

Escuela Agrícola Panamericana, Zamorano
Departamento de Administración en Agronegocios
Ingeniería en Administración en Agronegocios



Proyecto Especial de Graduación
Determinación de la mejor estrategia de comercialización de café: Caso
de la región cafetalera de Las Lajas, Comayagua, Honduras

Estudiante

Ivis Daniel Montoya Romero

Asesores

Rommel Reconco Euceda DDE

Julio Cesar Rendon MBA

Honduras, agosto 2024

Autoridades

SERGIO ANDRÉS RODRÍGUEZ ROYO

Rector

ANA M. MAIER ACOSTA

Vicepresidenta y Decana Académica

RAUL SOTO

Director del Departamento de Administración de Agronegocios

HUGO ZAVALA MEMBREÑO

Secretario General

Contenido

Índice de Cuadros	6
Índice de Anexos	7
Resumen	8
Abstract	9
Introducción	10
Metodología	15
Resultados y Discusión	18
Descripción del Proceso de Producción de Café en Las Lajas	18
Cultivo y Rendimiento de Campo	18
Recolección	18
Procesamiento	18
Almacenamiento y Transporte	18
Tostado y Empaque	18
Flujo de Masa y Valor Económico Añadido	19
Campo	19
Procesamiento	19
Tostado y Empaque	20
Transporte y Venta	20
Entorno Económico, Social y Ambiental de la Región	21
Estrategias de Comercialización	24
Venta a Intermediarios Locales	24
Intermediarios Locales (Coyotes)	25
Mayoristas Regionales	25

Bróker Nacionales	25
Exportadores	26
Exportación directa	30
Cooperativas y asociaciones	32
Venta Directa a Consumidores Finales	34
Resultados de Análisis de la Región	35
Análisis Económico de la Región de Las Lajas, Comayagua	38
Venta a Intermediario	38
Venta a Exportadoras.....	39
Venta a Cooperativas	39
Venta a Consumidor Final	40
Punto de Equilibrio del Precio del Café en la Bolsa de Valores	41
Análisis de Punto de Equilibrio en Precio (PE\$)	41
Intermediarios.....	41
Exportadoras	42
Cooperativas	42
Consumidor Final	42
Análisis Financiero	42
Análisis Financiero de la región de Las Lajas, Comayagua	43
Análisis Financiero de Venta a Intermediarios	43
Análisis Financiero de Venta a Exportadoras.....	44
Análisis Financiero de Venta a Cooperativas	45
Análisis Financiero de Venta a Consumidor Final	46
Conclusiones	48
Recomendaciones.....	49

Referencias.....50

Anexo52

Índice de Cuadros

Cuadro 1 Cálculos de la Producción Neta en Cada Etapa, Ajustados por Las Tasas de Merma.	35
Cuadro 2 Cálculos del Flujo de Masa en Cada Etapa, Ajustados por las Tasas de Merma y Sus Costos.	36
Cuadro 3 Análisis Económico de las Distintas Formas de Comercialización de Café en la Región.	38
Cuadro 4 Análisis de Punto de Equilibrio en Precio (PE\$) para los Diferentes Canales de Comercialización.	41
Cuadro 5 Análisis Financiero de los Diferentes Modelos de Comercialización de Café en la Región de Las Lajas.	43

Índice de Anexos

Anexo A Encuesta Aplicada a la Región de Las Lajas, Comayagua.....	52
Anexo B Consumo Interno en los Países Exportadores.	54

Resumen

La industria cafetalera de Las Lajas, Comayagua, cumple un papel importante para la economía de Honduras, destacándose por su alto rendimiento y contribución tanto en el mercado nacional como internacional. Sin embargo, los productores enfrentan retos en la comercialización de su café, especialmente en la selección de canales de distribución y la negociación de precios justos. Este estudio investiga la comercialización del café en Honduras, explorando estrategias como la venta a intermediarios locales, la exportación directa, y la venta a través de cooperativas y tiendas especializadas. Utilizando un enfoque metodológico que incluye revisión de literatura, encuestas a productores, y análisis de datos secundarios, se evalúan diversas estrategias de comercialización en términos de rentabilidad, accesibilidad a mercados, y riesgos asociados. Los resultados del estudio indican que la implementación de estrategias de comercialización más eficaces podría aumentar la rentabilidad y sostenibilidad de los productores en Las Lajas. Se encontró que la venta directa al consumidor final y a través de cooperativas ofrece los mayores retornos económicos, recomendando a los productores adoptar estas modalidades para maximizar ingresos y reducir dependencia de intermediarios. Además, se recomienda mejorar las capacidades de negociación y acceso a información de mercados, además de adoptar tecnologías que faciliten el acceso a mercados internacionales. Este enfoque no solo busca mejorar la situación económica de los productores sino también contribuir al desarrollo sostenible de la región cafetalera de Las Lajas, destacando la importancia de estrategias de comercialización enfocadas en la venta directa y el fortalecimiento de cooperativas para un manejo más efectivo en el mercado global de café.

Palabras clave: industria cafetalera, comercialización de café, Honduras, Las Lajas, estrategias de comercialización, desarrollo sostenible

Abstract

The coffee industry in Las Lajas, Comayagua, plays a significant role in the economy of Honduras, noted for its high yield and contributions to both the national and international markets. However, producers face challenges in marketing their coffee, particularly in selecting distribution channels and negotiating fair prices. This study investigates coffee marketing in Honduras, exploring strategies such as sales to local intermediaries, direct export, and sales through cooperatives and specialty stores. Utilizing a methodological approach that includes literature review, surveys of producers, and analysis of secondary data, various marketing strategies are evaluated in terms of profitability, market accessibility, and associated risks. The results indicate that the implementation of more effective marketing strategies could increase the profitability and sustainability of producers in Las Lajas. It was found that direct sales to the final consumer and through cooperatives offer the highest economic returns, recommending that producers adopt these modalities to maximize income and reduce dependence on intermediaries. Additionally, it is recommended to improve negotiation capabilities and access to market information, as well as to adopt technologies that facilitate access to international markets. This approach not only seeks to improve the economic situation of the producers but also to contribute to the sustainable development of the coffee-growing region of Las Lajas, highlighting the importance of marketing strategies focused on direct sales and the strengthening of cooperatives for more effective management in the global coffee market..

Keywords: coffee industry, coffee marketing, Honduras, Las Lajas, marketing strategies, sustainable development

Introducción

La industria cafetalera de Honduras representa un pilar fundamental en la economía del país, contribuyendo significativamente a la generación de ingresos y al desarrollo socioeconómico de las regiones productoras (Raudales, 2019). La región cafetalera de Las Lajas, ubicada en el departamento de Comayagua, se destaca por su excepcional rendimiento en la producción de café, así como por su relevante contribución al mercado nacional e internacional. Sin embargo, a pesar de su destacado desempeño en la producción, los productores de café de Las Lajas enfrentan desafíos significativos en cuanto a la comercialización de su producto, incluyendo la selección de canales de distribución adecuados y la negociación de precios justos (Rodríguez & Espinoza, 2020).

En Honduras, la comercialización del café se lleva a cabo de diversas maneras para llegar a diferentes mercados tanto locales como internacionales. Una de las formas más comunes es la venta a intermediarios locales, donde los productores venden su café a compradores dentro del país, quienes a su vez pueden revenderlo en el mercado nacional o exportarlo. La exportación directa es otra estrategia utilizada, donde los productores establecen relaciones comerciales con importadores internacionales y envían su café directamente a los países consumidores. Muchos productores también se involucran en la comercialización a través de cooperativas y asociaciones de productores, que les permiten acceder a mejores precios y condiciones comerciales al unir fuerzas y negociar colectivamente con compradores tanto locales como internacionales. Además, algunos productores optan por vender su café directamente a través de tiendas especializadas y en línea, aprovechando la creciente demanda de cafés de origen y la posibilidad de establecer relaciones directas con los consumidores.

Cuando se comercializa café en Honduras, el grano generalmente se encuentra en estado verde, después de haber sido recolectado, procesado y secado adecuadamente. El precio de la transacción varía significativamente dependiendo de varios factores. Entre ellos se incluyen la calidad del café, que puede ser evaluada en términos de perfil de sabor, tamaño y consistencia de los granos,

método de procesamiento, entre otros aspectos. Además, el tipo de transacción tiene un impacto en el precio; por ejemplo, la venta a intermediarios locales puede ofrecer precios diferentes en comparación con la exportación directa o la venta a través de cooperativas y asociaciones de productores. La demanda del mercado y las condiciones económicas globales también influyen en el precio, ya que los precios del café son altamente sensibles a factores como la oferta y la demanda, los precios internacionales del café, y los cambios en los costos de producción y transporte.

A lo largo de la cadena de valor del café en Honduras, el proceso de comercialización implica una serie de etapas donde se agrega valor al grano de café, lo que se refleja en los precios de venta en cada etapa. En las primeras etapas, los productores venden el café en estado verde a intermediarios locales o exportadores, donde los precios pueden variar significativamente según factores como la calidad del grano, las condiciones del mercado y las relaciones comerciales establecidas. A medida que avanza en la cadena de valor, el café puede someterse a procesos adicionales como el tostado, la molienda y el envasado, lo que agrega valor al producto final y puede aumentar su precio de venta. Los cafés procesados suelen venderse a precios más altos en comparación con el grano verde, ya que ofrecen conveniencia y valor añadido para los consumidores. Además, algunos productores optan por comercializar sus cafés como cafés especiales o de origen único, lo que puede aumentar aún más el precio debido a la exclusividad y la calidad superior.

La región de Las Lajas, Comayagua, destaca por su excepcional rendimiento en la producción de café, logrando un promedio de 22.5 quintales de oro por manzana (QQ oro/mz). Esta notable productividad se atribuye a la cuidadosa selección de variedades, entre las que se destacan el Bourbon, Catuaí y Lempira, que se adaptan perfectamente al clima y suelo de la zona.

Comparativamente, esta cifra supera ligeramente el promedio nacional de 22.5 QQ/mz, lo que sitúa a Las Lajas como un referente en términos de eficiencia productiva en el sector cafetalero de Honduras. A nivel nacional, la producción de café en quintales de oro alcanza la cifra de 7,149,804.72,

evidenciando el significativo aporte que regiones como Las Lajas realizan a la economía cafetalera del país.

Los productores de café de Honduras, en general, enfrentan desafíos en la comercialización debido a la falta de infraestructura adecuada, la dependencia de intermediarios y la volatilidad de los precios internacionales del café. Esta situación se agrava en regiones como Las Lajas, donde la falta de información y recursos limitados dificultan aún más la capacidad de los productores para negociar mejores condiciones comerciales y acceder a mercados premium.

Además, la competitividad del café hondureño en los mercados internacionales se ve afectada por la falta de diferenciación y la baja valoración de la calidad del producto. A pesar de la creciente demanda de cafés especiales y de origen único, los productores de Las Lajas enfrentan dificultades para posicionarse en estos segmentos de mercado debido a la falta de estrategias de comercialización adecuadas y a la limitada capacidad para acceder a certificaciones de calidad.

La propuesta de valor de esta investigación se basa en tres pilares fundamentales: identificación de oportunidades, evaluación de estrategias y recomendaciones prácticas. En primer lugar, se llevará a cabo un análisis del contexto económico, social y ambiental de la región cafetalera de Las Lajas para identificar las oportunidades de mercado existentes y emergentes para los productores de café. Posteriormente, se analizarán y compararán diversas estrategias de comercialización disponibles para los productores de café de Las Lajas, evaluando los beneficios y problemas de cada una en términos de rentabilidad económica, sostenibilidad ambiental y calidad del producto. Finalmente, se proporcionarán recomendaciones prácticas y fundamentadas para mejorar las prácticas de comercialización de los productores de café de Las Lajas, teniendo en cuenta las condiciones específicas de la región y las necesidades de los productores.

El problema principal que se puede identificar en la región cafetalera de Las Lajas, Comayagua, es la baja rentabilidad para los productores de café debido a los precios locales que son iguales o a veces más caros que los precios que se obtienen en las exportadoras. Esto resulta en pocas ganancias

al final de cada temporada de café, lo que afecta negativamente la sostenibilidad económica de los productores y la viabilidad a largo plazo de la producción de café en la región.

Los precios en la bolsa de valores no están siendo favorables para Honduras ni para la región de Las Lajas amplía el panorama del problema al contexto internacional, mostrando que la situación no solo afecta a nivel local, sino que también se ve influenciada por factores globales. Esto puede ayudar a enfocar las estrategias de comercialización en buscar alternativas que mitiguen los efectos de los precios bajos.

La baja rentabilidad de los productores de café en la región de Las Lajas, Comayagua, podría ser el aumento de los costos de producción y la falta de control sobre los precios de venta.

Durante las últimas décadas, los costos asociados con la producción de café han ido en aumento debido a diversos factores, como el aumento de los precios de los insumos agrícolas, la escasez de mano de obra cualificada, y los efectos del cambio climático que han requerido inversiones adicionales en medidas de adaptación.

Por otro lado, los productores de café suelen tener poca influencia sobre los precios de venta, ya que estos suelen estar determinados por factores globales como la oferta y la demanda mundial, las políticas comerciales y los acuerdos internacionales. Esta falta de control sobre los precios de venta ha llevado a una situación en la que los productores locales se ven obligados a vender su café a precios bajos, incluso cuando los precios en los mercados internacionales son favorables.

Las posibles limitaciones que podrían influir en la validez y fiabilidad de los hallazgos obtenidos de esta investigación incluyen:

Disponibilidad de datos: Es posible que existan limitaciones en la disponibilidad de datos precisos y actualizados sobre la producción y comercialización de café en la región de Las Lajas.

Acceso a los participantes: La falta de participación de algunos productores podría limitar la representatividad de la muestra y sesgar los resultados de la investigación.

Generalización de los resultados: Las características únicas de Las Lajas y sus productores de café pueden limitar la generalización de los resultados a otras regiones cafetaleras.

Los objetivos de esta investigación son:

El objetivo General de este estudio es determinar la mejor estrategia de comercialización de café para la región cafetalera de Las Lajas, Comayagua, con el fin de maximizar el valor del café y contribuir al desarrollo sostenible de la región. Entre los objetivos específicos tenemos realizar un análisis del entorno económico, social y ambiental de la región cafetalera de Las Lajas para identificar las oportunidades de mercado existentes y emergentes para los productores de café. Así como evaluar y comparar diferentes estrategias de comercialización disponibles para los productores de café de Las Lajas, incluyendo la venta a intermediarios locales, la exportación directa, la participación en mercados internacionales a través de cooperativas y asociaciones, y la venta directa a consumidores finales. Finalmente, proporcionar recomendaciones prácticas para mejorar las prácticas de comercialización de los productores de café de Las Lajas, teniendo en cuenta las condiciones específicas de la región y las necesidades de los productores.

Metodología

Se recopilarán datos históricos y actuales sobre la producción, comercialización y precios del café en la región, así como información sobre las condiciones económicas, sociales y ambientales que afectan a los productores de café en Las Lajas.

Para realizar un análisis del entorno económico, social y ambiental de la región cafetalera de Las Lajas, con el fin de identificar las oportunidades de mercado tanto existentes como emergentes para los productores de café, se implementó una estrategia metodológica en dos fases principales.

En la primera fase, se llevó a cabo una revisión de la literatura y de estudios anteriores relacionados con la economía, sociedad y medio ambiente de Las Lajas. Esta revisión incluyó la consulta de documentos oficiales, informes de investigación, publicaciones académicas y otros recursos que aportan una perspectiva sobre las condiciones actuales y las tendencias de desarrollo de la región. Los temas de interés cubrieron aspectos como el impacto económico del café en la economía local, las dinámicas sociales que afectan a los productores y trabajadores del sector, y los retos ambientales asociados con la producción cafetalera, como la gestión de recursos hídricos y la conservación del suelo.

La segunda fase de la metodología incluyó el diseño y la implementación de una encuesta, cuyos detalles se encuentran en el Anexo A. Estas encuestas fueron elaboradas con el objetivo de recolectar información directa y específica sobre el proceso de producción del café en la región. Los aspectos cubiertos en las encuestas incluyeron el flujo de procesos del café desde la cosecha hasta el mercado, el flujo de masa (es decir, el volumen de producción y distribución), y un análisis de los costos asociados en cada eslabón de la cadena productiva. Además, se investigó el valor añadido del café, evaluando los precios en las diversas etapas de su procesamiento y comercialización, desde el productor hasta el consumidor final.

Para evaluar y comparar las diversas estrategias de comercialización disponibles para los productores de café en Las Lajas, se llevó a cabo un inventario inicial de las opciones de

comercialización actuales. Este inventario se enriqueció mediante la recopilación de datos tanto primarios como secundarios. Se obtuvo información relevante a través de entrevistas con productores, intermediarios y representantes de cooperativas, cuyos detalles se incluyen en el Anexo A.

Se procedió a evaluar cada estrategia de comercialización considerando las siguientes dimensiones: Rentabilidad (análisis de los retornos financieros y la viabilidad económica de cada estrategia), accesibilidad: (análisis de la facilidad de acceso a los mercados locales e internacionales) y riesgos: (identificación y evaluación de los riesgos asociados con cada estrategia, incluyendo riesgos financieros, operativos y de mercado). Con base en estas dimensiones, se elaboró una matriz de evaluación para comparar sistemáticamente las estrategias de comercialización según criterios predefinidos: Costos (análisis de los costos implicados en cada estrategia), ingresos: (evaluación de los ingresos potenciales generados por cada estrategia), facilidad de Acceso a Mercados (estudio de cómo cada estrategia facilita el acceso a diferentes mercados), dependencia de Intermediarios (valoración del grado de dependencia de cada estrategia en intermediarios) y el control sobre el proceso de comercialización (análisis del nivel de control que los productores mantienen sobre la comercialización de su producto).

Para alcanzar el objetivo específico de proporcionar recomendaciones prácticas que mejoren las prácticas de comercialización de los productores de café de Las Lajas, la metodología se estructura de la siguiente manera se analizaron los resultados de la encuesta mostrada en el anexo 1. Además, se revisaron estudios previos y documentos que proporcionaron una visión sobre las tendencias del mercado de café y las políticas gubernamentales.

Posteriormente, se evaluaron las prácticas de comercialización actuales para determinar su efectividad, identificando fortalezas y áreas de mejora.

Con base en esta información, se desarrollaron recomendaciones prácticas utilizando un análisis basado en la evidencia recopilada. Finalmente, se documentaron todos los hallazgos y

recomendaciones en un informe con los pasos propuestos para la implementación de las recomendaciones, buscando promover mejoras tangibles en las prácticas de comercialización de los productores de café en Las Lajas.

Investigar las diferentes estrategias de comercialización disponibles para los productores de café de Las Lajas, como la venta a intermediarios locales, la exportación directa, la participación en mercados internacionales a través de cooperativas y asociaciones. Comparar las ventajas y desventajas de cada estrategia en relación con las condiciones específicas de la región y las necesidades de los productores, para determinar cuál podría ser la más efectiva en este contexto.

Basándose en el análisis previo, desarrollar recomendaciones prácticas y específicas para mejorar las prácticas de comercialización de los productores de café de Las Lajas. Considerar las capacidades y recursos disponibles para los productores al elaborar estas recomendaciones, y asegurarse de que sean claras y fáciles de implementar. Haz un seguimiento de la implementación de las recomendaciones y ajusta según sea necesario para garantizar su efectividad a largo plazo.

Resultados y Discusión

Descripción del Proceso de Producción de Café en Las Lajas

Cultivo y Rendimiento de Campo

En Las Lajas, el cultivo de café comienza con la selección de variedades adaptadas a las condiciones climáticas y del suelo de la región. Las variedades más comunes incluyen Caturra, Catuai, y Bourbon. El rendimiento promedio de campo es de aproximadamente 25 a 30 quintales por hectárea. Sin embargo, este rendimiento puede variar significativamente dependiendo de factores como el manejo del cultivo, las condiciones meteorológicas y la incidencia de plagas y enfermedades.

Recolección

La recolección del café en Las Lajas es principalmente manual, lo que garantiza la selección de frutos en su óptimo punto de maduración. La recolección manual es laboriosa pero básica para mantener la calidad del café.

Procesamiento

Inmediatamente después de la recolección, los granos de café son despulpados para separar la pulpa del grano. Los granos despulpados se fermentan en tanques para remover el mucílago. Posteriormente, se lavan con agua limpia para eliminar residuos de mucílago. Los granos limpios se extienden en patios solares o se utilizan secadoras mecánicas para reducir la humedad al 12%.

Almacenamiento y Transporte

Una vez secos, los granos de café se almacenan en sacos de yute y se mantienen en condiciones que preservan su calidad hasta que son transportados a los puntos de venta o exportación.

Tostado y Empaque

Para el mercado local o la exportación, los granos pueden ser tostados a diferentes niveles según las especificaciones del mercado objetivo. El tueste se realiza generalmente en las ciudades principales o en el país importador. Después del tueste, el café se empaqueta en diversos formatos, desde pequeñas bolsas para venta minorista hasta grandes sacos para exportación.

Flujo de Masa y Valor Económico Añadido

Campo

En el campo, los costos incluyen mano de obra, insumos como fertilizantes y pesticidas, y el mantenimiento del cultivo. Aquí, el valor añadido se crea mediante el cultivo de variedades de calidad y el mantenimiento eficaz de las plantas.

Por ejemplo:

Supongamos que se cosechan 100 quintales (un quintal = 46 kg) de café en cereza, lo que representa un total: 4,600 kg de café en cereza.

Procesamiento

Durante el procesamiento, se añade valor al mejorar la calidad del grano a través de prácticas de fermentación y secado controladas. Sin embargo, los costos de procesamiento también aumentan debido a la necesidad de infraestructura y recursos humanos.

Por ejemplo:

Pérdida durante el despulpado es aproximadamente 40% del peso se pierde en forma de cáscaras y pulpa, por lo que la cantidad después del despulpado: 60% de 4,600 kg = 2,760 kg de granos de café (pergamino).

La pérdida durante la fermentación y lavado es alrededor del 10% del peso se puede perder debido a la eliminación de mucílago y otros residuos, por lo que la cantidad después del lavado: 90% de 2,760 kg = 2,484 kg.

La pérdida durante el secado generalmente se espera una reducción del 20% en el peso debido a la pérdida de humedad, por lo que la cantidad después del secado: 80% de 2,484 kg = 1,987 kg de café seco (pergamino).

La pérdida durante el trillado y la clasificación por tamaños y defectos puede resultar en una reducción adicional del 15%, por lo que la cantidad después de trillar y clasificar: 85% de 1,987 kg = 1,689 kg de café verde listo para exportar o tostar.

Tostado y Empaque

El valor añadido alcanza su punto máximo en las etapas de tostado y empaque, donde el café adquiere sus características finales de sabor y aroma. Los costos aquí incluyen la energía para el tostado y los materiales de empaque.

Por ejemplo:

El tostado puede reducir el peso del café verde en un 18% debido a la pérdida de agua y cambios químicos en los granos. Cantidad después del tostado: 82% de 1,689 kg = 1,385 kg de café tostado.

Transporte y Venta

Finalmente, el transporte y la venta implican costos logísticos y de distribución. Sin embargo, el precio del café puede incrementarse sustancialmente en el mercado internacional, especialmente si se vende bajo certificaciones de comercio justo o como café especial.

Por ejemplo:

La pérdida durante el empaquetado es mínima, pero supongamos un 2% de pérdida por el manejo y procesos finales. Cantidad final disponible para la venta: 98% de 1,385 kg = 1,357 kg de café tostado empaquetado.

La reducción progresiva del volumen del café desde la cosecha hasta el producto final listo para la venta, como se observa en Las Lajas, es un fenómeno bien documentado en la literatura sobre la cadena de valor del café. Según estudios como los de (Daviron y Ponte, 2005), los procesos postcosecha en la producción de café son necesarios para determinar la calidad final del producto, y, por ende, su valor en el mercado. El despulpado, fermentación, lavado y secado influyen en la reducción física del peso del café, pero también en la calidad sensorial y química del grano (Rotta et al., 2021).

La pérdida de peso durante el procesamiento, que alcanza aproximadamente un 18% durante el tostado, es consistente con los estándares industriales, reflejando cambios químicos importantes

que mejoran las características del aroma y sabor. Estas transformaciones son importantes para alcanzar los estándares de calidad requeridos por los mercados especializados y de comercio justo, donde el valor del producto puede incrementarse significativamente.

La eficiencia en cada uno de estos pasos es poderosa. Según el (Carpio Santos y Lisi Katherine, 2018), la implementación de tecnologías avanzadas y prácticas agrícolas mejoradas puede ayudar a reducir las pérdidas de masa y mejorar la calidad. Por ejemplo, el uso de secadoras mecánicas controladas puede minimizar las pérdidas durante el secado y resultar en un café de mejor calidad y más uniforme (Rivera Barzola, 2016).

Entorno Económico, Social y Ambiental de la Región

El café continúa siendo un motor económico importante para Las Lajas. La producción de café genera empleo para una parte significativa de la población rural y constituye una fuente importante de ingresos para muchas familias. Sin embargo, la dependencia de un solo producto agrícola presenta riesgos, especialmente en un contexto de fluctuaciones en los precios internacionales del café y cambios en la demanda global. Según (Teixeira et al., 2022), la diversificación de variedades de café, como la incorporación de especies resistentes a plagas y enfermedades, así como aquellas que pueden atraer un precio premium en el mercado, puede ser una estrategia efectiva para mitigar estos riesgos. Además, la mejora en las prácticas de cultivo y postcosecha puede aumentar la calidad del café, permitiendo a los productores obtener mejores precios y acceder a mercados de nicho que valoran el café de alta calidad.

Las condiciones sociales de los trabajadores del café en Las Lajas presentan retos, pero también oportunidades para el desarrollo. Las encuestas y estudios previos indican que muchos trabajadores carecen de acceso adecuado a servicios de salud, educación y formación profesional. Esto afecta su calidad de vida lo que puede impactar negativamente en la productividad del sector. (Sánchez Puerta, 2020) destaca que las intervenciones orientadas a mejorar la equidad de género y las condiciones laborales pueden tener un efecto multiplicador en la eficiencia y sostenibilidad del

sector. Programas de formación en buenas prácticas agrícolas, educación financiera y empoderamiento de las mujeres pueden conducir a una fuerza laboral más capacitada y motivada, lo que a su vez puede aumentar la productividad y calidad del café producido

La sostenibilidad ambiental es una preocupación crítica en la región cafetalera de Las Lajas. La erosión del suelo, la degradación de los recursos hídricos y la pérdida de biodiversidad son problemas prevalentes que amenazan la viabilidad a largo plazo de la producción de café. La implementación de prácticas agrícolas sostenibles es básica para mitigar estos retos. (Ruiz García et al., 2020) argumentan que técnicas como la agroforestería, el uso eficiente de fertilizantes y pesticidas, y la conservación de recursos hídricos pueden mejorar significativamente la sostenibilidad ambiental del cultivo de café. Además, la gestión adecuada de residuos y la implementación de sistemas de reciclaje en la producción pueden reducir el impacto ambiental y mejorar la eficiencia de los recursos.

La revisión de la literatura y los estudios previos proveen un panorama del entorno económico, social y ambiental de la región, para identificar oportunidades de mercado tanto existentes como emergentes para los productores de café. Sin embargo, es importante considerar que cada una de estas áreas de intervención (económica, social y ambiental) está interrelacionada y debe atenderse de manera integrada para lograr un desarrollo sostenible:

Diversificación y mejora de calidad, implica la introducción de nuevas variedades de café y la exploración de otros productos agrícolas que puedan complementar los ingresos de los productores. La literatura sugiere que la diversificación puede reducir la vulnerabilidad económica de las comunidades agrícolas y crear nuevas oportunidades de mercado (Teixeira et al., 2022).

Las condiciones sociales y laborales requieren un enfoque multifacético que incluya políticas de inclusión social, acceso a servicios básicos y programas de formación continua. Las

intervenciones en estas áreas pueden tener un impacto significativo en la productividad y en la sostenibilidad a largo plazo del sector cafetalero (Sánchez Puerta, 2020).

Las prácticas agrícolas sostenibles protegen el medio ambiente y también pueden aumentar la productividad agrícola a largo plazo. Las técnicas de conservación del suelo, el manejo integrado de plagas y la gestión eficiente del agua son prácticas recomendadas para mantener la salud del ecosistema y la productividad agrícola (Ruiz García et al., 2020).

La segunda fase del estudio se centró en el diseño y aplicación de encuestas estructuradas para profundizar en la comprensión del proceso productivo y las dinámicas de mercado. Esta fase estuvo orientada a identificar directamente desde los productores sus percepciones sobre el manejo operativo, las barreras económicas, las oportunidades de mercado y los retos ambientales que enfrentan. Los resultados de la encuesta indicaron una variabilidad significativa en la adopción de prácticas de manejo postcosecha, lo que repercute directamente en la calidad del café producido. Productores que aplicaron técnicas mejoradas de secado y almacenamiento reportaron una calidad superior de café, acorde con lo señalado por (Morales Reyes et al., 2024), quienes destacan la correlación directa entre las prácticas postcosecha y la calidad final del producto.

Un hallazgo importante fue la dificultad que enfrentan muchos productores para acceder a mercados que ofrezcan precios justos y sostenibles. Este aspecto está fuertemente influenciado por la falta de certificaciones y la escasa visibilidad en mercados internacionales. El acceso a mercados de nicho y la obtención de certificaciones pueden mejorar significativamente los precios recibidos por los productores.

La fluctuación de precios en el mercado internacional del café sigue siendo una prueba crítica, como reflejan las respuestas de los productores. Sin embargo, también se identificaron oportunidades emergentes en la producción de cafés especiales y de origen único, que podrían ofrecer márgenes de ganancia más elevados y estabilidad económica (López Andino y Amador Banegas, Norma del Carmen, 2015)

La encuesta también destacó preocupaciones ambientales relacionadas con el uso excesivo de agua y pesticidas. De los cuales muchos productores expresaron interés en adoptar prácticas agrícolas más sostenibles, lo cual mejoraría la sostenibilidad ambiental al mismo tiempo que mejora la imagen del café de Las Lajas en mercados conscientes de la sostenibilidad.

Estrategias de Comercialización

El segundo objetivo del estudio se centró en evaluar y comparar diversas estrategias de comercialización mediante un inventario inicial y la recopilación de datos tanto primarios como secundarios. Las entrevistas con productores, intermediarios, y representantes de cooperativas brindaron información para evaluar la rentabilidad, accesibilidad y riesgos asociados con cada estrategia de comercialización, tomando en cuenta factores como costos, ingresos potenciales, y dependencia de intermediar.

Venta a Intermediarios Locales

Ser intermediario en la zona de Las Lajas, Comayagua implica desempeñar un papel importante en la cadena de suministro del café, especialmente en regiones donde el acceso a mercados grandes y globales puede ser limitado para los pequeños y medianos productores. Estos intermediarios, conocidos localmente como "coyotes" o compradores locales, facilitan la conexión entre los productores de café y los niveles más altos de la cadena de distribución, que incluyen exportadores, tostadores y, en algunos casos, mercados internacionales.

Según (Ruben, R., Sfez, P., Pensioen, T., & Meneses, N., 2018), las cadenas de intermediación están dominadas por un gran número de intermediarios informales quienes compran el café en uva y pagan anticipos antes de la cosecha para comprometer la venta. Con esto comprometiéndose que el café en su cadena de valor puede ofrecer cierta facilidad de transacción debido a la accesibilidad por las cercanías de las fincas de café, así como la facilidad de entrega y poder negociar los precios también conociendo el mercado local pues conocen las demandas específicas esto ayudando a simplificar la

transacción para los productores como último punto la agilidad en los pagos pues suelen ser rápidos y en efectivo, lo cual mejora la liquidez de los productores.

La cadena de intermediación del café en Las Lajas se caracteriza por múltiples niveles, que varían desde el comprador inicial o "coyote" local hasta los exportadores que operan a nivel internacional. A menudo, esta cadena incluye al menos tres a cuatro niveles: los intermediarios locales que compran directamente de los agricultores, los mayoristas regionales que consolidan las compras, los agentes o brokers nacionales que gestionan la logística hacia los mercados de exportación, y los exportadores que finalmente venden al mercado internacional.

Los roles específicos de cada intermediario en la región de Las Lajas son:

Intermediarios Locales (Coyotes)

Compran el café en cereza o pergamino directamente de los agricultores. Su papel en la absorción de la producción inmediata, ofreciendo liquidez rápida a los productores, pero a menudo a precios inferiores debido a la falta de competencia y transparencia en el precio.

Mayoristas Regionales

Consolidan pequeñas cantidades de café de varios coyotes o directamente de productores y se ocupan de los procesos iniciales de secado o descerezado si no se ha hecho previamente. Aumentan el valor mediante la agregación de volumen, pero también agregan costos de manipulación y transporte.

Bróker Nacionales

Operan como enlaces entre los mercados locales y los exportadores, gestionando la logística y a veces la calidad del café. Aunque añaden eficiencia en la distribución, también imponen márgenes que reducen los ingresos de los productores.

Exportadores

Son el último eslabón antes de llegar a los mercados internacionales y son responsables de cumplir con los estándares internacionales, lo que incluye la certificación y el cumplimiento de las normas de calidad. Añaden un valor significativo en términos de comercialización y acceso a mercados premium, pero también representan otro nivel de costos.

La investigación identificó varios puntos de ineficiencia dentro de esta cadena. La redundancia en la función de algunos intermediarios puede llevar a un aumento innecesario de los costos sin un valor agregado proporcional para el productor. Además, la dependencia de los productores en los intermediarios locales para la venta rápida de su café los hace vulnerables a la explotación en términos de precio, especialmente cuando no tienen acceso a información de mercado transparente o alternativas de venta directa.

Los intermediarios locales suelen comprar café en dos formas principales: como café en cereza recién cosechado y como café pergamino (café descerezado y secado). La selección del tipo de café que compran puede variar según la capacidad del intermediario para procesar el café o según los requerimientos específicos de los compradores a quienes venden.

Muchos intermediarios adquieren el café inmediatamente después de la cosecha, en su estado más crudo (café en cereza). Esta compra es común en áreas donde los productores no poseen los recursos para procesar el café hasta alcanzar el estado de pergamino. Otros intermediarios compran el café después de que ha sido descerezado y secado (café pergamino), lo que requiere menos procesamiento antes de venderlo a un exportador o tostador.

Los intermediarios a menudo realizan pagos en efectivo y de manera inmediata en el momento de la compra. Esta prontitud es una razón por la cual muchos productores optan por vender a intermediarios, ya que necesitan liquidez rápidamente para cubrir sus gastos operativos y personales. (Daviron y Ponte, 2005). Estos pagos suelen ser a precios más bajos que los que se podrían

obtener en mercados internacionales, ya que necesitan obtener un margen de ganancia para cubrir sus costos y obtener beneficios.

Los intermediarios emplean diversos métodos para determinar los precios del café. La investigación reveló que la fijación de precios a menudo se basa en factores como la calidad del café, determinada por la altitud de cultivo, el método de procesamiento y el tamaño de los granos. Además, los precios se ven influenciados por las cotizaciones del mercado de café en la Bolsa de Nueva York, ajustadas localmente según las condiciones del mercado y la oferta y demanda regional. Un hallazgo interesante es que, aunque los intermediarios suelen ofrecer precios estándar a la mayoría de los productores, aquellos que pueden proveer café de especialidad o con certificaciones de prácticas sostenibles a menudo reciben primas sobre el precio base.

La gestión del riesgo es una parte importante del modelo económico de los intermediarios. Muchos utilizan estrategias de cobertura, como contratos a futuro y opciones, para protegerse contra las fluctuaciones drásticas en los precios internacionales del café. Esta práctica es más común entre los intermediarios más grandes o exportadores que tienen acceso a mercados financieros. Además, algunos intermediarios mantienen una diversificación en los tipos de café que compran y venden, lo que les permite mitigar los riesgos asociados con la dependencia de un solo producto. Esta forma de operar también les permite capitalizar diferentes segmentos de mercado y estabilizar sus ingresos a lo largo del año.

En cuanto a la financiación, los intermediarios en Las Lajas a menudo dependen de una combinación de capital propio y préstamos bancarios. Los préstamos son comúnmente utilizados para financiar la compra de café durante la temporada de cosecha, cuando la necesidad de liquidez es más alta. Un aspecto significativo encontrado en la investigación es el uso de refinanciamiento a los productores, lo que permite a los intermediarios asegurar una oferta constante de café. Este refinanciamiento generalmente se ofrece en forma de adelantos en efectivo o como insumos agrícolas, y está condicionado a la venta exclusiva del café cosechado al intermediario financiador.

Las principales características los intermediarios en la zona de Lajas son:

Algunos intermediarios ofrecen refinanciamiento a los productores antes de la cosecha, lo que implica proporcionar dinero o insumos a cambio de un compromiso de venta exclusiva del café una vez cosechado.

Los intermediarios suelen tener un conocimiento profundo del mercado local, permitiéndoles actuar con rapidez en la compra de café y ajustar los precios según las fluctuaciones del mercado.

Facilitan la logística de recolección y transporte del café, especialmente valioso en regiones con infraestructura de transporte limitada.

Mantienen contactos tanto a nivel local como internacional, permitiéndoles manejar grandes volúmenes de café y, en ocasiones, actuar como agentes para exportadores o grandes tostadores.

Aunque la presencia de intermediarios en Lajas, Comayagua ofrece ventajas en términos de liquidez y logística, también puede conducir a que los productores reciban precios más bajos por su producto debido a los márgenes de ganancia que los intermediarios incorporan. Además, la dependencia de los intermediarios puede inhibir la inversión en mejoras de calidad y procesos que permitirían a los productores acceder directamente a mercados más rentable (Vellema et al., 2015).

Estas dinámicas muestran la necesidad de ofrecer mayor educación y apoyo a los productores en términos de desarrollo de capacidades de procesamiento y acceso directo a mercados, además de fomentar la formación de cooperativas o asociaciones que puedan negociar mejores condiciones de manera colectiva, para mejorar la rentabilidad y la sostenibilidad de los productores en la cadena del café. Las percepciones y experiencias de los productores de café en Las Lajas con respecto a los intermediarios muestran una visión mixta que destaca tanto dependencias necesarias como retos. Muchos productores ven a los intermediarios como socios en la cadena de valor del café. Dada la falta de acceso directo a los mercados mayores y la necesidad de liquidez inmediata, los intermediarios ofrecen una vía esencial para que los productores vendan su producción. Los productores destacan la

importancia de los intermediarios en la facilitación del acceso a mercados más amplios, especialmente en situaciones donde la infraestructura logística es deficiente o inexistente.

Al mismo tiempo, una parte considerable de los productores siente que los intermediarios actúan como una barrera para obtener mejores precios y condiciones. La falta de transparencia en la fijación de precios y la ausencia de competencia en algunas áreas hacen que los productores se sientan a merced de los precios impuestos por los intermediarios. Este sentimiento se ve agravado por la estructura de la cadena de intermediación, donde cada nivel agrega su margen, reduciendo así el precio final que reciben los productores.

Algunos productores reportaron experiencias positivas, especialmente aquellos que han establecido relaciones a largo plazo basadas en la confianza con intermediarios específicos. Estos productores a menudo reciben mejores precios y términos de pago, así como apoyo en forma de insumos y asesoramiento técnico. Por otro lado, otros productores expresaron frustración con intermediarios que aprovechan su posición dominante para imponer precios bajos y condiciones desfavorables. La falta de alternativas viables para vender su café obliga a muchos productores a aceptar estos términos, lo que limita su rentabilidad y capacidad para reinvertir en sus operaciones.

Los intermediarios en la industria del café están sujetos a regulaciones laborales nacionales que dictan condiciones como salarios mínimos, horas de trabajo, y seguridad laboral. Sin embargo, la investigación indica que el cumplimiento de estas leyes varía considerablemente entre intermediarios, especialmente entre los más pequeños y los informales, quienes a menudo operan en áreas rurales donde el monitoreo es menos riguroso. Esta variabilidad en el cumplimiento puede afectar las condiciones laborales de los trabajadores y, por extensión, la sostenibilidad de las prácticas de producción de café. La necesidad de cumplir con una amplia gama de regulaciones puede aumentar los costos operativos de los intermediarios, lo que a su vez puede afectar los precios que pueden ofrecer a los productores de café. Sin embargo, también puede llevar a una mayor profesionalización

y estandarización en la industria, lo que podría beneficiar a largo plazo tanto a productores como a consumidores.

Exportación directa

El aumento en el consumo interno de café en los países productores, que ha crecido de 21.6 millones de sacos en 1990 a más de 50.6 millones en 2019, refleja una tasa media de crecimiento anual del 3% (Seudieu, 2020). Este aumento muestra una tendencia creciente hacia el consumo local en los países productores, lo que podría reducir la dependencia de mercados externos. Este incremento en el consumo interno puede ser visto como una oportunidad para fortalecer las economías locales y reducir la vulnerabilidad frente a las fluctuaciones de los mercados internacionales. Anexo B

Los impuestos de exportación, aunque alineados con las normativas de la Organización Mundial del Comercio, pueden ser un obstáculo significativo para la competitividad en el mercado global. Estos impuestos aumentan la brecha entre los precios en la finca y los precios de exportación, lo que puede desincentivar la producción ante la reducción de los márgenes de ganancia (Seudieu, 2020). Estos impuestos necesitan ser cuidadosamente evaluados para evitar efectos distorsionadores que podrían disuadir a los productores de participar en el comercio internacional.

En Honduras, los aranceles aplicados a las importaciones de café verde varían entre el 10% y el 15%, lo cual puede influir en la estructura de costos de los importadores y, en última instancia, afectar los precios que reciben los productores (Seudieu, 2020). Las medidas arancelarias en mercados clave como la Unión Europea, Estados Unidos y Japón, donde no se aplican aranceles a las importaciones de café verde, facilitan el acceso a estos mercados. Sin embargo, las medidas no arancelarias como los procedimientos aduaneros y las regulaciones sanitarias y fitosanitarias siguen siendo un reto significativo, limitando a veces más efectivamente el comercio que los propios aranceles.

Los acuerdos comerciales regionales, como el Acuerdo de Libre Comercio entre la Unión Europea y la Comunidad Andina, han servido en la facilitación del comercio y la integración económica, al reducir barreras y abrir nuevos mercados para los exportadores de café (Seudieu, 2020). Estos acuerdos pueden ser herramientas poderosas para los países productores de café, permitiéndoles acceder a condiciones más favorables y mercados más amplios. Acuerdos deben ser aprovechados para maximizar los beneficios para los productores locales, promoviendo la inclusión en cadenas de valor más rentables y sostenibles. En el 2019 se registraron 489 acuerdo regionales comerciales según (Seudieu, 2020) para los cuales desempeñan una importante función positiva que ayudan a la liberación tanto del comercio como la integración económica. Aquí los principales acuerdos regionales que regulan el comercio entre los países importadores y exportadores de café:

El Acuerdo de establecimiento de libre comercio en el continente africano (AFCFTA), que entró en vigor el 30 de mayo de 2019 para los 24 países que habían depositado instrumentos de ratificación.

Acuerdos comerciales entre la Unión Europea (UE) y los países de África, el Caribe y el Pacífico (países ACP).

El nuevo Acuerdo entre los Estados Unidos, México y Canadá (USMCA).

Acuerdo entre miembros de la Comunidad Andina (Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela) y la UE y, por separado, con los Estados Unidos de América.

Los principales países importadores de café del mundo, incluidos la Unión Europea, los Estados Unidos, Japón y Canadá, no aplican ningún arancel de importación a las importaciones de café verde.

Los Estados Unidos y Canadá no aplican ningún arancel a las importaciones de café procesado (tostado y soluble).

La Unión Europea aplica aranceles progresivos a las importaciones de países exportadores que no son beneficiarios de acuerdos comerciales regionales.

Noruega no aplica aranceles a las importaciones de cualquier forma de café.

Si bien los arancelarios se redujeron poco a poco en muchos países, aun las medidas no arancelarias siguen afectando al comercio del café en todo el mundo. Las medidas no arancelarias sin medidas que, sin serlo, limitan o distorsionan el comercio. Se podrían definir como medidas políticas, distintas de los habituales aranceles aduaneros, estas pueden un impacto económico en el comercio internacional de productos. Las principales categorías de medidas no arancelarias son:

Restricciones cuantitativas.

Trámites aduaneros y prácticas administrativas.

Antidumping.

Medidas sanitarias y fitosanitarias (SPS).

Obstáculos técnicos al comercio (OTC).

Según (Instituto Hondureño del Café [IHCAFE], 2022) Honduras tuvo un volumen de exportación de 6,912,300 Scs. 46Kg con un valor en dólares de \$1,390,065,011.96 con un precio promedio de saco de \$199.51 comparado con el precio promedio de \$214.06 existe una disminución del 7%.

Cooperativas y asociaciones

Las cooperativas ofrecen numerosos beneficios que extienden más allá de la mera economía de escala, llegando a impactar positivamente en la sostenibilidad y calidad de vida de los productores. Estas asociaciones fomentan una mayor consolidación de esfuerzos, mejoran el poder de negociación y facilitan el acceso a mercados más amplios y lucrativos, aspectos importantes para mejorar la rentabilidad de los productores de café.

Las cooperativas existentes proporcionan acceso a recursos financieros y técnicos que pueden ser prohibitivos individualmente. A través de la cooperación, los productores pueden acceder a capacitaciones en prácticas agrícolas sostenibles y gestión de calidad, fundamentales para competir en mercados internacionales donde los estándares son cada vez más exigentes.

Unirse a cooperativas permite a los productores comprar insumos agrícolas a granel, lo que reduce los costos. Además, la venta consolidada de productos mejora las condiciones y precios en el mercado, ya que una mayor oferta consolidada puede atraer a compradores más grandes y mejores contratos.

El poder de negociación que una cooperativa ofrece es una de sus mayores ventajas. Al operar bajo un capital colectivo, las cooperativas están en una posición más fuerte para negociar con compradores y proveedores, obteniendo así mejores términos y precios para sus productos.

La formación de nuevas cooperativas permite a los productores ejercer mayor control sobre las decisiones operativas y estratégicas. Esta autonomía sirve para adaptar prácticas que se alineen estrechamente con las necesidades y objetivos locales, promoviendo innovaciones que puedan mejorar directamente la calidad y eficiencia de la producción de café.

Las cooperativas nuevas están mejor posicionadas para adaptarse a las condiciones y culturas locales, lo que es esencial en regiones con diversidad geográfica y cultural como Las Lajas, lo que permite una implementación más efectiva de prácticas que reflejan las prioridades locales y enfrentan los desafíos específicos de la comunidad.

Al promover un entorno colaborativo, las cooperativas son incubadoras de innovación y emprendimiento, introduciendo nuevas tecnologías y métodos de producción que pueden ser de mucha importancia para el avance en la calidad del café.

Las cooperativas son capaces de implementar sistemas de control de calidad robustos, asegurando así la producción de café de alta calidad que cumple o supera los estándares internacionales. El acceso a certificaciones de calidad y sostenibilidad es facilitado por las cooperativas, lo que puede abrir nuevos mercados y mejorar los precios.

Las cooperativas facilitan el acceso a mercados internacionales y permiten a los productores participar en ferias y eventos internacionales. Adicionalmente, fomentan la colaboración y el apoyo

mutuo entre los productores, contribuyendo significativamente al desarrollo social y económico de Las Lajas.

Venta Directa a Consumidores Finales

Evaluar la posibilidad de implementar modelos de negocio directo, como ventas online o tiendas propias, podría aumentar significativamente los márgenes de ganancia para los productores de café en la región de Las Lajas, Comayagua. Al eliminar intermediarios y vender directamente a los consumidores finales, los productores pueden retener una mayor proporción de los ingresos generados por sus productos, lo que incrementa la rentabilidad. Las ventas online permiten alcanzar un mercado global, aprovechando plataformas digitales y redes sociales para promocionar y vender el café, lo que aumenta la visibilidad y accesibilidad del producto. Además, las ventas en línea ofrecen flexibilidad y conveniencia tanto para los productores como para los consumidores, con la posibilidad de implementar sistemas de suscripción y promociones especiales.

Las tiendas propias ofrecen una experiencia personalizada y una conexión directa con los clientes, fomentando la lealtad y el reconocimiento de marca. Estas tiendas pueden convertirse en puntos de encuentro y educación para los consumidores, permitiéndoles conocer más sobre el proceso de producción y la historia detrás del café que compran. La venta directa también permite a los productores recibir retroalimentación inmediata de los clientes, lo que facilita la mejora continua de sus productos y servicios.

Implementar estos modelos de negocio puede requerir una inversión inicial en infraestructura y capacitación, pero los beneficios a largo plazo incluyen mayores márgenes de ganancia, estabilidad financiera y una relación más cercana y transparente con los consumidores. Además, estas estrategias pueden ayudar a diferenciar el café de Las Lajas en un mercado competitivo, destacando su calidad y singularidad. En resumen, la venta directa a consumidores finales es una estrategia viable y potencialmente muy beneficiosa para los productores de café de la región.

Resultados de Análisis de la Región

La producción inicial en uva (cereza) durante el ciclo de producción 2017 en la región de Las Lajas, Comayagua, fue de 94,300.20 quintales (qq), distribuidos en un área de cultivo de 4,131.12 manzanas. Esto resulta en un rendimiento promedio de 22.5 qq/mz, conforme a los datos del Instituto Hondureño del Café (IHCAFE) y los análisis realizados por (Rotta et al., 2021). A lo largo del proceso de transformación del café, las mermas afectan considerablemente las cantidades finales obtenibles en cada etapa del proceso. Los cálculos de la producción neta en cada etapa, ajustados por las tasas de merma se muestra en la cuadro 1.

El análisis de la producción y merma de café en la región de Las Lajas se detalló para comprender mejor el flujo de masa a través de la cadena de valor desde la etapa inicial hasta el producto final. Además, se realizó un ajuste para representar estos datos en una escala más pequeña, específicamente para una finca promedio de una manzana, lo que permite visualizar el efecto específico del flujo de masa y las mermas a nivel de finca individual.

Cuadro 1

Cálculos de la Producción Neta en Cada Etapa, Ajustados por Las Tasas de Merma.

Descripción	Producción			Tasa de merma
	Región (QQ/4,131 Mz)	Finca 1 Mz (QQ/Mz)	1 QQ	
Café uva	94,300	22.8	1.00	
Café despulpado	49,885	12.1	0.53	47.1%
Café húmedo	44,747	10.8	0.47	10.3%
Café pergamino seco	35,350	8.6	0.37	21.0%
Café oro	27,608	6.7	0.29	21.9%
Café oro exportable	27,387	6.6	0.29	0.8%
Café tostado	23,800	5.8	0.25	13.1%

Cada etapa del proceso de transformación del café presenta retos y oportunidades para la comercialización, desde la venta de uva (cerezas) fresca hasta la comercialización de café tostado.

Las mermas representan pérdidas físicas con impactos financieros. Los cuales, al evaluar las estrategias de comercialización, fueron la base para considerar cómo las diferentes tasas de merma influyen en los costos de producción y, finalmente, en los precios de venta.

El flujo de masa muestra que desde un quintal de café uva hasta convertirse en café tostado, el proceso experimenta una reducción considerable, destacando la importancia de cada etapa en la eficiencia del procesamiento. Este análisis demuestra que de un quintal inicial de café uva, solo una fracción se transforma en café tostado debido a las mermas en cada fase del procesamiento, fenómeno que resalta la importancia de optimizar cada etapa para mejorar la eficiencia global del procesamiento. El cuadro 2 proporciona un análisis de los costos asociados a cada etapa del procesamiento del café, reflejando cómo estos costos aumentan a medida que el café se procesa y se prepara para la exportación. La concentración de mermas en las etapas iniciales y su disminución en etapas posteriores es típica en la producción de café, como lo indica (Rotta et al., 2021). Este patrón indica la importancia de optimizar cada etapa para maximizar la rentabilidad, destacando la necesidad de mejorar las prácticas de manejo postcosecha y reducir las mermas.

Cuadro 2

Cálculos del Flujo de Masa en Cada Etapa, Ajustados por las Tasas de Merma y Sus Costos.

Descripción	Producción			Tasa de merma	Costo		
	Región (QQ/4,131 Mz)	Finca 1 Mz (QQ/Mz)	1 QQ		(L/QQ)	L/Finca 1 Mz	Región (L/4,131 Mz)
Café uva	94,300	22.8	1		921	21,026	86,860,386
Café despulpado	49,885	12.1	0.53	47%	170	2,053	8,480,417
Café húmedo	44,747	10.8	0.47	10%	280	2,396	9,897,964
Café pergamino seco	35,350	8.6	0.37	21%	565	3,776	15,598,660
Café oro	27,608	6.7	0.29	22%	902	5,195	21,462,944
Café oro exportable	27,387	6.6	0.29	1%			
Café tostado	23,800	5.8	0.25	13%			
Total					2,838	34,446	142,300,371

En las etapas iniciales, como el despulpado y el secado, las mermas son particularmente altas debido a factores como la selección de frutos no óptimos y las pérdidas inherentes al procesamiento

mecánico. Estas etapas tempranas son críticas porque las mermas representan pérdida de materia prima y de recursos invertidos hasta ese punto. La eficiencia en estas fases tiene un efecto multiplicador en las etapas subsiguientes, reduciendo costos en toda la cadena de valor.

A medida que el café se transforma en pergamino seco, oro, y finalmente en café tostado, los costos aumentan, pero la tasa de merma disminuye. Esto se debe a que el café que llega a estas etapas ya ha pasado por controles de calidad y procesos para el consumo. Cada paso de mejora y refinamiento incrementa el valor del café, preparándolo para mercados más exigentes y lucrativos.

La fase inicial del proceso, correspondiente al café en uva, incurre en un costo de L 921 por quintal, sumando un total de L 21,026 por manzana. Este costo establece la base financiera para las operaciones subsiguientes. A nivel regional, el costo total asciende a L 86,860,386, reflejando la magnitud de la inversión inicial en la cosecha del café.

A medida que el café avanza al estado de despulpado, se observa una reducción en el costo por quintal a L 170, con un costo acumulado por manzana de L 2,053 y un costo total regional de L 8,480,417. Esta disminución en el costo por quintal puede atribuirse a la merma sustancial del 47.1% en esta etapa, lo que reduce la cantidad de producto que avanza al siguiente paso del procesamiento.

El café pergamino seco, que sigue al proceso de secado del café húmedo, muestra un aumento en el costo a L 280 por quintal. El costo por manzana asciende a L 2,396, con un total regional de L 9,897,964. Este incremento se debe al proceso intensivo de secado y a la pérdida adicional de peso que se experimenta.

La etapa de café oro y café oro exportable destaca por los procesos adicionales de limpieza y clasificación requeridos para alcanzar la calidad de exportación, con un costo de L 565 por quintal y un total por manzana de L 3,776. A nivel regional, el costo asciende a L 15,598,660, lo que refleja el valor añadido y la inversión necesaria para preparar el café para mercados internacionales.

Finalmente, el café tostado, el producto final de la cadena de valor, incurre en el costo más alto por quintal de L 902, con un costo por manzana de L 5,195 y un costo regional de L 21,462,944.

Este estadio representa el culmen del proceso de valor añadido, donde el café es preparado para el consumo final, justificando los altos costos asociados con el tostado y el empaquetado.

Análisis Económico de la Región de Las Lajas, Comayagua

El análisis económico de las distintas formas de comercialización de café en la región de Las Lajas revela diferencias en términos de precios de venta, volumen comercializado y rentabilidad, dependiendo del canal de venta utilizado. Este estudio, resumido en el Cuadro 3, compara la comercialización a través de intermediarios, exportadoras, cooperativas, y directamente al consumidor final. A continuación, se desglosa el impacto de cada modalidad de venta sobre los ingresos y la rentabilidad de los caficultores en la región.

Cuadro 3

Análisis Económico de las Distintas Formas de Comercialización de Café en la Región.

Descripción	Comercialización			
	Intermediarios	Exportadoras	Cooperativas	Consumidor final
Precio Bolsa de Valores	L5,630	L5,630	L5,630	L5,630
Precio de venta	L3,800	L4,600	L5,000	L5,233
Cantidad (QQ)	44,747	35,350	35,350	35,350
Utilidad	L170,037,349	L162,609,402	L176,749,350	L184,978,799
Costos totales	L95,340,803	L105,238,766	L105,238,766	L105,238,766
Utilidad Neta	L74,696,546	L57,370,635	L71,510,583	L79,740,033
Rentabilidad	78%	55%	68%	76%
PE _s	L2,131	L2,977	L2,977	L2,977
PE _Q	25,090	22,878	21,048	20,111

Venta a Intermediario

El precio de venta establecido para este canal es de L3,800 por quintal, y la cantidad total comercializada alcanza los 44,747 quintales. Esta modalidad de venta produce una utilidad bruta de L170,037,349. Los costos totales asociados con este canal de distribución suman L95,340,803, resultando en una utilidad neta de L74,696,546. Esta cifra refleja una rentabilidad notable del 78%.

Adicionalmente, el análisis económico revela que el punto de equilibrio en precio, es decir, el precio mínimo que debe alcanzarse para cubrir todos los costos operativos se sitúa en L2,131.

Mientras tanto, el punto de equilibrio en cantidad, que indica el número mínimo de quintales que deben venderse para no incurrir en pérdidas, es de 25,090 quintales. Este conjunto de datos muestra la eficacia financiera de utilizar intermediarios en la región, a pesar de las significativas deducciones por costos operativos, manteniendo una rentabilidad relativamente alta comparada con otros canales de comercialización.

Venta a Exportadoras

Estas entidades compran el café a un precio de L4,600 por quintal, manejando un volumen total de 35,350 quintales. Esta actividad genera una utilidad bruta significativa de L162,609,402. Sin embargo, los costos totales asociados con este canal de distribución ascienden a L105,238,766, lo que reduce la utilidad neta a L57,370,635. Este margen resulta en una rentabilidad del 55%, reflejando las complejidades y el alto costo de operación que implica la preparación y exportación del café.

Además, el análisis económico identifica un punto de equilibrio en precio de L2,977, que es el precio mínimo por quintal necesario para cubrir todos los costos operativos sin incurrir en pérdidas. La cantidad requerida para alcanzar este punto de equilibrio es de 22,878 quintales, destacando la escala necesaria para la viabilidad económica en este sector. Estos datos resaltan la importancia estratégica de las exportadoras en el mercado global del café, mostrando los retos económicos que enfrentan para mantener la rentabilidad en un entorno competitivo.

Venta a Cooperativas

Estas entidades establecen un precio de venta de L5,000 por quintal, manejando un volumen de 35,350 quintales. Esta estructura de precios y volumen conduce a una utilidad bruta de L176,749,350. A pesar de enfrentar costos operativos idénticos a los de las exportadoras, que ascienden a L105,238,766, la venta a cooperativas logra una utilidad neta de L71,510,583, lo que refleja una rentabilidad del 68%.

Este modelo cooperativo, que a menudo implica una gestión más integrada y colaborativa entre los productores, permite mejores retornos financieros y mayor influencia en las decisiones de mercado. El punto de equilibrio en precio se mantiene constante en L2,977, similar al de las exportadoras, indicando el precio mínimo por quintal necesario para cubrir los costos sin pérdidas. Sin embargo, el punto de equilibrio en cantidad es de 21,048 quintales, ligeramente menor que el de las exportadoras, evidenciando una eficiencia operativa marginalmente superior bajo este modelo de negocio.

Este enfoque de comercialización a través de cooperativas mejora la rentabilidad para los productores individuales, fortaleciendo la capacidad de la comunidad para manejar y negociar dentro del mercado global del café, promoviendo prácticas más sostenibles y equitativas dentro de la industria.

Venta a Consumidor Final

Esta modalidad de comercialización establece un precio de L5,233 por quintal, manteniendo un volumen de ventas de 35,350 quintales. A este precio, se genera la mayor utilidad bruta de toda la cadena de valor, alcanzando L184,978,799. Tras deducir los costos operativos, que son consistentes con otros canales de venta en L105,238,766, la utilidad neta resultante es de L79,740,033. Esta eficacia en la gestión resulta en una rentabilidad impresionante del 76%, la más alta comparada con otras modalidades de comercialización evaluadas.

Además, la estructura de costos y precios revela que el punto de equilibrio en precio se mantiene en L2,977 por quintal, lo cual es indicativo del mínimo necesario para cubrir todos los costos operativos sin incurrir en pérdidas. Notablemente, la cantidad necesaria para alcanzar este equilibrio es de 20,111 quintales, la más baja entre las opciones analizadas, reflejando la eficiencia operativa de la venta directa.

La venta directa al consumidor final mejora los ingresos y la rentabilidad para los productores, permitiendo una conexión más directa entre el productor y el consumidor. Esto puede fomentar una

mayor lealtad del cliente y un reconocimiento más fuerte de la marca, beneficiando a largo plazo tanto a consumidores como a productores mediante la entrega de un producto que cumple con altos estándares de calidad y frescura. Este modelo de negocio resalta la importancia de estrategias de comercialización bien dirigidas y enfocadas en la experiencia del consumidor para maximizar el retorno económico en la industria del café.

Punto de Equilibrio del Precio del Café en la Bolsa de Valores

El análisis del punto de equilibrio en precio (PE\$) para el café en la región de Las Lajas, tomando en cuenta los precios de la bolsa de valores y su impacto en la comercialización del café en diferentes canales, muestra variaciones que son críticas para la planificación financiera de los caficultores. Los precios de la bolsa de valores, expresados en dólares americanos, se convirtieron a lempiras utilizando una tasa de cambio de 24.80, lo que permitió un análisis localizado del impacto económico de estos precios en el mercado de café hondureño.

Cuadro 4

Análisis de Punto de Equilibrio en Precio (PE\$) para los Diferentes Canales de Comercialización.

Descripción	Intermediarios	Exportadoras	Cooperativas	Consumidor final
PE\$ bolsa de valores (\$/QQ)	113.8	142.0	133.5	128.5

Análisis de Punto de Equilibrio en Precio (PE\$)

Intermediarios

El PE\$ para la venta a los intermediarios se estableció en \$113.84 por quintal. Este valor representa el precio mínimo en la bolsa de valores que los intermediarios necesitan para cubrir sus costos operativos y mantener la viabilidad de su negocio. La venta a través de intermediarios, por lo tanto, es más susceptible a las fluctuaciones menores en el precio internacional del café.

Exportadoras

El punto de equilibrio para la venta de café a las exportadoras es más alto, situado en \$142.00 por quintal. Esto indica que las exportadoras enfrentan costos operativos más altos, probablemente debido a procesos adicionales como el empaque y la logística necesarios para la exportación, y necesitan un precio más alto en la bolsa de valores para alcanzar la rentabilidad.

Cooperativas

La venta de café a cooperativas tiene un PE\$ de \$133.47 por quintal. Este valor medio sugiere que, aunque tienen costos operativos significativos, posiblemente debido a su enfoque en procesos sostenibles y justos, aún pueden operar eficientemente bajo precios moderados del mercado internacional.

Consumidor Final

El precio de equilibrio para la venta directa al consumidor final es de \$128.50 por quintal. Este precio relativamente bajo en comparación con las exportadoras refleja la ventaja de eliminar intermediarios y vender directamente al consumidor, lo que reduce significativamente los costos de comercialización y mejora la rentabilidad.

Este análisis de punto de equilibrio proporciona una visión de los mínimos necesarios para la rentabilidad bajo diferentes modelos de comercialización, también enfatiza la importancia de monitorear los precios internacionales del café. Los caficultores de Las Lajas deben estar atentos a las variaciones en el precio de la bolsa de valores para adaptar sus estrategias de comercialización y asegurar la sostenibilidad de sus operaciones en un mercado global volátil.

Análisis Financiero

El análisis financiero de los diferentes modelos de comercialización de café en la región de Las Lajas ha generado resultados esclarecedores que indican la viabilidad y rentabilidad de cada canal bajo un horizonte de evaluación de seis años y una tasa de inflación interanual promedio de Honduras de 4.84%. Los indicadores financieros obtenidos son el Valor Actual Neto (VAN) considerando un costo

de capital del 10%, la Tasa Interna de Retorno (TIR), el Período de Recuperación de la Inversión (PRI) y el Índice de Deseabilidad (ID) como se muestra en el cuadro 4.

Cuadro 5

Análisis Financiero de los Diferentes Modelos de Comercialización de Café en la Región de Las Lajas.

Indicadores financieros	Comercialización			
	Intermediarios	Exportadoras	Cooperativas	Consumidor final
VAN =	L217,005,617	L149,509,919	L200,263,841	L229,802,623
TIR =	58.0%	40.0%	50.2%	56.1%
PRI =	1.82	2.69	2.11	1.88
ID=	3.28	2.42	2.90	3.18

Análisis Financiero de la región de Las Lajas, Comayagua

Análisis Financiero de Venta a Intermediarios

Valor Actual Neto (VAN) a una tasa del 10%: L217,005,617. Este indicador evalúa la viabilidad de proyectos de inversión. Un VAN elevado, como el observado en el canal de intermediarios, indica que los ingresos futuros netos descontados superan los costos iniciales, ajustados por el valor temporal del dinero. Según estudios como los de (Brealey et al., 2011) un VAN positivo y sustancial sugiere que el proyecto es viable agregando valor al capital invertido, algo que es importante en mercados volátiles como el del café.

Tasa Interna de Retorno (TIR): 58.0%. La TIR obtenida supera los umbrales típicos de aceptación que suelen rondar el 15-25% en proyectos agrícolas. Una TIR tan elevada indica una eficiencia excepcional en la generación de rendimientos, reflejando una gestión eficaz y una estructura de costos optimizada, lo que es consistente con la literatura que asocia altas TIRs con altos niveles de competencia operativa y de mercado.

Período de Recuperación de la Inversión (PRI): 1.82 años. Este resultado es bajo y favorable, especialmente en comparación con otros sectores de la economía agrícola donde los ciclos de recuperación pueden ser más largos debido a la naturaleza estacional y los riesgos asociados con la

agricultura. Según (Hillier et al., 2021), un PRI corto como este reduce la vulnerabilidad a la volatilidad del mercado y mejora la liquidez del proyecto, lo que es vital en la agricultura.

Índice de Deseabilidad (ID): 3.28. Este índice combina múltiples factores de riesgo y rentabilidad, proporcionando una medida compuesta de la atracción de una inversión. Un ID alto, como el observado, sugiere que el canal de intermediarios es capaz de ofrecer retornos financieros atractivos, mitigando adecuadamente los riesgos asociados. En la literatura sobre economía agrícola, un alto ID es frecuentemente indicativo de una buena gestión y una estrategia de negocio sólida.

Análisis Financiero de Venta a Exportadoras

Valor Actual Neto (VAN) a una tasa del 10%: L149,509,919. Aunque este VAN es positivo, indicando que el proyecto genera un valor neto después de cubrir el costo del capital y los riesgos asociados, es relativamente bajo en comparación con otros canales como los intermediarios y la venta directa al consumidor final. Un VAN más bajo en un canal como el de las exportadoras podría reflejar mayores costos operativos o inversiones iniciales más elevadas, típicos en operaciones que requieren cumplir con estándares internacionales y logística compleja.

Tasa Interna de Retorno (TIR): 40.0%. Esta tasa, aunque supera el costo promedio de capital y es indicativa de una inversión rentable, es la más baja entre los canales analizados. Esto podría ser interpretado, siguiendo a (Marta Gaviria, 2023), como una señal de que las exportadoras enfrentan mayores barreras de entrada, regulaciones más estrictas, o una competencia más intensa en los mercados internacionales, lo que naturalmente podría reducir los retornos esperados.

Período de Recuperación de la Inversión (PRI): 2.69 años. Este es el período más largo para recuperar la inversión inicial entre los canales estudiados, lo cual podría indicar una menor liquidez y una mayor exposición a riesgos a largo plazo, como fluctuaciones de mercado o cambios regulatorios. Según (Hillier et al., 2021), un PRI más largo puede hacer que las inversiones sean menos atractivas para los inversores que buscan retornos más rápidos.

Índice de Deseabilidad (ID): 2.42. Este índice refleja una deseabilidad moderada, lo cual puede interpretarse como un balance entre los riesgos y los beneficios asociados con este canal. Tal como discuten (RF Knight y D. Pretty, 2001) en su análisis de riesgo, un ID más bajo puede ser indicativo de que, aunque la inversión es viable, hay factores como la volatilidad del mercado externo o la dependencia de factores económicos globales que podrían afectar la estabilidad y previsibilidad de los retornos.

Mientras que el canal de exportadoras presenta una oportunidad de acceder a mercados más amplios y potencialmente más lucrativos, también conlleva dificultades y riesgos que se reflejan en sus indicadores financieros comparativamente menos favorables.

Análisis Financiero de Venta a Cooperativas

Valor Actual Neto (VAN) a una tasa del 10%: L200,263,841. Este VAN indica que vender a cooperativas son capaces de generar un retorno positivo sobre la inversión inicial, ajustado por el riesgo y el valor del dinero en el tiempo. Las cooperativas a menudo logran altos VAN debido a su estructura organizativa que permite reducir costos a través de economías de escala y una mejor negociación de precios debido a la unión de pequeños productores.

Tasa Interna de Retorno (TIR): 50.2%. Esta TIR es alta y sugiere que la venta a las cooperativas cubre el costo de capital proporcionando un retorno sobre las inversiones. Indica que las cooperativas pueden lograr altas TIR por su habilidad para operar eficientemente y reinvertir beneficios en la comunidad, lo que a su vez puede estimular una mayor producción y calidad.

Período de Recuperación de la Inversión (PRI): 2.11 años. Este resultado muestra que los caficultores pueden esperar recuperar su inversión en un plazo relativamente corto, lo que reduce la exposición al riesgo a largo plazo y mejora la liquidez de la inversión. Los PRIs más cortos en cooperativas pueden ser resultado de una gestión centrada en la estabilidad y sostenibilidad financiera, priorizando las necesidades de los miembros sobre las ganancias a corto plazo.

Índice de Deseabilidad (ID): 2.90. Este índice alto demuestra que la venta a las cooperativas son una opción atractiva para los agricultores, combinando un buen balance entre riesgo y retorno. Este indicador sugiere que la venta a las cooperativas es viables financieramente y deseables como canal de inversión, posiblemente debido a su enfoque en prácticas sostenibles y equitativas que pueden ser más resistentes a las fluctuaciones del mercado.

Estos indicadores muestran la efectividad de las cooperativas como un modelo de comercialización en la industria del café, especialmente en contextos donde la colaboración y la gestión colectiva pueden llevar a mejores resultados financieros y a un impacto positivo en la comunidad.

Análisis Financiero de Venta a Consumidor Final

Valor Actual Neto (VAN) a una tasa del 10%: L229,802,623. Este es el VAN más alto entre todos los canales analizados, lo que indica que la venta directa al consumidor final cubre el costo del capital y los riesgos asociados de manera sobresaliente, proporcionando un retorno sustancial sobre la inversión. Menciona sobre economía de la cadena de suministro, como la proporcionada por los modelos de negocio directo a menudo generan mayores VAN debido a la eliminación de intermediarios, lo que reduce los costos y aumenta los márgenes de ganancia.

Tasa Interna de Retorno (TIR): 56.1%. Esta TIR es favorable y se compara estrechamente con el rendimiento obtenido por los intermediarios, siendo uno de los más altos en la evaluación. Tal rendimiento indica una eficiencia operativa excepcional y un manejo efectivo de los recursos. Porter (1985) sugiere que tales tasas pueden ser el resultado de una propuesta de valor única y una fuerte conexión con los consumidores, lo que permite precios premium y mayores volúmenes de venta.

Período de Recuperación de la Inversión (PRI): 1.88 años. Este indicador muestra que los caficultores pueden esperar recuperar su capital inicial en menos de dos años, lo cual es indicativo de una alta liquidez y baja exposición al riesgo a largo plazo. Según Shapiro y Varian (1999), en los

modelos de negocio directo al consumidor, los PRIs más cortos son comunes debido a ciclos de ventas más rápidos y a la eficiencia en la gestión del capital de trabajo.

Índice de Deseabilidad (ID): 3.18. Este índice es alto y muy favorable, lo que subraya el atractivo de este canal para los caficultores. Un ID alto en un modelo de venta directa puede reflejar menores riesgos y mayores oportunidades de diferenciación y personalización de productos que satisfacen directamente las necesidades del consumidor final. Kumar y Rajan (2009) argumentan que esto puede llevar a una mayor lealtad del cliente y a una posición competitiva más fuerte.

La venta directa al consumidor final ofrece la máxima rentabilidad entre los canales evaluados, brindando ventajas en términos de retorno de la inversión y atractivo del mercado. Estos indicadores reflejan cómo una estrategia enfocada en el consumidor final puede maximizar los beneficios económicos y fortalecer la posición de mercado en la industria del café.

Conclusiones

El análisis del entorno económico, social y ambiental de Las Lajas muestra una serie de oportunidades y retos para los productores de café. La diversificación de productos, la mejora de las condiciones sociales y laborales, y la adopción de prácticas sostenibles son estrategias que pueden ayudar a los productores a enfrentar los retos actuales y aprovechar las oportunidades futuras. La implementación de estas estrategias de manera integrada y coordinada puede conducir a un desarrollo más sostenible y resiliente de la región cafetalera de Las Lajas.

El proceso de transformación del café desde la cosecha hasta el producto final muestra una pérdida de masa, pero un aumento en su valor. Optimizar las operaciones en cada etapa del procesamiento es requerido para maximizar los beneficios económicos, destacando la importancia de técnicas de manejo postcosecha eficientes y la adopción de tecnologías que mejoren la calidad y la consistencia del café producido.

Los resultados del estudio demuestran que la venta directa al consumidor final ofrece la mayor rentabilidad con un Valor Actual Neto (VAN) de L229,802,623 y una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 56.1%, sugiriendo que este canal maximiza el retorno sobre la inversión. En contraste, la venta a exportadoras, aunque proporciona acceso a mercados internacionales, muestra la rentabilidad más baja con una TIR del 40.0%.

La investigación mostró que la diversificación en las estrategias de comercialización, incluyendo la venta directa a exportadores, la colaboración con cooperativas, y la venta a intermediarios locales, es importante para mejorar la rentabilidad y la resiliencia de los productores de café en Las Lajas. Mientras que las cooperativas mejoran el acceso a mercados internacionales y ofrecen mejores precios, la venta a intermediarios proporciona liquidez inmediata, aunque a menudo a un costo menor.

Recomendaciones

Para aumentar la eficiencia y la productividad, mejorar la calidad del suelo, y acceder a precios premium en mercados especializados, beneficiando tanto a la economía local como al medio ambiente, se recomienda la adopción de prácticas agrícolas sostenibles y tecnologías modernas, incluyendo la capacitación continua de los productores en técnicas de cultivo sostenible y manejo integrado de plagas y la promoción de prácticas de conservación ambiental como la agroforestería y el uso de abonos orgánicos. Además, se sugiere apoyar a los productores en la obtención de certificaciones de sostenibilidad y en el acceso a mercados de valor añadido que valoran prácticas ecológicas y sociales responsables.

Se recomienda que los productores en la región consideren desarrollar modelos de venta directa al consumidor, especialmente a través de plataformas en línea y tiendas propias, para maximizar sus márgenes de ganancia y mejorar la visibilidad de sus productos. Además, se debería promover la educación y capacitación en estrategias de marketing digital y gestión de la relación con el cliente para fortalecer este canal. Fomentar la formación y fortalecimiento de cooperativas de productores de café en la región de Las Lajas, lo que permitiría a los productores consolidar recursos, mejorar su poder de negociación y acceder de manera más directa a mercados internacionales, reduciendo la dependencia de intermediarios locales. Las cooperativas también pueden facilitar el acceso a certificaciones de café sostenible y de comercio justo, que pueden abrir puertas a mercados premium y permitir a los productores obtener mejores precios por su café.

Animar a los productores a diversificar sus productos y explorar nuevos mercados puede ayudar a reducir la dependencia de los canales tradicionales de venta y mitigar los riesgos asociados con la volatilidad del mercado global del café. Explorar opciones como el café especializado o de origen único puede abrir nuevas oportunidades de negocio y aumentar los márgenes de beneficio.

Referencias

- Brealey, R. A., Myers, S. C. y Allen, F. (2011). *Principios de finanzas corporativas* (9.ª ed.). McGraw Hill. https://www.economicas.unsa.edu.ar/afinan/informacion_general/book/princ_de_finanzas_corporativas_9ed_myers.pdf
- Carpio Santos y Lisi Katherine (2018). El Uso de la Tecnología en la Agricultura. *Pro Sciences: Revista De Producción, Ciencias E Investigación*, 2(14), 25–32. <https://doi.org/10.29018/issn.2588-1000vol2iss14.2018pp25-32>
- Daviron, B. y Ponte, S. (2005). *The Coffee Paradox: Global Markets, Commodity Trade, and the Elusive Promise of Development* (1ª ed.). Zed Books. https://www.researchgate.net/publication/259999050_The_Coffee_Paradox_Global_Markets_Commodity_Trade_and_the_Elusive_Promise_of_Development
- Hillier, D., Ross, S. A., Westerfield, R., Jaffe, J. F. y Jordan, B. D. (2021). *Corporate finance* (Fourth European edition). McGraw-Hill Education. <https://books.google.hn/books?id=MMovEAAAQBAJ&lpg=PP1&hl=es&pg=PP1#v=onepage&q&f=false>
- Instituto Hondureño del Café. (2022). *Informe Estadístico 2020- 2021*. <https://www.ihcafe.hn/wp-content/uploads/2022/02/Resumen-Informe-2020-2021.pdf>
- López Andino, D. J. y Amador Banegas, Norma del Carmen. (2015). *Competitividad de los Encadenamientos de Valor en la Exportación de Café en Honduras* [Tesis de Progrado, Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC), Honduras]. [repositorio.unitec.edu. https://repositorio.unitec.edu/handle/123456789/8939](https://repositorio.unitec.edu/handle/123456789/8939)
- Marta Gaviria, J. L. (2023). *Finanzas corporativas un análisis empresarial que beneficia a las accionistas*. Politécnico Grancolombiano. <https://revistas.poligran.edu.co/index.php/mi-books/article/view/3873>
- Morales Reyes, E. I., Bolaños González, M. A., Escamilla Prado, E. y Libert Amico, A. (2024). Post-Harvest Practices for the Production of Specialty Coffees in Chiapas, Mexico. *Agrociencia*, 1–14. <https://doi.org/10.47163/agrociencia.v58i5.2880>
- RF Knight y D. Pretty. (2001). *Reputation and Value: The Case of Corporate Catastrophes*. Oxford. <https://oxfordmetrica.com/public/CMS/Files/488/01RepComAIG.pdf>
- Rivera Barzola, J. Y. (2016). *Estimación del tiempo de vida útil del café verde y pergamino (Coffea arabica) en diferentes empaques mediante pruebas aceleradas* [Tesis de Pregrado, Universidad Nacional Agraria La Molina, Perú]. [repositorio.lamolina.edu.pe. https://repositorio.lamolina.edu.pe/handle/20.500.12996/2638](https://repositorio.lamolina.edu.pe/handle/20.500.12996/2638)
- Rotta, N. M., Curry, S., Han, J., Reconco, R., Spang, E., Ristenpart, W. y Donis-González, I. R. (2021). A comprehensive analysis of operations and mass flows in postharvest processing of washed coffee. *Resources, Conservation and Recycling*, 170, 105554. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2021.105554>
- Ruben, R., Sfez, P., Pensioen, T., & Meneses, N. (2018). *Análisis integral de la cadena de valor del café en Honduras: Informe final*. <https://library.wur.nl/webquery/wurpubs/fulltext/450336>

- Ruiz García, P., Gómez Díaz, J. D., Valdes Velarde, E., Tinoco Rueda, J. A., Flores Ordoñez, M. y Monterroso Rivas, A. I. (2020). Caracterización Biofísica y de Composición Estructural en Sistemas Agroforestales de Café Orgánico de Veracruz. *Tropical and Subtropical Agroecosystems*, 23(2). <https://doi.org/10.56369/tsaes.3102>
- Sánchez Puerta, N. (2020). *Condiciones de seguridad y salud de los recolectores cafeteros en las haciendas cafetaleras de Colombia* [Tesis de Posgrado, Fundación Universitaria del Área Andina, Colombia]. [digitk.areandina.edu.co. https://digitk.areandina.edu.co/handle/areandina/4183](https://digitk.areandina.edu.co/handle/areandina/4183)
- Seudieu, D. (2020). *Obstáculos al consumo: medidas arancelarias y no arancelarias y efectos de esas medidas en el sector cafetero*. Organización Internacional del Café. <https://www.ico.org/documents/cy2019-20/icc-126-2c-obstacles-consumption.pdf>
- Teixeira, H. M., Schulte, R. P. O., Anten, N. P. R., Bosco, L. C., Baartman, J. E. M., Moinet, G. Y. K. y Reidsma, P. (2022). How to quantify the impacts of diversification on sustainability? A review of indicators in coffee systems. *Agronomy for Sustainable Development*, 42(4), 1–26. <https://doi.org/10.1007/s13593-022-00785-5>
- Vellema, W., Buritica Casanova, A., Gonzalez, C. y D’Haese, M. (2015). The effect of specialty coffee certification on household livelihood strategies and specialisation. *Food Policy*, 57, 13–25. <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2015.07.003>

Anexo

Anexo A

Encuesta Aplicada a la Región de Las Lajas, Comayagua.

Encuesta evaluativa sobre la comercialización de café ☹️

* Required

1. ¿Qué métodos de cosecha utilizas?

- Manual
- Mecánico

2. ¿Cómo seleccionas los granos de café para la cosecha?

- Madurez
- Calidad

3. ¿Cómo comercializa el café? *

- Intermediario
- Exportando
- A una exportadora

4. ¿Que tipo de método para procesar los granos de café? *

- Seco
- Humedo
- Enmielado

Encuesta evaluativa sobre la comercialización de café ☹️

* Required

1. ¿Qué métodos de cosecha utilizas?

- Manual
- Mecánico

2. ¿Cómo seleccionas los granos de café para la cosecha?

- Madurez
- Calidad

3. ¿Cómo comercializa el café? *


- Intermediario
- Exportando
- A una exportadora

4. ¿Que tipo de método para procesar los granos de café? *

- Seco
- Humedo
- Enmielado

14. ¿Cómo distribuyes estos costos en cada etapa de la cadena productiva? *

This content is neither created nor endorsed by Microsoft. The data you submit will be sent to the form owner.

 Microsoft Forms

Anexo B

Consumo Interno en los Países Exportadores.

