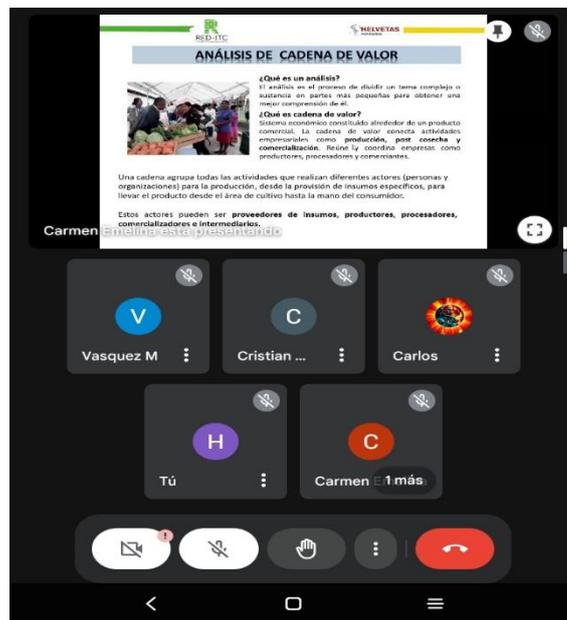


# INSTITUTO: IGTC SALOMÓN SORTO ZELAYA

## Red de Institutos Técnicos Comunitarios Modelo Educativo Comunitario EDUCAR



Los estudiantes de un undécimo BTP en Innovación y Desarrollo Agroforestal participaron, realizando un taller del análisis de cadena de valor el día 03 de septiembre de año 2,024 con productores, comercializadores y técnicos docentes que estuvieron presentes a través de la reunión virtual en la plataforma de Google meet, teniendo varios miembros relacionados a la producción y comercialización de los siguientes rubros: plantas frutales, tajadas de plátano, cuajada y Bocashi; teniendo como objetivo la identificación de una idea de negocios.

**Lugares donde realizó el análisis de cadena de valor: IGTC  
Salomón Sorto Zelaya**

**Rubros analizados:** plantas frutales, cuajada, Bocashi y tajadas  
de plátano

**Lugar y fecha:** Piraera, Lempira. 3 de septiembre del año 2024

## I. INDICE

II. RESUMEN EJECUTIVO .....	3
III. OBJETIVOS .....	4
3.1. Objetivo general.....	4
3.2. Objetivos específicos .....	4
IV. METODOLOGÍA .....	5
V. SELECCIÓN DE LA CADENA.....	6
VI. ANÁLISIS DE LOS ESLABONES DE LA CADENA.....	7
VII. MAPEO DE LA CADENA .....	10
VIII. PRIORIZACIÓN DE PROBLEMAS .....	12
IX. IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE NEGOCIO.....	12
X. CONCLUSIONES .....	13
XI. RECOMENDACIONES .....	14
XII. ANEXOS .....	15

## ÍNDICE DE ANEXOS

<b>Anexo 1.</b> Cuadro de participantes .....	15
<b>Anexo 2.</b> Evidencias de taller.....	15

## II. RESUMEN EJECUTIVO

En un taller virtual realizado a través de Google Meet, estudiantes de II BTP en Innovación y Desarrollo Agroforestal dirigieron un análisis de la cadena de valor de cuatro rubros clave: bocashi, cuajada, plantas frutales y tajadas de plátano. Contando con la participación de representantes de la alcaldía municipal, productores locales y comercializadores, el objetivo fue identificar áreas de mejora en cada fase de la cadena de valor: desde la producción y transformación, hasta la comercialización. En el caso del bocashi, se destacó la necesidad de optimizar la adquisición de insumos y mejorar las técnicas de fermentación mediante capacitaciones más especializadas. En la cuajada, el enfoque estuvo en fortalecer la calidad del producto y mejorar los canales de distribución para acceder a mercados más competitivos. Para las plantas frutales, se analizaron las oportunidades de diversificación y la colaboración con viveros locales, mientras que se subrayó la importancia de introducir variedades más resistentes a plagas. En cuanto a las tajadas de plátano, los participantes señalaron la posibilidad de mejorar el valor agregado mediante un empaque más atractivo y estrategias de comercialización que apelen a la creciente demanda de productos naturales. El taller finalizó la priorización de problemas y con recomendaciones para fortalecer la colaboración entre productores, comercializadores y entidades gubernamentales, promoviendo cadenas de valor más eficientes y sostenibles en estos sectores agroindustriales. Las aportaciones de los diferentes actores permitieron un enfoque integral, que busca mejorar la competitividad y sostenibilidad de los rubros analizados.

## **III. OBJETIVOS**

### **3.1. Objetivo general**

Realizar un análisis de la cadena de valor de los rubros bocashi, cuajada, plantas frutales y tajadas de plátano, con el fin de identificar una o dos ideas de negocio viables para desarrollar planes de negocio que mejoren la competitividad y sostenibilidad en estos sectores agroindustriales.

### **3.2. Objetivos específicos**

1. Evaluar las oportunidades y puntos críticos en la producción, transformación y comercialización de los rubros analizados, basándose en la información obtenida en los sondeos de producción y de mercado, para identificar posibles áreas de mejora.
2. Analizar cada eslabón de la cadena de valor de los rubros seleccionados, con el propósito de determinar oportunidades para desarrollar ideas de negocio que añadan valor a los productos y mejoren su posicionamiento en el mercado.
3. Proporcionar insumos clave para la elaboración de planes de negocio efectivos, mediante la identificación de una o dos ideas de negocio viables basadas en el análisis detallado de la cadena de valor de los rubros agroindustriales seleccionados.

## IV. METODOLOGÍA

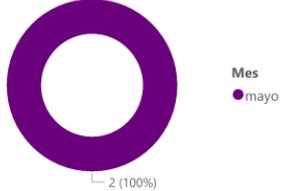
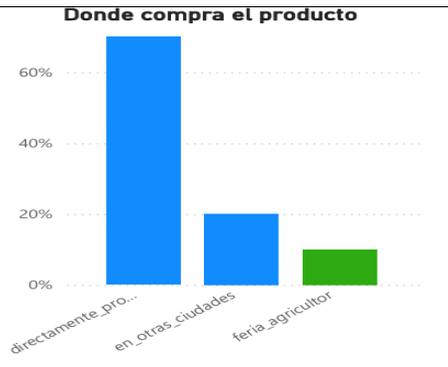
La metodología del taller consistió en la movilización de los estudiantes y representantes de la alcaldía municipal a la aldea de San Sebastián, Piraera para realizar el análisis de la cadena de valor que se basó en la participación activa de productores, comercializadores y representantes de la alcaldía municipal, quienes trabajaron de manera conjunta con los estudiantes de II BTP en Innovación y Desarrollo Agroforestal. Durante el taller, realizado de forma virtual, se evaluaron los eslabones de la cadena de valor de los rubros bocashi, cuajada, plantas frutales y tajadas de plátano. A través de un análisis colaborativo, se identificaron puntos críticos y oportunidades de mejora en cada fase, con el objetivo de proponer una o dos ideas de negocio viables para desarrollar planes de negocio futuros.

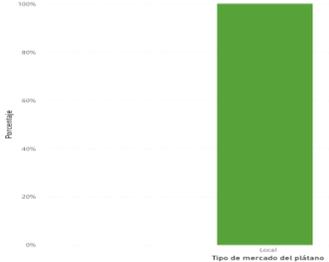
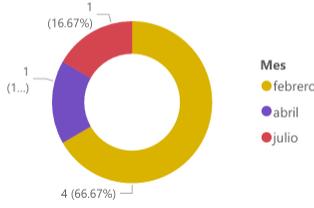
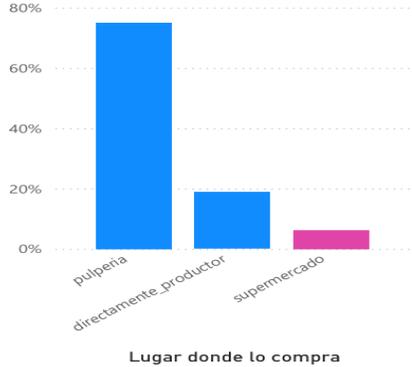
## V. SELECCIÓN DE LA CADENA

Cadena o rubro	Potencial de producción	Potencial de mercado	Socioeconómico	Equidad comunitaria	Équida de genero	SUMA
Bocashi	44	39	38	10	18	140
Tajadas de plátano	43	43	29	18	21	154

## VI. ANÁLISIS DE LOS ESLABONES DE LA CADENA

Cuadro comparativo de sondeo de producción, sondeo de mercado, análisis de cadena de valor

Rubro	Sondeo de producción	Sondeo de mercado		Análisis
		A nivel de mayoristas	A nivel de hogares	Taller de análisis de cadena de valor realizado por el grado de II BTP
Bocashi	La materia prima para elaborar el bocashi si se encuentra en nuestro municipio pero nadie lo elabora	<p>A nivel de mayoristas, no hay compra como tal, debido a que no hay productores en la zona. Sin embargo si hay producción, ellos optarían por comprar por grandes cantidades (de quintales en adelante).</p> <p>Mes que mas se vende el producto</p>  <p>A nivel de mayoristas consideran que el mes</p>	<p>Donde compra el producto</p>  <p>Esta grafica muestra que un 70% de los compradores a nivel hogar compran bocashi en otras ciudades porque aquí en nuestro municipio no hay nadie que lo elabore.</p> <p>Además los productores, prefieren</p>	

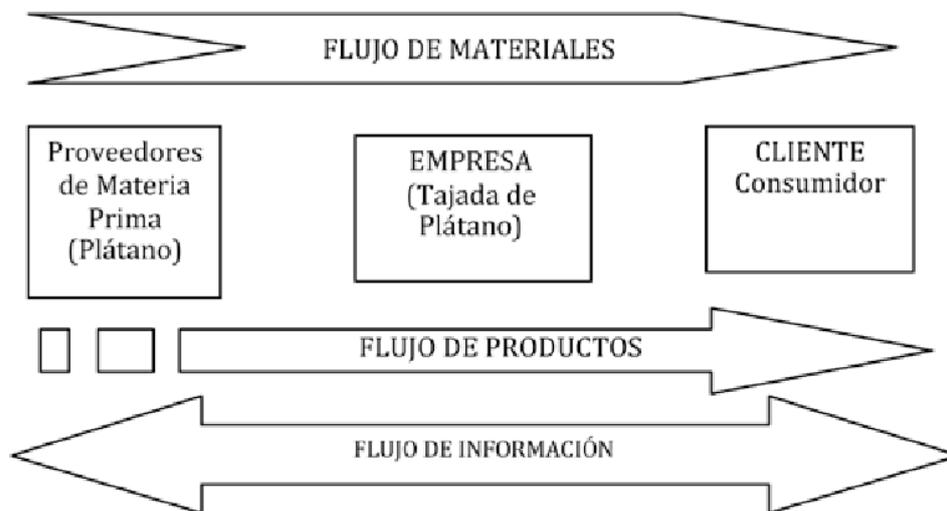
		<p>donde más se vende es en Mayo, considerando que es donde inicia la época de lluvia.</p> <p><b>Tipo de empaque</b></p>  <p>sacos 100.00%</p> <p>El tipo de empaque debe ser comercializado en sacos.</p>	<p>comprar en porciones pequeñas, es decir, en bolsas de 5 y 10 libras.</p>	
<p>Tajadas de plátano</p>	<p>Porcentaje por Tipo de mercado del plátano</p>  <p>Esta grafica muestra que del 100% de la producción que hay toda se comercializa en el mismo municipio no hay necesidad de salir a otros municipios a vender con esto nos damos cuenta que hay una gran</p>	<p>Mes que mas se vende el producto</p>  <p>Este grafico muestra en los meses donde los mayoristas tienen el mayor porcentajes de ventas.</p>	<p>Donde compra el producto</p>  <p>En esta grafica se muestra que un 70% de las personas encuestadas comprar las tajaditas de plátano en las pulperías por los buenos servicios de atención y</p>	

	<p>demanda y muy poca producción.</p>	<p><b>Tipo de empaque</b></p> <p>Los empaques que los mayoristas prefieren: en el grafico anterior se puede visualizar que el 66.67% prefieren que sea en bolsas nylon.</p> <p><b>Requisitos de compra del producto</b></p> <p>En este grafico se muestra los requisitos de compra de las tajadas de plátano y en que se basan para elegir uno u otro de los proveedores.</p>	<p>los precios y un 20% prefiere comprar directamente al productor porque quizás los precios son más bajos y la calidad del producto es mejor y un 10 % compra en los supermercados.</p>	
--	---------------------------------------	---	--	--

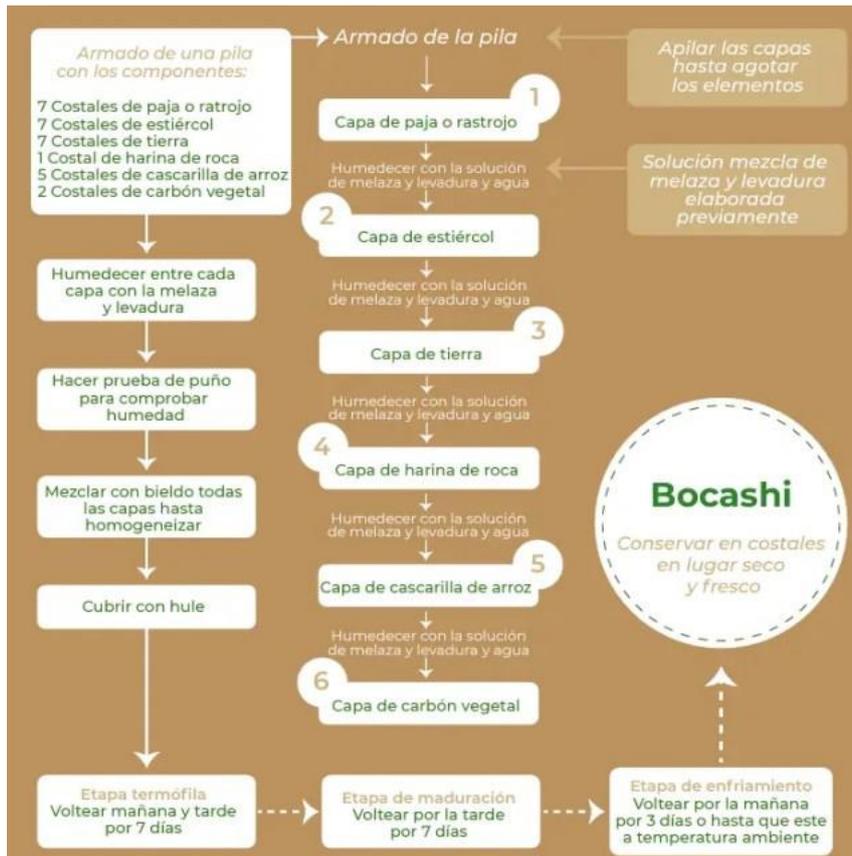
## VII. MAPEO DE LA CADENA

El mapeo de la cadena en el análisis de la cadena de valor es un proceso que nos permite analizar el estado actual y las futuras rendiciones de recorrido de entrega como un producto comienza desde un principio como de producción y termina con distribución, es sólo un medio para que el empresario analice el entorno en el que desarrollan sus actividades con la finalidad de tomar mejores decisiones sobre negocio en el que quiere diseñar una estrategia que les permita lograrlo de forma rentable y sostenible. el mapeo de la cadena en sus tres eslabones debe estar descrito información por ejemplo producción, post cosecha y comercialización.

### 1. Cadena de valor de tajadas de plátano



## 2. Mapeo de la cadena de valor de Abono orgánico (Bocashi)



## VIII. PRIORIZACIÓN DE PROBLEMAS

Frecuencia de los problemas por rubro.

Problema	Frecuencia	Orden de prioridad
Variabilidad en la calidad del plátano	5	1
Problemas en la logística de transporte desde las fincas	4	2
Acceso limitado a canales de distribución	3	3
Problemas de empaque y presentación	2	4

## IX. IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE NEGOCIO.

### Nombre de la idea de negocio

Venta de tajadas de plátano “*TropiTajadas*”

Venta de abono orgánico “*BioCosecha*”

## X. CONCLUSIONES

1. El análisis de la cadena de valor reveló que mejorar las prácticas agrícolas y optimizar la logística de transporte desde las fincas hasta las instalaciones de procesamiento es clave para garantizar una oferta constante y de alta calidad de plátano. Esto es fundamental para mejorar el producto final, las tajadas de plátano, y mantener su competitividad en el mercado.
2. Se concluyó que la falta de diferenciación en las tajadas de plátano limita su atractivo para los consumidores. Un empaque más innovador y una estrategia de marketing que resalte su valor como producto natural y saludable podrían aumentar su valor agregado y captar una mayor cuota de mercado.
3. En cuanto al bocashi, el análisis indicó que es necesario mejorar la eficiencia del proceso productivo mediante capacitación técnica y una mejor gestión de insumos. Esto no solo permitirá reducir costos de producción, sino también mejorar la calidad del abono, promoviendo una agricultura más sostenible y competitiva en el mercado.

## XI. RECOMENDACIONES

1. Se recomienda mejorar el empaque del producto, haciéndolo más atractivo y funcional, para captar la atención de los consumidores y ampliar su alcance en mercados regionales. Asimismo, explorar canales de comercialización innovadores, como plataformas digitales y alianzas con comercios locales, podría fortalecer la competitividad del producto.
2. Es fundamental ofrecer capacitaciones técnicas continuas a los productores para optimizar los procesos de producción, especialmente en cuanto a la calidad de los insumos y el manejo de técnicas de fermentación. Se sugiere establecer alianzas con proveedores locales para facilitar el acceso a materias primas de calidad.
3. Mantener la colaboración entre productores, comercializadores y autoridades locales, promoviendo una comunicación fluida para mejorar la integración de la cadena de valor y facilitar el desarrollo de los planes de negocio derivados del análisis.
4. Implementar un sistema de seguimiento y evaluación periódica de las mejoras propuestas para garantizar su impacto y ajustar las estrategias según las necesidades del mercado y los avances en la producción.

## XII. ANEXOS

### Anexo 1. Cuadro de participantes

Participantes	H	M	TOTAL
Estudiantes	4	5	9
Productores	4	1	5
Técnicos - Docentes	0	1	1
Comercializadores	2	0	1
Procesadores de materia prima	0	1	1

### Anexo 2. Evidencias de taller

