_articulos_en_la_Revista_D.pdf

Vega Jiménez, P. (2004). *Historia del consumo del café en Costa Rica (1840-1949)*. Editorial de la Universidad de Costa Rica. Ciudad Universitaria "Rodrigo Facio" San José Costa Rica. Recuperado a partir de:

https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=uqHNCRlnbhgC&oi=fnd&pg=PR13&dq=historia+del+cafe&ots=paa9fFoaEv&sig=Aqi2CJRgPP_HkCMdalHxLSNM6J0#v=onepage&q=historia%20del%20cafe&f=false

Zamora, I. (2009). *Historia del café y economía del café*. Colombia. El Cid Editor/ ProQuest E-book Central.

Zúñiga, R; Rodríguez, W. (2002). *El conglomerado de café en El Salvador: diagnóstico competitivo y recomendaciones*. El Salvador. 75 p.

ANEXOS

ENCUESTA

Somos estudiantes de la clase Proyecto de Graduación de la Maestría en Finanzas de UNITEC. El objetivo de la presente encuesta, es conocer todo lo referente en cuanto a precios y procesos de producción del café en grano en el Municipio de Guaimaca.

A continuación, marque con una "X" la opción que considere se adecua a su respuesta.

Datos Generales:

Edad:

De 20 a 35 años _____

De 36 a 50 años _____

De 51 a 65 años _____

Más de 66 años _____

Genero:

Masculino _____

Femenino _____

Preguntas

1.- ¿El terreno donde cultiva su café es propio?

Si _____ No _____

2.- ¿Qué tipo de café produce?

a. Grano despulpado _____

b. Grano tostado _____

3.- ¿Usted como productor de café, conoce el precio al que venden las demás fincas o

- productores de la zona?
 Si _____ No _____
- 4.- ¿Existe un mecanismo para determinar el precio de venta del café que produce?
 Si _____ No _____
- 5.- ¿A quién vende su producción o cosecha?
 a. Asociaciones de Productores o cooperativas _____
 b. Intermediarios o comerciantes locales _____
 c. Exportadores _____
 d. Trilladoras, tostadoras o beneficiarias _____
 Precio _____
- 6.- ¿Qué nivel de demanda encuentra en el mercado local?
 a. No hay compradores en el mercado local _____
 b. Muy pocos compradores en el mercado local _____
 c. Suficientes compradores en el mercado local _____
 d. Exceso de compradores en el mercado local _____
- 7.- ¿En qué lugar vende usualmente el café que produce?
 a. En la finca _____
 b. Cerca de la finca _____
 c. En el municipio más cercano _____
 d. En la ciudad más próxima _____
- 8.- ¿Qué buscan los compradores al momento de adquirir el café en grano?
 a. Color
 b. Aroma
 c. Precios
- 9.- ¿Cuál considera que es el factor principal que dificulta la venta del café que produce?
 a. Distancia _____
 b. Acceso a medios de transporte _____
 c. Precios del grano _____
- 10.- ¿Cree que Honduras puede competir en el mercado internacional con el café producido localmente?
 Si _____ No _____

ENTREVISTA

Somos estudiantes de la clase Proyecto de Graduación de la Maestría en Finanzas de UNITEC. El objetivo de la presente encuesta, es conocer todo lo referente en cuanto a precios y procesos de producción del café en grano en el Municipio de Guaimaca.

Muchas gracias por su colaboración

1. ¿Hace cuánto tiempo se dedica a la producción de café?

2. ¿Ha pensado en exportar el café hacia los principales países importadores como Estados Unidos?

3. ¿Conoce a qué precio venden los exportadores de café?

4. ¿Los productores tienen preferencias de exportar café dependiendo del lugar donde se cultiva?

5. ¿Conoce cuál es el proceso que se sigue en la exportación de café?

6. ¿Cada cuánto sale la cosecha de su café?

7. ¿Conoce cuál es la diferencia entre el café hondureño con el resto de los países centro americanos?

8. ¿Conoce cuáles son las características del café hondureño por lo que están demandando los importadores?



Total Betas by Sector (for computing private company costs of equity) - US

Data Used: Multiple data services

Date of Analysis: Data used is as of January 2018

Download as an excel file instead: <http://www.stern.nyu.edu/~adamodar/pc/datasets/totalbeta.xls>

For global datasets: http://www.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/data.html

[Variable Definitions](#) can be obtained by clicking here

[Download Data](#) on which companies are included in each industry

Industry Name	Number of firms	Average Unlevered Beta	Average Levered Beta	Average correlation with Market	Total Unlevered Beta	Total Levered Beta
Advertising	40	0.78	1.15	14.54%	5.40	7.94
Aerospace/Defense	87	0.99	1.08	28.22%	3.52	3.84
Air Transport	17	0.67	1.01	35.04%	1.92	2.88
Apparel	51	0.85	1.02	24.57%	3.46	4.14
Auto & Truck	18	0.59	1.20	26.54%	2.23	4.51
Auto Parts	62	0.92	1.04	26.81%	3.43	3.87
Bank (Money Center)	11	0.32	0.64	33.26%	0.97	1.92
Banks (Regional)	612	0.39	0.50	27.37%	1.41	1.83
Beverage (Alcoholic)	28	1.12	1.33	19.73%	5.68	6.72
Beverage (Soft)	35	0.63	0.70	16.49%	3.80	4.27
Broadcasting	27	0.65	1.12	34.20%	1.90	3.27
Brokerage & Investment Banking	42	0.54	1.24	37.28%	1.46	3.32
Building Materials	39	0.99	1.11	43.40%	2.27	2.56
Business & Consumer Services	169	1.01	1.17	23.54%	4.28	4.97
Cable TV	14	0.67	0.92	37.57%	1.78	2.45
Chemical (Basic)	38	0.96	1.20	22.95%	4.20	5.22
Chemical (Diversified)	7	1.79	2.03	42.22%	4.25	4.82
Chemical (Specialty)	99	0.95	1.11	27.63%	3.43	4.03
Coal & Related Energy	30	1.04	1.25	14.74%	7.07	8.47
Computer Services	111	0.94	1.10	23.13%	4.08	4.76
Computers/Peripherals	58	0.93	1.01	23.48%	3.95	4.30
Construction Supplies	49	0.95	1.12	34.23%	2.78	3.27
Diversified	24	1.01	1.19	35.76%	2.83	3.34
Total					6.34	

For global datasets: http://www.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/data.html

[Variable Definitions](#) can be obtained by clicking here

[Download Data](#) on which companies are included in each industry

Industry Name	Number of firms	Average Unlevered Beta	Average Levered Beta	Average correlation with Market	Total Unlevered Beta	Total Levered Beta
Advertising	40	0.78	1.15	14.54%	5.40	7.94
Aerospace/Defense	87	0.99	1.08	28.22%	3.52	3.84
Air Transport	17	0.67	1.01	35.04%	1.92	2.88
Apparel	51	0.85	1.02	24.57%	3.46	4.14
Auto & Truck	18	0.59	1.20	26.54%	2.23	4.51
Auto Parts	62	0.92	1.04	26.81%	3.43	3.87
Bank (Money Center)	11	0.32	0.64	33.26%	0.97	1.92
Banks (Regional)	612	0.39	0.50	27.37%	1.41	1.83
Beverage (Alcoholic)	28	1.12	1.33	19.73%	5.68	6.72
Beverage (Soft)	35	0.63	0.70	16.49%	3.80	4.27
Broadcasting	27	0.65	1.12	34.20%	1.90	3.27
Brokerage & Investment Banking	42	0.54	1.24	37.28%	1.46	3.32
Building Materials	39	0.99	1.11	43.40%	2.27	2.56
Business & Consumer Services	169	1.01	1.17	23.54%	4.28	4.97
Cable TV	14	0.67	0.92	37.57%	1.78	2.45
Chemical (Basic)	38	0.96	1.20	22.95%	4.20	5.22
Chemical (Diversified)	7	1.79	2.03	42.22%	4.25	4.82
Chemical (Specialty)	99	0.95	1.11	27.63%	3.43	4.03
Coal & Related Energy	30	1.04	1.25	14.74%	7.07	8.47
Computer Services	111	0.94	1.10	23.13%	4.08	4.76
Computers/Peripherals	58	0.93	1.01	23.48%	3.95	4.30
Construction Supplies	49	0.95	1.12	34.23%	2.78	3.27
Diversified	24	1.01	1.19	35.76%	2.83	3.34
Drugs (Biotechnology)	459	1.36	1.44	22.72%	5.97	6.34
Drugs (Pharmaceutical)	185	1.13	1.21	19.24%	5.87	6.29
Education	34	0.96	1.15	25.23%	3.80	4.57
Electrical Equipment	118	1.02	1.08	22.26%	4.60	4.87
Electronics (Consumer & Office)	24	1.08	1.09	17.99%	6.00	6.07
Electronics (General)	167	0.91	0.94	23.53%	3.88	3.99
Engineering/Construction	49	1.13	1.27	35.93%	3.14	3.54
Entertainment	90	0.96	1.15	17.22%	5.56	6.69
Environmental & Waste Services	87	0.70	0.88	16.51%	4.24	5.31
Farming/Agriculture	34	0.56	0.74	20.60%	2.71	3.62
Financial Svcs. (Non-bank & Insurance)	264	0.07	0.61	23.88%	0.29	2.54
Food Processing	87	0.56	0.68	17.55%	3.17	3.85
Food Processors	15	1.41	1.79	25.76%	5.49	6.93
Furn/Home Furnishings	31	0.67	0.79	24.55%	2.74	3.22
Green & Renewable Energy	22	0.72	1.20	19.70%	3.66	6.10

0.74 Beta para Honduras (Damodaran)

[Banco Davivienda Honduras S.A. \[HN\] | https://www.davivienda.com.hn/banco/historico-de-tasa-de-cambio](https://www.davivienda.com.hn/banco/historico-de-tasa-de-cambio)

Aplicaciones Outlook saldos por agencia 21 saldos por agencia 00 Recibidos (56) - osal informe de saldos 26 Secuencia: CALIFICAC Iniciar sesión en la cu Gmail

Zona de Pagos	Fecha	Compra	Venta
Calculadora de Cuotas	2018/09/19	24.0468	24.2151
	2018/09/18	24.0402	24.2085
Acerca de Nosotros	2018/09/17	24.0338	24.2020
	2018/09/16	24.0338	24.2020
Trabaje con Nosotros	2018/09/15	24.0338	24.2020
	2018/09/14	24.0307	24.1989
Usuario Financiero	2018/09/13	24.0277	24.1959
	2018/09/12	24.0247	24.1929
Responsabilidad Social Empresarial	2018/09/11	24.0237	24.1919
	2018/09/10	24.0227	24.1909
	2018/09/09	24.0227	24.1909
	2018/09/08	24.0227	24.1909
	2018/09/07	24.0248	24.1930
	2018/09/06	24.0268	24.1950
	2018/09/05	24.0288	24.1970
	2018/09/04	24.0298	24.1980
	2018/09/03	24.0308	24.1990
	2018/09/02	24.0308	24.1990

http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/ctryprem.html

Honduras	21.52	B1	4.62%	10.27%	5.19%
----------	-------	----	-------	--------	-------

Industry Name	Industrias	Number of firms	Beta	D/E Ratio	Effective Tax rate	Unlevered beta	Cash/Firm value	Unlevered beta corrected for cash	HiLo Risk	Standard deviation of equity
Advertising	Publicidad	40	1.15	73.87%	6.38%	0.74	5.80%	0.78	0.631	80.95%
Aerospace/Defense	Aeroespacial	87	1.08	18.46%	11.59%	0.95	4.33%	0.99	0.4893	49.06%
Air Transport	Transporte aéreo	17	1.01	71.00%	24.57%	0.66	2.67%	0.67	0.4148	40.20%
Apparel	Vestir	51	1.02	34.18%	10.35%	0.81	5.16%	0.85	0.4998	59.71%
Auto & Truck	Auto y camión	18	1.2	148.09%	8.15%	0.56	4.88%	0.59	0.6051	38.59%
Auto Parts	Piezas de automóviles	62	1.04	28.30%	7.71%	0.85	7.19%	0.92	0.5423	56.74%
Bank (Money Center)	Banco (Money Center)	11	0.64	157.26%	27.31%	0.29	9.94%	0.32	0.1462	33.37%
Banks (Regional)	Bancos (regionales)	612	0.5	58.68%	25.57%	0.35	10.04%	0.39	0.1809	32.08%
Beverage (Alcoholic)	Bebida (alcohólica)	28	1.33	26.14%	10.12%	1.11	1.20%	1.12	0.5387	50.14%
Beverage (Soft)	Bebida (suave)	35	0.7	23.06%	6.41%	0.6	4.46%	0.63	0.588	45.33%
Broadcasting	Radiofusión	27	1.12	112.17%	17.18%	0.6	7.16%	0.65	0.4085	52.30%
Brokerage & Investment Banking	Banca de inversiones y corretaje	42	1.24	219.92%	14.56%	0.46	14.84%	0.54	0.4586	42.48%
Building Materials	Materiales de construcción	39	1.11	21.46%	23.34%	0.95	3.30%	0.99	0.3135	41.01%
Business & Consumer Services	Servicios para negocios y consumidores	169	1.17	27.44%	11.09%	0.97	3.94%	1.01	0.5442	49.45%
Cable TV	Televisión por cable	14	0.92	53.05%	22.23%	0.66	1.67%	0.67	0.4154	36.33%
Chemical (Basic)	Químico (Básico)	38	1.2	41.28%	9.76%	0.91	5.52%	0.96	0.5297	59.39%
Chemical (Diversified)	Químico (diversificado)	7	2.03	27.19%	11.66%	1.69	6.07%	1.79	0.3952	68.62%
Chemical (Specialty)	Químico (Especialidad)	99	1.11	29.00%	9.64%	0.91	3.71%	0.95	0.4598	59.69%
Coal & Related Energy	Carbón y energía relacionada	30	1.25	45.41%	4.94%	0.93	10.94%	1.04	0.593	90.61%
Computer Services	Servicios informáticos	111	1.1	30.83%	9.40%	0.89	5.49%	0.94	0.5432	48.53%
Computers/Peripherals	Computadoras / Periféricos	58	1.01	18.17%	5.03%	0.89	4.44%	0.93	0.5296	61.38%
Construction Supplies	Materiales de construcción	49	1.12	32.47%	17.36%	0.9	5.64%	0.95	0.3347	45.67%
Diversified	Diversificado	24	1.19	32.49%	12.09%	0.96	5.48%	1.01	0.437	26.62%
Drugs (Biotechnology)	Drogas (Biotecnología)	459	1.44	15.83%	1.36%	1.29	5.27%	1.36	0.5569	94.78%
Drugs (Pharmaceutical)	Drogas (Farmacéutica)	185	1.21	14.63%	2.11%	1.09	3.65%	1.13	0.5754	85.70%
Education	Educación	34	1.15	38.83%	8.24%	0.89	7.06%	0.96	0.473	53.59%
Electrical Equipment	Equipo eléctrico	118	1.08	15.85%	5.06%	0.97	5.49%	1.02	0.6021	66.17%
Electronics (Consumer & Office)	Electrónica (Consumidor y Oficina)	24	1.09	6.94%	5.98%	1.04	3.85%	1.08	0.5949	70.22%
Electronics (General)	Electrónica (General)	167	0.94	14.97%	8.34%	0.84	7.80%	0.91	0.5125	60.25%
Engineering/Construction	Ingeniería / Construcción	49	1.27	29.72%	13.37%	1.04	8.14%	1.13	0.413	53.02%
Entertainment	Entretenimiento	90	1.15	33.74%	5.45%	0.92	4.23%	0.96	0.6323	54.94%
Environmental & Waste Services	Servicios medioambientales y de residuos	87	0.88	34.87%	4.45%	0.69	0.93%	0.7	0.605	65.74%
Farming/Agriculture	Agricultura / Agricultura	34	0.74	55.54%	7.69%	0.52	6.02%	0.56	0.4842	42.57%
Financial Svcs. (Non-bank & Insurance)	Financ. Svcs. (No bancario y seguro)	264	0.61	1032.19%	19.89%	0.07	2.38%	0.07	0.2561	36.63%
Food Processing	Procesamiento de alimentos	87	0.68	30.82%	15.13%	0.55	1.58%	0.56	0.4234	41.18%
Food Wholesalers	Mayoristas de alimentos	15	1.79	37.46%	11.91%	1.39	1.76%	1.41	0.4729	55.42%

<http://www.betasdamodaran.com/betas-damodaran-2018/>

Café C EE.UU. 99,80 -0,80 (-0,80%)

Resumen | Información histórica | Instrumentos relacionados | Contratos

Futuros café C EE.UU. Contratos



Contratos Coffee
Delayed Futures - 22:14 - Friday, September 14th

Mes	Último	Var.	Apertura	Máximo	Mínimo	Volumen	Hora	Gráfico
▲ Cash	127.99s	+1.56	0.00	127.99	127.99	0	09/13/18	Q / C / O
♦ Sep 18	95.45s	-0.95	95.45	95.45	95.25	17	09/14/18	Q / C / O
♦ Dec 18	99.70s	-0.95	100.50	100.85	99.50	19741	09/14/18	Q / C / O
♦ Mar 19	103.15s	-0.90	104.10	104.25	102.95	10630	09/14/18	Q / C / O
♦ May 19	105.55s	-0.90	106.50	106.55	105.30	7182	09/14/18	Q / C / O
♦ Jul 19	107.95s	-0.90	108.75	108.95	107.75	2435	09/14/18	Q / C / O
♦ Sep 19	110.35s	-0.85	111.20	111.35	110.15	892	09/14/18	Q / C / O
♦ Dec 19	113.75s	-0.90	114.35	114.80	113.60	752	09/14/18	Q / C / O
♦ Mar 20	117.10s	-0.85	117.85	117.85	116.95	548	09/14/18	Q / C / O
♦ May 20	119.15s	-0.85	119.90	119.90	119.00	124	09/14/18	Q / C / O

Futuros S&P 500	2.906,00	+0,75	+0,03%	🔴
Futuros Nasdaq	7.545,75	-18,75	-0,25%	🔴
Dow 30	26.154,67	+8,68	+0,03%	🔴
DAX	12.124,33	+68,78	+0,57%	🔴
Índice dólar	94,97	+0,44	+0,47%	🔴
Índice euro	94,10	-0,40	-0,42%	🔴
Futuros Bitcoin	6.535,0	+90,0	+1,40%	🔴

Google ha cerrado el anuncio

Dejar de ver anuncio

¿Por qué este anuncio? 🗑️

<https://es.investing.com/commodities/us-coffee-c-contracts>

Visto bueno de asesor Temático



Olmeda Salgado <olmezalgado@gmail.com>
Para: sherly macoto



17 sep. a las 8:55 a. m. ★

----- Mensaje reenviado -----

De: Daniel Benavides <daniel.benavides@unitec.edu>

Fecha: 17 de septiembre de 2018, 8:53

Asunto: Re: Avance final Proyecto de Graduación Mejoras en el precio del grano de café

Para: Olmeda Salgado <olmezalgado@gmail.com>

Hola Estimada,

Ya revise los cambios y me parece correcto lo que hicieron, solo deben terminar de revisar ortografía, citas y proyecciones de números, que no se les escape nada o les quede algo por fuera.

Saludos.

DB