

**MUNICIPIO JEREZ
DEPARTAMENTO DE JUTIAPA**

“COMERCIALIZACIÓN (CRIANZA Y ENGORDE DE GANADO BOVINO)”

RODOLFO MESIAS ORTIZ

TEMA GENERAL

**“DIAGNÓSTICO SOCIECONÓMICO, POTENCIALIDADES
PRODUCTIVAS Y PROPUESTAS DE INVERSIÓN”**

**MUNICIPIO JEREZ
DEPARTAMENTO DE JUTIAPA**

TEMA INDIVIDUAL

“COMERCIALIZACIÓN (CRIANZA Y ENGORDE DE GANADO BOVINO)”

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
2,005**

2,005

(c)

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**

JEREZ - VOLUMEN 9

2-52-75-AE-2,005

Impreso en Guatemala, C.A.

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

“COMERCIALIZACIÓN (CRIANZA Y ENGORDE DE GANADO BOVINO)”

**MUNICIPIO DE JEREZ
DEPARTAMENTO DE JUTIAPA**

INFORME INDIVIDUAL

Presentado a la Honorable Junta Directiva y al

Comité Director

del

**Ejercicio Profesional Supervisado de
la Facultad de Ciencias Económicas**

por

RODOLFO MESIAS ORTIZ

previo a conferírsele el título

de

ADMINISTRADOR DE EMPRESAS

en el Grado Académico de

LICENCIADO

Guatemala, agosto 2,005

**HONORABLE JUNTA DIRECTIVA
DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**

Decano:	Lic. Eduardo Antonio Velásquez Carrera.
Secretario:	Lic. Oscar Rolando Zetina Guerra.
Vocal Primero:	Lic. Cantón Lee Villela.
Vocal Segundo:	Lic. Albaro Joel Girón Barahona.
Vocal Tercero:	Lic. Juan Antonio Gómez Monterroso.
Vocal Cuarto:	P.C. Mario Roberto Flores Hernández.
Vocal Quinto:	P.C. José Abraham González Lemus.

**COMITÉ DIRECTOR DEL
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO**

Decano:	Lic. Eduardo Antonio Velásquez Carrera
Coordinador General:	Lic. Marcelino Tomas Vivar.
Director de la Escuela de Economía:	Lic. David Eliézer Castañón Orozco.
Director de la Escuela de Auditoría:	Lic. Miguel Ángel Lira Trujillo.
Director de la Escuela de Administración:	Lic. Otto René Morales Peña
Director del IIES:	Lic. Miguel Ángel Castro Pérez.
Jefe del Depto. de PROPEC:	Lic. Hugo Rolando Cuyán Barrera.
Delegado Estudiantil Área de Economía.	Ángel René Meléndez Ortiz.
Delegado Estudiantil Área de Auditoría:	Byron René De León Morales.
Delegado Estudiantil Área de Administración:	Oscar Aparicio Segura Monzón.

El Infrascrito Secretario de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de San Carlos de Guatemala, **HACE CONSTAR:** Que en sesión celebrada el día 6 de septiembre de 2005, según Acta No. 25-2005 Punto CUARTO inciso 4.3, subinciso 4.3.21 la Junta Directiva de la Facultad conoció y aprobó el Informe Individual del Ejercicio Profesional Supervisado, que con el título de "COMERCIALIZACION (CRIANZA Y ENGORDE DE GANADO BOVINO)", municipio de Jerez, departamento de Jutiapa.

Presentó **RODOLFO MESIAS ORTIZ**

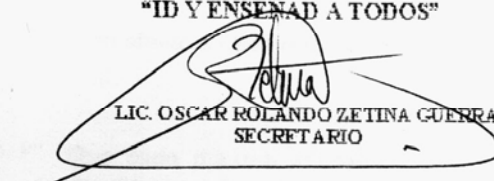
Para su graduación profesional como: **ADMINISTRADOR DE EMPRESAS**

Previo a la aprobación por parte de Junta Directiva de la Facultad, el trabajo citado sufrió el trámite de evaluación correspondiente, de acuerdo al Reglamento vigente del Ejercicio Profesional Supervisado, autorizándose su impresión.

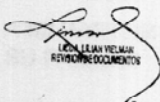
Se extiende la presente, en la ciudad de Guatemala, a veintinueve días del mes de septiembre de dos mil cinco.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


LIC. OSCAR ROLANDO ZETINA GUERRA
SECRETARIO

Smp.


LIC. JUAN VELASCO
REVISOR DE DOCUMENTOS



ACTO QUE DEDICO

A DIOS	El Dios de mi salvación, al que se merece toda honra y toda gloria por este galardón que me ha otorgado, por la misericordia y las bendiciones derramadas en mi vida y la de mi familia. Gracias Dios.
A MIS PADRES	Miguel Angel Mesías y Arcadia Ortiz, por sus consejos y esfuerzos que me permitieron alcanzar esta meta este es un regalo para ellos, siempre soñaron con que llegaría a este momento tan especial. Que Dios los bendiga y los tenga con salud.
A MI ESPOSA	Por la paciencia y el amor demostrado hasta este momento, esto me permitió seguir perseverante y no desmayar, gracias por estar a mi lado en las buenas y en las malas y realizar su papel de esposa a cabalidad. Todo mi amor para ella.
A MIS HIJOS	Thelma Ibeth mi primogénita, José Rodolfo mi varón y Heydi Susana mi china, que este sea un ejemplo para ellos, gracias por comprender mis ausencias que me permitieron llegar hasta este momento, ruego a Dios que les de sabiduría y que derrame bendiciones en sus vidas.
A MIS HERMANOS	Julio, Arturo, Judith, Lucky, Mike, Quique, Lorena y Edgar, aunque algunos están lejos, pero se que Dios les ha dado talentos dignos de cada uno y este será el punto de partida para que cada uno los multiplique, gracias por su amistad y apoyo.
A MIS TIOS Y FAMILIA EN GENERAL	Con afecto a cada uno de ellos.
A MIS CUÑADOS Y SOBRINOS.	Que cada día que el creador nos permita ver la luz del día, agradezcamos por la oportunidad que nos da, ruego a Dios que los bendiga siempre.
A MI PASTOR Y SU FAMILIA	Por sus oraciones y sus consejos.
A MI SUEGRA	Por instarme a seguir adelante para alcanzar esta

meta, que Dios la tenga con su salud y bendiga su vida.

A MIS AMIGOS

Sergio, Mario(+), Benjamín(+), Carlos(+), Nery, Axel, Walter, Luis Fernando, Ovidio, Guillermo, Herlindo con mucho cariño.

**A MIS
COMPAÑEROS
DE EPS**

Especialmente al Grupo Pecuario por su amistad, que Dios los bendiga en su carrera profesional.

AL ALMA MATER

Universidad de San Carlos de Guatemala y en especial a la Facultad de Ciencias Económicas.

A MI PATRIA

Guatemala, por quien lucharé profesionalmente.

	ÍNDICE GENERAL	PÁGINA
	INTRODUCCIÓN	I
	CAPÍTULO I	
	CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL MUNICIPIO	
1,1	ANTECEDENTES HISTÓRICOS	1
1,2	LOCALIZACIÓN	2
1,3	CONDICIONES CLIMATOLÓGICAS	2
1,4	RECURSOS NATURALES	3
1.4.1	Suelo	3
1.4.2	Bosques	5
1.4.3	Hidrografía	6
1.4.4	Fauna	6
1.4.5	Orografía	7
1,5	ASPECTOS DEMOGRÁFICOS	7
1.5.1	Población por área, edad y sexo	7
1.5.2	Población económicamente activa	10
1.5.3	Idioma, etnia y religión	11
1.5.4	Migración	12
1.5.4.1	Inmigración	13
1.5.4.2	Emigración	13
1.5.5	Vivienda	14
1,6	DIVISIÓN POLÍTICO - ADMINISTRATIVA	15
1,7	VÍAS DE COMUNICACIÓN	16
1,8	SERVICIOS	16
1.8.1	Servicios estatales	17
1.8.1.1	Salud	17
1.8.1.2	Educación	17
1.8.2	Servicios municipales	20
1.8.2.1	Agua	20
1.8.2.2	Mercado	21
1.8.2.3	Rastro	22
1.8.2.4	Otros servicios	22

1.8.3	Servicios privados	23
1.8.3.1	Transporte público	23
1.8.3.2	Energía eléctrica	23
1.8.3.3	Correos y telégrafos	24
1.8.3.4	Teléfono	24
1,9	INFRAESTRUCTURA SOCIAL Y PRODUCTIVA	25
1.9.1	Organización social	25
1.9.2	Organización productiva	25
1,10	ESTRUCTURA AGRARIA	26
1.10.1	Tenencia de la tierra	26
1.10.1.1	Propias	26
1.10.1.2	Arrendadas	26
1.10.1.3	Mixtas	27
1.10.2	Concentración de la tierra	27
1,11	FLUJO COMERCIAL	28
1.11.1	Importaciones	29
1.11.2	Exportaciones	29
1,12	ACTIVIDADES PRODUCTIVAS	31
1.12.1	Producción agrícola	31
1.12.2	Producción pecuaria	32
1.12.3	Producción artesanal	32

CAPÍTULO II

SITUACIÓN ACTUAL Y PROPUESTA DE LA CRIANZA Y ENGORDE DE GANADO BOVINO

2,1	TIPOS DE GANADO DE LA PRODUCCIÓN PECUARIA	34
2.1.1	Ganado de crianza	34
2.1.2	Ganado de engorde	34
2.1.3	Esquilmo	35
2,2	PRODUCCIÓN	35
2.2.1	Proceso productivo de crianza y engorde de ganado bovino	35
2.2.1.1	Crianza	35
2.2.1.2	Engorde	36

2.2.2	Tecnología	37
2.2.3	Volumen y destino de la producción por tamaño de finca	37
2,3	COSTOS DE PRODUCCIÓN	39
2.3.1	Finca micro-familiar	40
2.3.2	Costos finca subfamiliar	40
2.3.3	Costos finca familiar	42
2,4	FINANCIAMIENTO	43
2.4.1	Fincas micro-familiares	43
2.4.2	Fincas subfamiliares y familiares	43
2,5	ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL	44
2.5.1	Planeación	44
2.5.2	Organización	44
2.5.3	Integración	46
2.5.4	Dirección	46
2.5.5	Control	46
2,6	COMERCIALIZACIÓN	47
2.6.1	Proceso de comercialización	47
2.6.1.1	Concentración	47
2.6.1.2	Equilibrio	47
2.6.1.3	Dispersión	48
2.6.1.4	Análisis institucional	48
2.6.1.5	Análisis estructural	48
2.6.1.6	Análisis funcional	49
2.6.2	Operaciones de comercialización	50
2.6.2.1	Canales de comercialización	51
2.6.2.2	Factores de diferenciación	51
2.6.2.3	Margenes de comercialización	51
2,7	COMERCIALIZACIÓN PROPUESTA	53
2.7.1	Comercialización	54
2.7.1.1	Propuesta institucional	54
2.7.1.2	Propuesta funcional	55
2.7.1.3	Propuesta estructural	58
2.7.2	Operaciones de comercialización propuestas	59

2.7.2.1	Canales de comercialización propuestos	60
2.7.2.2	Márgenes de comercialización propuestos	60

CAPÍTULO III

PROYECTO CENTRO DE ACOPIO DE GRANOS

3,1	JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO	63
3,2	OBJETIVOS	64
3.2.1	Generales	64
3.2.2	Específicos	64
3,3	ESTUDIO DE MERCADO	64
3.3.1	Producto	65
3.3.2	Oferta	65
3.3.3	Demanda total a comercializar	68
3.3.4	Demanda de insumos a utilizar	70
3.3.5	Precios	71
3,4	ESTUDIO TÉCNICO	71
3.4.1	Localización	71
3.4.1.1	Macro localización	71
3.4.1.2	Micro localización	72
3.4.2	Tamaño	72
3.4.3	Volumen de la producción	72
3.4.3.1	Volumen de insumos para la venta de los productos	73
3.4.4	Ingeniería del proyecto	74
3.4.4.1	Distribución en planta	74
3.4.4.2	Proceso productivo	76
3.4.4.3	Clase de información y tecnología de las comunicaciones	80
3,5	Estudio administrativo legal	81
3.5.1	Justificación del proyecto	81
3.5.1.1	Propósitos	82
3.5.1.2	Visión	83
3.5.1.3	Misión	83
3.5.2	Objetivos	84

3.5.3	Normas legales	84
3.5.3.1	Normas internas	85
3.5.3.2	Normas externas	85
3.5.4	Recursos	86
3.5.4.1	Humanos	86
3.5.5	Sistemas de organización	87
3.5.5.1	Sistema lineal staff	87
3.5.6	Sistema de organización propuesto	88
3.5.6.1	Estructura de la organización	88
3,6	ESTUDIO FINANCIERO	92
3.6.1	Inversion fija	92
3.6.2	Inversión en capital de trabajo	94
3.6.3	Inversión total	95
3.6.4	Fuentes de financiamiento	95
3.6.5	Estado de resultados	99
3.6.6	Evaluación del proyecto	105
3.6.6.1	Impacto social	105
3.6.6.2	Evaluación financiera simple	105

CAPÍTULO IV

PROPUESTA DE COMERCIALIZACIÓN PARA EL CENTRO DE ACOPIO

4,1	SITUACIÓN ACTUAL	108
4,2	COMERCIALIZACION PROPUESTA	109
4.2.1	Comercialización de servicios	109
4.2.1.1	Recursos	109
4.2.1.2	Análisis y oportunidades de mercado	111
4.2.1.3	Servicios disponibles al productor	112
4.2.1.4	Segmento objetivo de mercado	116
4.2.2	Canales de comercialización	117
4.2.3	Márgenes de Comercialización	118
4.2.3.1	Margen del maíz	119
4.2.3.2	Margen del frijol	120

4.2.3.3	Utilidad en la venta de insumos	121
4.2.3.4	Margen de utilidad aplicando costos fijos y variables	123
4.2.4	Economías de escala	123
	CONCLUSIONES	126
	RECOMENDACIONES	128
	BIBLIOGRAFIA	130
	ANEXOS	
	Plan anual de marketing	
	Trifoliar	
	Manual de procedimientos	

ÍNDICE DE CUADROS

	Página
1 Municipio de Jerez, Jutiapa. Población por Sexo y Centros Poblados. Año 2002.	8
2 Municipio de Jerez, Jutiapa. Población por Área Geográfica y Género. Según Rango de Edad. Año 2002.	9
3 Municipio de Jerez, Jutiapa. Población Económicamente Activa, por Habitantes y Año. Según Actividad Productiva.	11
4 Municipio de Jerez, Jutiapa. Población por Grupo Étnico. Años 1994 y 2002.	12
5 Municipio de Jerez, Jutiapa. Relación de Propiedad de las Viviendas. y Clasificación de Servicios Básicos. Año 2002.	14
6 Municipio de Jerez, Jutiapa. Población Estudiantil por Nivel Educativo, Sexo y Área Urbana - Rural. Año 2002.	18
7 Municipio de Jerez, Jutiapa. Población Estudiantil por Nivel Educativo. Años 1994 - 2002.	19
8 Municipio de Jerez, Jutiapa. Concentracón de la Tierra por Años. Según Estratos. Años 1979 y 2002.	27
9 Municipio de Jerez, Jutiapa. Crianza y Engorde de Ganado bovino. Volumen y Destino de la Producción Pecuaria Anual por Producto. Por Producto y Tipo de Finca.	38

10	Municipio de Jerez, Jutiapa. Crianza y Engorde de Ganado bovino. Costo Directos de Producción. Microfinca Nivel Tecnológico Tradicional I. (Cifras en Quetzales).	40
11	Municipio de Jerez, Jutiapa. Crianza y Engorde de Ganado bovino. Costo Directos de Producción. Finca Sub familiar Nivel Tecnológico Tradicional I. (Cifras en Quetzales).	41
12	Municipio de Jerez, Jutiapa. Crianza y Engorde de Ganado bovino. Costo Directos de Producción. Finca familiar Nivel Tecnológico Tradicional I. (Cifras en Quetzales).	42
13	Municipio de Jerez, Jutiapa. Crianza y Engorde de Ganado bovino. Margen de Comercialización. Año 2002.	52
14	Municipio de Jerez, Jutiapa. Asociacion de Crianza y Engorde de Ganado Bovino. Márgen de Comercialización Propuesto. Año 2002.	61
15	Municipio de Jerez, Jutiapa. Oferta Total de la Producción de Maíz. Período: 1997-2006. (Cifras en Quintales).	66
16	Municipio de Jerez, Jutiapa. Oferta Total de la Producción de Fríjol. Período: 1997-2006. (Cifras en Quintales).	67
17	Municipio de Jerez, Jutiapa. Demanda Total a Comercializar de la Producción del Maíz. Período: 1997-2006. (Cifras en Quintales).	68

18	Municipio de Jerez, Jutiapa. Demanda Total a Comercializar de la Producción de Fríjol. Período: 1997-2006. (Cifras en Quintales).	69
19	Municipio de Jerez, Jutiapa. Insumos a Utilizar en la Producción de Maíz y Fríjol. Año 2002. (Cifras en Quintales).	70
20	Municipio de Jerez, Jutiapa. Volumen de la Producción de Maíz y Frijol. Año 2002 - 2006. (Cifras en Miles de Quetzales).	73
21	Municipio de Jerez, Jutiapa. Volumen de insumos para la venta en el Centro de Acopio. Año 2002 - 2006. (Cifras en Quetzales).	74
22	Municipio de Jerez, Jutiapa. Proyecto: Centro de Acopio de Granos Básicos. Inversión Fija. (Cifras en Quetzales).	93
23	Municipio de Jerez, Jutiapa. Proyecto: Centro de Acopio de Granos Basicos. Inversión en Capital de Trabajo. (Cifras en Quetzales).	94
24	Municipio de Jerez, Jutiapa. Proyecto: Centro de Acopio de Granos Básicos. Inversión Total. (Cifras en Quetzales).	95
25	Municipio de Jerez, Jutiapa. Proyecto: Centro de Acopio de Granos Básicos. Compra de Insumos Agrícolas Crédito 90 Días. (Cifras en Quetzales).	98
26	Municipio de Jerez, Jutiapa. Proyecto: Centro de Acopio de Granos Básicos. Venta de Insumos Agrícolas.	

	(Cifras en Quetzales).	98
27	Municipio de Jerez, Jutiapa. Proyecto: Centro de Acopio de Granos Básicos. Integración de Ventas a Mayoristas. (Cifras en Quetzales).	100
28	Municipio de Jerez, Jutiapa. Proyecto: Centro de Acopio de Granos Básicos. Integración de Ventas a Minoristas. (Cifras en Quetzales).	100
29	Municipio de Jerez, Jutiapa. Proyecto: Centro de Acopio de Granos Básicos. Integración de Ventas (Cifras en Quetzales).	101
30	Municipio de Jerez, Jutiapa. Proyecto: Centro de Acopio de Granos Básicos. Integración de Costos. (Cifras en Quetzales).	102
31	Municipio de Jerez, Jutiapa. Proyecto: Centro de Acopio de Granos Básicos. Estado de Resultados (Cifras en Quetzales).	103
32	Municipio de Jerez, Jutiapa. Proyecto: Centro de Acopio de Granos Básicos. Estado de Resultados Proyectado (Cifras en Quetzales).	104
33	Municipio de Jerez, Jutiapa. Proyecto: Centro de Acopio de Granos Básicos. Margen de Alquiler de Desgranadora. Año 2002. (Cifras en Quetzales).	114
34	Municipio de Jerez, Jutiapa. Proyecto: Centro de Acopio de Granos Básicos. Margenes de Comercialización del Maíz. Año 2002.	

	(Cifras en Quetzales).	119
35	Municipio de Jerez, Jutiapa. Proyecto: Centro de Acopio de Granos Básicos. Margenes de Comercialización del Fríjol. Año 2002. (Cifras en Quetzales).	120
36	Municipio de Jerez, Jutiapa. Proyecto: Centro de Acopio de Granos Básicos. Utilidad por venta de insumos. Año 2002. (Cifras en Quetzales).	121
37	Municipio de Jerez, Jutiapa. Proyecto: Centro de Acopio de Granos Básicos. Margen de Utilidad Aplicando Costos Fijos y Variables. Año 2002. (Cifras en Quetzales).	123
38	Municipio de Jerez, Jutiapa. Proyecto: Centro de Acopio de Granos Básicos. Precios de Insumos Centro de Acopio vrs. Otro Proveedor Año 2002. (Cifras en Quetzales).	124

ÍNDICE DE GRÁFICAS

		Página
1	Municipio de Jerez, Jutiapa. Importaciones y Exportaciones. Año 2002.	31
2	Municipio de Jerez, Jutiapa. Crianza y Engorde de Ganado Bovino. Proceso Productivo.	36
3	Municipio de Jerez, Jutiapa. Crianza y Engorde de Ganado Bovino Organigrama Funcional Microfinca. Año 2002.	45
4	Municipio de Jerez, Jutiapa. Crianza y Engorde de Ganado Bovino Organigrama Funcional Finca Subfamiliar y Familiar. Año 2002.	45
5	Municipio de Jerez, Jutiapa. Crianza y Engorde de Ganado Bovino. Canal de Comercialización Existente. Año 2002.	51
6	Municipio de Jerez, Jutiapa. Asociación Crianza y Engorde de Ganado Bovino. Canal de Comercialización propuesto.	60
7	Municipio de Jerez, Jutiapa. Proyecto: Centro de Acopio de Granos Básicos. Diseño en Planta. Año 2002.	75
8	Municipio de Jerez, Jutiapa. Proyecto: Centro de Acopio de Granos Básicos. Proceso Productivo.	

	Año 2002.	79
9	Municipio de Jerez, Jutiapa. Proyecto: Centro de Acopio de Granos Básicos. Estructura administrativa Año 2002.	89
10	Municipio de Jerez, Jutiapa. Proyecto: Centro de Acopio de Granos Básicos. Canal de Comercialización. Año 2002.	118

INTRODUCCIÓN

La Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de San Carlos de Guatemala, según su lema “Id y Enseñad a Todos”, enmarca su actividad docente en el estudio, análisis e interpretación de la problemática de desarrollo nacional, orientada a la búsqueda de soluciones que ayuden a mejorar el desarrollo económico y social de Guatemala.

Por lo anterior se presenta el tema de investigación denominado, “DIAGNÓSTICO SOCIOECONÓMICO, POTENCIALIDADES PRODUCTIVAS Y PROPUESTA DE INVERSIÓN”, y corresponde al presente informe individual desarrollar el tema, “COMERCIALIZACIÓN (CRIANZA Y ENGORDE DE GANADO BOVINO)”.

El objetivo de la investigación fue conocer la manera en que se realiza la producción pecuaria, así como los canales que utiliza para llegar al consumidor y si se cumplen las diferentes etapas del proceso de comercialización, sus limitantes y fortalezas presentando análisis institucional, estructural, funcional de la actividad y comercialización propuesta para esta actividad.

El procedimiento utilizado para el desarrollo de la investigación consistió en dos seminarios: uno general, en el cual se establecieron aspectos teóricos y métodos de investigación científica y evaluación de los resultados obtenidos.

En el seminario específico la preparación para el trabajo de campo, incluyó: la formulación del plan general de la investigación, la elaboración de la boleta general y el plan de tabulación, la determinación de la muestra, una visita preliminar de campo y la estancia de un mes en el Municipio. Estas actividades fueron supervisadas, revisadas, aprobadas por Docentes y Supervisores del Ejercicio Profesional Supervisado.

El contenido del informe se encuentra estructurado en cuatro capítulos, los que se resumen de la siguiente forma:

Capítulo I. Hace referencia a los aspectos generales del Municipio, Antecedentes Históricos, Localización, Condiciones Climatológicas, Recursos Naturales, Aspectos Demográficos, División Político-Administrativa, Vías de Comunicación, Infraestructura Social y Productiva, Estructura Agraria, Flujo Comercial y Actividades Productivas.

Capítulo II. Presenta la situación actual del sector pecuario a nivel de diagnóstico, en el cual se toman aspectos como, Tipos de ganado, en esta parte se describe los tipos de ganado existentes, La Producción, el Nivel Tecnológico por tamaño de finca, los Costos en que se incurre para la producción, el Financiamiento al cual tienen acceso, la Comercialización y la Organización Empresarial, todo lo anterior es una fotografía de lo encontrado en el Municipio, al final de capítulo se plantean una serie posibles soluciones a la problemática encontrada.

Capítulo III. Se describe la propuesta de inversión, Centro de Acopio a nivel de idea, en relación a presentación del producto, producción anual, Justificación, Objetivos, Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Administrativo Legal, Estudio Financiero.

Capítulo IV. En este capítulo se hace una propuesta de comercialización, revisando aspectos como: Situación actual, comercialización propuesta, comercialización de servicios, recursos, análisis y oportunidades de mercado, servicios disponibles al productor, segmento objetivo de mercado, aspectos operacionales del centro de acopio, márgenes y economías de escala.

En la parte final se presentan conclusiones y recomendaciones que se derivan de este estudio. Los anexos correspondientes, describen los procedimientos utilizados en la comercialización de los servicios.

Las hipótesis planteadas en el plan de trabajo, fueron comprobadas en la investigación, en la parte socioeconómica se llegó a la conclusión que existe pobreza extrema en la población, los servicios básicos son escasos en el Municipio, en la producción de ganado bovino los productores no tienen asistencia técnica y acceso al crédito. Por lo tanto se plasman en este trabajo de investigación una serie de conclusiones y recomendaciones que serán de utilidad para las autoridades y productores.

CAPÍTULO I

CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL MUNICIPIO

Este capítulo hace referencia a los aspectos generales del municipio de Jerez departamento de Jutiapa y se mencionan aspectos como: Antecedentes históricos, localización, condiciones climatológicas, recursos naturales, aspectos demográficos, división político administrativa, vías de comunicación, servicios, población, infraestructura social y productiva, así como el flujo comercial y las potencialidades productivas, todas ellas derivadas de la investigación efectuada durante el trabajo de campo, realizado en junio 2002.

1.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS

Antes de darle el nombre de Jerez al municipio, se le denominaba Chingo, esto debido a que en el lugar se encuentra un volcán que lleva el mismo nombre. Fue fundado como pueblo en el siglo XVIII en la época de la independencia.

El 8 de mayo de 1852 se creó por Decreto del Ejecutivo, el departamento de Jutiapa, y entre sus poblados aparecía Chingo, cuyo nombre conservó, hasta que por Acuerdo Gubernativo del 5 de octubre de 1892, se cambio por el nombre Jerez, que es el que actualmente tiene.

Según las investigaciones se le asignó el nombre de “Jerez” a este Municipio después de la época colonial, ya que no aparece en los listados de villas y

pueblos de esa época, el nombre es en honor al general nicaragüense Máximo Jerez.

1.2 LOCALIZACIÓN

Jerez es un municipio del departamento de Jutiapa, ubicado en el oriente del país, en la región IV o sur oriental de Guatemala, con latitud norte entre los 14° 05' 25" y longitud 89° 45' 05" con relación al meridiano de Greenwich.

Limita al norte con los municipios de Yupiltepeque y Atescatempa, al oeste con el municipio de Zapotitlán, todos del departamento de Jutiapa, al sur y al este con la República de El Salvador. Su extensión territorial es 60 kilómetros cuadrados.

1.3 CONDICIONES CLIMATOLÓGICAS

El factor determinante de las condiciones climatológicas lo constituye la altura sobre el nivel del mar (asnm), y al estar ubicado a 700 msnm, el clima es, generalmente, cálido húmedo de tipo tropical, la temperatura media anual varía entre los 22 y 30 grados centígrados.

La precipitación pluvial oscila entre 1,100 y 1,300 milímetros cúbicos (mm) anuales promedio, la época lluviosa es de junio a octubre, el resto de meses, es época seca.

1.4 RECURSOS NATURALES

Son todos aquellos elementos que existen en estado natural, y que el hombre puede utilizar para beneficio personal y desarrollo de la sociedad. Los recursos se dividen en dos grandes ramas: no renovables y renovables. Los primeros son básicamente los minerales existentes sobre la superficie terrestre y el subsuelo. Actualmente ninguno de estos recursos se está explotando en el lugar.

Por su parte, entre los recursos renovables se encuentran: suelo, bosques, hidrografía y fauna.

1.4.1 Suelo

El suelo del Municipio se caracteriza, al igual que la mayoría de los municipios de la República de Guatemala, por ser utilizado para fines agrícolas, clasificado en fincas: microfincas, subfamiliares, familiares y multifamiliares. Los productos principales y relevantes encontrados están: el maíz, frijol, café y tomate.

De acuerdo con Simons, Tárano y Pinto “los suelos que corresponden al departamento de Jutiapa están divididos en 19 series y tres clases de terrenos misceláneos. La serie a la que corresponde Jerez se clasifica en suelos de la altiplanicie central”¹.

¹ Charles S, Simons, Jose Manuel Tarano y José Humberto Pinto. Clasificación de reconocimientos de los suelos de la República de Guatemala. Editorial del ministerio de Educación Pública, 1959. Pág. 55.

Grupo I: Suelos de la Altiplanicie Central

Subgrupo IB: Suelos Volcánicos, mixtos, de color oscuro. (Pueden ser suelos casi planos, moderadamente inclinados o pendientes inclinadas).

Subgrupo ID: Suelos poco profundos, con drenaje regular, relieve ondulado, sobre lava máfica.

Grupo II: Suelos del Litoral del Pacífico.

Grupo III: Clases Misceláneas de Terrenos.

Los suelos de la Altiplanicie Central se dividen en subgrupos, de acuerdo con la clase de material madre, profundidad, relieve, drenaje, textura y declive.

Los suelos del municipio de Jerez se ubican en el grupo I y los subgrupos IB, son suelos desarrollados sobre materiales volcánicos mixtos y de color oscuro. Los suelos son casi planos, moderadamente inclinadas. Con estas características se incluye a los suelos de Jilotepeque, Mongoy, Moyuta y Suchitán, y subgrupo ID, que incluye los suelos Comapa, Culma, Chicaj, Gûija, Mita y Quezada.

El análisis de los suelos existentes en el Municipio, dada su localización geográfica en la zona fisiográfica de la “altiplanicie central”, permite establecer el uso que se le puede dar a la tierra, y es para la producción ganadera y pastoreo,

particularmente para ganado bovino de doble propósito y para cultivar áreas arables, es decir, donde sea posible el uso de maquinaria agrícola.

Los suelos Jilotepeque, Mongoy y Suchitán, que se localizan en la parte centro y sur del territorio municipal, gran parte puede usarse con cultivos anuales o permanentes en los lugares quebrados.

Con relación a los suelos: Comapa, Culma y Mita ubicados al norte del lugar, aproximadamente la mitad del área puede usarse para cultivos limpios (anuales, carpidos, temporales). Los suelos Comapa y Culma son muy inclinados para cultivos continuos.

1.4.2 Bosques

Este recurso es de suma importancia, para mantener el balance ecológico y fundamentalmente en la conservación de la flora y la fauna en el entorno de la comunidad. En el Municipio, el bosque ha disminuido en los últimos 22 años por diversas causas tales como: extracción de leña, incendios, plagas, pero fundamentalmente por la incorporación de más tierra para la actividad agropecuaria. De acuerdo con los datos del III Censo Agropecuario del año 1979, existían 34 manzanas cubiertas de bosque natural, equivalente al 1.35% del total de la extensión territorial municipal, mientras que para el año 2002, solamente se encontraron 14 manzanas que corresponden al 0.55% del total de

superficie investigada; de donde se tiene que, en dos décadas desapareció el 59% de su bosque natural.

1.4.3 Hidrografía

Está constituida por las siguientes fuentes de agua: Los ríos; Chingo, Esmeralda, Hueviapa, Jerez y Los Cangrejos; riachuelos: El Chaparrón y Los Olmos y quebradas; Camarones, El Vertiente y Los Micos.

Entre los principales ríos del Municipio se encuentra el Chingo, que nace en las faldas del volcán del mismo nombre, a dos kilómetros se une con los ríos Jerez, Esmeralda y los Cangrejos, para integrar el río caudaloso de San Lorenzo, llamado también Río Grande o Hueviapa, que sirve de límite fronterizo entre Guatemala y El Salvador. El río Jerez nace a inmediaciones de la Cabecera Municipal, a través de su recorrido surte de agua a la mayor parte del Municipio.

1.4.4 Fauna

Se clasifica en fauna silvestre, acuática y doméstica; en la fauna silvestre se encuentran especies como culebras, murciélagos, ratones, armados, comadrejas, tacuacines; variedad de aves estacionarias como gavilanes, palomas, clarineros, sanates, colibríes y migratorias como garzas y pericas; entre la fauna acuática se encuentran peces y crustáceos, entre ellos guapote, juilín, pupo, camarones, cangrejos, y jutes, los cuales habitan los ríos más caudalosos del Municipio. En

la fauna doméstica se encuentra casi todo tipo de ganado entre los que destacan caballos, vacas, cabras, cerdos, así mismo gallinas y patos.

1.4.5 Orografía

Se encuentra: el volcán Chingo, dos montañas: El Limbo y El Pinal, cuatro cerros: El Alto, Loma Larga, Loma Lisa y Matadero. El volcán es el de mayor relevancia, sirve de límite entre Guatemala y El Salvador; es un área protegida, sirve como recurso natural en diferentes zonas del Municipio. El volcán no tiene acceso por carretera, el ascenso del mismo es a través de veredas.

1.5 ASPECTOS DEMOGRÁFICOS

Se define como la totalidad de personas que viven en un territorio y tiempo específicamente determinado. Conformada por habitantes de las áreas urbana y rural, compuesta por sexo, edad, grupo étnico.

1.5.1 Población por área, edad y sexo

La información del censo realizado por la municipalidad en el año 2002, muestra la composición de la población, por edad y sexo, lo cual refleja que la cantidad de hombres asciende a 2,717 equivalente al 49.8% del total de la población; y 2,743 mujeres equivalente a 50.2%, tal y como puede apreciarse en el siguiente cuadro:

Cuadro 1.
Municipio de Jerez, Jutiapa.
Población por Sexo y Centros Poblados.
Año 2002.

Centro Poblado	Masculino	Femenino	Habitantes	%
Esmeralda	1,303	1,280	2,583	47.3
Jerez	592	659	1,251	22.9
Escarbadero	282	266	548	10.0
Resgate	183	196	379	6.9
Saral	128	127	255	4.7
Hueviapa	109	101	210	3.8
Pinalito	55	69	124	2.3
Pinal	21	13	34	0.6
Camarones	20	12	32	0.6
Magueyes	11	7	18	0.3
Tecomates	7	8	15	0.3
Cuervos	6	5	11	0.2
Totales	2,717	2,743	5,460	100

Fuente: Elaboración propia con base en información del II Censo Municipal de Jerez, Jutiapa, 2002.

La mayor concentración de personas se encuentra en la aldea Esmeralda, la cual alcanza un total de 2,583 habitantes, que equivalen a la mitad de la población. El centro poblado con menor número de habitantes lo constituye el paraje Los Cuervos, con únicamente 11 personas. Como se puede apreciar en todos los centros poblados es equitativa la distribución de habitantes por sexo.

Según estimaciones con base al Censo de Población y habitación del Instituto Nacional de Estadística –INE- de 1994, la población total del municipio de Jerez, en el año 2002 asciende a 6,329 habitantes. Distribuida en 3,173 habitantes de

sexo masculino, equivalente al 50.1%, y 3,156 habitantes de sexo femenino equivalente al 49.9% del total de la población.

En 1994 la población urbana contemplaba el 23 % y el área rural el 77 %. En el análisis de esta variable, se considera que la disminución de la población del área urbana, obedece a la emigración, hacia lugares como la Ciudad Capital, El Salvador y los Estados Unidos de Norte América.

El siguiente cuadro muestra el resultado de las encuestas realizadas durante la investigación de campo:

Cuadro 2.
Municipio de Jerez, Jutiapa.
Población por Área Geográfica y Género.
Según Rango de Edad.
Año 2002.

Rango de Edades	Urbana		Rural		Población total		Total
	M	F	M	F	M	F	
00 - 09	207	165	454	443	661	608	1269
10 - 19	139	134	492	490	631	624	1255
20 - 29	42	80	327	308	369	388	757
30 - 39	57	54	293	217	350	271	621
40 - 49	31	57	201	266	232	323	555
50 - 59	27	73	222	174	249	247	496
60 - 69	50	58	111	103	161	161	322
70 - 79	31	23	57	40	88	63	151
80 - y más	8	15	8	3	16	18	34
Totales	592	659	2,165	2,044	2,757	2,703	5,460

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002.

Se estableció que la población comprendida entre los 10 y 59 años abarcó el 69 por ciento de la población total, que constituye un índice poblacional de importancia, por cuanto este grupo económicamente sostiene al 31 por ciento restante de personas, entre las edades de 0 a 9 y 60 años en adelante.

Así también el cuadro anterior muestra que el valor porcentual de mayor relevancia está entre las edades de 15 a 64 años, donde por lo general se ubica la población económicamente activa (P.E.A.), ello asegura su permanente participación en las actividades productivas del Municipio. El análisis poblacional realizado por edad es importante para obtener un inventario del recurso humano con que cuenta el Municipio. Se considera que el segmento de población del área rural, es la que se encuentra en desventaja con relación al nivel de acceso a los servicios básicos en general, debido a que estos se localizan en las áreas urbanas, tal es el caso de la salud, educación, agua entubada, energía eléctrica, teléfono, correos, telégrafos y transporte.

1.5.2 Población económicamente activa

En 1994 la PEA del Municipio fue de 1,194 personas en total, al año se estima que la PEA en el Municipio asciende a 1,671 personas que representa el 30 por ciento de la población total; al comparar el presente índice con el registrado en el año de 1994 el cual era de 24 por ciento, evidencia un incremento de seis puntos

porcentuales. Se considera que la actividad pecuaria y servicios emplearon más trabajadores durante este período.

Cuadro 3.
Municipio de Jerez, Jutiapa.
Población Económicamente Activa, por Habitantes y Año.
Según Actividad Productiva.

Actividad	1994		2002	
	Habitantes	%	Habitantes	%
Agricultura	1,123	94.1	1,072	64.4
Pecuaria	0	0.0	231	13.9
Comercio y servicios	49	4.1	314	18.9
Artesanal	22	1.8	48	2.9
Total	1,194	100	1,665	100

Fuente: Elaboración propia con base en información del Instituto Nacional de Estadística, INE, X Censo de Población y V de Habitación a nivel República de Guatemala, 1994 y encuesta 2002.

Según el censo poblacional realizado por el INE en 1994, el 94 por ciento de la población se dedica a la agricultura, el 4 por ciento a la actividad comercial y servicios; y el 2 por ciento a la actividad artesanal. En contraste con los datos obtenidos en la encuesta de junio 2002, en donde se amplía la actividad económica, en la cual se determinó que el 64 por ciento se dedica a la agricultura, el 28 por ciento al comercio, el 14 por ciento a la actividad pecuaria y tres (3) por ciento a la artesanal.

1.5.3 Idioma, etnia y religión

El idioma que se habla es español, no existen idiomas o dialectos indígenas.

En el cuadro siguiente se puede apreciar la distribución de la población por grupo étnico, de los años 1994 y 2002.

Cuadro 4.
Municipio de Jerez, Jutiapa.
Población por Grupo Étnico.
Años 1994 y 2002.

Grupo Étnico	1994	%	2002	%
Población No indígena	4,915	99	5,460	100
Población Indígena	45	1	0	0
Total	4,960	100	5,460	100

Fuente: Elaboración propia con base en información del Instituto Nacional de Estadística, INE, X Censo de Población y V de Habitación a nivel República de Guatemala, 1994 y encuesta 2002.

En el año 2002, se evidenció la ausencia de grupos indígenas dentro de los centros poblados; mientras que en 1,994 existía un grupo reducido de 45 habitantes, lo que representaba el 1% de la población. Es posible que éstos emigraran a otros lugares aledaños al Municipio.

Existen dos religiones predominantes, en la cabecera municipal, el 70% son evangélicos y el 30% católicos. Mientras que en la aldea Esmeralda el 80% son católicos y el 20% evangélicos.

1.5.4 Migración

Es el desplazamiento de personas, con cambio de residencia habitual, desde su lugar de origen o lugar de partida, a su lugar de destino; que implica atravesar los límites de una división geográfica, ya sea de un país a otro, o de un lugar a otro, dentro de un mismo país.

1.5.4.1 Inmigración

“Inmigración consiste en el proceso de ingreso de una persona o conjunto de personas, a un área geográfica, diferente a la de su lugar de origen o nacimiento, para establecer nueva residencia permanente”².

1.5.4.2 Emigración

Emigración consiste en el proceso de salida. Identifica el fenómeno social de la migración, desde la perspectiva del centro poblado cuya población deja su tierra natal en busca de nuevas oportunidades de superación tanto económica como social. De lo anterior se deriva básicamente la búsqueda constante de mejores condiciones de vida.

El recurso humano ejerce una presión sobre el suelo, es decir, hay un desequilibrio hombre-tierra por lo cual, se dan dos corrientes migratorias que se manifiestan en el país. La corriente migratoria rural-rural, que se produce en determinadas épocas de cosecha en las fincas agrícolas. La otra corriente migratoria rural-urbana, la cual consiste en el traslado de campesinos del área rural a la Ciudad Capital, que por no encontrar medios de subsistencia en la actividad agrícola, buscan aquí, recursos para satisfacer sus necesidades.

²Instituto Nacional de Estadística –INE-, Características Generales de Población y Habitación. Guatemala, Octubre 1996, Pág. 54.

En el Municipio, este fenómeno se refleja en la emigración de campesinos sin tierras, y de pequeños productores minifundistas, porque su tierra no es lo suficientemente productiva. Esta población que se ve obligada a desplazarse, tiene poca educación, o son analfabetas, como resultado de su marginación social; su producción no es suficiente para satisfacer las necesidades básicas, es entonces cuando surge el fenómeno migratorio característico de las áreas rurales del país, cuyo objetivo es buscar una actividad económica que les permita complementar su ingreso para subsistir durante todo el año.

1.5.5 Vivienda

En esta variable se analiza la relación de propiedad de la vivienda, servicio sanitario y servicio de agua. A continuación se presenta un cuadro con la cobertura de estos servicios, según los resultados de la encuesta.

Cuadro 5.
Municipio de Jerez, Jutiapa.
Relación de Propiedad de las Viviendas,
y Clasificación de Servicios Basicos.
Año 2002.

Tenencia	Total	AGUA			Drenaje	EXCRETAS		
		Entubada	Rio	Pozo		Fosa Septica	Aire Libre	Letrina
Propias	303	243	39	21	60	15	18	210
Arrendadas	19	14	2	3	0	2	9	8
Usufructo	3	0	1	2	0	0	3	0
Totales	325	257	42	26	60	17	30	218

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002.

De los 325 hogares encuestados, la propiedad esta distribuida así: propias 92%, arrendadas 6%, usufructos 1% y deshabitadas 1%. El 78% cuenta con servicio de agua entubada, 8% se abastece con pozos, el 12% utiliza agua de río o nacimientos. El servicio sanitario se encuentra así; 66% utiliza letrina, el 18% drenaje, el 9% al aire libre y el 5% fosa séptica.

1.6 DIVISIÓN POLÍTICO- ADMINISTRATIVA

En cuanto a la división política, para junio del 2002, se compone de un área urbana donde se encuentra la cabecera municipal denominada Jerez y un área rural dividida de la siguiente manera: Dos aldeas: Esmeralda y Escarbaderos; siete caseríos: El Pinal de los Vásquez, Pinalito, El Saral, Magueyes, Hueviapa, Hueviapita y Resgate; dos parajes: Tecomates y Cuervo.

La división administrativa, está a cargo de la corporación municipal, cómo ente autónomo, a la que constitucionalmente le corresponde ejercer las funciones de Gobierno Municipal y la administración del Municipio, para lo cual se integra administrativamente de la forma siguiente:

Alcalde	Concejal I
Síndico I	Concejal II
Síndico II	Concejal III
Síndico suplente	Concejal suplente

La administración del Municipio corresponde al Alcalde, quien es la máxima autoridad. La Municipalidad cuenta con la siguiente estructura organizacional: Despacho del alcalde, Secretaria, Registro Civil, Tesorería, Unidad técnica y la Unidad del Impuesto Único sobre inmuebles (IUSI).

1.7 VÍAS DE COMUNICACIÓN

La ruta departamental número veintitrés, sirve de comunicación al Municipio, con la cabecera departamental de Jutiapa, en su mayor trayecto la carretera es asfaltada, con una parte de terracería. Esta misma ruta comunica a Jerez con la República de El Salvador a una distancia aproximada de dos y medio kilómetros, donde se encuentra la frontera del Coco. El Municipio se comunica con Atescatempa y San Cristóbal Frontera a través de la ruta departamental número cinco la cual se une con la carretera centroamericana CA-1.

La Cabecera Municipal se comunica con la aldea Escarbaderos, a través de una carretera de terracería, la cual tiene una longitud aproximada de diez kilómetros; se prolonga hasta el caserío San José Hueviapa, en donde se encuentra el área fronteriza con la República de El Salvador.

1.8 SERVICIOS

Entre los principales servicios e infraestructura con que cuenta el Municipio según se pudo observar en la investigación de campo están:

1.8.1 Servicios estatales

Son todos aquellos servicios que presta el gobierno, en la mayoría de los casos son gratuitos.

1.8.1.1 Salud

Se cuenta con dos puestos, que pertenecen al Ministerio de Salud Pública, uno se ubica en la Cabecera Municipal y el otro en la aldea Esmeralda, cada uno cuenta con un auxiliar de enfermería. Con esta infraestructura, el sistema de salud cubre y brinda atención a los habitantes en enfermedades o accidentes leves, en los casos moderados y graves, la población acude a los servicios privados y hospitalarios de la República de El Salvador; los más demandados son el hospital de Chalchuapa y el de Santa Ana. La cobertura médica Gubernamental es nula; y a nivel privado se encuentra sólo un médico, el cual se ubica en la aldea Esmeralda.

1.8.1.2 Educación

Funcionan dos escuelas y un instituto en la Cabecera Municipal, tres en Esmeralda y Escarbaderos; dos en Resgate; y una en Hueviapa, Saral, y Pinalito, para un total de trece escuelas y un instituto.

Según datos del Ministerio de Educación para este año, la población estudiantil de los niveles de pre-primaria, primaria y básicos asciende a 1,573 alumnos.

Cuadro 6.
Municipio de Jerez, Jutiapa.
Población Estudiantil por Nivel Educativo, Sexo y Área Urbana - Rural.
Año 2002.

Segmento	Párvulos	Primaria	Básicos	Diver- sificado	Totales	%
%	11.1	73.7	13.2	1.9	100	
Total hombres	83	583	100	17	783	49.8
Total mujeres	92	577	108	13	790	50.2
TOTAL	175	1,160	208	30	1,573	100
Hombres	20	102	40	7	169	10.7
Mujeres	22	108	49	5	184	11.7
ÁREA URBANA	42	210	89	12	353	22.4
Hombres	63	481	60	10	614	39.0
Mujeres	70	469	59	8	606	38.5
ÁREA RURAL	133	950.0	119.0	18.0	1,220.0	77.6

Fuente: Elaboración propia, con base en la estadística estudiantil regional de la Coordinadora Departamental de Educación de Jutiapa, Ministerio de Educación año 2,002.

Se observa que tanto hombres como mujeres tienen la misma oportunidad de estudio pues los porcentajes son similares. En cuanto a la cobertura de educación por área urbana y rural, se observa que predomina el área rural con 77% de la población estudiantil; esto debido a que se consideró área urbana únicamente el pueblo de Jerez, lo que indica que tanto las personas del área rural como del área urbana tienen el mismo interés de que sus hijos estudien.

El siguiente cuadro es una comparación entre la población estudiantil de los años 1994 y 2002, según información del INE y MINEDUC respectivamente.

Cuadro 7.
Municipio de Jerez, Jutiapa.
Población Estudiantil por Nivel Educativo.
Años 1994 - 2002.

Nivel	1994	2002	Variación	%
Total	3,441	1,811	-1,630	100
Preprimaria	60	175	115	-7.1
Primaria	2,503	1,160	-1,343	94.0
Medio	439	238	-201	16.3
Ciclo Básico	425	208	-217	15.2
Ciclo Diversificado	14	30	16	1.1

Fuente: Elaboración propia, con base en la estadística estudiantil regional de la Coordinadora Departamental de Educación de Jutiapa, Ministerio de Educación año 2,002.

La población estudiantil se ha reducido de 1994 a 2002 en 1429 estudiantes, las razones son económicas. En el nivel de pre-primaria existe un aumento de estudiantes, esto se debe a que en esa edad todavía no se pueden integrar al trabajo para colaborar con la economía familiar, en el nivel primario es marcada la diferencia, una de las razones es que los niños ya están en edad de colaborar con la economía familiar y los padres los integran a los trabajos en el campo, otra es que no cuentan con los recursos económicos necesarios para costear los gastos de estudio, en el caso de la educación básica la diferencia de un año con otros es de más del 50%, esto se debe a que muy pocos tienen las posibilidades de cursar la educación básica, los padres de familia prefieren que colaboren con la economía familiar, por ende son escasos los casos de los estudiantes en el nivel diversificado, en esta edad muchos emigran a la Ciudad Capital y regiones de la costa sur en busca de trabajo. La necesidad que tienen los hogares de que

los hijos contribuyan con la economía familiar, los costos que involucran la educación y la precaria situación económica de los habitantes de la región, son los motivos principales de la deserción estudiantil.

1.8.2 Servicios municipales

Son todos aquellos servicios prestados por la Municipalidad de Municipio y que tienen un valor módico para los vecinos.

1.8.2.1 Agua

Actualmente ninguna comunidad cuenta con servicio de agua potable; sin embargo el área urbana y en algunos poblados del área rural, tienen agua entubada, entre ellos: las aldeas Jerez y Esmeralda, los caseríos: El Saral y el Sitio; el agua entubada la obtienen de un nacimiento que se encuentra en la parte alta de la Cabecera Municipal, desde allí se distribuye por gravedad, y a través de un sistema de bombeo, impulsado por un motor diesel, a los sectores ya mencionados. El proyecto se inició hace aproximada 30 años para surtir el área urbana, y lentamente se ha expandido al área rural.

El servicio de agua entubada lo presta la municipalidad, en la Cabecera Municipal la cuota es de Q.9.50 debido a que el sistema es por gravedad, en la aldea Esmeralda, caseríos el Sitio y el Saral, la cuota es de Q.18.50 pues el sistema que se utiliza es bombeo hidráulico.

Existen varios centros poblados que no cuentan con servicio de agua entubada por lo que utilizan un nacimiento al que llaman Ojo de agua entre ellos se encuentran: Escarbadero, Hueviapa, Magueyes, los caseríos Tecomates, Pinal de los Vásquez; y el paraje Camarones, actualmente se está instalando el servicio de agua entubada en ésta aldea, y el proyecto también cubrirá los caseríos Resgate y Hueviapa.

El caserío Resgate también cuenta con un nacimiento de agua, además al sur tiene la quebrada los Cangrejos; y al norte el Quebrachal. En el caserío Hueviapa, una gran parte de la población se abastece por medio de pozos, y del río San Lorenzo, el cual sirve de límite fronterizo entre Guatemala y El Salvador. La comunidad de Magueyes se abastece también en dicho río.

Debido a que en el caserío el Pinal no existen manantiales ni pozos, para abastecerse de agua, utilizan un sistema de captación de agua durante la época lluviosa, denominado aljibe, el cual consiste en canalizar el agua de las lluvias, captándola de los techos de las casas. En la época seca esta reserva se distribuye a los vecinos, a razón de dos cántaros diarios por familia.

1.8.2.2 Mercado

No se cuenta con infraestructura física, ni lugar asignado para días de mercado; los comerciantes que se dedican a ésta actividad se ubican en las puertas de las

viviendas; la población obtiene la mayor parte de los productos, de lugares aledaños.

1.8.2.3 Rastro

El número de destaces a la semana es de dos veces, los días miércoles y viernes, la actividad es incipiente y no cubre la demanda para el mercado local, la realizan personas individuales dentro de sus viviendas.

1.8.2.4 Otros servicios

Existen otros servicios que sin ser de vital importancia, entre ellos se encuentran: cementerios, correos, teléfono y centros de recreación.

- **Cementerios**

La cobertura es de dos cementerios para todo el Municipio. El primero se ubica entre la aldea Esmeralda y la Cabecera Municipal, cubre los centros poblados de Jerez, Esmeralda, El Pinal, El Pinalito, El Saral, Los Tecomates y Los Camarones. El segundo se ubica en el caserío El Resgate y cubre también la aldea Escarbaderos, y los caseríos Hueviapa y Magueyes.

- **Centros de recreación**

Los principales centros poblados del Municipio cuentan con canchas deportivas, ubicadas en cada escuela. El pueblo de Jerez tiene un balneario y un salón de usos múltiples, que funciona en la Municipalidad.

1.8.3 Servicios privados

Son todos aquellos servicios que están controlados por empresas que no son estatales y que tienen libertad de cobrar la tarifa por el servicio prestado.

1.8.3.1 Transporte público

De los trece centros poblados, los lugares que tienen servicio de transporte público son: El Saral, el Sitio, Esmeralda y la cabecera del Municipio. Los buses llegan de Guatemala vía Atescatempa, y de Yupiltepeque por una carretera de terracería.

También hay una línea de transporte que comunica a este Municipio con la cabecera departamental de Jutiapa, vía San Cristóbal Frontera. Además una vez al día, hay transporte desde la aldea Esmeralda y Jerez, hacia el municipio de Chalchuapa, república de El Salvador, vía frontera el Coco.

1.8.3.2 Energía eléctrica

La mayoría de los centros poblados del Municipio cuentan con servicio de energía eléctrica, sólo algunos caseríos y parajes como Magueyes y el Pinal de los Vásquez aun no cuentan con el servicio. Los centros poblados que ya cuentan con energía eléctrica son: Jerez, Esmeralda, Escarbaderos, Resgate, El Sitio y El Saral. Hay un proyecto casi terminado de instalación del servicio en los caseríos Hueviapa y Hueviapita, en donde ya están instalados los postes y tendidos los cables, únicamente falta la instalación en cada uno de los hogares.

Según la boleta de encuesta se estableció que el promedio de consumo mensual de energía eléctrica por hogar oscila entre Q.30.00 y Q.60.00, el servicio es regular en verano, en tiempo de invierno por tormentas electro atmosféricas en algunas ocasiones se suspende el servicio por unas horas.

El caso del caserío Magueyes que tiene una planta de energía solar la cual almacena energía de día y funciona durante la noche un promedio de tres o cuatro horas según el uso.

1.8.3.3 Correos y telégrafos

En la Cabecera Municipal funciona una oficina de correos y telégrafos, el servicio es deficiente y no tiene cobertura para todo el Municipio, a pesar que existe demanda del mismo.

El pueblo de Jerez y la aldea Esmeralda cuentan con correo privado, el cual presta servicio a nivel nacional e internacional, tiene demanda por el alto porcentaje de emigrantes, la mayoría de la correspondencia o remesas es de los lugares de El Salvador, Estados Unidos o la Ciudad Capital.

1.8.3.4 Teléfono

El Municipio cuenta con servicio de cuatro teléfonos comunitarios, dos de ellos funcionan en la cabecera municipal y dos en la aldea Esmeralda. La compañía

nacional de telefonía Telgua, tiene proyectos para instalar en el caserío el Pinalito infraestructura para la distribución de la señal en los principales centros poblados. En cuanto a telefonía celular se refiere, ninguna de las compañías que presta este servicio a nivel nacional tiene cobertura completa para el Municipio.

1.9 INFRAESTRUCTURA SOCIAL Y PRODUCTIVA

Está constituida por instituciones y organizaciones de carácter gubernamental y privado, las cuales ofrecen sus servicios a las actividades productivas y sociales.

1.9.1 Organización social

Existen comités de vecinos pro mejoramiento, asociaciones, comités cívicos, grupos y comités de desarrollo. La finalidad que persiguen fundamentalmente, es la promoción del desarrollo socioeconómico, al identificar y dar prioridad a las necesidades de la comunidad. Para desarrollar satisfactoriamente sus actividades, deben contar con autorización del consejo municipal y en algunos casos de la gobernación departamental.

1.9.2 Organización productiva

Abarca la estructura administrativa y funcionamiento de comités, asociaciones, cooperativas de productores y comerciantes. De este tipo de organizaciones solamente se identificó la Asociación Amigos del Agricultor, cuya sede se encuentra ubicada en la aldea Esmeralda; entre sus principales funciones

destacan: brindar asesoría a los campesinos, otorgar préstamos y comercializar los productos de las personas asociadas.

1.10 ESTRUCTURA AGRARIA

Se analiza la estructura agraria con base en la tenencia de la tierra, el uso al que es sometida, y el grado de concentración que se manifestó en el año 2002.

1.10.1 Tenencia de la tierra

Es la relación de propiedad, que tienen las clases y capas sociales, para desarrollar la actividad agrícola; se determinó que para el año 2002 existen tres formas de tenencia, las cuales son: propia, arrendada y mixta.

1.10.1.1 Propias

El 93% de tierras son de propiedad privada, lo que equivale a 476 fincas, con extensión de 2,345.8 manzanas, entre microfincas, subfamiliares y familiares.

1.10.1.2 Arrendadas

Del total de fincas, 30 son arrendadas y representan el 6%; con extensión de 148 manzanas. El arrendamiento surge por la falta de tierras propias para cultivar; el pago se realiza en efectivo, en especie o con fuerza de trabajo. El pago en especie consiste en que el arrendante aporta su fuerza de trabajo y los insumos;

y otorga al arrendatario una parte de la cosecha. En el pago con fuerza de trabajo, el arrendatario aporta la tierra, los insumos, y comparte la cosecha con el arrendante.

1.10.1.3 Mixtas

Consiste en el uso de tierras propias y arrendadas, fenómeno que sucede porque algunos productores cuentan con pequeñas extensiones de tierras, insuficientes para producir y satisfacer las necesidades familiares, por lo que se ven obligados a arrendar más. Estas tierras no superan el 1% de casos.

1.10.2 Concentración de la tierra

La concentración de la tierra en el Municipio está dada por tamaño de finca microfinca, subfamiliar y familiar, la cantidad de fincas por tamaño a variado de un censo a otro según los datos del siguiente cuadro.

Cuadro 8.
Municipio de Jerez, Jutiapa.
Concentración de la Tierra por Años,
Según Estratos.

Estrato	Fincas	1979			Fincas	2002		
		%	Extensión	%		%	Extensión	%
			Manzanas				Manzanas	
Microfinca	62	12.1	33.6	1.3	17	10.5	10	3.7
Subfamiliar	448	87.7	1,196.1	47.5	144	88.9	251	91.9
Familiares	1	0.2	1,288.6	51.2	1	0.6	12	4.4
Totales	511	100	2,518.3	100	162	100	273	100

Fuente: Elaboración propia con base en información del Instituto Nacional de Estadística, INE., III Censo Nacional Agropecuario a nivel República de Guatemala 1979 y encuesta 2002.

Al comparar los datos de extensión de tierras en el Municipio, se determinó, que de 1979, con respecto a la encuesta del año 2002, las microfincas han incrementado en un 2.7 por ciento y las fincas subfamiliares en un 44.5 por ciento; mientras que las familiares se redujeron en un 47.2 por ciento. Las variaciones se explican debido al fenómeno de atomización; el cual se refleja principalmente en la desmembración de fincas familiares, en lo que respecta a la cantidad de manzanas de extensión.

El cuadro ocho refleja que predomina la existencia de unidades económicas minifundistas: microfincas y fincas subfamiliares, las cuales constituyen el 99.8 por ciento del total de fincas del área; pero solamente poseen el 48.8 por ciento de la tierra; mientras que las fincas familiares constituyen el 0.2 por ciento del total de unidades productivas, y concentran la mayor extensión de tierra equivalente al 51.2 por ciento.

1.11 FLUJO COMERCIAL

En donde más se desarrolla el comercio es en la aldea Esmeralda y la Cabecera Municipal. La primera posee tiendas, en donde se venden artículos de primera necesidad, medicinas, materiales de construcción, insumos agrícolas, ropa, calzado, pan, pasteles, carne y negocios de compraventa de granos básicos. Existen varios molinos de nixtamal, entre otros negocios se hallan ventas de pupusas, café y agua gaseosas y licores.

Toda economía manifiesta relaciones de intercambio de mercancías, para un equilibrio de oferta y demanda en una población, en ese sentido el Municipio no cuenta con industria, ni comercio desarrollado, lo que hace que el flujo comercial sea menor; es decir que está dirigido especialmente a la canasta básica de alimentos, insumos agropecuarios y otros materiales de construcción como hierro, madera, lámina, etc.

En la Cabecera Municipal el comercio se realiza por la compra en tiendas, venta de derivados de la leche, ropa, calzado y medicina. Además hay talleres de enderezado, pintura, mecánica automotriz y talleres de herrería.

1.11.1 Importaciones

El bajo poder adquisitivo de las personas, genera poca circulación y por ende una baja demanda de productos, entre los que se encuentran: agroquímicos: abonos, fertilizantes y herbicidas; herramientas de trabajo: azadones, palas, cumas, machetes y chuzos; combustibles: kerosén, diesel y gasolina; y productos de consumo como: medicinas, bebidas embotelladas, y otros.

1.11.2 Exportaciones

La producción del Municipio se basa en la actividad agrícola, pecuaria, artesanal y de servicios. El sector productivo se basa en tecnología de nivel I o tradicional. Por carecer de agro industrias y fábricas manufactureras, no exporta una gama de productos que puedan beneficiar financieramente al Municipio.

Por lo anterior, los principales productos se concentran en el sector agrícola, entre ellos destacan el maíz y frijol, cuya comercialización es a nivel local, regional y en mínima parte con El Salvador.

Las relaciones comerciales son escasas durante todo el año, en las ferias no hay mayor relevancia de intercambio comercial, se observa que no hay día de mercado en los diversos centros poblados. En el Municipio son más las importaciones que realiza la población en relación con la exportación de sus productos.

El flujo comercial se encuentra en torno a las actividades agrícolas y en menor escala en actividades pecuarias o de servicios y por último en los artesanos. La gráfica siguiente muestra las importaciones y exportaciones que se realizan en el Municipio.

Gráfica 1.				
Municipio de Jerez, Jutiapa.				
Importaciones y Exportaciones.				
Año 2002.				
Importaciones:				Exportaciones:
1. Agroquímicos				1. Maíz
2. Herramientas de trabajo				2. Frijol
3. Combustibles				3. Tomate
4. Abarrotes				4. Café
5. Medicamentos				5. Ganado
6. Bebidas embotelladas				6. Loroco
7. Fertilizantes				
8. Material de construcción				
9. Vestuario				
Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002.				

1.12 ACTIVIDADES PRODUCTIVAS

La producción del Municipio se basa en los sectores agrícola, pecuario, artesanal y de servicios. La construcción no tiene mayor inversión, y no existe desarrollo agroindustrial.

1.12.1 Producción agrícola

Es la de mayor relevancia dentro del Municipio; los cultivos principales son el maíz y el frijol, cuyo proceso productivo dura entre 90 y 120 días. Estos productos se cultivan por tradición, con tecnología baja, pues los productores no

tienen acceso al financiamiento externo, ni el capital necesario para mejorar la producción, la mano de obra que se utiliza es familiar y no cuentan con asistencia técnica. Los productos generalmente son para el autoconsumo.

1.12.2 Producción pecuaria

Se establece en torno a la crianza y engorde de ganado bovino complementado por la producción de leche, además se realizan actividades de crianza de animales de corral como gallinas y pollos o bien crianza y engorde de marranos. La explotación de estas actividades se desarrolla en el nivel tecnológico I o nivel tradicional, pues no cuentan con asistencia técnica, ganado pura raza, ni acceso al financiamiento bancario. La comercialización se lleva a cabo en el mercado local.

1.12.3 Producción artesanal

Es el sector productivo de menor importancia, sin embargo existe una variedad de actividades artesanales entre las que destacan: elaboración de productos lácteos, panadería, carpintería, elaboración de piezas de jade, elaboración de esculturas de madera; con menor importancia también existe producción de block, adobe, teja y herrería.

De manera general la producción de la actividad artesanal se destina a la venta, sin embargo en el caso de la elaboración de derivados lácteos, debido a que la

mayoría de unidades productoras son microempresas, un buen porcentaje se destina al autoconsumo.

CAPÍTULO II

SITUACIÓN ACTUAL Y PROPUESTA ENGORDE DE GANADO BOVINO

En el municipio de Jerez del departamento de Jutiapa la actividad pecuaria es importante para la economía y la dieta de la población, los productores destinan la producción para la venta y el autoconsumo de los productos derivados. Esta se efectúa basada en la experiencia. Entre las actividades pecuarias se identifican la crianza y engorde de ganado bovino.

2.1 TIPOS DE GANADO DE LA PRODUCCIÓN PECUARIA

Existen varios tipos de ganado bovino en la actividad pecuaria; están constituidos por ganado de crianza, ganado de engorde y esquilmo. A continuación se detallan los diferentes tipos encontrados en el Municipio:

2.1.1 Ganado de crianza

Esta actividad tiene la particularidad de que debe contarse con una inversión permanente de reproductores, los cuales pueden ser pura raza o criollos.

2.1.2 Ganado de engorde

Esta actividad consiste en la compra de ganado flaco, para efectuar el proceso de engorde por medio de alimentación natural y nutrientes complementarios. La duración del engorde varía según sea la condición del ganado, esta actividad cae

al ámbito comercial. Se compra para vender, deduciendo los costos y gastos por alimentación y mantenimiento de los animales.

2.1.3 Esquilmo

La característica de este tipo de ganado se orienta a obtener como producto principal la leche, por lo que se le llama lechero y para producir un volumen determinado de litros tiene que contar con varias vacas.

2.2 PRODUCCIÓN

Se describen las etapas básicas necesarias para el proceso de la producción pecuaria, tomando en cuenta el tipo de explotación.

2.2.1 Proceso productivo de crianza y engorde de ganado bovino

La crianza y engorde de ganado bovino se practica como una actividad coordinada. El proceso de producción depende de tres factores, espacio, recursos económicos y el clima.

2.2.1.1 Crianza

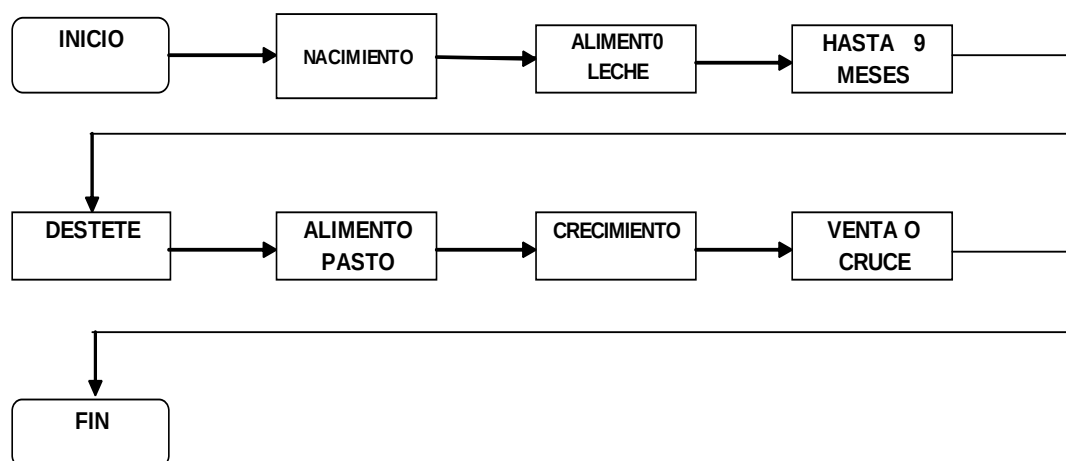
La crianza se destina al mantenimiento de ganado lechero, las hembras son cuidadas hasta tres años produciendo un promedio de seis litros diarios de leche. Cumplidos los tres años se destinan para la venta, en el caso de los machos a

los nueve meses. El productor prefiere venderlos, porque consumen leche de la hembra y esto disminuye la cantidad de litros para la venta.

2.2.1.2 Engorde

Actividad productiva que destina las cabezas de ganado para la venta. Inicia con la compra de novillos destetados. En el municipio de Jerez la actividad ganadera se orienta a la venta y los productos derivados para el autoconsumo, tales como leche, crema y queso. En las microfincas por la cantidad de cabezas de ganado con que cuentan no se separan dichas actividades.

Gráfica 2.
Municipio de Jerez, Jutiapa.
Crianza y Engorde de Ganado Bovino.
Proceso Productivo.



Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002.

2.2.2 Tecnología

La crianza y engorde del ganado bovino se desenvuelve dentro de un nivel tradicional, lo que fue posible determinar al analizar los elementos con que se desarrolla la actividad que se describe a continuación:

- Los alimentos consumidos por el ganado son en un alto porcentaje de mezclas entre: zacate picado, maíz molido, espiga de maicillo picado, tusa de olotes desgranados.
- En mínima parte melaza, concentrados, pollaza y complejos vitamínicos.
- La reproducción se realiza por monta natural.
- Las instalaciones destinadas para esta actividad generalmente son potreros cercados con alambre de espiga.
- No utilizan galeras de ordeño, bebederos, ni comederos.
- Predomina la raza criolla.
- No tienen acceso al crédito, los recursos utilizados son propios.
- Predomina la mano de obra familiar.

2.2.3 Volumen y destino de la producción por tamaño de finca

La actividad productiva en las fincas se caracteriza por la explotación de productos que requieren cuidado y alimentación como el caso de la actividad pecuaria, ésta se orienta a la venta de las cabezas de ganado, los productos derivados se destinan para la venta y en mínima parte para el autoconsumo, como lo muestra el cuadro siguiente cuadro.

Cuadro 9.				
Municipio de Jerez, Jutiapa.				
Crianza y Engorde de Ganado Bovino.				
Volumen y Destino de la Producción Pecuaria Anual por Producto.				
Por Producto y Tipo de Finca .				
Producto	Tipo de finca	Unidad de Medida	Volumen	Destino
Crianza y Engorde de Ganado Bovino	Micro	Cabeza	5	Venta
	Sub-fami	Cabeza	19	Venta
	Familiar	Cabeza	39	venta
Producción de Leche	Micro	Litros	1,050	Venta
	Sub-fami	Litros	13,125	Venta
	Familiar	Litros	15,750	Venta
FUENTE: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002.				

Aunque la producción pecuaria representa una mínima parte en las actividades de las microfincas, es diversa con respecto a los productos que ofrece, los habitantes acostumbran adquirir los productos en épocas y días determinados, esto debido a la situación económica y a la época de cultivo de maíz, es por ello que la producción es limitada.

Como se observo en el cuadro anterior, en las fincas subfamiliares y familiares la cantidad de cabezas de ganado destinados a la venta son relativamente mayores a las micro-fincas, estas son la que proveen a los mercados locales para el destace y venta de ganado para crianza y cruce, en lo que se refiere a la leche está creando una buena perspectiva ya que cada día más la cantidad de litros para la venta aumenta y los productores lo ven como una posibilidad de negocio a corto plazo, la leche que se produce es para abastecer el mercado local y para transformarlo en queso y crema.

2.3 COSTOS DE PRODUCCIÓN

“Son los costos que comprenden el costo de material directo, la mano de obra directa y los costos indirectos variables”³

El costo de producción esta constituido por todos los insumos, mano de obra, gastos variables en que el productor incurre para llevar a cabo la explotación pecuaria en el Municipio.

El costo de producción se presenta de forma comparativa tomando como base la información obtenida en las boletas de encuesta y los gastos imputados de acuerdo con la investigación complementaria.

Para determinar los costos de la producción pecuaria en el municipio de Jerez se utiliza el método de costeo directo. Este se determina únicamente con los costos variables, volumen de producción y costos fijos.

A continuación se presentan los costos de producción de crianza y engorde de ganado bovino:

³ Francisco, Cholvis. DICCIONARIO DE CONTABILIDAD. 2DA. Edición, Ediciones Lecomex, Buenos Aires Argentina. 1995. Pág. 2.

2.3.1 Finca micro-familiar

Cuadro 10.
Municipio de Jerez, Jutiapa.
Crianza y Engorde de Ganado Bovino Costos Directos de Producción.
Microfinca Nivel Tecnológico Tradicional I.
(Cifras en Quetzales)

Elementos del Costo	Según		
	Encuesta	Imputados	Variación
I Insumos	615	615	0
II Mano de Obra	0	3,225	(3,225)
III Gastos Variables Indirectos	0	921	(921)
Costo Mantenimiento de 5 Cabezas	615	4,761	(4,146)
Costo Mantenimiento de 1 Cabeza	154	1,190	(1,036)

Fuente: Investigación de campo Grupo., EPS primer semestre 2002.

Como se observa en el cuadro anterior, la composición de los elementos del costo para la actividad pecuaria en las microfincas demuestra que los productores no cuantifican la mano de obra familiar y sus prestaciones legales derivadas de la misma, para integrar el precio de los productos, así como los gastos variables. Esto se traduce para los productores en ganancia o rendimiento que no está de acuerdo con la realidad.

2.3.2 Costos finca subfamiliar

El costo de la crianza y engorde del ganado bovino incluye los insumos, mano de obra y gastos variables necesarios para mantener el ganado en buenas condiciones.

En las fincas subfamiliares se utiliza mano de obra familiar y asalariada, pero no se incluye como parte del costo de producción la mano de obra familiar y las prestaciones laborales, esto da como resultado ganancias mayores y la rentabilidad de la actividad productiva no es real.

El cuadro siguiente muestra la variación que sufre la rentabilidad de acuerdo con lo expresado anteriormente.

Cuadro 11.
Municipio de Jerez, Jutiapa.
Crianza y Engorde de Ganado Bovino Costos Directos de Producción.
Finca Sub-Familiar Nivel Tecnológico Tradicional I.
(Cifras en Quetzales).

Elementos del Costos	Según		
	Encuesta	Imputados	Variación
I Insumos	18,601	18,601	0
II Mano de Obra	0	25,800	(25,800)
III Gastos Variables Indirectos	0	7,370	(7,370)
Costo Mantenimiento Ganado Bovino	18,601	51,771	(33,170)
Costo Mantenimiento por cabeza	332	924	(592)

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002.

En la actividad pecuaria realizada en las fincas subfamiliares se puede observar que los insumos que utilizan para el mantenimiento del ganado son de tipo natural, este alimento se compone de la siguiente mezcla: Melaza, maíz, maicillo, afrecho y soya. Esto permite que el ganado tenga mayor rendimiento en los productos que se extraen.

2.3.3 Costos finca familiar

Este tipo de fincas no cuenta con controles para establecer costos reales de producción que le permitan medir su rentabilidad. El cuadro siguiente detalla la composición de los elementos del costo. Se observa que el mantenimiento del ganado mantiene las características de poca tecnificación y esfuerzo humano en todas las actividades del proceso productivo.

Cuadro 12.
Municipio de Jerez, Jutiapa.
Crianza y Engorde de Ganado Bovino Costos Directos de Producción.
Finca Familiar Nivel Tecnológico Tradicional I.
(Cifras en Quetzales)

Elementos del Costos	Según		
	Encuesta	Imputados	Variación
I Insumos	12,265	12,265	0
II Mano de Obra	0	25,800	(25,800)
III Gastos Variables Indirectos	0	7,370	(7,370)
Costo Mantenimiento Ganado Bovino	12,265	45,435	(33,170)
Costo Mantenimiento por cabeza	230	852	(622)

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002.

Estas fincas utilizan mano de obra familiar la cual no es cuantificada como parte de los costos; además utilizan mano de obra asalariada que es contratada de manera verbal. Aunque si se considera en los costos de producción el salario de los vaqueros, no se contempla ningún tipo de prestaciones laborales de acuerdo con la ley.

2.4 FINANCIAMIENTO

El financiamiento es importante para cubrir los costos y gastos de operación y las necesidades de capital originadas por las actividades de explotación.

- Fuentes internas

Los productores de las fincas micro, subfamiliares y familiares invierten su utilidad de la cosecha anterior y ahorros propios, además de la no-retribución de la mano que constituye otra forma de financiar la producción.

- Fuentes externas

Son todos aquellos recursos que se utilizan para financiar la producción y estos provienen de préstamos bancarios, préstamos personales e instituciones de desarrollo.

2.4.1 Fincas micro-familiares

Estos productores de las fincas micro-familiares tienen acceso limitado al financiamiento de tipo formal, por no contar con las garantías mínimas, esto evita obtener financiamiento formal externo.

2.4.2 Fincas subfamiliares y familiares

En las fincas subfamiliares el productor tiene acceso al de tipo formal, pero por apatía hacia las instituciones de crédito hacen uso de ahorros propios, de la

reinversión de las utilidades y la venta de subproductos para financiar su actividad productiva. En la localidad no hay cobertura bancaria. Las remesas familiares son otro tipo de financiamiento externo.

2.5 ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

La organización es el proceso de disponer y destinar el trabajo, la autoridad y los recursos entre los miembros de una organización de tal forma que puedan lograr los objetivos de la organización de manera eficiente. En los diferentes tamaños de fincas existentes en el Municipio se caracteriza por desarrollarse en forma familiar, con la diferencia que en la subfamiliar y familiar se contratan jornaleros, no existe ningún tipo de organización formal, no llevan un registro de los ingresos y egresos, todos los conocimientos son adquiridos en base a la experiencia y quien toma las decisiones es el propietario de la finca.

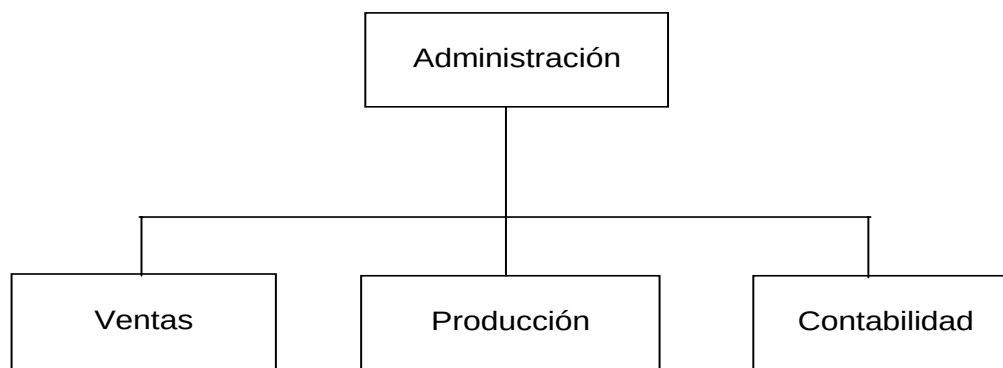
2.5.1 Planeación

No realizan planes para el mantenimiento del ganado, por lo que limita la diversificación de la producción.

2.5.2 Organización

Los productores trabajan de manera individual, por lo que no tienen ninguna estructura de las relaciones que deben existir entre funciones, niveles y actividades a realizar.

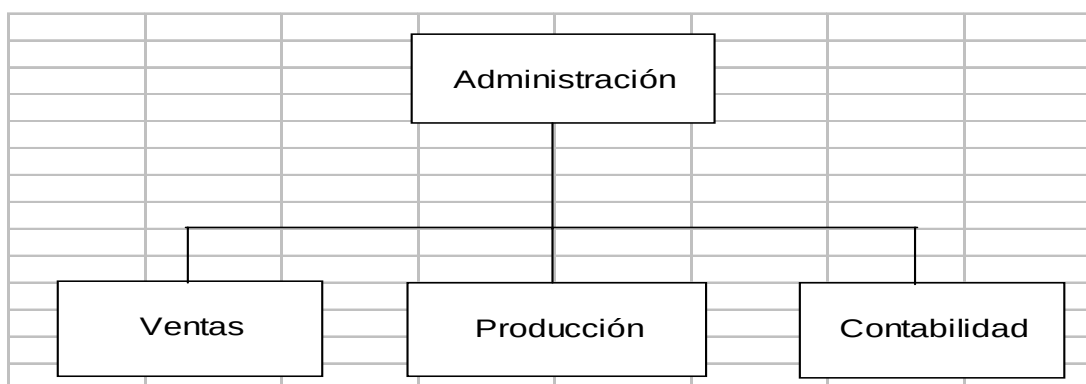
Gráfica 3.
Municipio de Jerez, Jutiapa.
Crianza y Engorde de Ganado Bovino.
Organigrama Funcional Microfinca.
Año 2002.



Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2,002

En la gráfica se muestra la estructura organizacional característica de la microfinca encontrada en el Municipio. Se establece que el propietario y los miembros de la familia son quienes realizan las actividades productivas.

Gráfica 4.
Municipio de Jerez, Jutiapa.
Crianza y Engorde de Ganado Bovino.
Organigrama Funcional Finca Subfamiliar y Familiar.
Año 2002.



Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002.

En la finca subfamiliar y familiar la forma de organización es similar a la anterior, la diferencia es que en estas fincas se contrata jornaleros.

2.5.3 Integración

El propietario es quien realiza la integración de los recursos humanos, en cuanto a este recurso son los integrantes de la familia quienes realizan las actividades, también es el responsable de estar pendiente que las galeras, bebederos de agua y alimentos estén disponibles para el ganado, administra los recursos financieros para el mantenimiento de las instalaciones y las cabezas de ganado.

2.5.4 Dirección

Se estableció que las personas que dirigen la actividad productiva son los propietarios de la unidad económica.

2.5.5 Control

Quien aplica el control en cuanto a la producción y comercialización pecuaria, es el propietario, estos los aplica de forma directa observando y participando en la producción, aunque no se tienen definidos los procedimientos para aplicar los respectivos controles, los lleva a cabo basado en la experiencia.

2.6 COMERCIALIZACIÓN

La actividad comercial se caracteriza por los diferentes pasos que lleva el producto del productor al consumidor final.

2.6.1 Proceso de comercialización

Para que el producto llegue al consumidor final tiene que pasar por varias etapas que se detallan a continuación:

2.6.1.1 Concentración

Es la actividad en la cual la producción se concentra en un lugar determinado, para que esté a la disposición de los compradores, para el caso del ganado se da en las mismas fincas, cada una utiliza la infraestructura existente para poder cumplir con esta etapa.

2.6.1.2 Equilibrio

Es el proceso en cual se trata de igualar la demanda y la oferta de los productos. Los productores no logran determinar la oferta y demanda de sus productos, que permita establecer los precios de mercado, por lo que en el sector pecuario a nivel de fincas no hay equilibrio.

2.6.1.3 Dispersión

Es el proceso en el cual se distribuye el producto desde las fincas hasta los diferentes demandantes, en el caso de las fincas subfamiliares y familiares es el comprador, quien se encarga de recoger el ganado en la fincas del productor; la inspección y negociación se hace en la finca, por lo tanto el comprador es quien se encarga de transportarlo.

2.6.1.4 Análisis institucional

Consiste en estudiar el comportamiento de los sujetos que participan en el proceso de comercialización de ganado, en este caso inicia la actividad el productor quien se encarga de vender las cabezas y el minorista quien llega a la fincas a seleccionar lo que le interesa comprar, el destino de este ganado puede ser para la crianza o la venta para el destace.

2.6.1.5 Análisis estructural

Consiste en identificar aquellas situaciones que se presentan cuando se realiza el contacto entre vendedores y compradores de un producto dentro de un mercado, en el caso de la actividad pecuaria se considera que existe una estructura simple, debido a que intervienen sólo dos personas, el productor y el comprador; no existen intermediarios por los volúmenes de producción y el destino que se le da al ganado.

Por ser un producto especial y tomando en cuenta que no se puede llevar y traer fácilmente para muestra, el consumidor adquiere su producto en la misma unidad productiva, la operación de compraventa ya está establecida y esto beneficia a ambas partes ya que los precios de los artículos son favorables para ambos, el productor no incurre en gastos de traslado y otros costos de operación.

2.6.1.6 Análisis funcional

Consiste en analizar la comercialización con base a las distintas funciones que son necesarias.

- **Funciones de intercambio**

Son las condiciones en que vendedores y compradores intercambian productos o servicios.

El intercambio se realiza luego de una inspección física llevada a cabo por el comprador, esta persona ofrece cierta cantidad de dinero por cabeza de ganado, la cual proviene de la determinación de precios de acuerdo con la oferta y la demanda en los lugares de mayor intercambio.

El productor puede aceptar o rechazar el ofrecimiento del comprador y dependerá del precio predominante en el mercado y que para el productor implique ganancia. El pago es de contado.

- **Funciones físicas**

Son aquellas que brindan utilidad de tiempo y de lugar a los productos, por ejemplo: almacenaje, transporte, empaque, normalización, clasificación, etc.

Por el tipo de producto no existe un almacenamiento como tal, puesto que la cabeza de ganado no sufre transformación.

- **Funciones auxiliares**

Son las funciones que sirven de apoyo en el proceso de comercialización. Por ejemplo, la información de precios, el productor conoce sus precios, independientemente que su registro sea de forma empírica se basa en la información de mercado del lugar, regularmente esta información la obtiene de familiares y amigos, otra función es el financiamiento externo, en este nivel productivo no se cumple, puesto que los productores no llenan los requisitos que exigen las entidades bancarias y los que llenan requisitos prefieren en la mayoría de casos autofinanciar con recursos propios.

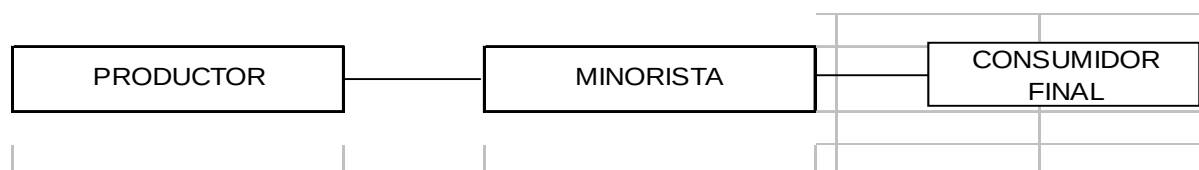
2.6.2 Operaciones de comercialización

Dentro de las operaciones de comercialización establecidas se encuentran, los canales de comercialización y los factores de diferenciación.

2.6.2.1 Canales de comercialización

Se presenta a continuación el canal usual de comercialización de los productos pecuarios de las fincas micro, subfamiliar y familiar.

Gráfica 5.
Municipio de Jerez, Jutiapa.
Crianza y Engorde de Ganado Bovino.
Canal de Comercialización Existente.
Año 2002.



Fuente: Investigación de campo grupo EPS., primer semestre del 2002.

En el municipio de Jerez el canal de comercialización se integra por el productor, minorista y consumidor final, es decir un canal de comercialización directo.

2.6.2.2 Factores de diferenciación

Los productos de las microfincas no cuentan con factores de diferenciación que les coloque en ventaja, puesto que no realizan ningún tipo de transformación.

2.6.2.3 Márgenes de comercialización

Los márgenes de comercialización se determinan por el diferencial que existe entre el precio que recibe el productor y el que paga el consumidor final.

Cuadro 13.
Municipio de Jerez, Jutiapa.
Márgenes de Comercialización.
Crianza y Engorde de Ganado Bovino.
Año 2002.

Institución	Precio venta	Margen bruto	Costo mercado	Margen neto	Rendi- miento %	% de Partc.
Productor	4,000					63.49
Venta de una res en pie (vaca)						
Detallista	6,300	2,300	545	1,755	43.87	36.51
Transporte			75			
Destace			200			
Impuestos			10			
Alquileres			150			
Arbitrio municipal			30			
Báscula			25			
Merma			30			
Totales		2,300	545	1,755		100.00

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS, primer semestre 2002.

El cuadro anterior muestra que aplicando los gastos de mercadeo al costo da un margen neto de Q 1,755.00 esto quiere decir que el detallista es beneficiado con un alto porcentaje, no tiene ningún intermediario para la compra del ganado porque compra directamente en la finca del productor.

2.7 COMERCIALIZACIÓN PROPUESTA

El análisis de la situación actual de la comercialización y producción de la crianza y engorde de ganado bovino, permite realizar una propuesta eficaz en el proceso y operaciones de la comercialización. Es importante tomar en cuenta el reducido número de productores, esto no les ha permitido organizarse para obtener beneficios comunes que les permita consolidar sus unidades económicas y ofrecer a los productores y las familias un desarrollo estable.

La comercialización propuesta para la producción de crianza y engorde de ganado bovino para los productores del Municipio, se efectuaría a través de una Asociación, la tramitación de su legalización y formalización es fácil y está apta para que se integren los productores de la región, en la que se analizaran las siguientes etapas: concentración, equilibrio y dispersión, como sigue a continuación:

- **Concentración**

Con la organización propuesta, la etapa de concentración, se inicia en el momento en que la Asociación adquiere el producto, reduce costos de acarreo, almacenamiento y estabiliza los precios de venta, la totalidad de la producción de los miembros de la Asociación, se reunirá en el lugar determinado, para su posterior comercialización.

- **Equilibrio**

Para adaptar la oferta y la demanda, es importante que la Asociación tenga las instalaciones adecuadas y recursos como agua y alimento para el ganado en época de verano, ya que los productores limitan su producción por falta de estos recursos, actualmente existe un productor en la región que cuenta con un nacimiento de agua en la finca para poder regar los pastizales y darles de beber al ganado.

- **Dispersión**

Este es el proceso donde la producción llega a los consumidores, para lo cual la Asociación deberá buscar anticipadamente los intermediarios donde pueda conseguir los mejores precios de acuerdo con la temporada.

2.7.1 Comercialización

Para la comercialización del ganado se realizarían las siguientes propuestas: Institucional, funcional y estructural.

2.7.1.1 Propuesta institucional

Los entes que se propone participen en la comercialización de la crianza y engorde de ganado bovino serían los siguientes:

- **Productor**

Lo constituye el primer participante en el proceso. En el Municipio de Jerez existe un promedio de 10 productores dedicados a la comercialización de la producción de crianza y engorde de ganado bovino, clasificados por tamaño de finca, los productos derivados los destinan para la venta y al autoconsumo.

- **Asociación**

Es la organización que será responsable concentrar y buscar los compradores potenciales para la producción del Municipio.

- **Minorista**

El Minorista es quien adquiere los bienes para luego hacerlos llegar al consumidor final. En el caso del ganado son los Minoristas los que llegan a comprar el producto para revenderlo y también para destace.

- **Carnicerías**

Será las diferentes carnicerías que le comprarán al minorista el ganado en pie, para luego proceder al destace y para distribuirlo por piezas a otras carnicerías.

2.7.1.2 Propuesta funcional

Las funciones que se proponen, para el proceso de comercialización serían las siguientes:

Las funciones de intercambio se dividen en: compra-venta y determinación de precios.

- Compra Venta

La Asociación de pequeños productores de crianza y engorde de ganado bovino, realizará el contacto con los minoristas de ganado en pie para establecer la cantidad, el precio y la fecha de entrega, esta se realizará al contado y se utilizará el método de inspección en la finca del productor.

- Determinación de precios

El precio estará determinado por la Asociación con base a los costos y cambios que se den en el mercado, para lo cual el encargado de comercialización deberá llevar un registro de los precios de mercado. El sistema de determinación de precios en el Municipio es el regateo en todos los casos con la presencia física del ganado.

Las funciones que se proponen para la transferencia del producto serían las siguientes:

- Acopio

Esta función se da con el objetivo de reunir la producción que procede de varias fincas del lugar, para facilitar la recolección y el transporte, garantizar la compra

y determinar los precios, para este caso los productores asociados informaran de la cantidad de cabezas de ganado disponibles al comercializador, con el objetivo de poder ofrecerlo a los clientes potenciales, cuando estén hechos los contactos los productores llevaran el ganado a la asociación para que los clientes puedan inspeccionar el ganado.

- Almacenamiento

Esto consiste en mantener el producto de depósito por un tiempo, con el objetivo de ajustar la oferta a la demanda, para este caso no existe almacenamiento porque el producto se vende en pie.

- Transformación y empaque

Por tratarse de un producto como el ganado en pie, no sufre ninguna transformación y ningún empaque.

- Transporte

Esta etapa física agrega utilidad de lugar al producto, a través de su traslado de la finca, al lugar donde esté a la mano del cliente, para el caso de la crianza y engorde de ganado bovino, todos los compradores llevan su propio transporte y no hay necesidad de trasladarlo al comprador.

Funciones auxiliares, estas funciones se efectuarán de la siguiente forma:

- Información de precios

El encargado de comercialización deberá tener información diaria de los precios existentes en el mercado, tanto local como nacional, con la finalidad de saber cuándo y cuánto vender, además saber quienes son los mejores compradores del mercado.

- Aceptación de riesgos

En la comercialización pecuaria existen dos clases de riesgos: riesgos de pérdida física que serían los daños que sufre el producto durante el proceso de comercialización, uno de los mayores riesgos para el ganado son las enfermedades, esto es cuando no se lleva un control de vacunas, otra causa son las pestes que pueden acabar con toda la producción y los riesgos financieros los cuales son ocasionados por la variación de los precios del ganado.

2.7.1.3 Propuesta estructural

Esta fase del análisis, permite conocer la ubicación y colocación de las personas que realizan y hacen posible la comercialización en combinación con elementos y factores propios de la actividad.

- Estructura de mercado

El mercado de la crianza y engorde de ganado bovino y sus relaciones existentes entre productores y compradores, regularmente son determinados por estos últimos, la asociación comercializará el producto con los minoristas.

- Eficiencia de mercado

Se pretenderá que los productores obtengan un volumen más alto de producción, a través de la introducción de un proceso técnico más avanzado.

- Conducta de mercado

Describe el comportamiento de adoptan los participantes en el proceso de comercialización en relación a variables como: políticas de fijación de precios, volúmenes ofertados, demandados y competencias.

Los intermediarios que se dedicarán a comercializar el ganado sabrán el precio promedio de las reses. Esto beneficiará a la Asociación ya que no será posible la manipulación de los precios, esta información también será útil para revisar si el precio del ganado en pie es competitivo, con respecto a otras Asociaciones y productores, teniendo el cuidado de contar siempre con los volúmenes para satisfacer la demanda de los clientes.

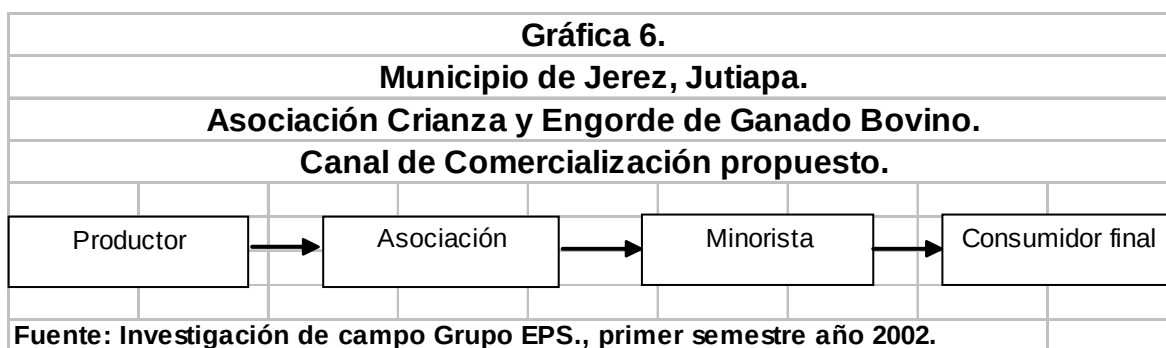
2.7.2 Operaciones de comercialización propuestas

Las operaciones de comercialización propuestas serían las siguientes:

2.7.2.1 Canales de comercialización propuestos

El canal de comercialización que utilizará la asociación de productores de crianza y engorde de ganado bovino estará estructurado de la siguiente forma:

En éste canal, la Asociación por medio del encargado de comercialización realizaría las negociaciones directamente con los Minoristas, para obtener mejores precios, como lo muestra la gráfica a continuación:



2.7.2.2 Márgenes de comercialización propuestos

El beneficio que obtendrían los participantes en el proceso de comercialización se muestra en el siguiente cuadro:

Cuadro 14.
Municipio de Jerez, Jutiapa.
Márgenes de Comercialización propuesto.
Crianza y Engorde de Ganado Bovino.
Año 2002.

Institución	Precio venta	Margen bruto	Costo mercado	Margen neto	Rendi- miento %	% de Partc.
Productor	4,000					63.49
Venta de una res en pie (vaca)						
Asociación	4,450	450	150	350	8.75	10.11
Detallista	6,300	1,850	545	1,305	43.87	26.40
Transporte			75			
Destace			200			
Impuestos			10			
Alquileres			150			
Arbitrio municipal			30			
Báscula			25			
Merma			30			
Totales		2,300	695	2,105		100.00

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS, primer semestre 2002.

Con base en la información del cuadro, se determina que la Asociación Ganadera recibirá un margen neto de Q 350.00, esto será para los costos de operación y gastos administrativos, en el diagnóstico el minorista tiene un margen neto mayor que en esta propuesta, la razón es porque el productor vende a cualquier comprador al mismo precio y no existe una entidad que regule el precio, en este caso el detallista recibe un margen neto de Q 1,305.00 que es un poco menor

que en el diagnóstico, también se puede observar que el productor tiene una gran participación, seguido del minorista, esto se debe a que el objetivo de la asociación es que el productor tenga variados beneficios, como capacitación, asesoría técnica para incrementar la producción, financiamiento y venta del ganado al mejor precio, esto le permitirá que la crianza sea mas productiva y que se obtengan mejores ganancias.

CAPÍTULO III

PROYECTO CENTRO DE ACOPIO DE GRANOS

La actividad agrícola es la explotación productiva más importante del Municipio, sin embargo, los productores no cuentan con las condiciones necesarias que les permitan obtener mejores rendimientos. De acuerdo con lo anterior se hace necesaria la creación de una organización que proporcione los servicios de venta de insumos, asistencia técnica, transporte de la producción de los agricultores al centro de acopio, alquiler de equipo como desgranadores y la comercialización de sus productos, especialmente de maíz y frijol.

3.1 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

De los resultados obtenidos en la investigación de campo se determinó, que en el Municipio se carece de una estructura organizacional de productores agrícolas, lo que tiene como consecuencia que vendan su producción en forma individual a acopiadores camioneros y mayoristas, los cuales determinan el precio de compra; por consiguiente, los productores están condicionados a vender al precio establecido por éstos. Por esta razón es importante la apertura de un centro de acopio, el cual prestará los servicios necesarios para mejorar la producción y lograr un desarrollo económico a los pobladores del lugar.

3.2 OBJETIVOS

El proyecto de inversión del centro de acopio tiene como objetivo organizar a los productores agrícolas para utilizar la infraestructura existente en el Municipio.

3.2.1 Generales

- Organizar a los productores de granos básicos, inicialmente maíz y frijol, por medio de una cooperativa, para obtener asesoría técnica, incrementar la producción y mejorar la comercialización.

3.2.2 Específicos

- Implementar sistemas de control en los procedimientos, que faciliten el alcance de las metas de producción y comercialización propuestas, para contribuir al desarrollo económico y social de la región.
- Brindar asistencia técnica, a través capacitaciones coordinadas con instituciones públicas y privadas, para incrementar los niveles de producción.
- Hacer las negociaciones necesarias con las entidades financieras que ofrecen apoyo a esta actividad productiva para facilitar una apertura a planes de financiamiento externo.

3.3 ESTUDIO DE MERCADO

La finalidad de este estudio es establecer si hay o no demanda del producto, para justificar la ejecución de la propuesta de inversión.

A continuación se presenta el análisis del producto, oferta, demanda y precios.

3.3.1 Producto

El producto principal del centro de acopio será servir de intermediario entre los productores y los compradores, al ofrecer un servicio de comercialización de la producción agrícola del lugar, además de facilitar el acceso al financiamiento externo, venta de insumos y capacitación de mano de obra operativa en los procesos técnicos productivos. Por lo anterior los productos que se analizarán son el maíz y el frijol, que serán los granos básicos que reunirá la organización que se integrará para tal fin.

3.3.2 Oferta

Es la cantidad de productos, artículos o servicios que un productor, está en disposición de vender, en tiempo y precio adecuado. El centro de acopio reunirá la producción para satisfacer la demanda inicialmente del mercado local y regional. A continuación se presentan los datos de la oferta total del maíz y frijol, en el ámbito local. El período histórico corresponde del año 1997 al 2002, a partir del 2003 son datos estimados, porque son los años de vida útil que se estimó para el proyecto.

Cuadro 15.
Municipio de Jerez, Jutiapa.
Oferta Total de la Producción de Maíz.
Período: 1997 – 2006.
(Cifras en Quintales).

Año	Producción	Oferta total
1997	8,038.5	8,038.5
1998	8,287.1	8,287.1
1999	8,543.4	8,543.4
2000	8,807.6	8,807.6
2001	9,080.0	9,080.0
2002 a/	9,332.2	9,332.2
2003	9,592.5	9,592.5
2004	9,852.8	9,852.8
2005	10,113.1	10,113.1
2006	10,373.4	10,373.4

a/ Datos proyectados por medio del método de mínimos cuadrados

1/ $YC = a + bx$, en donde $a = 8,551.3$, $b = 260.3$ y $x = 3$, para el año 2002.

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002.

Como se observa en el cuadro anterior, la oferta tiene un incremento promedio de 260 quintales anuales, sin embargo, los productores no tienen ningún incentivo para comercializar su producción, por lo que se considera conveniente la creación de un centro de acopio, que reúna la cosecha de la localidad, y que ofrezca mejores precios de venta.

En el siguiente cuadro se presenta la oferta total de frijol que equivale a la producción que se obtiene en el Municipio:

Cuadro 16
Municipio de Jerez, Jutiapa
Oferta Total de la Producción de Fríjol
Período: 1997 – 2006
(Cifras en Quintales)

Año	Producción	Oferta total
1997	968.5	968.5
1998	998.5	998.5
1999	1,029.3	1,029.3
2000	1,061.2	1,061.2
2001	1,094.0	1,094.0
2002	a/ 1,124.2	1,124.2
2003	1,155.5	1,155.5
2004	1,186.8	1,186.8
2005	1,218.1	1,218.1
2006	1,249.4	1,249.4

a/ Datos proyectados por medio del método de mínimos cuadrados

1/ $YC = a + bx$, en donde $a = 1,030$. y $b = 31.3$, $y = 3$, para el año 2002.

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002.

Al analizar el cuadro anterior se registra una oferta creciente, se observa un incremento promedio de 31 quintales anuales, esta cantidad no es significativa porque los productores siembran la misma extensión con los métodos productivos todos los años, situación provocada por la falta de organización de los agricultores para unificar esfuerzos en la búsqueda de nuevas técnicas productivas y en para la aplicación de un proceso de comercialización eficiente.

3.3.3 Demanda total a comercializar

Es la cantidad de productos, bienes, artículos y servicios que un comprador está dispuesto a pagar para satisfacer sus necesidades, las cuales están en función de tiempo, ingresos, gustos y preferencias.

El centro de acopio de granos concentrará la producción del Municipio para ofrecer un precio justo al productor, el mercado para el proyecto de acopio de granos básicos, en este caso de maíz y frijol, está constituida por la demanda local, la cual se determinó según la cantidad de quintales que se destinan para la venta.

En el siguiente cuadro se muestra la producción de maíz para el período analizado que se comercializa:

Cuadro 17.
Municipio de Jerez, Jutiapa.
Demanda Total a Comercializar de la Producción de Maíz.
Período: 1997 – 2006.
(Cifras en Quintales).

Año	Producción	% Que se Comercializa	Demanda Total que se Comercializa
1997	8,038.5	6,440.4	6,440.4
1998	8,287.1	6,639.6	6,639.6
1999	8,543.4	6,844.9	6,844.9
2000	8,807.6	7,056.6	7,056.6
2001	9,080.0	7,274.9	7,274.9
2002	9,332.2	7,477.0	7,477.0
2003	9,592.5	7,685.5	7,685.5
2004	9,852.8	7,894.1	7,894.1
2005	10,113.1	8,102.6	8,102.6
2006	10,373.4	8,311.2	8,311.2

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002.

En el año 2001 se obtuvo la cantidad de 9,080 quintales de los cuales el 80.12% (7,275 quintales) se destina para la venta y el resto, 19.88% (1,085 quintales) para el autoconsumo. Para el resto de los años se destina el mismo porcentaje.

En el siguiente cuadro se presenta el porcentaje de la producción que se destina para la venta:

Cuadro 18
Municipio de Jerez, Jutiapa
Demanda Total a Comercializar de la Producción de Fríjol
Período: 1997 – 2006
(Cifras en Quintales)

Año	Producción	% Que se Comercializa	Demanda Total que se Comercializa
1997	968.5	823.2	823.2
1998	998.5	848.7	848.7
1999	1,029.3	874.9	874.9
2000	1,061.2	902.0	902.0
2001	1,094.0	929.9	929.9
2002	1,124.2	955.6	955.6
2003	1,155.5	982.2	982.2
2004	1,186.8	1,008.8	1,008.8
2005	1,218.1	1,035.4	1,035.4
2006	1,249.4	1,062.0	1,062.0

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002.

En el año 2001 se obtuvo la cantidad de 1,094 quintales de los cuales el 85% (930 quintales) se destina para la venta y el resto, 15% (164 quintales) para el autoconsumo. Para el resto de años se destina el mismo porcentaje.

3.3.4 Demanda de Insumos a utilizar

Es la cantidad de fertilizante que el productor necesita para cultivar cierta extensión de tierra, en el caso del centro de acopio de granos básicos, es la cantidad de insumos que tiene que tener a la disposición para poder cubrir los requerimientos para el cultivo del grano.

Cuadro 19.		
Municipio de Jerez, Jutiapa.		
Insumos a Utilizar en la Producción de Maíz y Fríjol.		
Año 2002.		
(Cifras en Quintales).		
Insumo	Unida de Medida	Total Insumos a Comprar
Gramoxone	5 lit	4,490
Gesaprin	1 Lib	22,130
Urea	1 qq	4,490
Folidol	1 lit	4,490
16-20-0	1 qq	4,490
TOTAL		40,090
Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002		

En el cuadro anterior se detallan los insumos que el centro de acopio proporcionará a los productores para la producción del maíz y fríjol, de los cuales se utilizarán, de gramoxone 4,490 litros, 22,130 litros de de gesaprin, 4,490 quintales de urea, 4,490 litros de folidol y 4,490 quintales de 16-20-0, todo lo anterior es lo que los productores consumen para cultivar la totalidad de la producción del Municipio, se tomará esta proyección para los primeros cinco años del proyecto.

3.3.5 Precios

Es la cantidad monetaria que se paga por un producto o servicio que satisfaga una necesidad. El precio sugerido de acuerdo a la estimación de costos y rentabilidad del proyecto, será de Q.65.00 el quintal de maíz y de Q. 200.00 el de frijol.

3.4 ESTUDIO TÉCNICO

Determina el perfil operativo del proyecto, para utilizar de mejor forma los recursos disponibles, para obtener el producto deseado, en este caso la operación del centro de acopio con sus funciones de intermediación en la compra de insumos, capacitación y comercialización de maíz y frijol.

3.4.1 Localización

Se refiere a la ubicación física del proyecto que favorezca su viabilidad, se subdivide en macro localización y micro localización:

3.4.1.1 Macro localización

Se situará en el municipio de Jerez, que se encuentra a 66 kilómetros de la Cabecera Departamental y a 171 kilómetros de la Ciudad Capital. Colinda al norte con los municipios de Yupiltepeque y Atescatempa; al oeste con Zapotitlán, todos del departamento de Jutiapa; al sur y al este con la república de El Salvador.

3.4.1.2 Micro localización

Se optó por utilizar las instalaciones de la cooperativa de café y está ubicada al oriente de la cabecera de Jerez, en dirección a la aldea el Coco que pertenece a la Republica de El Salvador, que presenta las condiciones adecuadas para la concentración de granos básicos, se ubica a dos kilómetros del casco urbano, lo que facilitará la distribución.

3.4.2 Tamaño

La extensión será de dos manzanas de terreno y un edificio de aproximadamente 300 metros cuadrados, en donde se dispondrá de un área administrativa, bodega y centro de acopio, área de carga y descarga, se dispondrá de servicios básicos como: energía eléctrica, agua y telefonía.

3.4.3 Volumen de la producción

La producción que se espera reunir será la de la localidad y de los municipios circunvecinos como: Zapotitlán y Yupiltepeque, la cual se puede observar en los cinco años proyectados del proyecto.

Cuadro 20.			
Municipio de Jerez, Jutiapa.			
Volumen de la producción de Maíz y Fríjol.			
Año 2002 - 2006.			
(Cifras en Miles de Quintales).			
Año	Maíz	Fríjol	Total
1	7,477.0	955.6	8,432.60
2	7,685.5	982.2	8,667.70
3	7,894.1	1,008.8	8,902.90
4	8,102.6	1,035.4	9,138.00
5	8,311.2	1,062.0	9,373.20
Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002			

El volumen de la producción del cuadro anterior es lo que los productores destinan para la venta, para el primer año 7,477 quintales de maíz y 955.6 de fríjol, el segundo año 7,685.5 de maíz y 982.2 de Fríjol, cada año tiene un incremento de 330 quintales de maíz y 31 de fríjol, por lo anterior el volumen de la producción que maneja el centro de acopio será estable, debido a la extensión de tierra cultivable en el municipio.

3.4.3.1 Volumen de insumos para la venta a los productores

La cantidad de insumos que el centro de acopio tendrá a la disposición de los asociados, estará función del volumen de la producción proyectada y la cantidad de insumos que se necesita para el cultivo.

Cuadro 21.				
Municipio de Jerez, Jutiapa.				
Volumen de Insumos para la venta en el Centro de Acopio.				
Año 2002 -2006.				
(Cifras en Quetzales).				
Insumos	Unidad de Medida	Total Insumos a Comprar	Costo de Insumos	Costo Total
Gramoxone	5 lit	4,490	105	471,450
Gesaprin	1 Lib	22,130	10	221,300
Urea	1 qq	4,490	78	350,220
Folidol	1 lit	4,490	46	206,540
16-20-0	1 qq	4,490	55	246,950
TOTAL				1,496,460
Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002				

La cantidad de insumos a utilizar en la producción esta calculada en base al total de quintales producidos en el Municipio en los primeros cinco años del proyecto, como se puede observar el cuadro de volumen de producción para la venta por año.

3.4.4 Ingeniería del proyecto

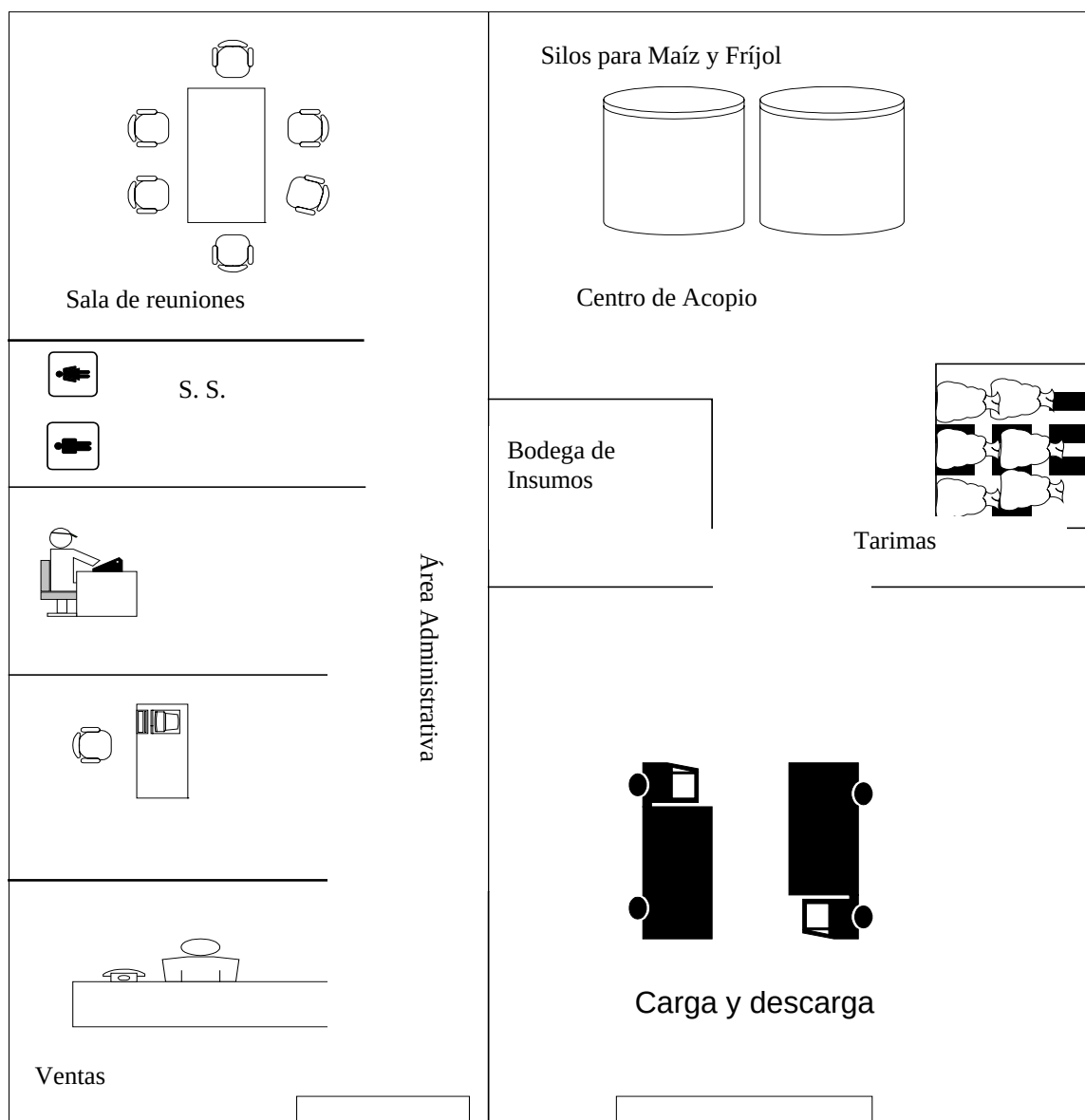
La constituye la parte operativa del proyecto, desde la logística de recolección del grano hasta el despacho del mismo, así como la distribución en planta.

3.4.4.1 Distribución en planta

Se utilizarán las instalaciones que anteriormente fueron ocupadas por la Cooperativa de Café, que se localiza en área fronteriza entre Jerez y el Salvador. Se dividirá en dos áreas, en la primera estarán las oficinas administrativas, ventas y despacho y en la segunda se encontrará el espacio

para el centro de acopio, bodega de insumos, área de carga y descarga; como se observa en la siguiente gráfica.

Gráfica 7.
Municipio de Jerez, Jutiapa.
Proyecto: Centro de Acopio de Granos Básicos.
Diseño en Planta.
Año 2002.



Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002.

3.4.4.2 Proceso productivo

Para reunir la producción es necesario contar con la infraestructura necesaria que se describe a continuación:

- **Transporte**

Para recoger la cosecha de las diversas unidades productivas y llevarlo hacia el centro de acopio de la cooperativa, se hará uso de camión rentado, se iniciará en las fincas familiares y subfamiliares, por ser las que destinan el mayor porcentaje a la venta. Además se proporcionará el empaque que consiste en costales de kenaf, que permite tener una buena ventilación al producto y facilita la manipulación del mismo.

- **Reunión de la producción**

Se adquirirán 15 silos para almacenar maíz y frijol. El silo familiar es un cilindro de lámina galvanizada lisa con dos bocas, una para llenar y otra para sacar el grano. Además se usarán tarimas de madera de 1.25 metros de ancho x 1.25 metros de largo y 20 centímetros de altura, para aislar el producto de la humedad.

- **Limpieza del grano**

El grano a guardar debe estar sano, limpio y seco, (libre de piedras, olotes y tuzas) si está húmedo se debe poner tres días al sol.

- **Llenado de los silos**

Este proceso se realizará de forma manual, se llenarán los silos hasta la boca inicia el cono. Se tapan las bocas de carga y descarga con plástico o hule, para que no entre aire, agua, polvo y plagas, se revisa cada 15 días. Se estibarán también en tarimas de madera para el producto que esté listo para la venta.

- **Control sanitario**

Para este efecto se usará Devemap, que es un veneno que se rocía en el piso y paredes de la bodega para eliminar palominas u otros insectos que se encuentran en estas áreas. Además, Detia, que es una pastilla que se aplica dentro de los silos o encima de las tarimas, éstas últimas se deben cubrir con naylon negro grueso, para evitar que se disperse en el ambiente, se deja tres días para que hagan efecto. La medida es dos o cuatro pastillas por tonelada métrica que equivale a 25.74 quintales.

Después de aplicar los insecticidas al grano, se esperan 10 días como mínimo para su consumo. Se coloca una etiqueta en cada silo o sobre las tarimas para indicar que se empleó insecticida y los días que van y que faltan.

- **Rellenado de silos**

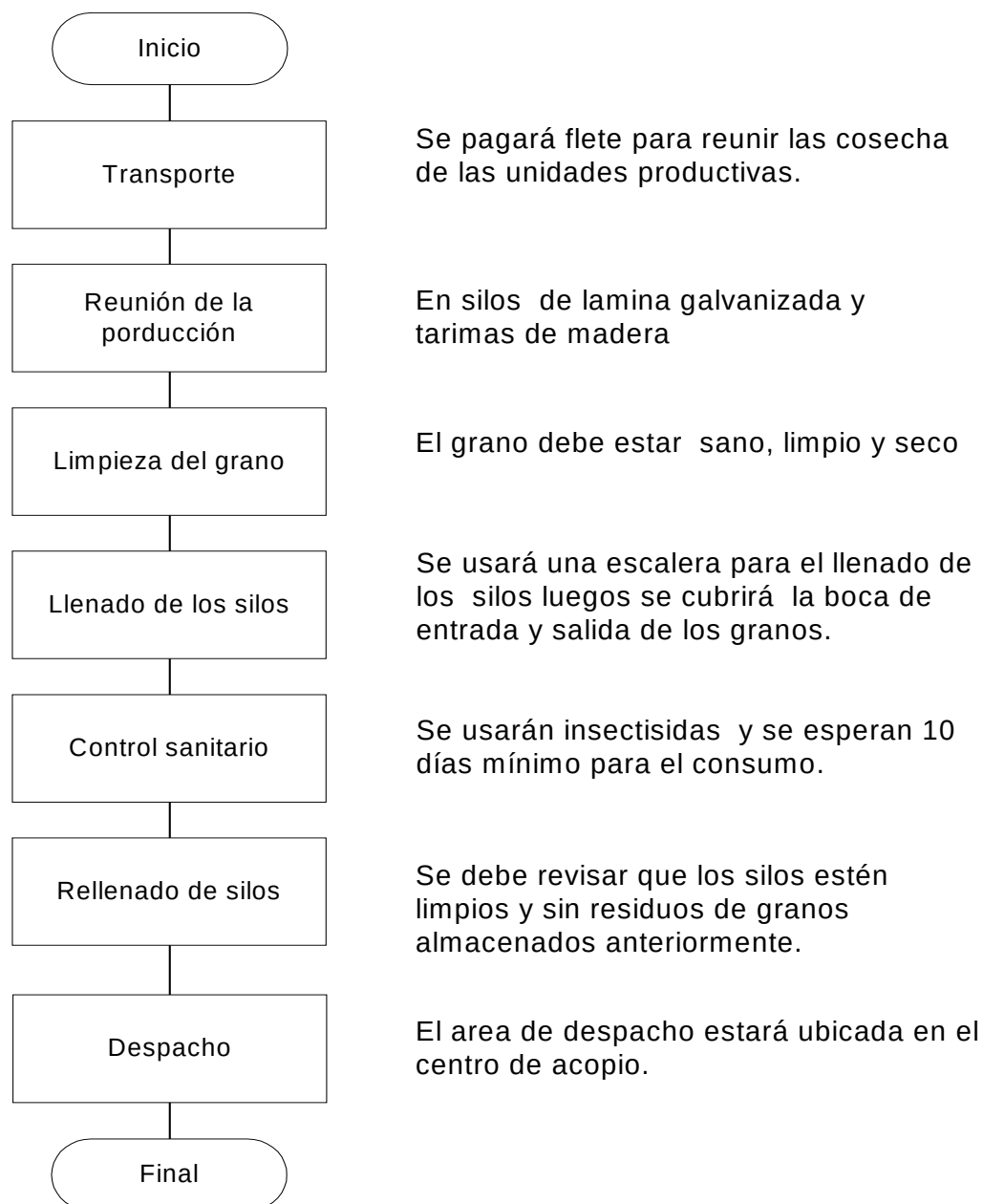
Antes de llenar nuevamente el silo con granos, se debe tener cuidado que esté limpio y sin residuos de granos almacenados anteriormente. Se reparan abolladuras y filtraciones, y se pintan por fuera para evitar el óxido.

- **Despacho**

En las instalaciones del centro de acopio se designará un área específica en donde se realizará el despacho, la unidad de venta será el quintal para el maíz y el frijol. Además en esta área se distribuirán los insumos necesarios para la producción.

En la siguiente gráfica se muestran los pasos del proceso productivo:

Gráfica 8.
Municipio de Jerez, Jutiapa.
Proyecto: Centro de Acopio de Granos Básicos.
Proceso Productivo.
Año 2002.



Una de las razones principales para la conformación del centro de acopio es el beneficio social que tendrá en la comunidad, por eso además de la concentración y comercialización de granos básicos, se alquilará desgranadora y se distribuirán insumos a precios accesibles, para contribuir a reducir los costos de producción agrícolas.

3.4.4.3 Clase de información y tecnología de las comunicaciones

Para que se administre la información en forma adecuada y actualizada se utilizará una computadora, para formar una base de datos con información general de los productores asociados, el volumen de producción y tipo de producto. También se elaborará una página Web para dar a conocer el centro de acopio, los servicios y productos disponibles. En lo que respecta a las comunicaciones telefónicas, la junta directiva hará los contactos necesarios para solicitar una línea telefónica a las empresas respectivas.

- Horarios de funcionamiento del centro de acopio

Los horarios de apertura y cierre del centro de acopio se establecen para darle un buen servicio a los asociados:

Lunes a Viernes

8:00 a 12:00 horas

13:00 a 17:00 horas

Sábado

8:00 a 12:00 horas

Los horarios también serán flexibles en época de cosecha, esto significa que se podrá extender el horario en días sábados o domingos. Esto lo establecerá el administrador.

3.5 ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

Para que la organización alcance los objetivos establecidos, los agricultores, deben conocer y aplicar las bases administrativas y legales necesarias en la ejecución del proyecto.

3.5.1 Justificación

Luego del análisis de la problemática de los agricultores del Municipio, surge la propuesta de instalación y operación del centro de acopio, que permita comercializar la producción. Los agricultores manifestaron interés en organizarse para trabajar de forma conjunta y coordinada con el propósito de alcanzar objetivos y metas comunes que coadyuven al desarrollo económico y social. Por medio de la cooperativa se reunirá toda la producción agrícola, se negociarán mejores precios en la compra de insumos, materiales y equipo, se facilitará el acceso al financiamiento externo en instituciones bancarias, lo que permitirá que la producción sea rentable y genere los ingresos esperados.

3.5.1.1 Propósitos

El propósito económico consiste en lograr que los agricultores obtengan más ingresos con relación a su inversión, lo cual se puede lograr de la forma siguiente:

Producir en forma eficiente, al hacer uso óptimo de los recursos de la cooperativa.

- Buscar mercado a los productos, a fin de lograr mejores precios de venta.
- Establecer canales más adecuados para la comercialización de los productos.
- Minimizar los riesgos de producción y comercialización, por medio de asistencia técnica, financiera, transporte y el manejo colectivo de los recursos.

El propósito social es facilitar el contacto entre la cooperativa y las personas de la comunidad, para resolver asuntos de interés común, así como constituirse en generador de trabajo para los pobladores del Municipio.

3.5.1.2 Visión

Visualizar el futuro implica un permanente examen de la organización frente a los clientes, competencia, su propia cultura y por sobre todo discernir entre lo que ella es hoy, y aquello que desea ser en el futuro, todo esto con relación a sus capacidades y oportunidades.

A continuación se define la posición a futuro de la organización:

“Ser la organización más importante de la región que recolecte la producción de maíz y frijol, así como la mejor opción de comercialización”

3.5.1.3 Misión

Es la interrelación entre la organización y sus actores relevantes: clientes, proveedores, empleados, comunidad, accionistas, medio ambiente, suele denominársele finalidad y es la concepción implícita del por qué o razón de ser de la organización.

A continuación se define la razón de ser de la organización propuesta:

“Somos la Organización agrícola que recolecta, comercializa y distribuye la producción del municipio de Jerez.

La naturaleza de nuestro trabajo nos ubica en una posición privilegiada, porque tenemos la responsabilidad de influir en la cultura productiva de nuestros asociados.

Buscamos permanentemente fortalecer nuestro liderazgo con la excelencia en el servicio a nuestros clientes”

3.5.2 Objetivos

- Estimular y mantener en los asociados la confianza en las actividades necesarias, para que la empresa se constituya en una organización productiva.
- Su actividad principal será el acopio y comercialización de los granos que se producen en el Municipio (maíz y frijol), así como la compraventa de fertilizantes y agroquímicos.
- Gestionar los contactos necesarios que permitan obtener préstamos que faciliten la producción.
- Dar un servicio eficiente a los asociados, sus familiares y a la comunidad.

3.5.3 Normas legales

Establece el conjunto de leyes, normas y reglamentos por los cuales deberá regirse el funcionamiento de la cooperativa.

3.5.3.1 Normas internas

Éstas son fijadas por el consejo de administración y avaladas en asamblea general. Son instrumentos legales en los cuales se describe la forma de organización, integración, funcionamiento, el manejo financiero y resultados contables, su disolución y liquidación y otras disposiciones generales.

Éstas normas legales que regirán el funcionamiento interno de la organización se elaborarán con base en los estatutos uniformes para Cooperativas Agrícolas Integrales, del Instituto Nacional de Cooperativas –INACOP-, y serán presentados para su aprobación en la Oficina de Registros de la misma.

3.5.3.2 Normas externas

Ley General de Cooperativas: Decreto 82-78 y su reglamento. Regula, fomenta y protege la creación y funcionamiento de las cooperativas.

Código de Comercio: la cooperativa se encuentra clasificada como una sociedad de responsabilidad limitada, por consiguiente por las obligaciones que contraiga, responde únicamente por el patrimonio de la misma.

Código Civil: en su artículo 15, así como los artículos 438 y 440, contiene el procedimiento a seguir para la obtención de la personalidad jurídica y su inscripción como tal.

Reglamento del Instituto Guatemalteco de Seguridad Social –IGSS-: dicho mandato se encuentra regulado por la Ley de Trabajo y Previsión Social, la cual indica que se debe inscribir cuando se contratan cinco o más personas.

Código de Trabajo: decreto 1441 del Congreso de la República, toda empresa está obligada a celebrar contratos individuales de trabajo, así como, pagar los salarios mínimos.

3.5.4 Recursos

Con los que contará la cooperativa para su operación serán:

3.5.4.1 Humanos

Es el recurso más importante y vital en todo tipo de organización y lo constituye el elemento humano necesario para el funcionamiento de la cooperativa, conformada por los agricultores y los miembros de la directiva, quienes ejercerán la autoridad dentro de la misma, contará con el siguiente personal administrativo:

1 Administrador

1 Secretaria contadora

1 Encargados de las unidades administrativas

1 Encargado de bodega

1 Guardián

3.5.5 Sistemas de organización

Son las diversas combinaciones estables de la división de funciones y la autoridad, a través de las cuales se estructurará la organización expresada en gráficas y con su respectivo análisis de puestos.

3.5.5.1 Sistema lineal staff

En éste la autoridad y responsabilidad correlativas se transmiten íntegramente por una sola línea para cada persona o grupo. En este sistema cada individuo recibe órdenes y reporta a un solo jefe. Es uno de los más sencillos, de fácil aplicación, ya que cuando la cooperativa lo requiera podrá incorporar asesorías técnicas, las cuales no interferirán directamente en las decisiones, políticas y procedimientos establecidos, por ser su función a nivel de asesoría.

- **Ventajas:**

- Es sencillo y claro.
- No hay conflictos de autoridad, ni fugas de responsabilidad.
- Se facilita la rapidez de acción.
- Se crea una firme disciplina, porque cada jefe adquiere toda su autoridad, ya que los subordinados saben a quien reportar.
- Es más fácil y útil en la pequeña empresa.

- **Desventajas:**

- Se carece de especialización.
- Se carece de flexibilidad en los casos de crecimiento de la empresa.
- Es difícil capacitar a un jefe en todos los aspectos.
- Se facilita la arbitrariedad, porque cada jefe tiene cierto sentido de propiedad de su puesto.

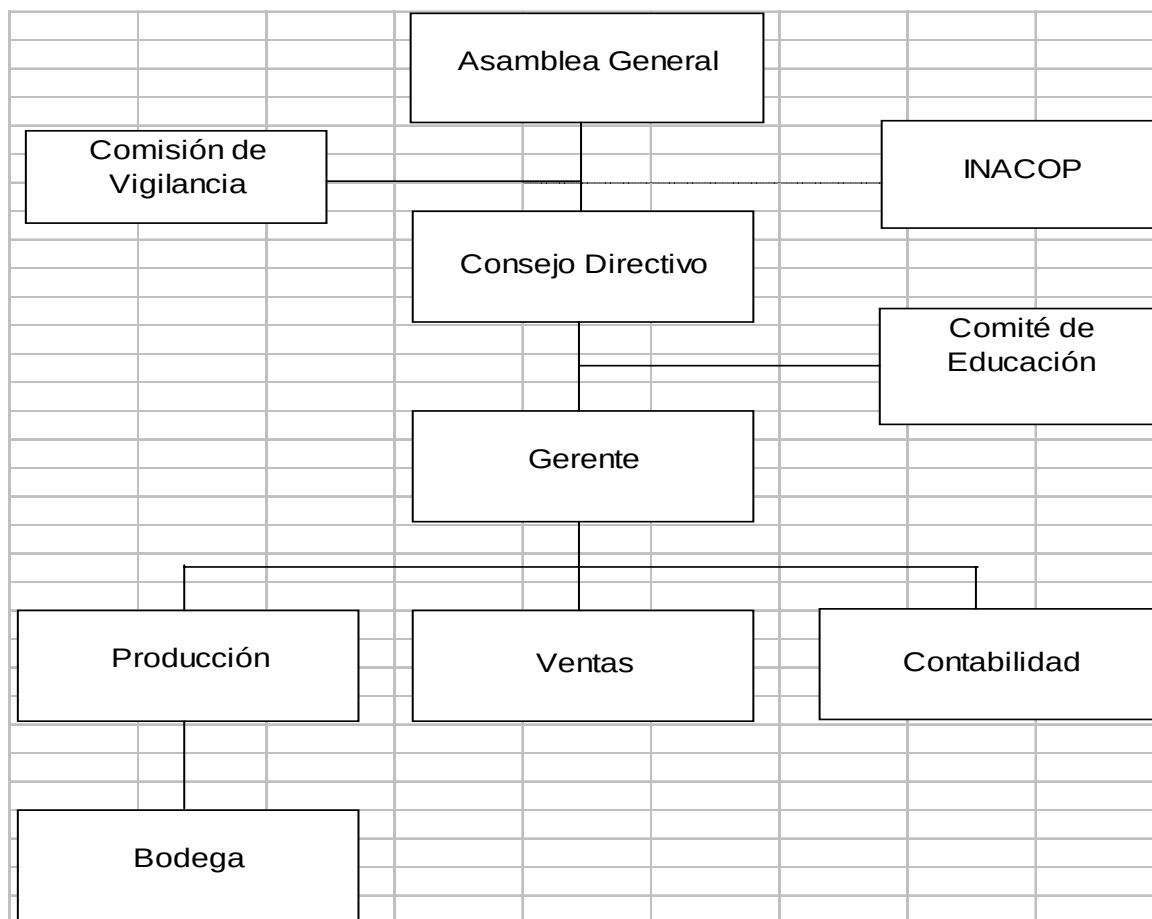
3.5.6 Sistema de organización propuesto

El sistema organizacional, para reestructurar la cooperativa será lineal staff, al considerar que la empresa propuesta es pequeña, y que al utilizar una línea directa de autoridad y responsabilidad, se favorece a la unidad de mando y se simplifica su manejo.

3.5.6.1 Estructura de la organización

Define el trabajo de la organización, la asignación entre posiciones, grupos, departamentos, divisiones, y el logro de la coordinación necesaria para alcanzar en su totalidad los objetivos establecidos. Como se muestra en la siguiente gráfica.

Gráfica 9
Municipio de Jerez, Jutiapa
Proyecto: Centro de Acopio de Granos Básicos
Estructura administrativa
Año 2002



Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002

La estructura propuesta se basa en el sistema de organización lineal staff, porque además, de las líneas directas de autoridad, se tendrá la asesoría del Instituto Nacional de Cooperativas.

- **Funciones básicas**

Se describen a continuación las principales funciones, de los puestos del organigrama de la cooperativa.

- **Asamblea General**

Toma las decisiones sobre las diferentes actividades que se realizarán, aprueba y modifica el plan de trabajo y el presupuesto de ingresos y egresos.

- **Comité de Vigilancia**

Controla y fiscaliza las diferentes operaciones de la cooperativa.

- **INACOP**

Instituto Nacional de Cooperativas, institución que se encarga de fiscalizar, controlar y supervisar a las cooperativas en el ámbito nacional.

- **Consejo Directivo**

Ejecuta las decisiones de la Asamblea General.

- **Comité de Educación**

Proporciona asesoría a los asociados en asuntos de tipo cooperativista, elabora programas de capacitación, salud y conservación ambiental.

- Gerente

Planifica, ejecuta y controla las actividades de las unidades de la cooperativa, con el propósito de alcanzar los objetivos trazados.

- Producción

Garantiza una producción óptima en cuanto a cantidad y calidad, provee los insumos e instrumentos necesarios para la ejecución de las labores productivas.

- Ventas

Localiza mercados potenciales, investiga las acciones externas a la cooperativa en cuanto a la demanda, oferta, precios, para tener una información real en la toma de decisiones para establecer, cobertura, calidad, porcentajes de utilidad y los mejores canales de distribución.

- Contabilidad

Lleva registros contables, elabora los estados financieros, conciliaciones bancarias y controla el pago de jornaleros.

- Bodega

Mantiene actualizado el inventario del producto que ingresa y egresa de bodega.

3.6 ESTUDIO FINANCIERO

Son los medios económicos con los que se cuenta para llevar a cabo un proyecto. Estos recursos son importantes pues en función de los mismos se puede evaluar la conveniencia de la inversión.

A continuación se detallan los recursos financieros que la Cooperativa necesita para su funcionamiento:

3.6.1 Inversión fija

Está constituida por todos los recursos permanentes con que cuenta el proyecto, tomando en cuenta la inversión que se realizará en el desgranado, recepción, almacenamiento y distribución de los productos.

Los bienes de capital indispensables para poder instalar el centro de acopio de acuerdo a las necesidades mínimas quedan descritos en el cuadro siguiente:

Cuadro 22.
Municipio de Jerez, Jutiapa.
Proyecto: Centro de Acopio de Granos Básicos.
Inversión Fija.
Año 2002.
(Cifras en Quetzales).

Concepto	Unidades	Valor Unitario	Total
Mobiliario			
Silos de aluminio	15	2,000	30,000
Escritorios	05	500	2,500
Sillas secretariales	05	200	1,000
Sillas para recepción	10	30	300
Archivo de metal	01	800	800
Estanterías de Metal	02	200	400
Mostrador de Madera	01	500	500
Escaleras de metal	02	450	900
Equipo			
Máquina sumadora	02	500	1,000
Máquina selladora sacos	02	675	1,350
Carretilla manual	03	500	1,500
Basculas	02	1,100	2,200
Desgranadora de maíz	01	15,000	15,000
Equipo de cómputo	01	6,000	6,000
Arma tipo escopeta	01	3,000	3,000
Otros			
Gastos de Instalación	01	1,000	1,000
Total Inversión Fija			67,450

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002

El cuadro anterior muestra la forma como se integra el mobiliario y equipo necesarios para iniciar con las operaciones en el centro de acopio, se puede apreciar que se incluyen artículos para labores del personal de oficina, además como lo necesario para brindar la atención adecuada a los asociados.

3.6.2 Inversión en capital de trabajo

La inversión en capital de trabajo está compuesta por los recursos destinados para cubrir los gastos de operación y del giro normal durante un periodo fiscal. Este garantiza la funcionalidad y puesta en marcha del proyecto. Considera los aspectos de la combinación de los recursos disponibles del proyecto y la generación de utilidad por rotación de activos.

Cuadro 23.
Municipio de Jerez, Jutiapa.
Proyecto: Centro de Acopio de Granos Básicos.
Inversión en Capital de Trabajo.
Año 2002.
(Cifras en Quetzales).

Concepto	Total
Compra de maíz	58,500
Compra de frijol	78,750
Inseticidas y preservantes	500
Nylon	350
Viáticos	300
Combustibles y lubricantes	100
Fletes	3,000
Propaganda y publicidad	2,000
Tarimas	1,300
Sacos	1,500
Total en capital de trabajo	146,300

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002.

En el cuadro anterior se muestran los gastos en que incurrirá el Centro de Acopio para iniciar operaciones, y se estima que los mismos se realizaran en los primeros dos meses funcionamiento del proyecto. El rubro más importante lo constituye la primera compra de granos de la producción del Municipio.

3.6.3 Inversión total

La inversión total está compuesta por la inversión fija o bienes de capital y la inversión en capital de trabajo o circulante.

A continuación se presenta la inversión total para poner en marcha el centro de acopio.

Cuadro 24.
Municipio de Jerez, Jutiapa.
Proyecto: Centro de Acopio de Granos Básicos.
Inversión Total.
Año 2002.
(Cifras en Quetzales).

Concepto	Total
Inversión fija	67,450
Inversión en capital de trabajo	146,300
Inversión Total	213,750

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002

La inversión total del centro de acopio muestra el monto de recursos financieros con los que el proyecto debe contar para iniciar con las operaciones. Estos recursos serán aportados por asociados, un préstamo bancario y el crédito comercial otorgado por empresas privadas.

3.6.4 Fuentes de financiamiento

Las fuentes de financiamiento están constituidas por los recursos monetarios y/o financieros requeridos para poner en marcha el proyecto. Las fuentes son internas y externas.

- Internas

Están constituidas por aportes de los socios cooperativistas, con un único aporte por valor de Q 200.00, con éste los asociados podrán gozar de todos los beneficios de la cooperativa, es decir, la venta de su producto a mejores precios, comprar insumos a menor costo y servicio de desgranadora a bajo costo. Se estima que la cooperativa estará formada por 850 asociados, los cuales aportarán Q 170,000.

- Externas

Estos aportes de fondos tienen origen en instituciones que no forman parte del proyecto, pero que son importantes para darle la viabilidad que necesita para iniciar operaciones. Dentro de estas instituciones se pueden mencionar los bancos y las financieras, que forman parte del sistema financiero nacional, instituciones de cooperación internacional y cooperativas. Adicional a estas instituciones, el crédito que ofrecen las empresas de servicios.

Según el estudio inicial, el proyecto no requiere una inyección de capital externo para iniciar operaciones. De acuerdo a las necesidades del centro de acopio se podrá solicitar un préstamo bancario. La garantía la constituye el edificio propiedad de la cooperativa donde además funciona la misma; El banco que ha otorgado recursos financieros con anterioridad es el Banco de Desarrollo Rural, S.A. (BANRURAL), lo que permite que los fondos sean otorgados con mayor facilidad. Otro medio de financiamiento que obtendrá el Centro de Acopio

es el crédito comercial de noventa días plazo proporcionado por las empresas distribuidoras de insumos agrícolas. De acuerdo con estudios realizados, además estas instituciones proveen la asistencia técnica que permita el uso adecuado de los productos, así como el manejo bajo las más estrictas medidas de seguridad de los mismos.

Para lograr obtener estos recursos es necesario que se firmen documentos de crédito al plazo estipulado. El centro de acopio venderá los insumos agrícolas (de contado) a sus asociados en un tiempo máximo de dos meses, pero el plazo para cancelar la obligación es de tres meses, esto permitirá obtener recursos financieros en efectivo e invertirlos de acuerdo a las necesidades del proyecto.

Este tipo de financiamiento tan amplio se obtendrá una sola vez en el año, pues los insumos agrícolas se venderán en época de siembra, lo cual permite que los artículos se vendan en su totalidad y se logre obtener los flujos de efectivo deseados.

A continuación se presenta el detalle de los insumos que serán adquiridos:

Cuadro 25.
Municipio de Jerez, Jutiapa.
Proyecto: Centro de Acopio de Granos Básicos.
Compra de Insumos Agrícolas Crédito 90 Días.
Año 2002.
(Cifras en Quetzales).

Producto	Unidad de medida	Cantidad Compra	Costo Q. Mayorista	Costo Total
Gramoxone	5 litros	850.00	105.00	89,250.00
Gesaprin	1 libra	4,250.00	10.00	42,500.00
urea	1 quintal	850.00	78.00	66,300.00
folidol	1 litro	850.00	46.00	39,100.00
16-20-0	1 quintal	850.00	55.00	46,750.00
Total				283,900.00

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002.

El cuadro anterior muestra los insumos agrícolas mas utilizados por los productores del Municipio en las plantaciones de frijol y maíz.

Estos mismos productos serán vendidos por el centro de acopio de la manera siguiente:

Cuadro 26.				
Municipio de Jerez, Jutiapa.				
Proyecto: Centro de Acopio de Granos Básicos.				
Venta de Insumos Agrícolas.				
Año 2002.				
(Cifras en Quetzales).				
Producto	Unidad de Medida	Cantidad a Comprar	Precio Q. Mayorista	Venta Total
Gramoxone	5 litros	850	116	98,600
Gesaprin	Libra	4,250	12	51,000
Urea	Quintal	850	87	73,950
Folidol	Litro	850	51	43,350
16-20-0	Quintal	850	61	51,850
Total				318,750
Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002				

Al comparar los cuadros de compra y venta de insumos agrícolas, es claro establecer que el centro de acopio obtendrá una ganancia de Q34,850.00 por la venta de estos productos, pero lo mas importante de esta actividad es que los Q318,750.00 quetzales de venta estarán disponibles para cubrir necesidades financieras del proyecto durante el plazo del crédito otorgado. Esto constituye una fuente de financiamiento importante por la cantidad de recursos disponibles, pero además proporciona una renta al proyecto.

3.6.5 Estado de resultados

El estado de resultados, contiene los datos que manifiestan el desarrollo y aprovechamiento óptimo de los recursos del proyecto, obteniéndose la rentabilidad necesaria para el funcionamiento del negocio.

Para la obtener los resultados esperados en el centro de acopio se integra las ventas costo y gastos del proyecto.

- **Venta a mayoristas**

De acuerdo a los canales de comercialización propuestos, el centro de acopio venderá a mayoristas y minoristas la demanda de granos básicos de la localidad.

El cuadro siguiente muestra el total de las ventas efectuadas a mayoristas:

Cuadro 27.				
Municipio de Jerez, Jutiapa.				
Proyecto: Centro de Acopio de Granos Básicos.				
Integración de Ventas a Mayoristas.				
Año 2002.				
Producto	Unidad de medida	Cantidad	Precio de Venta	Venta Total
Fríjol	Quintal	651	225	146,475
Maíz	Quintal	5,093	75	381,975
Total venta a mayoristas		5,744		528,450
Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002				

En el cuadro anterior se puede observar la venta a mayoristas, la cual equivale al setenta por ciento de la producción a acopiar por el proyecto.

- **Venta a minorista**

De acuerdo a lo establecido a continuación se muestra la venta a minorista.

Cuadro 28.				
Municipio de Jerez, Jutiapa.				
Proyecto: Centro de Acopio de Granos Básicos.				
Integración de Ventas a Minoristas.				
Año 2002.				
Producto	Unidad de medida	Cantidad	Precio de Venta	Venta Total
Fríjol	Quintal	279	250	69,750
Maíz	Quintal	2,182	90	196,380
Total venta a mayoristas		2,461		266,130
Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002				

El cuadro anterior muestra las ventas que el centro de acopio a minoristas, las cuales representan un treinta por ciento de la demanda total.

Además de las ventas de granos básicos a mayoristas y minoristas, el centro de acopio también venderá insumos agrícolas y prestara el servicio de desgranado de maíz.

El cuadro siguiente muestra la integración total de las ventas del centro de acopio para el primer año de funcionamiento.

Cuadro 29.
Municipio de Jerez, Jutiapa.
Proyecto: Centro de Acopio de Granos Básicos.
Integración de Ventas.
Año 2002.
(Cifras en Quetzales).

Producto	Unidad de medida	Cantidad	Venta Total
Fríjol	Quintal	930	216,225
Maíz	Quintal	7275	578,355
Desgranado	Quintal	9080	9,080
Insumos			318,750
Total ventas			1,122,410

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002

El cuadro anterior muestra el detalle de las ventas que el centro de acopio tendrá en el periodo fiscal de su funcionamiento, también se observa los productos que se ofrecen al asociado.

Los costos por producto que ofrece el centro de acopio se presentan a continuación:

Cuadro 30.
Municipio de Jerez, Jutiapa.
Proyecto: Centro de Acopio de Granos Básicos.
Integración de Costos.
Año 2002.
(Cifras en Quetzales).

Producto	Cantidad	Costo Directo	Costo
		Unitario	Total
Fríjol	930.00	200.00	186,000
Maíz	7,275.00	65.00	472,875
Fletes s/ compras	8,205.00	1.00	8,205
Desgranado			5,176
Insumos			283,900
Total			956,156

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002

En el cuadro anterior se muestra como se conforma el costo por producto del centro de acopio.

El estado de resultados es la herramienta financiera que muestra el resultado de las operaciones obtenidas en un período determinado, además se pueden observar los ingresos, costos, gastos de operación, de venta, financieros y utilidades obtenidas.

En el cuadro siguiente se presenta el estado de resultados para el primer año de funcionamiento del proyecto.

Cuadro 31.
Municipio de Jerez, Jutiapa.
Proyecto: Centro de Acopio de Granos Básicos.
Estado de Resultados.
Año 2002.
(Cifras en Quetzales).

Ventas		1,122,418
Costo de venta		955,128
Ganancia directa en ventas		167,290
 Gastos de venta		
Material de empaque		6,504
 Ganancia marginal		160,786
 Gastos de operación		140,993
Gastos de administración		107,451
Sueldos	63,912	
Bonificación Dto. 7-2000	10,125	
Prestaciones legales	18,614	
Servicios generales	1,400	
Papelería y útiles	1,200	
Depreciaciones	10,800	
Amortización Gts. instalación	200	
Renta	1,200	
Gastos de venta		33,542
Sueldos	19,200	
Bonificación Dto. 7-2000	3,000	
Prestaciones Legales	5,592	
Publicidad	3,250	
Renta	1,200	
Tarimas	1,300	
Ganancia antes de impuesto		19,793
ISR		6,136
Ganancia neta		13,657

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002

El cuadro anterior muestra el movimiento contable del centro de acopio en el primer año de funcionamiento, el cual permite establecer que luego de deducir

los costos y gastos de funcionamiento y el impuesto sobre la renta, el proyecto obtiene una utilidad en el periodo.

Esto muestra que es viable y auto sostenible de manera financiera, y además le permitirá reinvertir las utilidades generadas con el tiempo en beneficio de los asociados.

Para poder apreciar la rentabilidad del proyecto, a continuación se presenta el estado de resultado proyectado a cinco años.

Cuadro 32.
Municipio de Jerez, Jutiapa.
Proyecto: Centro de Acopio de Granos Básicos.
Estado de Resultados Proyectado.
Año 2002.
(Cifras en Quetzales).

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	1,122,418	1,153,517	1,184,367	1,216,496	1,253,314
Costo de venta	955,128	981,596	1,007,865	1,035,202	1,062,270
Ganancia directa en venta	167,290	171,921	176,502	181,294	191,044
Gastos variables de venta	6,504	6,674	6,850	7,027	7,203
Ganancia Marginal	160,786	165,247	169,652	174,267	183,841
Gastos de administración	107,451	110,675	112,888	115,146	122,055
Gastos de venta	33,542	34,548	35,239	36,296	38,474
Ganancia antes impuesto	19,793	20,024	21,525	22,825	23,312
ISR	6,136	6,208	6,673	7,076	7,227
Ganancia neta	13,657	13,817	14,852	15,749	16,085

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002

El cuadro anterior muestra la viabilidad financiera del proyecto, en los cinco años de funcionamiento proyectado tiene ganancia en operación lo que lo hace auto sostenible.

3.6.6 Evaluación del Proyecto

De acuerdo al propósito con el que fue creado, el Proyecto Centro de Acopio de Granos, puede evaluarse de dos formas, social y financiera simple.

3.6.6.1 Impacto Social

Una de las razones principales para la conformación del Centro de Acopio es el beneficio social que podría tener en la comunidad la organización de toda la población. Ésta sería el punto de partida para que en el Municipio se logren obtener acuerdos sociales en las áreas que se deseen desarrollar y obtener de esa manera mejoras en su nivel de vida.

Adicional a esto, se brindará asistencia técnica gratuita para mejorar la producción y mejor precio al comprar los insumos agrícolas.

Generación de empleo.

3.6.6.2 Evaluación Financiera Simple

El objetivo principal es medir o establecer los indicadores que muestren el resultado del proyecto, y en función de este análisis establecer la conveniencia de llevarlo a cabo.

A continuación se presenta la evaluación que permitirá medir el rendimiento y rentabilidad del proyecto.

- **Utilidad bruta en ventas**

Éste se establece dividiendo la utilidad bruta en ventas entre las ventas netas del periodo que se evalúa.

Margen de Utilidad Bruta

Formula:

$$\frac{\text{Utilidad bruta en ventas}}{\text{Ventas}} = \frac{\text{Q167,290.00}}{\text{Q1,122,418.00}} = 14.90\%$$

El porcentaje del 14.90% es lo que el centro de acopio tiene disponible para cubrir los gastos de operación. De acuerdo con el propósito de beneficio social del proyecto, este porcentaje es suficiente para mantener el negocio en marcha.

- **Rentabilidad de la Inversión**

Se analiza la rentabilidad sobre la inversión de Capital de Trabajo del proyecto centro de acopio.

Rentabilidad de la Inversión

Formula:

$$\frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Inversion Capital de Trabajo}} = \frac{\text{Q13,657.00}}{\text{Q67,450.00}} = 20.25\%$$

De acuerdo a la inversión fija del proyecto, la rentabilidad del 20.25% para el primer año, permite establecer que el proyecto cubre todos sus costos y gastos, y en la medida que vaya creciendo se podrá obtener un elevado grado de eficiencia en el uso del activo fijo.

El proyecto sugiere una buena alternativa de desarrollo organizacional con los beneficios económicos mínimos para permanecer en el mercado.

CAPÍTULO IV

PROPUESTA DE COMERCIALIZACIÓN PARA EL CENTRO DE ACOPIO

Este capítulo contiene la situación actual de la comercialización de los productos en el Municipio, así como los diferentes servicios que estarán disponibles en el centro de acopio para los asociados, los cuales serán de beneficio para que los productores obtengan mayor rentabilidad en la producción y comercialización de sus productos.

4.1 SITUACIÓN ACTUAL

La actividad agrícola es la explotación productiva más importante en el Municipio, los productos de mayor producción son maíz y frijol, esta es vendida a los acopiadores camioneros y son los que determinan el precio, lo que trae como consecuencia que el productor tenga que vender a bajo precio. No hay ninguna entidad que se preocupe por atender las necesidades de los productores.

Ante esta situación es necesario implementar el centro de acopio en el Municipio, de esta manera el asociado tendrá venta de insumos, capacitación constante, asesoría técnica y buen precio en la compra de sus productos, lo cual repercutirá en la economía de la población.

4.2 COMERCIALIZACIÓN PROPUESTA

El análisis de la situación actual de la comercialización de maíz y frijol en el municipio de Jerez, hace necesario realizar una propuesta de comercialización. Es importante tomar en cuenta que la propuesta se presenta por medio del centro de acopio, en la comercialización de los servicios que estarán a disposición de todos los productores del Municipio, la propuesta será de utilidad para que el centro de acopio sea un éxito y que todos los productores estén interesados en ser asociados de dicha organización.

4.2.1 Comercialización de servicios

El proyecto de inversión tiene como objetivo organizar a los productores agrícolas a concentrar la cosecha en un centro de acopio, obteniendo un precio justo de la producción, capacitación, asesoría técnica, venta de insumos a buen precio y financiamiento.

4.2.1.1 Recursos

Los recursos son indispensables para que lo planificado sea una realidad. Para ejecutar todas las actividades es necesario contar con los recursos humanos, materiales y financieros los cuales serán de utilidad para que todos los servicios disponibles cumplan con los objetivos deseados, también dentro de los recursos se toma en cuenta al Alcalde y su Corporación Municipal, para que

este proyecto sea propio del lugar y sus autoridades se identifiquen con el centro de acopio.

- **Humanos**

De los recursos es el más importante, es el responsable de planificar, ejecutar y evaluar los planes en el centro de acopio, uno de los requisitos es que tienen que tener mucha vocación de servicio para ocupar los diferentes puestos en la organización y serán seleccionados en Asamblea General, la cual estará formada por los productores, de la misma se conformará una Junta Directiva, la que será responsable de seleccionar el recurso humano idóneo, para comisión de vigilancia, administrador, secretaria contadora, encargado de bodega, comercializador, capacitador y guardián vigilante.

- **Materiales**

El Municipio actualmente cuenta con un edificio, el cual fue creado para que en sus instalaciones funcionara una cooperativa de café. En la actualidad debido a la baja del precio del café este edificio no se utiliza, por lo que las instalaciones son adecuadas para implementar el centro de acopio, cuenta con una área de oficinas, rampa para carga, descarga y una amplia bodega para almacenar el producto, es un lugar accesible para que los productores y compradores puedan reunirse para concentrar y negociar su producción. Se necesita mobiliario y equipo el cual se describe a continuación:

- Escritorios
- Sillas
- Archivos de metal
- Mostrador de madera
- Máquina sumadora
- Equipo de cómputo
- Estanterías de metal
- Desgranadora
- Tarima de madera
- Troquel para el ingreso de la producción
- Teléfono

- **Financieros**

Este recurso estará integrado por la aportación de los asociados y crédito comercial otorgado por las empresas distribuidoras de insumos agrícolas.

4.2.1.2. Análisis y oportunidades de mercado

Es necesario determinar el nivel y tendencia de la demanda, así como la ubicación geográfica, este análisis permite estar enterado de las necesidades y preferencias de los productores, según la investigación realizada en el lugar se observó que no tienen un lugar específico para concentrar la producción y que carecen de varios servicios. Esto significa que la demanda de estos servicios es

creciente y que sería de mucho beneficio para los productores de Jerez y Municipios aledaños.

- **Posicionamiento en el mercado**

El posicionamiento de un servicio en el mercado depende de las estrategias que se implementen a fin de ayudar a la organización a competir en una forma más efectiva en el mercado, lo que es necesario aclarar es que los servicios y beneficios disponibles en el lugar, motivarán a los productores o compradores a elegir o hacer uso de esta institución o buscar otra opción, el centro de acopio que funcionará en la Cooperativa Jerez de la Frontera, R.L. Tendrá a la disposición de los productores una variedad de servicios, los cuales serán de beneficio desde la preparación de la tierra hasta la venta de la producción, capacitación constante para mejorar las técnicas de cultivo, insumos a buen precio y financiamiento para la producción.

4.2.1.3 Servicios disponibles al productor

Para que el proyecto sea un éxito se detallarán los servicios que el productor recibirá y las características de los mismos, de esta manera se tendrá un parámetro de comparación con los existentes en el mercado y sus respectivos beneficios.

- **Precio justo en el pago de la producción**

En la actualidad quien fija el precio de compra de la producción es el camionero acopiador y en algunas oportunidades los mayoristas, esto significa que en la mayoría de los casos el productor no recibe un pago justo por su producto. Este es uno de los servicios que el centro de acopio tendrá a la disposición del asociado, el encargado de comercialización estará constantemente informado de los precios existentes en el mercado. Esto le permitirá hacer los contactos necesarios para conseguir compradores potenciales y negociar el mejor precio de venta de la producción, se buscará el beneficio de todos los asociados, además no tendrán que estar buscando compradores.

- **Venta de la producción con anticipación**

El encargado de comercialización establecerá una base de datos en la cual ingresará datos generales del productor asociado, tamaño del terreno, tipo de producto y quintales producidos. Esto será de utilidad para que con anticipación se tenga un dato total de la producción y se busquen los contactos necesarios para vender la producción. El producto se puede vender a empresas procesadoras, mayoristas y detallistas.

- **Servicio de desgranadora para los asociados del centro de acopio**

La desgranadora será de uso prioritario de los asociados, actualmente existe una persona en el Municipio que presta este servicio, el precio es de Q 2.00 por

quintal, el centro de acopio ofrecerá este servicio en la finca del productor y el precio será de Q 1.00 por quintal, para los no asociados el costo será de Q 2.00 y proporcionará el servicio siempre y cuando no la esté utilizando ningún productor asociado.

Cuadro 33.
Municipio de Jerez, Jutiapa.
Proyecto: Centro de Acopio de Granos Básicos.
Margen Alquiler de Desgranadora.
Año 2002.
(Cifras en Quetzales).

Cliente	Costo Centro de Acopio	Margen de Ganancia	Precio para Productor
Asociados	0.57	43%	Q1.00
No Asociados	0.57	72%	Q2.00

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002

El margen de ganancia en el alquiler de la desgranadora a los socios es de 43% esto equivale a Q 0.43 de ganancia por quintal, mientras que en el alquiler a los no socios se obtendrá 72% equivalente a Q 1.43 de ganancia por quintal.

- **Transporte de la producción de la finca al centro de acopio**

Para evitar que el asociado incurra en gastos de transporte del producto, el centro de acopio proporcionará el servicio de traslado de la producción de la finca al centro de acopio. Para el asociado productor este servicio no tiene ningún costo.

- **Capacitación y asistencia técnica**

El capacitador del centro de acopio será responsable de solicitar a las distintas entidades de gobierno como el MAGA, ONG'S y empresas, que se dedican a venta de fertilizantes, la capacitación y asistencia técnica, para los asociados. Esto permitirá estar actualizados en los procedimientos de cultivo, aprovechamiento de la tierra, uso de los fertilizantes y experimentar con nuevos cultivos para diversificar la producción. En la actualidad existe el interés pero por falta de conocimientos no se ha logrado realizar algún proyecto. Estas actividades se planificarán periódicamente y se llevarán a cabo en las instalaciones en el centro de acopio o en las fincas de los productores. Actualmente en el Municipio la capacitación es nula.

- **Venta de insumos a precios bajos**

Con la información disponible en la base de datos del volumen de producción en quintales del Municipio, se elaborará un cálculo de la cantidad de fertilizante e insumos a utilizar por asociado, de esta manera se negociará con los proveedores la compra en grandes volúmenes para que el precio sea bajo y el mismo sea trasladado al productor, de esta manera los costos de operación serán menores y obtendrán mayor rentabilidad. En la actualidad compran los fertilizantes e insumos con los distribuidores locales.

- **Financiamiento para la producción**

Algunos productores tienen problemas para financiar la producción por disponer solo con recursos propios, la Junta Directiva del centro de acopio hará los contactos necesarios con las instituciones financieras públicas o privadas para buscar financiamiento para los productores asociados, de esta manera serán beneficiados y tendrán oportunidad de diversificar sus productos. En la actualidad no existe en el Municipio ayuda crediticia para los productores.

- **Niveles de confiabilidad y lugar donde se prestará el servicio**

El centro de acopio contará con un equipo de personas que su objetivo primordial es prestarle un servicio de excelencia a los asociados, atendiendo las inquietudes y consultas en las instalaciones y si fuera necesario en la misma finca del productor, además existirá una Junta Directiva y una Comisión de Vigilancia que estarán evaluando la calidad y efectividad de los servicios.

4.2.1.4. Segmento objetivo de mercado

“Se compone de un grupo de compradores que comparten características, necesidades, conductas de compra o patrones de consumo comunes, es el que una empresa ha elegido entre todos aquellos en el mercado más amplio. Con frecuencia, los segmentos que se definen con base en diferentes variables, segmentación geográfica es la que se refiere a la región donde se encuentran

los clientes y segmentación demográfica los que tienen ingresos dentro de cierto rango.”⁴

Para el caso del Centro de Acopio el mercado objetivo son los detallistas, mayoristas y empresas procesadoras de la región, que estén interesados en comprar la producción.

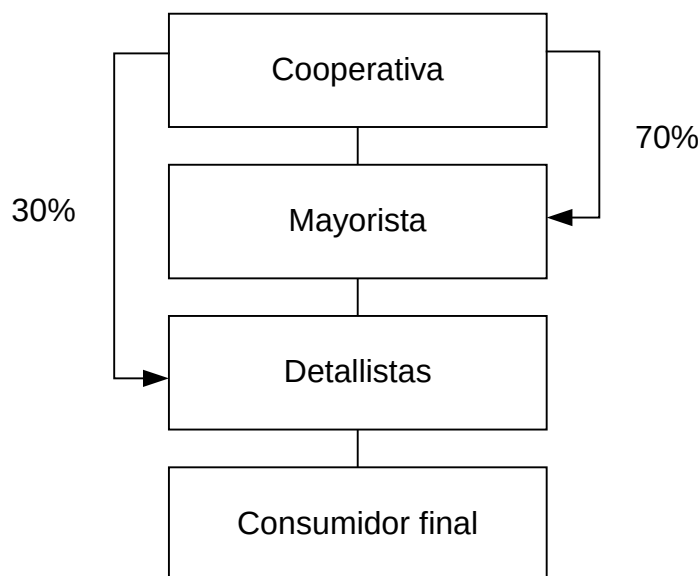
4.2.2 Canales de comercialización

Establece la importancia y el papel que desempeña cada participante, a través de los canales y el nivel de participación en la comercialización.

Para el caso del centro de acopio, el canal que se utilizará se visualiza en la gráfica siguiente:

⁴ Christopher, H Lovelock, MERCADOTECNIA DE SERVICIOS, 3ra. Edición, Prentice Hall, Mexico, 1997. Pág. 165.

Gráfica 10.
Municipio de Jerez, Jutiapa.
Proyecto: Centro de Acopio de Granos Básicos.
Canal de Comercialización.
Año 2002.



Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002.

El mayor porcentaje de la producción será distribuido por la cooperativa al mayorista, quién llegará directamente hasta el centro de acopio, para comprarlo.

4.2.3 Márgenes de comercialización

El margen de comercialización es la diferencia entre el precio que paga el consumidor final y el costo del centro de acopio, los márgenes agregan valor al producto. Se inicia desde el precio del productor hasta las diversas actividades de la comercialización. En los siguientes cuadros se detallan los márgenes de comercialización por producto.

4.2.3.1 Margen del maíz

Con base el precio de Q. 75.00 por quintal de maíz, que será el que establezca la cooperativa, se espera obtener los márgenes de comercialización que a continuación se detallan.

Cuadro 34.
Municipio de Jerez, Jutiapa.
Proyecto: Centro de Acopio de Granos Básicos.
Márgenes de Comercialización del Maíz.
Año 2002.
(Cifras en Quetzales).

Instituciones	Precio venta	MBC*	Costo mercadeo	MNC*	R/ sobre inversión * %	Partici- pación %
Cooperativa	65.00					66.66
Venta de 1 qq. De maíz						
Mayorista	75.00	15.00	1.02	13.98	23.33	16.67
Transporte			0.75			
Almacenamiento			0.05			
Carga y descarga			0.22			
Detallista	90.00	15.00	1.25	13.75	18.33	16.67
Transporte			0.75			
Puesto de mercado			0.50			
Totales		30.00	2.27	27.73		100.00

* MBC = Margen bruto de comercialización

* MNC = Margen neto de comercialización

* R/S inversión = Rendimiento sobre inversión

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002

En el cuadro anterior, se observa que la participación de la cooperativa, es satisfactoria, si se considera que asumirá los riesgos de pérdidas físicas del

grano al descuidar las normas de calidad para su preservación, almacenamiento y otros costos, los intermediarios obtendrán en promedio el 21.06% por distribuir el maíz al consumidor final.

4.2.3.2 Margen del frijol

En el siguiente cuadro se presentan los márgenes de comercialización para el frijol:

Cuadro 35.
Municipio de Jerez, Jutiapa.
Proyecto: Centro de Acopio de Granos Básicos.
Márgenes de Comercialización del Frijol.
Año 2002.
(Cifras en Quetzales).

Instituciones	Precio venta	MBC*	Costo mercadeo	MNC*	R/ sobre inversión * %	Partici- pación %
Cooperativa	200.00					80.00
Venta de 1 qq. De maíz						
Mayorista	225.00	25.00	1.02	23.98	11.99	10.00
Transporte			0.75			
Almacenamiento			0.05			
Carga y descarga			0.22			
Detallista	250.00	25.00	1.25	23.75	10.55	10.00
Transporte			0.75			
Puesto de mercado			0.50			
Totales		50.00	2.27	47.73		100.00

* MBC = Margen bruto de comercialización

* MNC = Margen neto de comercialización

* R/S inversión = Rendimiento sobre inversión

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002.

En el cuadro anterior, se observa que el mayor porcentaje de participación en los márgenes de comercialización lo tiene la cooperativa, lo que se considera satisfactorio.

4.2.3.3 Utilidad en la venta de insumos

Es la diferencia entre el precio que paga el consumidor final y el costo del centro de acopio. Se inicia desde el precio del productor hasta las diversas actividades de la comercialización, como se muestra en el siguiente cuadro.

Cuadro 36.
Municipio de Jerez, Jutiapa.
Proyecto: Centro de Acopio de Granos Básicos.
Utilidad por Venta de Insumos.
Año 2002.
(Cifras en Quetzales).

Producto	Costo Centro de Acopio	Utilidad	Precio Centro de Acopio
Gramoxone	105	9	116
Gesaprin	10	17	12
Urea	78	10	87
Folidol	46	10	51
16-20-0	55	10	61

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002

- **Gramoxone**

En el gramoxone el centro de acopio obtendrá una utilidad del 9%, esto equivale Q 11.00 de ganancia, el precio para el productor será de Q 116.00.

- **Gesaprin**

En la venta del gesaprin el centro de acopio obtendrá una utilidad del 17%, esto equivale a ganar Q 11.00 por libra, el precio para el productor será de Q 12.00.

- **Urea**

En la venta de urea el centro de acopio obtendrá una utilidad del 10%, esto equivale a ganar Q 9.00 por quintal, el precio para el productor será de Q 87.00.

- **Folidol**

En la venta de folidol el centro de acopio obtendrá una utilidad del 10%, esto equivale a ganar Q 5.00 por litro, el precio para el productor será de Q 51.00 por cada unidad de venta.

- **Fertilizante 16-20-0**

La utilidad en la venta de este insumo es del 10%, esto equivale a ganar Q 6.00 por quintal, el precio para el productor será de Q 61.00 por cada quintal.

4.2.3.4 Margen de utilidad aplicando costos fijos y variables

Cuadro 37.
Municipio de Jerez, Jutiapa.
Proyecto: Centro de acopio de granos Básicos.
Margen de utilidad aplicando costos fijos y variables.
Año 2002.
(Cifras en Quetzales).

Insumos	Unidad de Medida	Costo Mayorista	Fijo y Variable	Costo Real	Venta Asociado	% Utilidad
Gramoxone	5 lit	105.00	3.16	108.16	116.00	7
Gesaprin	1 lib	10.00	0.30	10.30	12.00	14
Urea	1 qq	78.00	2.34	80.34	87.00	8
Folidol	1 lit	46.00	1.38	47.38	51.00	7
16-20-0	1 qq	55.00	1.65	56.65	61.00	7

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2,002.

Los márgenes de utilidad aplicando los costos fijos y variables son aceptables para el centro de acopio y para el asociado, esto permitirá que el productor baje sus costos de producción y que obtenga una mayor ganancia.

4.2.4 Economías de escala

“Este estudio se hace cuando creemos tener mayor demanda de algún producto, con el propósito de establecer, si al consumir más los costos fijos disminuyen, y si es conveniente o no producir más.”⁵

Para el caso de los productores del Municipio se refleja en la compra de los insumos, actualmente cada uno está comprando individualmente lo que necesita

⁵ Tania, Flores. Material de Apoyo Comercialización No Agrícola. USAC, 2004, Guatemala. Pág. 14.

para la producción, la compra es local y al precio que el intermediario establezca.

El centro de acopio hará los contactos necesarios para comprar los insumos por volúmenes altos, directamente con el fabricante, esto permitirá conseguir un buen precio y de esta manera trasladarlo al productor.

Cuadro 38.
Municipio de Jerez, Jutiapa.
Proyecto: Centro de Acopio de Granos Básicos.
Precios de Insumos Centro de Acopio vrs. Otro Proveedor.
Año 2002.
(Cifras en Quetzales)

	Unidad de	Precio	Precio	Dif.	Dif
Insumos	medida	Asociado	Otro	Q	%
		C. acopio	Proveedor		
Gramoxone	5 litros	116.00	140.00	24.00	0.17
Gesaprin	1 libra	12.00	17.00	5.00	0.29
Urea	1 qq	87.00	100.00	13.00	0.13
Folidol	1 litro	51.00	60.00	9.00	0.15
16-20-0	1 qq	61.00	80.00	19.00	0.24
Promedio				14.00	0.20

Fuente: Trabajo de campo EPS, primer semestre 2002

Es importante mencionar que al producir en mayor escala, se necesita más insumos y por lo tanto esto permite que se pueda negociar con los mismos fabricantes o distribuidores los precios. El cuadro anterior muestra el valor de compra del productor, y también el precio que le otorgan al centro de acopio por comprar en grandes volúmenes, esto permite que los costos disminuyan y

que se obtenga una mayor ganancia, en estas condiciones es aconsejable producir más.

CONCLUSIONES

Como resultado de la investigación realizada, en Municipio de Jerez se presentan las siguientes conclusiones.

1. El mayor porcentaje de la población económicamente activa se dedica a la agricultura, en época de cosecha todo el recurso humano está concentrado en la actividad, pero cuando termina la cosecha emigran a otros departamentos de la Republica o la Ciudad en busca de trabajo, la razón es porque en verano no hay agua y no pueden cultivar ningún producto, esto trae como consecuencia que la actividad económica se paralice y que la población que emigra no retorne al Municipio.
2. La producción pecuaria es la segunda actividad productiva en el Municipio, esta se lleva a cabo conforme a los conocimientos adquiridos en la práctica, carecen de asistencia técnica y en muchos de los casos los productores ven la actividad como de subsistencia, por lo tanto no puede tener un crecimiento para generar ingresos y fuentes de empleo.
3. Las unidades económicas que se dedican a la actividad pecuaria se enfrentan a que no tienen acceso al crédito, por no tener garantías para obtenerlo, esto trae como consecuencia que la actividad no tenga inversión y por lo tanto crecimiento.

4. Los productores no cuentan con una entidad local que se preocupe por mejorar sus técnicas de cultivo, aprovechamiento de la tierra, venta de fertilizantes a buen precio, comercialización de la producción, financiamiento, esto repercute en el nivel de vida de la población.
5. La actividad predominante en el Municipio es el cultivo de maíz y frijol, los productores venden su cosecha a los acopiadores camioneros o mayoristas, siendo estos los que determinan el precio de compra, lo que significa que no pueden negociar el precio, teniendo que vender su producción al precio que ellos impongan.
6. En el Municipio existe una Cooperativa de café, actualmente no está funcionando por la baja en el precio del café, pero cuenta con un edificio con área para carga y descarga, oficinas, sala de reuniones y amplio espacio para usarlo como bodega para almacenar granos, las instalaciones son adecuadas para el Centro de Acopio de granos.

RECOMENDACIONES

De acuerdo con la investigación realizada se establecen las siguientes recomendaciones:

1. Que los productores y la población se organicen y promuevan reuniones con autoridades públicas y expertos locales, para detectar las potencialidades productivas con que cuenta el Municipio en época de verano, luego solicitar al Alcalde y Corporación Municipal el apoyo necesario para gestionar ante el Gobierno y otras instituciones internacionales, ayuda técnica y crediticia para programas de riego y otras actividades productivas.
2. Que se organicen los productores pecuarios para poder buscar asistencia en instituciones como el MAGA, asociaciones de ganaderos de la Región, cooperativas que se dediquen a esta actividad, de esta manera las técnicas de producción serán mas eficientes basadas en conocimientos científicos.
3. Que los productores busquen asistencia por parte de las instituciones crediticias publicas, privadas, Ong's y entidades que se dedican a proporcionar créditos a la pequeña empresa, para poder invertir en la

producción de ganado Bovino, de esta manera esta actividad podría tomar relevancia en la actividad productiva del Municipio.

4. Que los productores aprovechen las instalaciones de la Cooperativa Agrícola Integral Jerez de la Frontera para crear un centro de acopio, en el cual se concentre la producción del Municipio y sea de beneficio para los productores. En estas instalaciones se capacitará a los productores en las diferentes actividades productivas.
5. Que los productores agrícolas concentren su producción en el Centro de Acopio, lo cual permitirá pagar un precio justo de mercado por el producto.
6. Que el encargado de mercadeo del Centro de Acopio utilice el plan anual de mercadeo, para definir las estrategias y evaluar los resultados obtenidos a fin de alcanzar la meta trazada en dicho plan.

BIBLIOGRAFÍA

- CHOLVIS, FRANCISCO. Diccionario de Contabilidad. Buenos Aires, Argentina, Lecomex, 1996. 192 Págs.
- CONGRESO DE LA REPUBLICA DE GUATEMALA. Código de Comercio y sus Reformas. Decreto 2-70, Tipografía Nacional, 1998. 75 Págs.
- CONGRESO DE LA REPUBLICA DE GUATEMALA. Código de Trabajo. Tipografía Nacional, 1992. 65 Págs.
- CONGRESO DE LA REPUBLICA DE GUATEMALA. Ley del Impuesto sobre la Renta, y su Reglamento. Decreto 26-92 y sus Reformas 1997. 55 Págs.
- FLORES MONTUFAR, TANIA AMERICA. Material de Apoyo Comercialización No Agrícola. USAC, 2004, Guatemala. 50 Págs.
- INSITITUTO NACIONAL GEOGRÁFICA NACIONAL. Diccionario Geográfico de Guatemala, 1985. 980 Págs.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. Departamento de Jutiapa: Características Generales de Población y Habitación, 1996. 560 Págs.
- KOHLER, ERIC L. Diccionario para Contadores. México, UTEHA, 1982. 760 Págs.

- KOONTZ, HAROLD Y HEINZ WECHRIC. Administración una Perspectiva Global. 10ª. Edición México, McGraw Hill, 2000. 780 Págs.
- KOTLER, PHILIP Y GARY AMSTRONG. Fundamentos de Mercadotecnia. 2ª. Edición México, Prentice Hall, 1991. 154 Págs.
- LOVELOK, H CHRISTOPHER. Mercadotecnia de Servicios. 3ª. Edición México, Prentice Hall, 1998. 54 Págs.
- MICROSOFT, 2000. Enciclopedia Encarta 2000. Estados Unidos, Disco Compacto.
- SIMONS, CHARLES S, JOSE MANUEL TARANO Y JOSÉ HUMBERTO PINTO. Clasificación de Reconocimiento de los Suelos de la República de Guatemala. Editorial del Ministerio de Educación Pública, 1959. 1,000 Págs.
- STONE, JAMES Y CHARLES WANKEL. Administración. 3ª. Edición México, Prentice Hall, 2001. 345 Págs.
- TOLEDO GARCÍA, RONIEL HUMBERTO. Inversión, Costos, Financiamiento y Evolución Financiera, Producción y Comercialización de Maíz y Fríjol Asociado. Ejercicio Profesional Supervisado. Guatemala, Universidad de San Carlos de Guatemala, 1997. 765 Págs.

ANEXOS

INDICE DE ANEXOS

Plan anual de marketing	1
Presupuesto de ventas	9
Trifoliar centro de acopio	10
Manual de normas y procedimientos	12
Formas de procedimientos	28
Procedimiento página web	30

PLAN ANUAL DE MARKETING



“MEJOR PRECIO NO LE DAN NI EN LA FRONTERA”

AÑO 2005.

CONTENIDO PLAN ANUAL DE MARKETING

Introducción	1
Objetivos corporativos	2
Objetivos de participación de mercado	2
ANÁLISIS DE MERCADO	3
Mercado relevante	3
Demanda primaria	4
Demanda selectiva	4
Definición de la segmentación del mercado	4
Competencia	5
Mercado objetivo	5
Ventaja competitiva	5
Medidas de comportamiento de compra	5
ANÁLISIS DE PRODUCTIVIDAD Y RENTABILIDAD	6
Presupuesto de ventas	7
Programa promocional	7

INTRODUCCIÓN

El Plan Anual de Marketing es un instrumento que será de utilidad para que el Centro de Acopio planifique anticipadamente las actividades para el siguiente año, encaminando todos sus esfuerzos a que los objetivos se cumplan en el tiempo estipulado y con los recursos disponibles, para el efecto se plantearan objetivos corporativos y de participación de mercado, se llevará a cabo un análisis de la situación actual del mercado, haciendo énfasis en la demanda de los productos agrícolas, el segmento de mercado al que está dirigido, la competencia actual y el mercado objetivo.

Existen algunas otras variables que se tomaran en cuenta para el presente plan, las cuales son de utilidad para que se cumpla y de los resultados esperados, como es el comportamiento de compra del mercado, también se tienen que contemplar la productividad y rentabilidad según los datos del estado de resultados.

PLAN ANUAL DE MARKETING COOPERATIVA AGRICOLA INTREGRAL

JEREZ DE LA FRONTERA R.L.

El presente plan será de utilidad para que la administración del centro de acopio planifique con tiempo sus estrategias, para poder alcanzar las metas establecidas basadas en proyecciones de ventas anticipadas para el siguiente año, este es un instrumento que sirve para que toda la organización tenga una meta que cumplir y que todos los esfuerzos sean encaminados para alcanzarla, así mismo sirve como un mecanismo de control para conocer en que medida se cumplió con lo planificado.

El Plan de marketing tiene que ser elaborado a través del análisis de situación aplicado a la cooperativa.

Objetivos corporativos

- Concentrar en el centro de acopio toda la producción de maíz y frijol del Municipio, esto permitirá un pago justo al productor.

Objetivos de participación de mercado

- Concentrar la producción de todo el Municipio en el primer año.
- Proporcionar el mejor precio de los insumos a los productores.

- Mantener la calidad del maíz y frijol durante la vida útil del proyecto.

ANÁLISIS DE MERCADO

Al elaborar el análisis de situación se pretende identificar con claridad quien es el mercado meta, por medio de la investigación de sus características y estilo de vida, pues por medio de estas se podrá diseñar un producto que sea capaz de satisfacer sus necesidades.

Mercado relevante

El maíz y el frijol constituyen parte de la canasta básica de la población, además constituye el alimento básico para la población del interior de la República, entre otras cosas, varias industrias procesadoras utilizan estos granos como materia prima para elaborar diferentes productos, por lo tanto se puede decir que la demanda es creciente.

Los granos básicos no tienen sustitutos naturales y actualmente no se producen productos que contengan las mismas características, no existe ninguna alternativa.

Demanda primaria

El maíz y el frijol son productos que consume toda la población, estos se pueden consumir desde que los niños cumplen un año de edad, son productos que proveen de vitaminas al ser humano, especialmente para los niños, además dentro de los alimentos diarios de consumo masivo son de los más importantes, se consume transformado en diferentes formas y no tiene restricción de edad, sexo, ni posición económica para consumirlo.

Demanda selectiva

Para el caso de este producto no existe demanda selectiva, porque no existe variedad de marcas, el maíz y frijol es un único producto, en el caso del maíz existe de color amarillo y negro, pero el más comercial es de color amarillo.

Definición de la segmentación de mercado

El maíz y el frijol es un producto que se constituye básico en la dieta de la población, por ser el principal producto agrícola cultivado en el país y además de consumo masivo, no se puede segmentar su mercado, debido a que lo consumen personas de todas las edades, razas, culturas y posiciones sociales diferentes, tanto en el interior de la República como en la Ciudad Capital.

Competencia

Para los granos básicos no existe competencia, por el tipo de producto ya que no es como todos los demás.

Mercado objetivo

Este mercado está constituido por los detallistas, mayoristas del Municipio y regiones aledañas, así como industrias procesadoras las cuales están ubicadas especialmente en la Ciudad Capital.

Ventaja competitiva

Los atributos o características que buscan los compradores del producto son la calidad y precio, así como la capacidad de poder surtir las cantidades que se necesitan.

Medidas de comportamiento de compra

En cuanto a los patrones que condicionan la compra de los entes del mercado meta del proyecto, se concluye en que tanto el detallista, mayorista, industrias procesadoras están orientados por el principio de compra, esto quiere decir que están seguros de lo que quieren, compran lo que necesitan y cuando lo desean, no están condicionados por factores externos o de status.

Entre las medidas de comportamiento de los clientes, se encuentran las siguientes:

- La calidad del producto es inspeccionada por el comprador, que según características técnicas y comparativas determina si cumple con sus requisitos de calidad y precio, una vez aprobada la compra se procede a programar las fechas de entrega, el transporte para trasladar el producto corre a cargo del cliente.
- La periodicidad de compra se establecerá con el cliente, actualmente se vende el producto cuando se levanta la cosecha y cuando no hay suficiente oferta.
- El lugar para negociar la compra- venta será en el centro de acopio.
- La decisión de compra es tomada por el comprador central persona o encargada de evaluar las compras.
- La forma de pago es al contado.

ANÁLISIS DE PRODUCTIVIDAD Y RENTABILIDAD

Para que el proyecto sea rentable se necesita medirlo en base a resultados según los estados financieros que se encuentran en el capítulo III en la parte de evaluación financiera:

- Según el estado de resultados proyectado a cinco años se observa que cada año la operación da ganancia, esto hace auto sostenible el proyecto.

- Analizando el margen de utilidad, da como resultado 9.31% que es lo que el centro de acopio tiene disponible para cubrir los gastos de operación, este porcentaje es suficiente para poner el negocio en marcha.
- En la rentabilidad de la inversión, de acuerdo con la inversión fija es de 28.19%, esto es un porcentaje elevado en el uso del activo fijo, este análisis, muestra que el proyectos es rentable.

Presupuesto de ventas

Es necesario que se plasme en este plan un presupuesto de ventas para un año, lo cual permitirá desarrollar las estrategias mensuales para llegar a la meta, así como promocionar el Centro de Acopio y conseguir nuevos asociados, todas las actividades serán de utilidad para cumplir con los objetivos.

Programa promocional

Para llegar al presupuesto de ventas se necesita tener los asociados suficientes, esto se logrará informando a la población, que en la Cooperativa está funcionando el Centro de Acopio, para esto se hará lo siguiente:

Productores

- Reuniones con los productores por centro poblado
- Se estará anunciando con altoparlantes la reuniones en todo el Municipio

- En cada reunión se solicitará la presencia del Alcalde del lugar ó un representante.
- Para motivar a los productores a asociarse al Centro de Acopio, se estarán programando varias capacitaciones en las instalaciones, esto será como un lanzamiento, no tendrá ningún cobro y podrán participar los productores que los deseen.
- Se harán los contactos necesarios con los distribuidores de los insumos para que presenten los diferentes insumos y una explicación sobre su uso.
- En las reuniones con los productores se hará énfasis en los beneficios de los servicios que el centro de acopio tendrá a la disposición.
- Se repartirán trifoliales para que se amplíe la información.

Clientes potenciales

El comercializador del Centro de Acopio será el responsable de hacer los contactos necesarios con los clientes potenciales.

- Organizará viajes al Centro de Acopio para que conozcan las instalaciones y la capacidad de almacenaje.
- Enviará correos electrónicos a los clientes haciéndoles una presentación de la organización.
- Visitará a los compradores de las industrias procesadoras y mayoristas para ofrecer el producto.

Municipio de Jerez, Jutiapa.
Proyecto: Centro de Acopio de Granos Básicos.
Presupuesto de Ventas.
(Cifras en miles de Quetzales).

Producto	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Total
Ventas de Maíz	90.000,00	52.500,00	42.500,00	25.125,00	33.430,00	54.300,00	56.100,00	56.100,00	112.200,00	56.100,00	0,00	578.355,00
Ventas de Frijol	95.000,00	19.800,00	19.800,00	19.800,00	14.575,00	16.875,00	10.575,00	19.800,00	-	-	-	216.225,00
TOTAL	185.000,00	72.300,00	62.300,00	44.925,00	48.005,00	71.175,00	66.675,00	75.900,00	112.200,00	56.100,00	-	794.580,00

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002 .

COOPERATIVA AGRÍCOLA INTEGRAL

JEREZ DE LA FRONTERA R.L.

"CENTRO DE ACOPIO DE GRANOS"



"MEJOR PRECIO NO LE DAN NI EN LA FRONTERA"

ACOPIO DE MAÍZ Y FRÍJOL

**MUNICIPIO DE JEREZ
DEPARTAMENTO DE JUTIAPA
GUATEMALA**

La Cooperativa Agrícola Integral

Jerez de La Frontera tiene como objetivo organizar a los productores agrícolas a concentrar la producción en un centro de acopio, ofreciendo beneficios como, precios justo de la producción, capacitación, asesoría técnica, venta de insumos a buen precio y financiamiento.

Para cumplir con el objetivo será hará uso de las instalaciones de la Cooperativa, aprovechando la infraestructura existente.

La dirección de la cooperativa estará a cargo de los mismos productores del Municipio.

REQUISITO PAR SER ASOCIADO

- 1.- Ser productor de Maíz y frijol
- 2.- Completar datos generales del asociado.
- 3.- Única cuota de Q 200.00 (Pagadera en producto).

BENEFICIOS PARA EL ASOCIADO

- 1.- Pago justo de la producción
- 2.- Asesoría para mejoramiento de cultivos.
- 3.- Capacitación constante
- 4.- Venta de Insumos a buen precio
- 5.- Servicio de Desgranadora
- 6.- Transporte de la producción al centro de acopio.
- 7.- Financiamiento

MISIÓN	NUESTRO COMPROMISO
" Somos la Organización agrícola que recolecta, comercializa y distribuye la producción de Maíz y Fríjol del Municipio. La naturaleza de nuestro trabajo nos ubica en una posición privilegiada, porque tenemos la responsabilidad de influir en la cultura productiva de nuestros asociados. Buscamos permanentemente fortalecer nuestro liderazgo con la excelencia en el servicio a nuestros clientes".	- Que los productores cuente con una organización que les permita comercializar sus productos. - Que el centro de acopio sea una herramienta para que por medio de los beneficios que ofrecerá se reduzcan los costos y se aumente la ganancia. - Que mejore el nivel de vida de la población. " Por el desarrollo de nuestro Municipio"
VISIÓN	COOPERATIVA AGRÍCOLA INTEGRAL JEREZ DE LA FRONTERA R.L. "CENTRO DE ACOPIO DE GRANOS"
" Ser la organización agrícola más importante del Departamento de Jutiapa, así como la mejor opción mejor comercialización de Municipio de Jerez."	

MANUAL DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS

PROPUESTO PARA EL CENTRO DE ACOPIO

MUNICIPIO DE JEREZ, JUTIAPA

INTRODUCCIÓN

El presente manual de normas y procedimientos tiene como fin primordial hacer más efectiva la gestión empresarial dentro del Centro de Acopio. Establece que las distintas unidades administrativas realicen sus actividades de acuerdo con las funciones de cada puesto de trabajo, evitando la duplicidad y como instrumento de orientación para los nuevos miembros.

En la misma forma se describen las secuencias de cada procedimiento, desde el paso inicial hasta su finalización, en una forma lógica y técnica para evitar pérdida de tiempo y pasos innecesarios; indicará claramente quien es el responsable de cada etapa en la actividad desarrollada.

Objetivos del manual

- Servir de guía y orientación a los miembros del comité para obtener mayor eficiencia y optimizar el recurso humano disponible.
- Evitar la duplicidad de tareas y alcanzar una eficiente coordinación entre las diversas unidades administrativas.

CAMPO DE APLICACIÓN

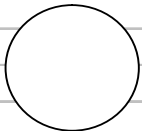
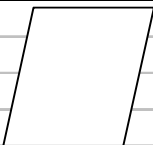
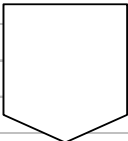
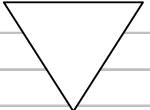
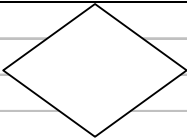
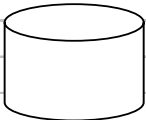
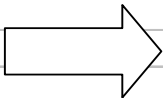
El presente manual tendrá aplicación en cada una de las actividades programadas a los integrantes de los distintos órganos y unidades administrativas del Centro de Acopio, entre los procedimientos a utilizar se mencionan:

- Contactar productores para el centro de acopio
- Venta de insumos a los productores
- Comercialización de la producción

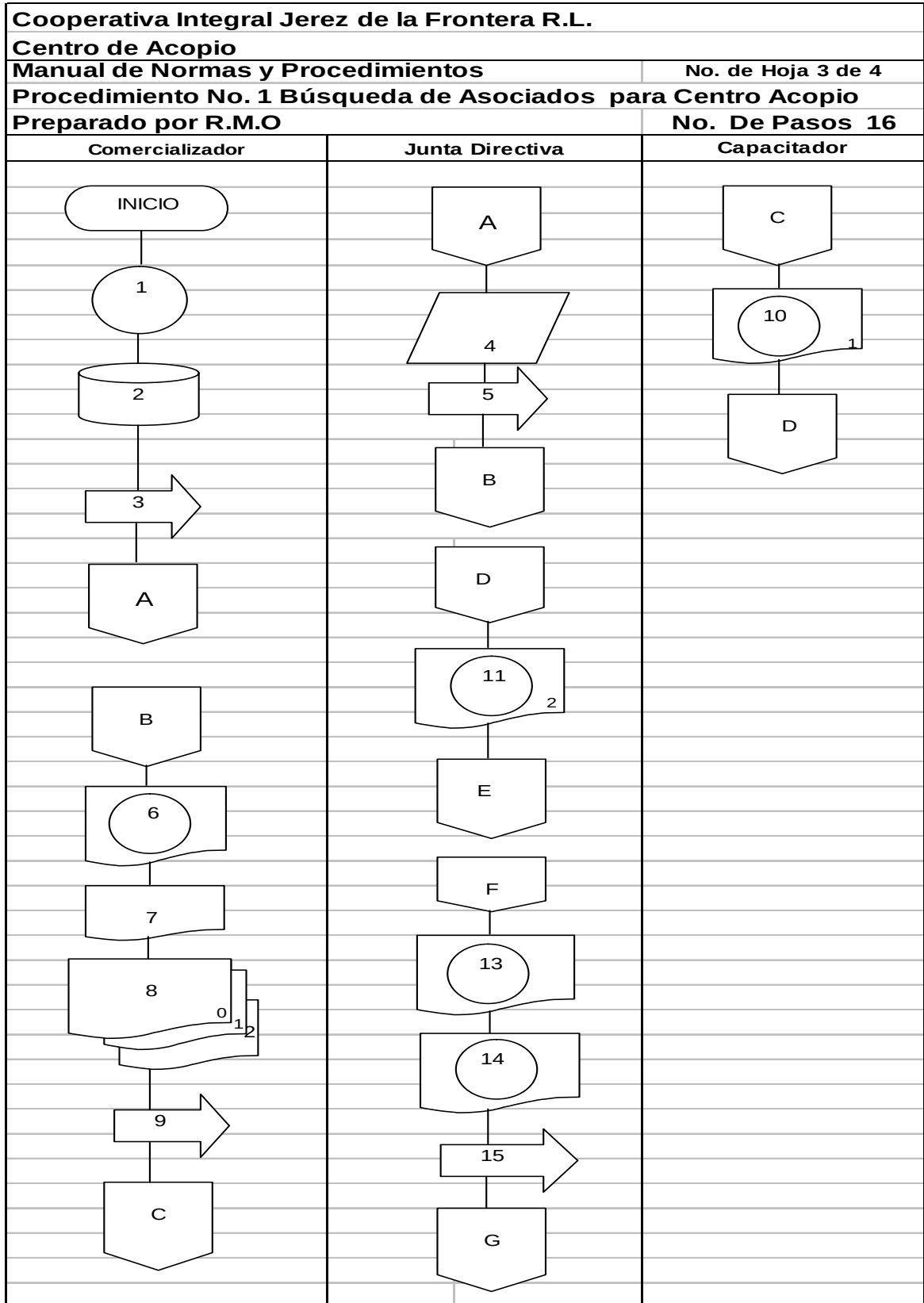
NORMALES GENERALES

- El contenido del presente manual debe ser dado a conocer por el medio más conveniente a nivel interno del Centro de Acopio, para su aplicación inmediata y pleno conocimiento por parte de sus miembros.

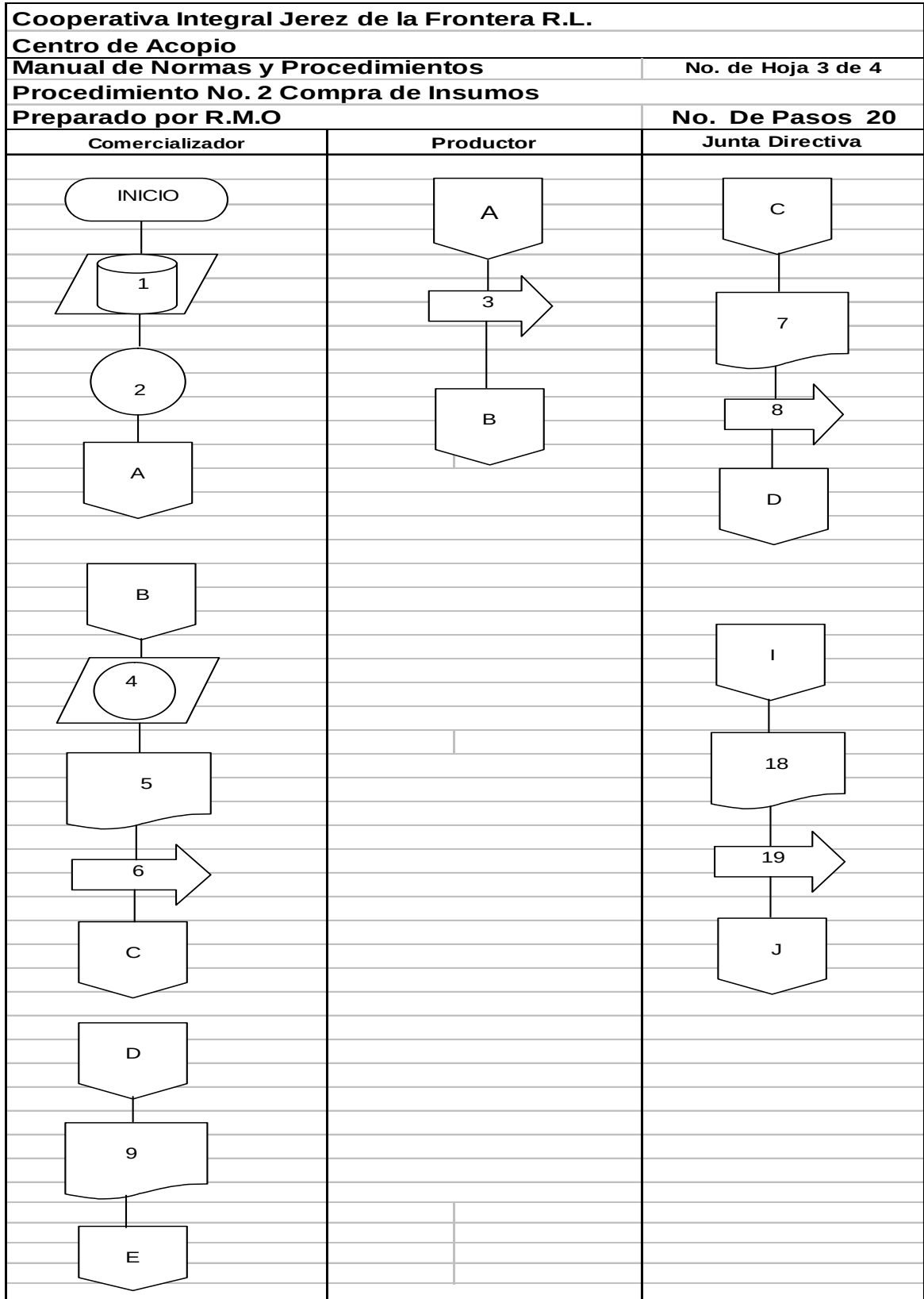
- Este manual puede ser modificado por medio de observaciones y sugerencias por parte de cada unidad de trabajo, utilizando para ello los canales formales de comunicación y respetando los niveles jerárquicos establecidos.
- Es obligatorio para la Junta directiva y todo el personal que interviene en los procedimientos, el apego y cumplimiento estricto de los procedimientos establecidos en el presente manual.

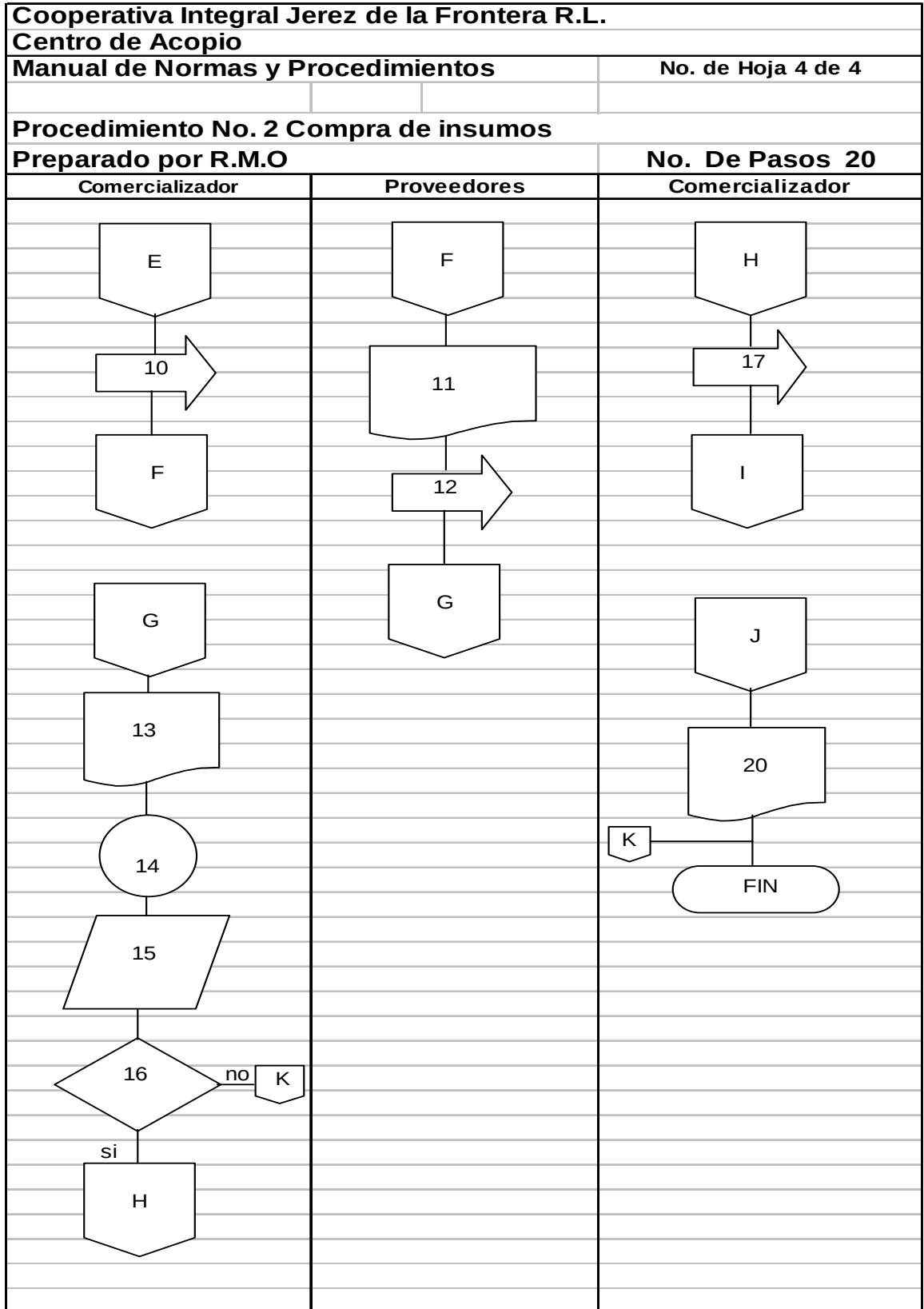
SIMBOLOGIA						
SIMBOLOGÍA	DESCRIPCIÓN					
	El inicio y el final de un procedimiento se representa por medio de una figura elíptica.					
Inicio- Final						
	Las operaciones del procedimiento se representan por medio de un círculo. Una operación ocurre cuando se prepara información, se firma un documento, se recolecta datos, etc.					
Operación						
	Las inspecciones, revisiones o verificaciones, se representan por medio de esta figura, una revisión ocurre cuando se examina o comprueba algún trabajo ejecutado.					
Inspección						
	El conector se utiliza cuando se finalizan las actividades de un puesto determinado y se pasa a otra distinta, siempre y cuando correspondan al mismo procedimiento, se debe de incluir dentro del conector una letra con el cual se inician los pasos en la siguiente unidad.					
Conector de Página						
	Los archivos definitivos de papelería, formulario, se representan por medio de un triángulo invertido, representa la acción de archivar.					
Archivo Definitivo						
	La utilización de documentos, libros, folletos, formularios y hojas, se representan con una figura que simula un cuadro con un ligero corte curvo en su lado inferior.					
Documento						
	Una decisión o alternativa a tomarse en un procedimiento, se representa por medio de una figura de rombo, al lado derecho de la figura se coloca la acción positiva y a la izquierda la negativa.					
Decisión						
	Representa un almacenamiento de datos en computadora.					
Arquivo de datos						
	La flecha se usa cuando se traslada documentos a otros participantes en el procedimiento.					
Traslado de datos						

Procedimiento No. 1		
Búsqueda de asociados para el Centro de Acopio.		
		Año: 2,002
		Elaborado: RMO
INICIA: Comercializador		FINALIZA: Comercializador
OBJETIVOS Y NORMAS DEL PROCEDIMIENTO		
PUESTO	PASO	ACTIVIDAD
Comercializador	1	Establece la cantidad de productores en la región por tamaño de finca y que tipo de cultivo es Maíz o Fríjol.
	2	Elaborá una base de datos con los datos generales del productor y volumen de producción.
	3	Traslada a la Junta Directiva listado de productores para revisión y observaciones
Junta Directiva	4	Revisa listado, hace sus observaciones, autoriza y traslada a comercialización.
	5	Traslada a comercialización.
Comercializador	6	Revisa listado de productores y hace las correcciones necesarias.
	7	Elabora listado definitivo de productores y prepara carta de invitación para presentación del Centro de Acopio.
	8	Elabora carta de invitación para los productores , con copias.
	9	Traslada copias a encargado de capacitación y junta directiva.
Capacitador	10	Recibe copia de carta y elabora un trifoliar para informar la misión y visión y beneficios del Centro de Acopio.
Junta Directiva	11	Recibe copia de carta, planifica para la presentación con los productores.
Productor	12	Recibe carta para asistir a presentación.
Junta Directiva	13	Llevan a cabo la presentación a todos los asociados, explican los beneficios de ser asociado al centro de acopio y entregan un trifoliar.
	14	Hacen un recorrido por las instalaciones del centro de acopio y entregan un formulario para los que deseen ser asociados.
	15	Traslada formularios de interesados a comercializador y da bienvenida.
Comercializador	16	Ingresa en base de datos de asociados.



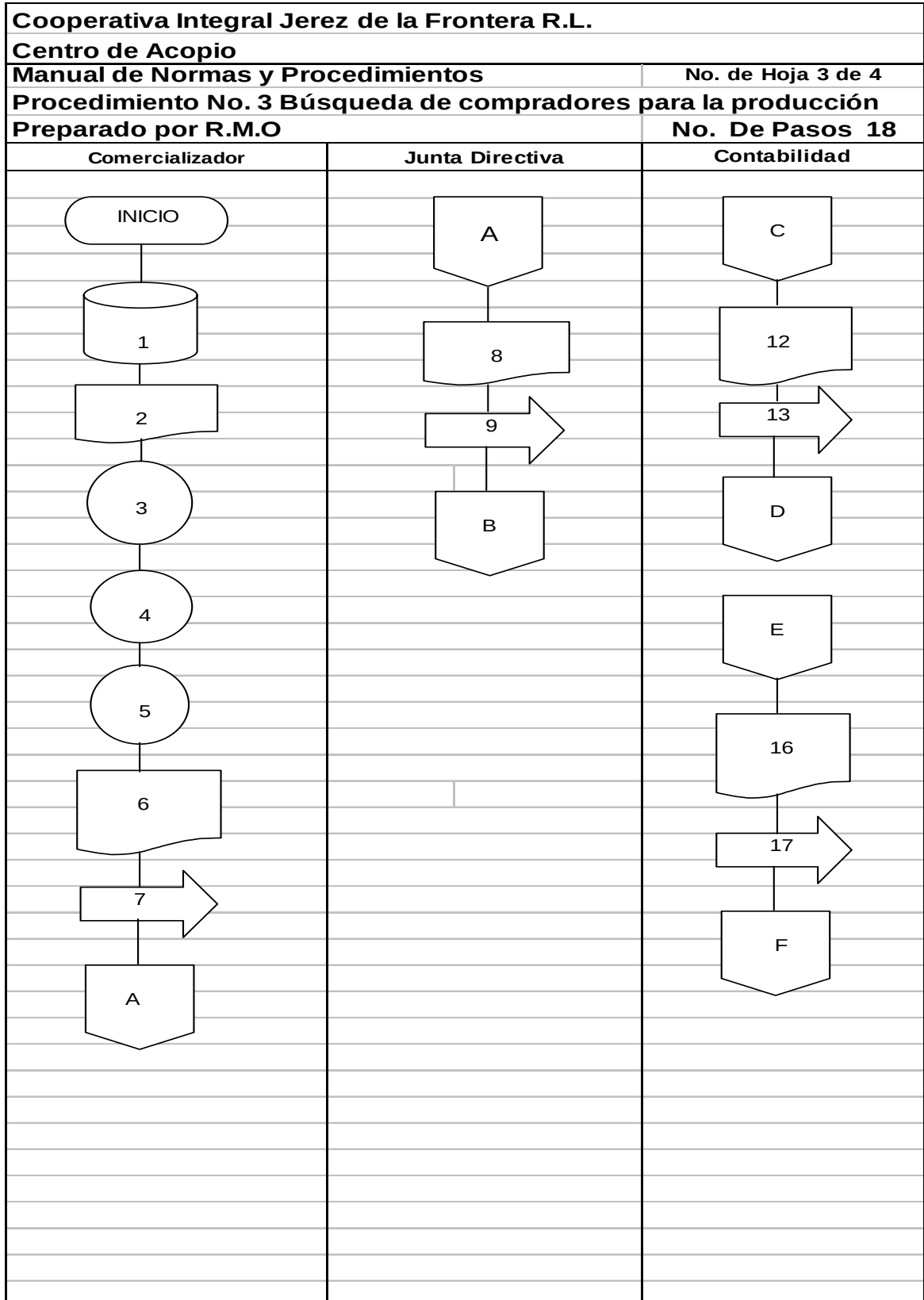
Cooperativa Integral Jerez de la Frontera R.L.		
Centro de Acopio		Hoja 2 - 4
Procedimiento No. 2		
Compra de Insumos		
		Año: 2,002
		Elaborado: RMO
INICIA: Comercializador		FINALIZA: Junta Directiva
OBJETIVOS Y NORMAS DEL PROCEDIMIENTO		
PUESTO	PASO	ACTIVIDAD
Comercializador	1	Revisa la base de datos para verificar cuantos productores estan asociados, por tamaño de finca y tipo de cultivo.
	2	Investiga con el productor cuanto utiliza de insumos para la producción y el lugar y el precio a que lo compra.
Productor	3	Traslada al Comercializador los datos de cuanto utiliza para para la producción y el precio.
Comercializador	4	Recibe y determina que cantidad de insumos que necesita para venderlo a los asociados.
	5	Elaborá informe para Junta Directiva
	6	Traslada a Junta Directiva para revisión
Junta Directiva	7	Recibe informe y autoriza cotizar los insumos
	8	Traslada informe autorizado a comercializador
Comercializador	9	Recibe informe autorizado y procede a cotizar con los distintos proveedores.
	10	Traslada carta a los proveedores
Proveedores	11	Reciben carta y proceden a cotizar.
	12	Traslada cotización a comercializador
Comercializador	13	Recibe cotización y selecciona 2 de ellas.
	14	Solicita una Reunión con los 2 proveedores para revisar si se obtiene mejor precio por el volumen de compra.
	15	Se reúnen con comercializador y hacen sus mejores ofertas tanto en precio como en beneficios adicionales.
	16	Selecciona a uno de los dos proveedores y solicita crédito y capacitación.
	17	Traslada propuesta a Junta directiva para su aprobación.
Junta Directiva	18	Recibe y aprueba cotización.
	19	Traslada para compra.
Comercializador	20	Recibe y compra.

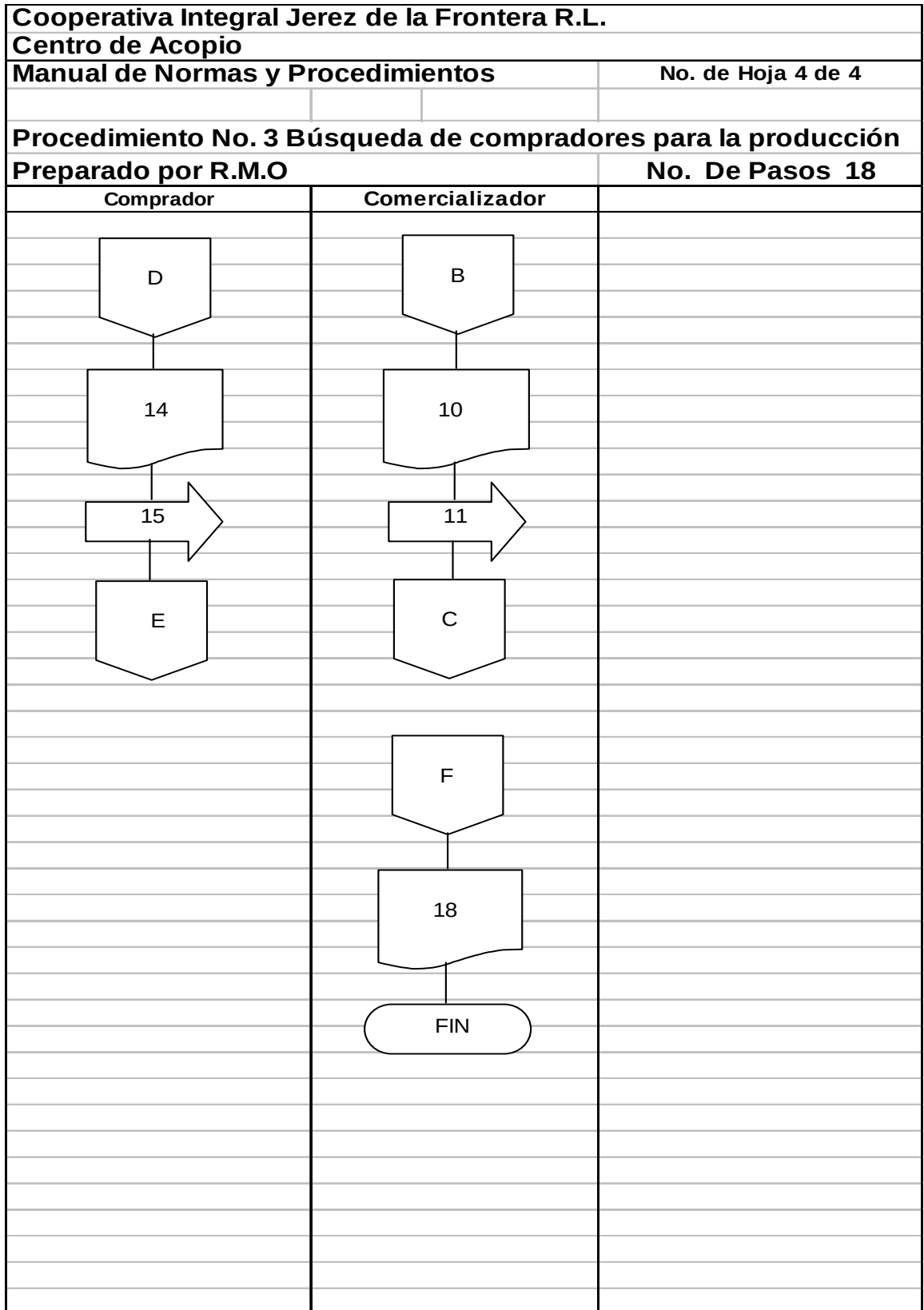




[illegible]

Cooperativa Integral Jerez de la Frontera R.L.		
Centro de Acopio		Hoja 2 - 4
Procedimiento No. 2		Pasos:
Búsqueda de compradores para la producción.		Formas:
		Año: 2,002
		Elaborado: RMO
INICIA: Comercializador		FINALIZA: Comercializador
OBJETIVOS Y NORMAS DEL PROCEDIMIENTO		
PUESTO	PASO	ACTIVIDAD
Comercializador	1	Elabora una página Web para que los interesados en comprar puedan tener información del Centro de Acopio.
	2	Envía información del Centro de Acopio a las diferentes cooperativas y gremiales que existen en el país.
	3	Investiga quienes son los mayoristas de la región y de la capital, así como industrias procesadoras.
	4	Concerta las citas necesaria con los interesados en comprar la producción.
	5	Promueve visitas al centro de acopio con los interesados en comprar la producción.
	6	Elabora un listado de los compradores interesados con todos sus datos para formar una base de datos.
	7	Traslada a Junta Directiva para aprobación.
Junta Directiva	8	Recibe el listado y aprueba.
	9	Traslada a comercializador para que se llene la papelería necesaria.
Comercializador	10	Recibe listado aprobado para iniciar compra.
	11	Traslada a contabilidad para que envíe a los clientes las solicitudes correspondientes.
Contador	12	Recibe listado y envía a los clientes la solicitud.
	13	Traslada solicitud a los clientes
Comprador	14	Llena la solicitud con los datos requeridos
	15	Traslada a contabilidad para autorización.
Contador	16	Recibe y revisa que todos los datos estén completos y traslada a comercializador.
	17	Traslada a comercializador para aprobación
Comercializador	18	Autoriza las solicitudes para proceder a vender el producto.





MANUAL DE FORMULARIOS

PROPUESTO PARA EL CENTRO DE ACOPIO

MUNICIPIO DE JEREZ, JUTIAPA

Forma 1
Formulario Para Socios Nuevos

COOPERATIVA INTREGAL JEREZ DE LA FRONTERA R.L. CENTRO DE ACOPIO MUNICIPIO DE JEREZ, JUTIAPA	
DATOS DEL ASOCIADO	
Asociado No. 00005	
Jerez, de del 2,00	
Nombre del Propietario de la Finca:	
Ubicación de la Finca:	
Productos que cultiva	
Maíz ☐	Otros: ☐
Fríjol ☐	
Cantidad de producción en quintales	
Maíz ☐	Fríjol ☐
	Otros: ☐
Comercialización	Vo. Bo. Junta Directiva

Forma 2
Formulario Para Compradores de la Producción

COOPERATIVA INTREGAL JEREZ DE LA FRONTERA R.L.
CENTRO DE ACOPIO
MUNICIPIO DE JEREZ, JUTIAPA

SOLICITUD CLIENTE NUEVO

No. 00001

Guatemala, de del 2,00	Vendedor:
Nombre del cliente o negocio:	
Propietario:	Nit:
Dirección:	
Teléfono:	
Condiciones de pago:	
Datos sobre el negocio	
Tipo de negocio: Mayorista ☐ Detallista ☐ Industria ☐	
Cantidad promedio de compra en Quintales ☐ ☐	
No. de patente de comercio: _____	

Referencias Comerciales

Nombre: _____	Teléfono: _____
Nombre: _____	Teléfono: _____

Firma del cliente	Comercialización	Vo. Bo. Junta Directiva

PROCEDIMIENTO PARA OBTENER UNA PÁGINA WEB

Cada día que pasa las empresas tienen la necesidad que los clientes y todo el público se entere de los productos y servicios que se tienen a la disposición, las formas y medios como se dan a conocer son variadas, actualmente como está la tecnología existe un medio eficaz para que de cualquier parte del mundo y cualquier empresa, institución o persona se entere de lo que ofrecen las empresas, esta es la página a web que se consulta vía Internet, son muy pocas las cooperativas que tienen una página a su disposición, para el efecto se describirá el procedimiento para obtenerla.

Existen varias empresas que se dedican a elaborar este producto, ofrecen paquetes dentro de los cuales ponen a la disposición lo siguiente:

- Cinco páginas informativas
- Una página dinámica
- Dominio
- El nombre que desee para esta página y un lugar en Internet donde se almacenan las páginas para que los interesados las puedan consultar.
- Una dirección de correo electrónico

- Dentro de la página web ponen un formulario para que el cliente que este interesado que se le visite o le envíe información, ingrese sus datos para que algún representante de la empresa, contacte al interesado.
- Puede consultar las estadísticas de la cantidad de personas que visitan su página web las 24 horas.

Elementos que se necesita para trabajar la página

- Logotipo de la cooperativa
- Texto que deseen en la página
- Fotos de las instalaciones o productos

Costo de la página

- \$ 599.00 Anuales
- Después de un año de adquirido el servicio se paga \$ 25.00 al mes, por seguir manteniendo la página.

Donde consultar información general sobre como obtener una página web

Actualmente existen muchas empresas que se dedican a asesorar sobre estas herramientas, pero como referencia se puede consultar en internet a info@deguate.com , en este lugar encontraran información general y los diferentes servicios que ofrecen para este medio de comunicación.

Este informe individual denominado “COMERCIALIZACIÓN (CRIANZA Y ENGORDE DE GANADO BOVINO)” ha sido elaborado por Rodolfo Mesías Ortiz y desarrolla aspectos específicos del tema general “DIAGNOSTICO SOCIOECONOMICO, PONECIALIZACIONES PRODUCTIVAS Y PROPUESTAS DE INVERSIÓN” municipio de Jerez, departamento de Jutiapa, que fuera elaborado por los siguientes practicantes:

CARRERA DE ECONOMÍA

Roberto Eugenio García Melgar

CARRERA DE AUDITORIA

Juan Francisco Gómez Rompich

Héctor Vidal Isidro Hernández

Edwin Ernesto Escobar

Luis Roberto Barillas Rodríguez

Victor Manuel Sánchez Ramírez

Sonia Maribel Salguero Girón

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN

José Alfredo Morán Amaya

Isaías Estrada Quintanilla

Rodolfo Mesías Ortiz

Hugo Rolando Vargas Alonzo

DOCENTE SUPERVISOR

Licda. Tania América Flores Montufar

JEFE SUPERVISOR

Lic. José Joaquín Mejicanos Arce