

ZAMORANO
Carrera de Administración de Agronegocios

**Diseño y desarrollo del servicio de inteligencia
agroempresarial de la Carrera de
Administración de Agronegocios**

Proyecto presentado como requisito parcial para optar al título de
Ingeniero en Administración de Agronegocios en el Grado
Académico de Licenciatura.

Presentado por:

Rafael Herasme Peña

Zamorano, Honduras

Diciembre, 2007

El autor concede a Zamorano permiso
para reproducir y distribuir copias de este
trabajo para fines educativos. Para otras personas
físicas o jurídicas se reservan los derechos de autor.

Rafael Herasme Peña

Zamorano, Honduras
Diciembre, 2007

Diseño y desarrollo del servicio de inteligencia agroempresarial de la Carrera de Administración de Agronegocios

Presentado por:

Rafael Herasme Peña

Aprobada:

Ernesto Gallo M.Sc.
Asesor Principal

Ernesto Gallo M.Sc.
Director
Carrera Administración de
Agronegocios

Daniel Kaegi, M.B.A
Asesor

Raúl Espinal, Ph.D.
Decano Académico

Guillermo Berlioz, B.Sc.
Coordinador de Tesis

Kenneth L. Hoadley, D.B.A.
Rector

DEDICATORIA

A mis padres, por su apoyo incondicional.

A mis tíos y abuelos por apoyarme en todo lo posible.

A Dios.

AGRADEMIENTOS

A mis padres por estar siempre a mi lado, por su confianza y dedicación.

A mis tíos y abuelos, por estar siempre presentes y brindando su apoyo en tiempos difíciles.

A mis compañeros y amigos Felipe Peguero, Fernando Bertero, Andrés Berman, Luis Lima y Oscar Hurtado por su apoyo único en estos años de universidad.

A Dios por guiarme en todo momento.

RESUMEN

Herasme, R. 2007. Diseño y desarrollo del servicio de inteligencia agroempresarial de la Carrera de Administración de Agronegocios. Proyecto especial para optar al título de Ingeniero en Administración de Agronegocios, Zamorano, Honduras. 25p.

El internet no es sólo una red, sino una red de redes que engloba bajo su extenso manto una inmensa cantidad de información referente a cualquier tema que podamos imaginarnos. Para buscar en esta inmensidad no existen archivos ni servidores centrales, sino que la información esta dispersa en el *ciberespacio* infinito. Por este motivo, la búsqueda de información puede resultar una tarea ardua y frustrante. Esto conlleva a que empresario, agricultores o estudiantes al momento de buscar información sobre el sector agrícola, se dejan llevar por datos empíricos, obsoletos o no aciertan con la información que realmente necesitan para finalizar con éxito una cosecha, por lo tanto en gran parte de los casos no tienen la facilidad de saber de una forma confiable los costos, presupuestos e ingresos que implica cada cultivo y se arriesgan a iniciar el proyecto sin tener a mano todo lo necesario. Instaurar una página Web es una cosa, pero conseguir que los cibernautas la visiten es algo completamente diferente. La clave es la creación del valor y la intriga suficiente como para que los visitantes pasen por la página, se queden un tiempo y vuelvan con frecuencia, tomando en cuenta lo dicho anteriormente ofrecer a los empresarios, agricultores o estudiantes en un sólo lugar información técnica, costos, presupuestos, ingresos, las labores productivas diarias a realizar en el cultivo y precios nacionales e internacionales.

Palabras Clave: búsqueda, internet, ciberespacio, macromedia, cultivos, ingresos, postcosecha.

Ernesto Gallo M.Sc.

CONTENIDO

Portadilla.....	i
Autoría.....	ii
Página de firmas.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimientos.....	v
Resumen.....	vi
Contenido.....	vii
Índice de anexos.....	ix

1. INTRODUCCIÓN 1

1.1 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA.....	1
1.2 JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO.....	2
1.3 ALCANCE DEL ESTUDIO.....	2
1.4 LÍMITES DEL ESTUDIO.....	2
1.5 OBJETIVOS.....	3
1.5.1 Objetivo General.....	3
1.5.2 Objetivos Específicos.....	3

2. METODOLOGÍA..... 4

2.1 UBICACIÓN.....	4
2.2 ANÁLISIS.....	4
2.2 IMPLEMENTACIÓN.....	5
2.3 DESARROLLO DEL PRODUCTO.....	4

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN 6

3.1 IDENTIFICACIÓN DE LAS NECESIDADES DEL USUARIO.....	6
3.1.1 ¿Qué espera el usuario que tenga el sitio Web?.....	6
3.1.2 ¿Para qué le es útil al usuario el sitio Web?.....	6
3.1.3 Contenido de la página Web.....	6
3.1.4 ¿Cómo se realizó la página Web para llenar las expectativas de los usuarios finales?.....	7
3.1.5 Diseño, el uso de los gráficos, el color y el tono de la redacción.....	7
3.1.6 ¿Existe algún motivo para volver al sitio? ¿Hay algún indicio de que la información se actualice con regularidad?.....	7
3.2 INGRESO Y MODIFICACIÓN DE DATOS.....	8
3.3 DESCRIPCIÓN DEL SITIO WEB.....	8

4. CONCLUSIONES	9
5. RECOMENDACIONES	10
6. BIBLIOGRAFÍA	11
7. ANEXOS.....	12

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo

1. Plan jerárquico para definir la estructura del sitio.....	12
2. Imagen de la página inicial.....	13
3. Como se muestran los cultivos.....	14
4. Como se visualiza el centro de descarga.....	15
5. Ejemplo.....	16

1. INTRODUCCIÓN

El Internet es una herramienta ampliamente utilizada hoy en día, se dice que es la tecnología que está detrás de una nueva economía. Al mismo tiempo es utilizado para comunicar, entregar la información y aprender, tiene una presencia y un papel cada vez mayores en la educación superior. En afirmación a esto, las universidades globales han hecho esfuerzos substanciales y significativos para desarrollar recursos y poner estrategias en ejecución para enfatizar el uso de la Web (Kotler & Armstrong, 2004).

También se tiene que tomar en cuenta que el internet no es sólo una red, sino una red de redes que engloba bajo su extenso manto una inmensa cantidad de información referente a cualquier tema que podamos imaginarnos. Para buscar en esta inmensidad no existen archivos ni servidores centrales, sino que la información esta dispersa en el *ciberespacio* infinito. Por este motivo, la búsqueda de información puede resultar una tarea ardua y frustrante.

Los avances en el mundo nos obliga a estar informados no sólo de lo que pasa a nuestro alrededor si no también de lo que pasa mundialmente, estos se han convertido en elementos de importancia en la vida cotidiana, por eso en la actualidad los empresarios, agricultores y estudiantes que no manejen la información actualizada no se considera que estén a la vanguardia.

Para facilitar el proceso de búsqueda y toma de decisiones, se demanda información actualizada y de fuentes confiables en un sólo lugar de fácil acceso, para proporcionar a los usuarios datos que se puedan utilizar a la hora de tomar decisiones de negocio, mejorar lo que ya se tiene o prepararse para el futuro.

Para poder compilar en un sólo lugar toda la información necesaria para hacer una actividad en específico y lograr el éxito, se tiene que recurrir a información secundaria que son aquellos datos recabados por alguien que no es el investigador y para otros objetivos del proyecto en cuestión.

1.1 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

Los empresarios, agricultores o estudiantes al momento de buscar información sobre el sector agrícola, se dejan llevar por datos empíricos, obsoletos o no aciertan con la información que realmente necesitan para finalizar con éxito una cosecha, por lo tanto en gran parte de los casos no tienen la facilidad de saber de una forma confiable los costos, presupuestos e ingresos que implica cada cultivo y se arriesgan a iniciar el proyecto sin tener a mano todo lo necesario.

Existen pocos lugares a nivel Latino Americana que ofrezca al usuario información técnica, costos, presupuestos, ingresos, las labores productivas diarias a realizar en el cultivo, precios nacionales, internacionales y que sirvan de apoyo en la toma de decisiones.

1.2 JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO

Crear una página Web es una cosa, pero conseguir que los cibernautas la visiten es algo completamente diferente. La clave es la creación del valor y la intriga suficiente como para que los visitantes pasen por la página, se queden un tiempo y vuelvan con frecuencia.

Hay cuatro claves que componen un gran sitio Web, según Michael Reene, presidente y CEO de Enterpulse Atlanta-basado Corp., la firma que realizó el estudio. El examen encontró que 96 por ciento dijeron que el sitio tiene que ser continuamente actualizado; 96 por ciento dijeron que tiene que ser fácil navegar; 93 por ciento dijeron el sitio Web debe tener información profundizada sobre su tema, y 89 por ciento dijeron que exigen un tiempo rápido de la carga y de reacción. (Gaudin 2002)

Tomando en cuenta lo dicho anteriormente ofrecer a los empresarios, agricultores o estudiantes en un sólo lugar información técnica, costos, presupuestos, ingresos, las labores productivas diarias a realizar en el cultivo y precios nacionales e internacionales. Igualmente se pueda aprovechar para tomarse como referencia al brindar asistencia técnica a los agricultores.

1.3 ALCANCE DEL ESTUDIO

Ofrecer a las personas interesadas información real y actualizado sobre finchas técnicas, costos, presupuestos, ingresos, las labores productivas diarias a realizar en el cultivo y precios nacionales e internacionales todo en un sólo lugar. En caso de utilizarse la información en un mercado distinto a Honduras, los datos concernientes a costos, presupuestos, ingresos deberán ser modificado propiamente por el interesado.

1.4 LÍMITES DEL ESTUDIO

El sitio Web ofrece una amplia variedad de información, de modo que se pueda responder a muchas de las preguntas de los usuarios lo cual ayude a que se creen relaciones más estrechas con estos y se genere interés por los servicios que ofrece la página.

El proyecto se desarrolló especialmente para Honduras y mercados similares. Cuenta con información de 40 cultivos diferentes.

1.5 OBJETIVOS

1.5.1 Objetivo General

- Desarrollar e implementar el Servicio de inteligencia agroempresarial para la Carrera de Administración de Agronegocios(AGN), capaz de satisfacer las exigencias de los usuarios.

1.5.2 Objetivos Específicos

- Realizar un análisis e identificación de lo que tiene que saber el usuario a la hora de aspirar a hacer un proyecto agroempresarial.
- Recopilación de toda la información secundaria confiable y actualizada para crear un banco de información completo de los cultivos iniciales.
- Facilidad de uso, entendida como la cualidad del sitio que permite al usuario navegar fácil e intuitivamente dentro de éste, con una presentación gráfica que sea visualmente atractiva y agradable.
- Identidad Institucional, entendida como la cualidad del sitio Web de lograr proyectar la imagen de la institución de manera correcta y adecuada.
- Estructurar la forma que tendrá el sitio Web en términos generales, con sus secciones, funcionalidades y sistemas de navegación.

2. METODOLOGÍA

2.1 UBICACIÓN

Toda la elaboración de la página de internet y búsqueda de información se realizó dentro de las instalaciones de la Escuela Agrícola Panamericana Zamorano, Km. 30 carretera a Danlí, Fco. Morazán, Honduras.

2.2 ANÁLISIS

Lo primero que tenemos que tener claro al realizar la página Web es que al usuario no le importa el método de hacer las cosas ni el diseño, solamente saber que tan buena información pueda encontrar en la página.

Se identificó los procesos esenciales usando una declaración preliminar de propósito, el cual se elaboró tomando en cuenta preguntas importantes como son: ¿Qué es lo que desea el usuario?, ¿Quién va a ser el usuario?, ¿Cuándo lo va a utilizar y ¿Para qué servirá?

También se tiene que determine qué tienen de eficaz y de poco eficaz la página Web. Según criterio de la persona encargada. Se formularon las siguientes preguntas:

- ¿Qué dirán de los usuarios del diseño, el uso de los gráficos, el color y el tono de la redacción?
- ¿Ofrece el sitio un acceso fácil a la información que desean conocer de entrada los usuarios?
- ¿Existe algún motivo para volver al sitio? ¿Hay algún indicio de que la información se actualice con regularidad?

Se tiene que tener claro que el usuario no es la persona que digita datos, sino que, usuario es el que necesita información para la toma de decisiones.

2.3 DESARROLLO DEL PRODUCTO

Fue la recolección de la información secundaria de distintos lugares confiables en Internet especializados en finchas técnicas, costos, presupuestos, ingresos, las labores productivas diarias a realizar en el cultivo y precios nacionales e internacionales.

El diseño del sitio sirvo de resumen visual en el que se mostró todas las páginas que se planeó crear, así como las vinculaciones entre éstas. Se procuró crear una estructura con un

flujo lógico que puedan reconocer los usuarios. Se representó las páginas con recuadros y se agregaron líneas con flechas que ilustraron los vínculos entre las páginas. Se utilizó un plan jerárquico para definir la estructura del sitio, con la página principal arriba y bifurcaciones con páginas de segundo y tercer nivel (Anexo 1).

Se creó una distribución en la que se muestra la estructura de la página en el sitio. Si bien el contenido es distinto para cada página, la estructura básica sirvió de modelo para todas las páginas del sitio. Un diseño estandarizado evita que los visitantes se desorienten. Algunos aspectos importantes que se consideraron acerca del diseño de las páginas fue: dónde colocar los vínculos a otras páginas y si seguir las combinaciones de colores, fuentes y gráficos. También se examinaron los diseños de otras páginas Web para determinar qué resulta mejor.

Se utilizó la plataforma de *Macromedia Dreamweaver 8* para el diseño de la página Web, para la elaboración de los gráficos, presupuestos, costos y ingresos se usó Microsoft Excel.

2.2 IMPLEMENTACIÓN

Luego de terminar el diseño de la página Web se procedió a realizar pruebas para comprobar su correcto funcionamiento, encontrar errores y corregirlos antes de implementarla por completo. Se comprobó que el procedimiento genera informaciones completas y útiles para el usuario final.

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 IDENTIFICACIÓN DE LAS NECESIDADES DEL USUARIO

3.1.1 ¿Qué espera el usuario que tenga el sitio Web?

Que sea funcional, que contenga información completa, detallada y actualiza. Que posea un diseño amigable con actualizaciones regulares.

3.1.2 ¿Para qué le es útil al usuario el sitio Web?

Le permitirá al usuario tener en un sólo lugar información actualizada de los cultivos existentes en el sitio y así poder facilitar la toma decisiones de cual cultivo sembrar la próxima temporada o con que cultivo puede rotar con su labor principal y un sinfín de combinaciones de decisiones que el beneficiario desee elaborar.

3.1.3 Contenido de la página Web

Ficha técnica de cultivos: donde se relacionan todas las características básicas de un cultivo para un crecimiento óptimo. Además refleja los antecedentes y cambios sufridos por el cultivo a través del tiempo.

El formato de la ficha técnica usado en la página Web es yendo de los más general a los más específico.

Costos, presupuestos e ingresos:

- Costos: son los gastos incurridos en la producción, administración y venta de los productos.
- Presupuesto: planes de acción que permiten coordinar la disponibilidad de fondos y recursos necesarios para alcanzar objetivos específicos en un período de tiempo futuro.
- Ingresos: todos aquellos fondos de efectivo o de bienes que recibe la organización para llevar a cabo su operatividad.

Tanto los costos, presupuestos e ingresos se muestran en un mismo cuadro, con la intención de hacer practica la información.

Precios internacionales y nacionales: es el valor monetario asignado a un bien o servicio. En la página Web se muestran las tendencias de los precios en forma de gráficos y se pueden observar las ventanas de mercado a través del año, También se muestran los precios

actualizados constantemente del mercado Hondureño y mercados mayoristas en USA (Miami, Los Angeles, Nueva York) para poder visualizar mejor las tendencias.

Manejo postcosecha: son todas las prácticas necesarias para poder mantener la calidad de producto hasta llegar al consumidor final. En la página Web la información se muestra desde el momento de la cogida hasta el empaque para la comercialización.

3.1.4 ¿Cómo se realizo la página Web para llenar las expectativas de los usuarios finales?

Fácil navegación: el sitio Web se compone de una página principal y diversas sub-páginas que explican, cada una de ellas, un tema. La navegación la constituyen todos los elementos que facilitan cambiar de una página a otra.

El sitio Web debe tener información profundizada sobre el tema: la información suministrada es obtenida de instituciones de renombre internacional con una vasta experiencia en el área.

Tiempo rápido de la carga y de reacción: se creó el sitio Web lo más liviano posible pero sin perder la estética del mismo, utilizando imágenes de bajo peso pero calidad de primera para minimizar el tiempo de espera del usuario.

3.1.5 Diseño, el uso de los gráficos, el color y el tono de la redacción

Los usuarios con respecto al diseño se mostraron muy satisfechos, el esbozo usado fue muy vanguardista pero a la vez conservador para el gusto de todo tipo de personas.

El uso de los gráficos en la página satisface las expectativas de información deseada, pero se tiene un problema de espacio a la hora de desplegarlos en la pantalla.

El color usado va acorde con las coloraciones de la Escuela Agrícola Panamericana (EAP), diferenciado en los tonos por ser una página afiliada y no consolidada con el sitio oficial de la universidad.

El tono de la redacción es pasivo, pero al mismo tiempo directo en el mensaje que se quiere dar a conocer al usuario, en el sitio Web se redactó no más que lo necesario para simplificar lo más posible la página.

3.1.6 ¿Existe algún motivo para volver al sitio? ¿Hay algún indicio de que la información se actualice con regularidad?

Lo primero para lograr dicha hazaña es tener todo el tiempo información de calidad, lo segundo pero no menos importante es poner la última fecha de actualización de la página. También se tiene que tomar en cuenta todos los factores mencionados en las respuestas a las preguntas anteriores.

3.2 INGRESO Y MODIFICACIÓN DE DATOS

La forma en la cual se modificará la información es entrando en el programa de diseño de la página Web y sustituir la información deseada, se recomienda siempre trabajar haciendo una copia de la página que modificará, por si en el transcurso de la actualización de datos pasa un evento inesperado.

Se elaboraron manuales para facilitar a futuros administradores de la página la actualización de la misma, de igual manera se dejó un CD con toda la información y programas necesarios para cuando se necesite reemplazar información.

3.3 DESCRIPCIÓN DEL SITIO WEB

El resultado final del presente trabajo es el “Servicio de Inteligencia Agroempresarial” diseñado para proveer información de calidad en un sólo lugar, elaborado en “*Macromedia Dreamweaver 8*”.

Las informaciones tales como costos, presupuestos e ingresos tienen la opción de descarga para que el usuario haga los cambios a criterio.

4. CONCLUSIONES

- Se determinó la necesidad de información confiable y centralizada para los inversionistas del agro, agricultores y estudiantes.
- Se diseñó y desarrolló el “Servicio de Inteligencia Agroempresarial” para ofrecer finchas técnicas, costos, presupuestos, ingresos, las labores productivas diarias a realizar en los cultivos y precios nacionales e internacionales, se realizaron pruebas exhaustivas y se probó la aplicabilidad de la misma, comprobando con esto que la página compensa la necesidad de información identificada inicialmente.
- Se realizó un diseño amigable para que cualquier persona pueda conseguir la información rápidamente sin castigar la estética.

5. RECOMENDACIONES

- Actualizar la información de la página constantemente y nunca pasar más de 3 meses sin renovarla porque los usuarios perderían el atractivo por la misma.
- Postear la página en un dominio con un nombre que sea fácil de recordar para que el usuario no tenga dificultad a la hora de entrar de nuevo a la página o darla como referencia a terceros.
- A la hora de actualizar la información se tiene que ser cuidadoso para no postear información errónea o desactualizada.
- Extender la información recolectada no sólo a Centro América, si no, también a todos los mercados que lo permitan, esto dependiendo de que tanta información secundaria de calidad se tenga del mismo.

6. BIBLIOGRAFÍA

FINTRAC. 2007. Informes Mensuales (en línea). Consultado el 21 septiembre 2007. Disponible en: <http://www.hondurasag.org/updates.asp>

Gaudin, Sharon. 2002. The Site Of No Return (en línea). Consultado el 27 de Septiembre de 2007. Disponible: <http://www.e-commercealert.com/article488.html>.

IICA. 2007. Áreas Temáticas (en línea). Consultado el 20 septiembre de 2007. Disponible en: <http://www.iica.int/eliica/areastem.asp>

Kotler, Philip y Armstrong Gary. 2004. Marketing. Madrid: Pearson Education, Décima Edición. 792 p.

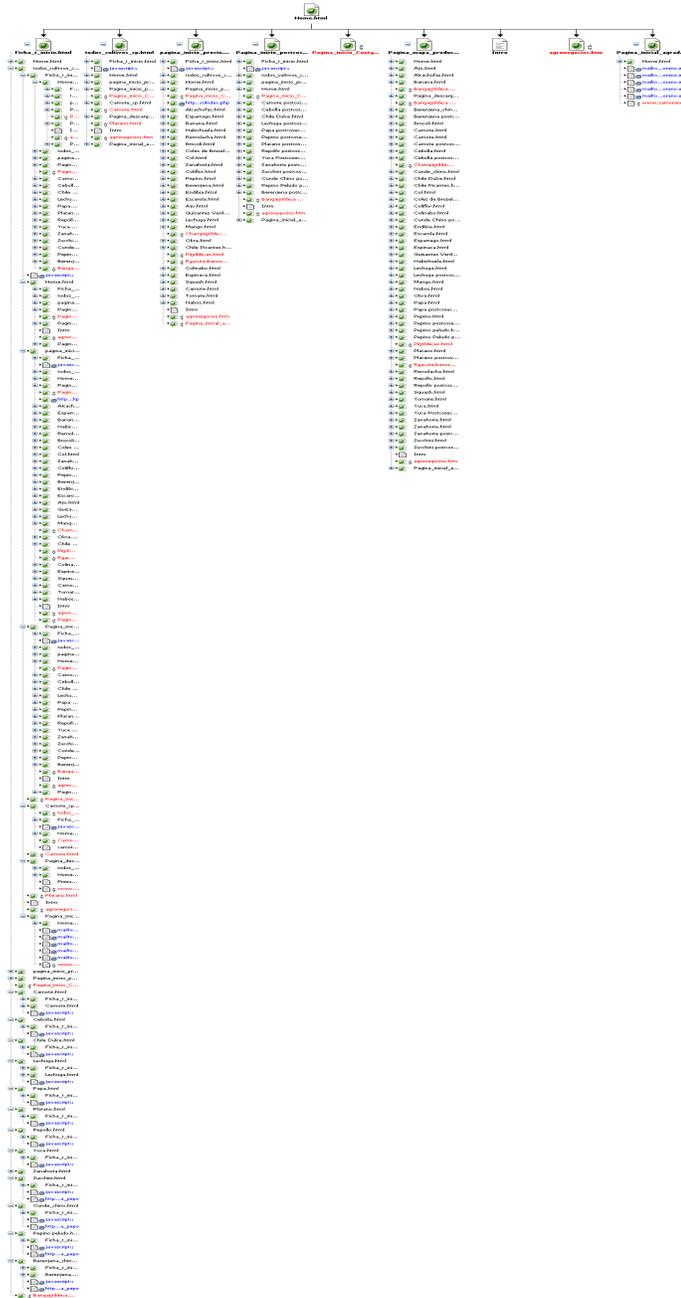
Litchfield, Andrew. 1999. Online professional development: the 1999 status of online resources available to support the development of higher education staff (en línea). Consultado el 26 de September de 2007. Disponible en www.herdsa.org.au/branches/vic/Cornerstones/pdf/Litchfie.PDF.

Microsoft. 2007. Ayuda Elaboración Página Internet (en línea). Consultado el 26 septiembre de 2007. Disponible en: <http://www.microsoft.com>

SAG. 2007. Precios productos (en línea). Consultado el 03 octubre de 2007. Disponible en: http://www.sag.gob.hn/index.php?option=com_content&task=category§ionid=56&id=203&Itemid=233

7. ANEXOS

Anexo 1. Plan jerárquico para definir la estructura del sitio.



Anexo 2. Imagen de la página

The screenshot shows a Windows Internet Explorer browser window displaying the website for 'Carrera Administración de Agronegocios'. The page features a dark blue header with the title and a yellow navigation bar. The main content area is divided into three columns: a left sidebar with a book image and logo, a central list of crops, and a right column with a 'Bienvenidos' message.

AGN, Zamorano home - Windows Internet Explorer
 C:\Documents and Settings\Rafael\Desktop\Site_costos\Intro\Home.html | Live Search

File Edit View Favorites Tools Help

AGN, Zamorano home | Page | Tools

Carrera Administración de Agronegocios
 Servicio de Inteligencia Agroempresarial Universitario

Fichas Técnicas de cultivos | Costos, presupuestos e ingresos de cultivos | Precios | Manejo postcosecha | Contáctenos

MAPA DE CULTIVOS
 "La excelencia nace de la experiencia"
 Lema Zamorano

Cultivos existentes:

- Ajo
- Alcachofas
- Banana
- Bangaha
- Berenjena
- Brócoli
- Camote
- Cebolla
- Champiñones
- Chile dulce
- Chile picante
- Col
- Coles de Bruselas**
- Coliflor
- Colinabo
- Cunde chino
- Endibia
- Escarola
- Esparrago
- Espinaca
- Guisantes
- Habichuela
- Lechuga
- Lechuga
- Mango
- Nabos
- Okra
- Papa
- Pepino
- Pepino
- Pepino Peludo
- Piñas
- Plátano

Bienvenidos

Esta página es elaborada para brindar a los agricultores, inversionistas y estudiantes información real y actualizada sobre el manejo técnico, económico y las labores productivas diarias a realizar en el cultivo que se quiera sembrar.

Proponer asistencia técnica a los agricultores para un mejor manejo de su inversión.

En la fase inicial de la pagina están incluidos más de 20 cultivos y regularmente se estará actualizando y creciendo..

La página es elaborada para los agricultores, inversionistas y estudiantes en Honduras en estos momentos, pero puede ser utilizada para referencias en los países del área ya que los precios se pueden visualizar en Dolares También.

file:///C:/Documents%20and%20Settings/Rafael/Desktop/Site_costos/Intro/Costos_presupuestos/todos_cultivos_cp.html | My Computer | 100%

Anexo 3. Como se muestran los cultivos.

Fichas de Cultivos - Windows Internet Explorer

C:\Documents and Settings\Rafael\Desktop\Site_costos\Intro\Fichas tecnicas\Ficha_t_inicio.html

File Edit View Favorites Tools Help

Fichas de Cultivos

Seleccione el cultivo deseado

Foto	Nombre	Nombre científico
	Camote	<i>Ipomoea batatas</i>
	Cebolla	<i>Allium cepa</i>
	Chile dulce	<i>Lactuca sativa</i>
	Lechuga	<i>Lactuca sativa</i>
		

"La excelencia nace de la experiencia"

Done My Computer 100%

Anexo 4. Como se visualiza el centro de descarga.



Anexo 5. Ejemplo de como se muestra la información de los cultivos del sitio Web.

Camote
Ipomoea batatas
 Familia : Convolvulaceae.

Antecedentes : El Camote es un tubérculo nativo de los trópicos de América Latina, Centro y sur de México, Centro América y Selva Peruana. Es un bejuco perenne, aunque cultivado como anual. Crece a nivel o un poco arriba de la superficie del suelo. Los primeros tubérculos se pueden cosechar en aproximadamente 4 meses, pues es de rápido desarrollo. Existen aproximadamente 500 especies. Es una fuente de carbohidratos para la alimentación humana y animal. Las raíces se consumen cocinadas y procesadas de diferentes formas, puede enlatarse o envasarse en conserva y procesarse para la fabricación de harina y almidón. La parte más importante de la planta es la raíz, por transformarse en tubérculo las raíces rastreras que acumulan reservas nutritivas, y se producen en los puntos donde dejan de ser rastreras, para profundizarse en el suelo. Haciendo aporques no demasiado grandes, favoreciendo a la formación de dichos tubérculos.

Posibilidades de Industrialización : Consumo fresco, harina, alcohol, jarabes, glucosa, tintes, almidón, forraje para el ganado.

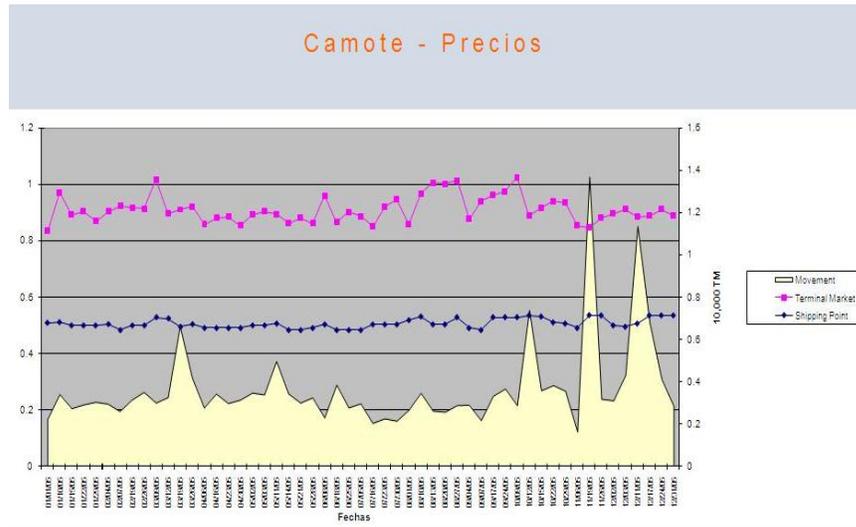
Ficha técnica.

Camote (*Ipomoea batatas*)

Preparación de suelo					
Actividad	Semana	Unidad	Unidad/Ha	Costo/Unidad	Costo/Ha
Arado	-4	Hr	1	350	350
Romplow	-4	Hr	1	300	300
Rastra	-4	Hr	1	250	250
Acamado	-4	Hr	1.5	240	360
Sub-Total (Prep.)					1260

Transplante					
Actividad	Semana	Unidad	Unidad/Ha	Costo/Unidad	Costo/Ha
Semilla	0	0	33.333	0	0
18-46-0	0	qq	1.33	275	365.75
Lorsban	0	Lt	2.5	275	687.5
TrichoZam	0	Dosis	1	418.6	418.6
Hacer Hoyos	0	Persona/Día	4	80	320
Sacar Plantas	0	Persona/Día	20	80	1600
Jalar Plantas	0	Persona/Día	2	80	160
Solucion Arracadora	0	Persona/Día	12	80	960
Transplantadores	0	Persona/Día	6	80	480
Sub-Total (Trans)					4991.85

Costos, presupuestos, ingresos.



Tendencias de precio.

Camote - Manejo Postcosecha

COSECHA Y RECOLECCIÓN

El camote se cosecha cuando esta fisiológicamente maduro, normalmente a los 110 a 120 días después de la siembra. En algunos casos cuando las condiciones del clima (lluvias y días nublados) no son favorables para el llenado de los tubérculos, el tiempo de la cosecha puede alargarse. En estos casos se recomienda hacer muestreos semanales para estar evaluando el llenado de los tubérculos y de esta manera determinar el momento de cosecha.

Para la cosecha se separa o se arranca la guía descubriendo totalmente la cama de siembra. Luego se coloca la guía de tres camas en una sola, quedando descubiertas tres camas listas para la cosecha. Este mismo orden se hace para todo el área. La cosecha puede ser mecanizada (cosechadora para camote) o manual (utilizando pala recta). Ambos sistemas requieren mucho cuidado para minimizar el daño mecánico al camote.

Manejo postcosecha.

2007



OCTUBRE

 1 de Octubre 5 de Octubre 9 de Octubre 12 de Octubre 16 de Octubre

 19 de Octubre 23 de Octubre 26 de Octubre 29 de Octubre

SEPTIEMBRE

 3 de Septiembre 4 de Septiembre 7 de Septiembre 10 de Septiembre

 18 de Septiembre 21 de Septiembre 24 de Septiembre 28 de Septiembre

AGOSTO

 3 de Agosto 6 de Agosto 9 de Agosto 10 de Agosto 13 de Agosto 17 de Agosto

 20 de Agosto 24 de Agosto 27 de Agosto 28 de Agosto 30 de Agosto

JULIO

 2 de Julio 3 de Julio 6 de Julio 9 de Julio 16 de Julio 20 de Julio 23 de Julio

 27 de Julio 30 de Julio

Precio nacionales mayorista, Honduras.

MISC TROPICAL FRUIT AND VEG

```

---BATATAS: 50 lb sacks FL lge 9.00-11.00 mostly 9.00-10.00 50 lb cartons
Local Repack jbo 6.00-8.00 mostly 6.00-7.00 few higher med 7.00-8.00 few higher
---CALABAZA: 50 lb sacks CR 14.00 few higher JM 17.00 few higher PN 14.00
few higher
---CHAYOTE: 40 lb cartons CR 13.00-15.00 mostly 14.00 few higher
---COCONUTS: 50 lb sacks DR 40s 15.00-17.00 mostly 15.00-16.00 few higher
and lower
---GINGER ROOT: 30 lb cartons BR 23.00-25.00 mostly 23.00-24.00 CQ
24.00-25.00 few lower CR 19.00-20.00 mostly 20.00 few lower PE 20.00
---JICAMA: OFFERINGS LIGHT. 38-40 lb containers MX 24.00 few higher
---MALANGA: 40 lb cartons CR Blanca lge 18.00-20.00 mostly 19.00-20.00 few
higher and lower fr cond 14.00 few higher Lila lge 26.00-28.00 mostly
27.00-28.00 few lower EC Blanca lge 19.00-20.00 fr cond 14.00 few higher
---SUGARCANE: OFFERINGS LIGHT. 40 lb bundles FL 12.00 few higher
---TAMARINDO: OFFERINGS VERY LIGHT. 40 lb cartons MX 38.00 few higher
---TARO: 40 lb cartons CR Eddoes 23.00 few higher JM Dasheen (Coco, Islena)
44.00-46.00 mostly 45.00-46.00 few higher and lower
---TOMATILLOS: 38-44 lb containers MX 22.00-24.00 mostly 22.00-23.00 few
higher
  
```

Precios USA mercados mayoristas de Miami, Carlifornia y Nueva York.

Zanahoria
Daucus carota

Varietades : Red Cored Chantenay, Royal Chantenay, New Kuroda, Nantes Coreless, Danvers, Emperador.

Ciclo vegetativo : De 80 a 120 días

Clima : Le son favorables temperaturas entre 10 y 20°C, alta humedad relativa, buena luminosidad.

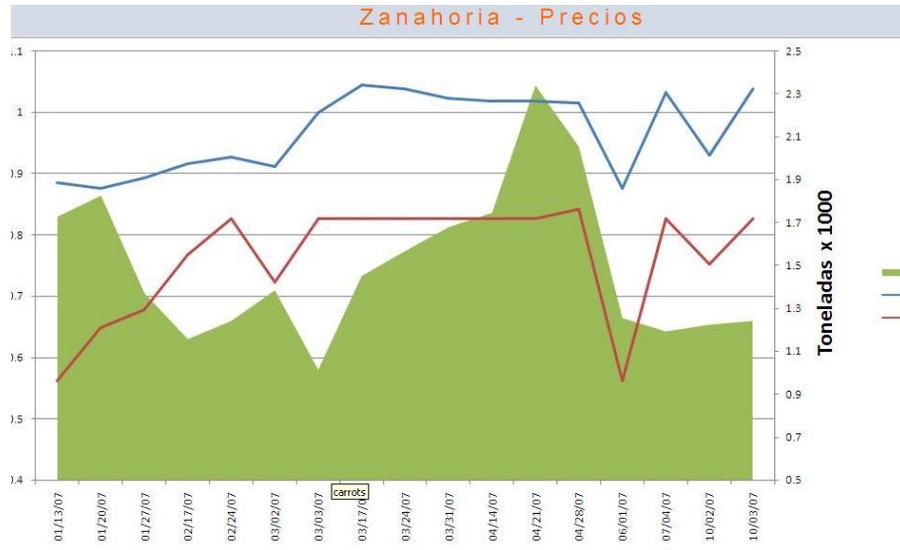
Suelos : Francos, fértiles, con abundante materia orgánica, buen drenaje, con pH entre 5.5 y 6.8.

Ficha técnica.

Zanahoria
Daucus carota

Preparación de suelo					
Actividad	Semana	Unidad	Unidad/Ha	Costos/Unidad	Costo/Ha
Arado	-4	Hr	1	350	350
Romplow	-4	Hr	1	300	300
Rastra	-4	Hr	1	250	250
Acamado	-4	Hr	1.5	240	360
Sub-Total (Prep.)					1260
Transplante					
Actividad	Semana	Unidad	Unidad/Ha	Costo/Unidad	Costo/Ha
Semilla	0	0	33.333	0	0
18-46-0	0	qq	1.33	275	365.75
Lorsban	0	Lt	2.5	275	687.5
TrichoZam	0	Dosis	1	418.6	418.6
Hacer Hoyos	0	Persona/Día	4	80	320
Sacar Plantas	0	Persona/Día	20	80	1600
Jalar Plantas	0	Persona/Día	2	80	160
Solucion Arracadora	0	Persona/Día	12	80	960
Transplantadores	0	Persona/Día	6	80	480
Sub-Total (Trans)					4991.85

Costos, presupuestos, ingresos.



Tendencias de precio.

Zanahoria - Manejo Postcosecha

Cosecha

En la práctica, las decisiones de cosecha en zanahorias están basadas en diversos criterios dependiendo del mercado y punto de venta.

- Las zanahorias son típicamente cosechadas en un estado inmaduro cuando las raíces han alcanzado suficiente tamaño para llenar la punta y desarrollar un adelgazamiento uniforme.
- La longitud puede usarse como índice de madurez para la cosecha de zanahorias para procesado (cortadas y peladas), de acuerdo a la eficiencia de proceso deseada.

Manejo postcosecha

2007



OCTUBRE

1 de Octubre 5 de Octubre 9 de Octubre 12 de Octubre 16 de Octubre

19 de Octubre 23 de Octubre 26 de Octubre 29 de Octubre

SEPTIEMBRE

3 de Septiembre 4 de Septiembre 7 de Septiembre 10 de Septiembre

18 de Septiembre 21 de Septiembre 24 de Septiembre 28 de Septiembre

AGOSTO

3 de Agosto 6 de Agosto 9 de Agosto 10 de Agosto 13 de Agosto 17 de Agosto

20 de Agosto 24 de Agosto 27 de Agosto 28 de Agosto 30 de Agosto

JULIO

2 de Julio 3 de Julio 6 de Julio 9 de Julio 16 de Julio 20 de Julio 23 de Julio

27 de Julio 30 de Julio

Precio nacionales mayorista, Honduras.

```

---CABBAGE: MARKET ABOUT STEADY. 50 lb cartons CD Quebec Round Green Type med
13.00-15.00 DE Round Green Type med 12.00 few higher 50 lb sacks CD Quebec
Round Green Type lge 10.50-11.00 NY Round Green Type lge 10.00 few higher
---CARROTS: MARKET ABOUT STEADY. sacks 48 1-lb film bags CA med-lge
22.00-24.00 mostly 22.00-23.00 CD Ontario 12.00-14.00 mostly 12.00-13.00 Quebec
med-lge 12.00-13.00 few higher MI med 12.00-13.00 few higher sacks 24 2-lb film
bags CA med-lge 22.00-24.00 mostly 22.00-23.00 CD Ontario 13.50-14.50 few
higher Quebec med-lge 13.00 few higher MI med 13.00 few higher sacks 10 5-lb
film bags CA med-lge 22.00-24.00 mostly 22.00-23.00 CD Ontario 13.50-14.50 few
higher MI med 13.00 few higher 50 lb sacks loose CA jbo 22.00-24.00 mostly
23.00 CD Ontario jbo 12.00-13.00 few higher and lower Quebec jbo 12.00 few
higher and lower CR jbo 10.00-12.00 mostly 11.00-12.00 MI jbo 12.00 few 14.00
cartons 20 1-lb film bags CA Baby Peeled 18.00-19.00 few lower
---CAULIFLOWER: MARKET SLIGHTLY LOWER. cartons film wrapped CA White 12s
18.00-20.00 mostly 18.00-19.00 few lower 16s 17.00-18.00 few higher
---CELERY: MARKET ABOUT STEADY. cartons CA 2 dz 19.00-21.00 mostly
20.00-21.00 2 1/2 dz 21.00-22.00 filmbags 24s 23.00-24.00 filmbags 30s
22.00-23.00 few higher MI 3 dz 21.00-22.00 few lower filmbags 36s 23.00-24.00
few lower
---CORN-SWEET: MARKET LOWER. wirebound crates GA Yellow 4-4 1/2 dz
10.00-11.00 occas lower Bi-Color 4-4 1/2 dz 11.00 few 10.00
---CUCUMBERS: MARKET ABOUT STEADY. flats/cartons film wrapped HD Long
Seedless Greenhouse med 13.00 few lower sml 14.00 WAXED 1 1/9 bushel cartons FL
med fr qual 13.00-15.00 few higher GA med fr qual 12.00-14.00 few higher ord
qual 10.00-11.00 Local Repack med fr qual 14.00-16.00 mostly 15.00-16.00 few
higher

```

Precios USA mercados mayoristas de Miami, Carlifornia y Nueva York.