

UNIVERSIDAD DE CIENCIAS COMERCIALES

UCC – MATAGALPA



COORDINACIÓN DE CARRERA CIENCIAS ECONÓMICAS

Culminación de Pensum

Proyecto de Graduación para optar al título de grado en Contaduría Pública y Finanzas

Capacidad Financiera de La Empresa Aldea Global Sociedad Responsable para la gestión ante la Nueva Cartera Comercial en el municipio El Cuá, departamento de Jinotega, en la Cosecha de Café 2024 – 2025, en el primer semestre del año 2024.

ELABORADO POR:

- ✓ Br. Ortuño Landero Brisa Seleste
- ✓ Br. Durán Solís Jonathan José
- ✓ Br. González Rivas Cinthia Karely

TUTOR TÉCNICO: MSC. José Ernesto Rodríguez Moreno

TUTOR METODOLÓGICO: MSc. Evelyn Kuan Torres

Matagalpa, Domingo 30 de junio del 2024

DEDICATORIA

Este trabajo es más que un compendio de conocimientos; es un tributo a quienes han dado forma a nuestra identidad.

A Dios, nuestra guía divina, nuestra roca inmutable En cada paso de este viaje académico, hemos sentido tu presencia reconfortante y tu mano guiadora. Tú has sido nuestro faro en las tempestades, y agradecemos humildemente por tu gracia que nos ha permitido superar obstáculos y alcanzar este logro.

A nuestros amados padres, fuente inagotable de amor, apoyo y sabiduría. Vuestra dedicación y sacrificios han sido la fuerza propulsora que nos ha llevado hasta este punto. Gracias por ser nuestro ejemplo de perseverancia y por brindarnos el regalo inigualable de una familia sólida.

En este capítulo de dedicatoria, celebramos la sinfonía de influencias divinas y parentales que han dado forma a esta obra, reflejando la unicidad y grandeza de nuestro viaje académico colectivo.

AGRADECIMIENTOS

El equipo de investigación desea expresar su más profundo agradecimiento a Aldea Global por su autorización en la elaboración de este trabajo. Su confianza y apoyo han sido fundamentales para llevar a cabo esta investigación de manera exitosa.

Un reconocimiento esencial se dirige a los especialistas, tutores y docentes que con su sabiduría y dedicación han guiado este trabajo. Su compromiso con la excelencia y su disposición para compartir su conocimiento han sido una fuente de inspiración y un modelo a seguir para todo el equipo de investigación.

Asimismo, se extiende un sincero agradecimiento a los productores que generosamente brindaron información vital para la investigación. Su experiencia y conocimientos prácticos han enriquecido significativamente este estudio, permitiendo que el proyecto refleje una realidad más completa y detallada del campo de estudio.

UNIVERSIDAD DE CIENCIAS COMERCIALES

UCC – MATAGALPA



COORDINACIÓN DE CARRERA CIENCIAS ECONÓMICAS

Culminación de Pensum

Proyecto de Graduación para optar al título de grado en Contaduría Pública Y

Finanzas

AVAL DEL TUTOR

Msc. José Rodríguez y Msc. Evelyn Kuan, tienen a bien:

CERTIFICAR QUE: El Proyecto de Graduación con el título: “**Capacidad Financiera de La Empresa Aldea Global para la gestión ante la Nueva Cartera Comercial en el municipio El Cuá, departamento de Jinotega, en la Cosecha de Café 2024 – 2025, en el primer semestre del año 2024.**”, elaborado por los estudiantes **Brisa Selesté Ortuño Landero, Jonathan José Durán Solís y Cinthia Karely González Rivas**, ha sido dirigida por los suscritos.

Al haber cumplido con los requisitos académicos y metodológicos del Proyecto de Graduación, damos de conformidad a la presentación de dicho trabajo de culminación de estudios para proceder a su lectura y defensa, de acuerdo con la normativa vigente del Reglamento de Régimen Académico Estudiantil y Reglamento de Investigación, Innovación y Transferencia.

Para que conste donde proceda, se firma la presente en UCC Matagalpa el día **Domingo 30 de junio del 2024.**

Fdo.: MSc. José Rodríguez
Tutor Técnico

Fdo.: MSc. Evelyn Kuan
Tutor Metodológico

RESUMEN

En la presente investigación se evaluó la capacidad financiera de la empresa Aldea Global para la gestión ante la nueva cartera comercial en el municipio El Cuá, departamento Jinotega en la cosecha de café 2024 – 2025 en el primer semestre del 2024. Para ello, se utilizó una muestra no probabilística con un muestreo por conveniencia en el cual se seleccionaron productores de la zona y al Gerente de Zonas por parte de la empresa. Se aplicaron las técnicas de entrevista y encuesta. El estudio fue de enfoque cuantitativo con incidencias cualitativas, de diseño no experimental, de alcance descriptivo con incidencias explicativas y de corte transversal. Los resultados fueron: La empresa Aldea Global, S.A posee la capacidad financiera para la gestión de la nueva cartera esto debido a la contante inversión de sus fondeadores sin embargo actualmente no cuenta con la capacidad suficiente en su planta procesadora esto debido a que está en proyecto de ampliación lo que a su vez es bueno ya que esto indica que la empresa tiene la visión a futuro de aumentar sus compras, además las necesidades del mercado actual indican que los productores de la zona ante la incertidumbre que existe ameritan del acompañamiento de una empresa acopiadora que cumpla con las expectativas de los productores; Es por ello que mediante un plan de estrategias se propone captar el 50% de la nueva cartera disponible en el mercado actual. La ejecución del plan se estima de 6 a 10 meses.

Palabras Claves: Capacidad Financiera, Capacidad Instalada, Productores, Necesidades del mercado, Plan estratégico.

ABSTRACT

In this research, the financial capacity of the company Aldea Global for the management of the new commercial portfolio in the municipality of El Cuá, department of Jinotega in the 2024 – 2025 coffee harvest in the first half of 2024 was evaluated. To do this, a non-probabilistic sample was used with a convenience sampling in which producers from the area and the Zone Manager were selected by the company. Interview and survey techniques were applied. The study was quantitative with qualitative incidences, of non-experimental design, of descriptive scope with explanatory and cross-sectional incidences. The results were: The company Aldea Global, S.A. has the financial capacity to manage the new portfolio, this due to the constant investment of its funders, however, it currently does not have enough capacity in its processing plant, this because it is in an expansion project, which in turn is good since this indicates that the company has the vision for the future to increase its purchases. in addition, the needs of the current market indicate that the producers of the area, in the face of the uncertainty that exists, deserve the accompaniment of a storage company that meets the expectations of the producers; That is why through a strategy plan it is proposed to capture 50% of the new portfolio available in the current market. The execution of the plan is estimated at 6 to 10 months.

Keywords: Financial capacity, installed capacity, Producers, Market needs, Strategic plan.

DEDICATORIA.....	i
AGRADECIMIENTO.....	ii
CARTA AVAL.....	iii
RESUMEN.....	iv
ABSTRACT.....	v

INDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO	3
1.1.- Antecedentes y Contexto del Problema	3
1.1.1. Antecedentes Internacionales	3
1.1.2. Antecedentes Regionales	4
1.1.3. Antecedentes Nacionales	5
1.1.4. Antecedentes Locales	6
1.2.- Objetivos Del Proyecto.....	8
1.3.- Descripción del Problema y Preguntas de Investigación	9
1.4.- Justificación	11
1.5.- Alcance y Limitaciones del Proyecto	13
1.5.1. Alcance	13
1.5.2. Limitaciones	13
1.6 Hipótesis.....	14
CAPÍTULO II: MARCO REFERENCIAL	15
2.1.- Marco Conceptual, Teórico e Histórico.....	15
2.1.1. Las necesidades del mercado:.....	15
2.1.1.1 El geoposicionamiento (Posicionamiento geográfico):.....	15
2.1.1.1.1 Acopio:	16
2.1.1.1.1.1 Zonas rurales:	16
2.1.1.1.1.2 Zonas estratégicas:	16
2.1.1.1.1.3 Accesibilidad de pago:	17
2.2.1.1. Bolsa de valores de New York:.....	17
2.2.1.1.1 Transar:	18
2.3.1.1 Ciclo productivo:	18

2.3.1.1.1 Asistencia Técnica:	19
2.3.1.1.2 Capacitaciones grupales:	19
2.3.1.1.3 Financiamiento:	19
2.3.1.1.4 Post cosecha:	20
2.3.1.1.5 Precosecha:	20
2.3.1.1.6 insumos agrícolas.....	20
2.4.1.1 Estándares de calidad:	21
2.4.1.1.1 Certificaciones de café:	21
2.5.1.1 Incentivos:	22
2.2 Diagnosticar:	22
2.2.1 Situación financiera:.....	23
2.2.1.1 Nivel de endeudamiento:	23
2.2.1.1.1 Apalancamiento financiero:	23
2.2.1.2 Liquidez:	24
2.2.1.2.1 Efectivo:	24
2.2.1.2.2 Inventario:	25
2.2.1.3 Rentabilidad:.....	25
2.2.1.3.1 Margen de utilidad:.....	25
2.2.1.3.2 Rotación de inventario	26
2.2.1.4 Capital de trabajo:	26
2.2.1.4.1 Activo corriente:	27
2.2.2. Capacidad Instalada:.....	27
2.2.2.1 Infraestructura:	27
2.2.2.1.1 Oficinas.....	28
2.2.2.1.2 Planta de procesamiento:	28
2.2.2.2 Personal disponible:	29
2.2.2.2.1 Personal Permanente:	29
2.2.2.2.2 Personal temporal:	29
2.2.2.3 Maquinaria industrial:.....	30
2.2.2.3.1 Maquinaria procesadora.....	30
2.3 Plan estratégico:	31
2.2.- Marco Legal.....	31

2.3.- Marco Contextual, Institucional	34
CAPÍTULO III: DISEÑO METODOLÓGICO	35
3.1.- Tipo de Investigación y Proyecto	35
3.1.1. Tipo de investigación.....	35
3.1.2. Alcance	35
3.1.3. Enfoque	36
3.1.4. Tiempo	36
3.2.- Área de estudio: Macro y Micro localización	36
3.2.1. Macro-Localización	36
3.2.2. Micro- Localización	37
3.3.- Unidades de Análisis	38
3.3.1. Población:	38
3.3.2. Muestra:.....	39
3.3.3. Muestreo	39
3.4.- Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	39
3.4.1. Encuestas:	39
3.4.2. Entrevista:	40
3.5.- Confiabilidad y Validez de los Instrumentos.....	40
3.5.1. Confiabilidad:	40
3.5.2. Validez:	40
3.6.- Procesamiento de Datos y Análisis de la Información	42
3.6.1. Primera Fase:	42
3.6.2 Segunda Fase:	43
3.6.3. Tercera Fase:.....	43
3.6.4. Cuarta fase:	44
3.7. Operacionalización de variables.	44
CAPÍTULO IV. ANÁLISIS DE RESULTADO	45
Variable: Necesidades de Mercado	45
Variable: FODA: Situación financiera y Capacidad instalada.....	65
Variable: Plan Estratégico.....	68
V. CONCLUSIONES	97
VI. RECOMENDACIONES	98

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	99
---	-----------

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla No. 1. Leyes que regulan a Aldea Global, S.A.....	33
Tabla No. 2. Datos de los Expertos (Validación).....	44

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura No. 1 Mapa de Nicaragua	39
Figura No. 2 Mapa del Municipio de El Cuá-Jinotega.....	40
Figura No. 3 FODA de Aldea Global.....	71

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No.1 Aspectos necesarios para un acopio.....	47
Gráfico No.2 Acopios en Zonas Rurales.....	49
Gráfico No.3 Ubicación estratégica de los acopios.....	51
Gráfico No.4 Pagos de liquidación de Café en los acopios.....	53
Gráfico No.5 Establecimiento del precio del café según la bolsa de valores de New York.....	54
Gráfico No.6 Asistencia Técnica.....	56
Gráfico No.7 Capacitaciones Grupales.....	57
Gráfico No.8 Aspectos Importantes para las Capacitaciones.....	59
Gráfico No.9 Financiamiento más adecuado.....	60
Gráfico No.10 Servicios de Insumo Agrícola.....	62
Gráfico No.11 Incentivo más Importante.....	63
Gráfico No.12 Exigencias Vs Beneficios.....	65
Gráfico No.13 Estándares de Calidad.....	67
Gráfico No.14 Plazas de Café de Aldea Global.....	69

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo No 1. Operacionalización de Variables	
Anexo No 2. Encuesta a los productores	
Anexo No 3. Entrevista dirigida al gerente de Aldeas	
Anexo No 4. Cronograma de actividades del proyecto	

INTRODUCCIÓN

Aldea Global inicio en el año 1992, con 22 pequeños productores y hoy agrupa en 8 sucursales a cerca de 12.000 socios en la región norte de Nicaragua, está actualmente ofrece servicios de créditos, acopio de café y granos básicos, servicios de transporte a través de Aldea Ray, capacitaciones agropecuarias y otros.

En la región norte Nicaragua, la economía se caracteriza actualmente por una diversidad de actividades que sustentan el desarrollo regional. La agricultura y la ganadería son pilares fundamentales, aprovechando las tierras fértiles y el clima favorable para el cultivo de café, así como para la producción de carne y lácteos. Actualmente ante la ampliación y cambios en el mercado de los granos básicos en la zona norte de Nicaragua los agricultores tienen la necesidad de adquirir servicios financieros para financiar sus actividades agrícolas. Esto hace que las cooperativas y entidades que ofrecen prestamos traten de atraer a la nueva cartera de clientes tratando de ofrecer más beneficios que su competencia y Aldea Global no debe ser la excepción en este escenario tan apremiante para su futuro.

Por consiguiente, el presente trabajo denominado “Capacidad Financiera de La Empresa Aldea Global para la gestión ante la Nueva Cartera Comercial en el municipio El Cuá, departamento de Jinotega, en la Cosecha de Café 2024- 2025, en el primer semestre del año 2024”, tuvo como propósito evaluar la capacidad financiera de la empresa Aldea Global para la gestionar la nueva cartera comercial. La investigación tuvo un alcance descriptivo con incidencias explicativas, enfoque cuantitativo con incidencias cualitativas y el tiempo de estudio fue de carácter transversal. Las variables del estudio fueron: las necesidades del mercado, el análisis FODA (que incluye la situación financiera y la capacidad instalada), y Plan estratégico. La muestra fue de veintiséis productores de la zona del El Cuá, Jinotega y el Gerente General de Aldeas. Las técnicas de investigación fueron la encuesta y entrevistas.

El documento está estructurado de la siguiente manera: Capítulo I, Planteamiento del problema, que abarca desde los antecedentes hasta la el alcance. Capítulo II, Marco referencial, presentando el marco contextual, conceptual y legal. Capítulo III, Cubre

todo lo que conlleva el diseño metodológico, Capítulo IV Análisis e interpretación de resultados donde se llevara a cabo el análisis de las repuestas de las encuestas y entrevistas, Capitulo V Conclusiones y futuras líneas de investigación donde se exponen las respectivas conclusiones y como se han alcanzado los objetivos específicos del proyecto, finalizando con Capitulo VI Recomendaciones para la empresa Aldea Global sobre su capacidad financiera y cartera de clientes.

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO

1.1.- Antecedentes y Contexto del Problema

A continuación, se describen un total de nueve antecedentes los cuales se dividen en internacionales, regionales, nacionales y locales. Todos estos relacionados con el tema de la investigación ya que presentan estudios que analizan la capacidad, gestión y estrategias financiera de una variedad de empresas que permiten contextualizar el tema analizado.

1.1.1. Antecedentes Internacionales

En Ambato Ecuador, Yucailla (2022), realizó la investigación “Gestión de Cartera de Crédito y la rentabilidad para las cooperativas de ahorro y crédito en Ambato, Ecuador con el objetivo analizar la cartera de crédito y su incidencia en la rentabilidad de la cooperativa de ahorro y crédito Ambato Ltda. Se utilizó investigación mixta con enfoque cualitativo que, permitió fundamentar la información recabada de la cartera de crédito y rentabilidad de la cooperativa para establecer relaciones a largo plazo con clientes de la cooperativa, mediante modelos y parámetros de auditoria con un adecuado análisis desde el proceso de crédito hasta la finalización del desembolso del mismo.

Esta investigación fue importante porque mostró la relación entre las variables del análisis de la cartera de clientes y su incidencia en la rentabilidad de las empresas.

En Villa el Salvador, Perú Cristóbal y Palacios (2021), en la tesis “Análisis financiero y toma de decisiones en una empresa minera, Villa el Salvador” cuyo objetivo fue determinar la influencia del Análisis financiero y toma de decisiones en una empresa minera en Villa el Salvador, Perú. Fue un estudio cuantitativo con un diseño no experimental de corte transversal, nivel descriptivo correlacional. Se concluye que, los individuos toman decisiones financieras influenciados por factores externos se recomienda contar con un control interno de las finanzas de las empresas para elaborar y analizar mejor las estrategias a tomar para la mejora de las decisiones de gerencia.

Este estudio aportó elementos de las variables a estudiar cómo la influencia del análisis financiero en las decisiones de una empresa, por ende, se determinó la relación de las mismas.

En Chilayo Perú, Bayacam (2019), realizó el estudio “Impacto de la gestión financiera y propuesta de mejora en la rentabilidad de la corporación HDC S.A en Chilayo Perú 2013-2017” con el objetivo de evaluar la gestión financiera de la empresa, analizando sus estados financieros, diagnosticando su planificación y control de recursos financieros mediante estrategias financieras que contribuyan a su gestión financiera, rentabilidad y desempeño empresarial. El tipo de investigación fue descriptiva con diseño no experimental. Se concluyó, que la Corporación HDC no tiene una adecuada gestión financiera que no le permite cubrir sus deudas y hacer frente al mercado competitivo.

Este estudio fue importante para la investigación ya que evaluó la gestión financiera y el control de sus recursos.

1.1.2. Antecedentes Regionales

En Herida Costa Rica. Espinoza et al. (2021), realizaron la investigación “Propuesta de gestión financiera para la empresa startx consulting S.A en Herida, Costa Rica”. La investigación fue realizada con la finalidad de conocer la gestión financiera que implementa la empresa en el periodo 2016 - 2020. La metodología fue investigación cuantitativa. Se concluye que, la empresa StartX Consulting, presenta una disminución en la capacidad de liquidez a partir del año 2018, generada por un descenso en el capital neto de trabajo que, a la vez, conlleva a una disminución en la capacidad de crecimiento de la empresa.

Los aportes de este estudio se vincularon con esta investigación por el análisis a la estructura financiera y la incidencia de las decisiones empresariales.

En Panamá. Meza (2021), realizó la investigación “Estrategias Financieras para la optimización de los recursos económicos de la empresa social del estado Ese Hospital de san Marco Sucre, Panamá”. Tenía como objetivo diseñar un modelo de estrategias

financieras para la optimización de los recursos económicos del ESE (Empresa Social del Estado) Hospital de San Marco Sucre. El enfoque fue cuantitativo, con diseño no experimental analítico. Los resultados indicaron que, la directiva no utilizaba consistentemente estrategias dirigidas a la eficiencia financiera por lo que no conocían en que áreas realizar inversiones. Se propuso la aplicación de capacitaciones en la gestión financiera para que se constituya una base de crecimiento interno y sostenibilidad de la ESE Hospital.

Esta investigación resulto crucial para el estudio, ya que su objetivo principal era diseñar un modelo de estrategias financieras para gestionar eficientemente los recursos de la empresa.

1.1.3. Antecedentes Nacionales

En Estelí Nicaragua. Lanuza y López (2020), abordaron el tema “Análisis de situación Financiera de la Compañía Nicaragüense de Comunicaciones S. A Estelí, durante el período contable 2017-2018”, con el objetivo de analizar la situación financiera de la compañía nicaragüense de comunicaciones S, A durante el periodo 2017-2018. La metodología se desarrolló con enfoque cualitativa, nivel descriptivo. Se concluyó que, la compañía cumple con múltiples procesos y controles de actividades diarias, sin embargo, las decisiones financieras se toman de forma empírica e intuitiva representando un riesgo para las operaciones de la compañía. Se propone a la gerencia implementar un nuevo sistema de gestión tomando en cuentas los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados, así como la gestión eficiente los inventarios.

En este estudio se contemplan aspectos importantes sobre la situación financiera de una empresa.

En Managua Nicaragua, Velásquez (2020), realizó la investigación denominada “Propuesta de un plan estratégico para el mejoramiento de la empresa CREDINICA, Managua”. Que tuvo como propósito diseñar un plan estratégico que dé lugar a identificar las mejoras que se deben considerar para plantear las estrategias que

ayuden a la eficiencia y eficacia de CREDINICA. Entre la metodología se destaca el tipo descriptiva, con enfoque cualitativo. Se derivó que la empresa no está afrontando los retos del sector a pesar de tener ventajas competitivas. Se recomendó la ejecución inmediata y un monitoreo trimestral al plan estratégico propuesto, así como el cierre de vínculos con los clientes que cuentan con créditos deteriorados.

La investigación está relacionada con el estudio ya que se planteó diseñar un plan estratégico.

En León Nicaragua, Flores et al. (2019), realizó el estudio “Propuesta de plan financiero para la empresa “CCSFINANCIERA” basado en la información financiera, durante el periodo comprendido 2016- 2018”. Tenía como objetivo Proponer un plan Financiero para la empresa “CCS-FINANCIERA”, basado en los resultados obtenidos de los periodos 2016 -2018. La investigación posee una metodología de tipo descriptiva con enfoque cualitativo y de corte transversal. Se concluye que en función del método CAMEL los indicadores financieros determinaron que la empresa no puede cubrir actualmente sus obligaciones por lo que se propone tomar medidas para a futuro mejorar las posibles afectaciones en las diferentes cuentas que no cumplan con los resultados esperados.

La investigación aportó al estudio un enfoque debido a que propone un plan financiero para la empresa estudiada.

1.1.4. Antecedentes Locales

En Matagalpa Nicaragua, Mendoza y Martínez (2021), en su investigación titulada “Viabilidad comercial, operativa y financiera de un centro de acopio de musáceas (Musácea), en La Dalia, Matagalpa, 2019-2023” tuvo como objetivo evaluar la viabilidad comercial, operativa y rentabilidad financiera de un centro de acopio de musáceas en La Dalia, Matagalpa, 2019-2023. El tipo de investigación es cuantitativa no experimental con enfoque descriptivo. Se concluyó que, existe una demanda insatisfecha del 75% de la población del mercado municipal, además que el análisis

financiero revelo que el negocio es rentable por lo que se recomendó invertir y expandir el negocio para asegurar la competitividad del mercado.

El estudio resalto la relevancia de esta investigación ya que evaluó la viabilidad comercial que posee un centro de acopio.

No se encontraron otros antecedentes recientes en la zona en la que se realizó la presente investigación.

1.2.- Objetivos Del Proyecto

Objetivo General

Evaluar la capacidad financiera de la empresa Aldea Global para la gestión ante la nueva cartera comercial en el municipio El Cuá, departamento Jinotega en la cosecha de café 2024 – 2025.

Objetivos Específicos

- Identificar las necesidades del mercado actual ante la reestructuración de distribución y comercialización del café en el municipio El Cuá, departamento Jinotega en la cosecha 2024 – 2025.
- Diagnosticar la situación financiera y capacidad instalada actual de la empresa Aldea Global ante el nuevo mercado de comercialización del café en el municipio El Cuá, departamento Jinotega, durante la cosecha 2024 – 2025.
- Proponer Plan estratégico para la captación de nueva cartera de clientes para Aldea Global en El Cuá, departamento Jinotega, durante la cosecha 2024 – 2025.

1.3.- Descripción del Problema y Preguntas de Investigación

El propósito de un análisis financiero es comprobar la liquidez de una empresa y capacidad económica para medir su rentabilidad ante el mercado.

La empresa Aldea Global es una organización que brinda servicios y soluciones financieras a los pequeños productores del sector rural mediante sus diferentes empresas: AldeaZon que proporciona insumos agrícolas, Aldea Coffee la comercialización de café y Aldea Crédito para los financiamientos de los productores. Por lo cual brinda un perfil completo para los productores en la zona norte del país.

Actualmente el mercado del café tomó un giro inesperado tras el cierre de CISA Exportadora a inicios de diciembre 2023, tomando en cuenta que CISA era la principal compradora y comercializadora de café en Nicaragua, la cual compraba a unos 8 mil caficultores, concentraba la comercialización de un millón 200 mil quintales del grano de oro, lo que equivale entre el 28 y 32% de lo que se produce en el país (Navarro, 2023).

Los productores medianos y grandes que son la minoría, pero son los que más producen el café, en términos de volumen, estos llegaron a establecer compromisos de entrega de café a futuro con CISA en la bolsa de Nueva York, porque son contratos a largo plazo con fechas y precios establecidos. A nivel local la competencia con los precios de café al salir una empresa de este tamaño no ha alcanzado los resultados esperados debido a la falta de estabilización.

La incertidumbre entre los productores de café con la pérdida de este importante canal de exportación, se enfrentan a desafíos económico y logísticos que amenazan su estabilidad, la falta de claridad sobre el ¿Cómo? Y ¿Dónde? Comercializar el producto, añade un nivel de estrés en un sector ya vulnerable a la volatilidad del mercado, por ende, se ven afectados por la disminución en el número de empresas que compiten por captar el grano de café, principalmente enfocándose en el precio.

Por todo lo anteriormente expuesto y para la realización de este estudio se plantean la siguiente interrogante:

¿Cuál es la capacidad Financiera de La Empresa Aldea Global para la gestión ante Nueva Cartera Comercial en el municipio El Cuá, departamento de Jinotega, en la Cosecha de Café 2024 – 2025, en el I Semestre 2024?

Derivando las siguientes preguntas directrices:

¿Cuáles son las necesidades del mercado actual ante la restructuración de distribución y comercialización del café en el municipio El Cuá, departamento Jinotega en la cosecha 2024 – 2025?

¿Cuál es el diagnóstico de la situación financiera y capacidad instalada actual de la empresa Aldea Global ante el nuevo mercado de comercialización del café en el municipio El Cuá, departamento Jinotega, durante la cosecha 2024 – 2025?

¿Qué estrategias financieras se deben incluir en el plan estratégico para la gestión ante la nueva cartera comercial en el municipio El Cuá, departamento Jinotega en la cosecha 2024 – 2025?

1.4.- Justificación

El presente documento se enfoca en la evaluación de la capacidad financiera de la empresa Aldea Global S, A. en el municipio El Cuá, departamento de Jinotega en el primer semestre del año 2024. La cual posee una importancia fundamental para comprender las necesidades actuales frente a la reestructuración del mercado de distribución y exportación del café en dicha región.

La empresa Aldea Global posee un modelo operativo con una amplia gama de servicios que incluyen: la venta de insumos agrícolas, financiamiento y la comercialización de la cosecha en sus acopios durante la temporada.

Se pretendió evaluar los recursos financieros de Aldea Global para satisfacer las demandas del mercado cafetalero local, esto permitió identificar posibles áreas de mejora y optimización. Además, la propuesta de estrategias financieras adaptadas a las necesidades del mercado en El Cuá represento un paso decisivo para la empresa en la captación y retención de clientes en un contexto tan dinámico como el de la industria del café.

Este estudio se centró en la aplicación de teorías financieras clásicas y específicas de la industria cafetalera para evaluar la capacidad financiera de Aldea Global en la gestión de la nueva cartera comercial en El Cuá, Jinotega, durante la cosecha de café 2024-2025. Se analizaron conceptos como Margen de utilidad, rentabilidad y liquidez, así como modelos de cadena de valor y análisis de mercado para comprender la posición de la empresa. Este enfoque proporcionó una base sólida para el análisis y la formulación de estrategias financieras en el contexto específico de la industria del café en El Cuá.

La investigación ofreció un plan estratégico para captar la nueva cartera de clientes y por ende fortalecer su impacto económico y social a largo plazo

Los beneficiarios de este estudio incluyeron directamente a la empresa Aldea Global y los productores de café en El Cuá, Jinotega, quienes obtuvieron información crucial

sobre la gestión financiera y las estrategias comerciales en la industria del café. Indirectamente, la comunidad local y el departamento de Jinotega se beneficiaron del desarrollo económico generado por la empresa y los productores de café.

El estudio servirá de referencia para continuar investigando los aspectos de la capacidad financiera, además de esto contribuirá a recopilar información que puede ser utilizada por otros investigadores a través del repositorio de UCC, Managua, sede Matagalpa donde estudiantes de carreras afines a las Ciencias Comerciales se apoyaran para el desafío de nuevas investigaciones al utilizar los presentes datos como antecedentes, técnicas y métodos de investigación.

1.5.- Alcance y Limitaciones del Proyecto

1.5.1. Alcance

El alcance de esta investigación fue determinar la capacidad financiera de la empresa Aldea Global S, A. en el municipio El Cuá, departamento de Jinotega, durante el primer semestre del 2024, mediante el análisis de sus estados financieros, indicadores económicos, instalaciones, insumos y herramientas disponibles para la comercialización y exportación de café. Las fuentes principales de información serán el Gerente General de Aldeas y la nueva cartera de clientes combinado métodos de recolección de datos cuantitativos y cualitativos.

1.5.2. Limitaciones

Las limitaciones de esta investigación son las siguientes:

- La ubicación de la empresa Aldea Global S, A en El Cuá, Jinotega puede dificultar el acceso a los investigadores por su lejanía y pocos medios de transporte disponibles para llegar a ella.
- Incapacidad de acceder a los estados financieros más recientes de la empresa Aldea Global S, A. debido a sus políticas internas u otras causas.
- Reticencia de la empresa Aldea Global S, A. a presentar información o responder preguntas debido a políticas internas, desconfianza o falta de tiempo.
- Acceso a información financiera actualizada de la empresa Aldea Global S,A

1.6 Hipótesis

La empresa Aldea Global cuenta con la capacidad financiera suficiente para gestionar eficazmente la nueva cartera comercial en el municipio El Cuá durante la cosecha de café 2024-2025, lo cual se reflejará en su capacidad de inversión en infraestructura, contratación de personal adicional y manejo de costos operativos sin comprometer su estabilidad financiera.

CAPÍTULO II: MARCO REFERENCIAL

2.1.- Marco Conceptual, Teórico e Histórico

En el presente Capítulo se definieron los conceptos que tienen relación con el tema de investigación.

2.1.1. Las necesidades del mercado

“Se refieren a las demandas y expectativas de los consumidores en relación con productos y servicios. Estas necesidades pueden ser impulsadas por cambios en el estilo de vida, avances tecnológicos, preocupaciones ambientales o cualquier otro factor que influya en las preferencias del consumidor” (Condega, 2022).

Las necesidades de los consumidores definen la demanda del mercado, el cual según la localidad posee diferentes necesidades.

Actualmente en el municipio de El Cuá existe una fuerte demanda por parte de los productores ante los cambios actuales en el mercado por lo cual es necesario la oferta de una empresa acopiadora como Aldea Global.

2.1.1.1 El geoposicionamiento (Posicionamiento geográfico). “También conocido como seguimiento geográfico o fijación de posición geográfica es el proceso de determinar o estimar la posición geográfica de un objeto. se refiere a ubicar una persona, o una cosa, sobre la superficie terrestre, generalmente especificando la latitud y longitud de la misma” (Keating, 2020).

El posicionamiento geográfico en las relaciones económicas. se refiere a todos los sectores económicos (el agrícola y ganadero, el industrial, el sector terciario y el ámbito de la innovación y el desarrollo). En este sentido, las características geográficas de una zona determinan el conjunto de las decisiones económicas.

En el municipio de El Cuá, están posicionados los acopios de Aldea Global, siendo esta zona cubierta por la empresa, con sus oficinas ubicadas en el centro del municipio y zonas de acopio o asociados acopiadores en las comunidades de esta zona, ofreciendo de esta forma una cobertura completa.

2.1.1.1.1 Acopio. “Los centros de acopio para la comercialización de café cumplen la función de reunir la producción de pequeños o medianos productores para que puedan competir en cantidad y calidad. Es decir, se trata de un centro de servicios, donde los productos tendrán un corto periodo de permanencia antes de su comercialización” (Ledezma, 2019).

Es una localización establecida que tiene por objetivo el almacenamiento de los productos procedentes de la cosecha del periodo, con el objetivo de almacenarlos y posteriormente ser vendidos.

Los Acopios de café en Aldea Global S, A. son utilizados como intermediarios de la empresa en las comunidades lejanas, estas actúan en nombre de la empresa en los cuales los representantes de la empresa compran el café y lo envían en camiones a la planta industrial.

2.1.1.1.1.1 Zonas rurales. “Área del municipio ubicada fuera de alguno de los perímetros urbanos ya sea de la cabecera municipal, de los corregimientos o de las inspecciones de policía. Terrenos no aptos para el uso urbano por razones de oportunidad o por su destinación a usos agrícolas, ganaderos, forestales, de explotación de recursos naturales y actividades análogas” (Ideca, s.f)

Son áreas geográficas caracterizadas por la baja densidad poblacional, ausencia de servicios varios y una economía agrícola.

En el municipio de El Cuá existen comunidades plenamente rurales de las cuales la mayor parte de su población se dedica a actividades agrícolas, por lo que es una localización atractiva para empresas del rubro agrícola.

2.1.1.1.1.2 Zonas estratégicas. “Es la elección de un lugar para situar una empresa o negocio. Esta decisión debe ser tomada teniendo en cuenta una serie de factores, como el mercado objetivo, los competidores, los costes y las ventajas competitivas” (Firstworkplaces, S.F).

Son localizaciones relevantes ya sean por su propia ubicación, recursos o accesibilidad a los mismos. Estas son muy parecidas y son codiciadas por sus dichas ventajas.

Aldea Global S, A. está localizada de forma estratégica en la zona norte de Nicaragua en los departamentos de Matagalpa, Jinotega y Nueva Segovia. Esto para abarcar y ser accesible para la mayoría de los agricultores de la zona norte.

2.1.1.1.1.3 Accesibilidad de pago. “Accesibilidad significa que el servicio de pago puede ser utilizado por cualquier persona, independientemente de sus capacidades, preferencias o dispositivos. La accesibilidad también beneficia a los proveedores de servicios de pago, ya que puede aumentar la satisfacción, la lealtad y la retención del cliente” (Linkedin, 2023).

Es facilitar la gestión del pago para los clientes con el objetivo que dicho pago se efectúe de forma rápida y confiable. Muchas empresas actuales facilitan los pagos de sus servicios por transferencia por la confianza y rapidez que este supone.

La empresa Aldea Global S, A hace más accesible el pago de sus servicios gracias a su página web que brinda información sobre las sucursales, planes cálculos de intereses y su propia Aplicación móvil “Aldea Móvil” desde la cual los productores pueden realizar el pago de su préstamo y visualizar sus planes de pago.

2.2.1.1. Bolsa de valores de New York: “Es la Bolsa más importante del mundo y sus fluctuaciones condicionan los movimientos de los precios de los valores de los mercados bursátiles internacionales. Está situada en Wall Street y es objeto de atención y seguimiento por todos los analistas financieros del mundo. Supone, además un barómetro de la economía mundial por la representatividad y multinacional de los valores que en dicha Bolsa cotizan” (Estrategias de inversión, S.F).

Es una organización de Estados Unidos dedicada a la especulación de bonos, acciones y diversas mercancías. Las personas afiliadas a estas invierten en estos activos para obtener ganancias de su venta a futuro.

La bolsa de valores de New York es importante para Aldea Global ya que esta sirve de referencia, por lo que se considera un costo de operación por parte de la empresa para la fijación de un precio justo.

2.2.1.1.1 Transar. “En el mundo financiero, transar se utiliza para referirse a la compra o venta de activos financieros, como acciones, bonos o divisas” (Castro, 2023).

Es el acto de comprar o vender bienes, servicios o activos financieros en un mercado. Es una actividad fundamental en la economía que permite el intercambio de recursos y la creación de valor para las partes involucradas.

La empresa Aldea Global S, A como se mencionó anteriormente para vender el café se guían en base a la bolsa de valores de New York. Lo cual asegura que los precios estén en concordancia con la demanda del mercado.

2.3.1.1 Ciclo productivo: “Un proceso productivo contempla el conjunto de operaciones que una empresa debe realizar con el fin de ofrecer un bien, un servicio o un producto. Abarca la totalidad de los procedimientos que permiten transformar un recurso, una idea o una materia prima en el resultado final que una empresa ofrece al mercado” (Diego, 2021).

Es una lista de procesos que se repiten en un cierto periodo de tiempo para asegurar la correcta producción y optimización del proceso de creación de productos, este ciclo incluye la planificación, la producción, la evaluación y la mejora continua.

Aldea Global S, A establece estándares de calidad, normas y capacitaciones para asegurar un óptimo ciclo productivo a sus colaboradores, por medios digitales y presenciales.

2.3.1.1.1 Asistencia Técnica. “Se refiere a la actividad de transferencia de información e innovaciones a los productores para incrementar sus conocimientos en una amplia gama de aspectos, mismos que van desde el diagnóstico y la planeación de la producción hasta su comercialización” (Camacho, 2015).

Son actividades que realizan las organizaciones conjuntamente con los colaboradores en donde se les informa y guía sobre reglas, procedimientos o cambios en la realización de actividades relacionadas a cierta área.

En Aldea Global S, A. por lo general a los agricultores se les enseña métodos de cultivo de café, uso de maquinaria y otros temas para mejorar la producción y logística de la cosecha del café.

2.3.1.1.2 Capacitaciones grupales. “Es el conocimiento que se da a un grupo de participantes, y la enseñanza se imparte en forma colectiva” (Eslabon, S.F).

Son actividades de enseñanza en las cuales se informa y recomiendan aspectos relevantes a los integrantes de la empresa para un correcto desempeño de sus operaciones.

En el caso de Aldea Global S, A. se imparte información enfocada a la gestión administrativa y financiera además de temas relevantes para el mercado actual del café como precios, distribuidores, plagas, resiliencia frente al cambio climático y otros impactos externos relacionados al cultivo cafetalero.

2.3.1.1.3 Financiamiento. “El financiamiento en una organización es la proveedora del dinero para el levantamiento de proyectos de inversión”. (Salinas, 2017)

Son las fuentes de ingresos por las cuales las organizaciones obtiene dinero para su financiamiento y crecimiento siendo invertido por ejemplo en equipos, ampliación de servicios u personal.

En Aldea Global S, A. su mayor fuente de ingreso es la comercialización del café y el aporte de capital por los inversionistas a la empresa.

2.3.1.1.4 Post cosecha. “Se refiere al manejo adecuado para la conservación de diversos productos agrícolas, con el fin de determinar la calidad y su posterior comercialización o consumo” (Ricio, 2019).

Son los procesos que se aplican a los productos luego de ser cosechados como el lavado y almacenamiento. Este proceso asegura la calidad y conservación del producto hasta el momento de llegar al consumidor.

En la post cosecha Aldea Global se encarga de brindar apoyo al agricultor para reanimar sus cultivos y pueda seguir aprovechándolos en el siguiente ciclo productivo.

2.3.1.1.5 Precosecha. “se conoce como precosecha al conjunto de factores variables que intervienen durante el desarrollo de planta y por ende en los productos frutícolas que de esta podamos obtener, es decir todos los eventos que tienen lugar antes de la cosecha” (Mejia & Aguilar, 2019).

Se refiere a las prácticas agrícolas que se realizan justo antes de la cosecha para optimizar la calidad y cantidad del producto final. Durante esta fase, se pueden aplicar tratamientos específicos a las plantas para mejorar aspectos como el aroma, el sabor y la producción.

Para Aldea Global la precosecha es de suma importancia ya que de esta etapa depende el rendimiento de la producción por lo cual tienen un plan enfocado en la Precosecha adaptado a las necesidades de los productores.

2.3.1.1.6 insumos agrícolas. “Se refiere a un bien que se emplea en la producción o fabricación de otros bienes. Según el contexto en el que lo utilizemos, puede utilizarse como sinónimo de materia prima o factor de producción” (Glosario de agricultura, 2021).

Los insumos agrícolas son materiales utilizados en la producción agrícola para mejorar la eficiencia y aumentar la cantidad y calidad de los cultivos.

En Aldea Global los insumos pasan por pruebas de laboratorio que certifican su composición lo cual le da valor agregado, además, que para la empresa es muy importante apoyar al productor con insumos que su cosecha realmente necesita ya que son dados de acuerdo con las necesidades y posibilidades del productor.

2.4.1.1 Estándares de calidad. “Son puntos de referencia que sirven para fijar un mínimo de condiciones, a fin que las características de un producto o servicio sean capaces de satisfacer eficientemente las necesidades de los consumidores” (Cotrin, Emprender, 2020).

Son normas y procedimientos establecidos para la realización de un proceso para asegurar su eficiencia y eficacia, dando como resultado un producto o servicio altamente competitivo.

Los estándares de calidad en Aldea Global varían porque estos son mejorados en cada ciclo de producción ya que para la empresa es importante el compromiso con las buenas prácticas productivas para obtener una buena cosecha.

2.4.1.1.1 Certificaciones de café. “La certificación es un proceso de sostenibilidad que incluye buenas prácticas agrícolas en las fincas, responsabilidad social empresarial, cumplimiento de leyes, normativas, mejoras continuas en las fincas y oportunidad de mercado en el mundo del café. Todas estas variables en su conjunto son una herramienta de diferenciación del café para el consumidor” (Ruiz, López, & Pérez, 2013).

Son documentos o sellos que garantizan que el café cumple con ciertos estándares por ejemplo de calidad o ambientales con el objetivo de mejorar la imagen de la marca de café a ojos de consumidores y distribuidores. Por lo

general las certificaciones son establecidas y se realizan las propias evaluaciones por parte de empresas privadas de distribución de café.

En cuanto a Aldea Global las certificaciones no solo representan una mejor compensación económica ya que su plan de protocolo esta meramente enfocado en su misión “Armonía con el medio ambiente y con Dios”, se certifican fincas productoras de café de acuerdo con la implementación de buenas prácticas ambientales.

2.5.1.1 Incentivos. “son estímulos ofrecidos por una empresa con el fin de motivar la productividad y el bienestar general de la organización. Estos pueden tener la forma de reconocimientos, premios o beneficios laborales que se otorgan como recompensas por alcanzar metas definidas o bien como estimulantes para llegar a ellas” (Camilo, 2024).

Son estrategias que tienen por objetivo estimular la producción y venta de productos dándole beneficioso a los colaboradores ya sean económicos o sociales como educación o servicios de salud para sus familiares.

El principal incentivo que ofrece aldea global es el insumo agrícola ya que la empresa considera de mayor importancia para mejorar el rendimiento de la cosecha y el mantenimiento de la planta.

2.2 Diagnosticar

“Un diagnóstico empresarial es una evaluación de la gestión, operatividad y funcionamiento de una empresa que tiene como objetivo detectar sus fortalezas y debilidades para generar estrategias que eleven su bienestar y desempeño” (Rodrigues, 2024).

El diagnostico supone el análisis de la situación actual y a futuro de la empresa, se analizan sus estados financieros, oportunidades y amenazas para establecer un plan de acción para fortalecer a la misma.

Aldea Global S.A cuenta con una gerencia altamente capacitada con experiencia en la organización y planificación empresarial constantemente se evalúa para mejorar la atención al productor y brindar un mejor acompañamiento.

2.2.1 Situación financiera

“La situación financiera de una empresa es un diagnóstico basado en un conjunto de variables contables que permite medir el desempeño de una compañía, con el fin de tomar decisiones enfocadas a la resolución de problemas” (Esan, 2015).

Es el estado actual de los estados financieros de la empresa, la cual permite detectar problemas como un alto número de cuentas por cobrar o poca liquidez.

Los estados financieros han sido preparados por Aldea Global de acuerdo con las Normas Contables contenidas en el Manual Único de Cuentas para las instituciones de Microfinanzas (MUC-IMF) aprobado por el Consejo Directivo de la Comisión Nacional de Microfinanzas (CONAMI). Ya que estas normas son de obligatorio cumplimiento para las Instituciones de Microfinanzas supervisadas por dicho organismo.

2.2.1.1 Nivel de endeudamiento. “Es una herramienta que ayuda a determinar la cantidad de activos que una empresa compró utilizando deuda (Educatyba, 2023).

El nivel de endeudamiento se refiere a la cantidad de deuda que tiene una entidad en relación con sus activos o ingresos. Es un indicador financiero clave que ayuda a evaluar la salud financiera y la capacidad de una empresa o individuo para cumplir con sus obligaciones de deuda.

Según estados financieros expresados al 31 de diciembre del 2022 Aldea global experimenta un alto nivel de endeudamiento ya que más del 70% de sus activos son financiados por deudas.

2.2.1.1.1 Apalancamiento financiero. “Consiste en el uso de la deuda para adquirir activos que generen más activos. Es un concepto utilizado en

operaciones donde la inversión que se hace es superior al dinero del que, en realidad, se dispone, por lo que con una cantidad inferior de dinero se puede conseguir una mayor posibilidad de ganancia o de pérdida. Implica, por tanto, un mayor riesgo” (Banco central de Nicaragua, 2021).

El BCN establece por ende que el apalancamiento financiero es el proceso por el cual se pide un préstamo para comprar más activos y de esa forma hacer crecer la empresa.

La empresa Aldea Global tiene poca necesidad de un apalancamiento financiero ya que cuenta con provisiones genéricas de fondeadores que mantienen una constante inversión en la empresa.

2.2.1.2 Liquidez. “Es la capacidad de un activo de convertirse en dinero en el corto plazo sin necesidad de reducir el precio” (Sevilla, 2024).

La liquidez se refiere a la facilidad con la cual un activo puede ser convertido en efectivo sin afectar su valor de mercado. En el contexto financiero, una alta liquidez indica que hay suficientes fondos disponibles para transacciones y operaciones económicas, lo que es esencial para el mantenimiento de la solvencia y para facilitar las inversiones.

La empresa se enfrenta a requerimientos diarios de efectivo por parte de sus acreedores y deudores debido a la naturaleza de sus operaciones. Para gestionar este riesgo, mantienen disponibilidades de efectivo que les permiten cubrir estas necesidades. Las políticas de administración de riesgo establecen límites de liquidez, composición de financiamiento y apalancamiento. La Administración reduce este riesgo mediante la preparación anual de un presupuesto de efectivo y un control diario, semanal y mensual para lograr el máximo rendimiento económico del exceso de efectivo.

2.2.1.2.1 Efectivo. “Se habla de efectivo al estado en el que el dinero puede encontrarse en el ámbito económico en curso legal, pudiéndose contar con ello en el corto plazo para asumir distintas obligaciones de pago”. (Galán, 2021).

Es el dinero que tiene la empresa almacenada en su local o instituciones bancarias para la compra o pago de deudas varias.

Aldea Global S, A. posee reservas en dólares y córdobas para ofrecer servicios crediticios y tener la capacidad de comprar o vender bienes relacionados con la producción de café.

2.2.1.2.2 Inventario. “El inventario es el registro de los bienes que pertenecen a una persona natural o jurídica. Así, queda constancia de una serie de activos u objetos” (Guillermo, 2020).

Es decir que, son los bienes pertenecientes a la empresa y productos relacionados los cuales son almacenados y clasificados para un uso óptimo de los mismos.

El inventario de Aldea Global S, A. se compone de la cosecha, Insumos agrícolas, producción en proceso y el producto del café terminado. Los cuales son correctamente clasificados y registrados en sus estados financieros.

2.2.1.3 Rentabilidad: “La rentabilidad de una empresa es la capacidad que tiene una organización para obtener ganancias. Este índice mide la relación de la utilidad o ganancia obtenida y la inversión realizada para conseguirla” (Torres, 2023).

Por lo tanto, se infiere que la rentabilidad es la ganancia obtenida por las operaciones comerciales realizadas por la empresa, la cual se reparte entre los integrantes de la misma.

Las actividades que realiza Aldea Global son rentables ya que los servicios que ofrecen son múltiples lo que permite obtener mayores ganancias.

2.2.1.3.1 Margen de utilidad. “Es la diferencia que existe entre el precio de venta de un producto o servicio y los costos fijos y variables que están involucrados en todo el proceso de comercialización y el mantenimiento de la compañía” (Clavijo Camilo, 2023).

El margen de utilidad es un indicador financiero que mide el porcentaje de ingresos que se convierte en ganancia, después de considerar todos los costos y gastos asociados a la producción y venta de bienes o servicios.

El mayor margen de utilidad para aldea global es la comercialización del café entre otros rubros como ganadería, hortalizas entre otros créditos enfocados al productor.

2.2.1.3.2 Rotación de inventario. “Es una medida de la rapidez con la que una empresa está vendiendo y reponiendo su inventario. También conocida como rotación de existencias, esta medida se utiliza para determinar cuántas veces las existencias de la empresa se vendieron y se reemplazaron durante un periodo de tiempo determinado” (Gasbarrino, 2023).

La rotación de inventario es un indicador que mide la eficiencia con la que una empresa gestiona su stock de mercancías. Se calcula dividiendo el costo de los bienes vendidos entre el promedio de inventario. Un alto índice de rotación indica que la empresa vende su inventario rápidamente.

La rotación del inventario en Aldea Global es muy importante ya que se trata de no acumular cosechas esto se debe a que podrían incurrir en pérdidas por lo que es fundamental garantizar que los recursos estén disponibles cuando se necesiten para mantener un flujo eficiente de productos y servicios.

2.2.1.4 Capital de trabajo. “Es la cantidad de efectivo requerida para financiar el ciclo operativo de la empresa, o también, la disponibilidad de activos de rápida conversión en efectivo para cubrir un ciclo operativo de la empresa”. (Sánchez L. A., 2016).

El capital de trabajo se refiere a los recursos financieros que una empresa necesita para operar eficientemente y cubrir sus obligaciones a corto plazo.

Los aportes al patrimonio corresponden a ingresos provenientes de dos fuentes: a) aportaciones de un dólar (USD 1) por quintal de café comercializado

como especial; b) contribución única de inscripción del asociado por (USD 10) para su incorporación como nuevo miembro de la empresa. Las cotizaciones son destinadas como fondo de capitalización anual de la empresa, el cual es proporcional de acuerdo con las operaciones realizadas dentro de la empresa y son pagadas de forma anual.

2.2.1.4.1 Activo corriente. “Es un concepto contable que hace referencia a los activos que una empresa espera convertir en efectivo o consumir dentro de su asistencia normal de explotación, que generalmente no suele superar el año. En esta categoría se incluye el efectivo, cuentas por cobrar, inventarios y otros activos líquidos” (Dobaño, 2024).

El activo corriente es aquel activo que se convierte rápidamente en dinero como como lo que sería el inventario.

El activo corriente se presenta como uno de los más altos en los estados de situación financiera de Aldea Global esto debido a que en este se encuentra las líneas de crédito otorgados por la empresa.

2.2.2. Capacidad Instalada

“La capacidad instalada es una ratio de producción que determina el máximo rendimiento posible esperable por parte de una empresa teniendo en cuenta unos recursos empleados y en un periodo de tiempo” (Sánchez G. J., 2020).

La capacidad instalada es la máxima eficiencia u ganancias que puede obtener una empresa con sus recursos actuales como lo son su mano de obra o maquinaria.

Aldea Global cuenta con una sólida infraestructura en cuanto a su capacidad instalada ya que cuenta con un personal altamente calificado y con una infraestructura moderna.

2.2.2.1 Infraestructura. “Son las instalaciones, estructuras y servicios básicos sobre los cuales yace la construcción de un negocio. Es común pensar en la

infraestructura como las cosas físicas, pero el software y los servicios básicos se pueden considerar también infraestructura” (Ledezma, 2019).

La infraestructura constituye todas las instalaciones físicas y de hardware de la empresa las cuales facilitan la organización y realización de las actividades de la empresa.

Aldea Global cuenta con una infraestructura moderna diseñada para garantizar un funcionamiento eficiente. La infraestructura de la planta incluye áreas de procesamiento, almacenamiento y distribución con tecnología que permite una mayor eficiencia en la administración de los servicios financieros y agrícolas. Así como logística de transporte.

2.2.2.1.1 Oficinas. “Se denomina oficina a una estructura edilicia preparada especialmente para trabajar en tareas que requieran concentración. Así, esta se caracteriza por ser el medio de un trabajo intelectual antes que físico” (Enciclopedia, S.F).

Es una localización propiedad de la empresa donde se realizan por lo general labores administrativas relacionadas a la misma.

La oficina central de Aldea Global se encuentra en la ciudad de Jinotega. Con sucursales de Aldeas en los siguientes municipios: La Dalia, Santa María de Pantasma, El Cuá, San Sebastián de Yalí, Wiwilí, San Juan de Río Coco y Jalapa.

2.2.2.1.2 Planta de procesamiento. “Son en esencia, una edificación que cuenta con la maquinaria industrial y las condiciones de temperatura necesaria para procesar alimentos en serie, cumpliendo con todos los principios y regulaciones tanto de higiene como de seguridad requeridos por la ley nacional y de los diferentes países a donde se exportan los productos” (Friopacking, 2021).

Una planta de procesamiento es una instalación industrial donde se transforman materias primas en productos terminados o semielaborados mediante una serie de operaciones físicas, químicas o biológicas.

La planta procesadora de aldea Global se encuentra ubicada en Jinotega y está en proceso de expansión con una proyección de estar finalizada en 2026.

2.2.2.2 Personal disponible. “Conjunto de las personas que trabajan en un mismo organismo, dependencia, fábrica, taller, etc.” (Diccionario panhispánico del español jurídico, s.f).

El personal disponible en una empresa se refiere al conjunto de empleados que están actualmente activos y pueden ser asignados a tareas o proyectos.

La empresa cuenta con un personal disponible altamente calificado, cabe destacar que para ellos es importante que todos sus colaboradores se sometan a capacitaciones constantes.

2.2.2.2.1 Personal Permanente. “Hace referencia al personal de nómina o planta de la empresa cuyo vínculo laboral es a término indefinido” (Lawinsider, S.F).

El personal permanente de una empresa se refiere a aquellos empleados que tienen un contrato de trabajo indefinido, es decir, no tienen una fecha de finalización predeterminada en su relación laboral con la empresa. Estos trabajadores son considerados una inversión a largo plazo y son fundamentales para el crecimiento y la estabilidad de la organización.

Actualmente Aldea global cuenta con más de 153 trabajadores permanentes, los cuales la empresa considera de vital importancia sean capacitados constante para mejorar la atención y servicios que ofrecen a sus clientes.

2.2.2.2.2 Personal temporal. “El empleo temporal, en el cual los trabajadores son contratados sólo por un período de tiempo específico, incluye los contratos de duración determinada, basados en proyectos o en tareas, así como el

trabajo ocasional o estacional, incluido el trabajo por días” (Organización internacional del trabajo, S.F).

El personal temporal de una empresa se refiere a trabajadores contratados por un período determinado para realizar tareas específicas o proyectos en nombre de la empresa, pero que no se consideran empleados permanentes. Estos pueden incluir contratistas independientes, consultores, freelances, y otras formas de mano de obra tercerizada.

En cuanto al personal temporal la empresa dispone de 146 puestos de trabajos temporales, los cuales son necesitados por temporadas estos nuevos colaboradores son contratados por medio de referencias de los asociados.

2.2.2.3 Maquinaria industrial. “Se define como las máquinas y equipos utilizados por un fabricante en una planta de manufactura. Otro concepto de la maquinaria es cualquier dispositivo mecánico, eléctrico o electrónico diseñado y utilizado para realizar alguna función y producir un determinado producto” (Sicma21, 2021).

Se establece pues que la maquinaria industrial se refiere al conjunto de máquinas y equipos utilizados en la producción y fabricación de bienes en diversas industrias. Estas máquinas suelen ser grandes y potentes, diseñadas para realizar tareas específicas que aumentan la eficiencia y la productividad en el proceso de producción.

La maquinaria de Aldea Global está en proceso de industrialización con el objetivo de expandir la planta procesadora y modernizar los procesos de producción.

2.2.2.3.1 Maquinaria procesadora. “Son artefactos útiles y necesarios en negocios de comida, y tienen como principal función la transformación de alimentos. Para muchos, este tipo de equipos es fundamental para la realización de actividades en la cocina, ya que su utilidad no se limita a pocas funciones”. (Invercorp, 2021)

La maquinaria procesadora agrícola representa un conjunto de equipos diseñados para optimizar las tareas transformación de la cosecha como dispositivos de transporte, corte y empaquetado.

La maquinaria procesadora de Aldea Global está diseñada para captar más de medio millón de quintales de café en el año.

2.3 Plan estratégico

“Es un proceso mediante el cual se implementan los planes operativos para que una empresa pueda alcanzar sus objetivos. Es por ello su vital importancia, ya que en un entorno competitivo es imposible lograr los objetivos sin un plan definido” (Plaza, 2019).

Por lo cual se establece que el plan estratégico es un documento que tiene por objetivo establecer y exponer las estrategias u métodos utilizados para alcanzar los objetivos deseados de la empresa. Estos deben ser realistas y alcanzables estableciendo plazos de tiempos logrables para su implementación.

Para Aldea Global S.A. un plan estratégico es una herramienta fundamental para orientar sus acciones hacia el desarrollo sostenible de sus socios y su entorno. A través de un análisis FODA, la empresa identifica sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, estableciendo objetivos claros y asignando recursos adecuados.

2.2.- Marco Legal

Las sociedades y organizaciones a nivel nacional se rigen por una serie de leyes que establecen sus principios, derechos, obligaciones y responsabilidades. A continuación, se presenta una tabla con las leyes que deben cumplir las sociedades para operar en el país, específicamente Aldea Global S.A.

Tabla 1*Leyes que regulan a Aldea Global, S.A*

Nombre de la ley	Fecha de aprobación	Objetivo
LEY No.769. Ley de fomento y regulación de las microfinanzas.	Aprobada el 9 de junio de 2011	Artículo 1. La presente ley tiene por objeto el fomento y la regulación de las actividades de microfinanzas, a fin de estimular el desarrollo económico de los sectores de bajos ingresos del país. Asimismo, la presente Ley regula el registro, autorización para operar, funcionamiento y supervisión de las Instituciones de Microfinanzas legalmente constituidas como personas jurídicas de carácter mercantil o sin fines de lucro. (Asamblea Naciobal de la Republica de Nicaragua, 2018)
LEY No. 368. Ley del café.	Aprobada 19 de diciembre de 2000	Arto. 1.- La presente Ley tiene por finalidad promover y defender el interés nacional en relación con el fomento, cultivo, beneficio, industrialización y comercio del café, así como conciliar los intereses de todos los agentes que participan en la actividad cafetalera. Arto. 2.- Es objeto de esta Ley, el ordenamiento de todas las actividades de producción, beneficiado, procesamiento y comercialización de café producido en el territorio nacional y deberán ajustarse a lo establecido en ella. (Asamblea Nacional de la Republica de Nicaragua, 2001)
Ley N.º. 987 Ley de Reformas y Adiciones a la Ley N.º. 822	Aprobada el 27 de febrero de 2019	“Artículo 13 Rentas de actividades económicas Son rentas de actividades económicas, los ingresos devengados o percibidos en dinero o en especie por un contribuyente que suministre bienes y servicios. En el caso de las instituciones financieras reguladas o no por la autoridad competente, comprenden como rentas de actividad económica, las rentas de capital y ganancias y pérdidas de capital.” (Asamblea Nacional de la Republica de Nicaragua, 2019)
Ley No. 936. Ley de garantías mobiliarias	Aprobada el 06 de octubre de 2016	Artículo 1 Objeto La presente ley tiene por objeto promover el acceso al crédito a través de la regulación de todo tipo de garantías mobiliarias, mediante la ampliación de los bienes, derechos o acciones que pueden ser objeto de garantías obligacionales en Nicaragua, estableciendo las normas para su determinación, constitución, publicidad, prelación, ejecución, cancelación y demás aspectos contenidos en la misma. (Asamblea Nacional de la Republica de Nicaragua, 2016)
Ley No. 977. Contra el lavado de activos, el	Aprobada el 16 de julio de 2018	Artículo 1 Objeto general de la ley

financiamiento al terrorismo y el financiamiento a la proliferación de armas de destrucción masiva		La presente Ley tiene por objeto proteger la economía nacional y la integridad del sistema financiero de los riesgos asociados al Lavado de Activos, el Financiamiento del Terrorismo y el Financiamiento de la Proliferación de Armas de Destrucción Masiva. En lo sucesivo, se hará referencia a estas actividades como "LA/FT/FP". (Asamblea Nacional de la Republica de Nicaragua, 2019)
Reglamento de la ley No. 977, Ley contra el lavado de activos, el financiamiento al terrorismo y financiamiento de la proliferación de armas de destrucción masiva	Aprobado el 27 de septiembre de 2018	Artículo 1. Objeto. El presente Decreto tiene por objeto establecer las disposiciones reglamentarias para la aplicación de la Ley No. 977, "Ley contra el Lavado de Activos, el Financiamiento al Terrorismo y el Financiamiento a la Proliferación de Armas de Destrucción Masiva", publicada en La Gaceta, Diario Oficial No. 138 del 20 de julio de 2018, y crear los procedimientos institucionales en materia de prevención, detección y reporte de actividades de LA/FT/FP y delitos precedentes asociados al LA; obligaciones de los Sujetos Obligados por dicha ley; y la sanción financiera selectiva de inmovilización de fondos u otros activos derivada de las Resoluciones del Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas contra el FT y el FP. (Asamblea Nacional de la Republica de Nicaragua, 2018)
LEY No. 185, código del trabajo	Aprobada el 5 de septiembre de 1996	Artículo 1.- El presente código regula las relaciones de trabajo estableciendo los derechos y deberes mínimos de empleadores y trabajadores. Artículo 2.- Las disposiciones de este código y de la legislación laboral son de aplicación obligatoria a todas las personas naturales o jurídicas que se encuentran establecidas o se establezcan en Nicaragua. Se aplicará también a las relaciones laborales de nicaragüenses que previa autorización del Ministerio del Trabajo, se inicien en Nicaragua y se desarrollen fuera del territorio nacional. (Asamblea Nacional de la Republica de Nicaragua, 1996)
DECRETO No 974, Ley de seguridad social	Aprobado el 11 de febrero de 1982	Artículo 1.- Se establece como parte del sistema de la Seguridad Social de Nicaragua, el Seguro Social Obligatorio, como un servicio público de carácter nacional, cuyo objetivo es la protección de los trabajadores y sus familias, de acuerdo a las actividades señaladas en esta Ley y su Reglamento. Artículo 2.- El Seguro Social cubrirá por Zonas Geográficas, etapas sucesivas y en forma gradual y Progresiva las contingencias sociales de Invalidez, Vejez, Muerte, Prestaciones Económicas por Riesgos Profesionales, Subsidios Familiares y podrá proporcionar Servicios Sociales necesarios para el pleno bienestar de los asegurados. (Asamblea Nacional de la Republica de Nicaragua, 2018)

Ley No. 618. Ley General de Higiene y Seguridad del Trabajo	Aprobado el 13 de julio del 2007	Artículo 1.- OBJETO DE LA LEY: La presente ley es de orden público, tiene por objeto establecer el conjunto de disposiciones mínimas que, en materia de higiene y seguridad del trabajo, el Estado, los empleadores y los trabajadores deberán desarrollar en los centros de trabajo, mediante la promoción, intervención, vigilancia y establecimiento de acciones para proteger a los trabajadores en el desempeño de sus labores. (Asamblea Nacional de la Republica de Nicaragua, 2007)
Decreto ejecutivo N°. 96-2007 Reglamento de la ley general de higiene y seguridad del trabajo	Aprobado el 28 de septiembre del 2007	Artículo 1.- El presente Reglamento tiene por objeto regular la aplicación de la Ley No. 618, Ley General de Higiene y Seguridad del Trabajo, publicada en La Gaceta, Diario Oficial No. 133 del 13 de Julio del 2007. (Asamblea Nacional de la Republica de Nicaragua, 2007)

Fuente: *Elaboración propia*

2.3.- Marco Contextual, Institucional

La Asociación Aldea Global dio inicio con un proyecto piloto con 22 productores para promover la producción orgánica, amigable con el medio ambiente, salud y desarrollo de las familias rurales.

En 1996 obtuvieron la personería como Proyecto Asociación Aldea Global Jinotega (PAGJINO) con el objetivo de brindar servicios y agro negocios rentables al pequeño productor. En 2023 dan inicio con una nueva etapa como Aldea Global, una empresa socialmente responsable con una amplia trayectoria y sólida experiencia en el desarrollo rural de las comunidades.

Aldea Global es una empresa especializada en brindar servicios y soluciones financieras que contribuyan al desarrollo económico de los pequeños productores del sector rural en la zona norte central de Nicaragua. Ofrecen una membresía con productos y servicios innovadores, liderado por datos, tecnología y calidad humana.

A través de sus empresas hermanas; insumos agrícolas de calidad en Aldea Zon, comercialización de cafés especiales en Aldea Coffee, y asistencia con programas de desarrollo sostenible en más de 700 comunidades de las Familias Rurales con Fundación Aldea.

CAPÍTULO III: DISEÑO METODOLÓGICO

En este capítulo se expone el diseño metodológico implementado en la investigación.

3.1.- Tipo de Investigación y Proyecto

3.1.1. Tipo de investigación

El estudio correspondió a una investigación no experimental, a quien los autores Hernández, Fernández, & Baptista (2006), la definen como: “Aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables y en la que sólo se observaron los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos.”

Por lo tanto, los investigadores se enfocaron en las características de los sujetos o fenómenos, sin intervenir en ellos solo se observó y describió las situaciones.

3.1.2. Alcance

La investigación tuvo un enfoque descriptivo con incidencias explicativas, ya que no solo se limitó a describir los sucesos, sino que también analizó las relaciones entre las variables para identificar patrones y proporcionar respuestas más allá de lo meramente observado.

Los estudios descriptivos únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar como se relacionan las variables medidas (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2006).

Es decir, miden, evalúan y recolectan datos sobre conceptos, aspectos, dimensiones o componentes del estudio con el propósito de describirlo.

Los estudios explicativos van más allá de la descripción de conceptos o fenómenos o del establecimiento de relaciones entre conceptos; es decir, están dirigidos a responder por las causas de los eventos y fenómenos físicos o sociales (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2006) .

Como su nombre indica, su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta, o porque se relacionan dos o más variables.

3.1.3. Enfoque

En el marco de la investigación, se optó por un enfoque cuantitativo con elementos cualitativos. La elección de lo cuantitativo se basó en la recolección y análisis de datos numéricos, permitiendo medir variables y buscar relaciones causales o patrones estadísticos. Por otro lado, los elementos cualitativos se incorporaron para comprender en profundidad el contexto en el que se desarrollaron los hechos. Esta combinación de enfoques permitió una investigación más completa y holística, validando los resultados cuantitativos con información cualitativa y abordando la complejidad de los fenómenos estudiados.

El enfoque Cuantitativo se fundamenta en un esquema deductivo y lógico que busca formular preguntas de investigación e hipótesis para posteriormente probarlas. (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2006)

El enfoque Cualitativo se basa en un esquema inductivo y su método de investigación es interpretativo, contextual y etnográfico ya que este método captura la experiencia de los individuos (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2006).

3.1.4. Tiempo

El estudio se llevó a cabo durante el primer semestre del año 2024. Se consideró de carácter transversal, lo que significa que se analizaron datos en un período específico sin seguimiento a lo largo del tiempo.

3.2.- Área de estudio: Macro y Micro localización

3.2.1. Macro-Localización

El área geográfica sujeta a estudio se ubicó en el departamento de Jinotega, Nicaragua.

Figura 1

Mapa de Nicaragua



Nota: *Archivo: Nicaragua, divisiones administrativas - de - coloured.svg. (2023, 16 de octubre).

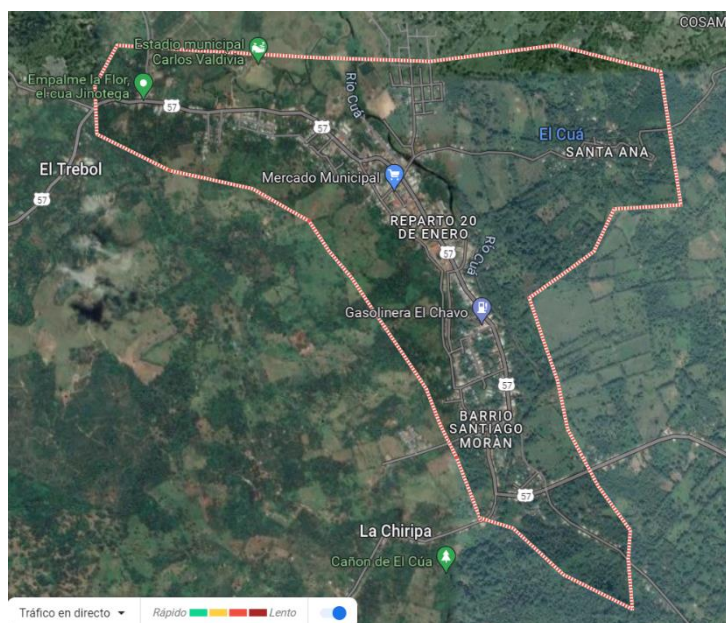
Wikimedia Commons.

3.2.2. Micro- Localización

La Empresa Aldea Global S.A está ubicada en el municipio El Cuá-Jinotega, como se muestra a continuación.

Figura 2

Mapa del Municipio de El Cuá-Jinotega



Nota: *El grafico representa la micro localización, donde fueron ubicadas la Sucursal de la Empresa Aldea Global S.A. Adaptado de [Municipio El Cuá, departamento de Jinotega] de Google s.f., El Cuá. Google Maps. Todos los derechos reservados 2023 por Google. Adaptado con permiso del autor.

3.3.- Unidades de Análisis

3.3.1. Población

La población se definió como la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población poseen una característica común la cual se estudió y da origen a los datos de la investigación. (Tamayo y Tamayo, 1977)

El estudio se centró en la población de veintiséis productores de los Municipios de El Cuá, Jinotega específicamente centrado en las comarcas de: El Golfo, La Pita, Abisinia, El Bote, Teosintal.

3.3.2. Muestra

Subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible”. De la siguiente manera, ¿qué es la muestra de investigación? Una muestra es un subconjunto de la población que está siendo estudiada (Arias, 2006).

Para satisfacer las necesidades de la investigación, se han seleccionado de la siguiente muestra: el Gerente de Zona y un conjunto de veintiséis productores pertenecientes a la nueva cartera comercial.

3.3.3. Muestreo

Los métodos de muestreo no probabilístico son aquellos que “se basan en el principio de equiprobabilidad”. (Abad de servin & Servin, 1978) Es decir, aquellos en los que los individuos tienen la probabilidad de ser elegidos para formar parte de una muestra por consiguiente todas las muestras tienen la misma posibilidad de ser elegidas.

El muestreo utilizado en esta investigación es del tipo por conveniencia. Este método facilitó un mayor acceso a la información y, simultáneamente, permitió una mejor comprensión de los objetivos propuestos. Este enfoque de muestreo es beneficioso para optimizar la eficiencia de la recopilación de datos y la relevancia de los resultados obtenidos.

Los criterios de selección se basaron en factores como la disponibilidad de tiempo, la ubicación geográfica y la inclusión previa en la cartera de clientes de Cisa Exportadora.

3.4.- Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

3.4.1. Encuestas

La encuesta es un sistema de preguntas que tiene como finalidad obtener datos para una investigación. También resulta ser un eficaz auxiliaren la observación científica. Esta técnica uniformiza la técnica de la observación, también permite aislar ciertos problemas que nos interesan. (Pardinas, 1991)

Las encuestas fueron aplicadas a veintiséis productores de la zona ya que esta metodología de recolección de datos nos permitió adquirir estadísticas valiosas que facilitaron la identificación de las necesidades específicas de los productores. (Ver anexo No 2)

3.4.2. Entrevista

“La entrevista es la técnica con la cual el investigador pretende obtener información de una forma oral y personalizada. La información versará en torno a acontecimientos vividos y aspectos subjetivos de la persona tales como creencias, actitudes, opiniones o valores en relación con la situación que se está estudiando” (Torrecilla, 2006).

La entrevista se realizó con el Gerente de Zona de la empresa Aldea Global. Este enfoque fue esencial para el presente estudio, ya que permitió entender la capacidad de la empresa para incorporar nuevos asociados y, de esta manera, poder elaborar un análisis FODA detallado de la empresa (Ver anexo No 3).

3.5.- Confiabilidad y Validez de los Instrumentos

3.5.1. Confiabilidad

Se refiere a la consistencia y veracidad de los resultados.” Se deduce que es necesario la concordancia de los datos y veracidad para la fiabilidad de la información obtenida (Maradiaga, 2015).

Alfa de Cronbach es un índice usado para medir la confiabilidad del tipo consistencia interna de una escala, es decir, para evaluar la magnitud en que los ítems de un instrumento están correlacionados (Cronbach, 1999, pág. 15).

Para validar los instrumentos de recolección de datos, se empleó el Alfa de Cronbach en las encuestas ya que este método nos permitió evaluar la confiabilidad del instrumento, asegurando que las preguntas estén estrechamente relacionadas y midan el mismo constructo.

3.5.2. Validez

Es una propiedad que tienen los argumentos cuando las premisas implican la conclusión. Si la conclusión es una consecuencia lógica de las premisas, se dice que el argumento es deductivamente válido”. Se puede concluir que es necesario que para que los instrumentos sean válidos deben ser lógicos y coherentes con nuestro proyecto (Beall y Restall, 2009).

Se realizaron un total de veintiséis pruebas pilotajes utilizando el sistema IBM SPSS Statistics para de esta forma asegurar la confiabilidad de las encuestas.

Ilustración 1

Coefficiente de alfa de Cronbach del instrumento

Escala: ALL VARIABLES			
Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	26	100.0
	Excluido ^a	0	.0
	Total	26	100.0
a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.			
Estadísticas de fiabilidad			
		Alfa de Cronbach	N de elementos
		.714	14

Fuente: Resultados del sistema SPSS Statistics

Según los resultados obtenidos el coeficiente de confiabilidad del setenta y un por ciento (71.4%), lo que según (George & Mallery, 2019) el coeficiente es aceptable. A como se muestran los indicadores:

- Coeficiente alfa >.9 es excelente
- Coeficiente alfa >.8 es bueno
- Coeficiente alfa >.7 es aceptable
- Coeficiente alfa >.6 es cuestionable

- Coeficiente alfa $>.5$ es pobre
- Coeficiente alfa $<.5$ es inaceptable

En cuanto a las entrevistas, se recurrió a la validación de expertos a través del método Juicio de especialistas. Este enfoque garantizó que las preguntas sean pertinentes y relevantes para el estudio, contribuyendo así a la calidad y precisión de los datos recopilados.

Tabla 2

Datos de los Expertos (Validación)

Especialistas	Grado Académico	Experiencia Profesional
Fernando Monge	Licenciado en Filología	Director de Investigaciones de UCC
Jeslinne Gisselle Loaisiga Jarquín	Licenciada en Contaduría Pública Y Finanzas	Docente de UCC
Moisés Rodríguez	Licenciado en Administración de Empresas, Máster en Gerencia Empresarial.	Vice-Gerente Regional de Negocios en Financiera FDL
Karen Pavón	Ingeniera en Economía Agrícola	Consultora Externa de Aldea Global S. A
Natieska Peralta	Licenciada en Contaduría Pública y Finanzas	Contador General de Alcaldía Municipal de Matagalpa
Álvaro González	Licenciado en Contaduría Pública y Finanzas - Post grado en gestión de negocios	Jefe Regional de Operaciones de la Zona Occidente y Segovia en Financiera FDL

Fuente: *Elaboración Propia*

3.6.- Procesamiento de Datos y Análisis de la Información

3.6.1. Primera Fase

En la primera fase de la investigación se aplicaron los métodos teórico, deductivo e inductivo en la recopilación de información secundaria que se obtuvieron de consultas a diferentes fuentes de información (libros, internet, documental, todos afines al tema

de estudio), información que se analizó, sintetizó y contextualizó para elaborar el protocolo de investigación y redacción del informe final.

3.6.2 Segunda Fase

En la segunda fase de ejecución, que se centró en la recopilación de datos, se inicia un meticuloso proceso de organización y depuración de la información. Este proceso incluyó la identificación y corrección de errores, así como la eliminación de información duplicada o incompleta. Posteriormente, se seleccionó la información primaria esencial y relevante que se utilizó para el procesamiento y análisis de datos. Esta fase se desarrollará de la siguiente manera:

- **Obtención de información financiera:** Se recopiló información a partir de los Estados Financieros Auditados del año 2022, que Aldea Global publica en su sitio web. Este paso es crucial para entender la situación financiera de la empresa.
- **Redacción de Instrumentos de Recolección de datos:** Se diseñaron los instrumentos de recolección de datos los cuales posteriormente fueron validados por medio de los métodos de Validación de Expertos y Alfa de Cronbach para su posterior aplicación.
- **Entrevista con gerente de zona de Aldea Global:** Se llevó a cabo entrevista con el gerente de Zona de Aldea Global. Esta entrevista proporcionó una comprensión más profunda de la estructura, estrategia y capacidad de la empresa.
- **Visitas a productores de la zona y aplicación de encuestas:** Finalmente, se programaron visitas a varios productores de la zona para aplicar las encuestas. Estas encuestas permitieron obtener una visión directa de sus necesidades y desafíos, lo que fue de vital importancia para su posterior análisis de los datos recopilados.

Estos pasos garantizaron un enfoque sistemático y exhaustivo para la recopilación de datos, lo que contribuyó a un análisis más confiable y útil.

3.6.3. Tercera Fase

Comprendió el procesamiento y análisis de la información primaria obtenida a través de las encuestas que se procesaron a través del programa estadístico SPSS para generar gráficos los cuales se describieron y se analizaron para emitir juicios. Las entrevistas se procesaron interpretando y analizando los resultados.

El análisis de los resultados se realizó por medio de la triangulación de la información obtenida a través de la aplicación de los diferentes instrumentos. Los resultados finales del estudio se presentaron de forma sistematizada en gráficos y deducciones obtenidos de los resultados de la investigación con las que se redactó el informe final.

3.6.4. Cuarta fase

Defensa: Consistió en la elaboración de ayudas didácticas para la defensa del trabajo de fin de curso en el plazo establecido por la coordinación de carrera. Para finalizar con la incorporación de las recomendaciones del tribunal examinador para la entrega final del documento a la universidad.

3.7. Operacionalización de variables.

El proceso de operacionalización de las variables estudiadas se basó en los objetivos de la investigación. A partir de estos objetivos, se definieron los indicadores clave para el tema y se estableció cómo se medirían. El estudio se centró en tres variables principales: las necesidades del mercado, el análisis FODA (que incluye la situación financiera y la capacidad instalada), y el plan estratégico. Estas variables se desglosaron en 21 subvariables, que a su vez se midieron utilizando 27 indicadores. (Ver Anexo No. 1)

CAPÍTULO IV. ANÁLISIS DE RESULTADO

En este capítulo se presentan y analizan los resultados derivados de la aplicación de los instrumentos recolectores de datos, los cuales consistieron en entrevista semiestructurada acompañadas y encuesta, esto con el fin de obtener Evaluar la capacidad financiera de la empresa Aldea Global para la gestión ante la nueva cartera comercial en el municipio El Cuá, departamento Jinotega en la cosecha de café 2024-2025.

El análisis de los datos recopilados se llevó a cabo de forma cuantitativa.

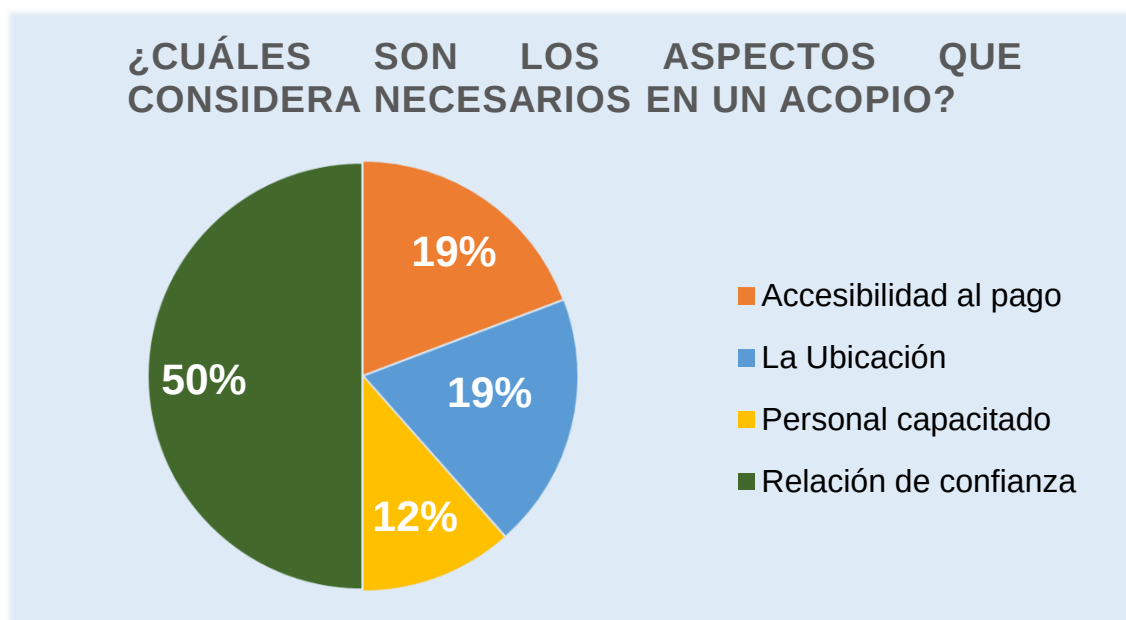
En relación a la primera pregunta de investigación **¿Cuáles son las necesidades del mercado actual ante la restructuración de distribución y comercialización del café en el municipio El Cuá, departamento Jinotega en la cosecha 2024 – 2025?**

Variable: Necesidades de Mercado

Indicador: Acopios

Gráfico 1

Aspectos necesarios para un acopio



Fuente: Encuestas a productores, I semestre 2024.

Los centros de acopio para la comercialización de café cumplen la función de reunir la producción de pequeños o medianos productores para que puedan competir en cantidad y calidad. Es decir, se trata de un centro de servicios, donde los productos tendrán un corto periodo de permanencia antes de su comercialización” (Ledezma, 2019).

El 50% de los productores de la nueva cartera consultados en encuesta consideran que, la relación de confianza es uno de los aspectos necesarios en un acopio, el 19% afirma que, es la accesibilidad de pago, para el criterio de otro 19% enfatizan en la ubicación y solo el 12% indica que es importante la capacitación del personal.

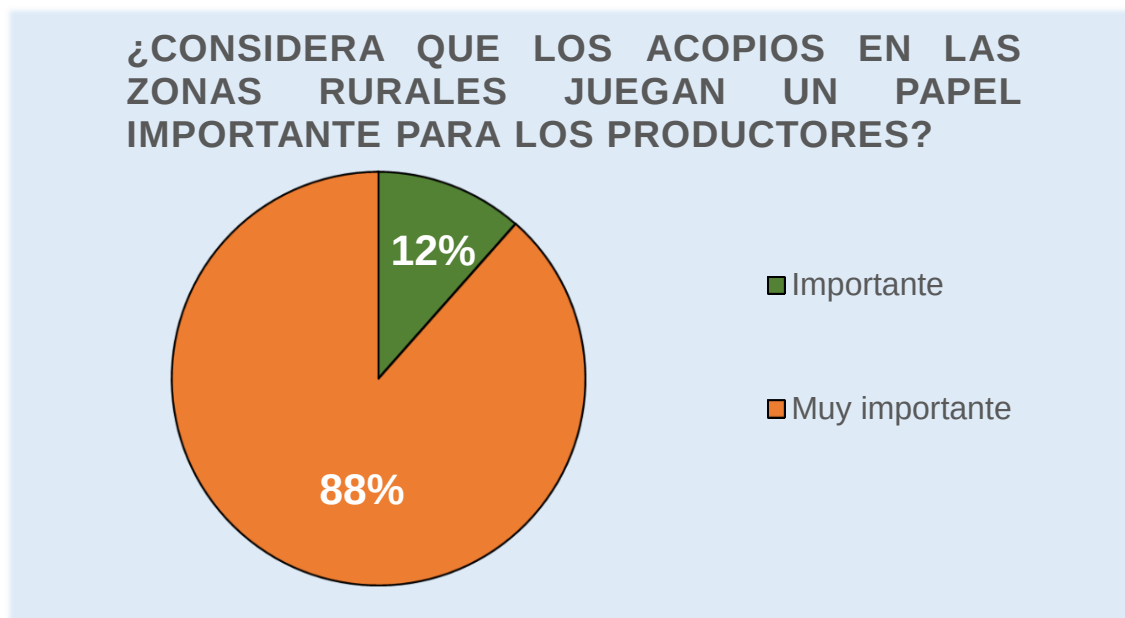
En relación con la entrevista realizada el Gerente de Aldeas expresa que, los centros de Acopios deben estar lo más cercano al productor para disminuir los costos de transporte, además, se ofrece el servicio de Aldea RAY que consiste en llevar el producto de la casa del productor hasta el centro de Acopios.

Según los resultados del estudio, los productores valoran principalmente la relación de confianza. Por otro lado, Aldea Global prioriza una ubicación estratégica para sus centros de acopio con el fin de minimizar los costos de transporte para los productores. Adicionalmente, la empresa ofrece servicios de transporte y se esfuerza por acercarse más a los productores. A pesar de estos beneficios, es crucial que la empresa preste atención a las expectativas de los productores. La construcción de una relación de confianza sólida debería ser el pilar fundamental en la estrategia de la empresa. Esta relación no solo fortalecerá los lazos con los productores, sino que también contribuirá a la sostenibilidad y al éxito a largo plazo de la empresa.

Indicador: Zonas rurales

Gráfico 2

Acopios en Zonas Rurales



Fuente: Encuestas a productores, I semestre 2024.

Consiste en acopios ubicados fuera de algunos de los perímetros urbanos ya sea de la cabecera municipal, de los corregimientos o de las inspecciones de policía. Terrenos no aptos para el uso urbano por razones de oportunidad o por su destinación a usos agrícolas, ganaderos, forestales, de explotación de recursos naturales y actividades análogas” (Ideca, s.f).

El 88% de los productores consideran que es muy importante que los acopios estén ubicados en las zonas rurales, mientras que el 12% lo consideran importante, esto con el objetivo de minimizar los costos de transporte y el tiempo de entrega logrando un mayor aprovechamiento del tiempo durante la cosecha.

Según lo expresado por el gerente de Aldeas en la entrevista es de vital importancia establecer los acopios en cada comunidad, para poder minimizar los costos de transporte y abarcar una mayor cantidad de café de sus asociados y no asociados.

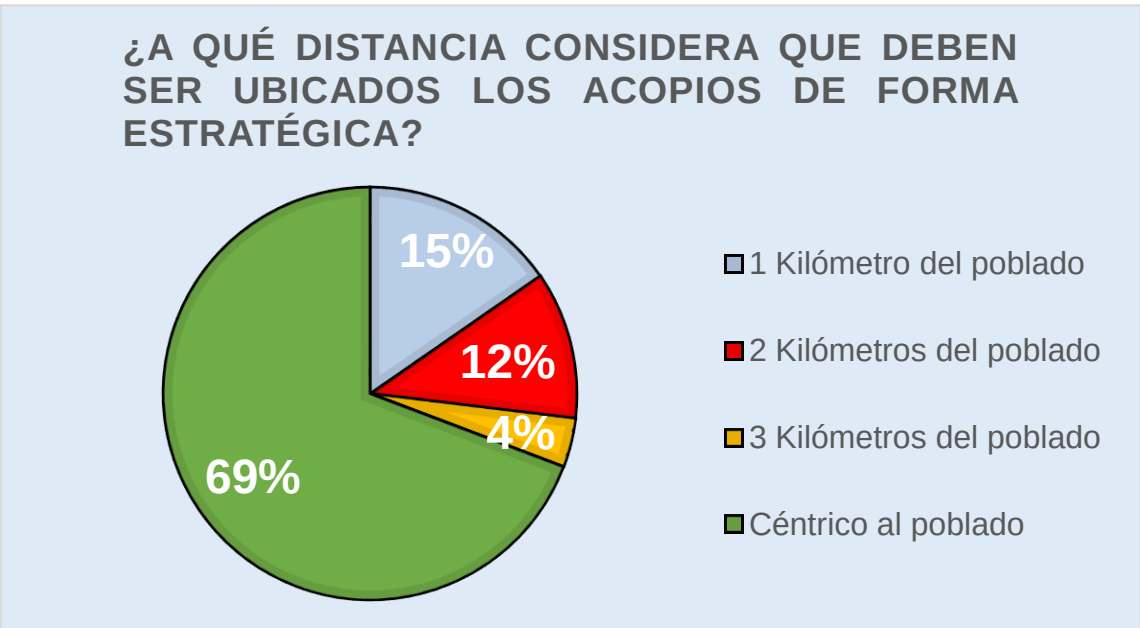
Tanto la empresa como los productores coinciden que es muy importante la ubicación de acopios en zonas rurales, esto con la finalidad de estar más cerca del productor y acopiar una mayor cantidad de café.

El impacto en la eficiencia y la productividad es notable cuando los productores buscan acopios en zonas rurales. Al hacerlo, pueden optimizar el uso del tiempo durante la cosecha. Esto significa que el tiempo que normalmente se gastaría en largos desplazamientos puede ser empleado de manera más eficiente en las labores agrícolas. Esta optimización del tiempo no solo puede incrementar la productividad, sino también potencialmente mejorar los rendimientos.

Indicador: Zonas estratégicas

Gráfico 3

Ubicación estratégica de los acopios



Fuente: Encuestas a productores, I semestre 2024

Los acopios en zonas estratégicas consisten en la elección de un lugar para situar los acopios. Esta decisión debe ser tomada teniendo en cuenta una serie de factores, como el mercado objetivo, los competidores, los costes y las ventajas competitivas” (Firstworkplaces, S.F).

El 69% de los productores consideran que los acopios deben estar en las zonas céntricas de los poblados, el 15% indican que deben estar a 1 Kilómetro de los poblados, el 12% expresan que los acopios deben estar ubicados a 2 Kilómetro de los poblados y el 4% manifiestan que deben estar a 3 Kilómetros de los poblados

En cuanto a lo expresado por el Gerente de Aldeas en la entrevista indica que los acopios están ubicados de forma estratégica en cada poblado y los establecen a una medida de 12 a 15 Kilómetros entre ellos, para lograr una mayor cobertura en la zona.

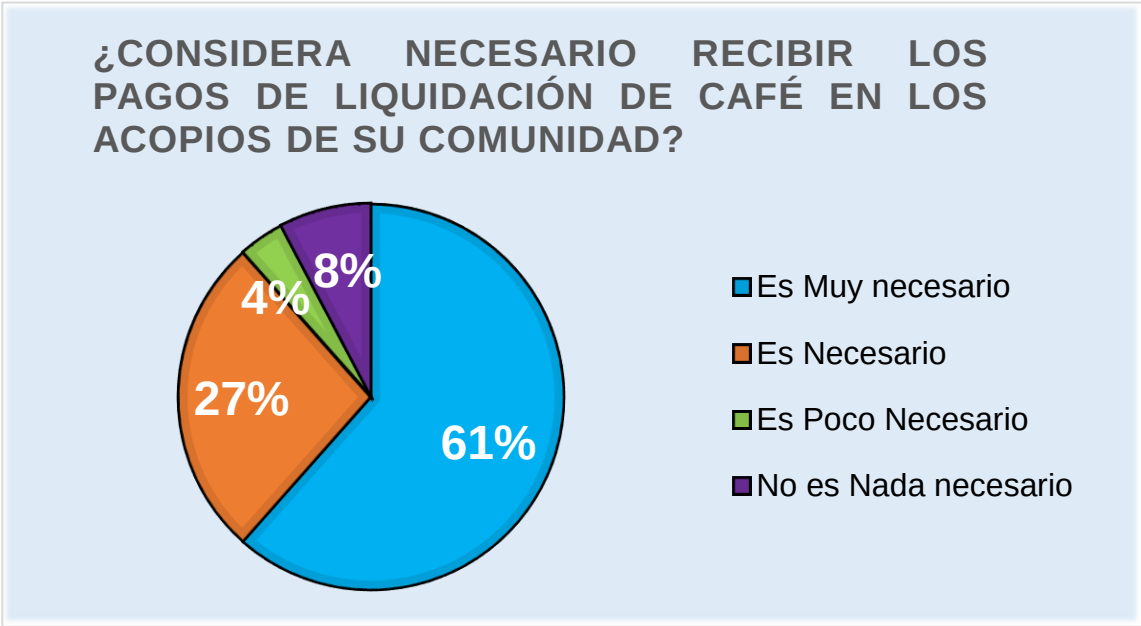
Esto puede implicar consideraciones logísticas, como la capacidad de almacenamiento y distribución de los acopios, así como la optimización de rutas de transporte.

La estrategia establecida por el Gerente de Aldeas está acorde a las necesidades del productor ya que para los productores lo importante es que estén a una distancia accesible para la comercialización de su producción.

Indicador: Accesibilidad de pagos

Gráfico 4

Pagos de liquidación de Café en los acopios



Fuente: Encuestas a productores, I semestre 2024.

Accesibilidad significa que el servicio de pago puede ser utilizado por cualquier persona, independientemente de sus capacidades, preferencias o dispositivos. La accesibilidad también beneficia a los proveedores de servicios de pago, ya que puede aumentar la satisfacción, la lealtad y la retención del cliente” (Linkedin, 2023).

El 61% de los productores consideran que es muy necesario, recibir el pago de las liquidaciones de café en los acopios, el 27% consideran que es necesario, el 8% expresan que no es nada necesario y el 4% manifiestan que es poco necesario.

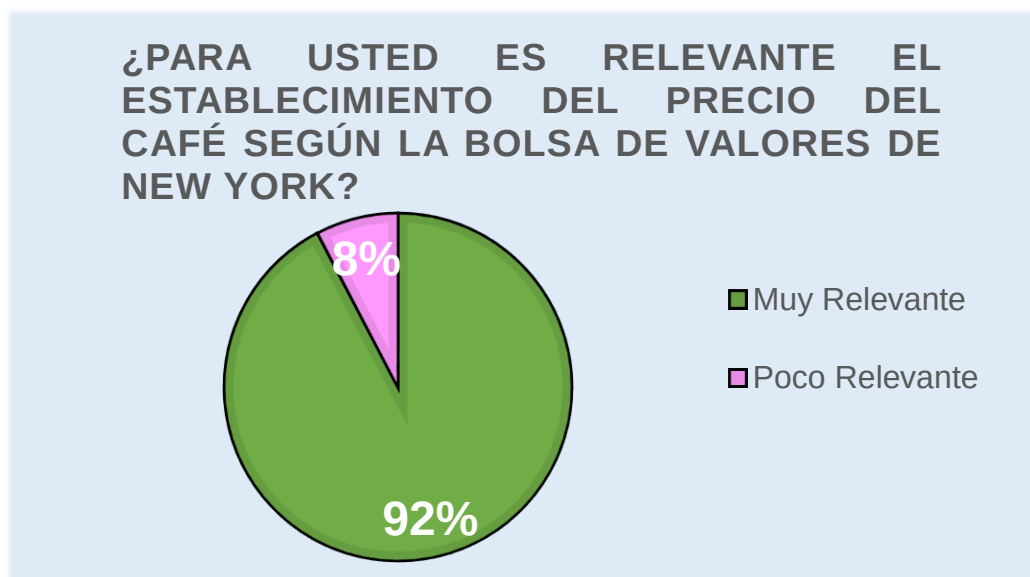
El Gerente de Aldeas informo durante la entrevista que realizan sus pagos de liquidación en los acopios de café siempre y cuando haya disponibilidad en efectivo, en las zonas rurales establecen medidas de seguridad para reducir los riesgos hasta un 20%, parte de estas medidas son acompañamiento del ejército durante los traslados monetarios, vehículos especializados para el traslado y otras estrategias dentro de los acopios para minimizar los riesgos en los mayormente posible.

La empresa cumple con la necesidad de la mayoría de los productores realizando los pagos de liquidación en los acopios de café con algunas limitaciones, cabe destacar que hay un porcentaje que consideran poco o nada necesario, esto debido a las medidas de seguridad o que prefieren realizar los pagos vía transferencia bancaria, por lo cual la empresa ya cuenta con este servicio.

Indicador: Precio establecido

Gráfico 5

Establecimiento del precio del café según la bolsa de valores de New York



Fuente: Encuestas a productores, I semestre 2024.

La Bolsa de valores de New York es la bolsa más importante del mundo y sus fluctuaciones condicionan los movimientos de los precios de los valores de los mercados bursátiles internacionales. Está situada en Wall Street y es objeto de atención y seguimiento por todos los analistas financieros del mundo. Supone, además un barómetro de la economía mundial por la representatividad y multinacional de los valores que en dicha Bolsa cotizan” (Estrategias de inversión, S.F).

Un 92% de los productores consideran de gran relevancia el establecimiento del precio del café según la bolsa de valores de New York, mientras que el 8% consideran de poca relevancia este dato.

El Gerente de Aldeas expresó durante la entrevista que establecer el precio de café tomando como referencia la bolsa de valores de New York les funciona como guía para asegurar su competitividad y rentabilidad en el mercado del café.

La mayoría de los productores están de acuerdo con la empresa ya que los movimientos en la bolsa a pesar de ser impredecibles en muchas ocasiones estas

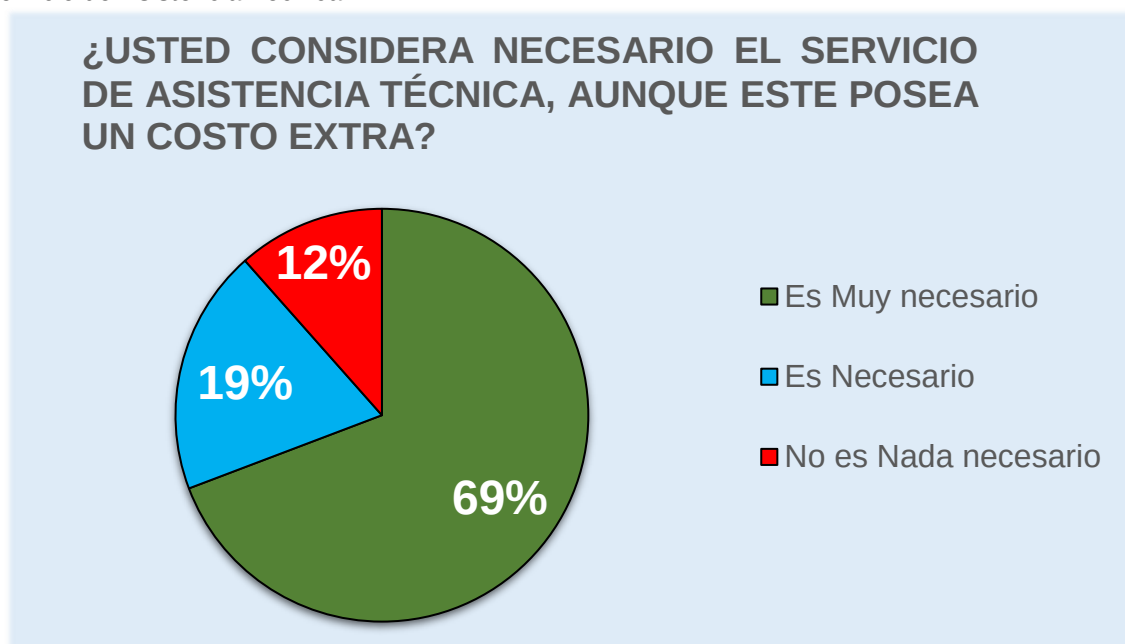
variabilidades en los precios les han generado grandes beneficios de acuerdo a los precios del café, la minoría consideran poco relevante debido a que prefieren trabajar bajo la modalidad de fijaciones de precios de café previos a la temporada.

La preferencia por utilizar la bolsa de valores de New York para establecer el precio del café implica confianza en la transparencia y eficiencia del mercado internacional del café. Los productores confían en que esta referencia refleja con precisión la oferta y la demanda global, así como otros factores relevantes que afectan el precio del café.

Indicador: Asistencia técnica

Gráfico 6

Servicio de Asistencia Técnica



Fuente: Encuestas a productores, I semestre 2024.

La Asistencia Técnica se refiere a la actividad de transferencia de información e innovaciones a los productores para incrementar sus conocimientos en una amplia gama de aspectos, mismos que van desde el diagnóstico y la planeación de la producción hasta su comercialización” (Camacho & Xóchitl, 2015).

El 69% de los productores establecen que es muy necesario el servicio de asistencia técnica, el 19% indican que es necesaria y solo un 12% manifiestan que no es nada necesaria.

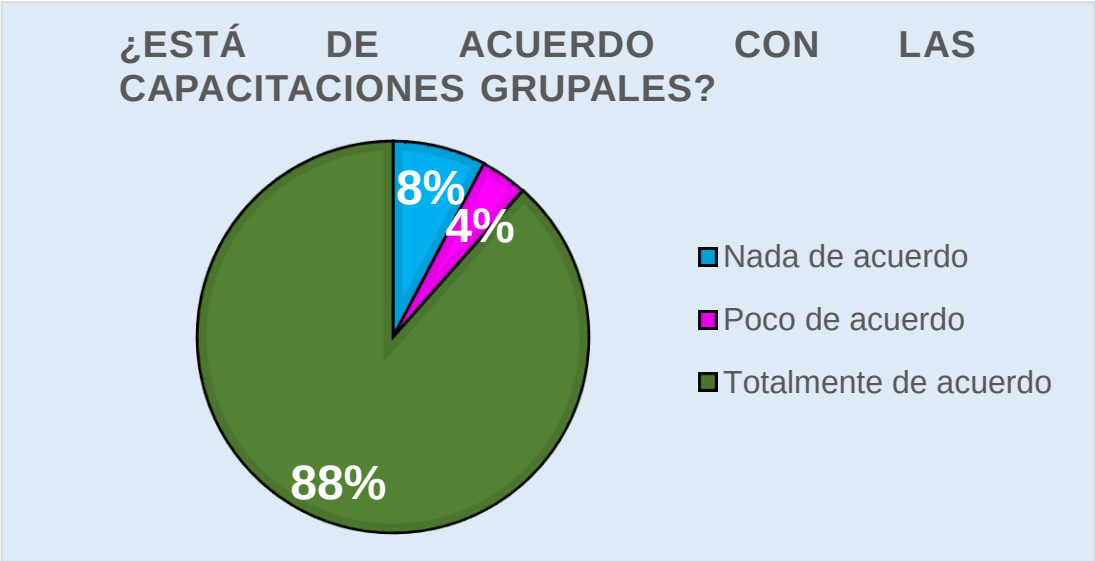
El Gerente de Aldeas durante la entrevista expresa que es de vital importancia para el desarrollo adecuado del café el servicio de asistencia técnica para informar acerca de las enfermedades que pueden afectar gravemente su producción, hacia también indican los efectos causados por las plagas y enfermedades y las formas de prevenirlas mediante los diferentes insumos agrícolas.

La empresa concuerda con la mayoría de los productores sobre lo importante que es la asistencia técnica, uno de los principales factores que mencionan los productores es que siempre ya cuando el personal este lo suficientemente capacitado a ellos les brinda beneficios, la minoría que indican que es poco necesario argumenta tener mucha experiencia en el sector y conocer las indicaciones necesarias para el manejo de las plagas y enfermedades.

Indicador: Capacitaciones grupales

Gráfico 7

Capacitaciones Grupales



Fuente: Encuestas a productores, I semestre 2024.

Las Capacitaciones grupales se refieren al conocimiento que se da a un grupo de participantes, y la enseñanza se imparte en forma colectiva” (Eslabon, S.F).

El 88% de los productores están totalmente de acuerdo con las capacitaciones grupales ya que consideran necesario compartir las opiniones y conceptos con diferentes productores, el 8% no están nada de acuerdo con las capacitaciones grupales y el 4% está poco de acuerdo con estas capacitaciones estos prefieren capacitaciones individuales.

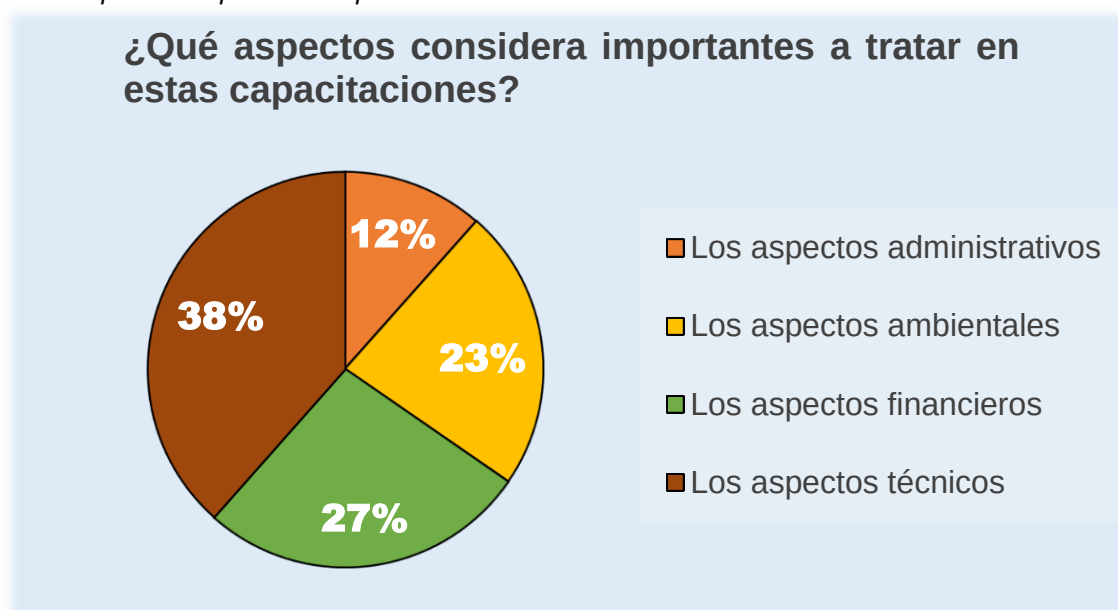
Según lo expresado por el Gerente de Aldeas en la entrevista las capacitaciones grupales no son organizadas de forma habitual por la institución y la organización de estas pertenecen a Fundación Aldea las cuales son realizadas mayormente con fines sociales.

Lo expresado por la empresa les genera una debilidad en cuanto a los productores ya que en su mayoría consideran importante trabajar bajo esta modalidad, existe la oportunidad de que Aldeas y Fundación Aldea colaboren para ofrecer capacitaciones grupales que también aborden aspectos técnicos y empresariales relacionados con la producción de café. Esto podría satisfacer la demanda de capacitación de los productores y contribuir a su desarrollo profesional y empresarial.

Indicador: Capacitaciones grupales

Gráfico 8

Aspectos Importantes para las Capacitaciones



Fuente: Encuesta a productores, I semestre 2024

Las capacitaciones grupales son “El conocimiento que se da a un grupo de participantes, y la enseñanza se imparte en forma colectiva” (Eslabon, S.F).

De acuerdo con la encuesta realizada, los productores destacaron diferentes aspectos como los más importantes a tratar en las capacitaciones grupales. El 38% de ellos señaló que los aspectos técnicos son de mayor relevancia. Por otro lado, un 27% consideró que los aspectos financieros son los más cruciales. En cuanto a los aspectos ambientales, estos fueron afirmados como los más importantes por un 23% de los encuestados. Finalmente, un 12% sostuvo que los aspectos administrativos son los más importantes.

Según la entrevista realizada con el Gerente General, él enfatiza que no hay un aspecto que prevalezca sobre los demás, ya que todos son importantes. La capacitación comienza a nivel administrativo. “Si un productor no sabe administrar sus finanzas, no podrá cultivar eficientemente su terreno, ni conocerá su rendimiento”.

Por lo tanto, en cada capacitación que ofrece Aldea Global, se recomienda de manera técnica y económica, según la capacidad y perfil comercial del productor. “Cuidamos sus finanzas, su producción y su moral. Nuestro propósito es ayudar al productor a incrementar su patrimonio.”

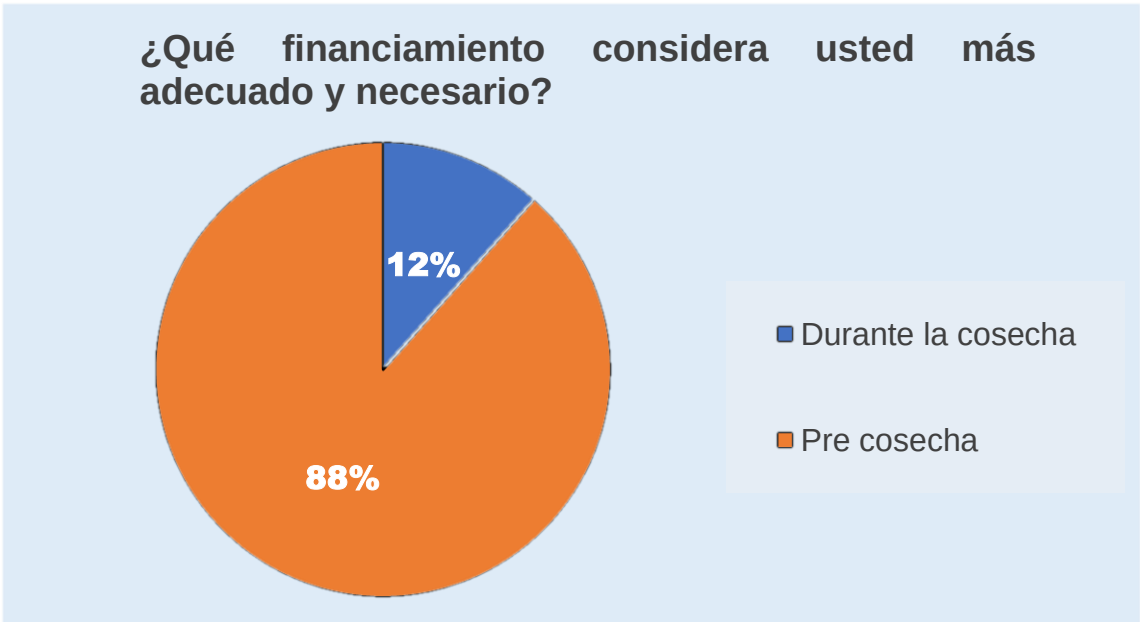
Aunque los productores destacan diferentes áreas como las más relevantes, el Gerente General enfatiza que todas son cruciales para el éxito y la sostenibilidad de sus operaciones. La formación proporcionada por Aldea Global busca equilibrar estos aspectos, ofreciendo recomendaciones técnicas y económicas adaptadas a la capacidad y perfil comercial de cada productor.

El objetivo final es proteger las finanzas, la producción y la moral del productor, ayudándole a incrementar su patrimonio. Esta visión holística de la formación es esencial para empoderar a los productores y garantizar la sostenibilidad a largo plazo de sus operaciones.

Indicador: Financiamiento post y pre cosecha

Gráfico 9

Financiamiento más adecuado



Fuente: Encuesta a productores, I Semestre 2024

“El financiamiento en una organización es la proveedora del dinero para el levantamiento de proyectos de inversión”. (Salinas, 2017)

Según los resultados de la encuesta, el 88% de los productores indicaron que el financiamiento más crucial se da en la etapa de precosecha. No obstante, un 12% sostuvo que la fase más importante para el financiamiento es durante la cosecha.

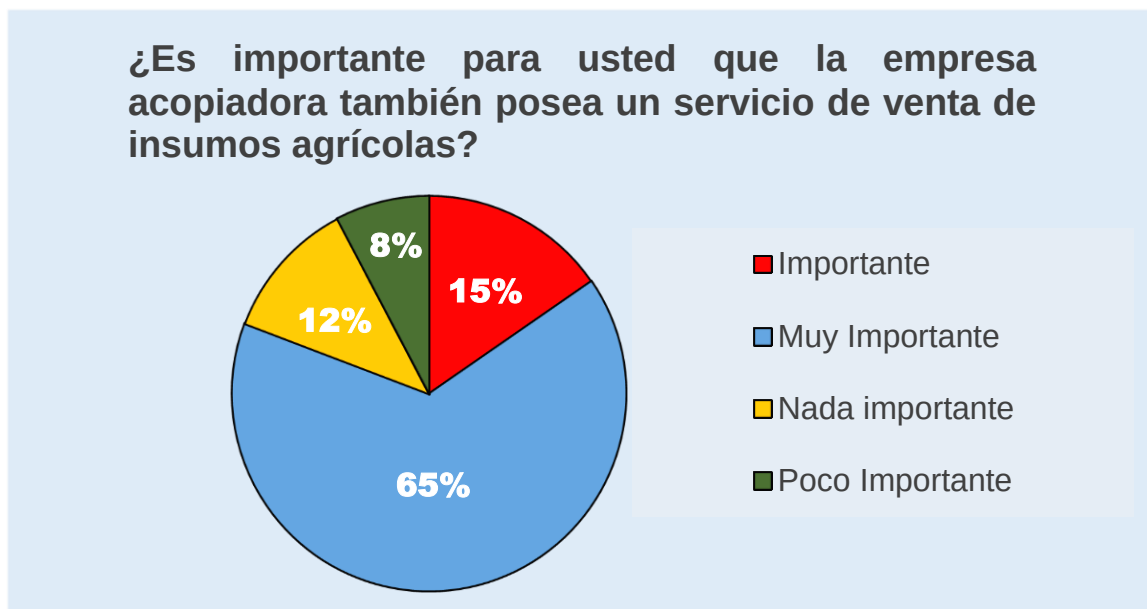
De acuerdo a lo expresado por el Gerente General en la entrevista el período de marzo a noviembre es esencial para la inversión y priorización de la producción. Durante este ciclo, se asegura la cosecha y se garantizan los folleos para mantener la floración y el follaje de esta manera cuando la planta entra en coágulo de flor, el productor asegura rentabilidad, reduciendo el riesgo de pérdida de floración de un 10% a 15%. Posteriormente, se proporcionan fórmulas de abono basadas en análisis de suelo y capacidad del productor. Se prepara al productor para la precosecha, incluyendo folleos y mano de obra. A partir de septiembre, se financia al productor para restablecer la cosecha. “Estas son estrategias de campo en las que ayudamos al productor a prepararse para el próximo año, asegurando así la continuidad y rejuvenecimiento de la cosecha”.

La mayoría de los productores ven la etapa de precosecha como crucial para la financiación, mientras que una minoría destaca la importancia del financiamiento durante la cosecha. El Gerente General, por su parte, enfatiza la importancia de la inversión durante el inicio de la cosecha ya que afirma que es el momento más crucial del ciclo. Además, se afirmó que Aldea Global asume la responsabilidad de proporcionar financiamiento en cada una de las fases del ciclo productivo, garantizando así un apoyo integral y continuo para el desarrollo sostenible de la producción.

Indicador: Disponibilidad de insumos agrícolas

Gráfico 10

Servicios de Insumo Agrícola



Fuente: Encuesta a productores, I Semestre 2024.

“Los insumos agrícolas se refieren a un bien que se emplea en la producción o fabricación de otros bienes. Según el contexto en el que lo utilizemos, puede utilizarse como sinónimo de materia prima o factor de producción” (Glosario de agricultura, 2021).

Una mayoría significativa de los productores encuestados (80%) considera que es importante o muy importante que la empresa acopiadora ofrezca un servicio de venta de insumos. Esto indica una fuerte demanda por parte de los productores para acceder a estos insumos a través de las empresas acopiadoras; Sin embargo, existe un porcentaje de productores que no le otorga tanta relevancia a este aspecto: un 12% lo considera nada importante y un 8% lo califica como poco importante.

Expresa el Gerente General que al ofrecer el servicio de venta de insumos es un gran beneficio para los productores, ya que Aldea Global, S.A es considerada como una empresa la cual garantiza que los insumos pasan por pruebas remitidas además que

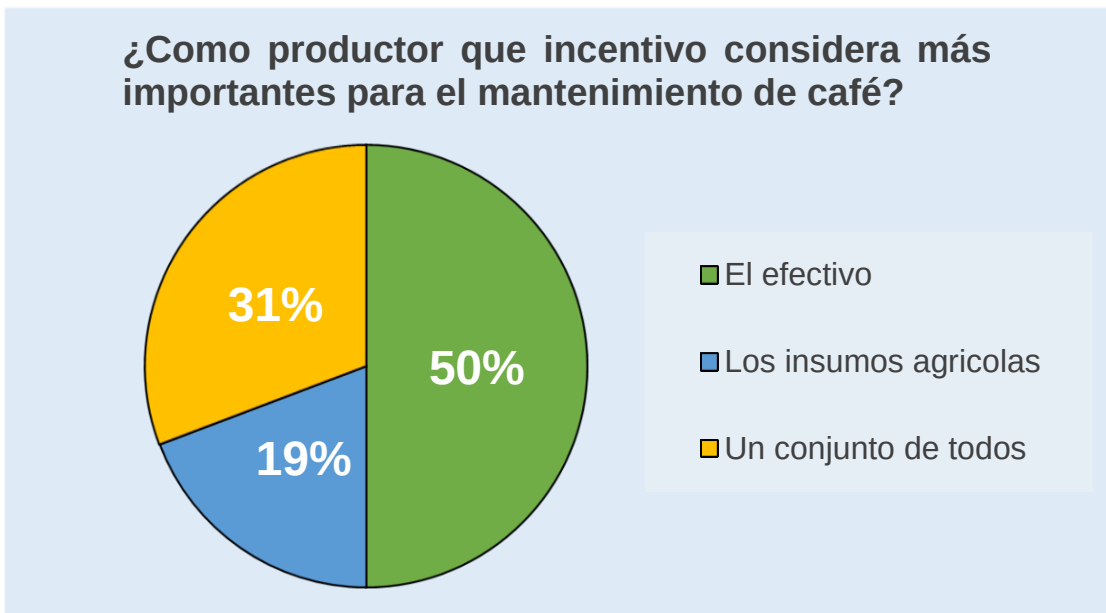
ofrecen precios más favorables dentro el nivel económico del productor, también disminuyen a los productores el riesgo de comprar insumos vencidos.

La oferta de este servicio por parte de la empresa acopiadora parece estar en sintonía con las necesidades y preocupaciones de los productores. Al ofrecer insumos de calidad a precios accesibles y garantizar su fiabilidad, la empresa está brindando un apoyo importante para mejorar la productividad y la rentabilidad de los productores. Además está fortaleciendo su relación con los productores al proporcionarles un servicio integral que respalda su actividad productiva. Esto puede contribuir a la fidelización de los productores y al éxito a largo plazo de la empresa.

Indicador: Incentivos

Gráfico 11

Incentivo más Importante



Fuente: Encuesta a Productores, I Semestre 2024

“Los incentivos son estímulos ofrecidos por una empresa con el fin de motivar la productividad y el bienestar general de la organización. Estos pueden tener la forma de reconocimientos, premios o beneficios laborales que se otorgan como recompensas por alcanzar metas definidas o bien como estimulantes para llegar a ellas” (Camilo, 2024).

La mitad de los productores, es decir, un 50%, considera que el incentivo más valioso para el mantenimiento es el efectivo. Sin embargo, existe una proporción significativa, un 31%, que opina que una combinación de todos los incentivos resulta ser más importante. Por otro lado, un 19% de los productores señaló que los insumos agrícolas son el incentivo más relevante para ellos. Estos datos reflejan la diversidad de opiniones y necesidades entre los productores en cuanto a los incentivos para el mantenimiento.

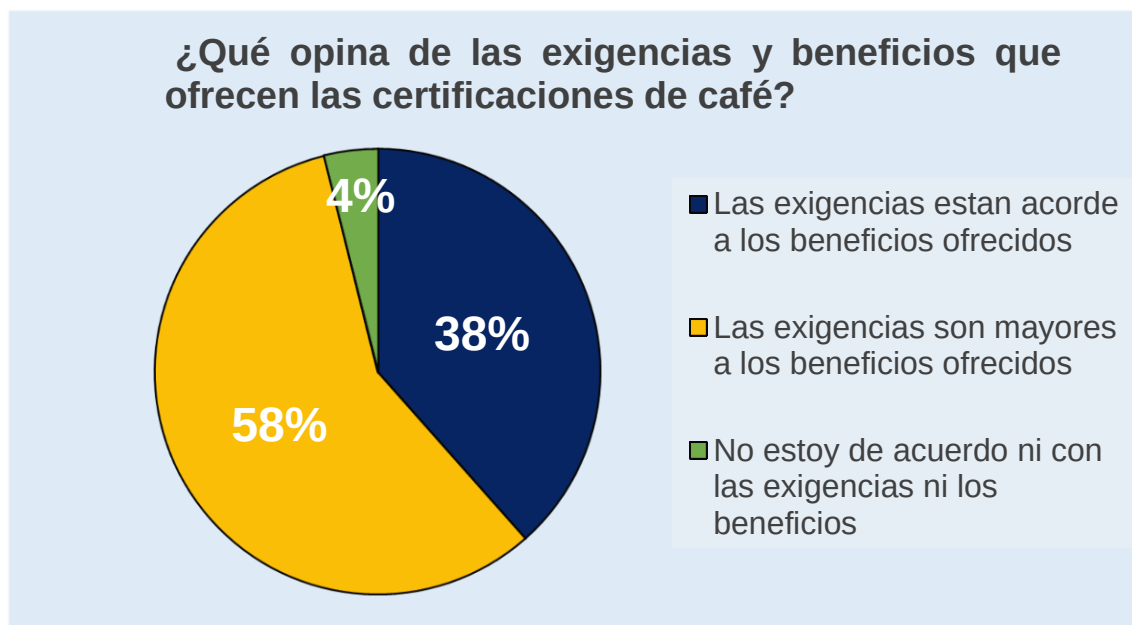
Según la entrevista realizada con el Gerente general expresa que para Aldea Global el incentivo más importante para el mantenimiento del café son los insumos agrícolas y la mano de obra ya que estos son vitales para garantizar el rendimiento de la cosecha dentro del nivel económico del Productor.

Los incentivos para el mantenimiento en la producción de café varían significativamente entre los productores y la gerencia de Aldea Global. Mientras que la mitad de los productores considera que el efectivo es el incentivo más valioso, un 31% prefiere una combinación de todos los incentivos y un 19% valora más los insumos agrícolas. Por otro lado, la gerencia de Aldea Global enfatiza la importancia de los insumos agrícolas y la mano de obra para garantizar el rendimiento de la cosecha.

Indicador: Certificaciones de Café

Gráfico 12

Exigencias Vs Beneficios



Fuente: Encuesta a Productores, I Semestre 2024

“La certificación es un proceso de sostenibilidad que incluye buenas prácticas agrícolas en las fincas, responsabilidad social empresarial, cumplimiento de leyes, normativas, mejoras continuas en las fincas y oportunidad de mercado en el mundo del café. Todas estas variables en su conjunto son una herramienta de diferenciación del café para el consumidor” (Ruiz, López, & Pérez, 2013).

En las encuestas aplicadas el 58% de los productores señaló que las exigencias superan los beneficios. En contraposición, un 38% sostuvo que las exigencias son proporcionales a los beneficios y un 4% expresó su desacuerdo tanto con las exigencias como con los beneficios.

Según la entrevista con el Gerente General, la empresa Aldea Global se rige por una misión denominada “Armonía con el medio ambiente y con Dios”. Esta misión se refleja en sus protocolos de certificación, diseñados no solo para atraer a los productores por razones monetarias, sino también para promover el cuidado y

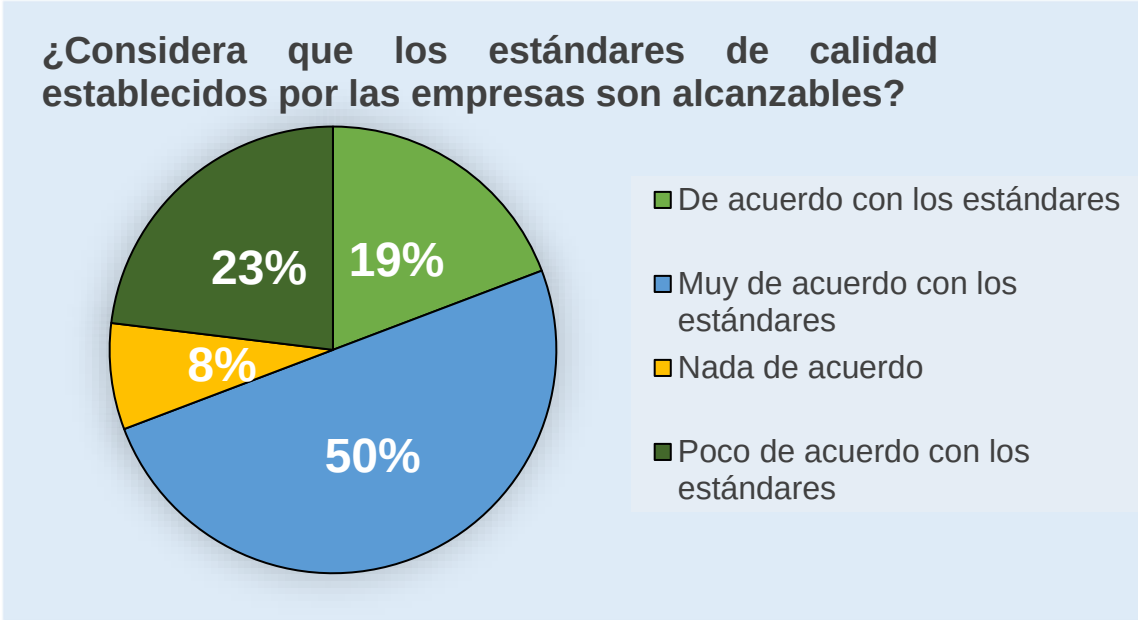
conservación de sus fincas. Esto incluye la gestión adecuada de las aguas residuales, la correcta disposición de la basura inorgánica y la evitación del uso de productos que puedan conducir a la esterilización de los suelos en el futuro. A pesar de la exigencia de estos protocolos, la empresa siempre se toma el tiempo para explicar a los productores el porqué de estas medidas. Su lema, “Usted debe pensar en las futuras generaciones”, refleja su compromiso con la sostenibilidad y la responsabilidad ambiental. De esta manera, Aldea Global busca garantizar que las prácticas agrícolas de hoy no comprometan la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades.

La mayoría de los productores expresaron su preocupación de que las exigencias actuales superan los beneficios percibidos, lo que sugiere una carga desproporcionada en comparación con las ventajas obtenidas. No obstante, existe un grupo de productores que se muestra favorable a estas exigencias, reconociendo su alineación con los beneficios a largo plazo. En este contexto, Aldea Global, S.A. pone especial énfasis en las certificaciones como medio para fomentar una gestión ambiental más eficiente y sostenible. La empresa considera que, aunque las exigencias pueden ser rigurosas, son fundamentales para promover prácticas responsables que beneficiarán tanto al medio ambiente como a la comunidad productora a largo plazo.

Indicador: Estándares de Calidad Establecidos

Gráfico 13

Estándares de Calidad



Fuente: Encuesta a Productores, I Semestre 2024

“Los estándares de calidad son puntos de referencia que sirven para fijar un mínimo de condiciones, a fin que las características de un producto o servicio sean capaces de satisfacer eficientemente las necesidades de los consumidores” (Cotrin, Emprender, 2020).

Un 50% de los productores indicó estar en gran medida de acuerdo con los estándares de calidad establecidos por las empresas acopiadoras, considerándolos alcanzables. De manera similar, un 19% afirmó estar de acuerdo. Sin embargo, un 23% expresó estar poco de acuerdo con estos estándares, y un 8% declaró estar nada de acuerdo.

El Gerente General de Aldea Global enfatiza que la calidad es un proceso dinámico y evolutivo construido día a día. La participación activa del productor es fundamental, ya que sus decisiones y satisfacción son prioritarias. Aldea Global se compromete con prácticas agrícolas sostenibles, involucrando a los productores en la adopción de prácticas responsables. Esta perspectiva a largo plazo busca preservar los recursos

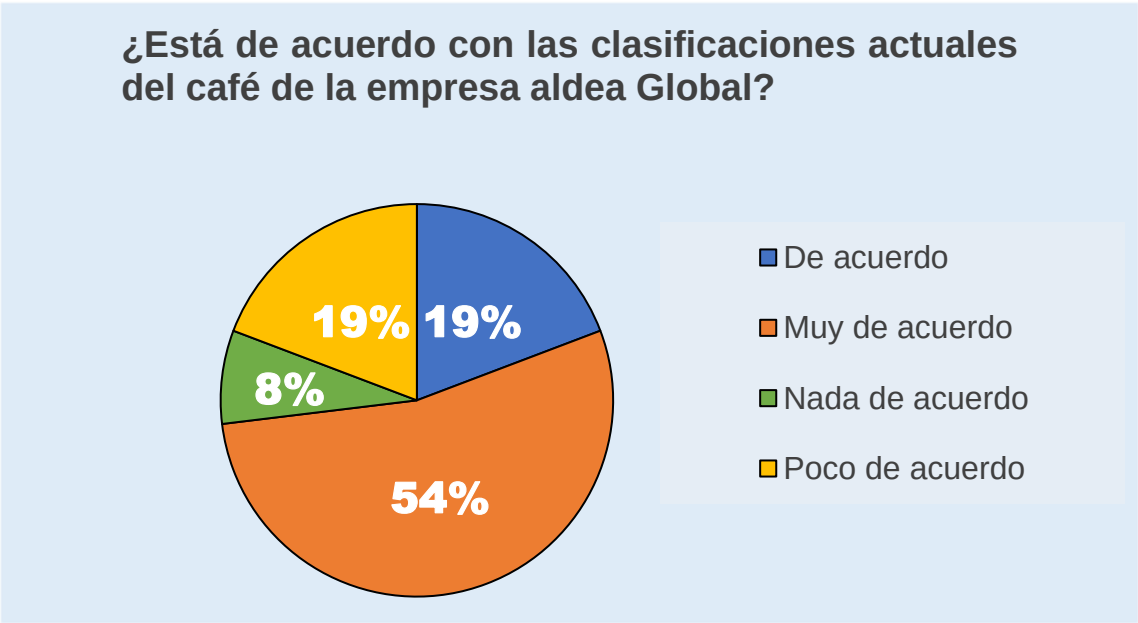
naturales para las generaciones futuras y empoderar al pequeño productor en el mercado internacional.

Aunque existen discrepancias en la percepción de los estándares de calidad, la empresa muestra un compromiso sólido con la mejora continua y el empoderamiento de los productores. Esto sugiere que la empresa está dispuesta a trabajar con los productores para resolver cualquier desacuerdo y continuar mejorando la calidad de los productos.

Indicador: Plazas de Café

Gráfico 14

Plazas de Café de Aldea Global



Fuente: Encuesta a productores, I Semestre 2024

La calidad del café se determina por un conjunto de características químicas, microbiológicas, físicas y sensoriales que incentivan al consumidor a pagar un precio superior por el producto, lo que representa mejores ingresos para el caficultor. (Osorio, 2021)

La encuesta muestra una mayoría significativa de los productores (73%) que está de acuerdo o en gran medida conforme con las clasificaciones actuales del café de la

empresa Aldea Global, S.A. Sin embargo, un porcentaje considerable (27%) expresó tener poca o ninguna conformidad con estas clasificaciones.

Según lo mencionado por el Gerente General, se han iniciado diálogos para mejorar las plazas del café. No obstante, se enfrentan al desafío de que la inflación ha elevado los costos de comercialización. A pesar de este obstáculo, se esfuerzan por mantener plazas justas, aunque su capacidad para hacerlo está en gran medida sujeta a las condiciones del mercado exterior. Siguen el ritmo de la bolsa y aplazan la obtención de utilidad bruta hasta encontrar un comprador adecuado. Con base en estos factores, proyectan el precio del café para la próxima cosecha, siempre buscando el equilibrio entre un precio justo para los productores y las realidades del mercado global.

Para el diagnóstico de la capacidad financiera e instalada según la información proporcionada por el Gerente de Zonas de la Empresa Aldea Global se elaboró un FODA.

El que da respuesta a la siguiente pregunta de investigación: **¿Cuál es el diagnóstico de la situación financiera y capacidad instalada actual de la empresa Aldea Global ante el nuevo mercado de comercialización del café en el municipio El Cuá, departamento Jinotega, durante la cosecha 2024 – 2025?**

Variable: FODA: Situación financiera y Capacidad instalada

Figura 3

FODA de Aldea Global



Fuente: *Entrevista con Gerente de Aldeas, I Semestre del 2024*

En conclusión, la empresa Aldea Global, dedicada al acopio de café en Nicaragua, posee fortalezas significativas como la proximidad de sus acopios, que permite un acceso rápido y eficiente a los recursos, servicios de transporte eficientes a través de Aldea Ray que facilitan la logística, medidas de seguridad rigurosas en los centros de acopios que garantizan la seguridad de los pagos de las cosechas, precios competitivos según la bolsa de Valores de New York, comunicación constante con los clientes a través de medios electrónicos, acompañamiento en cada etapa de la cosecha, capacitaciones constantes en temas de interés y venta de insumos a precios accesibles además posee ingresos diversificados los cuales están conformados el 60% del sector café y el otro 40% de los sectores: comercio, ganadero, granos básicos y hortalizas, esto le permite tener un flujo constante de efectivo durante todas las épocas del año ya que, el financiamiento del sector comercio proporciona ingresos mensuales, el sector ganadero a la empresa le genera ingresos al plazo, el sector de granos básicos genera ingresos durante varias épocas del año con la salida del frijol y el maíz de primera y frijol de apante y maíz de postrera, el sector hortalizas genera menos ingresos pero durante varias épocas del año, todo esto le permite a la empresa tener ingresos revolventes durante todo el año lo cual le genera una estabilidad financiera al no depender de un solo sector. Sin embargo, también se identifican debilidades como las altas demandas en las exigencias de certificaciones de café, una estrategia limitada de expansión y la construcción de una planta industrial que se estima finalizará en dos años. A pesar de estas debilidades, la empresa tiene oportunidades de crecimiento hacia otros sectores financieros, nuevas alianzas comerciales y adaptación a las condiciones del mercado actual. No obstante, existen amenazas como la quiebra de empresas matrices, disminución en el flujo de efectivo, plagas y enfermedades que afectan la producción anualmente, deudas financieras y la escasez de mano de obra para la recolección del producto.

Este análisis FODA proporcionó una visión integral de la situación actual de la empresa y puede ser un punto de partida para el desarrollar estrategias de mejora y crecimiento.

Se elaboró un plan estratégico el cual da respuesta a la tercera y última pregunta de investigación: **¿Qué estrategias financieras se deben incluir en el plan estratégico para la gestión ante la nueva cartera comercial en el municipio El Cuá, departamento Jinotega en la cosecha 2024 – 2025?**

Variable: Plan Estratégico

ALDEA GLOBAL



Título: Plan Estratégico

Matagalpa, 30 de junio del 2024
Vo.1-2024

Contenido

RESUMEN EJECUTIVO	71
I. INTRODUCCIÓN	72
I. FILOSOFIA ORGANIZACIONAL	73
1.1 Misión	73
1.2 Visión	73
1.3 Valores.....	73
1.4 Objetivos Estratégicos	73
II. Análisis del Entorno.....	74
2.1 Macro Entorno	74
2.1.1 Político y Legal.....	74
2.1.2 Economía.....	74
2.1.3 Tecnología.....	75
2.1.4 Ambientales.....	76
2.2 Micro entorno	77
2.2.1 Asociados, colaboradores temporales y permanentes.....	77
2.2.2 Proveedores	79
2.2.3 Clientes	79
2.2.4 Competidores	79
2.3 Diagnostico situacional	80
2.4 Matriz FODA	82
III. Metodología.....	83
IV. Selección de estrategias	84
4.1 Planteamiento de las estrategias	85
4.2 Prioridades	86
4.3 Selección de acciones.....	86
V. Plan de Acción	88
VI. Control y evaluación de las estrategias	95

RESUMEN EJECUTIVO

Aldea Global es una organización que se dedica a impulsar el desarrollo económico de los pequeños productores rurales en la zona norte central de Nicaragua. A través de sus empresas subsidiarias, proporciona una variedad de servicios y soluciones financieras. Estos incluyen la oferta de insumos agrícolas de alta calidad a través de Aldea Zon, la comercialización de cafés especiales con Aldea Coffee, y programas de desarrollo para las familias rurales mediante la Fundación Aldea. Actualmente, Aldea Global está en proceso de mejorar su planta procesadora.

El plan estratégico de Aldea Global busca captar nuevos mercados y expandir su cartera de clientes, sin descuidar a sus asociados actuales. Este plan, que sirve como una herramienta de gestión esencial, permite a Aldea Global reflexionar sobre sus prácticas actuales, trazar una estrategia basada en su posicionamiento y definir claramente su misión, visión futura, objetivos y líneas de acción. Todo esto contribuye a un desempeño gerencial efectivo y al desarrollo de programas de mejora continua.

Las estrategias de Aldea Global se proponen en función de los resultados obtenidos en un reciente estudio de mercado realizado a productores de siete comunidades en la zona de El Cuá Jinotega y una entrevista con el Gerente de Zonas. El desafío para Aldea Global es lograr que toda la organización se involucre en la ejecución del Plan y asegurar que se asignen los recursos necesarios para cumplir con los objetivos y acciones propuestas. Es igualmente importante que Aldea Global realice un seguimiento constante de las acciones y tome medidas correctivas cuando sea necesario.

I. INTRODUCCIÓN

La empresa Aldea Global es una organización que brinda servicios y soluciones financieras a los pequeños productores del sector rural mediante sus diferentes empresas: AldeaZon que proporciona insumos agrícolas, Aldea Coffee la comercialización de café y Aldea Crédito para los financiamientos de los productores.

El Cuá es un municipio altamente desarrollado gracias a la fertilidad que poseen sus tierras, el clima es una zona favorable para la agricultura en donde se destaca la producción de café, durante la temporada de corte de café la economía del municipio posee un gran movimiento no solo para acopiadores también en los comercios de la zona.

La elaboración de un plan estratégico para la empresa tomando en cuenta la información recaudada durante la investigación, ofrecerá una guía precisa sobre las necesidades principales de los productores que conforman la nueva cartera comercial de café en el municipio, acaparar esta cartera generaría un crecimiento económico para la empresa y posicionarse como la mayor acopiadora de café en el país.

I. FILOSOFIA ORGANIZACIONAL

1.1 Misión

Somos Aldea Global, sólida de pequeños y pequeños productores que lideramos servicios y agro negocios innovadores liderado por datos, tecnología, y calidez humana. “En armonía con Dios, medio ambiente, responsabilidad social y equidad.”

1.2 Visión

Ser una entidad valiosa para el progreso de nuestras familias rurales.

1.3 Valores

- **Armonía con Dios:** Trabajar Unidos con Amor y Paz.
- **Armonía con el medio ambiente:** Cuidar los recursos ambientales y crear conciencia entre la sociedad.
- **Responsabilidad Social:** Mejorar de la calidad de vida en la Familia Aldea.
- **Equidad:** Igualdad para Hombres y Mujeres compartiendo deberes y derechos.

1.4 Objetivos Estratégicos

 Difundir la presencia de Aldea ante la nueva cartera de clientes disponible en el mercado del municipio El Cuá, durante la cosecha 2024 – 2025

 Implementar una promoción masiva en donde se expongan todos los beneficios que ofrece la empresa en el que se logre llegar a un mínimo del 80% de clientes de la nueva cartera de clientes disponible en el mercado

 Establecer un personal exclusivo para la captación y financiamiento de la nueva cartera de clientes.

 Captar un 60% de la nueva cartera de clientes disponible en el mercado de café del municipio.

Estos objetivos estratégicos son específicos, medibles, alcanzables y relevantes. Son específicos porque se centran en resultados concretos. Son medibles porque se pueden cuantificar y monitorear. Son alcanzables porque son factibles de lograr con los recursos disponibles. Son relevantes porque están alineados a los intereses económicos de la empresa y se desprenden del análisis del mercado actual.

II. Análisis del Entorno

2.1 Macro Entorno

2.1.1 Político y Legal

La situación política y legal de Nicaragua respecto a las micro financieras se enmarca en un contexto complejo, influido por factores históricos, políticos, y socioeconómicos.

Las instituciones que pertenecen a la rama de micro financieras son reguladas por la Comisión Nacional de Micro finanzas.

El marco legal que rige las micro financieras y el enfoque en la parte agrícola en Nicaragua se basa en varias leyes y decretos, entre ellos: Ley No 769. Ley de fomento y regulación de las micro finanzas que establece las bases para el desarrollo económico de los sectores de bajos ingresos en el país. Ley No 368. Ley del café esta tiene la finalidad de promover y defender el interés nacional en relación al fomento, cultivo, beneficio, industrialización y comercio del café y conciliar los intereses de todos los agentes que participan en esta actividad. Ley No 936. Ley de garantías mobiliarias que tiene como objeto promover el acceso al crédito a través de la regulación de todo tipo de garantías mobiliarias, mediante la ampliación de los bienes, derechos o acciones que pueden ser objeto de garantías obligacionales en Nicaragua. Ley No 977. Ley contra el lavado de activos, el financiamiento al terrorismo y el financiamiento a la proliferación de armas con el objeto de proteger la economía nacional y la integridad del sistema financiero de los riesgos asociados al Lavado de Activos, el financiamiento del terrorismo y el financiamiento de la proliferación de armas de destrucción masiva (LA/FT/FP).

La situación política en Nicaragua presenta una serie de factores que pueden influir negativamente considerando la incertidumbre de las entidades económicas en el país por el cierre y la clausura de las diferentes fundaciones de apoyo a la comunidad.

2.1.2 Economía

La agricultura creció 1.7 por ciento (4.0% en promedio anual), como resultado de la mayor generación de valor agregado en los cultivos café, maíz, frijol, sorgo, arroz, soya, maní, ajonjolí y tabaco, entre otros.

El cultivo de café es uno de los principales rubros exportable de importancia en la economía de Nicaragua, aportando 711.0 millones de dólares en el año 2022 y generando 600 mil empleos durante la época de corte, tanto temporales como permanentes.

En Nicaragua se registran un aproximado de 38 mil productores que cultivan 240 mil manzanas de café, de los cuales el 84% son pequeños productores, y la mayoría de las áreas están ubicadas en los departamentos de Jinotega, Matagalpa y Nueva Segovia.

Actualmente el mercado de café pasa por una reestructuración debido al cierre de la principal acopiadora y exportadora del país CISA Exportadora, durante la recolección en cosecha en 2023, esta situación dejó a todos los productores y asociados de la empresa en incertidumbre.

En los últimos 4 años, tanto el sector público como privado han venido realizando esfuerzos por diseñar e implementar una estrategia cafetalera acorde a la situación y las tendencias actuales de la industria.

El sector privado ha puesto en marcha la elaboración de una propuesta de estrategia a través de la Plataforma Nicaragüense de Café Sostenible (NICAFES) para consideración de los diversos actores públicos y privados, cuya colaboración y mutuo acuerdo son esenciales para la adopción de una estrategia única como país, de largo plazo.

Según datos de la Organización Internacional del Café (OIC), en los últimos 10 ciclos, Nicaragua ha ocupado el duodécimo lugar en producción y exportación, aportando en promedio 1.4% de la producción y 1.7% de las exportaciones mundiales.

2.1.3 Tecnología

Desde el Sistema Nacional de Producción, Consumo y Comercio, se impulsa la Estrategia Nacional para el Desarrollo de la Caficultura Nicaragüense, con el propósito de incrementar la productividad, mejorar la rentabilidad e ingresos de las Familias Productoras. Se han entregado 62 mil 807 Bonos Tecnológicos para contribuir al incremento de la productividad con la renovación de 15 mil manzanas y la aplicación de fertilizantes edáficos y foliares en 16 mil manzanas de Café establecidas.

Por tal razón, desde la Estrategia Nacional para el Desarrollo de la Caficultura Nicaragüense se ha fomentado la aplicación de tecnologías y el uso de variedades de semillas que aportan al incremento de la producción poniendo a disposición de las familias productoras 3 centros de desarrollo tecnológico en Jinotega, La Dalia y Dipilto donde se producen semillas certificadas; y 3 jardines genéticos con plantas de las 20 mejores variedades de Café.

Desde el 2022, se está fortaleciendo la producción de 150 mil plantas sanas para la producción de semillas de variedades de alta calidad. También, se realizarán 2 mil 400 análisis de suelos y nematodos a fin de realizar un mapa para mejorar la fertilidad de los suelos cafetaleros.

Y se continuará fortaleciendo las capacidades de las familias productoras desde la Escuela nacional de catación y barísmo en el municipio de San Isidro.

2.1.4 Ambientales

La situación ambiental de Nicaragua en relación con las cooperativas de producción presenta una serie de desafíos y oportunidades que deben abordarse para garantizar la sostenibilidad a largo plazo de estas actividades agrícolas.

La situación ambiental en el país es preocupante principalmente para el sector agropecuario

Las prácticas agrícolas intensivas, como la Mono cultura y el uso excesivo de agroquímicos, pueden provocar la erosión del suelo y la degradación de la tierra. Esto

reduce la fertilidad del suelo, disminuye la capacidad de retención de agua y aumenta la vulnerabilidad a fenómenos climáticos extremos.

Nicaragua es vulnerable a los efectos del cambio climático, que incluyen fenómenos meteorológicos extremos como sequías, inundaciones y huracanes. Estos eventos climáticos pueden afectar la producción agrícola y la resiliencia de las cooperativas, especialmente en áreas vulnerables del norte del país.

El sector cafetalero ha sido el principal afectado por cambios climáticos debido a que las altas temperaturas han ocasionado un déficit en la producción, en el año 2023 y 2024 se han registrado las temperaturas más altas, afectando gravemente a las plantaciones de café de la zona norte.

Para asegurar y brindar una mayor sostenibilidad en el sector de café se promueven las certificaciones de café para producir con calidad mientras se están preservando de la mejor forma todos los elementos ambientales.

Además de las certificaciones se ofrecen un incentivo llamado captura de carbono el cual implementa la conservación de áreas verdes en las fincas o haciendas, esto es principalmente con el objetivo de que se preserven la flora y la fauna de estas zonas.

2.2 Micro entorno

2.2.1 Asociados, colaboradores temporales y permanentes

Los asociados deben tener un récord crediticio limpio, garantías para soportes de crédito, experiencia en el rubro económico que se desarrolla y una buena solvencia moral en la comunidad.

Cabe destacar que también existen los asociados certificados en donde se establecen diferentes requisitos incluyendo los antes mencionados, los requisitos extras para certificarse consisten en el cuidado del medio ambiente como son: beneficios establecidos para el despulpado de café, estanques para aguas mieles, no aplicar fungicidas, herbicidas, plaguicidas, insecticidas, venta del 100% de la cosecha,

fidelización con la institución, protección de los ríos, establecer recipientes para la basura y un pago justos a los trabajadores según lo establecido por ley.

La institución tiene como aliados a trabajadores permanentes y temporales, los cuales deben ser altamente eficientes con conocimientos a fines al puesto que desarrollaran con carreras hasta 3er año o un técnico superior, experiencia mínima de 1 año, (trabajadores temporales son los establecidos en los acopios durante la temporada de café)

Aldea Global sucursal El Cuá, posee una oficina ubicada en el casco urbano El Cuá, una bodega de insumos Aldea Zon y 11 acopios a su cargo.

Tabla 1

Puestos de trabajos en Aldea Global

Puestos de crédito	Oficinas	Bodega de insumos Aldea Zon	Acopios
Gerente			
Asistente administrativo		Responsable de Aldea Zon	Responsable de Acopio
Asesor de crédito 1		Gestor de venta 1	Auxiliar de acopio
Asesor de crédito 2		Gestor de venta 2	Auxiliar de acopio 2
Asesor de crédito 3		Limpieza	Auxiliar de acopio 3
Asesor de crédito 4			
Asesor de crédito 5			
Cajera			

Fuente: *Elaboración Propia*

Tabla 2

Ubicación de los Acopios en el Municipio de El Cuá

Acopios que corresponden al municipio El Cuá
ABISINIA
EL BOTE
EL GALOPE
SAN MIGUEL DE KILAMBE
SUBTERRANEO

LA PITA	Temporales
PEÑAS BLANCAS	contratados por
EL CAÑO	Aldea Global
VALLE LOS CONDEGAS	10 transportistas
BOCAY	
SAN JUAN DE AWAWAS	

Fuente: *Elaboración Propia*

2.2.2 Proveedores

Un proveedor es una persona o empresa que suministra bienes o servicios a otras empresas o personas. Son esenciales para el funcionamiento de cualquier empresa, ya que proporcionan los recursos necesarios para la producción, distribución y venta de productos o servicios. Los proveedores son socios estratégicos que pueden ayudar a alcanzar los objetivos comerciales. Al elegir y gestionar a los proveedores de manera eficaz, puede mejorar la eficiencia, la rentabilidad y la competitividad de la empresa.

Los proveedores de Aldea Global son todos sus asociados y asociados certificado todos los productores que forman parte de la empresa, estos provienen de las zonas anteriormente mencionadas.

2.2.3 Clientes

Los clientes son el principal motor de cada empresa. Al comprender los requerimientos y solicitudes para poder desarrollar el producto adecuado para sus clientes y satisfacer de esta forma sus necesidades y de esta forma cumplir con sus metas y objetivos como empresa.

Los principales mercados de exportación Estados Unidos, Italia, Bélgica, Panamá, Canadá, Alemania, Costa Rica, España, Australia, Suecia, México, Países Bajos, Emiratos Árabes Unidos y Jordania, según el estatal Centro de Trámites de las Exportaciones (Cetrex).

2.2.4 Competidores

Las principales empresas acopiadoras, procesadoras y exportadoras de café en el país son ATLANTIC, Aldea Global y OFI, existen otras empresas que realizan esas funciones en menor escala, cabe destacar que dentro del municipio El Cuá para las empresas grandes como las anteriormente mencionadas las principales competencias para el acopio de café son los intermediarios del mercado.

También en el financiamiento en la zona existen financieras y micro financieras como Financiera FDL, Fundenuse, FUMDEC y también hay presencias de bancos en la zona

2.3 Diagnostico situacional

Aldea Global es una empresa con más de 30 años de experiencia con los pequeños y medianos productores del norte central del país. Dio inicio en 1992 como un proyecto piloto con 22 productores para promover la producción orgánica, amigable con el medioambiente, salud y desarrollo de las familias rurales.

En 1996 obtuve su personería jurídica como Proyecto Asociación Aldea Global Jinotega (PAGJINO). En 2023 empiezan una nueva etapa como Aldea Global – Empresa Socialmente Responsable.

Esta es una empresa especializada en brindar servicios y soluciones financieras que contribuyen al desarrollo económico de los pequeños productores del sector rural en la zona norte central de Nicaragua.

La empresa posee la mejor planta industrial procesadora de café del país, en los últimos años ha tenido un crecimiento organizacional, además de esto posee personal altamente calificado, su estructura crediticia les permite una mayor posibilidad de recuperación y un personal el cual refieren sus mismos asociados.

A pesar de lo antes mencionado la empresa también posee debilidades como el hecho de que su planta industrial está proyectada a culminarse en dos años más y posee un bajo presupuesto para acopiar la nueva cartera de café.

La producción anual de café en Nicaragua es de 174,000 toneladas. La nueva cartera de café disponible es de aproximadamente unos 8 mil caficultores que concentraba aproximado de 54,000 toneladas lo que significan entre el 28 y 32 % del café que se produce en el país.

La empresa Aldea Global a diferencia de otras, está creciendo hacia otros rubros económicos lo cual le representa una gran oportunidad de negocio en la ganadería, comercio, granos básicos y hortalizas.

Cabe destacar que la principal fuente de ingresos de la empresa sigue siendo el sector cafetalero representando este aproximadamente el 60%, las principales amenazas dentro de este sector son las plagas y enfermedades de las plantas, bajos rendimientos, una baja expectativa de la nueva cartera y la poca mano de obra reflejada en la última cosecha de café podría representar riesgos para la recuperación de los créditos en el sector cafetalero por ende afectaría directamente la economía de la institución.

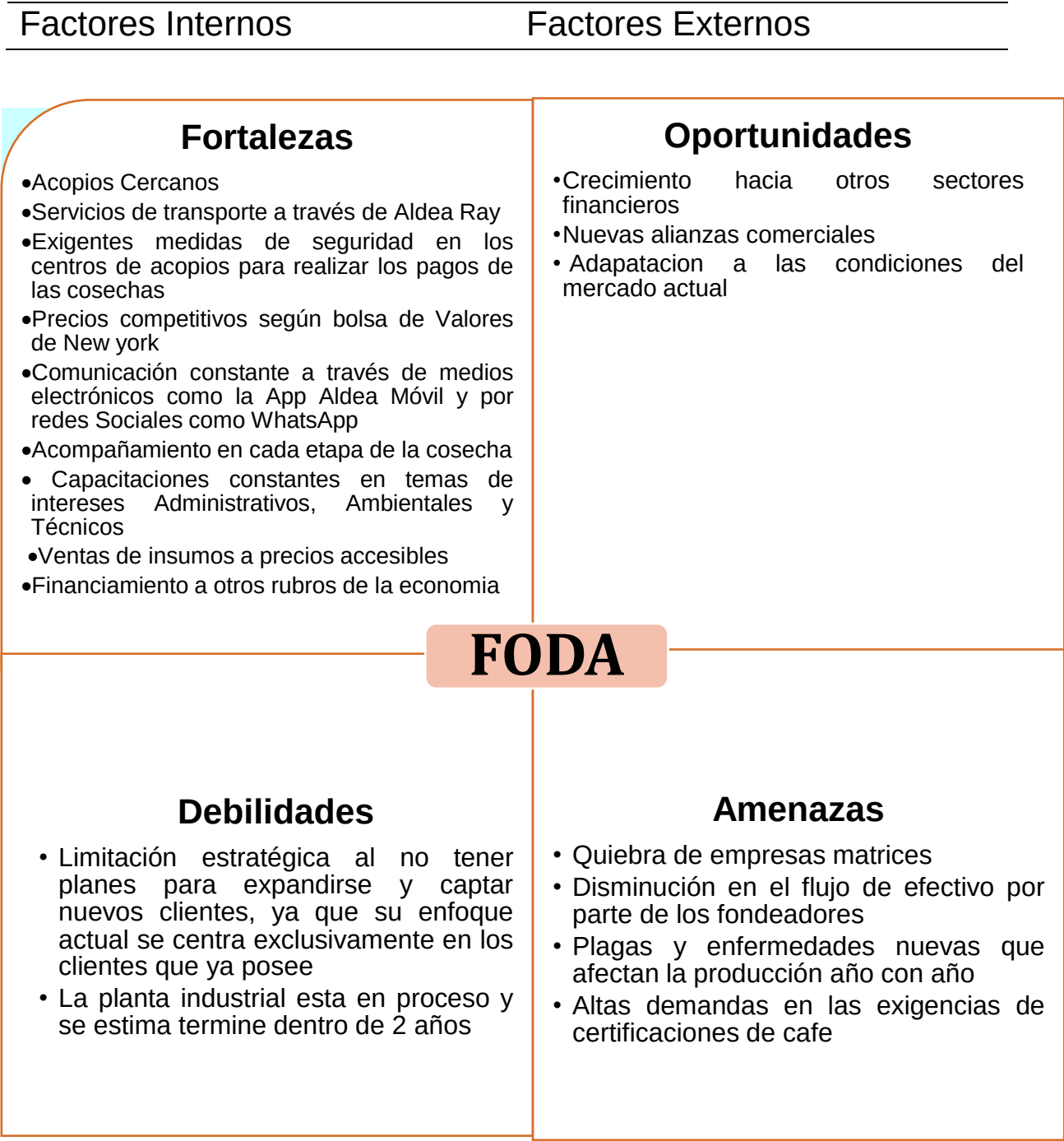
El café de Nicaragua se caracteriza por tener un cuerpo suave y una acidez suave. No obstante, su sabor es muy particular: combina sabores sutiles y dulces, una combinación de nuez y toques de vainilla, si bien el café de América Central comparte, en general, las mismas características, la suavidad en la acidez es más pronunciada en Nicaragua que en el resto de estos países.

El Cuá es un municipio en desarrollo, con un mercado muy grande, posee zonas altas como Peñas Blancas y zonas bajas como la Pita, con alturas desde los 1,500 m.s.n.m hasta los 600 m.s.n.m, cada una de estas comunidades posee una oferta diferente que va desde el café a los granos básicos, también posee una oferta atractiva en el sector ganadero, comercio y en menoría una oferta en el sector de hortalizas, exponiendo esto las necesidades del mercado son muy variadas porque cada zona del municipio posee diferentes ofertas y demandas.

2.4 Matriz FODA

Figura 1

Matriz FODA



Fuente: Entrevista con Gerente de Aldeas, I Semestre 2024

III. Metodología

Se definirá el procedimiento que se llevó a cabo para diseñar el presente Plan Estratégico.

La muestra que se está usara para el diseño de este plan consiste en 23 encuestas realizadas a productores de la nueva cartera y una entrevista al gerente de Aldeas.

La muestra de este estudio estuvo sustentada por productores seleccionados al azar de la nueva cartera y una entrevista al Gerente de Zonas de Aldea Global.

Los datos recaudados nos permitieron una visión más clara acerca de la necesidad del nuevo, además de esto comprender cuál es la oferta de la empresa hacia esta nueva cartera de clientes del sector cafetalero del municipio El Cuá.

IV. Selección de estrategias

Tabla 3

Selección de Estrategias

FORTALEZAS	
OPORTUNIDADES	 Aprovechamiento de la experiencia en mercado y la nueva oportunidad para captar esta nueva cartera
	 Dar a conocer a la nueva cartera todos los beneficios de la empresa
	 Implementar nuevos puestos exclusivos para la atención de la nueva cartera de clientes
	 Captación de la nueva cartera de clientes del mercado de café en el municipio El Cuá
DEBILIDADES	

AMENAZAS

4.1 Planteamiento de las estrategias

Tabla 4

Planteamiento de estrategias

Estrategia	Tipo de estrategia	Resultado esperado
Aprovechamiento de la experiencia en mercado y la nueva oportunidad para captar esta nueva cartera	Crecimiento y enfoque.	Expandir la presencia de la empresa en el nuevo mercado de café disponible.
Dar a conocer a la nueva cartera todos los beneficios de la empresa	Diferenciación y reconocimiento	El 80% de la nueva cartera de clientes en el mercado disponibles conozca los beneficios que ofrece la empresa.
Implementar nuevos puestos exclusivos para la atención de la nueva cartera de clientes	Crecimiento organizacional y Costo	Atender a todos los nuevos asociados sin perder ni descuidar los asociados de la cartera actual de la empresa
Captación de la nueva cartera de clientes del mercado de café en el municipio El Cuá	Crecimiento y Costo	Aumentar el número de nuevos asociados y captar el 60% de la nueva cartera

Fuente: *Elaboración Propia*

4.2 Prioridades

Tabla 5

Prioridades

Estrategia	Prioridades
Aprovechamiento de la experiencia en mercado y la nueva oportunidad para captar esta nueva cartera	Estudios de mercado y análisis comparativos Adaptación de la plaza de café Campañas publicitarias en canales digitales Visitas en zonas finqueras altamente productivas Publicidad en eventos comunales
Dar a conocer a la nueva cartera todos los beneficios de la empresa	Contratar un colaborador exclusivo que visite toda la zona donde tenga cobertura la sucursal de El Cuá que este altamente calificado para mostrar nuestra oferta económica al nuevo mercado
Implementar nuevos puestos exclusivos para la atención de la nueva cartera de clientes	Implementación 3 puestos nuevos puestos destinados a atender la nueva cartera. Los colaboradores actuales deben mantener sus funciones normales
Captación de la nueva cartera de clientes del mercado de café en el municipio El Cuá	Talleres de Integración y bienvenida a nuevos ASOCIADOS Comunicación efectiva. Comunicación escrita

Fuente: *Elaboración Propia*

4.3 Selección de acciones

Aprovechamiento de la experiencia en mercado y la nueva oportunidad para captar esta nueva cartera.

Acciones propuestas:

-  Realizar un estudio de mercado para localizar a todos los clientes de la nueva cartera.
-  Utilizar los elementos tecnológicos como redes sociales, asistentes virtuales y la página oficial de aldea para darnos a conocer a los nuevos clientes.

-  Desarrollar campañas publicitarias atractivas y efectivas.
-  Utilizar los métodos tradicionales de promoción (Banner, brochure, perifoneo y radios locales).
-  Participar en eventos comunales.

Dar a conocer a la nueva cartera todos los beneficios de la empresa.

Acciones propuestas:

-  Contratar a un mercadólogo con conocimientos en la zona y principios agrícolas, con 1 año de experiencia en puestos similares
-  Realizar un listado de las principales zonas donde se localiza la nueva cartera
-  Realización de plan de trabajo para programar la visita a cada una de las zonas seleccionadas
-  Dar a conocer todo lo que ofrece la empresa a la nueva cartera mediante visitas

Implementar nuevos puestos exclusivos para la atención de la nueva cartera de clientes

Acciones propuestas:

-  Contratar a 3 profesionales con carreras afines al sector agropecuario, con residencia en la zona y 1 año de experiencia en puestos a fines.
-  Capacitarlos y darles a conocer todas las políticas y metodología de trabajo de la empresa.
-  Asignarle a cada una zona en la que ellos atenderán a los nuevos clientes
-  Atender a los nuevos clientes como parte de la familia Aldea Global

Captación de la nueva cartera de clientes del mercado de café en el municipio El Cuá

Acciones propuestas:

-  Desarrollar una campaña de captación dirigida a nuevos asociados, destacando los beneficios y servicios de la empresa.
-  Ofrecer talleres informativos y de integración para nuevos asociad

- Comunicación constante y transparente
- Usar boletines informativos, redes sociales, aplicativo móvil y reuniones grupales

V. Plan de Acción

Tabla 6

Plan de Acción

N.º	Objetivo estratégico	Estrategia	Línea de acción	Indicador	Posibles Recursos	Responsables
1	Difundir la presencia de Aldea ante la nueva cartera de clientes disponible en el mercado del municipio El Cuá, durante la cosecha 2024 – 2025	Aprovechamiento de la experiencia en mercado y la nueva oportunidad para captar esta nueva cartera	Realizar un estudio de mercado para localizar a todos los clientes de la nueva cartera. Utilizar los elementos tecnológicos como redes sociales, asistentes virtuales y la	Número de clientes localizados. Número de tecnologías implementadas, visitas a la página de Aldea, consultas al asistente virtual, alcance	Consultores de mercado, herramientas de análisis de datos, presupuesto de investigación. Inversión en campañas publicitarias tecnológicas	Gerencia

página oficial de aldea para darnos a conocer a los nuevos clientes.	en redes sociales	Equipo creativo de los recursos de marketing
Desarrollar campañas publicitarias atractivas y efectivas.	Alcance de la campaña. Numero de participación eventos comunales	Plataformas digitales, medios tradicionales. Tarifas de participación, materiales promocionales, equipo de ventas y marketing.
Utilizar los métodos tradicionales de promoción (Banner, brochure, perifoneo y radios locales).		

2	Implementar una promoción masiva en donde se expongan todos los beneficios que ofrece la empresa en el que se logre llegar a un mínimo del 80% de clientes de la nueva cartera de clientes disponible en el mercado	Dar a conocer a la nueva cartera todos los beneficios de la empresa	Participar en eventos comunales.	Contratar a un mercadólogo con conocimientos en la zona y principios agrícolas, con 1 año de experiencia en puestos similares.	Entrevistas de trabajo realizado	Materiales de formación.	Presupuesto de contratación	Área de marketing
			Realizar un listado de las principales zonas donde se localiza la nueva cartera.	Cumplimiento con la lista de visitas de las zonas localizadas	Implementación del nuevo puesto	Materiales de información brochure, elementos para de escritura para el levantamiento del listado de visitas	Incentivos en efectivo por cada cliente captado de la nueva cartera	

Realización de plan de trabajo para programar la visita a cada una de las zonas seleccionadas.	Lista de clientes visitados en las zonas.	Viáticos como combustible, depreciación de vehiculó y almuerzos por las largas jornadas fuera de la zona.
Dar a conocer todo lo que ofrece la empresa a la nueva cartera mediante visitas	Cumplimiento del plan de visitas programadas	Plataforma de ingresos de los nuevos clientes
	Visitar un mínimo de 800 productores que pertenezcan a la nueva cartera	
	Aumento en las solicitudes de préstamos en el primer mes, clientes	

				localizados en las listas de visitas		
3	Establecer un personal exclusivo para la captación y financiamiento de la nueva cartera de clientes.	Implementar nuevos puestos exclusivos para la atención de la nueva cartera de clientes	Contratar a 3 profesionales con carreras afines al sector agropecuario, con residencia en la zona y 1 año de experiencia en puestos a fines. Capacitarlos y darles a conocer todas las políticas y metodología de	Entrevistas al nuevo personal que cumpla con las exigencias del puesto. Contratación de los 3 asesores. Cumplimientos de los planes de trabajo. Visitas a los clientes	Presupuesto de contratación. Software administrativo, capacitación para los nuevos asesores Equipo de recursos humanos, tiempo del personal, herramientas de documentación	Gerencia, recursos humanos y la gerencia sucursal El Cuá

			trabajo de la empresa.	captados por el mercadólogo	Viáticos como combustible, depreciación de vehiculó	
			Asignarle a cada una zona en la que ellos atenderán a los nuevos clientes	Captación de un 60% de los clientes visitados por el mercadólogo		
			Atender a los nuevos clientes como parte de la familia Aldea Global			
4	Captar un 60% de la nueva cartera de clientes disponible en el mercado de	Captación de la nueva cartera de clientes del mercado de café en el municipio El Cuá	Desarrollar una campaña de captación dirigida a nuevos asociados, destacando los beneficios y	Número de nuevos asociados captados	Presupuesto para la realización de actividades. Equipo de marketing, presupuesto publicitario,	Gerencia de sucursal

café del municipio.	servicios de la empresa.	Número de talleres realizados y asistencias técnicas	materiales promocionales.
	Ofrecer talleres informativos y de integración para nuevos asociad	Frecuencia y calidad de las comunicaciones	Local para talleres, materiales educativos, facilitadores de talleres
	Comunicación constante y transparente	Numero de publicaciones	Equipo de comunicación, herramientas de comunicación (email, redes sociales, aplicativo móvil y las reuniones realizadas)
	Usar boletines informativos, redes sociales, aplicativo móvil y reuniones grupales		Boletines, equipo de redes sociales, recursos para organizar reuniones

Fuente: *Elaboración propia*

VI. Control y evaluación de las estrategias

Tabla 7

Control y evaluación de las estrategias

Estrategia	¿Cómo Controlar?	¿Qué Evaluar?	Instrumento de Evaluación
Aprovechamiento de la experiencia en mercado y la nueva oportunidad para captar esta nueva cartera	Realizar seguimiento regular del progreso de captación de la nueva cartera	 Tasa de captación de los nuevos clientes  Número de nuevos clientes adquiridos de la nueva cartera  Índice de satisfacción de los nuevos clientes	Informes de ventas Encuestas de satisfacción del cliente en nuevos mercados
Dar a conocer a la nueva cartera todos los beneficios de la empresa	Monitorear las visitas realizadas por el nuevo colaboradores	 Zonas visitadas  Clientes nuevos llenando solicitud  Conocimiento de toda la zona acerca de los beneficios de Aldea	Registros de las zonas visitada Registro de los nombre y apellido de los clientes visitados

Implementar nuevos puestos exclusivos para la atención de la nueva cartera de clientes	Evaluación al desempeño de los nuevos asesores de crédito	 Aumento de los asociados de la empresa	Registro del crecimiento de la cartera de clientes de la empresa
		 Cumplimiento de metas establecidas	
		 Aumento en el saldo de cartera	
Captación de la nueva cartera de clientes del mercado de café en el municipio El Cuá	Establecer programas de captación y realizar seguimiento de la satisfacción de los asociados.	 Tasa de retención de asociado	Encuestas de satisfacción de los asociados. Informes de retención de asociados
		 Número de nuevos asociados adquiridos.	
		 Tasa de crecimiento en las colocaciones	
		 Índice de satisfacción de los asociados	

Fuente: *Elaboración propia*

V. CONCLUSIONES

Después de un análisis detallado de la situación financiera y capacidad instalada de la empresa Aldea Global, se confirma la hipótesis planteada. Aldea Global cuenta con una sólida base financiera que le permite gestionar eficientemente la nueva cartera comercial en el municipio de El Cuá durante la cosecha de café 2024-2025. Además, la empresa cuenta con una excelente gestión operativa, por lo cual, está preparada para realizar inversiones en infraestructura y contratar personal adicional, manteniendo un control efectivo sobre los costos operativos.

Las principales necesidades del mercado consisten en una buena relación entre la empresa y el cliente, acopios en zonas accesibles para los productores que ofrezcan facilidades de pagos, precios variables según la bolsa de New York, capacitaciones en las que puedan aprender sobre distintos aspectos relevantes para el productor, la importancia que posee la venta de insumos y por último requieren la realización de cambios a las certificaciones de café.

Aldea Global posee una sólida capacidad financiera gracias a las provisiones genéricas de los fondeadores, un excelente flujo de caja proveniente también del financiamiento a otros sectores económicos, los ingresos del acopio del café durante la temporada y otras actividades como Aldea Zon y Aldea Ray. puede acopiar completamente la nueva cartera disponible en el mercado. No obstante, en el diagnostico se demuestra cierto grado de dificultad con respecto a la capacidad instalada debido a que su planta procesadora está en proceso de crecimiento y expansión por ende incurrir en tiempo extra para el procesamiento del café y mayores costos de mano de obra.

Las estrategias que se deben incluir dentro del plan estratégico consisten en crecimiento organizacional, diferenciación en el mercado, el reconocimiento de la empresa y el enfoque en el objetivo de captar la nueva cartera de café disponible.

VI. RECOMENDACIONES

Cumplir con los requerimientos de los productores tratando principalmente el mejoramiento de las condiciones de las certificaciones ofreciendo mayores beneficios para los clientes en esta modalidad,

Designar fondos de la reserva financiera de la empresa para el acopio de café durante la temporada de recolección 2024 – 2025, preparar a todo el personal para poder sobre cumplir las metas establecidas y la culminación pronta de la planta procesadora para trabajar al 100% su capacidad.

Considerar la implementación del plan estratégico diseñado y presentado en esta investigación. Este plan, meticulosamente elaborado, tiene el potencial de guiar a la empresa hacia un crecimiento sostenible y una mayor competitividad en el mercado.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Asamblea Nacional de la Republica de Nicaragua. (24 de enero de 2001). Ley No. 368. Ley del Café. Mangua, Nicaragua.

Abad de Servín, A., & Servín, A. (1978). Introducción al muestreo. En A. Abad de Servín, & A. Servín, *Introducción al muestreo*. México: Limusa.

Alonso, J. L. (8 de marzo de 2023). *¿Qué es el segmento de clientes y para qué sirve?* Obtenido de Incentro: <https://www.incentro.com/es-ES/blog/que-es-el-segmento-de-clientes>

Arias, F. (2006). El proyecto de la investigación. En F. Arias, *El proyecto de la investigación* (pág. 83). Venezuela: Editorial Episteme.

Asamblea Nacional de la Republica de Nicaragua. (16 de Julio de 2018). Ley No. 977. contra el lavado de activos, el financiamiento al terrorismo y el financiamiento a la proliferación de armas de destrucción masiva. Nicaragua.

Avanto. (2012). *Library*. Obtenido de <https://1library.co/article/situaci%C3%B3n-financiera-bases-te%C3%B3ricas-marco-te%C3%B3rico.z3dv897y>

Bayacam, M. (2019). *"Impacto de la gestión financiera y propuesta de mejora en la rentabilidad de la corporación HDC, S.A en Chilayo Perú 2013-2017"*. Repositorio USAT. Obtenido de https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/2174/1/TL_BancayanVegaMilagros.pdf

Camacho, X. G. (31 de marzo de 2015). *Asistencia técnica para la productividad agropecuaria (I)*. Obtenido de El economista: <https://www.eleconomista.com.mx/opinion/Asistencia-tecnica-para-la-productividad-agropecuaria-I-20150331-0009.html>

Camilo, C. (03 de enero de 2024). *Incentivos*. Obtenido de Hubspot: <https://blog.hubspot.es/sales/incentivos>

Canco central de Nicaragua. (junio de 2021). *Curso de Estabilidad Financiera*. Obtenido de https://www.bcn.gob.ni/sites/default/files/cursos_econ_finan/2021/Estabilidad_Financiera/Dia_7_Apalancamiento_y_Deuda.pdf

Castro, J. (11 de marzo de 2023). *Transar: ¿Qué significa y cómo se utiliza en el mundo financiero?* Obtenido de Econadar: <https://econoradar.com/finanzas/transar->

que-significa-y-como-se-utiliza-en-el-mundo-financiero/#:~:text=En%20el%20mundo%20financiero%2C%20transar,el%20objetivo%20de%20obtener%20ganancias.

CETYS EDUCACIÓN CONTINUA. (30 de junio de 2021). *Sistema de coste estándar*. Obtenido de CETYS: <https://www.cetys.mx/educon/sistema-de-coste-estandar/#:~:text=Est%C3%A1ndar%20alcanzable%3A%20son%20est%C3%A1ndares%20que,de%20la%20mano%20de%20obra>.

Clavijo Camilo. (2 de noviembre de 2023). *Cómo calcular el margen de utilidad bruta y neta de tu negocio*. Obtenido de blog: <https://blog.hubspot.es/sales/margen-utilidad>

Clavijo, C. (28 de marzo de 2022). *Que es la fijación de precios*. Obtenido de Hubspot: <https://blog.hubspot.es/sales/que-es-fijacion-de-precios>

Clavijo, C. (16 de febrero de 2024). *Qué es un modelo de negocios: definición, tipos y cómo crearlo*. Obtenido de blog: <https://blog.hubspot.es/sales/modelo-negocio>

Condega, J. (10 de enero de 2022). *Significados Web*. Obtenido de <https://significadosweb.com/ejemplos-de-necesidades-del-mercado-tipos-definicion-y-analisis/>

Corvo, H. S. (26 de abril de 2023). *Lifeder*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/capacidad-instalada/>

Cotrin, P. V. (25 de febrero de 2020). *¿Qué son los estándares de calidad?* Obtenido de *Emprender*: <https://emprender.pe/que-son-los-estandares-de-calidad/#:~:text=Entonces%20podemos%20decir%20que%20los,las%20necesidades%20de%20los%20consumidores>.

Cotrin, P. V. (25 de febrero de 2020). *Emprender*. Obtenido de *¿Qué son los estándares de calidad?*: <https://emprender.pe/que-son-los-estandares-de-calidad/>

Cristóbal, S., & Palacios, E. (2021). *Análisis financiero y toma de decisiones en una empresa minera, Villa el Salvador, 2021*. Repositorio Universidad Cesar Vallejo. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/84168/Crist%C3%B3bal_PSA-Palacios_PEI-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Dess, Lumpkin, & Taylor. (2004). *Library*. Obtenido de <https://1library.co/article/definici%C3%B3n-de-plan-estrat%C3%A9gico-marco-referencial.4yrrm7yo>

Diccionario panhispánico del español jurídico. (s.f). *personal*. Obtenido de DPEJ.RAE: <https://dpej.rae.es/lema/personal>

Diego, S. (25 de noviembre de 2021). Obtenido de Proceso productivo: qué es, características y etapas: <https://blog.hubspot.es/marketing/proceso-productivo>

Dobaño, R. (3 de enero de 2024). *Activo corriente: qué es, importancia y cómo calcularlo*. Obtenido de Quipu: <https://getquipu.com/blog/activo-corriente/>

Educatyba. (23 de marzo de 2023). *¡Stop! Antes de invertir en una acción revisa su nivel de endeudamiento*. Obtenido de educatyba: <https://tyba.com.co/blog/nivel-de-endeudamiento/>

Enciclopedia. (S.F). *Definición de Oficina*. Obtenido de <https://enciclopedia.net/oficina/>

Esan. (19 de agosto de 2015). *¿Qué criterios miden la situación financiera de una empresa?* Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/criterios-miden-situacion-financiera-empresa>

Eslabon. (S.F). *Tipos y técnicas de capacitación*. Obtenido de <https://www.eslabon.com.mx/es/articulo/173-tipos-y-tecnicas-de-capacitacion#:~:text=Capacitaci%C3%B3n%20grup%3A%20La%20capacitaci%C3%B3n%20se,considerando%20sus%20potencialidades%20y%20limitaciones>.

Espinoza, L., Obregón, K., & Ureña, A. (2021). *"Propuesta de gestión Financiera para la empresa Startx Consulting S.A.* Repositorio Universidad Nacional de Costa Rica. Obtenido de <https://repositorio.una.ac.cr/bitstream/handle/11056/23805/PROPUESTA%20DE%20GESTIO%cc%81N%20FINANCIERA%20PARA%20LA%20EMPRESA%20STARTX%20CONSULTING%20S.A.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Estrategias de inversión. (S.F). *Bolsa de Nueva York*. Obtenido de <https://www.estrategiasdeinversion.com/herramientas/diccionario/mercados/bolsa-de-nueva-york-t-1352>

Firstworkplaces. (S.F). *Firstworkplaces*. Obtenido de <https://www.firstworkplaces.com/blog-de-first/como-influye-la-localizacion-estrategica-en-el-exito-de-un-negocio/>

Flores, A., Arostegu, C., Moddy, B., Avelares, H., & García, M. (noviembre de 2019). *"Propuesta de plan financiero para la empresa "CCSFINANCIERA" basado en la información financiera, durante el periodo comprendido 2016-2018"*. Repositorio UCC. Obtenido de

<http://repositorio.ucc.edu.ni/1048/1/PROPUESTA%20DE%20PLAN%20FINANCIER A%20CCS%20%281%29.pdf>

Friopacking. (10 de noviembre de 2021). *Plantas De Proceso: ¿Qué Es Y Qué Requieren?* Obtenido de <https://friopacking.pe/plantas-proceso-requerimientos/>

Galan, J. S. (01 de mayo de 2017). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/necesidad-marketing.html>

Galán, J. S. (1 de septiembre de 2021). *Efectivo*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/efectivo.html>

Gasbarrino, S. (25 de mayo de 2023). *Qué es la rotación de inventario, para qué sirve y cómo calcularla*. Obtenido de blog: <https://blog.hubspot.es/sales/rotacion-de-inventario>

Gerencie. (S.F). *Reserva legal*. Obtenido de Gerencie: <https://www.gerencie.com/reserva-legal.html>

Glosario de agricultura. (24 de marzo de 2021). *Insumos agrícolas*. Obtenido de Agronutrientes: <https://aefa-agronutrientes.org/insumos-agricolas>

Guillermo, W. (1 de mayo de 2020). *Inventario*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/inventario.html>

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2006). Metodología de la Investigación. En *Metodología de la Investigación- cuarta edición* (págs. 102-110). México: The McGraw-Hill.

Ideca. (s.f). Obtenido de <https://www.ideca.gov.co/recursos/glosario/zona-rural>

Ideca. (S.F). Obtenido de <https://www.ideca.gov.co/recursos/glosario/zona-rural>

Ideca. (S.F). *Zona rural*. Obtenido de <https://www.ideca.gov.co/recursos/glosario/zona-rural>

Invercorp. (10 de mayo de 2021). *Procesador de alimentos: ¿cuáles son sus funciones y cómo se diferencian de las licuadoras?* Obtenido de <https://www.invercorp-peru.com/procesador-de-alimentos-cuales-son-sus-funciones-y-como-se-diferencian-de-las-licuadoras/#:~:text=Las%20m%C3%A1quinas%20procesadoras%20de%20alimentos,se%20limita%20a%20pocas%20funciones.>

Keating, J. (31 de agosto de 2020). *ISO/TC*. Obtenido de <https://www.wikiwand.com/es/Geoposicionamiento>

Lanuza, B., & López, O. (24 de abril de 2020). "Análisis de situación Financiera de la Compañía Nicaragüense de Comunicaciones S. A Estelí, durante el período contable 2017-2018". Repositorio UNAN. Obtenido de <https://repositorio.unan.edu.ni/13350/1/20030.pdf>

Lawinsider. (S.F). *Definición de Personal Permanente*. Obtenido de <https://www.lawinsider.com/es/dictionary/personal-permanente#:~:text=una%20remuneraci%C3%B3n%20pactada.-,Personal%20permanente%20.,oposici%C3%B3n%20y%20m%C3%A9ritos%20obtiene%20nombramiento>.

Ledezma, A. (13 de octubre de 2019). *INFRAESTRUCTURA Y EQUIPO*. Obtenido de Slideshare: <https://es.slideshare.net/kadereyta/infraestructura-y-equipo>

Linkedin. (26 de septiembre de 2023). *¿Cuáles son los principios de diseño para los servicios de pago que garantizan la accesibilidad para todos los usuarios?* Obtenido de <https://es.linkedin.com/advice/0/what-design-principles-payment-services-ensure?lang=es#:~:text=Accesibilidad%20significa%20que%20el%20servicio,y%20la%20retenci%C3%B3n%20del%20cliente>.

Mejía, A., & Aguilar, D. (5 de agosto de 2019). *Prezi*. Obtenido de Precosecha, cosecha y postcosecha de frutas y hortalizas: <https://prezi.com/p/o4fnqy3xcy5e/precosecha-cosecha-y-postcosecha-de-frutas-y-hortalizas/#:~:text=Definici%C3%B3n-,Pre%2Dcosecha,lugar%20antes%20de%20la%20cosecha>.

Mendoza, J., & Martínez, J. (agosto de 2021). "Viabilidad comercial, operativa y financiera de un centro de acopio de musáceas (Musáceas) en la Dalia, Matagalpa 2019-2023". Repositorio Una. Obtenido de <https://repositorio.una.edu.ni/4397/1/tne70m539v.pdf>

Meza, O. (abril de 2021). "Estrategias Financieras para la optimización de los recursos económicos de la empresa social del estado Ese Hospital de san Marco Sucre, Panamá". Repositorio Umecit. Obtenido de <https://repositorio.umecit.edu.pa/bitstream/handle/001/5969/OVER%20DE%20JESUS%20MEZA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Navarro, A. (6 de diciembre de 2023). *Artículo 66*. Obtenido de <https://www.articulo66.com/2023/12/06/cierra-empresa-cisa-exportadora-nicaragua-cafe-productores-zozobra/>

Nirian, P. O. (08 de febrero de 2020). *Cartera de clientes*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/cartera-de-clientes.html>

Nirian, P. O. (1 de febrero de 2021). *Alianza estratégica*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/alianza-estrategica.html>

Organización internacional del trabajo. (S.F). *¿Qué es un empleo temporal?* Obtenido de https://www.ilo.org/global/topics/non-standard-employment/WCMS_536960/lang-es/index.htm#:~:text=El%20empleo%20temporal%2C%20en%20el,incluido%20el%20trabajo%20por%20d%C3%ADas.

Pardinas, F. (1991). Metodología y técnicas de investigación en Ciencias Sociales. En F. Pardinas, *Metodología y técnicas de investigación en Ciencias Sociales*. Bogotá: Siglo XXI.

Plaza, V. V. (3 de diciembre de 2019). *¿Cuál es la importancia del planeamiento estratégico?* Obtenido de Universidad Continental: <https://blogposgrado.ucontinental.edu.pe/cual-es-la-importancia-del-planeamiento-estrategico>

Ricio, A. (14 de noviembre de 2019). *Gobierno de México*. Obtenido de ¿Qué es la postcosecha y por qué es importante?: <https://www.gob.mx/agricultura/es/articulos/que-es-la-poscosecha-y-por-que-es-importante>

Rodríguez, N. (13 de marzo de 2024). *Qué es un diagnóstico empresarial, sus tipos y cómo hacerlo*. Obtenido de Blog. HubSpot: <https://blog.hubspot.es/sales/diagnostico-empresarial>

Roldán, P. N. (1 de abril de 2020). *Liquidación*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/liquidacion.html>

Ruiz, M. D., López, H. J., & Pérez, Y. Y. (2013). *Repositorio UNAM*. Obtenido de <https://repositorio.unam.edu.ni/6114/3/109-409-1-PB.pdf>

Salinas, L. V. (14 de marzo de 2017). *La importancia del financiamiento en el sector microempresario*. Obtenido de Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?Codigo=6326783>

Sánchez, G. J. (1 de agosto de 2020). *Capacidad instalada*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/capacidad-instalada.html>

Sánchez, L. A. (noviembre de 2016). *LA GESTIÓN EFECTIVA DEL CAPITAL DE TRABAJO EN LAS EMPRESAS*. Obtenido de Scielo:

http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202016000400006&script=sci_arttext&tlng=en

Santos, D. (6 de marzo de 2024). *Propuesta de valor: qué es, cómo se hace y ejemplos*. Obtenido de blog: <https://blog.hubspot.es/marketing/crear-propuesta-de-valor>

Sevilla, A. A. (29 de febrero de 2024). *liquidez*. Obtenido de Economipedia: https://economipedia.com/definiciones/liquidez.html#google_vignette

Sicma21. (21 de abril de 2021). *Qué es la Maquinaria Industrial y sus tipos*. Obtenido de sicma21: <https://www.sicma21.com/maquinaria-industrial-que-es-y-tipos/>

Tamayo y Tamayo, M. (1977). EL PROCESO DE LA INVESTIGACION CIENTIFICA. En M. Tamayo Y Tamayo, *EL PROCESO DE LA INVESTIGACION CIENTIFICA*. México: Editorial Lumisa, S.A.

Torres, D. (27 de octubre de 2023). *Rentabilidad de una empresa: qué es, cómo calcularla y ejemplos*. Obtenido de blog: <https://blog.hubspot.es/sales/rentabilidad-empresa>

VÁZQUEZ, L. P. (diciembre de 2017). *Proyecto de inversión de un proyecto de acopio de café en Àngel Albino Corzo, Chiapas*. Obtenido de Repositorio UAAAN: <https://repositorio.uaaan.mx/bitstream/handle/123456789/42574/LIMBER%20P%c3%89REZ%20V%c3%81ZQUEZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Velásquez, D. (junio de 2020). *“Propuesta de un plan estratégico para el mejoramiento de la empresa CREDINICA, Managua”*. Repositorio UNAN. Obtenido de <https://repositorio.unan.edu.ni/13844/1/23454.pdf>

Westreicher, G. (1 de Julio de 2020). *Recurso*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/recurso.html>

Yucailla, M. (septiembre de 2022). *"Gestión de cartera de crédito y la rentabilidad para las cooperativas de ahorro y crédito en Ambato, Ecuador"*. Repositorio PUCESA. Obtenido de <https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/3780/1/78214.pdf>

ANEXOS

Anexo No. 1. Operacionalización de Variables

Tema: Capacidad Financiera de La Empresa Aldea Global para la gestión ante la Nueva Cartera Comercial en el municipio El Cuá, departamento de Jinotega, en la Cosecha de Café 2024 – 2025, en el I semestre del año 2024.

Objetivos	Variable	Tipo de Variable	Definición conceptual	Dimensión operacional variables	sub	Indicadores	Ítems	Instrumento
OE 1: • Identificar las necesidades del mercado actual ante la reestructuración de distribución y comercialización del café en el municipio El Cuá, departamento Jinotega en la cosecha 2024 – 2025.	Necesidades del mercado.	Independiente	Las necesidades del mercado son aquellos puntos a satisfacer por parte de las empresas mediante el ofrecimiento de sus productos o servicios en el mercado (Galan, 2017).	Posicionamiento Geográfico	Acopios		1. ¿Cuáles son los aspectos que considera necesarios en un acopio? 1) La ubicación 2) Accesibilidad al pago 3) Personal capacitado 4) Relación de confianza	Encuesta a productores
							1.. ¿Cuáles son los beneficios que sus centros de acopio ofrecen a los productores?	Entrevista a la gerencia
					Zonas rurales		2. ¿Considera que los acopios en las zonas rurales juegan un papel importante para los productores? 1) Muy importante 2) Importante 3) Poco importante 4) Nada importante	Encuesta a los productores
							3 ¿A qué distancia considera que deben ser ubicados los acopios de forma estratégica?	Encuesta a productores
					Zonas estratégicas		1) 1 kilómetro del poblado 2) 2 kilómetro del poblado 3) 3 kilómetro del poblado 4) Céntrico del poblado	
							3 ¿Estratégicamente cuál es la cobertura geográfica para el establecimiento de acopios y por qué?	Entrevista a la Gerencia
					Accesibilidad Pago en centros de acopios		4 ¿Considera necesario recibir los pagos de liquidación de café en los acopios de su comunidad? 1) Muy necesario 2) Necesario 3) Poco necesario 4) Nada necesario	Encuesta a los productores

	Bolsa de valores de New York	Precio establecido	4 ¿Existen condiciones de seguridad que impidan realizar los pagos en los acopios de café? Si es así, ¿podría describirlas?	Entrevista a la gerencia
			5 ¿Qué impacto tienen en la operatividad de la empresa los riesgos seguridad en los centros de acopio?	
			5 ¿Para usted es relevante el establecimiento del precio del café según la bolsa de valores de New York?	Encuesta a los productores
			1) Muy relevante 2) Relevante 3) Poco relevante 4) Nada relevante	
		Asistencia Técnica	6 ¿Considera que las referencias de la bolsa de valores de New York proporcionan una ventaja competitiva en el mercado? ¿Por qué?	Entrevista a la gerencia
			6 ¿Usted considera necesario el servicio de asistencia técnica, aunque este posea un costo extra?	Encuesta a los productores
			1) Muy necesario 2) Necesario 3) Poco necesario 4) Nada necesario	
			7 ¿Considera la empresa que la asistencia técnica es necesaria para los productores? ¿Por qué?	Entrevista a la gerencia
	Acompañamiento en el ciclo productivo del café	Capacitaciones grupales	7 ¿Está de acuerdo con las capacitaciones grupales?	Encuesta a los productores
			1) Totalmente de acuerdo 2) De acuerdo 3) Poco de acuerdo 4) Nada de acuerdo	
			8 ¿Qué aspectos considera importantes a tratar en estas capacitaciones?	Encuesta a los productores
			1) Aspectos ambientales 2) Aspectos financieros 3) Aspectos administrativos 4) Aspectos Técnicos	

Estándares de calidad accesibles al productor	Financiamiento post y pre cosecha	8 ¿Cuáles son los aspectos más importantes a tratar en las capacitaciones y por qué?	Entrevista a la gerencia
		9 ¿Qué financiamiento considera usted más adecuado y necesario?	Encuesta a los productores
		1) Pre – Cosecha	
		2) Post- Cosecha	
	Disponibilidad de insumos agrícolas	9 ¿Qué tipo de financiamiento, pre o post cosecha, considera la institución más adecuada para los productores y por qué?	Entrevista a la gerencia
		10 ¿Es importante para usted que la empresa acopiadora también posea un servicio de venta de insumos agrícolas?	Encuesta a los productores
		1) Muy importante	
		2) Importante	
	Certificaciones de café	3) Poco importante	
		4) Nada importante	
		10 ¿Por qué es un beneficio para los productores que la empresa posea ventas de insumos?	Entrevista a la gerencia
		11 ¿Qué opina de las exigencias y beneficios que ofrecen las certificaciones de café?	Encuesta a los productores
	Estándares alcanzables	1 las exigencias son muchas y los beneficios pocos	
		2 las exigencias están de acuerdo a los beneficios	
		3 los beneficios son altos y pocas las exigencias	
		4 no estoy de acuerdo con las exigencias ni los beneficios	
		11 ¿Cómo las exigencias de la empresa con respecto a las certificaciones de café están acorde a los beneficios que ofrecen?	Entrevista a la gerencia
		12 ¿Considera que los estándares de calidad establecidos por las empresas son alcanzables?	Encuesta a los productores
		1) Estoy muy de acuerdo con los estándares	
		2) Estoy de acuerdo con los estándares	
		3) Estoy poco de acuerdo con los estándares	

			4) No estoy nada de acuerdo	
			12 ¿Cómo podría la empresa mejorar los estándares de calidad para hacerlos más accesibles para los productores?	Entrevista a la gerencia
			13 ¿Está de acuerdo con las clasificaciones actuales del café de la empresa aldea Global?	
			1) Muy de acuerdo	
			2) De acuerdo	
			3) Poco de acuerdo	
			4) Nada de acuerdo	
			Primera Primera (0% >10% de imperfección)	Encuesta a los productores
			Primera A (11%>15% de imperfección)	
			Primera B (16%>20% de imperfección)	
			Segunda (21%>25% de imperfección)	
			Broza (26%> 100%de imperfección)	
			13 ¿Estarían dispuestos a mejorar sus plazas de café de acuerdo con las opiniones de los productores y por qué?	Entrevista a la gerencia
			14 ¿Como productor que incentivo considera más importantes para el mantenimiento de café?	Encuesta a los productores
			1) Efectivo	
			2) Insumos	
			3) Herramientas	
			4) Un conjunto de todas	
Incentivos	Incentivos en efectivo, insumo o herramientas		14 ¿Qué incentivos considera la empresa de mayor importancia para el mantenimiento del café de los productores: efectivo, insumos, herramientas o un conjunto de ellos? ¿Por qué?	Entrevista a la gerencia

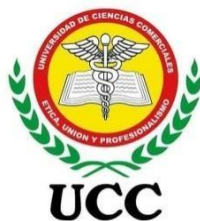
OE 2: Diagnosticar la situación financiera y capacidad instalada actual de la empresa Aldea Global ante el nuevo mercado de comercialización del café en el municipio El Cuá, departamento Jinotega, durante la cosecha 2024 – 2025.	FODA: Situación financiera y Capacidad instalada	Independiente	La Situación Financiera son los recursos propios de la empresa, los cuales le permitirán, solventar sus deudas, permitiendo tener la capacidad de adecuarse a los cambios que pudiera tener la organización durante determinado período (Avanto, 2012).	Nivel endeudamiento de	Apalancamiento financiero	15 ¿Dispone Aldea Global de los recursos financieros necesarios para manejar eficazmente tanto su cartera existente como la nueva, sin la necesidad de recurrir a apalancamiento financiero? 16 ¿Cuáles son los principales desafíos financieros que enfrenta actualmente la empresa? 16 ¿Cómo podría la liquidez actual de Aldea Global impactar en sus futuras operaciones financieras?	Entrevista
				Liquidez	Efectivo, Inventario comercial		
				Rentabilidad	Margen utilidad de	17 ¿Cómo ha sido la rentabilidad de la empresa en los últimos años y qué factores considera que han influido más en estos resultados? 18 ¿Cuáles son los márgenes de beneficio más significativos para Aldea Global? 19 ¿Cuáles son los principales componentes del capital de trabajo en su empresa? 20 ¿Cómo maneja Aldea Global el inventario de café para garantizar un flujo constante de productos sin comprometer el capital de trabajo? 21 ¿Cómo gestiona Aldea Global su capital de trabajo para asegurar la eficiencia operativa y la estabilidad financiera?	
				Capital de trabajo	Gestión capital de	22 ¿Aldea Global cuenta con las oficinas, acopios y el personal necesario para atender adecuadamente a todos los productores? 23 ¿Cuáles son los principales beneficios que ha observado en la empresa desde la implementación de la aplicación ALDEA MOVILE? 24 ¿Qué desafío o dificultad han implementado con el uso de la aplicación ALDEA MOVILE? 25 ¿Hay alguna característica que aún no esté presente en la aplicación ALDEA MOVILE que usted cree que podría tener un impacto significativo en la eficiencia de las operaciones de la empresa si se implementara?	
				Personal disponible	Personal permanente Personal temporal		
		Independiente	La capacidad instalada es el rendimiento máximo que se puede producir en una planta de producción o empresa en un período dado, usando los recursos que se tienen disponibles en un momento determinado (Corvo, 2023).	Tecnología	Sistemas informativos		

OE 3: Proponer Plan estratégico para la captación de nueva cartera de clientes para Aldea Global en El Cuá, departamento Jinotega, durante la cosecha 2024 – 2025. Proponer estrategias financieras para captar la nueva cartera de clientes en la empresa Aldea Global en el municipio de El Cuá, departamento de Jinotega, en la cosecha 2024 – 2025.	Plan Estratégico	Dependiente	Plan estratégico se describe como el conjunto de análisis, decisiones y acciones que una organización lleva a cabo para crear y mantener ventajas comparativas sostenibles a lo largo del tiempo (Dess, Lumpkin, & Taylor, 2004)	Infraestructura, Maquinaria Industrial	Planta procesadora	26 ¿Cuál es la capacidad de la planta industrial y de la maquinaria de Aldea Global para procesar el café, están equipadas para manejar el volumen de la nueva cartera disponible? 27 ¿Cuenta la planta industrial de Aldea Global con un reglamento técnico organizativo en materia de higiene y seguridad para los trabajadores?
				Planta industrial	Higiene y seguridad	
				Resumen	Objetivos del plan estratégico	
				Diagnostico	Situación actual de la empresa	
				Objetivos	Objetivos generales Objetivos específicos	
				Modelo de Negocios	de Desarrollo del plan estratégico	
				Propuesta de valor	Necesidades de los clientes Personal	
				Recursos	Presupuesto Maquinaria Infraestructura	
				Segmento de clientes	de Cartera disponible	
				Alianzas estratégicas	Proveedores Inversionistas	PROPUESTA DE PLAN ESTRATEGICO
				Responsables	Todo el equipo de Aldea Global	

Fuente: *Elaboración Propia*

Anexo No. 2. Encuesta a los productores

UNIVERSIDAD DE CIENCIAS COMERCIALES UCC-CAMPUS MATAGALPA



Encuesta aplicada a: Productores de Café del municipio El Cuá

Somos estudiantes de la carrera de Contaduría Pública y Finanzas de la Universidad de Ciencias Comerciales UCC – Campus Matagalpa modalidad dominical, estamos realizando curso de culminación de estudios. Para materializar la investigación solicitamos nos conceda unos minutos para contestar la siguiente encuesta.

Objetivo: recopilar información confiable que nos permita Identificar las necesidades del mercado actual ante la reestructuración de distribución y comercialización del café en el municipio El Cuá, departamento Jinotega en la cosecha 2024 – 2025

El equipo investigador agradece el tiempo concedido y su aporte al proyecto de investigación que estamos realizando, la información obtenida será confidencial de uso exclusivo para el estudio.

Variable: Necesidades de Mercado

Subvariable. Posicionamiento Geográfico

Indicador: Acopio en zonas rurales

1.1. ¿Cuáles son los aspectos que considera necesarios en un acopio?

- 1) La ubicación
- 2) Accesibilidad al pago
- 3) Personal capacitado
- 4) Relación de confianza

1.2. ¿Considera que los acopios en las zonas rurales juegan un papel importante para los productores?

- 1) Muy importante
- 2) Importante
- 3) Poco importante
- 4) Nada importante

Indicador: Zonas estratégicas

1.3 ¿A qué distancia considera que deben ser ubicados los acopios de forma estratégica?

- 1) 1 kilómetro del poblado
- 2) 2 kilómetro del poblado
- 3) 3 Kilometro del poblado
- 4) Céntrico del poblado

Indicador: Accesibilidad de pagos

1.4 ¿Considera necesario recibir los pagos de liquidación de café en los acopios de su comunidad?

- 1) Muy necesario
- 2) Necesario
- 3) Poco necesario
- 4) Nada necesario

Sub-Variable: Bolsa de Valores

Indicador: Precio establecidos

2.1 ¿Para usted es relevante el establecimiento del precio del café según la bolsa de valores de New York?

- 1) Muy relevante
- 2) Relevante
- 3) Poco relevante
- 4) Nada relevante

Sub-Variable: Acompañamiento del ciclo productivo del café

Indicador: Asistencia Técnica

3.1 ¿Usted considera necesario el servicio de asistencia técnica, aunque este posea un costo extra?

- 1) Muy necesario
- 2) Necesario
- 3) Poco necesario
- 4) Nada necesario

Indicador: Capacitaciones grupales

3.2 ¿Está de acuerdo con las capacitaciones grupales?

- 1) Totalmente de acuerdo
- 2) De acuerdo
- 3) Poco de acuerdo
- 4) Nada de acuerdo

3.3 ¿Qué aspectos considera importantes a tratar en estas capacitaciones?

- 1) Aspectos ambientales
- 2) Aspectos financieros
- 3) Aspectos administrativos
- 4) Aspectos Técnicos

Indicador: Financiamiento

3.4 ¿Qué financiamiento considera usted más adecuado y necesario?

- 1) Pre – Cosecha
- 2) Post- Cosecha

3.5 ¿Es importante para usted que la empresa acopiadora también posea un servicio de venta de insumos agrícolas?

- 1) Muy importante
- 2) Importante
- 3) Poco importante
- 4) Nada importante

Sub-Variable: Incentivos

Indicador: Incentivos

4.1 ¿Como productor que incentivo considera más importantes para el mantenimiento de café?

- 1) Efectivo
- 2) Insumos
- 3) Herramientas
- 4) Un conjunto de todas

Sub-Variable: Estándares de Calidad

Indicador: Certificaciones de Café

5.1 ¿Qué opina de las exigencias y beneficios que ofrecen las certificaciones de café?

- 1) Las exigencias son muchas y los beneficios pocos
- 2) Las exigencias están de acuerdo a los beneficios
- 3) Los beneficios son altos y pocas las exigencias
- 4) No estoy de acuerdo con las exigencias ni los beneficios

Indicador: Estándares de calidad

5.2 ¿Considera que los estándares de calidad establecidos por las empresas son alcanzables?

- 1) Muy de acuerdo con los estándares
- 2) De acuerdo con los estándares
- 3) Poco de acuerdo con los estándares
- 4) Nada de acuerdo

5.3 ¿Está de acuerdo con las clasificaciones actuales del café de la empresa aldea Global?

- 1) Muy de acuerdo
- 2) De acuerdo
- 3) Poco de acuerdo
- 4) Nada de acuerdo

Primera Primera (0% >10% de imperfección)

Primera A (11%>15% de imperfección)

Primera B (16%>20% de imperfección)

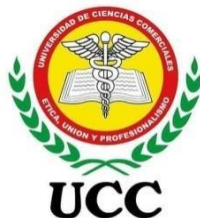
Segunda (21%>25% de imperfección)

Broza (26%> 100%de imperfección)

Anexo No. 3. Entrevista dirigida a los gerentes

UNIVERSIDAD DE CIENCIAS COMERCIALES

UCC-CAMPUS MATAGALPA



Entrevista aplicada a: Gerente de sucursal

Somos estudiantes de la carrera de Contaduría Pública y Finanzas de la Universidad de Ciencia Comerciales UCC – Campus Matagalpa modalidad dominical, estamos realizando curso de culminación de estudios. Para materializar la investigación solicitamos nos conceda unos minutos para contestar la siguiente entrevista.

Objetivo: recopilar información confiable que nos permita diagnosticar la situación de mercado, las finanzas y la capacidad operativa de la empresa Aldea Global en El Cuá, Jinotega, para la cosecha del período 2024-2025.”

El equipo investigador agradece el tiempo concedido y su aporte al proyecto de investigación que estamos realizando, la información obtenida será confidencial de uso exclusivo para el estudio.

Variable: Necesidades del mercado

Indicador: Posicionamiento Geográfico

- 1.1 ¿Cuáles son los beneficios que sus centros de acopio ofrecen a los productores?
- 1.2 ¿Estratégicamente cuál es la cobertura geográfica para el establecimiento de acopios y por qué?
- 1.3 ¿Existen condiciones de seguridad que impidan realizar los pagos en los acopios de café? Si es así, ¿podría describirlas?
- 1.4 ¿Qué impacto tienen en la operatividad de la empresa los riesgos seguridad en los centros de acopio?

Indicador: Bolsa de Valores

- 2.1 ¿Considera que las referencias de la bolsa de valores de New York proporcionan una ventaja competitiva en el mercado? ¿Por qué?

Indicador: Acompañamiento del ciclo productivo del café

- 3.1 ¿Considera la empresa que la asistencia técnica es necesaria para los productores?
¿Por qué?
- 3.2 ¿Cuáles son los aspectos más importantes a tratar en las capacitaciones y por qué?
- 3.3 ¿Qué tipo de financiamiento, pre o post cosecha, considera la institución más adecuada para los productores y por qué?
- 3.4 ¿Por qué es un beneficio para los productores que la empresa posea ventas de insumos?
- 3.5 ¿Cuáles son los principales beneficios que ha observado en la empresa desde la implementación de la aplicación ALDEA MOBILE?
- 3.6 ¿Que desafío o dificultad han implementado con el uso de la aplicación ALDEA MOBILE?
- 3.7 ¿Hay alguna característica que aún no esté presente en la aplicación ALDEA MOBILE que usted cree que podría tener un impacto significativo en la eficiencia de las operaciones de la empresa si se implementara?

Indicador: Estándares de Calidad

- 4.1 ¿Cómo las exigencias de la empresa con respecto a las certificaciones de café están acorde a los beneficios que ofrecen?
- 4.2 ¿Cómo podría la empresa mejorar los estándares de calidad para hacerlos más accesibles para los productores?
- 4.3 ¿Estarían dispuestos a mejorar sus plazas de café de acuerdo con las opiniones de los productores y por qué?
- 4.4 ¿Qué incentivos considera la empresa de mayor importancia para el mantenimiento del café de los productores: efectivo, insumos, herramientas o un conjunto de ellos?
¿Por qué?

Variable: Situación Financiera y Capacidad Instalada**Indicador: Apalancamiento Financiero**

- 5.1 ¿Dispone Aldea Global de los recursos financieros necesarios para manejar eficazmente tanto su cartera existente como la nueva, sin la necesidad de recurrir a apalancamiento financiero?

Indicador: Liquidez

- 5.2 ¿Cuáles son los principales desafíos financieros que enfrenta actualmente la empresa?
- 5.3 ¿Cómo podría la liquidez actual de Aldea Global impactar en sus futuras operaciones financieras?

Indicador: Rentabilidad

5.4 ¿Cómo ha sido la rentabilidad de la empresa en los últimos años y qué factores considera que han influido más en estos resultados?

5.5 ¿Cuáles son los márgenes de beneficio más significativos para Aldea Global?

Indicador: Capital de Trabajo

5.6 ¿Cuáles son los principales componentes del capital de trabajo en su empresa?

5.7 ¿Cómo maneja Aldea Global el inventario de café para garantizar un flujo constante de productos sin comprometer el capital de trabajo?

5.8 ¿Cómo gestiona Aldea Global su capital de trabajo para asegurar la eficiencia operativa y la estabilidad financiera?

Indicador: Infraestructura

5.9 ¿Aldea Global cuenta con las oficinas, acopios y el personal necesario para atender adecuadamente a todos los productores?

5.10 ¿Cuál es la capacidad de la planta industrial y de la maquinaria de Aldea Global para procesar el café, están equipadas para manejar el volumen de la nueva cartera disponible?

5.11 ¿Cuenta la planta industrial de Aldea Global con un reglamento técnico organizativo en materia de higiene y seguridad para los trabajadores?

Anexo No 4. Cronograma de actividades del proyecto

Proyecto de Culminación de Estudios
Aldea Global, S.A
Primer semestre del 2024

[illegible]

[illegible]

Elaboración de Protocolo	X	X	X
Conferencia			X
Redacción de Plan Estratégico			X
Elaboración de Arto Científico			X
Redacción de Informe Final		x	X X
Diseño de Diapositivas para Pre defensa			X
Pre defensa del Informe final			x
Correcciones según comentarios de pre defensa			x
Elaboración de diapositiva para presentación de Informe Final			X
Defensa del informe Final			x