

UNIVERSIDAD NACIONAL DE AGRICULTURA

**MARGEN DE RENTABILIDAD EN LA CADENA DE VALOR DEL CAFÉ PRODUCIDO
CON LA ASISTENCIA DE COARENE EN SAN JUAN INTIBUCÁ**

**PRESENTADO POR:
LURBIN ROSSELLY CANTARERO REYES**

DIAGNÓSTICO



CATACAMAS

OLANCHO

DICIEMBRE 2023

**MARGEN DE RENTABILIDAD EN LA CADENA DE VALOR DEL CAFÉ
PRODUCIDO CON LA ASISTENCIA DE COARENE EN SAN JUAN INTIBÚCA**

**PRESENTADO POR:
LURBIN ROSSELLY CANTARERO REYES**

**MSc. FRANCISCO JAVIER MEDINA
Asesor principal**

**DIAGNÓSTICO PRESENTADO A LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE AGRICULTURA
COMO REQUISITO PREVIO A LA OBTENCION DE TITULO DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS AGROPECUARIAS**

CATACAMAS

OLANCHO

DICIEMBRE, 2023

DEDICATORIA

A mis padres **Leónidas Cantarero Bautista y María Carmen Velix Reyes** por el apoyo incondicional y siempre creer en mi sin importar las decisiones que eh tomado en este proceso, por sacrificar parte de su vida para poder formarme y ser una persona de bien, con mucho amor este triunfo es especialmente para ellos.

A mis hermanos **Fany Ercely Cantarero Reyes, Leónidas Anain Cantarero Reyes, Lizary Nicol Cantarero Reyes y Eileen Yulissa Cantarero Reyes** por influir de cierta manera, y motivarme a continuar en mis estudios e inspirarme a ser una mujer con mucho éxito.

A mi pareja y compañero de hogar **Abel Rodolfo Torres Seca** por su apoyo, y por ayudarme a terminar este proceso.

A mi hijo **Wiligran Anain Cantarero Torres** por ser el motor de mi vida que me incita a lograr mis objetivos y no rendirme ante la adversidad.

AGRADECIMIENTO

A **Dios** primeramente por guiarme, protegerme, bendecirme a cada instante y poner las personas correctas en mi camino para terminar mi objetivo principal en la vida.

A la **Universidad Nacional De Agricultura (UNAG)** por haberse convertido en mi **ALMA MATER**, la institución que me da la oportunidad de ser una profesional y agente de cambio de nuestra sociedad, a cada uno de sus docentes y trabajadores de la institución por permitirme aprender de ellos y hacerme ver que todos los días se puede aprender nuevas cosas.

A mi asesor principal **MSc. Francisco Javier Medina** por su orientación, tanto en el aula de clases como en la elaboración de mi trabajo de investigación.

A mis amigas **Neisy Odeli Castillo Bonifacio y Lidisse Carmela Melgar Sanchez** por regalarme su amistad y brindarme su apoyo en momentos difíciles de mi carrera, gracias por siempre estar dispuestas a colaborarme cuando necesite de su ayuda.

A todos los maestros que formaron parte de este proceso de formación.

TABLA DE CONTENIDO

I.	INTRODUCCIÓN.....	1
II.	OBJETIVOS.....	3
	2.1 Objetivo general.....	3
	2.2 Objetivos específicos	3
III.	REVISIÓN DE LITERATURA.....	4
	3.1 Datos socioeconómicos del municipio de San Juan, departamento de Intibucá	4
	3.2 El café en el mundo.....	4
	3.2.1 Importancia del café	5
	3.2.2 Producción y exportación de café	5
	3.2.3 Principales países productores de café a nivel mundial	6
	3.3 Producción y exportación de café en Honduras.....	7
	3.3.1 Institucionalidad que apoya la producción de café	8
	3.3.2 Producción de café	8
	3.3.3 Exportación de café.....	9
	3.3.4 Características de los productores de café.....	10
	3.4 La Cooperativa Agropecuaria Regional Nuevo Edén.....	10
	3.4.1 Visión de la Cooperativa Nuevo Edén	10
	3.4.2 Misión de la Cooperativa Nuevo Edén	11
	3.4.3 Historia	11
	3.4.4 Situación Actual de la cooperativa	12
	3.4.5 Perspectivas.....	12
	3.5 Cadenas de valor	12
	3.5.1 conceptos e importancia	13
	3.5.2 Actores principales	13
	3.5.3 Tipos de cadena de valor	14
	3.6 Márgenes de rentabilidad.....	15

3.6.1	Importancia para la producción agrícola.....	16
3.6.2	Formas de medición	16
3.7	Diagnóstico	17
3.7.1	Importancia del diagnóstico	17
IV.	MATERIALES Y MÉTODO.....	18
4.1	Descripción del lugar de la investigación	18
4.2	Materiales y equipo.....	19
4.3	Método	19
4.4	Muestra	19
4.5	Enfoque.....	20
4.6	Aspectos para estudiar	20
4.7	Metodología de investigación.....	22
4.8	Fuentes de información.....	23
4.8.1	Fuentes primarias	23
4.9	Cálculo de la rentabilidad	24
V.	RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	25
5.1	Encuesta a productores de café.....	25
5.1.1	Datos Generales.....	25
5.1.2	Información de Producción	31
5.1.3	Comercialización y Rentabilidad	39
5.2	Encuesta a intermediarios de compra de café.....	46
5.2.1	Datos Generales.....	47
5.2.2	Gobernanza.....	51
5.2.3	Comercialización y Rentabilidad	54
5.3	Encuesta a propietarios de centros de venta de café	62
5.3.1	Datos Generales.....	63
5.3.2	Comercialización y Rentabilidad	69
5.4	Determinación de la rentabilidad.....	79
5.4.1	Costos de operación.....	79
5.4.2	Inversión financiera.....	80
5.4.3	Ingresos anuales	81

VI. CONCLUSIONES.....	85
VII. RECOMENDACIONES.....	86
VIII. BIBLIOGRAFÍA.....	87
ANEXOS.....	91

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de variables	21
Tabla 2. Resumen de los costos de operación.	79
Tabla 3. Inversión inicial	80
Tabla 4. Estado de resultado anual	82
Tabla 5. Evaluación financiera	83
Tabla 6. Indicadores financieros.....	83

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Principales países productores de café a nivel mundial	6
Figura 2. Cierre promedio mensual de la bolsa de café de Nueva York (ICE)	7
Figura 3. Mapa de la ubicación geográfica del lugar de la investigación	18
Figura 4. Lugar de residencia de los productores.....	26
Figura 5. Rango de Edades.....	27
Figura 6. Años de escolaridad en los productores	28
Figura 7. Estado civil.....	29
Figura 8. Miembros de familia	30
Figura 9. Propiedad de la casa de productores.	31
Figura 10. Área total de tierras que poseen los productores.....	32
Figura 11. Área sembrada en producción en el 2022.	34
Figura 12. Quintales de café producidos.	35
Figura 13. Tipo de producción	36
Figura 14. Año en que se certificaron.	37
Figura 15. Producción orgánica.....	38
Figura 16. Año de inicio con producción orgánica	39
Figura 17. Intermediarios a quienes los productores venden su café	40
Figura 18. Presentación en que venden su café.....	41
Figura 19. Precios de venta	42
Figura 20. Costos por manzana de producción de café	43
Figura 21. Costo de recolección por quintal de café.	44
Figura 22. Costo de recolección por quintal de café	45
Figura 23. Rentabilidad	46
Figura 24. Lugar de residencia	47
Figura 25. Edad en intermediarios.....	48
Figura 26. Años de escolaridad	49

Figura 27. Estado civil.....	50
Figura 28. Número de miembros de familia.....	50
Figura 29. Propiedad de la casa.....	51
Figura 30. Afiliación a grupo o asociación de compra de café	52
Figura 31. Asociación a la que pertenecen los intermediarios	53
Figura 32. Si les gustaría pertenecer a una asociación de compradores de café	53
Figura 33. Presentación que compran café los intermediarios	54
Figura 34. Precios de compra de café.....	55
Figura 35. Cantidad de quintales de café comprados en el 2022	56
Figura 36. Cantidad de quintales de café comprados en el 2022	57
Figura 37. Compra de café orgánico	58
Figura 38. Venta de café de los intermediarios	60
Figura 39. Propietarios de bodegas a quien venden el café.....	61
Figura 40. Margen de rentabilidad en intermediarios.	62
Figura 41. Lugar donde residen los propietarios de bodega.....	63
Figura 42. Edad	64
Figura 43. Nivel de escolaridad.....	65
Figura 44. Estado civil.....	66
Figura 45. Número de miembros de familia.....	67
Figura 46. Propiedad de la casa.....	68
Figura 47. Número de empleados.....	69
Figura 48. Principales proveedores	70
Figura 49. Presentación en que compran café	71
Figura 50. Presentación en que venden el café.....	72
Figura 51. Precios de compra	73
Figura 52. Cantidad de quintales comprados	74
Figura 53. Quintales vendidos.....	75
Figura 54. Compra de café con producción certificada.....	76
Figura 55. Compra de café orgánico	77
Figura 56. Costo de procesamiento por quintal de café	78
Figura 57. Rentabilidad por quintal de café	79

Cantarero Reyes, L.R. (2023). Margen de rentabilidad en la cadena de valor del café producido con la asistencia de COARENE en San Juan, Intibucá. Licenciatura en Administración de Empresas Agropecuarias. Universidad Nacional de Agricultura, Catacamas, Olancho. 111 pág.

RESUMEN

Se realizó un estudio a productores de café asociados a la cooperativa COARENE (Cooperativa Regional Nuevo Edén) en el municipio de San Juan, departamento de Intibucá, el objetivo principal de esta investigación a nivel de diagnóstico es el margen de rentabilidad que los productores obtienen en la cadena de valor del café. La cadena está constituida por cuatro eslabones: producción, procesamiento, comercialización e industrialización, siendo este último el de menor desarrollo puesto que el papel principal de estos productores en el mercado es el de proveer materia prima. El costo de producción desde la perspectiva de un pequeño productor es de L.2,000/qq asumiendo la entrega del producto en el beneficio seco. La mayoría de los productores logran un margen de rentabilidad promedio de (L.700/qq). El beneficio económico total en cada eslabón no depende solo del margen de ganancia sino también de los volúmenes de venta, siendo éstos cada vez mayores a medida que se avanza en la cadena, absorbiendo los beneficiadores y exportadores un mayor beneficio que el productor. También influye en las ganancias el nivel de integración vertical y captación de valor en la cadena, razón por la cual se deben profundizar los esfuerzos por lograr una mayor integración de los pequeños productores en base a su desarrollo y consolidación organizativa empresarial. Por tanto, se analizó el 84% de inversión, el 16% de recursos propios, el 4% de inflación, el 12% de riesgo de financiamiento y el 10% de riesgo de recursos propios. Por otro lado, los indicadores financieros determinaron que existe una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 50.6% de acuerdo con estos resultados se determina que el proyecto es rentable y que el retorno de la inversión será recuperado en los primeros años de operación.

Palabras clave: productores, procesamiento, café, rentabilidad, costos.

I. INTRODUCCIÓN

El café tiene una importancia crucial para la economía y el desarrollo sostenible de muchos países en vías de desarrollo. Para los países productores de café, las exportaciones de este producto representan una parte sustancial de sus ingresos en divisas, en algunos casos más del 80%. El café es un producto básico que se comercializa en los principales mercados de materias primas (Figueroa, E. S.F).

Las exportaciones de café de Honduras para la cosecha 2018-2019, al 30 de agosto suman 8.6 millones de sacos generando \$924 millones en divisas. Las ventas acumuladas suman 8.9 millones de sacos. Un 64% de las exportaciones de café de Honduras han salido con destino a Europa, un 30% a países de América, 5% a países en Asia y 1% a países en África y Oceanía (ADECAFEH. 2019).

En la cosecha 2018-2019, que cerró el 30 de septiembre, las ventas de café sumaron 950,1 millones de dólares, 16,4 por ciento menos comparado con la temporada anterior, de 1.137 millones de dólares, según datos divulgados por el IHCAFE. El precio del quintal de café alcanzó en el ciclo pasado un promedio de 106,9 dólares, mientras que en el período 2017-2018 se cotizó a 120,85 dólares, lo que supone una reducción del 11,5 por ciento. Los bajos precios “no le permite al producto de café tener los suficientes recursos para hacer las labores básicas de su finca” (HONDUDIARIO,2019).

Los pequeños productores asociados a la Cooperativa Agropecuaria Regional Nuevo Edén Limitada (COARENE). Su función va encaminada al fortalecimiento, promover el comercio justo y promoción de productos y técnicas que mejoren las condiciones económicas. Los ingresos por concepto de rentabilidad en que incurren los productores son mínimos en comparación a la remuneración que obtienen los intermediarios en la comercialización, sin

embargo, son los que mayor riesgo tienen de generar pérdidas debido a los elevados costos para producir y factores ambientales influyentes en la producción. Para que las familias productoras sean mejor retribuidas y beneficiadas, se debe optar por alternativas que profundicen el valor agregado y apostarle a la especialización y certificación de café para que su producción sea comercializada directamente a empresas.

La participación de múltiples intermediarios en la comercialización del café en el municipio de San Juan, departamento de Intibucá, ha generado la desorganización de grupos asociados que buscan un beneficio en común, lo cual está reflejado en esta investigación, al momento de vender su café no son fieles a su misma organización, evitando el desarrollo de la misma.

Por tanto, en esta investigación se identificaron tres principales actores que participan en la cadena de valor de café producido con la asistencia de la cooperativa COARENE, estos son: productores, intermediarios y propietarios de centros de venta, cada actor protagoniza en un escenario diferente por lo cual la rentabilidad es diferente entre ellos, pero todos con el mismo objetivo de hacer llegar el producto al consumidor final.

II. OBJETIVOS

2.1 Objetivo general

Determinar la rentabilidad de acuerdo con la factibilidad de procesamiento que tienen los principales actores en la cadena de valor del café, producido y comercializado con el apoyo de la Cooperativa Agropecuaria Regional Nuevo Edén en San Juan, Intibucá.

2.2 Objetivos específicos

- Identificar los principales actores de la cadena de valor del café producido con la asistencia de COARENE.
- Analizar los márgenes de rentabilidad de cada actor que participa en la comercialización del café que producen los socios de la cooperativa COARENE.
- Proponer alternativas para mejorar la distribución de los ingresos generados por la producción del café.

III. REVISIÓN DE LITERATURA

3.1 Datos socioeconómicos del municipio de San Juan, departamento de Intibucá

San Juan Cuenta con un número de 10,281 personas en edad de trabajar (PET) representando un 72.77% del total de la población del Municipio, de las cuales solo el 45.47% de esta población genera ingresos para sus hogares y el 54.53% se mantiene como Población económicamente Inactiva (PEI), el 36.24% de la población del municipio se encuentra en el rango de ingresos entre 1,000 a 2,000 lempiras Mensuales , refleja un 63.76% de Familias con ingresos mayores a 2000 Lempiras y 246 familias reciben remesas en el municipio fortaleciendo la economía del Municipio. Su principal fuente de ingresos es proveniente de la siembra de granos básicos y el cultivo de café (Mancuris.2015).

Teniendo una extensión territorial aproximada de 177 km², está conformado por 4 aldeas y 62 caseríos registrados en el Censo Nacional de Población y Vivienda de 2013, el código de identificación geográfica de San Juan, Intibucá es 1012 (INE, 2019).

3.2 El café en el mundo

El café es considerado como una de las materias primas más importantes a las que se les da seguimiento en la economía mundial. Es así que, para muchos de los países menos adelantados del mundo, las exportaciones de café representan una parte fundamental de sus ingresos en divisas, en algunos casos más del 80% (Flores, F. 2014).

En el mercado mundial de alimentos, el café adquiere relevancia por el número de transacciones que realiza año con año y por el número de productores que lo producen. Al respecto, las plantaciones de café de los países en vías de desarrollo en su gran mayoría se localizan en sitios

marginados y son explotadas regularmente por pequeños propietarios. El 70% de café que se produce a escala mundial se cultiva en superficies menores de 10 hectáreas.

El café es uno de los productos de mayor valor en el comercio mundial ocupa el segundo lugar después del petróleo. La industria del café mueve en la actualidad 70.000 millones de dólares al año, cifra superada únicamente por el petróleo en lo que se refiere a exportaciones a escala mundial fuente de divisas de países en desarrollo (Monroing, M. 2015).

3.2.1 Importancia del café

El proceso de producción de café que comienza con la siembra y manejo del cultivo, cosecha, beneficio, procesamiento, comercialización y transporte genera empleo directo e indirecto a millones de personas en el mundo que se relacionan con el sector cafetero (Leiva, I .2017).

La producción de café es una actividad familiar que demanda mucha mano de obra y genera empleo rural y urbano, porque las jornadas en el campo se suman aquellas necesarias para los procesos de comercialización, transporte, preparación del grano para la exportación y de industrialización (Monserrate, V. 2018).

3.2.2 Producción y exportación de café

Las exportaciones totales de los países productores aumentaron sostenidamente durante los últimos 50 años a pesar de algunas interrupciones en la tendencia al alza, sobre todo entre 1976 y 1978. Durante el transcurso del período de mercado regulado, el nivel más alto de las exportaciones fue de 81,3 millones de sacos registrados en 1989-1990. Después de un ligero descenso hasta el volumen de 65,7 millones de sacos en 1994- 1995, las exportaciones totales aumentaron hasta alcanzar un nivel récord de 111,6 millones de sacos en 2012-2013 (Canet, G.et al.2016).

3.2.3 Principales países productores de café a nivel mundial

En el siguiente gráfico se incluye a los principales países productores de café a nivel mundial en orden descendente con el dato de la producción correspondiente a la cosecha 2019/20.

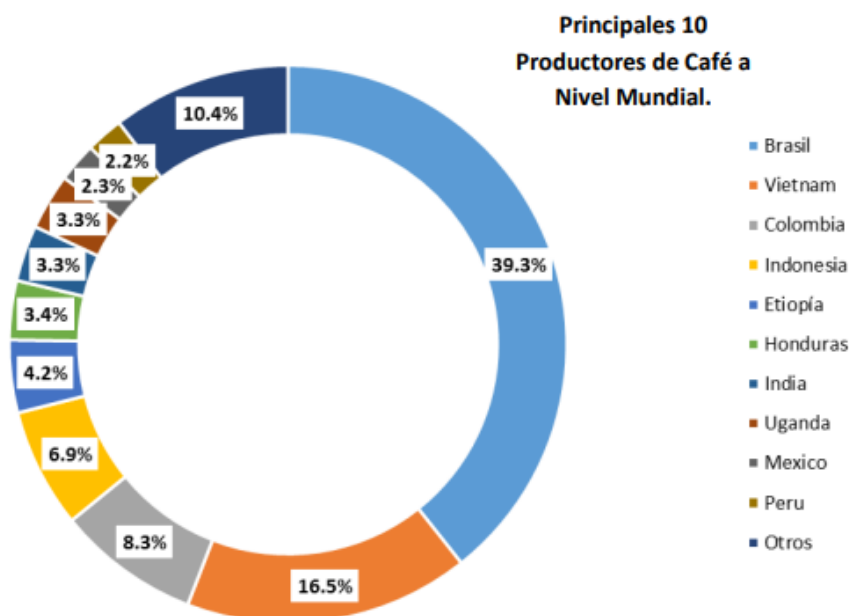


Figura 1. Principales países productores de café a nivel mundial

Brasil es y ha sido el mayor productor de café a nivel mundial, para la cosecha 2020/21 produjo el 39%, del total de la producción registrada, seguido de Vietnam con el 16%, Colombia, produjo un 8% del total mundial manteniéndose en la tercera posición. Indonesia tuvo una participación del 7%; Etiopía produce el 4%, Honduras se encuentra en la sexta posición de países productores con una participación del 3%, India con una participación del 3%; Uganda con un 3%, seguido de México con 2% y Perú con 2%. Los demás países en conjunto representan el 10% del total de la producción mundial (IHCAFE, 2020-2021).

Cierre Promedio Mensual de la Bolsa de Café de Nueva York (ICE)
 Precio por Saco de 46Kg

Mes	2016/17	2017/18	2018/19	2019/20	2020/21
Octubre	155.60	126.12	114.85	97.37	107.40
Noviembre	160.20	125.67	111.73	109.91	111.98
Diciembre	138.62	122.07	100.01	128.81	121.54
Enero	148.72	124.01	103.42	116.10	124.59
Febrero	145.45	120.64	99.40	103.77	127.00
Marzo	140.27	118.93	94.49	114.85	129.16
Abril	135.64	117.05	91.87	113.61	131.98
Mayo	131.71	118.36	91.80	105.09	149.86
Junio	124.09	115.82	100.71	96.71	156.29
Julio	130.84	109.08	105.17	102.51	168.55
Agosto	133.43	102.85	94.58	118.95	181.92
Septiembre	131.97	97.63	97.71	121.77	189.17
Promedio	139.71	116.52	100.48	110.79	141.62

Figura 2. Cierre promedio mensual de la bolsa de café de Nueva York (ICE)

3.3 Producción y exportación de café en Honduras

Según FHIA (Fundación Hondureña de Investigación Agrícola) 2004. El café se cultiva en Honduras en diferentes zonas que van de los 500 hasta los 1600 metros sobre el nivel del mar (msnm). Como se sabe, la calidad del café en su sabor se favorece por su cultivo a mayores altitudes. En algunas zonas marginales se pueden desarrollar actividades productivas agroforestales con café de bajo. Los criterios técnicos que se describen en esta guía de manejo tratan de integrar los conceptos de productividad y sostenibilidad de los recursos propios de esas regiones. El esfuerzo de los productores y exportadores de café ha dado sus frutos. Por segundo año, consecutivo, han logrado ubicar el país como quinto exportador de café a nivel mundial. Honduras terminara cerrando la presente cosecha con una cifra de 9.5 millones de quintales (La Prensa, 2018).

Según IHCAFE. Históricamente las exportaciones de café han significado uno de los principales rubros para el sostenimiento de la economía nacional. El café es el principal producto agrícola de exportación aportando más del 5% al PIB Nacional y cerca de 30% al PIB Agrícola. El café

supera en más de \$400 millones al banano que mantiene la segunda posición dentro de los principales productos de exportación.

3.3.1 Institucionalidad que apoya la producción de café

IHCAFE: Somos una institución con el objetivo de promover la rentabilidad socioeconómica del caficultor hondureño; a través del desarrollo de la competitividad de la Cadena Agroindustrial del Café, de una manera sostenible, utilizando tecnologías vanguardistas amigables con el ambiente; y proporcionando a nuestros clientes un café de excelente calidad, implementando programas de promoción eficientes y alternativas de diversificación viables como fuente alterna de ingresos.

El Instituto Hondureño del Café cuenta con una estructura operativa a nivel nacional, constituida por siete oficinas de Coordinación Regional (Santa Bárbara, Olancho, Copán, Cortés - Yoro, Comayagua, El Paraíso y Francisco Morazán), conformadas a su vez por un total de 46 agencias. Las acciones de asistencia técnica y prestación de servicios oportunos y eficientes al sector productor en los diferentes eslabones de la cadena agroindustrial del café, se centran en cinco ejes estratégicos institucionales: 1. productividad 2. Calidad 3. Promoción 4. Financiamiento 5. Diversificación. En Honduras, existen organizaciones de cafetaleros como la Asociación Hondureña de Productores de Café (AHPROCAFE), la Asociación Nacional de Cafetaleros de Honduras (ANACAFEH), la Central de Cooperativas Cafetaleras de Honduras (CCCH) y la Unión de Cooperativas (UNIOCOOP), que en conjunto agrupan a más de 80,000 caficultores a nivel nacional (IHCAFE 2011).

3.3.2 Producción de café

El eslabón de producción comprende las actividades realizadas en finca (siembra, mantenimiento y cosecha) así como el despulpado, fermentación en pilas, lavado y oreado del café, también conocido como beneficiado húmedo. El promedio de la producción nacional es de 18.98 qq/mz; esta cantidad es baja, si se compara con algunos departamentos que obtienen

26 qq/mz y más. Por ejemplo, para Comayagua, el IHCAFE registra valores promedio de 27 qq/mz y, específicamente para Esquías, valores promedios superiores a los 30 qq/ mz. Este aspecto es quizás el mayor reto del sector, ya que el margen de mejora a futuro es considerable. El 18% de los productores alcanza hasta 8 qq/ mz, muy por debajo del promedio nacional. Los pequeños productores entrevistados en el estudio opinan que este nivel de productividad es resultado de la inversión que se realiza en la finca, y que actualmente no es posible incrementar, debido a la limitada disponibilidad de recursos. En Honduras solamente existe un ciclo de producción de café, cuya duración según altura.

El promedio obtenido de 18.98 qq/mz, con un rango que inicia en los 0.5 qq/mz y llega hasta los 90 qq/mz y una desviación estándar de 13 qq/mz. Para el incremento de la productividad, quizás las medidas de mayor relevancia son el manejo fitosanitario y la fertilización de las plantaciones; la mayoría de los productores las realizan, pero no en la forma adecuada, por lo que la asistencia técnica cada día es más importante. No hay que olvidar que en el sector predomina un bajo nivel educativo que limita la implementación de nuevas prácticas de manera autodidacta. El uso de mejores prácticas (inicialmente promovidas por las agencias certificadoras), posicionamiento en el mercado internacional y la promoción de la calidad del café para incrementar el consumo (nacional e internacional), han logrado una tasa de crecimiento anual promedio de 10% desde la cosecha de 1990/97 a 2016/17 (HEIFER. 2018).

3.3.3 Exportación de café

Según ADECAFEH 2019. El mercado de Europa representa el 70% de las exportaciones del aromático nacional, Italia es uno de los principales clientes en Europa al ser la cuarta nación que más importa el grano de nuestro país. Honduras es el quinto exportador de café en el mundo, el tercero de Latinoamérica y el primero de América Central. Según OIC (Organización Internacional del Café) 2019. En diciembre de 2018 las exportaciones de Honduras descendieron un 16,1%, a 354.121 sacos, en comparación con las de un año atrás, y las efectuadas en los tres primeros meses de 2018/19 descendieron un 11% y fueron de 569.071 sacos. Honduras exporta sobre todo café verde Arábica, y en 2018 el total de sus exportaciones

disminuyó un 2,7% y fue de 7,14 millones de sacos. Eso fue a continuación de un año de exportaciones récord en 2017, en el que el total de exportaciones fue de 7,34 millones de sacos, y las exportaciones de 2018 son las segundas más altas de las que existe constancia. Alemania, Bélgica y los Estados Unidos de América fueron los tres principales países importadores de café de Honduras, y representaron el 62,5% del total de exportaciones de ese país en 2018.

3.3.4 Características de los productores de café

La mayoría de los productores de café de Honduras son pequeños productores cuyas explotaciones son en tierras marginales, según algunos organismos internacionales el carácter de productores como medianos y pequeños se basa en el tamaño de sus fincas cafetaleras (42% de ellos posee fincas de menos de 2 manzanas (1.4 hectáreas); y el 76% menos de 5 manzanas) tienen un bajo nivel tecnológico y la imposibilidad de los productores pequeños para acumular capital porque una red vasta de intermediarios logran reducir en gran parte los beneficios de los productores (Cruz, 2012).

También existen diferencias entre productores según el tamaño de su producción y de la subcadena en que están participando. Un 85% de productores son individuales mientras un 15% se encuentran organizados en forma de cooperativas o empresas asociativas (IHCAFE 2018).

3.4 La Cooperativa Agropecuaria Regional Nuevo Edén

La cooperativa Nuevo Edén, conforma una estructura organizativa, encabezada por una Asamblea General de Socios, constituida en la actualidad por 80 socios (60 hombres y 20 mujeres), los cuales se reúnen en forma ordinaria 2 veces al año, a fin de definir las políticas generales de la cooperativa, conocer de los resultados económicos y comerciales de cada temporada y otros amparados según ley de cooperativas.

3.4.1 Visión de la Cooperativa Nuevo Edén

Ser una Organización líder dentro del sistema cooperativo, brindando servicios diferenciados, ágiles y oportunos para el desarrollo socioeconómico y ambiental de nuestros asociados bajo un enfoque empresarial que permita el reconocimiento nacional e internacional y con una estructura sostenible en términos financieros, comerciales, administrativos y organizativos.

3.4.2 Misión de la Cooperativa Nuevo Edén

Somos una empresa cooperativa en crecimiento que ofrece servicios de calidad a nuestros asociados basados en los principios y valores cooperativos; con una membresía comprometida y con sentido de propiedad, que busca la equidad y el crecimiento socioeconómico, en un entorno de apoyo a la comunidad y de conservación del ecosistema.

3.4.3 Historia

La Cooperativa Agropecuaria Regional Nuevo Edén Limitada (COARENE), fue constituida el 26 de diciembre de 1991, según Registro Nacional de Cooperativas No, 868, Tomo IX, Libro II, dependencia del Instituto Hondureño de Cooperativas (IHDECOOP). En la actualidad cuenta con una membresía de 80 asociados activos: 60 hombres y 20 mujeres; productores agrícolas en su mayoría de escasos recursos económicos, cuyo principal patrimonio es la producción y comercialización de café y granos básicos (cultivo de subsistencia y seguridad alimentaria)

El área de influencia de la cooperativa se encuentra expandida en los municipios de San Juan, San Miguelito, Dolores, en el departamento de Intibucá. Santa Cruz, Erandique, Belén en el departamento de Lempira; área en la cual se cultivan un aproximado de 60,311.00 sacos (69 kg cada uno) de café de exportación, calidad Strictly High Grown (SHG), con una participación directa de aproximadamente 1,500 productores, diseminados en 3,580 hectáreas de cultivo de café, los cuales demandan una cantidad significativa de insumos, equipos y herramientas agrícolas para atender el manejo de sus cultivos.

3.4.4 Situación Actual de la cooperativa.

El seguimiento de objetivos, resultados y acciones (sistema de planificación) no se ha realizado de una forma sistemática, porque si bien es cierto se han logrado algunos avances en el desarrollo empresarial de la cooperativa, estos no han sido programados bajo una estructura de planificación estratégica empresarial. Bajo este contexto, está claro que la gerencia deberá asumir el reto de lograr una efectiva articulación entre los diversos subsistemas organizacionales, de tal forma de lograr una mayor y efectiva respuesta a las necesidades de los socios de la cooperativa.

No obstante, lo anterior, se ha alcanzado un posicionamiento relativo de la organización en la región, precisamente por el grado de desarrollo socioeconómico que está derivando, aunque también es evidente que en la actualidad este liderazgo y credibilidad se vea erosionado por el surgimiento y conformación de una competencia cada vez más agresiva, la cual está desarrollando servicios similares a los ofrecidos por la cooperativa.

3.4.5 Perspectivas

Desde sus inicios la COARENE, se constituyó como una alternativa empresarial del sector social de la economía, encaminada a satisfacer las necesidades de producción de los sistemas agropecuarios, como ser asistencia técnica y capacitación, crédito agrícola y comercialización de sus productos, en un enfoque de sostenibilidad ambiental, social y económica de sus procesos.

3.5 Cadenas de valor

La cadena de valor de una organización identifica pues, las principales actividades que crean un valor para los clientes y las actividades de apoyo relacionadas. La cadena permite también identificar los distintos costos en que incurre una organización a través de las distintas actividades que conforman su proceso productivo, por lo que constituye un elemento

indispensable para determinar la estructura de costos de una compañía. Cada actividad en la cadena de valor incurre en costos y limita activos, para lograr su debido análisis y consideración permiten mejorar la eficiencia tecno-económica de una empresa, un grupo de empresas o de un determinado sector industrial (Quintero, J. 2006).

según fundación CODESPA (2011). Las cadenas productivas o cadenas de producción existen en todas partes, pero no siempre bajo un enfoque de cadena de valor. Este último constituye un marco de análisis integral (desde la provisión de insumos hasta la comercialización) orientado a mejorar la competitividad y equidad en las cadenas productivas. Analiza el contexto, los actores (el rol que juegan y sus relaciones), los puntos críticos, así como las principales barreras de participación, acceso a servicios de apoyo y recursos por parte de personas en riesgo de exclusión. A partir de ahí, se diseña una estrategia o plan de acción con el que se busca añadir un valor económico y social sostenible para las personas más pobres que forman parte de la cadena y lograr un impacto más sostenible.

3.5.1 conceptos e importancia

La cadena valor es una herramienta de gestión diseñada por Michael Porter que permite realizar un análisis interno de una empresa, a través de su desagregación en sus principales actividades generadoras de valor. Se denomina cadena de valor, pues considera a las principales actividades de una empresa como los eslabones de una cadena de actividades (las cuales forman un proceso básicamente compuesto por el diseño, producción, promoción, venta y distribución del producto), las cuales van añadiendo valor al producto a medida que éste pasa por cada una de éstas (García, J.2011).

3.5.2 Actores principales

Los actores que participan en las cadenas de valor que se encuentran alojados en diferentes niveles institucionales y escalas territoriales conforman el grupo de eslabones. Los agentes principales de una cadena de valor son aquellos que participan directamente en la provisión de

insumos, la producción, el procesamiento, el transporte y la comercialización, y, por consiguiente, se trata de las empresas que forman parte de los eslabones. Los proveedores públicos y privados de servicios apoyan el funcionamiento de la cadena, incluyendo el embalaje y la manipulación, la certificación y el apoyo financiero, en la medida que tales actividades no sean llevadas a cabo por los actores propios de las cadenas (Padilla, R. 2014).

Los organismos gubernamentales, las asociaciones industriales, las universidades y las organizaciones internacionales, entre otras entidades, efectúan actividades de apoyo y soporte e intervenciones para fortalecer la cadena de valor. Estas acciones pueden incluir, por ejemplo, el desarrollo de capacitaciones específicas en cuanto a la producción y el manejo de estándares internacionales de calidad, el suministro de información sobre los mercados y el asesoramiento en materia de planificación de negocios. Estos actores despliegan sus acciones dentro de un contexto institucional que incorpora el marco regulatorio, las políticas nacionales y subnacionales, los regímenes comerciales, las intervenciones en el mercado, la infraestructura del territorio y las fuentes de información disponibles, e influye en el desempeño de las cadenas de valor (Padilla, 2014).

3.5.3 Tipos de cadena de valor

Los tipos de cadenas de valor más conocidas son: la ofrecida por la empresa de consultoría estratégica McKinsey y la elaborada por el profesor Porter de la Universidad de Harvard. El modelo de McKinsey mezcla las funciones internas de la empresa y la visión global del sector, definiendo el “sistema de negocio”. Para utilizar esta herramienta debemos clasificar dentro de las siguientes columnas, aquellos factores que definan la ventaja competitiva de la empresa. Aquellas que son necesarias para satisfacer al cliente, las que nos diferencian de la competencia y que más contribuyen a la formación de valor para la empresa (Andalucía, fundación. s.f).

El análisis de la Cadena de Valor de Porter comienza con la identificación de dos fuentes separadas y fundamentales de ventaja competitiva: el liderazgo en costes y en diferenciación. La ventaja competitiva implica la existencia de una actividad que la empresa realiza de forma

exclusiva o más eficiente que la competencia, y que es percibida como importante por los clientes. Según Porter, el liderazgo en costes bajos o la diferenciación dependen de todas aquellas actividades que desarrolle una empresa y que, separándolas en grupos con una importancia estratégica, ofrecería información para comprender el comportamiento de los costes, así como también identificar fuentes existentes o potenciales de diferenciación (Andalucía, fundación. s.f).

3.6 Márgenes de rentabilidad

La rentabilidad es vital para mejorar la competitividad de las empresas, ya permite un amplio conocimiento de donde están los aciertos y desaciertos, las oportunidades de mejoramiento, los procesos de capacidad instalada, las ineficiencias, los productos y clientes campeones, los niveles de productividad, genera señales sobre como empaquetar los productos, como fijar precios como optimizar el uso los recursos financieros y de la infraestructura, entre muchos otros aspectos (Alberto, s.f).

Rentabilidad es una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan unos medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener unos resultados. En la literatura económica, aunque el término rentabilidad se utiliza de forma muy variada y son muchas las aproximaciones doctrinales que inciden en una u otra faceta de la misma, en sentido general se denomina rentabilidad a la medida del rendimiento que en un determinado periodo de tiempo producen los capitales utilizados en el mismo. Esto supone la comparación entre la renta generada y los medios utilizados para obtenerla con el fin de permitir la elección entre alternativas o juzgar la eficiencia de las acciones realizadas, según que el análisis realizado sea a priori o a posteriori (Sánchez, 2002).

El margen mide el beneficio obtenido por cada unidad monetaria vendida, es decir, la rentabilidad de las ventas. Los componentes del margen pueden ser analizados atendiendo bien a una clasificación económica o bien a una clasificación funcional. En el primer caso se puede conocer la participación en las ventas de conceptos como los consumos de explotación, los

gastos de personal o las amortizaciones y provisiones, 9 mientras en el segundo se puede conocer la importancia de las distintas funciones de coste, tales como el coste de las ventas, de administración, etc. (Sánchez, 2002).

3.6.1 Importancia para la producción agrícola

En los últimos años, el cambio económico y los entornos reguladores han incrementado la importancia y complejidad de los deberes del administrador financiero, pues es el responsable de realizar los respectivos análisis que desde el punto de vista del desempeño organizacional son indispensables para planear y controlar de manera efectiva la gestión y evaluar la situación de la empresa, teniendo en cuenta, entre otros aspectos relativos a la política económica y a los mercados, el efecto distorsionante de la inflación.

En el caso de la economía venezolana, desde finales de los años setenta, se ha producido un aumento generalizado y sostenido de los precios de bienes y servicios, circunstancia que impone a las empresas la introducción de ajustes en sus estados financieros básicos, balance general o estado de situación financiera, estado de resultados, estado de las utilidades retenidas y estado de flujo de efectivo, para evitar que la toma de decisiones se base en información que no refleja la verdadera realidad. A partir de esta situación, para cualquier empresa es ineludible llevar a efecto el respectivo análisis financiero, y en el sector agrícola el mismo debería ser una labor habitual, ya que el escenario de actuación es de incertidumbre económica debido a las medidas gubernamentales y vaivenes políticos, que ningún productor debe ignorar a la hora de tomar cualquier decisión basada en su rentabilidad (Molina, 2017).

3.6.2 Formas de medición

Para medir la rentabilidad se utiliza comúnmente el margen de contribución o el margen bruto de rentabilidad. El primero se calcula mediante el método de costeo variable o directo, el cual considera todos los costos directos de fabricación (mano de obra, materiales y costos indirectos de fabricación) y los costos indirectos de fabricación variables (excluyendo costos indirectos

fijos). El segundo es calculado utilizando costeo por absorción, considerando tanto costos fijos como variables, directos e indirectos, a fin de cubrir todos los costos y los gastos organizacionales (ICESI, 2015).

3.7 Diagnóstico

El diagnóstico deriva del griego diagnóstico, a su vez del prefijo día, "a través", y gnosis, "conocimiento" o "apto para conocer" es el análisis que se realiza para determinar cualquier situación y cuáles son las tendencias en un grupo de personas ya sean estas organizaciones, organismos, empresas, comunidades, asociaciones, etc.... que nos permita tomar decisiones sobre desarrollo de planes a corto, mediano o largo plazo de su visión. Esta determinación se realiza con la base de datos de hechos recopilados de los integrantes del grupo en estudio (Castillo, s.f).

3.7.1 Importancia del diagnóstico

El diagnóstico por ser una metodología donde se utilizan diferentes herramientas de toma de información tiene por objetivo dar a conocer los problemas, sus causas y las potencialidades del grupo en estudio, para que sirvan como base en la ejecución de proyectos encaminados a lograr el desarrollo de la población (Castillo, s.f).

IV. MATERIALES Y MÉTODO

4.1 Descripción del lugar de la investigación

La investigación se realizará con productores de café asociados a la cooperativa COARENE, situada en el municipio de San Juan en el departamento de Intibucá, fundado en el año 1747, contando con una extensión territorial de 177,3 Km². Limita geográficamente al norte: con el municipio de Belén, Lempira, al sur con los municipios de San Miguel Guancapla, Intibucá y Erandique, Lempira, al este: con el municipio de San Miguel Guancapla, Intibucá, al oeste: con el municipio de Santa Cruz, Lempira y La Campa, Lempira. Se encuentra situado a una distancia de 237.6 km de la capital de Honduras, siendo de muy fácil acceso vial, lo cual facilita el comercio y cabe destacar que sus principales actividades económicas se basan en la caficultura y producción de granos básicos.



Figura 3. Mapa de la ubicación geográfica del lugar de la investigación

4.2 Materiales y equipo

Se definen como elementos que se utilizarán para para hacer un objeto o recurso que se utiliza para llegar a un objetivo preciso, por lo general representa un medio instrumental.

- **Materiales:** lápiz, papel bond, libreta, marcador, transporte, mochila.
- **Equipo:** computadora, celular, fotocopidora, redes sociales, grapadora, tablero, impresora, memoria USB, calculadora, cámara fotográfica, Excel

4.3 Método

La investigación se desarrollará por medio de un levantamiento de encuesta, siendo esta la herramienta principal de consulta apoyado por la observación. La encuesta se levantará en un tiempo determinado, por lo que el estudio también tendrá enfoque descriptivo transaccional, no experimental, transversal y cuantitativo. El proceso de aplicación de la encuesta considera una población total de 80 productores que están asociados a COARENE.

4.4 Muestra

Es una parte representativa de la población que se selecciona para ser estudiada ya que la población es demasiado grande como para ser estudiada en su totalidad.

$$n = \frac{N(Z_a)^2(p)(q)}{(e)^2(N - 1) + (Z_a)^2(p)(q)}$$

Donde:

n = Es el tamaño de la muestra.

N = Representa el número de 80 productores.

Z_a = Corresponde al 95% de nivel de confianza que según la tabla para el cálculo de la muestra es igual a 1.96

e^2 = Es el error muestral de 5% (0.05).

p = Representa la probabilidad de éxito de 5% (0.05).

q = Corresponde a la probabilidad de fracaso (1-p) en este caso 0.95

$$n = \frac{80 (1.96)^2 (0.05) (0.95)}{(0.05)^2(80 - 1) + (1.96)^2(0.05)(0.95)}$$
$$n = \frac{14.59}{0.37}$$
$$n = 39 \text{ encuestas}$$

Dado los resultados obtenidos de la aplicación de la formula seleccionada para identificar la muestra poblacional, se aplicarán encuestas a 39 productores de la cooperativa COARENE.

4.5 Enfoque

El estudio sobre margen de rentabilidad en la cadena de valor del café es una investigación con enfoque cuantitativo ya que se hará uso de la recopilación de datos con base en la medición numérica y el análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento de los márgenes de rentabilidad en la cadena de valor del café.

La investigación científica desde el punto de vista cuantitativo es un proceso sistemático y ordenado que se lleva a cabo siguiendo determinados pasos. Planear una investigación consiste en proyectar el trabajo de acuerdo con una estructura lógica de decisiones y con una estrategia que oriente la obtención de respuestas adecuadas a los problemas de indagación propuestos. Pese a tratarse de un proceso metódico y sistemático, no existe un esquema completo, de validez universal aplicable mecánicamente a todo tipo de investigación.

4.6 Aspectos para estudiar

El plan de análisis a estudiar consistirá en determinar los resultados y la relación entre las variables presentadas, a fin de dar respuesta al problema u objetivos planteados.

Tabla 1. Operacionalización de variables

Objetivo	Variable	Indicador	Instrumento
Determinar la rentabilidad de acuerdo a la factibilidad de procesamiento que tienen los principales actores en la cadena de valor del café, producido y comercializado con apoyo de la cooperativa COARENE	Actores de la cadena de valor	Tipo Ubicación Edad Escolaridad	Encuesta a productores conformada por 13 preguntas. (Ver anexo 1) Encuesta a intermediarios conformada por 11 preguntas. (Ver anexo 2)
Analizar los márgenes de rentabilidad en los diferentes actores y eslabones de la cadena.	Costos Ingresos	Producción Compra Precio	Encuesta a propietarios de centros de venta de café conformado por 16 preguntas. (Ver anexo 3)
Proponer alternativas para mejorar la distribución de los ingresos generados por la producción del café.	Rentabilidad	Margen de rentabilidad por actor	Cruce de variables, indicadores y factores

Fuente: Elaboración propia.

4.7 Metodología de investigación

Para el cumplimiento de los objetivos planteados para este diagnóstico, el proceso metodológico se realizó a través de las fases que se explica a continuación:

Fase I: Preparación.

El diagnóstico se inició con la relación y el reconocimiento de las personas y la empresa involucradas en el proceso de investigación antes de la aplicación de la encuesta para conocer los aspectos a investigar.

Fase II: Socialización.

Se procedió con el reconocimiento del lugar donde se llevó a cabo el trabajo de investigación (Cooperativa Agropecuaria Regional Nuevo Edén), además se socializó con diferentes productores de café asociados a COARENE.

Fase III: Aplicación de la encuesta.

Una vez socializada la investigación se procedió a la elaboración del instrumento, aplicarla para la obtención de la información que sirvió posteriormente para el levantamiento de la información en campo a manera de obtener los resultados a nuestra indagación

Fase IV: Procesamiento de datos.

Para la realización del trabajo se necesitaron fuentes de información que proveen datos necesarios para llevar a cabo el estudio, por lo que se puede entender por fuentes de investigación a aquellos lugares o elementos en los que se pueden obtener datos e información necesaria para la realización de los diferentes estudios, análisis, razonamientos, y otros factores

que sean necesarios para obtener las conclusiones acertadas. En esta etapa se procede la información obtenida a través de las encuestas en libros de Excel o en archivos de SPSS.

Fase V: Análisis de datos.

Con la información que se obtenga se procedió a analizar la misma en función de los objetivos específicos, posteriormente se elaboró el documento final y la presentación de los resultados para su respectiva revisión y aprobación de la terna evaluadora de tesis.

4.8 Fuentes de información

Las fuentes de información que se utilizarán serán primarias y secundarias. Las principales fuentes de información se obtendrán en documentos clasificados en internet y fuentes bibliográficas.

4.8.1 Fuentes primarias

Estas contienen información original, son producto de una investigación o una actividad eminentemente creativa, proveen un testimonio o evidencia directa sobre el tema de investigación. Esta información será recolectada mediante el instrumento de encuesta, misma que se aplicó a los productores asociados a COARENE.

4.7.2 Fuentes secundarias.

Se utilizaron medios escritos como: materiales bibliográficos, investigación y lectura de libros, artículos de periódicos y revistas que trates sobre el tema.

4.9 Cálculo de la rentabilidad

La rentabilidad de la producción de café se realizó mediante indicadores financieros para expresar el monto de los recursos económicos necesarios para la realización de este, es importante destacar que, se realizó tomando en cuenta una proyección a futuro de cinco años.

V. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

5.1 Encuesta a productores de café

Los resultados que se muestran en la presente investigación fueron obtenidos a través de entrevistas, encuestas y visitas a propietarios de fincas, intermediarios y dueños de bodegas dedicados exclusivamente a la producción y compra de café, los instrumentos de recolección de datos, aplicados a cada uno de los actores que participan en la cadena de margen de rentabilidad en la producción de café asociados a la Cooperativa COARENE en el municipio de San Juan, departamento de Intibucá, fue con el fin de recopilar información sobre aspectos generales, socioeconómicos, de producción y rentabilidad. Al utilizar estas herramientas de investigación se identificó cual es la utilidad que cada actor obtiene en el rubro del café.

5.1.1 Datos Generales

5.1.1.1 Lugar de Residencia

En el estudio de campo se recopiló información a través de 40 encuestas aplicadas a productores, 4 encuestas a intermediarios y 4 a dueños de bodega para recolectar información de aspectos generales de las personas que se dedican directamente al rubro de café, ubicados en el municipio de San Juan, 39 de los productores residen dentro del mismo, específicamente el 97.5% de la población encuestada se encuentra situada en las aldeas de sus alrededores.

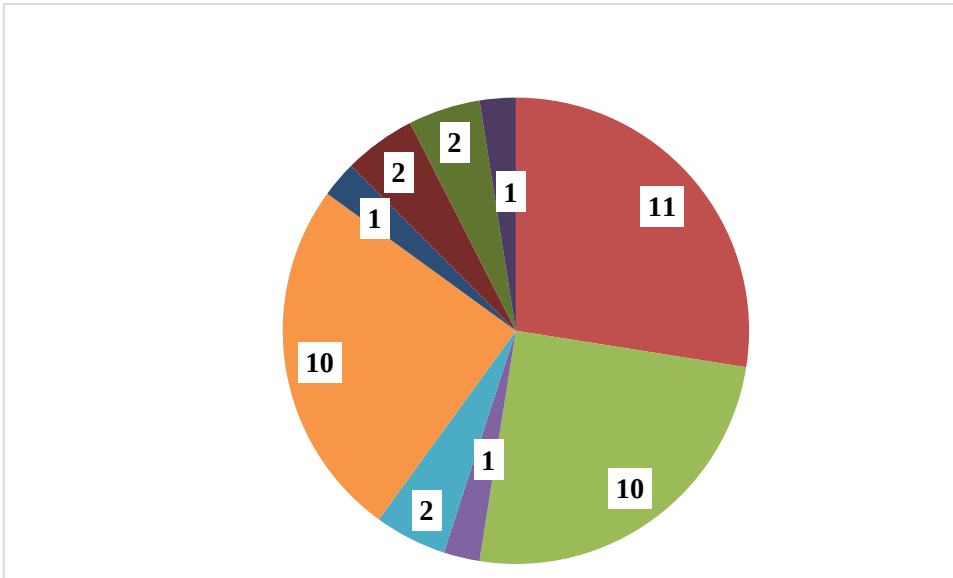


Figura 4. Lugar de residencia de los productores

Fuente: Programa estadístico de Excel, encuesta realizada en el municipio de San Juan, departamento de Intibucá. Cantarero L. (2023)

5.1.1.2 Rango de Edades

Se identificó que las edades sobresalientes que se dedican a la producción de café son personas que están en un rango de 30-60 años, representando un 50%, la otra mitad se encuentra distribuida entre personas mayores que sobrepasan los 60 años de edad.

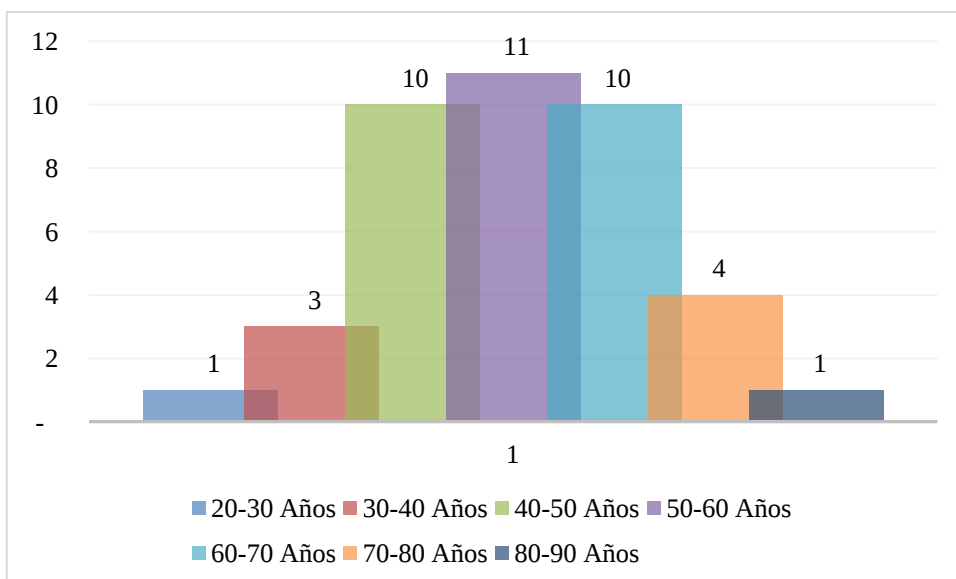


Figura 5. Rango de Edades

Fuente: Programa estadístico de Excel, encuesta realizada en el municipio de San Juan, departamento de Intibucá. Cantarero L. (2023)

5.1.1.3 Años de Escolaridad

Es importante resaltar el nivel educativo que poseen los productores, ya que, a través de ello se puede reflejar que no es impedimento el no tener un alto nivel de educación para ser productores de calidad, 2.5% no cuenta con ningún nivel de educación, el 80% de estos solo cuentan con la primaria terminada, 10% con un noveno grado y solo 7.5% poseen un título universitario.

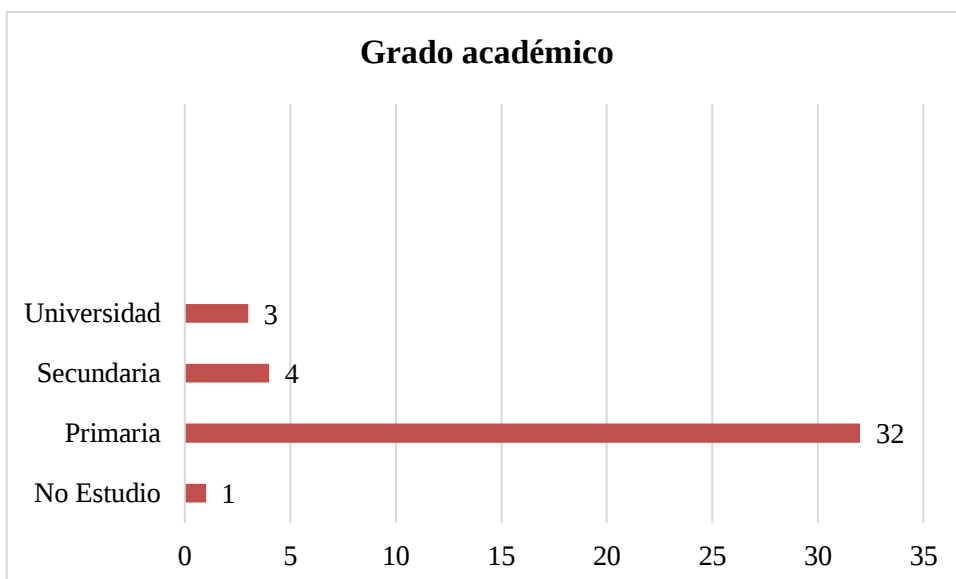


Figura 6. Años de escolaridad en los productores

Fuente: Programa estadístico de Excel, encuesta realizada en el municipio de San Juan, departamento de Intibucá. Cantarero L. (2023)

5.1.1.4 Estado Civil

En cuanto al estado civil se logró identificar que el 82.5% de estos productores son casados, 2.5% mantienen un estado civil de unión libre, otro 2.5% esta soltero y un 12.5% son viudos, el mayor porcentaje estos productores tienen un hogar establecido y ecocomicamente sus familias dependen de ellos.

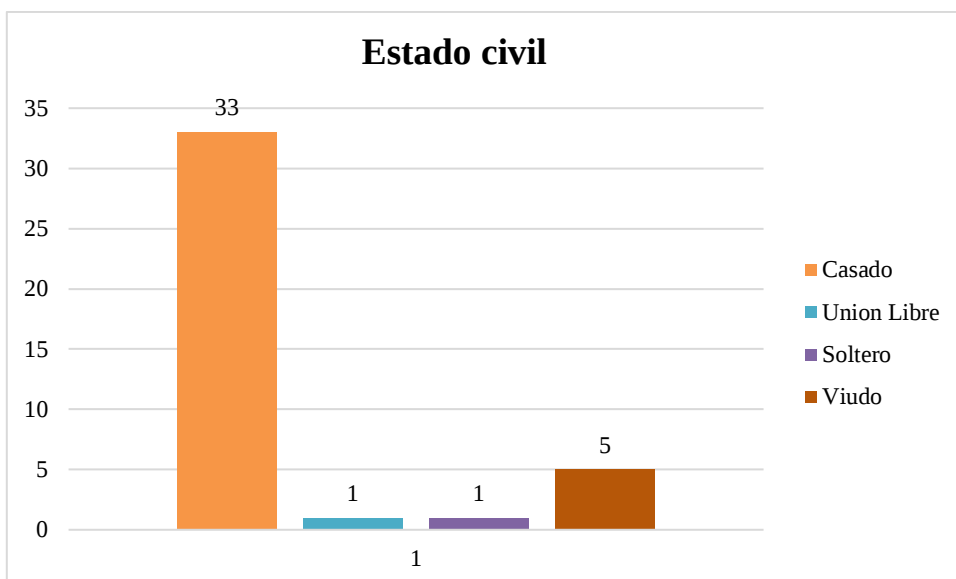


Figura 7. Estado civil

Fuente: Programa estadístico de Excel, encuesta realizada en el municipio de San Juan, departamento de Intibucá. Cantarero L. (2023)

5.1.1.5 Número de miembros de familia de productores

En las encuestas aplicadas refleja que el 95% de la cantidad de personas que integran los hogares rurales se encuentra en un rango de (1-5) personas, el 5% en esta zona habitan de (5-10) personas por hogar.

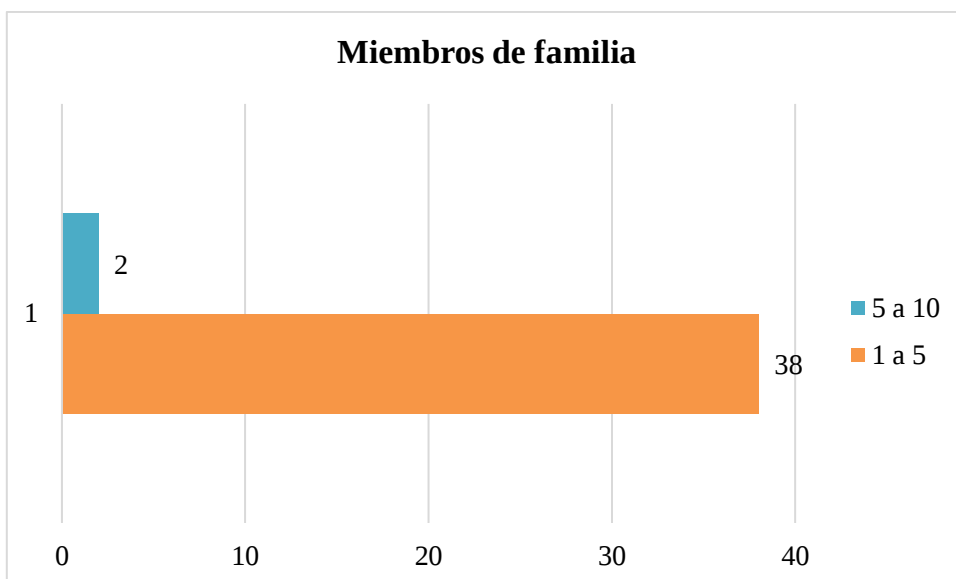


Figura 8. Miembros de familia

Fuente: Programa estadístico de Excel, encuesta realizada en el municipio de San Juan, departamento de Intibucá. Cantarero L. (2023)

5.1.1.6 Propiedad de la casa

En los hogares donde habitan los productores y sus familias, el 100% de ellos son propietarios de sus casas, algo muy relevante de acorde a sus utilidades que generan con la producción de café porque es con ello que han podido construir sus casas.

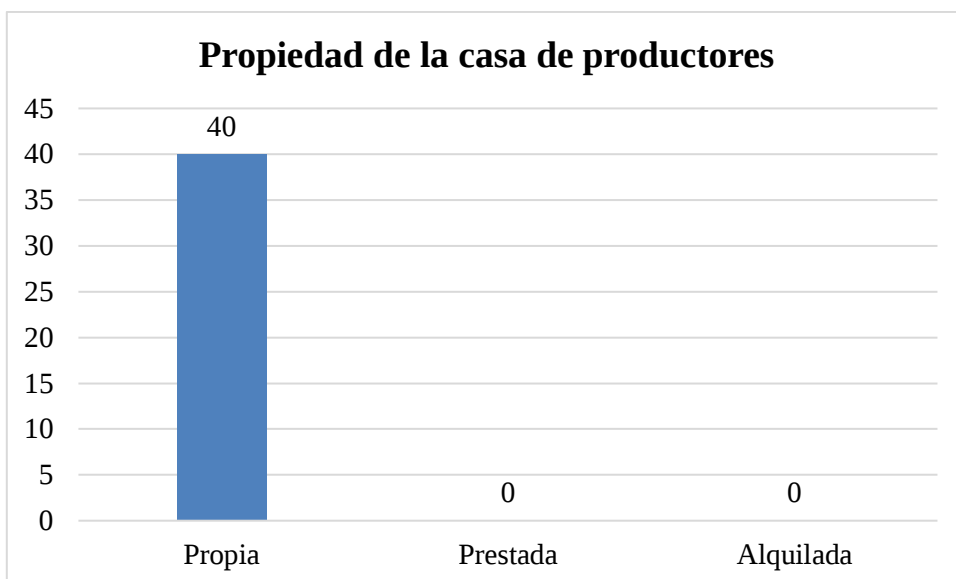


Figura 9. Propiedad de la casa de productores.

Fuente: Programa estadístico de Excel, encuesta realizada en el municipio de San Juan, departamento de Intibucá. Cantarero L. (2023)

5.1.2 Información de Producción

5.1.2.1 Área total de tierra que poseen los productores

Se identificó que la cantidad de tierra disponible que posee cada productor, no son áreas extensas, lo cual los convierte en pequeños productores, 25% de ellos cuentan de 0.5 a 2 manzanas de tierra, 52.5% poseen de 3 a 5 manzanas, 20% son dueños de 6 a 8 manzanas y únicamente un 2.5% tiene 20 manzanas de tierra.

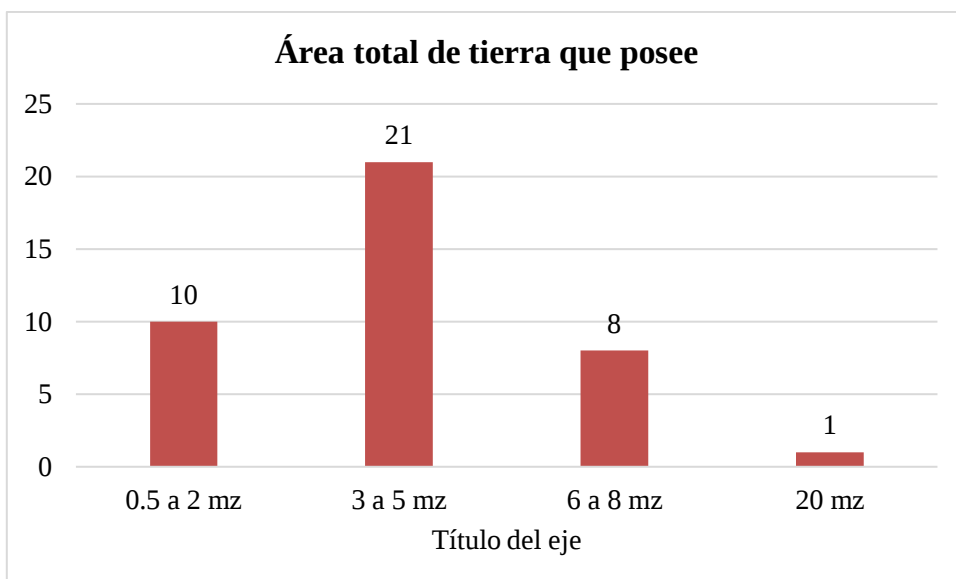


Figura 10. Área total de tierras que poseen los productores.

Fuente: Programa estadístico de Excel, encuesta realizada en el municipio de San Juan, departamento de Intibucá. Cantarero L. (2023)

5.1.2.2 Manzanas de café sembradas en el 2022

Las encuestas reflejan que estas personas se dedican el 100% al cultivo de café ya que, toda el área de tierra que poseen está sembrada con ello, la gráfica muestra que el 25% que poseen de 0.5 a 2 manzanas en su totalidad están sembradas de café, lo mismo ocurre con el 52.5 % que poseen de 3 a 5 manzanas y el 20% que tiene de 6 a 8 manzanas, el 2.5% que tiene 20 manzanas de igual manera su tierra está totalmente sembrada con café.

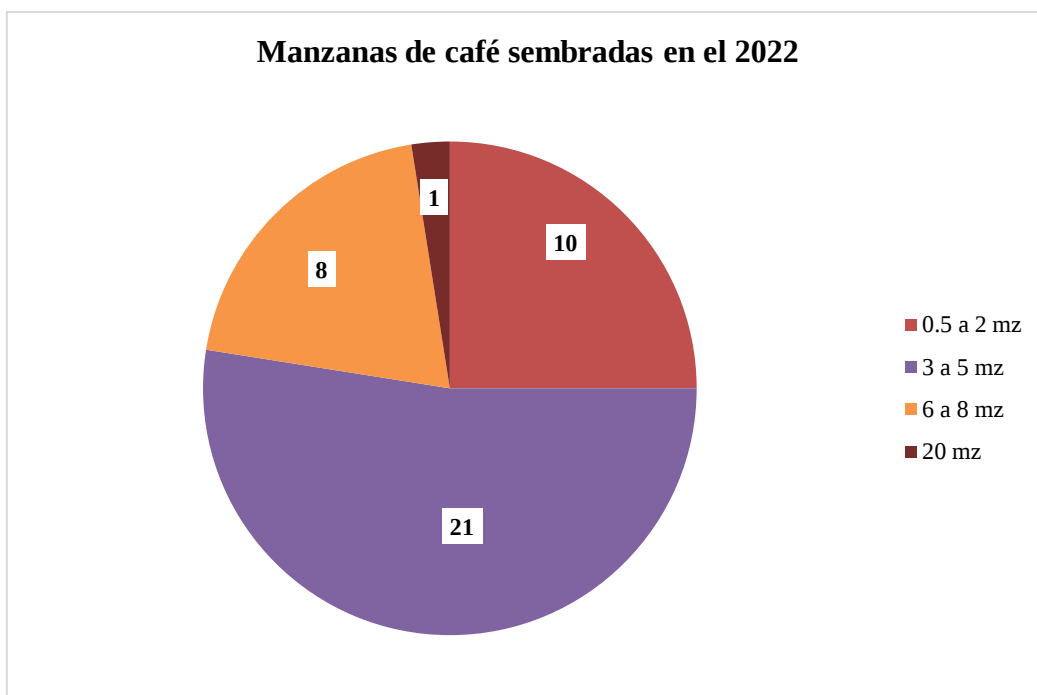


Figura. 9 grafica de área total de tierra sembrada con café en el 2022.

Fuente: Programa estadístico de Excel, encuesta realizada en el municipio de San Juan, departamento de Intibucá. Cantarero L. (2023)

5.1.2.3 Cantidad de manzanas que produjeron café

La cantidad de manzanas en producción que cada productor tiene es relativa a la cantidad de manzanas sembradas, el 27.5% tienen de (0.5 a 2 Mz) en producción, 47.5% poseen de (2.5 a 4 Mz) que producen, 15% de (5 a 6 Mz), 7.5% de (7 a 8 Mz) y el 2.5% le producen 20 Mz de café.

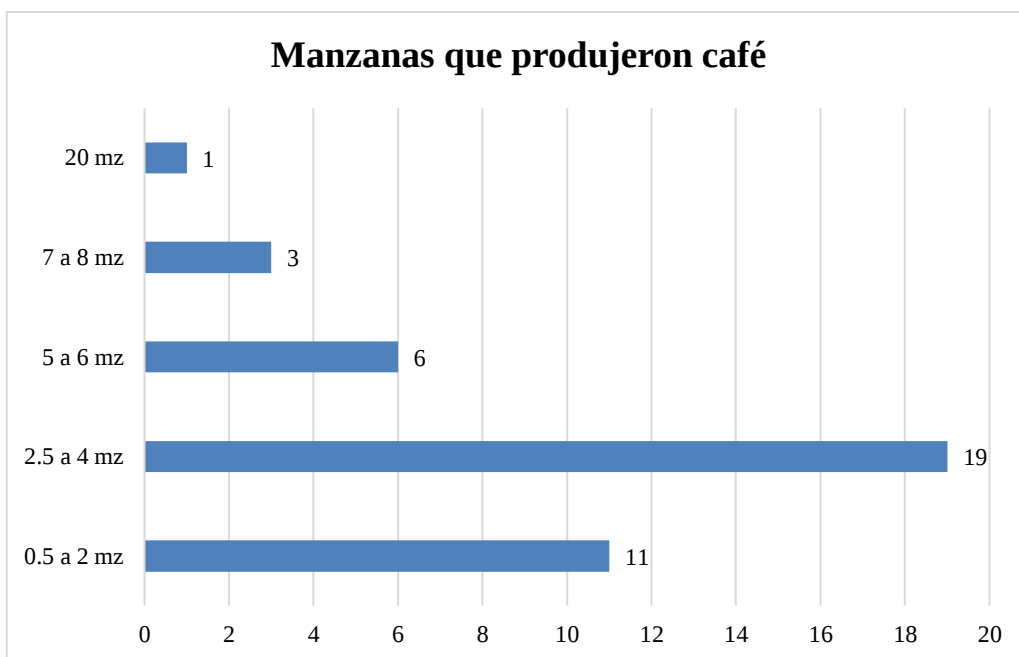


Figura 11. Área sembrada en producción en el 2022.

Fuente: Programa estadístico de Excel, encuesta realizada en el municipio de San Juan, departamento de Intibucá. Cantarero L. (2023)

5.1.2.4 Quintales de café producidos

La producción que los productores obtienen cada año, es variable entre ellos, algunos su producción es mayor a la de otros, aunque posean la misma cantidad de manzanas sembradas, las cantidades están descritas en rangos, el 10% obtuvo una producción que se encuentra en un rango de 0 a 25 quintales, destacando que ninguno obtuvo 0 quintales producidos, 15% en un rango de 25 a 50 qq, 25% en un rango de 50 a 75 qq, el 22,5% están el rango de 75 a 100 qq, un 10% que produce de 100 a 125 qq, 5% produce de 125 a 150 qq, el 7.5% su producción está en un rango de 150 a 175 qq, un 2.5% produce de 175 a 200 qq y otro 2.5% produce de 200 a 225 qq de café.



Figura 12. Quintales de café producidos.

Fuente: Programa estadístico de Excel, encuesta realizada en el municipio de San Juan, departamento de Intibucá. Cantarero L. (2023)

5.1.2.5 Su producción es ¿Certificada? Si o No

La gráfica muestra que el 90% de productores no cuentan con una certificación de café, que favorezca para su proceso de comercialización, únicamente el 10% si tienen una certificación.

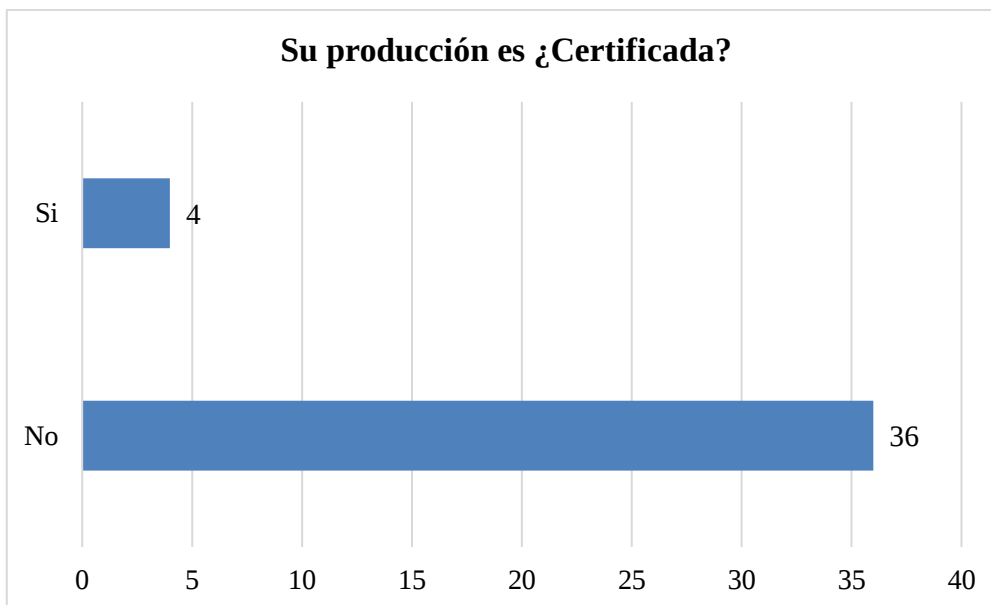


Figura 13. Tipo de producción

Fuente: Programa estadístico de Excel, encuesta realizada en el municipio de San Juan, departamento de Intibucá. Cantarero L. (2023)

5.1.2.6 Año de certificación

Se puede observar que respecto al factor de tiempo que se inició la certificación de las fincas son certificaciones recientes, no mayor a 3 años, del 10% que si tienen una certificación el 7.5% iniciaron el año 2020 y el 2.5% inicio el año 2022.

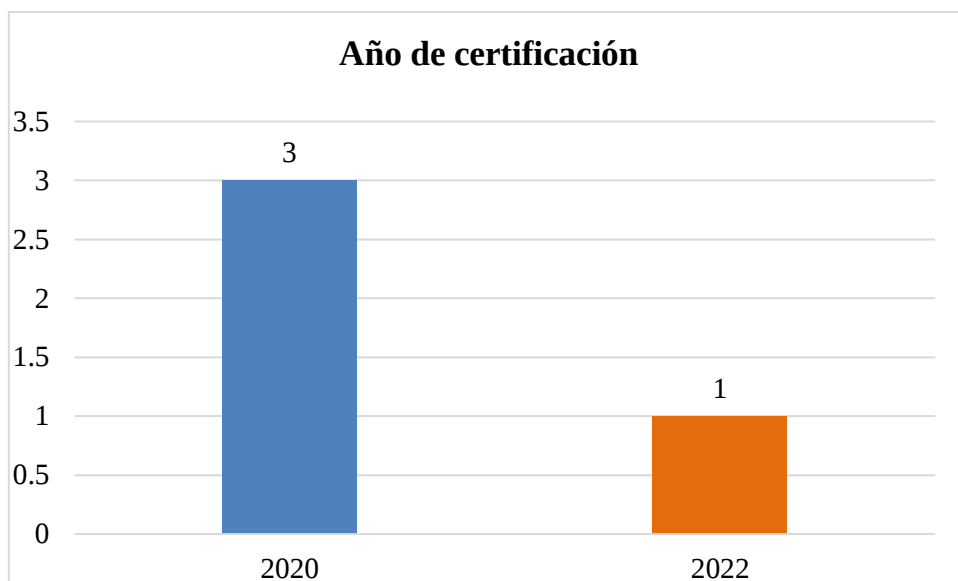


Figura 14. Año en que se certificaron.

Fuente: Programa estadístico de Excel, encuesta realizada en el municipio de San Juan, departamento de Intibucá. Cantarero L. (2023)

5.1.2.7 Producción Orgánica

Se puede visualizar mediante la gráfica que de las 40 personas a quienes se les aplicó encuesta para saber si su producción es orgánica, 39 de ellas, el cual representa un 97.5% no producen café orgánico, únicamente 2.5% si, en su mayoría son cafés convencionales los que producen.

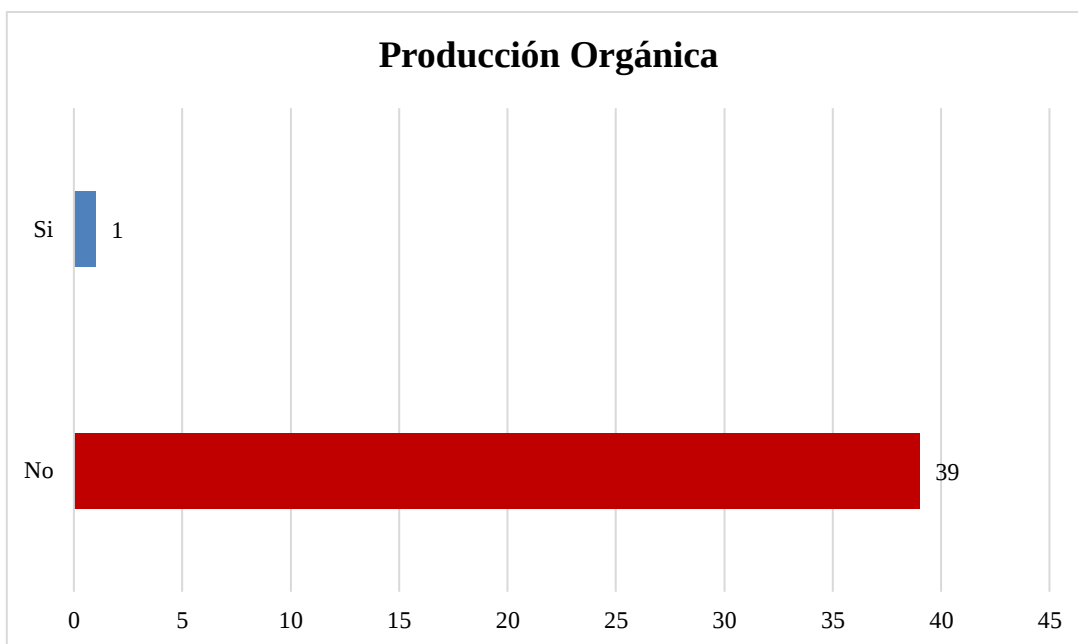


Figura 15. Producción orgánica

Fuente: Programa estadístico de Excel, encuesta realizada en el municipio de San Juan, departamento de Intibucá. Cantarero L. (2023)

5.1.2.8 Año de inicio con la producción orgánica

Se identificó que el 2.5% que representa 1 persona, su proceso producción orgánica fue iniciado en el año 2020.



Figura 16. Año de inicio con producción orgánica

Fuente: Programa estadístico de Excel, encuesta realizada en el municipio de San Juan, departamento de Intibucá. Cantarero L. (2023)

5.1.3 Comercialización y Rentabilidad

5.1.3.1 *Personas a quien los productores venden su café*

La información que se obtuvo mediante la entrevistas y encuestas a los productores se visualiza que en su mayoría prefieren vender su café directamente a dueños de bodega, el 90% comercializa con diferentes propietarios de bodegas ubicadas dentro del municipio y el 10% si venden a puntos de compra por intermediarios.

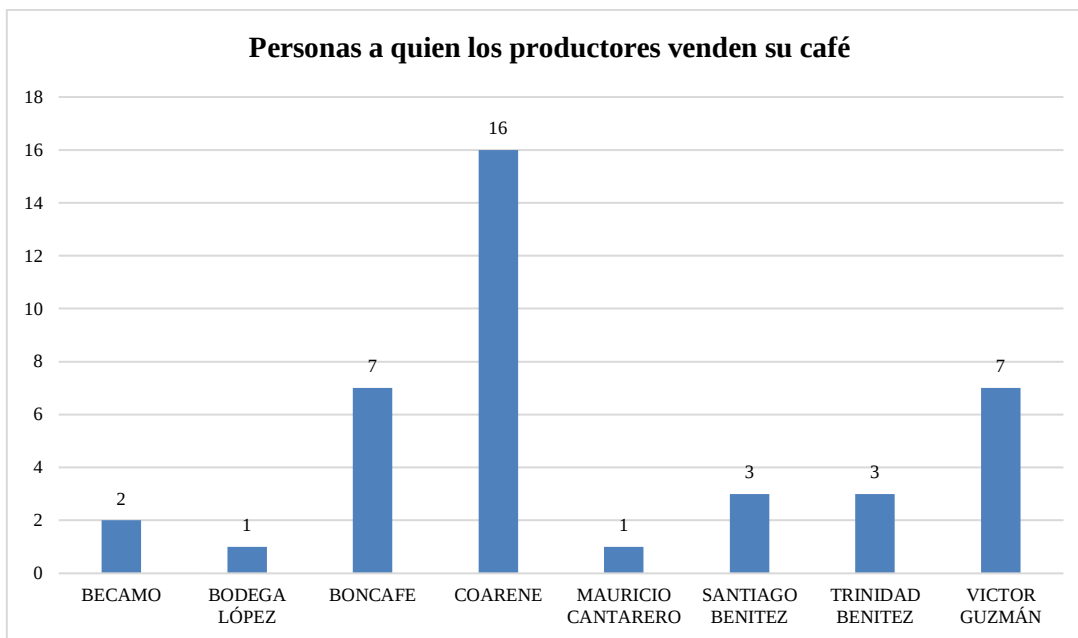


Figura 17. Intermediarios a quienes los productores venden su café

Fuente: Programa estadístico de Excel, encuesta realizada en el municipio de San Juan, departamento de Intibucá. Cantarero L. (2023)

5.1.3.2 *Presentación en que venden su café*

La carta de presentación en el café juega un papel muy importante porque influye en el valor y los precios que ofrecen a los productores, por dicha razón el 100% de las personas encuestadas se esfuerzan más para vender un producto que lleva un proceso donde popularmente se le llama café pergamino, con el objetivo de ser mejor remunerados.

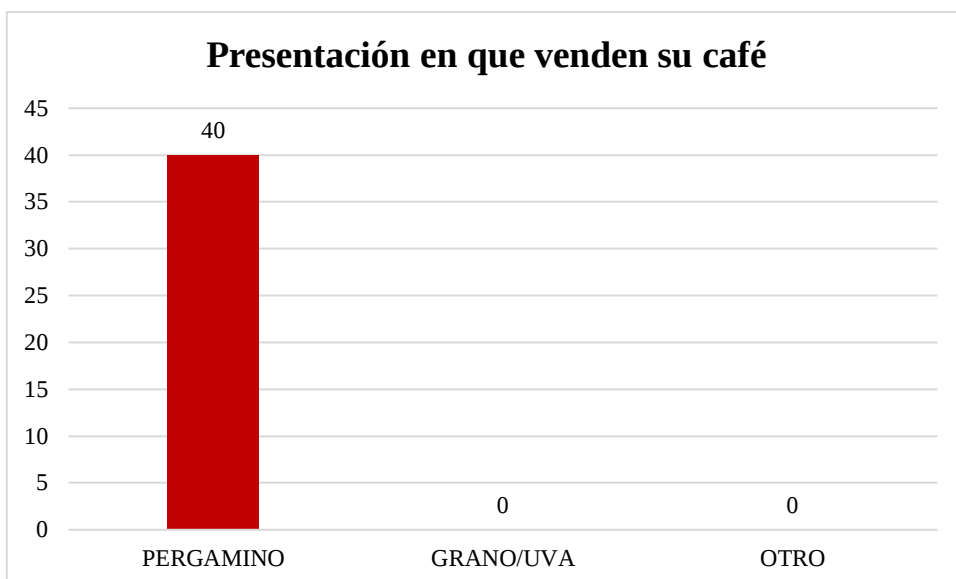


Figura 18. Presentación en que venden su café

Fuente: Programa estadístico de Excel, encuesta realizada en el municipio de San Juan, departamento de Intibucá. Cantarero L. (2023)

5.1.3.3 Precios de venta por quintal de café en el 2022

Al momento de comercialización los productores se encuentran con una balanza donde constantemente los precios cambian, algunas veces esto juega a favor y muchas veces en contra, por ello los datos de precios de venta son variables, el 22.5% de productores fueron los que vendieron a un precio menor entre 2,400Lps y 2,450 Lps por quintal, 47% el cual nos indica la mayoría vendieron a 2,500 Lps el quintal, 22.5% vendieron a precios que están entre 2,550 Lps a 3,000Lps, un 5% vendieron de 3,600 Lps a 4,000Lps y 2.5% que representa una persona que vendió a 6,000Lps el quintal.

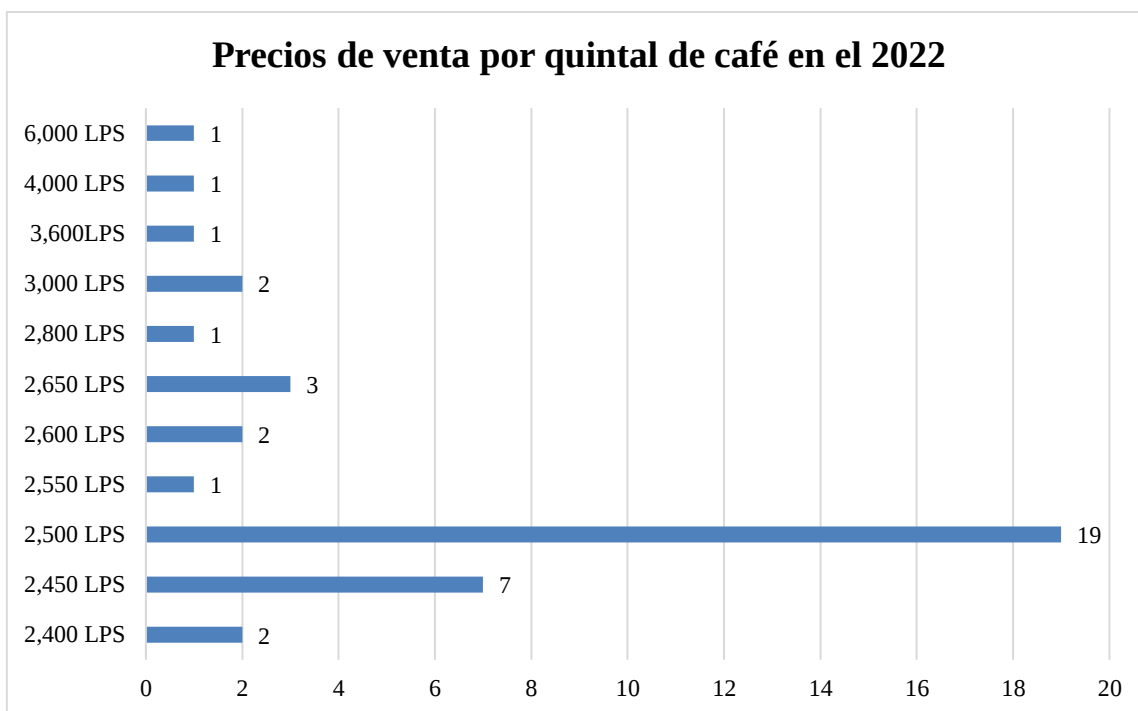


Figura 19. Precios de venta

Fuente: Programa estadístico de Excel, encuesta realizada en el municipio de San Juan, departamento de Intibucá. Cantarero L. (2023)

5.1.3.4 Costos por manzana de producción de café

En la consulta que se le realizó a los productores sobre costos en que incurre producir una manzana de café, se identificó que los precios son variables, los precios de los productos que se necesitan para producir juegan un papel muy importante, el 17.5% respondió que se invierten de 10,000Lp a 19,000Lps por Mz, el 20% dijo que se necesitan 20,000Lps/ Mz, un 45% respondieron precios que varían de 21,000Lps a 24,000Lps, el 12.5% invierten 25,000Lps/Mz y un 5% invierten 30,000Lps/Mz.

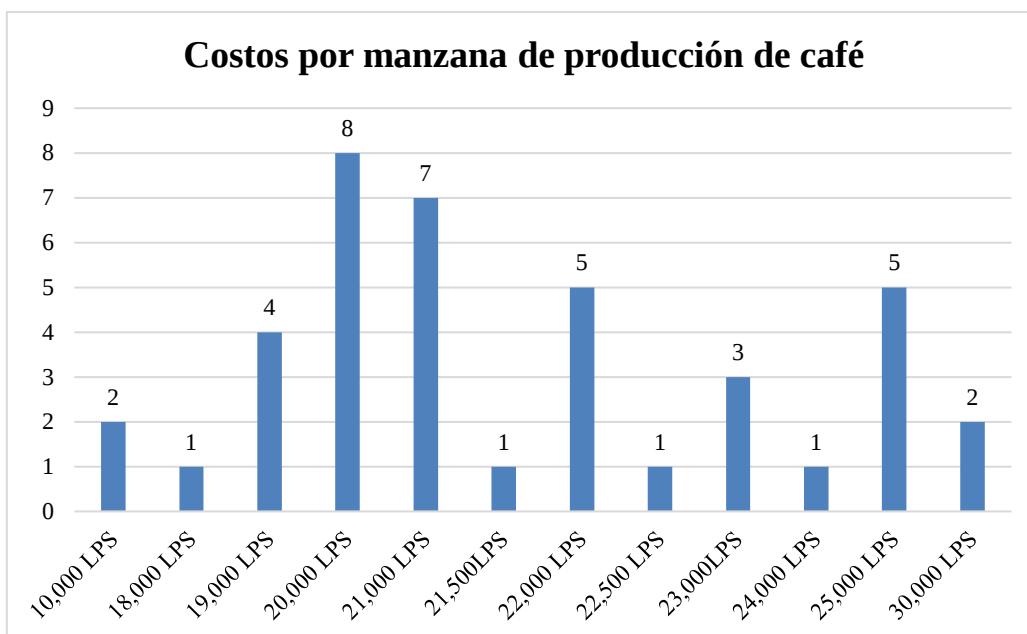


Figura 20. Costos por manzana de producción de café

Fuente: Programa estadístico de Excel, encuesta realizada en el municipio de San Juan, departamento de Intibucá. Cantarero L. (2023)

5.1.3.5 Costo de recolección por quintal y beneficiado

En el rubro del café al igual que muchos otros cultivos, aparte de los costos que se incurren en mantenimiento para poder producir, de igual manera se generan costos cuando se recolecta el producto y darle un valor agregado al momento de vender, por ello la gráfica muestra datos de cuánto cuesta recolectar un quintal de café y darle el nivel mínimo de valor agregado, el 15% de las personas encuetadas dijeron que se gasta 900 Lps por quintal, un 22.5% respondió que 950 Lps por quintal, y el 62.5% contesto que 1,000 Lps por quintal.

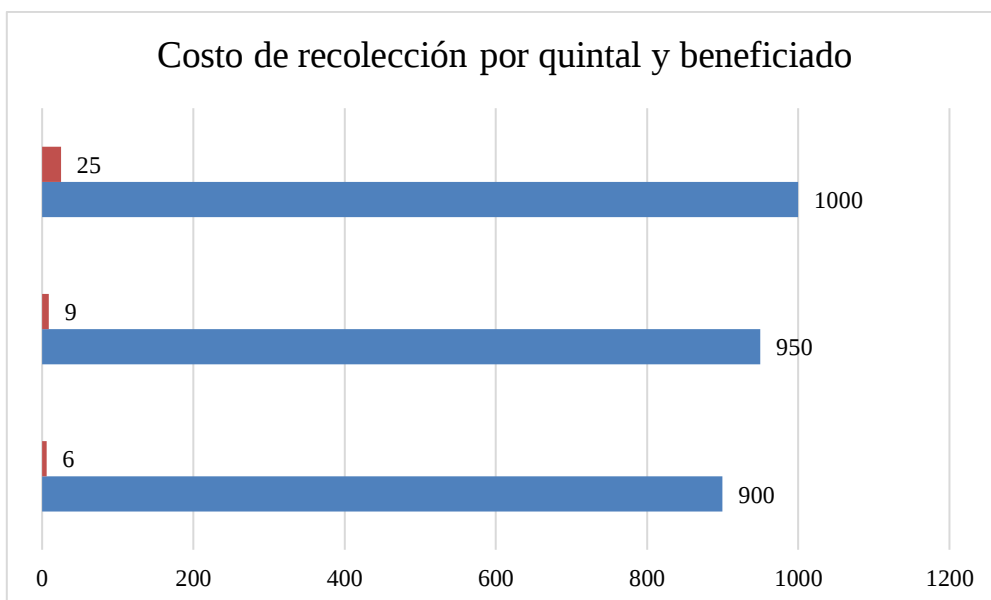


Figura 21. Costo de recolección por quintal de café.

Fuente: Programa estadístico de Excel, encuesta realizada en el municipio de San Juan, departamento de Intibucá. Cantarero L. (2023)

5.1.3.6 Costo total por quintal de café

Para determinar el costo total de producción, se necesita dividir los gastos que conlleva producir café los cuales se categorizan en costos variables y costos fijos, los variables son que se generan al momento de recolectar las cerezas de café y los fijos son aquellos que se afrontan independientemente si se produce o no, la gráfica siguiente visualizada por rangos indica que el porcentaje menor con menos costos solo es un 2.5% el cual representa una cantidad de 1,200 a 1,400Lps por quintal, el 5% invierte de 1,400 a 1,600Lps, 12.5% indica que invierte de 1,600 a 1,800Lps, el 35% de 1,800 a 2,000Lps, el 37.5% invierte de 2,000 a 2,200Lps, un 2.5% invierte de 2,200 a 2,400Lps, otro 2.5% gasta 2,900Lps/qq y finalmente un 2.5% invierte 3,500Lps/qq.

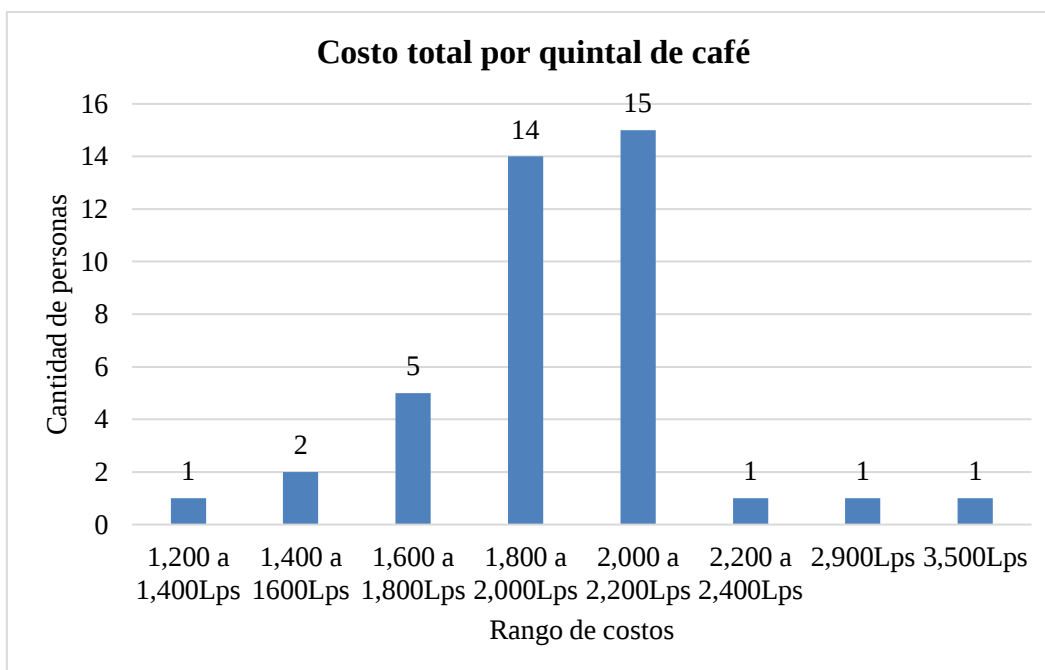


Figura 22. Costo de recolección por quintal de café

Fuente: Programa estadístico de Excel, encuesta realizada en el municipio de San Juan, departamento de Intibucá. Cantarero L. (2023)

5.1.3.7 Rentabilidad por Quintal de café

Para los productores de café, la rentabilidad está condicionada por cuatro factores principales: el precio que se paga, el costo de producción, el rendimiento y calidad de la cosecha, dado que es difícil minimizar los costos, y los productores son, en su mayoría, quienes reciben los precios. Con la información recopilada, después de analizar los datos se pudo saber cuánto es la rentabilidad que se obtiene por quintal de café, 1 productor que representa el 2.5% es uno de muchos casos en los productores, que no obtuvo ninguna ganancia, al contrario, perdió 400Lps/qq, un 2.5% su rentabilidad fue de 200 a 300Lps/qq, 7.5% de 300 a 400Lps/qq, 40% de 400 a 500Lps/qq, 35% de 500 a 600Lps/qq, 17.5% de 600 a 700Lps/qq, 10% obtuvo de 700 a 800Lps/qq, 5% gano de 1,000 a 1,200Lps/qq, un 2.5% su rentabilidad fue de 1,817Lps/qq y otro 2.5% su remuneración fue de 4,750Lps/qq.

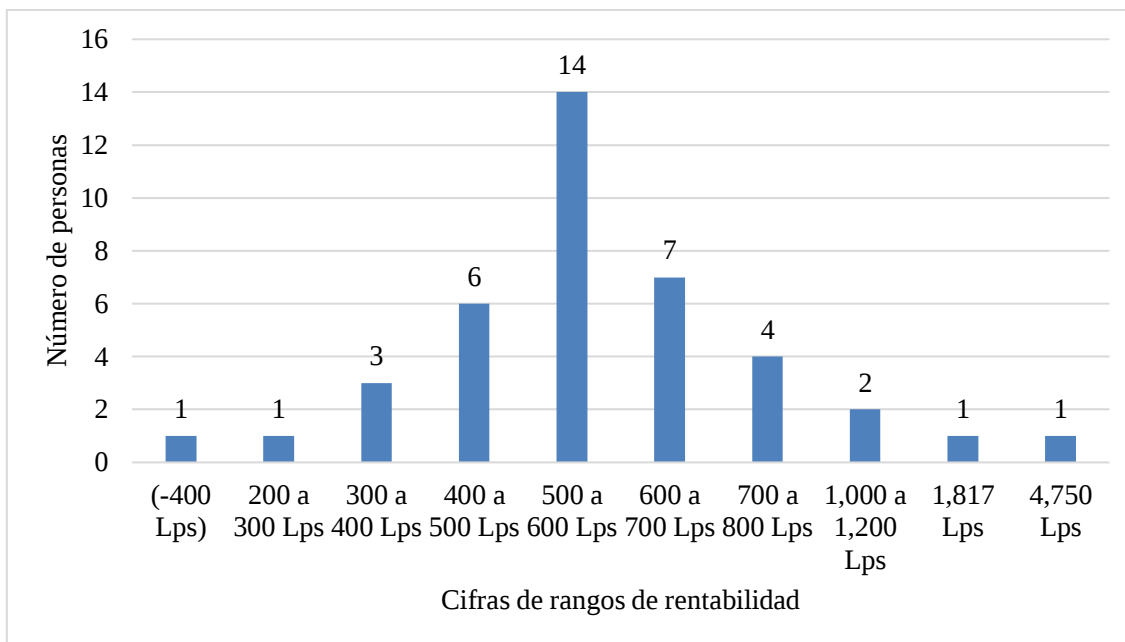


Figura 23. Rentabilidad

Fuente: Programa estadístico de Excel, encuesta realizada en el municipio de San Juan, departamento de Intibucá. Cantarero L. (2023).

5.2 Encuesta a intermediarios de compra de café

El mercado del café se caracteriza por tener diversos clientes, cada uno con una búsqueda particular, los intermediarios son distribuidores que se encargan de llevar el café a los puntos de venta o mejor dicho a propietarios de bodegas, en este estudio se encontró que los intermediarios que forman parte de esta cadena son intermediarios minoristas porque son pocas las cantidades de café que compran. La cantidad de intermediarios que arrojó la encuesta a los productores de café, es de tres intermediarios, lo que significa que la mayoría de estos productores venden su producto directamente a dueños de bodega.

5.2.1 Datos Generales

5.2.1.1 Barrio o colonia donde reside

Los intermediarios que participan en esta cadena son personas que residen dentro las mismas aldeas donde se encuentran los productores, 2 de ellos el cual representa un 66% viven la aldea de Los Naranjos y 1 que representa 44% vive en la aldea de Peloncitos, ambas aldeas pertenecientes al municipio de San Juan, departamento de Intibucá.

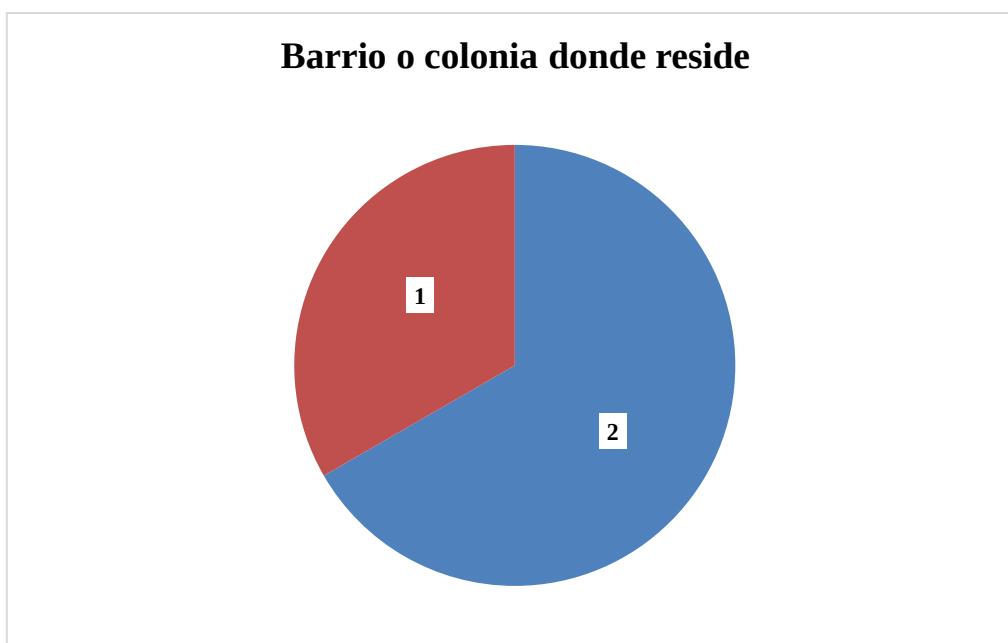


Figura 24. Lugar de residencia

Fuente: Programa estadístico de Excel, encuesta realizada en el municipio de San Juan, departamento de Intibucá. Cantarero L. (2023).

5.2.1.2 Edad

En la encuesta aplicada a intermediarios se revelan las edades que ellos tienen, lo cual son adultos mayores que están en rango de 40 a 60 años.

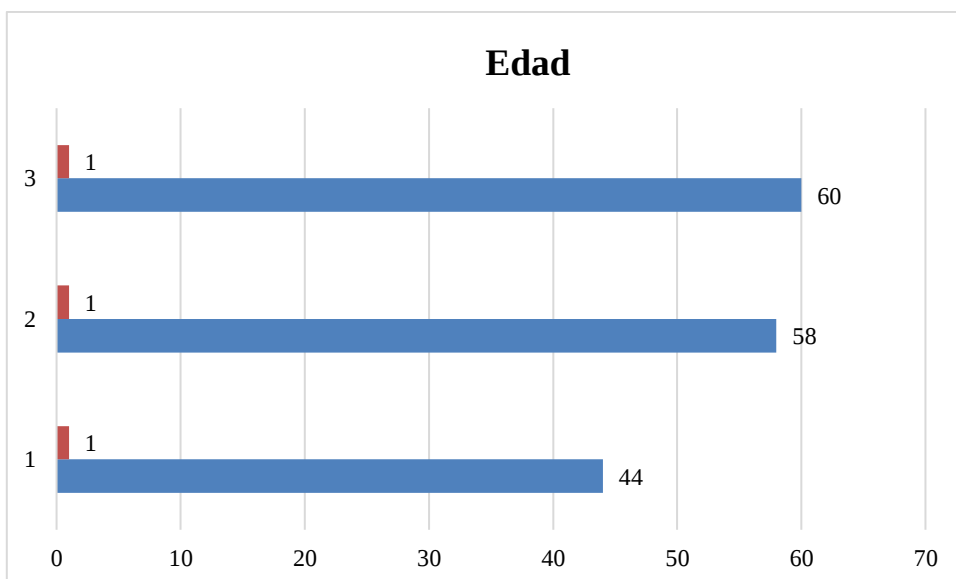


Figura 25. Edad en intermediarios

Fuente: Programa estadístico de Excel, encuesta realizada en el municipio de San Juan, departamento de Intibucá. Cantarero L. (2023).

5.2.1.3 Años de Escolaridad

El rubro del café tiene beneficios con todos los que en el interfieren, sin importar nivel de educación que poseen, las personas que se encargan de llevar producto a los centros de venta, su grado escolaridad en su nivel más alto, es un noveno grado.

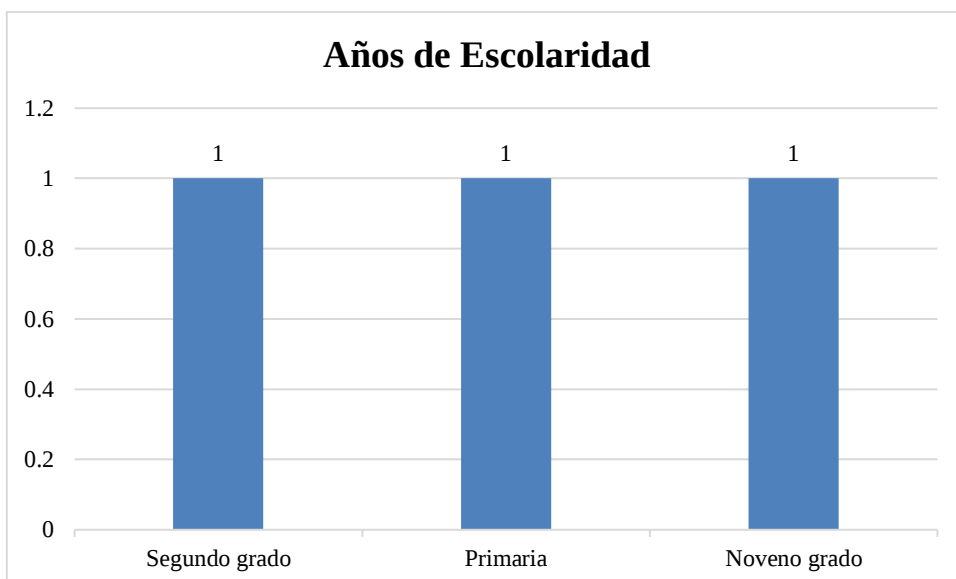


Figura 26. Años de escolaridad

Fuente: Programa estadístico de Excel, encuesta realizada en el municipio de San Juan, departamento de Intibucá. Cantarero L. (2023).

5.2.1.4 Estado Civil

En la información obtenida, se visualiza que la mayoría de todos los personajes encuestados independientemente de papel que tengan en esta cadena de valor, son casados y tienen familias que dependen económicamente de ellos. La grafica muestra que 66% de los intermediarios son casados y 44% soltero.



Figura 27. Estado civil

Fuente: Programa estadístico de Excel, encuesta realizada en el municipio de San Juan, departamento de Intibucá. Cantarero L. (2023).

5.2.1.5 Número de miembros de familia

La encuesta arroja resultados donde se ve que las familias no son muy numerosas y que, de las 3 personas encuestadas, el 100% pertenece a una familia que tienen un rango de 1 a 5 personas.

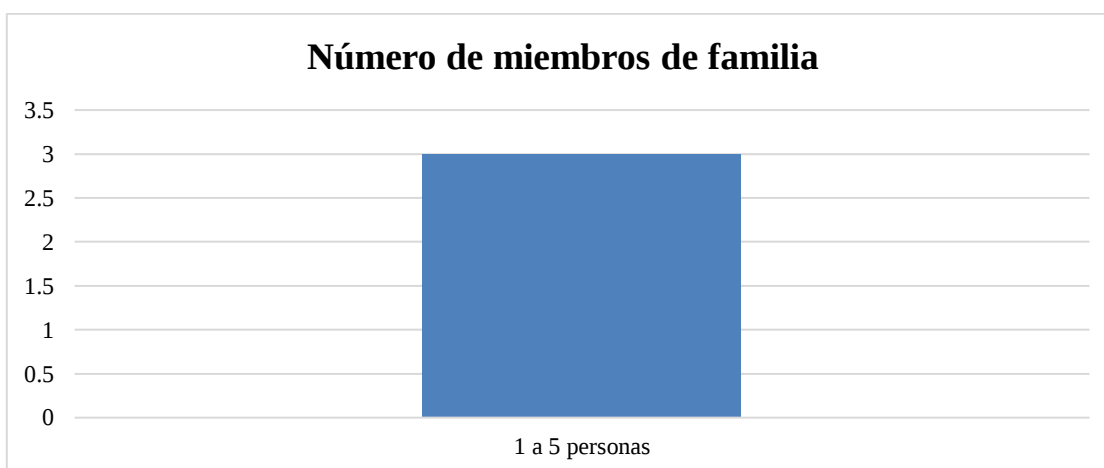


Figura 28. Número de miembros de familia.

Fuente: Programa estadístico de Excel, encuesta realizada en el municipio de San Juan, departamento de Intibucá. Cantarero L. (2023).

5.2.1.6 Propiedad de la casa

En los hogares donde habitan los intermediarios y sus familias, el 100% de ellos son propietarios de sus casas.

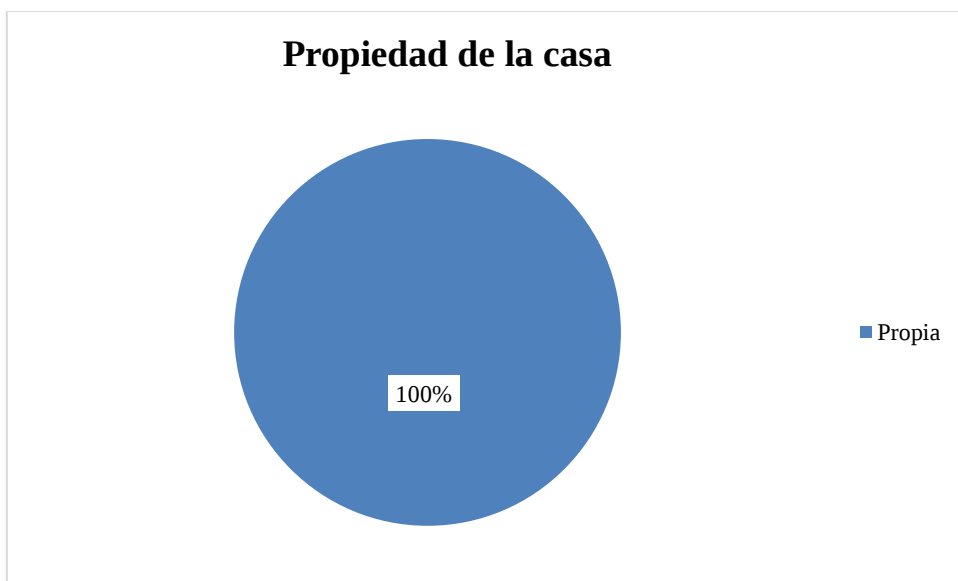


Figura 29. Propiedad de la casa

Fuente: Programa estadístico de Excel, encuesta realizada en el municipio de San Juan, departamento de Intibucá. Cantarero L. (2023).

5.2.2 Gobernanza

5.2.2.1 Afiliación a algún grupo o asociación que se dedique a la compra de café

En el municipio de San Juan existen asociaciones de compradores de café, pero no todos los intermediarios pertenecen a ellas, en el estudio realizado se analizó que el 66% si son afiliados a una cooperativa y 44% no

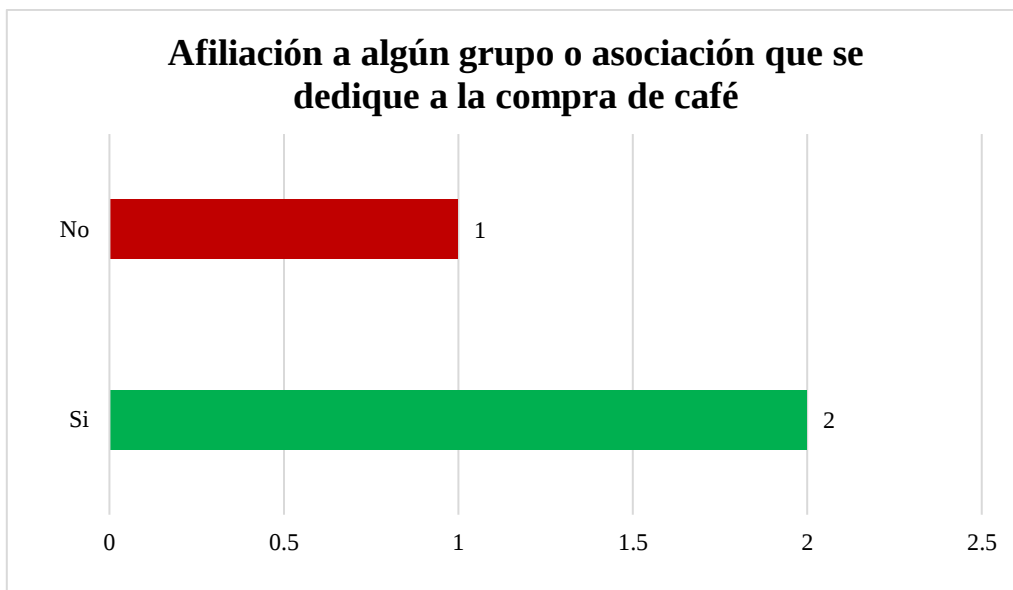


Figura 30. Afiliación a grupo o asociación de compra de café

Fuente: Programa estadístico de Excel, encuesta realizada en el municipio de San Juan, departamento de Intibucá. Cantarero L. (2023).

5.2.2.2 A qué sociedad pertenecen

Los intermediarios que forman parte de esta investigación y fueron encuestados, respondieron que son asociados únicamente a la cooperativa COARENE, misma en la que se está realizando el estudio con productores.

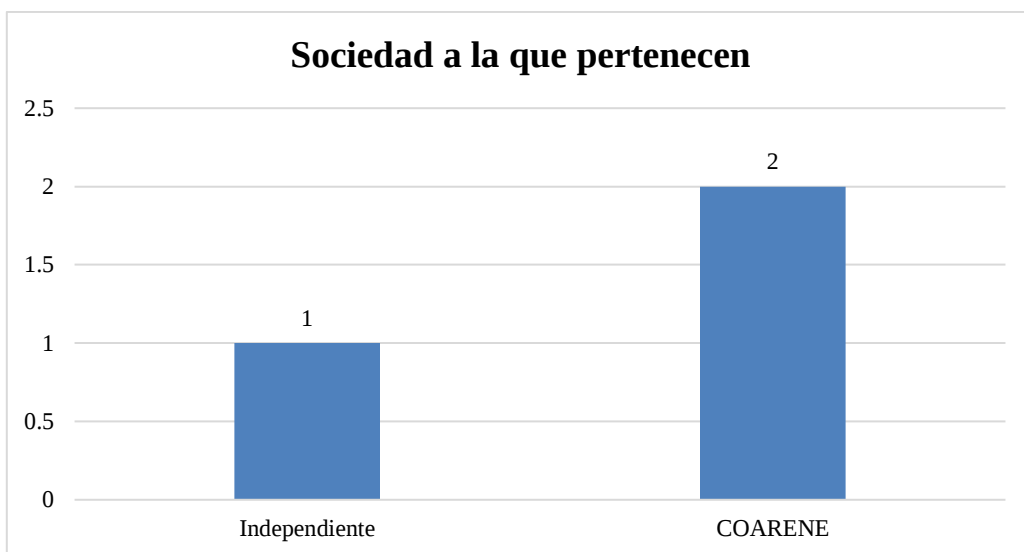


Figura 31. Asociación a la que pertenecen los intermediarios

Fuente: Programa estadístico de Excel, encuesta realizada en el municipio de San Juan, departamento de Intibucá. Cantarero L. (2023).

5.2.2.3 En caso de pertenecer a ninguna asociación ¿Está interesando unirse a una?

La respuesta a esta interrogante fue positiva, ya que al pertenecer a una sociedad sus beneficios son mayor.

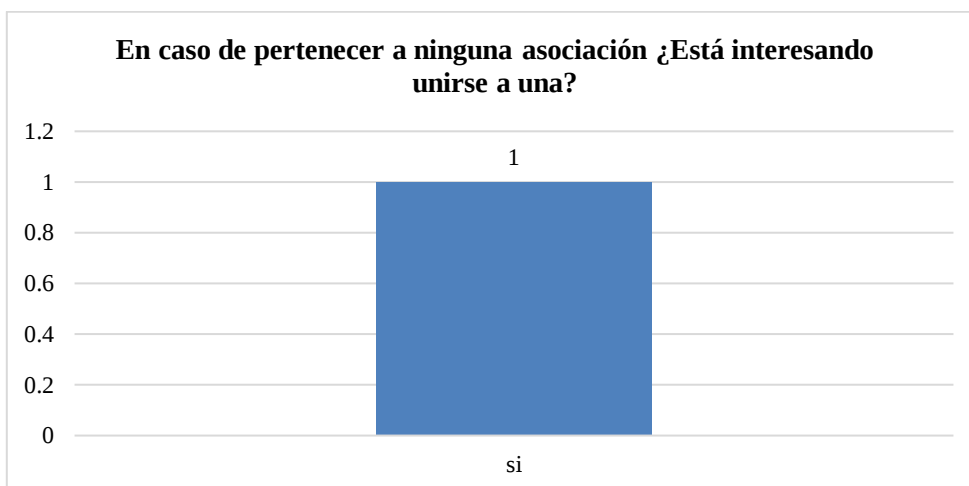


Figura 32. Si les gustaría pertenecer a una asociación de compradores de café

Fuente: Programa estadístico de Excel, encuesta realizada en el municipio de San Juan, departamento de Intibucá. Cantarero L. (2023).

5.2.3 Comercialización y Rentabilidad

5.2.3.1 Presentación en que compran el café los intermediarios

En esta etapa de comercialización dentro de la cadena de valor de café aún no tiene cambios de valor agregado, sigue siendo el mismo que los productores le dan, por lo tanto, la presentación, el 100% de los intermediarios compran el café en la etapa de pergamino, proceso que consiste en lavar y secar el café.



Figura 33. Presentación que compran café los intermediarios

Fuente: Programa estadístico de Excel, encuesta realizada en el municipio de San Juan, departamento de Intibucá. Cantarero L. (2023).}

5.2.3.2 Precio de compra por quintal de café en el año 2022

Mediante la investigación que se realizó con intermediarios, estos respondieron que la compra que ellos realizaron en el 2022 fueron dos precios, un 66% compro a un precio de L.3,500/qq y 44% a L.3,450/qq.

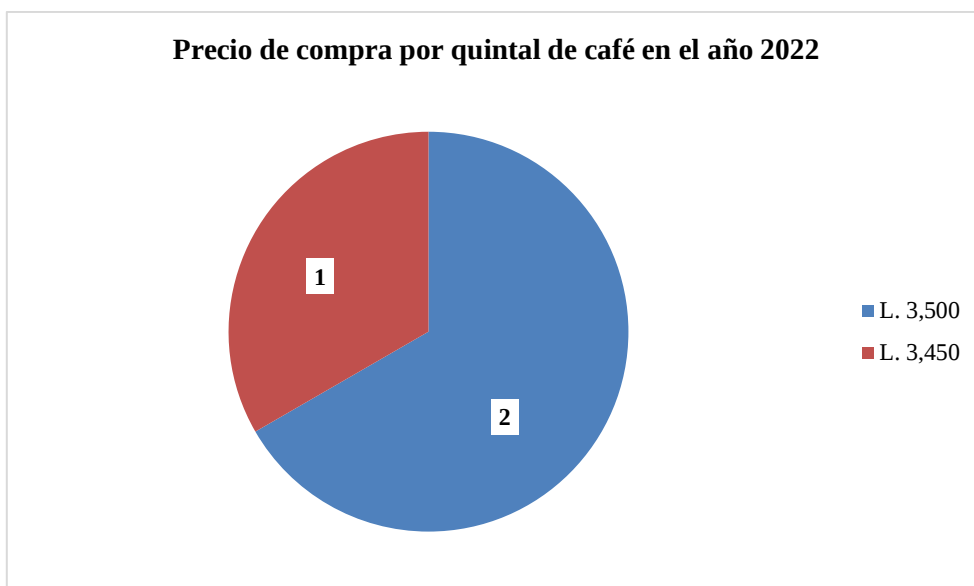


Figura 34. Precios de compra de café

Fuente: Programa estadístico de Excel, encuesta realizada en el municipio de San Juan, departamento de Intibucá. Cantarero L. (2023).

5.2.3.3 Cantidad de quintales de café que compraron en el año 2022

La grafica muestra que los intermediarios que tienen como enlace los productores de esta investigación son compradores minoristas, en total son 3 intermediarios y cada uno compro cantidades diferentes, el primero su compra fue de 10,000 quintales, el segundo 3,500 quintales y el tercero 3,000 quintales.



Figura 35. Cantidad de quintales de café comprados en el 2022

Fuente: Programa estadístico de Excel, encuesta realizada en el municipio de San Juan, departamento de Intibucá. Cantarero L. (2023).

5.2.3.4 *¿Ha comprado café de fincas con producción certificada?*

La producción certificada es un proceso con estándares que se deben cumplir desde la siembra hasta la producción y son pocos los cafetaleros que se someten a ello, su comercialización es directamente con empresas o compradores extranjeros, por ello no hay lugar para que los intermediarios realicen compras con estos productores, la gráfica nos muestra que el 100% de ellos no comercializan cafés certificados.

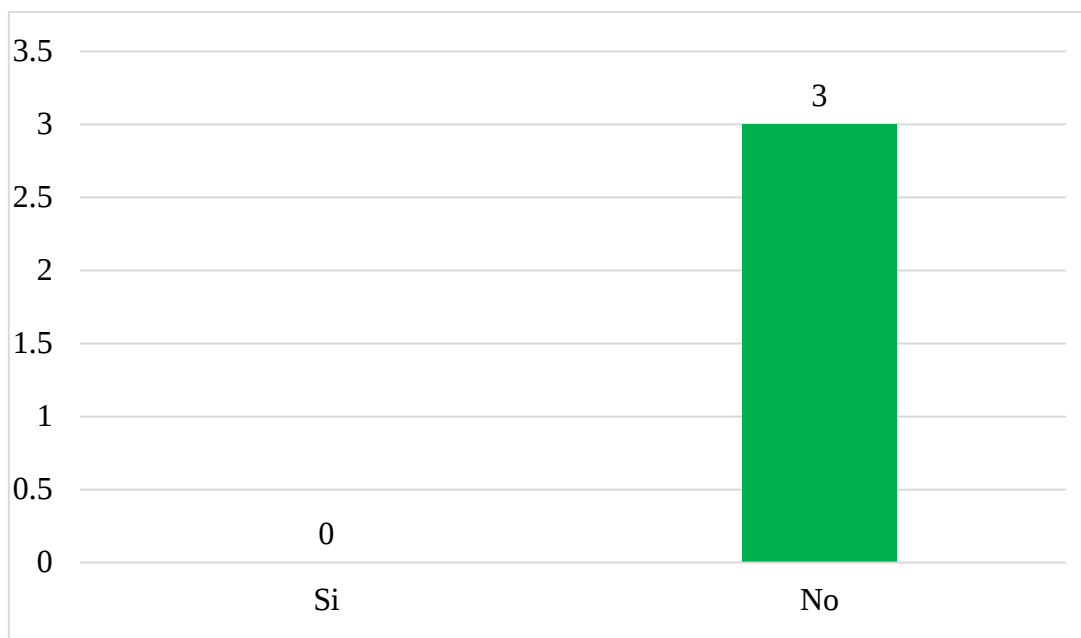


Figura 36. Cantidad de quintales de café comprados en el 2022

Fuente: Programa estadístico de Excel, encuesta realizada en el municipio de San Juan, departamento de Intibucá. Cantarero L. (2023).

5.2.3.5 *¿Ha comprado café de fincas con producción orgánica?*

La producción orgánica requiere de procesos totalmente naturales, el cual lleva una mayor inversión tanto de tiempo como de dinero y va de la mano con el proceso de certificación, por ellos los productores buscan mejores postores para que compren su cosecha y no requieren de intermediarios, la gráfica muestra que ningún intermediario del estudio de investigación, compra café orgánico.

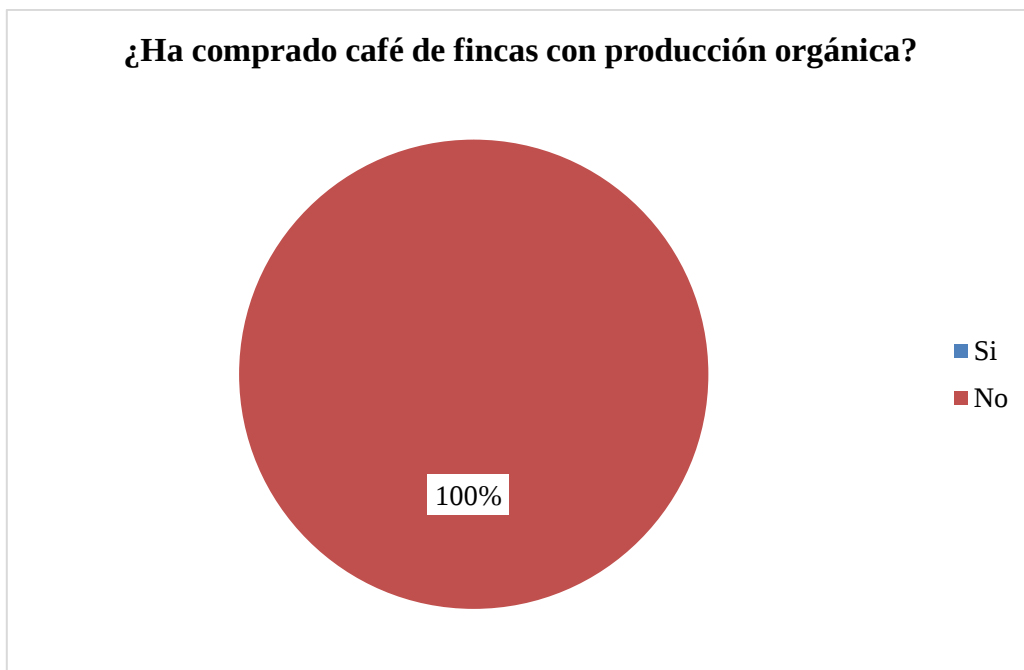


Figura 37. Compra de café orgánico

Fuente: Programa estadístico de Excel, encuesta realizada en el municipio de San Juan, departamento de Intibucá. Cantarero L. (2023).

5.2.3.6 ¿Cuál es el costo que se incurre por quintal de café en el proceso de transporte desde área rural hasta el área urbana?

Para transportar la producción a los puntos de venta, los intermediarios gastan de L.20 a L.30 por quintal de café, como lo muestra la gráfica.

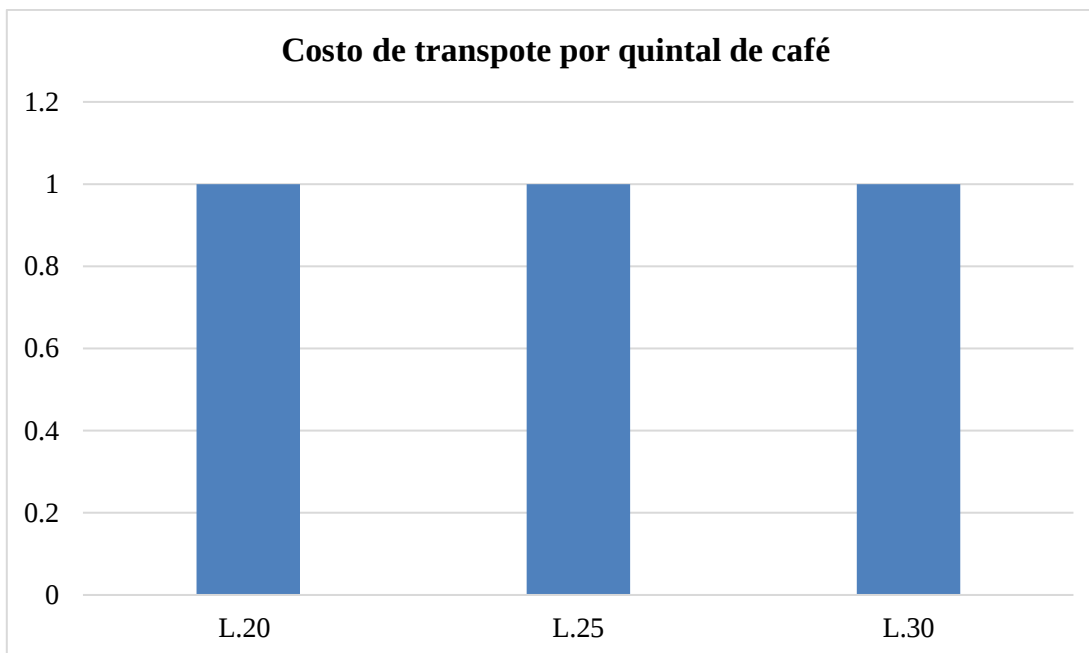


Figura. 36 grafica de costos de transporte por quintal de café.

Fuente: Programa estadístico de Excel, encuesta realizada en el municipio de San Juan, departamento de Intibucá. Cantarero L. (2023).

5.2.3.7 ¿A qué precio vendió el quintal de café el año 2022?

El precio de venta para los intermediarios también es muy importante para reflejar sus ganancias, las 2 personas que compraron el quintal de café a L.3,500 su valor de venta fue de L. 3,600 y la persona que compro a L. 3,450 el quintal de café, su venta fue a un precio de L.3,550.

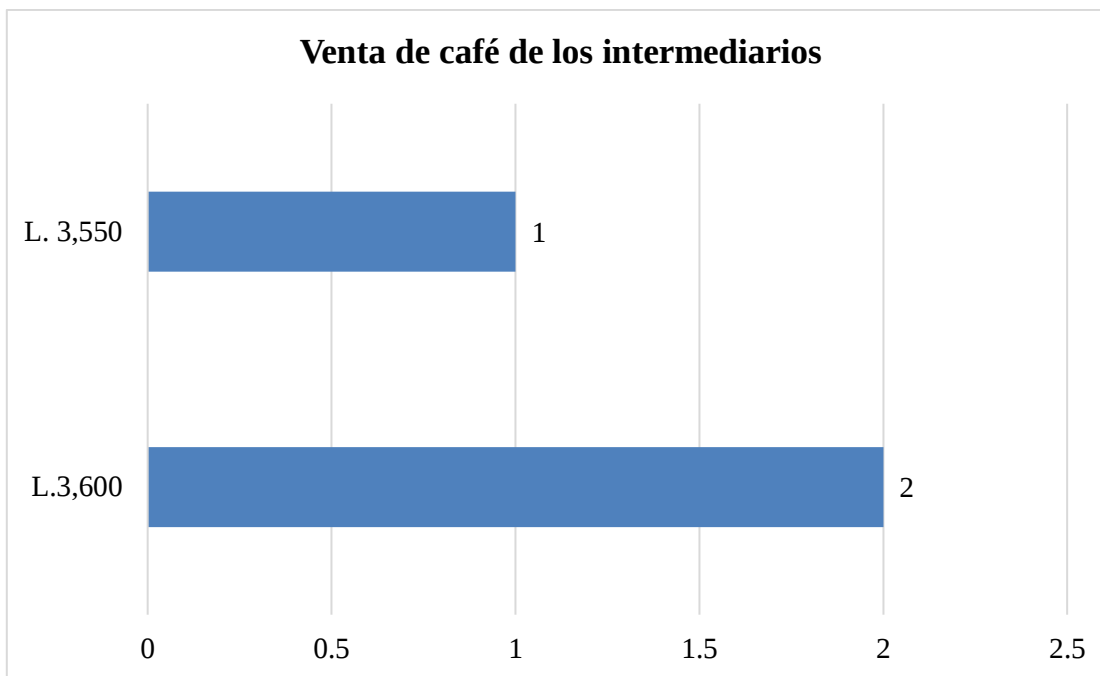


Figura 38. Venta de café de los intermediarios

Fuente: Programa estadístico de Excel, encuesta realizada en el municipio de San Juan, departamento de Intibucá. Cantarero L. (2023).

5.2.3.8 ¿Cuál es la empresa a la que vende el café?

La comercialización del café que compran los intermediarios no es directamente con empresas, lo hacen con puntos de compra o cooperativas, dentro del mismo municipio de San Juan.

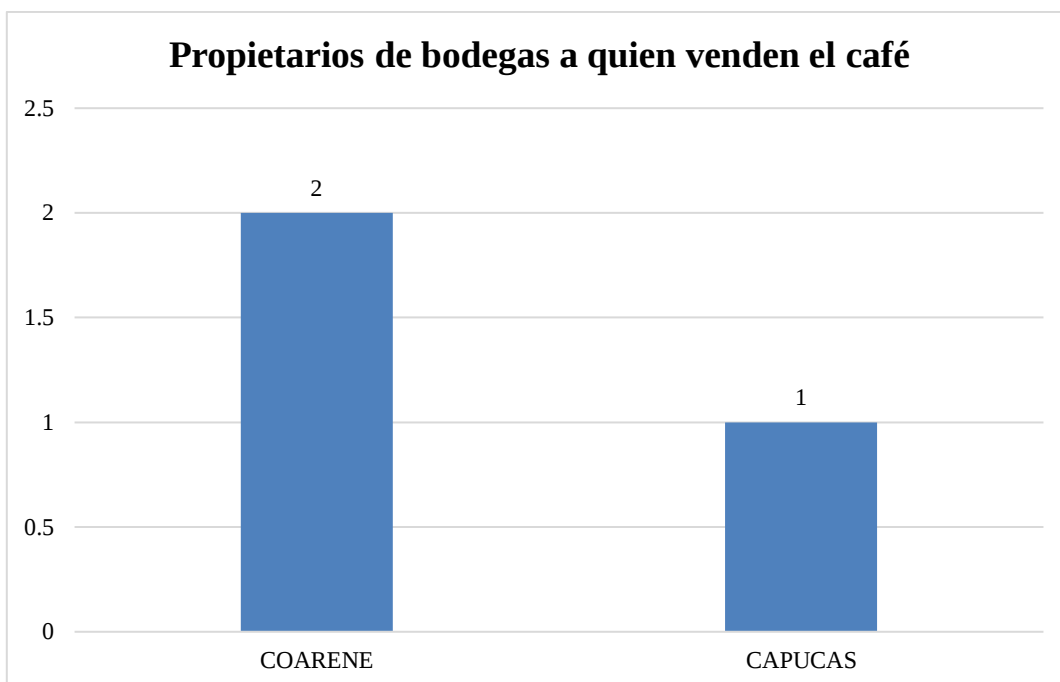


Figura 39. Propietarios de bodegas a quien venden el café

Fuente: Programa estadístico de Excel, encuesta realizada en el municipio de San Juan, departamento de Intibucá. Cantarero L. (2023).

5.2.3.9 Rentabilidad por quintal de café en los intermediarios

Para determinar la rentabilidad que obtienen los intermediarios, al precio de venta se le resto el precio de compra y el costo de transporte del área rural a el área urbana, las utilidades son similares para ellos, ganan más de acuerdo al volumen de quintales que compran, en el primer caso su rentabilidad fue de L.80/qq, con un total de L.800,000 en toda su compra, el segundo gano L.75/qq obteniendo una utilidad neta de L.225,000 y el tercer intermediario su rentabilidad por quintal fue de L.70/qq y utilidad neta de L.245,000.

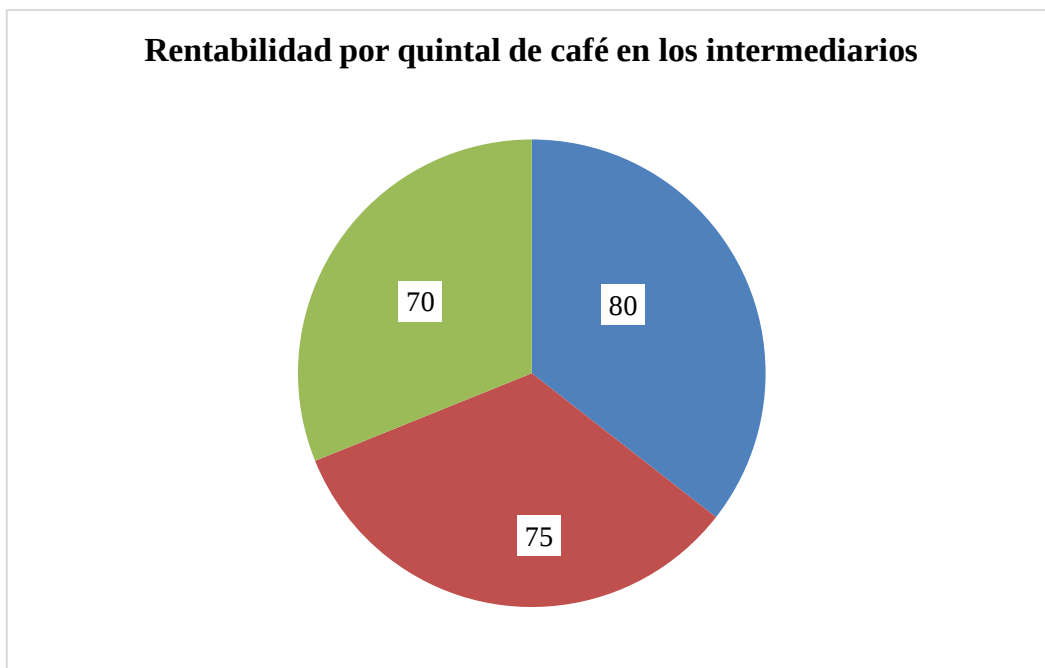


Figura 40. Margen de rentabilidad en intermediarios.

Fuente: Programa estadístico de Excel, encuesta realizada en el municipio de San Juan, departamento de Intibucá. Cantarero L. (2023).

5.3 Encuesta a propietarios de centros de venta de café

Para que una taza de café llegue al consumidor final, pasa por diferentes intermediarios, este estudio también se enfocó en entrevistar a propietarios de bodegas que compran café, los cuales son abastecidos por pequeños intermediarios que residen en la misma área rural que los productores, al momento de entrevistar los productores de café alguno dijeron que vende su café directamente a propietarios de bodegas siendo en total cinco propietarios y estos también fueron encuestados para analizar la rentabilidad que obtienen.

5.3.1 Datos Generales

5.3.1.1 Lugar de Residencia

La grafica nos indica que el 100% de propietarios de centros de venta de café, su residencia es el área urbana del municipio de San Juan, departamento de Intibucá.

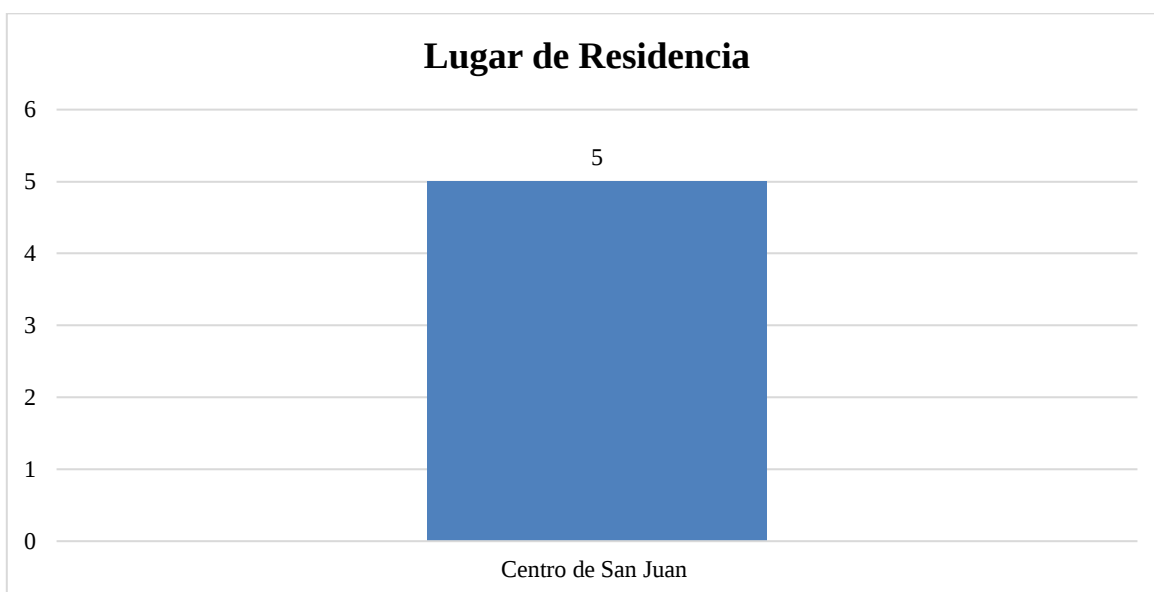


Figura 41. Lugar donde residen los propietarios de bodega.

Fuente: Programa estadístico de Excel, encuesta realizada en el municipio de San Juan, departamento de Intibucá. Cantarero L. (2023).

5.3.1.2 Edad

La edad revelada por los propietarios de centros de venta, el 100% de ellos tienen edades que son mayores de 30 años y menores de 50 años.

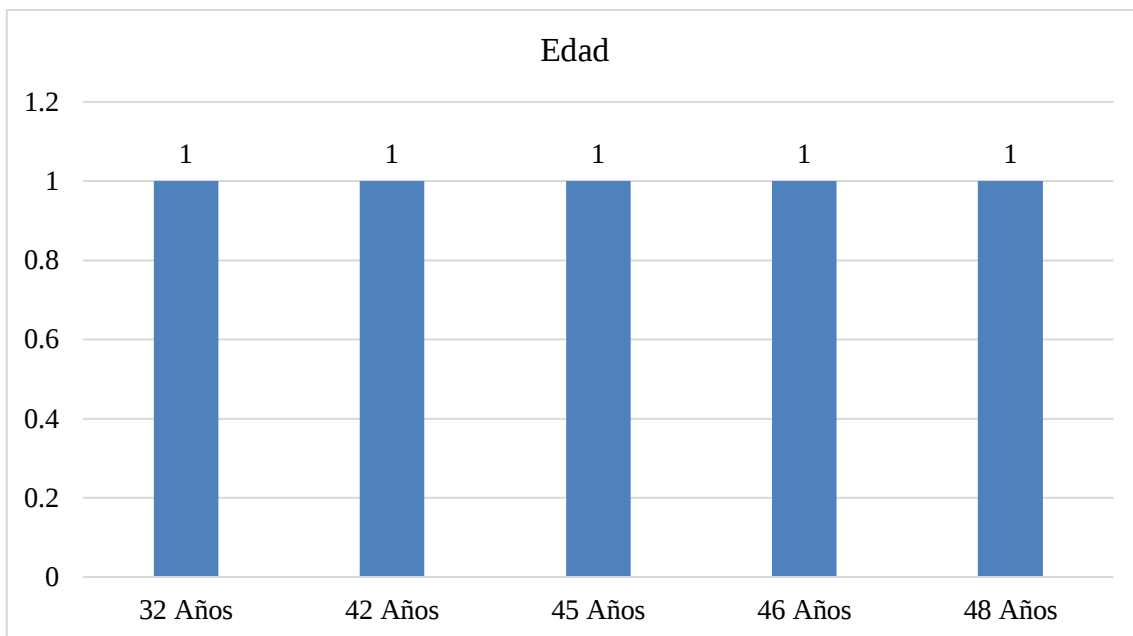


Figura 42. Edad

Fuente: Programa estadístico de Excel, encuesta realizada en el municipio de San Juan, departamento de Intibucá. Cantarero L. (2023).

5.3.1.3 Años de Escolaridad

El nivel educativo que tienen adquirido estos propietarios es: 40% su grado de escolaridad es la secundaria, otro 40% cuentan con un bachillerato completo y 20 es universitario.

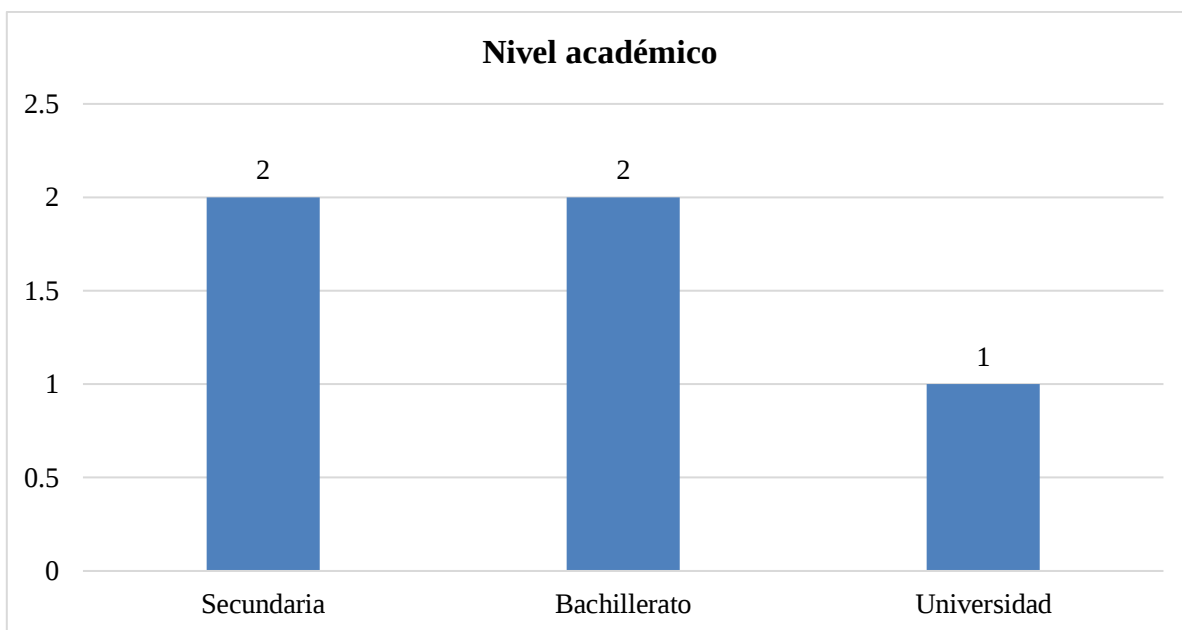


Figura 43. Nivel de escolaridad

Fuente: Programa estadístico de Excel, encuesta realizada en el municipio de San Juan, departamento de Intibucá. Cantarero L. (2023).

5.3.1.4 Estado Civil

Es importante saber el estado civil de las personas que participan en este estudio, porque así se puede identificar la cantidad de personas o familias que pueden estar involucradas y al mismo tiempo beneficiadas en el rubro del café, el 100% de los propietarios de centros de ventas son personas casadas y con familias que dependen de ellos.

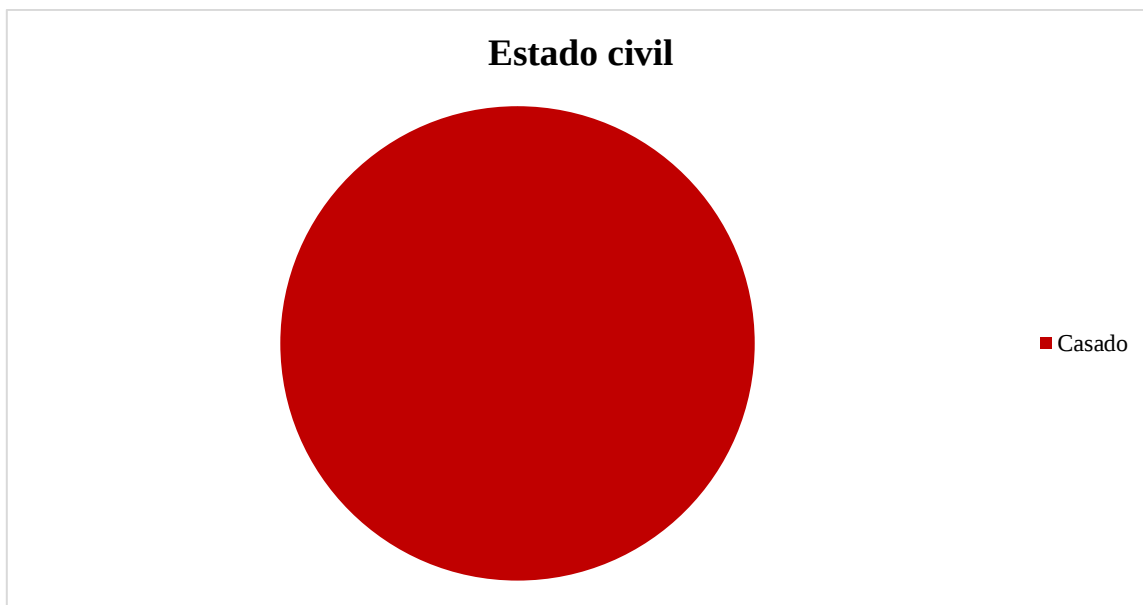


Figura 44. Estado civil

Fuente: Programa estadístico de Excel, encuesta realizada en el municipio de San Juan, departamento de Intibucá. Cantarero L. (2023).

5.3.1.5 Número de miembros de familia

Los datos recopilados a través de encuestas aplicadas, referente a la cantidad de miembros que forman parte de las familias de los dueños de bodegas de venta de café, son familias pequeñas donde el 100% están en un rango de 1 a 5 personas.

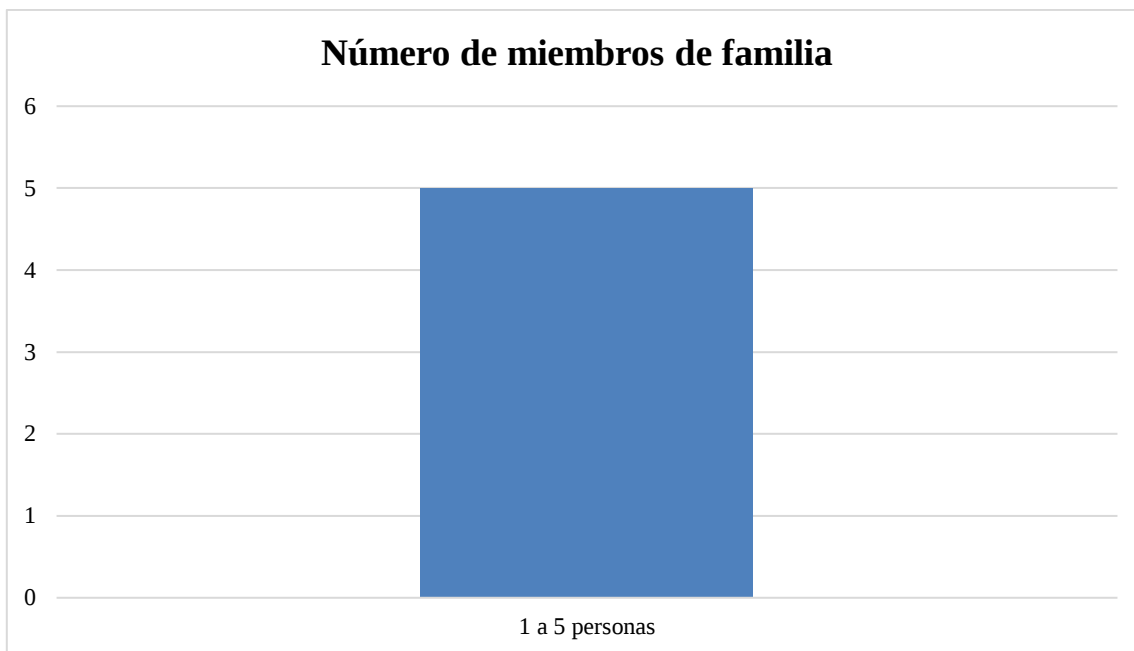


Figura 45. Número de miembros de familia

Fuente: Programa estadístico de Excel, encuesta realizada en el municipio de San Juan, departamento de Intibucá. Cantarero L. (2023).

5.3.1.6 Propiedad de la casa

Todas las familias de los propietarios cuentan con un hogar donde habitar, el 100% de los propietarios de centros de venta de café, tienen casa propia.



Figura 46. Propiedad de la casa

Fuente: Programa estadístico de Excel, encuesta realizada en el municipio de San Juan, departamento de Intibucá. Cantarero L. (2023).

5.3.1.7 Número de Empleados

El rubro de café es uno de los que mayor empleo genera y ayuda al sustento de muchas familias al momento de la recolectar la cosecha, tanto en el campo como en el área urbana, los centros de venta de café que se encuestaron, 60% tienen 12 empleados, 20% tiene 9 empleados y otro 20% 8 empleados.

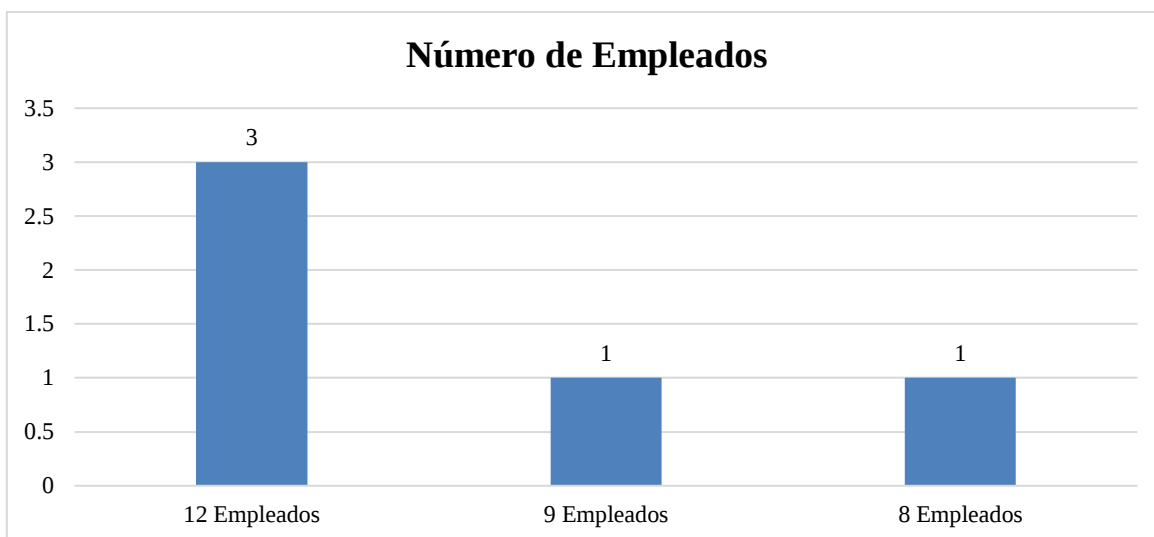


Figura 47. Número de empleados

Fuente: Programa estadístico de Excel, encuesta realizada en el municipio de San Juan, departamento de Intibucá. Cantarero L. (2023).

5.3.2 Comercialización y Rentabilidad

5.3.2.1 ¿Quién es su principal proveedor de café?

Los principales proveedores que alimentan la comercialización de café para los propietarios de centros de venta, el 100% de ellos compran café a productores e intermediarios del área rural que pertenecen al municipio de San Juan.

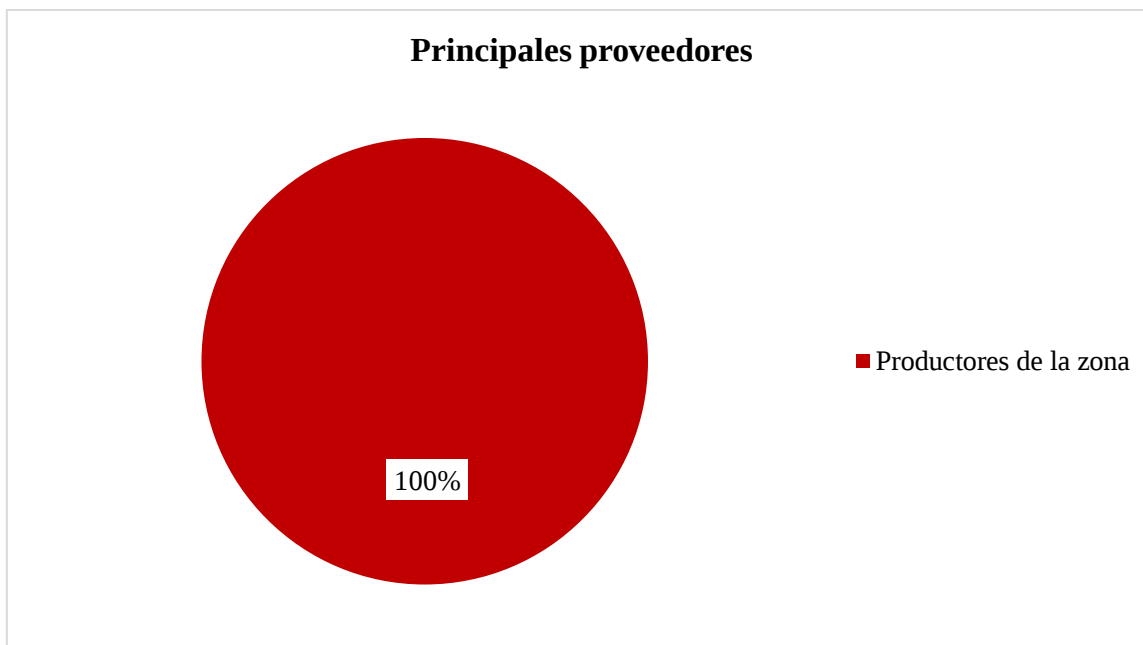


Figura 48. Principales proveedores

Fuente: Programa estadístico de Excel, encuesta realizada en el municipio de San Juan, departamento de Intibucá. Cantarero L. (2023).

5.3.2.2 ¿En qué presentación compran el quintal de café?

La presentación que ellos adquieren el producto es café pergamino, el 100% de ellos lo adquieren de la misma forma.



Figura 49. Presentación en que compran café

Fuente: Programa estadístico de Excel, encuesta realizada en el municipio de San Juan, departamento de Intibucá. Cantarero L. (2023).

5.3.2.3 ¿En qué forma o presentación vende el quintal de café?

Para los propietarios de bodega es difícil darle un proceso de valor adquisitivo más avanzado al café que venden, porque se requiere de maquinaria tecnológica y ellos no cuentan con ese tipo adquisición, por ello su forma de vender el café es de la misma manera como lo compran, el 100% comercializan su café en pergamino.



Figura 50. Presentación en que venden el café

Fuente: Programa estadístico de Excel, encuesta realizada en el municipio de San Juan, departamento de Intibucá. Cantarero L. (2023).

5.3.2.4 ¿A qué precio compro el quintal de café el año 2022?

Los precios de compra son diferentes para cada comprador, solamente dos de ellos compraron al mismo precio, un propietario compro a L.3,350/qq, otro compro a 3,400/qq, dos propietarios compraron a L.3,500/qq y el propietario que compro a un mayor precio fue L.3,550/qq.

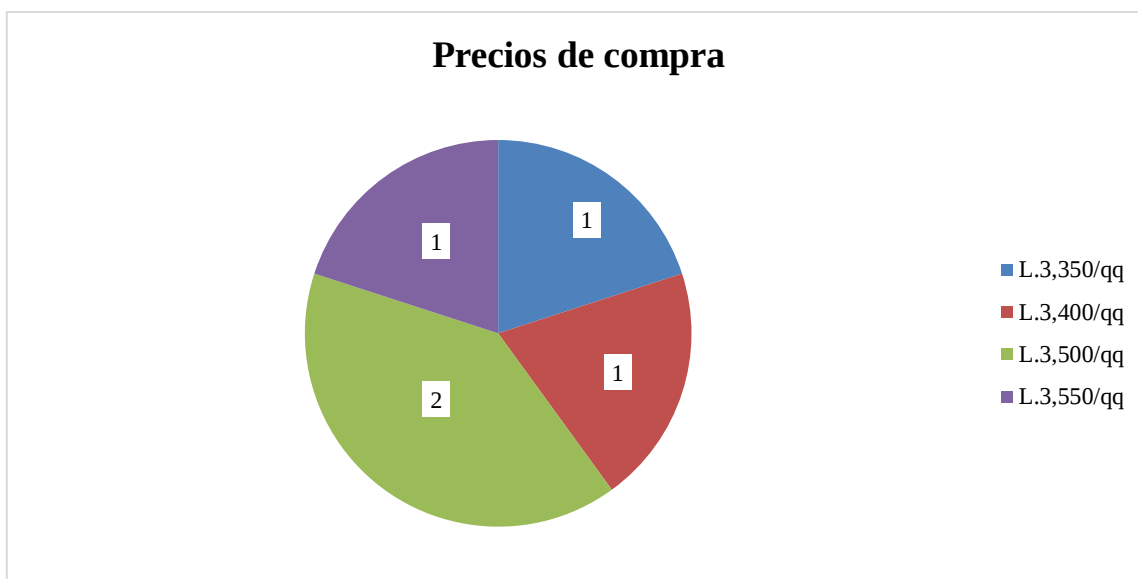


Figura 51. Precios de compra

Fuente: Programa estadístico de Excel, encuesta realizada en el municipio de San Juan, departamento de Intibucá. Cantarero L. (2023).

5.3.2.5 ¿A qué precio vendió el quintal de café en el año 2022?

En el mercadeo de café, los precios de venta de los propietarios de bodegas fueron diferentes entre sí, con diferencia de hasta L.100 por quintal de un precio a otro, el 60% de propietarios vendió a L.3,700/qq, 20% vendió a L.3,750/qq y el otro 20% su comercialización fue a L.3,800/qq

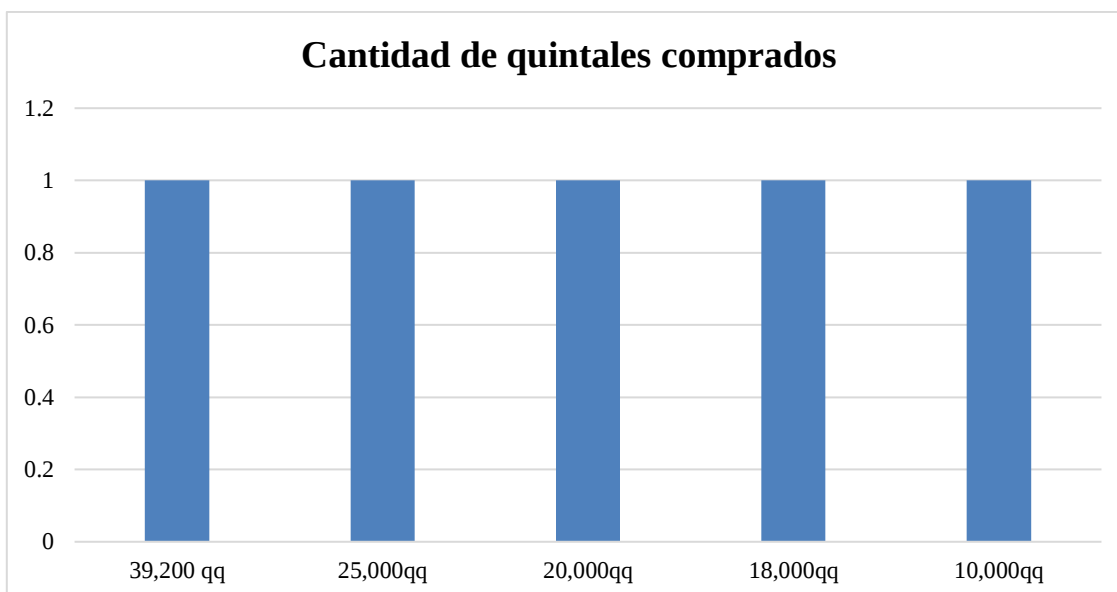


Figura 52. Cantidad de quintales comprados

Fuente: Programa estadístico de Excel, encuesta realizada en el municipio de San Juan, departamento de Intibucá. Cantarero L. (2023).

5.3.2.6 ¿Cuántos quintales de café fue la compra total que realizo en el año 2022?

Las cantidades de compra también depende de los precios que se ofrezca a los productores, por eso ellos siempre van en busca del mejor postor, en la investigación se dio a conocer que las cantidades que los campesinos venden a estos propietarios son considerables, pero no cantidades extensas, los cinco propietarios realizaron cantidades de compra deferentes, el primer compro 39,200qq de café, el segundo, 25,00qq, el tercer propietario, 20,000qq, el cuarto 18,000 qq y el quinto compro 10,000qq de café.

5.3.2.7 ¿Cuántos quintales de café fue la venta total que realizó el año 2022?

El mercado del café es muy demandante, sin importar los precios, es un producto que no se deja de consumir lo cual hace que la demanda sea mayor, dicha razón hace que todo lo que se produce de igual manera se venda, el 100% de los propietarios de centros de venta, vendieron la misma cantidad comprada.

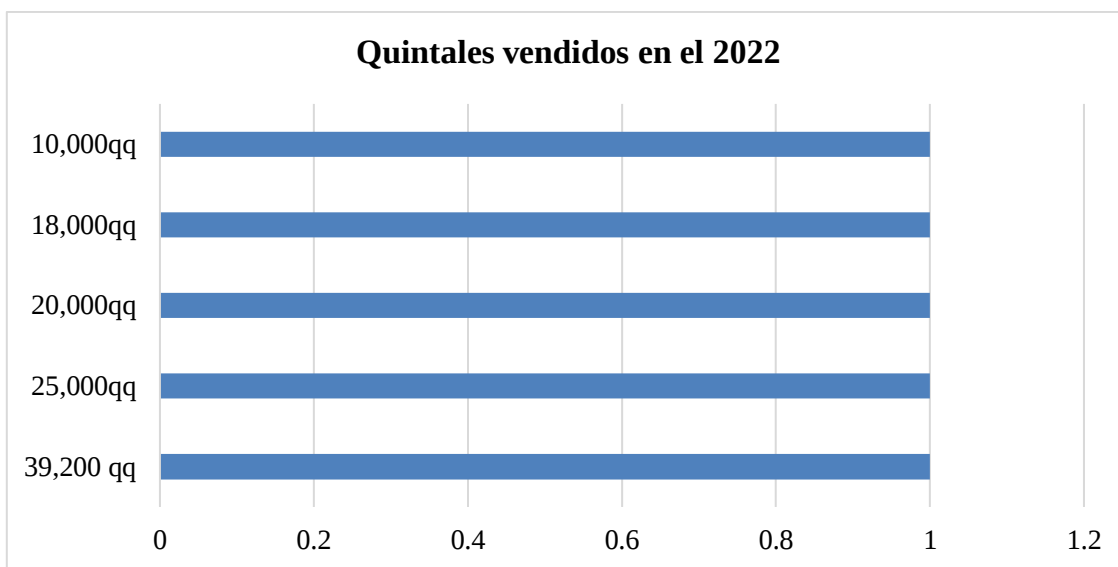


Figura 53. Quintales vendidos

Fuente: Programa estadístico de Excel, encuesta realizada en el municipio de San Juan, departamento de Intibucá. Cantarero L. (2023).

5.3.2.8 *¿El café que vende es procedente de fincas con producción certificada?*

En la información recopilada se identifica que ninguno de estos propietarios compra café certificado, porque los pocos productores que producen café certificado comercializan su café directamente con empresas nacionales o extranjeras.



Figura 54. Compra de café con producción certificada.

Fuente: Programa estadístico de Excel, encuesta realizada en el municipio de San Juan, departamento de Intibucá. Cantarero L. (2023).

5.3.2.9 ¿El café que vende es orgánico?

La respuesta a esta pregunta que se hizo a los propietarios de centros de venta fue que no, ninguno de ellos vende café orgánico.



Figura 55. Compra de café orgánico

Fuente: Programa estadístico de Excel, encuesta realizada en el municipio de San Juan, departamento de Intibucá. Cantarero L. (2023).

5.3.2.10 ¿Cuál es el costo de procesamiento y de venta en que incurre por cada quintal de café?

El costo que incurre cada quintal de café para su procesamiento y venderlo es de L.50 por quintal, el 100% de las personas encuestadas respondieron que es el mismo costo que se maneja en la zona.



Figura 56. Costo de procesamiento por quintal de café

Fuente: Programa estadístico de Excel, encuesta realizada en el municipio de San Juan, departamento de Intibucá. Cantarero L. (2023).

5.3.2.11 Rentabilidad que obtienen los propietarios de centros de venta por cada quintal de café.

Analizar la rentabilidad en cada actor de la cadena de valor del café, es el punto central de esta investigación, la siguiente grafica muestra cual fue la remuneración que obtuvo cada propietario de bodega de café en el año 2022, destacando que los precios de ese año fueron un poco mejor en comparación con años anteriores, los propietario que vendieron 39,200qq 20,000qq su ganancia fue de L.250/qq, el propietario que vendió 25,000qq gano L.350/qq, el propietario que vendió 18,000qq su rentabilidad fue de L.100/qq y el que vendió 10,000qq su ganancia fue de L.150/qq.

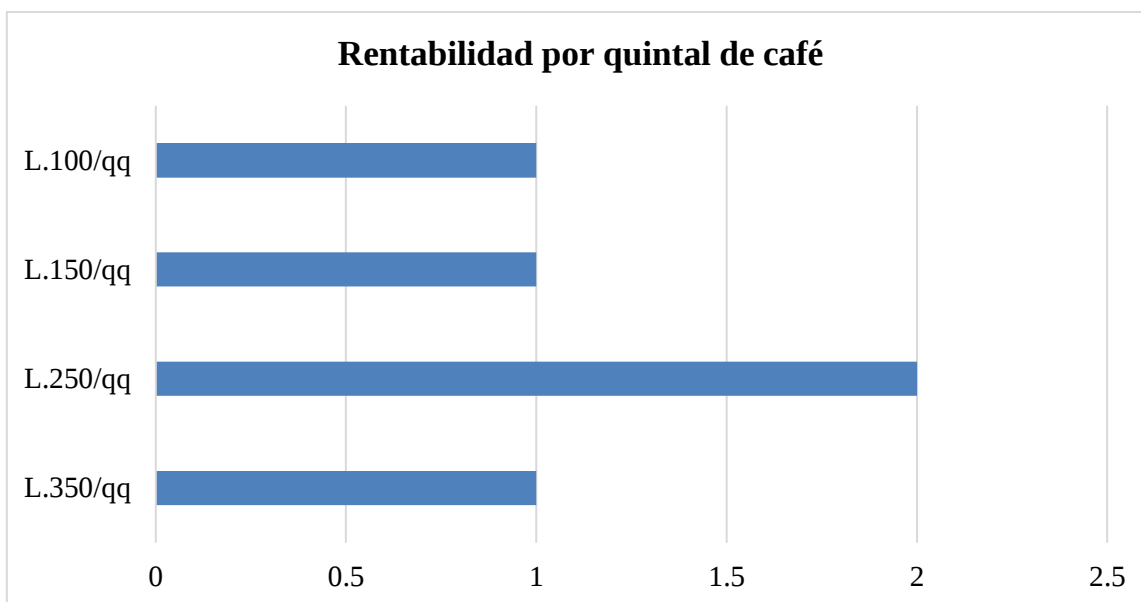


Figura 57. Rentabilidad por quintal de café

Fuente: Programa estadístico de Excel, encuesta realizada en el municipio de San Juan, departamento de Intibucá.

5.4 Determinación de la rentabilidad

5.4.1 Costos de operación

Tabla 2. Resumen de los costos de operación.

Concepto	Costos anuales	Porcentaje
Costos de producción	L. 2.520.000	46%
Costos de administración	L. 784.000	14%
Costos de venta	L. 171.515	3%
Inversión inicial	L. 2.009.082	37%
Totales	L 5.484.596,34	100%

Nota: Elaboración propia (2023). Costos de operación del año 2023.

5.4.2 Inversión financiera

Tabla 3. Inversión inicial

Concepto	Total
Equipo de producción	L. 222.937,59
Equipos de oficina	L. 35.280,00
Vehículos	L. 225.000,00
Obras civiles	L. 500.000,00
Activos diferidos	L. 25.864,00
Total inversión fija y diferida	L.1.009.081,59
Capital de trabajo	L. 1.000.000,00
Inversión total	L. 2.009.081,59

Nota: Elaboración propia (2023).

5.4.3 Ingresos anuales

Los ingresos se detallan de la siguiente manera:

Concepto	Año 2023	Año 2024	Año 2025	Año 2026	Año 2027
Costos de producción	L. 2.520.000,00	L. 2.721.600,00	L. 2.939.328,00	L. 3.174.474,24	L. 3.428.432,18
Costos de administración	L. 784.000,00	L. 823.200,00	L. 864.360,00	L. 907.578,00	L. 952.956,90
Costos de venta	L. 171.514,75	L. 180.090,49	L. 189.095,01	L. 198.549,76	L. 208.477,25
Total	L. 3.475.514,75	L. 3.724.890,49	L. 3.992.783,01	L. 4.280.602,00	L. 4.589.866,33

Precio de venta	L. 40,00	L. 40,00	L. 40,00	L. 40,00	L. 40,00
-----------------	----------	----------	----------	----------	----------

Aporta una información muy útil para conocer la situación financiera de la empresa en cuestión. Forma parte del balance de situación, en el área de la contabilidad.

Tabla 4. Estado de resultado anual

Concepto	Año 2023	Año 2024	Año 2025	Año 2026	Año 2027
(+) Ingresos proyecciones	L. 5.376.000,00	L. 5.644.800,00	L. 5.927.040,00	L. 6.223.392,00	L. 6.534.561,60
(-) Costos					
Costos de producción	L. 2.520.000,00	L. 2.721.600,00	L. 2.939.328,00	L. 3.174.474,24	L. 3.428.432,18
Costo de administración	L. 784.000,00	L. 823.200,00	L. 864.360,00	L. 907.578,00	L. 952.956,90
Costos de venta	L. 171.514,75	L. 180.090,49	L. 189.095,01	L. 198.549,76	L. 208.477,25
Total costos	L. 3.475.514,75	L. 3.724.890,49	L. 3.992.783,01	L. 4.280.602,00	L. 4.589.866,33
Utilidad antes del IR	L. 1.900.485,25	L. 1.919.909,51	L. 1.934.256,99	L. 1.942.790,00	L. 1.944.695,27
Impuesto sobre la renta (25%)	L. 475.121,31	L. 479.977,38	L. 483.564,25	L. 485.697,50	L. 486.173,82
Utilidad neta	L. 1.425.363,94	L. 1.439.932,13	L. 1.450.692,74	L. 1.457.092,50	L. 1.458.521,45
(+) Depreciación	L. 54.963,86	L. 54.963,86	L. 54.963,86	L. 54.963,86	L. 54.963,86
Flujo neto de efectivo	L. 1.480.327,80	L. 1.494.895,99	L. 1.505.656,60	L. 1.512.056,36	L. 1.513.485,31

Nota: Elaboración propia (2023).

La evaluación financiera se realizó para determinar los niveles de rentabilidad para lo cual se compara los ingresos que genera el proyecto con los costos en los que incurre tomando en cuenta el costo de oportunidad de los fondos.

Tabla 5. Evaluación financiera

Fuente	Proporción	TMA financiamiento	TMAR recursos
Inversión	84%		101,97%
Recursos propios	16%		
Inflación	4%		
Premio al riesgo financiamiento	12%	16,48%	
Premio al riesgo recursos propios	10%		14,40%
Ponderación		13,78%	2,36%
TMAR Mixtas			16,14%

Por tanto, se analizó el 84% de inversión, el 16% de recursos propios, el 4% de inflación, el 12% de riesgo de financiamiento y el 10% de riesgo de recursos propios. Por otro lado, los indicadores financieros determinaron que existe una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 50.6% de acuerdo con estos resultados se determina que el proyecto es rentable y que el retorno de la inversión será recuperado en los primeros años de operación.

Tabla 6. Indicadores financieros

Tasa interna de rendimiento (TIR)	50.6 %
TREMA	35.20%
Valor presente neto (VPN)	L1.798.892,28

Relación costo beneficio B/C	1.63
Valor actual de ingresos	L19.110.784,91
Valor actual de egresos	L12.828.033,55
B/C	1,489767301

Además, se calculó una TREMA de 35.20%, estos valores indican que la TIR es mayor que la TREMA, por tanto, se acepta el proyecto debido a que se supone la tasa de rendimiento mínima aceptable para el proyecto. Por otro lado, los resultados del R-B/C (Relación Costo Beneficio) mostró un valor de 1.63, lo cual indica que si el valor es mayor a 1 determina que, los beneficios son mayores a los costos. En consecuencia, la rentabilidad es aceptable.

VI. CONCLUSIONES

Los resultados de este estudio mediante la aplicación de encuesta y entrevista han demostrado que los márgenes de rentabilidad en la cadena de valor del café son positivos, porque cada eslabón tiene una rentabilidad al momento de comercializar el producto, esto ayuda a que las familias que dependen directamente de la producción de café mejoren su estabilidad económica y por ende la calidad de vida. Asimismo, se presentó un caso en particular con uno de los productores, donde no obtuvo ninguna remuneración al momento de vender su producción, únicamente generó pérdidas, debido a factores de los que ningún productor está exento si descuida su plantación, como: la propagación de plagas y enfermedades que atacaron su finca.

Se identificaron tres principales actores que participan en la cadena de valor de café producido con la asistencia de la cooperativa COARENE, estos son: productores, intermediarios y propietarios de centros de venta, cada actor protagoniza en un escenario diferente por lo cual la rentabilidad es diferente entre ellos, pero todos con el mismo objetivo de hacer llegar el producto al consumidor final.

Por tanto, se analizó el 84% de inversión, el 16% de recursos propios, el 4% de inflación, el 12% de riesgo de financiamiento y el 10% de riesgo de recursos propios. Por otro lado, los indicadores financieros determinaron que existe una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 50.6% de acuerdo con estos resultados se determina que el proyecto es rentable y que el retorno de la inversión será recuperado en los primeros años de operación.

.

VII. RECOMENDACIONES

La rentabilidad del café está vinculada a la calidad y al manejo que los productores den a sus fincas, por ello se recomienda a los productores adoptar buenas prácticas agrícolas y elegir variedades de café resistentes a plagas y enfermedades, esto permitirá reducir los costos que representa su control, un café de calidad conduce a una rentabilidad mayor, ya que permitirá obtener mejores precios.

Agregar valor al café y producir cafés especiales es una buena alternativa para evitar depender de los precios del mercado local, así apuntar a los mercados donde no llegan los productores y las cadenas comerciales, ofrecen valor agregado y exclusividad mediante la transformación de su propio café.

Promover la conversión de cultivos de café convencional a café orgánico y certificado con beneficios que destacan positivamente en el precio, permitiéndoles acceso directo de comercialización con empresas extranjeras y a la vez se promueve el cuidado del medio ambiente.

Capacitar a los productores, para que se organicen y trabajen en equipo con asistencia técnica que les ayude a aumentar su producción.

VIII. BIBLIOGRAFÍA

Alberto, C.S.F. DOCUMENTOS PLANNING. Publicación periódica. LA IMPORTANCIA DE MEDIR LA RENTABILIDAD. DISPONIBLE EN: http://www.planning.com.co/bd/valor_agregado/Agosto1999.pdf

Andalucía, fundación. S.F. CADENA DE VALOR. Disponible en: <https://www.andaluciaemprende.es/wp-content/uploads/2019/02/CADENA-DE-VALOR.pdf>

Canet, G.et al.2016. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA). Centro de Investigación y Asistencia en Tecnología y Diseño del Estado de Jalisco A.C. La Situación y tendencias de la producción de café en América Latina y el Caribe. Disponible en: <http://repositorio.iica.int/bitstream/11324/2792/1/BVE17048805e.pdf>

CODESPA, fundacion.2011. metodología de análisis de cadenas productivas bajo el enfoque de cadenas de valor. Disponible en:<https://www.codespa.org/app/uploads/metodologias-analisis-bajo-enfoque-cadenas>

Cruz, C.2012. Universidad Nacional Autónoma De Honduras. “Estudio De Factibilidad Para La Elaboración E Implementación De Un Plan De Capacitación Y Asistencia Técnica Para Pequeños Productores De Café Del Municipio De Opatoro, Departamento De La Paz, Honduras, Centro América”. Disponible en: <https://tzibalnaah.unah.edu.hn/bitstream/handle/123456789/2789/T-MSc00085.pdf?sequence=2>

FHIA (Fundación hondureña de Investigación Agrícola) 2004. PRODUCCION DE CAFÉ CON SOMBRA DE MADERABLES. Lima, Cortes, Honduras. Disponible en: http://www.fhia.org.hn/downloads/cacao_pdfs/gpcafeconsombramaderables.pdf

Flores. F 2014. Universidad Autónoma de Nuevo León. La producción de café en México: ventana de oportunidad para el sector agrícola de Chiapas.

García, J. 2011. Estrategia competitiva. Ventaja competitiva y la cadena de valor. Disponible en: https://competitivestrategy404a.files.wordpress.com/2011/06/ventaja_competitiva_y_cadena_de_valor-informe.pdf

HEIFER. 2018. Análisis de la cadena de valor de café en Honduras. Disponible en: <https://www.hn.undp.org/content/dam/honduras/docs/publicaciones/cadena%20valor%20cafe%202018%20HEIFER%20IHCAFE%20PNUD.pdf>

HONDUDIARIO. 2019. Obtenido de: <https://hondudiario.com/2019/10/10/produccion-de-cafe-esta-amenazada-por-el-cambio-climatico-y-los-bajos-precios-ihcafe/>

ICESI.2015. Universidad De Cali Colombia. Costo de servir como variable de decisión estratégica en el diseño de estrategias de atención a canales de mercados emergentes. Disponible en: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0123592314001818>

IHCAFE (Instituto Hondureño del Café, HN). 2005. Informe de Cierre Cosecha 2004- 2005. Tegucigalpa, HN. 101 p.

IHCAFE. 2018. Comisión Europea. Análisis de la cadena de valor en Honduras disponible en: <https://europa.eu/capacity4dev/file/79812/download?token=bnHqqeEf>

Leiva. 2017. Universidad Técnica De Machala. Unidad Académica De Ciencias Agropecuarias. Análisis De Oferta Y Demanda Del Café En La Provincia De El Oro Y Ecuador En Los Últimos Ocho Años. Disponible en: http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/11332/1/DE00014_EXAMENCOMPL EXIVO.pdf

Monroig M. 2015 Situación Mundial del Café. Disponible en: https://academic.uprm.edu/mmonroig/HTMLobj1673/Situaci_n_Mundial_del_Caf__2015.pdf

Molina, R. 2017. Rentabilidad de la producción agrícola desde la perspectiva de los costos reales: municipios Pueblo Llano y Rangel del estado Mérida, Venezuela. Disponible en: <http://www.redalyc.org/jatsRepo/4655/465552407013/465552407013.pdf>

Monserate, V.2018. Universidad Estatal Del Sur De Manabí. Facultad De Ciencias Naturales Y De La Agricultura Carrera De Ingeniería Agropecuaria. Ecuador. Disponible en: <http://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/1283/1/UNESUM-ECUADOR-AGROPECUARIA-2018-13.pdf>

ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL CAFÉ. 2019. Disponible en: <http://www.ico.org/documents/cy2018-19/cmr-0119-c.pdf>

Padilla, R. 2014. Fortalecimiento de las cadenas de valor como instrumento de la política industrial. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) Santiago de Chile. Disponible en: <http://bibspi.planejamento.gov.br/bitstream/handle/iditem/509/08%20Cadeias%20produtiva%20s.pdf?sequence=1>

Quintero, J. 2006. Universidad Privada Dr. Rafael Bellosó Chacín. La cadena de valor: Una herramienta del pensamiento estratégico. Maracaibo, Venezuela. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/993/99318788001.pdf>

Sánchez Ballesta, Juan Pedro (2002): "Análisis de Rentabilidad de la empresa", [en línea] 5campus.com, Análisis contable, Disponible en: <https://ciberconta.unizar.es/leccion/anarenta/analisisR.pdf>

ANEXOS

Anexo 1. Encuesta para productores de café asociados a COARENE



UNIVERSIDAD NACIONAL DE AGRICULTURA

Con el objetivo de desarrollar un diagnóstico actual relacionado al margen de rentabilidad en la cadena de valor del café exclusivamente con los socios de COARENE, se le solicita muy respetuosamente colaborar con las siguientes preguntas que a continuación se le presentan, esta información será utilizada únicamente para la investigación de tesis correspondiente a la carrera de Admón. de Empresas Agropecuarias, bajo la dirección de la Universidad Nacional de Agricultura.

I. DATOS GENERALES

Lugar de residencia: _____

Edad: _____

Años de Escolaridad: _____

Estado Civil: Casado(a) ☐ Soltero(a) ☐ Viudo(a) ☐ Unión libre ☐

Número de miembros de la familia: _____

Propiedad de la casa: Propia Prestada ☐ Alquilada ☐

II. PRODUCCIÓN

1. ¿Cuál es el área total en manzanas de tierra que posee?

2. ¿Cuántas manzanas de café tuvo sembradas en 2022?

3. ¿Cuántas manzanas del total de área sembrada produjeron en el año 2022?

4. ¿Cuántos quintales de café fue la producción total obtenida de su finca en el año 2022?

5. ¿Su producción es certificada?

Sí ☐ No ☐

6. En caso de ser certificada especifique ¿Desde cuándo?

7. ¿Su producción es orgánica?

Sí ☐ No ☐

8. En caso de ser orgánica especifique ¿Desde cuándo?

III. COMERCIALIZACION Y RENTABILIDAD

9. ¿A quién le vende su producción de café? Mencione persona o empresa

10. ¿En qué presentación lo vende?

En grano/Uva_____

Pergamino_____

Otro: _____

11. ¿A qué precio vendió el quintal de café en el año 2022?

12. ¿Cuál fue el costo total por manzana del área de producción en el año 2022?

13. ¿Cuál fue el costo de recolección y beneficiado por quintal de café en el año 2022?

¡MUCHAS GRACIAS

Anexo 2. Encuesta para los intermediarios



UNIVERSIDAD NACIONAL DE AGRICULTURA

Con el objetivo de desarrollar un diagnóstico actual relacionado al margen de rentabilidad en la cadena de valor del café exclusivamente con los socios de COARENE, se le solicita muy respetuosamente colaborar con las siguientes preguntas que a continuación se le presentan, esta información será utilizada únicamente para la investigación de tesis correspondiente a la carrera de Admón. de Empresas Agropecuarias, bajo la dirección de la Universidad Nacional de Agricultura.

I. DATOS GENERALES

Barrio o Colonia donde reside: _____

Edad: _____

Años de Escolaridad: _____

Estado Civil: Casado(a) ☐ Soltero(a) ☐ Viudo(a) ☐ Unión libre ☐

Otro especifique _____

Número de miembros de la familia: _____

Propiedad de la casa: Propia ☐ Alquilada ☐ Prestada ☐

II. GOBERNANZA

1. ¿Pertenece usted a alguna asociación de compradores de café?

Si ☐ ¿Cuál? _____

No ☐

2. ¿Le gustaría pertenecer usted a alguna asociación de compradores de café?

Si ☐

No ☐ ¿Por qué no? _____

III. COMERCIALIZACION Y RENTABILIDAD

3. ¿Generalmente en qué forma compra el quintal de café?

Grano/Uva _____

Pergamino _____

Procesado _____

Otro: _____

4. ¿A qué precio compra el quintal de café?

5. ¿Cuántos quintales de café fue la compra total que realizo en el año 2022?

6. ¿Ha comprado café desde fincas con producción certificada?

Sí ☐ No ☐

7. En caso afirmativo especifique ¿Desde cuándo?

8. ¿Ha comprado café desde fincas con producción orgánica?

Sí ☐ No ☐

9. En caso de ser afirmativo especifique ¿Desde cuándo?

10. ¿Cuál es el costo de transporte por quintal de café desde el área rural hasta el área urbana en el año 2022?

11. ¿A qué precio le vende el quintal de café a la empresa que le compra?

¡MUCHAS GRACIAS!

Anexo 3. Encuesta para propietarios de centros de venta de café



UNIVERSIDAD NACIONAL DE AGRICULTURA

Con el objetivo de desarrollar un diagnóstico actual relacionado al margen de rentabilidad en la cadena de valor del café exclusivamente con los socios de COARENE, se le solicita muy respetuosamente colaborar con las siguientes preguntas que a continuación se le presentan, esta información será utilizada únicamente para la investigación de tesis correspondiente a la carrera de Admón. de Empresas Agropecuarias, bajo la dirección de la Universidad Nacional de Agricultura.

I. DATOS GENERALES

Barrio o Colonia donde reside: _____

Edad: _____

Años de Escolaridad: _____

Estado Civil: Casado(a) ☐ Soltero(a) ☐ Viudo(a) ☐ Unión libre ☐

Otro especifique _____

Número de miembros de la familia: _____

Propiedad de la casa: Propia ☐ Prestada ☐ Alquilada ☐

Número de empleados: _____

II. COMERCIALIZACION Y RENTABILIDAD

1. ¿Quién es su principal proveedor de café?

2. ¿En qué forma compra el quintal de café?

Grano/Uva_____

Pergamino_____

Procesado_____

Otro: _____

3. ¿En qué forma vende el quintal de café?

4. Grano/Uva_____

5. Pergamino_____

6. Procesado_____

7. Otro: _____

8. ¿A qué precio compro el quintal de café en el año 2022?

9. ¿A qué precio vendió el quintal de café en el año 2022?

10. ¿Cuántos quintales de café fue la compra total que realizó en el año 2022?

11. ¿Cuántos quintales de café fue la venta total que realizó en el año 2022?

12. ¿El café que vende es procedente de una finca con producción certificada?

Sí ☐ No ☐

13. En caso de ser certificada especifique ¿Desde cuándo?

14. ¿El café que vende es orgánico?

Sí ☐ No ☐

15. En caso de ser orgánico especifique ¿Desde cuándo?

16. ¿Cuál es el costo de procesamiento y de venta en el que incurre por cada quintal de café en el año 2022?

¡MUCHAS GRACIAS!