

MUNICIPIO DE MOMOSTENANGO
DEPARTAMENTO DE TOTONICAPÁN

“COMERCIALIZACIÓN Y ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL (PRODUCCIÓN DE
HUEVOS DE GALLINA) Y PROYECTO: PRODUCCIÓN DE CHILE PIMIENTO”

AURA MARLENI REYES LEVERMAN

TEMA GENERAL

“DIAGNÓSTICO SOCIOECONÓMICO, POTENCIALIDADES PRODUCTIVAS Y
PROPUESTAS DE INVERSIÓN”.

MUNICIPIO DE MOMOSTENANGO
DEPARTAMENTO DE TOTONICAPÁN

TEMA INDIVIDUAL

“COMERCIALIZACIÓN Y ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL (PRODUCCIÓN DE
HUEVOS DE GALLINA) Y PROYECTO: PRODUCCIÓN DE CHILE PIMIENTO”.

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
2,007

2,007

(C)

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

MOMOSTENANGO – VOLUMEN

2-57-75-AE-2007

Impreso en Guatemala, C.A.

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

“COMERCIALIZACIÓN Y ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL (PRODUCCIÓN DE
HUEVOS DE GALLINA) Y PROYECTO: PRODUCCIÓN DE CHILE PIMIENTO”.

MUNICIPIO DE MOMOSTENANGO
DEPARTAMENTO DE TOTONICAPÁN

INFORME INDIVIDUAL

Presentado a la Honorable Junta Directiva y al
Comité Director

del

Ejercicio Profesional Supervisado de
la Facultad de Ciencias Económicas

por

AURA MARLENI REYES LEVERMAN

previo a conferírsele el título

de

ADMINISTRADORA DE EMPRESAS

en el Grado Académico de

LICENCIADA

Guatemala, octubre de 2007.

ÍNDICE

	Página
Introducción	i

CAPÍTULO I

ASPECTOS GENERALES DEL MUNICIPIO

1.1	ANTECEDENTES HISTÓRICOS	1
1.2	LOCALIZACIÓN	2
1.3	CONDICIONES CLIMATOLÓGICAS	2
1.4	RECURSOS NATURALES	2
1.4.1	Recursos edáficos (suelos)	3
1.4.2	Recursos hidrológicos (agua)	3
1.4.3	Recursos forestales (bosques)	4
1.5	ASPECTOS DEMOGRÁFICOS	4
1.5.1	Población por rango de edad	4
1.5.2	Población económicamente activa	5
1.5.3	Ocupados, sub - ocupados y desocupados	6
1.5.4	Nivel de gastos e ingresos familiares	7
1.5.5	Gastos familiares	7
1.5.6	Ingresos familiares	8
1.5.7	Nivel de pobreza	8
1.5.8	Migración	9
1.5.9	Vivienda	10
1.6	DIVISIÓN POLÍTICO - ADMINISTRATIVA	10
1.6.1	División política	10
1.6.2	División administrativa	12
1.7	INFRAESTRUCTURA	14
1.7.1	Vías y medios de comunicación	14
1.7.2	Mercado	15
1.7.3	Rastro	15
1.7.4	Cementerio	15

1.8	SERVICIOS	16
1.8.1	Estatales	16
1.8.2	Municipales	18
1.8.3	Privados	19
1.9	ORGANIZACIONES EXISTENTES	21
1.9.1	Gubernamentales	21
1.9.2	No gubernamentales	21
1.9.3	Sociales	22
1.9.4	Productivas	22
1.1	ESTRUCTURA AGRARIA	22
1.10.1	Tenencia	22
1.10.2	Concentración	22
1.10.3	Uso de la tierra	23
1.11	PRODUCCIÓN DEL MUNICIPIO	23
1.12	EVALUACIÓN DEL ENTORNO	23
1.12.1	Amenazas	23
1.12.2	Riesgos identificados	24

CAPÍTULO II

SITUACIÓN ACTUAL DE LA PRODUCCIÓN DE HUEVOS DE GALLINA

2.1	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	25
2.1.1	Descripción genérica	25
2.1.2	Variedades	26
2.1.3	Usos	26
2.2	PRODUCCIÓN	26
2.2.1	Proceso productivo	26
2.2.2	Volumen, valor y superficie	29
2.2.3	Destino	30
2.3	TECNOLOGÍA	30
2.4	COSTOS	30
2.5	ESTADO DE RESULTADOS	32

2.6	RENTABILIDAD	34
2.7	FINANCIAMIENTO	35
2.8	COMERCIALIZACIÓN	36
2.8.1	Producto	37
2.8.2	Precio	38
2.8.3	Plaza	38
2.8.4	Promoción	41
2.9	ORGANIZACIÓN ACTUAL	43
2.9.1	Planeación	43
2.9.2	Organización	44
2.9.2.1	Tipo de organización	44
2.9.2.2	Estructura administrativa	44
2.9.2.3	Diseño de la organización	45
2.9.3	Integración	46
2.9.4	Dirección	46
2.9.5	Control	46

CAPÍTULO III

PROPUESTA DE SOLUCIÓN A LA SITUACIÓN ENCONTRADA

3.1	ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL	48
3.1.1	Planeación	48
3.1.2	Organización	51
3.1.3	Integración de recursos	57
3.1.4	Dirección	58
3.1.5	Control	59
3.2	COMERCIALIZACIÓN	60
3.2.1	Producto	60
3.2.2	Precio	61
3.2.3	Plaza	62
3.2.4	Promoción	64

CAPÍTULO IV

PROYECTO: " PRODUCCIÓN DE CHILE PIMIENTO"

4.1	JUSTIFICACIÓN	65
4.2	OBJETIVOS	66
4.2.1	General	66
4.2.2	Específicos	66
4.3	ESTUDIO DE MERCADO	66
4.3.1	Oferta	67
4.3.2	Demanda	68
4.3.3	Consumo aparente	71
4.3.4	Demanda insatisfecha	73
4.3.5	Precio	75
4.3.6	Comercialización	75
4.3.6.1	Descripción del producto	75
4.3.6.2	Niveles del Producto	80
4.3.6.3	Concentración	81
4.3.6.4	Equilibrio	81
4.3.6.5	Dispersión	81
4.3.6.6	Funciones de intercambio	82
4.3.6.7	Funciones físicas	82
4.3.6.8	Funciones auxiliares	83
4.3.6.9	Estructura de la comercialización	83
4.3.6.10	Instituciones de la comercialización	84
4.3.6.11	Operaciones de comercialización	85
4.4	ESTUDIO TÉCNICO	87
4.4.1	Localización	88
4.4.1.1	Macro localización	88
4.4.1.2	Micro localización	88
4.4.2	Tamaño del proyecto	88
4.4.2.1	Plan de producción	89
4.4.3	Tecnología	90
4.4.4	Proceso productivo	91

4.4.4.1	Preparación del terreno:	91
4.4.4.2	Preparación de semilleros:	91
4.4.4.3	Siembra:	92
4.4.4.4	Trasplante:	92
4.4.4.5	Fertilización:	93
4.4.4.6	Control de malezas:	93
4.4.4.7	Plagas	93
4.4.4.8	Cosecha	93
4.5	ESTUDIO ADMINISTRATIVO - LEGAL	95
4.5.1	Planeación	95
4.5.1.1	Visión y misión	95
4.5.1.2	Objetivo general	96
4.5.1.3	Objetivos específicos	96
4.5.1.4	Políticas	96
4.5.1.5	Reglas	97
4.5.1.6	Estrategias	97
4.5.2	Organización	97
4.5.2.1	Tipo de organización	98
4.5.2.2	Denominación	98
4.5.2.3	Distribución espacial	98
4.5.2.4	Estructura organizacional	100
4.5.2.5	Soportes de la organización	103
4.5.3	Integración de recursos	105
4.5.3.1	Humanos	105
4.5.3.2	Físicos	105
4.5.3.3	Financieros	105
4.5.4	Dirección	106
4.5.4.1	Motivación	106
4.5.4.2	Comunicación	106
4.5.4.3	Liderazgo	107
4.5.4.4	Supervisión	107
4.5.5	Control	107

4.5.5.1	Producción	107
4.5.5.2	Ventas	108
4.5.5.3	Financieros	108
4.6	ESTUDIO FINANCIERO	108
4.6.1	Inversión	108
4.6.1.1	Inversión fija	108
4.6.1.2	Inversión en capital de trabajo	110
4.6.1.3	Inversión total	112
4.6.2	Costos de producción	112
4.6.2.1	Producción anual	113
4.6.2.2	Proyectado a siete años	115
4.6.2.3	Estados Financieros	117
4.6.3	Financiamiento	121
4.6.3.1	Fuentes Internas	121
4.6.3.2	Fuentes Externas	121
4.7	EVALUACIÓN FINANCIERA	121
4.7.1	Punto de equilibrio	122
4.7.1.1	Punto de equilibrio en valores	122
4.7.1.2	Punto de equilibrio en unidades	122
4.7.1.3	Gráfica del punto de equilibrio	122
4.7.2	Valor actual neto	123
4.7.3	Relación beneficio/costo	125
4.7.4	Tasa interna de retorno	125
4.7.5	Tiempo de recuperación de la inversión	126
4.8.4	Tasa interna de retorno	125
4.8.5	Tiempo de recuperacion de la inversion	126
	CONCLUSIONES	128
	RECOMENDACIONES	130
	BIBLIOGRAFÍA	132
	ANEXOS	
	PLANILLA	
	MANUAL DE ORGANIZACIÓN	

MANUAL DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS
PLAN DE MARKETING
PROFORMAS

ÍNDICE DE CUADROS

No.	DESCRIPCIÓN	Página
1	Municipio de Momostenango - Totonicapán, Producción de huevos de gallina, Costo de Producción, Año 2004.	31
2	Municipio de Momostenango - Totonicapán, Producción de huevos de gallina, Estado de Resultados, Año 2004.	33
3	Municipio de Momostenango - Totonicapán, Producción de huevos de gallina, Márgenes de comercialización, Año 2004.	41
4	Municipio de Momostenango - Totonicapán, Producción de huevos de gallina, Márgenes de comercialización, Año 2004.	63
5	Municipio de Momostenango - Totonicapán, Proyecto: "Producción de Chile Pimiento", Oferta total histórica, Periodo: 1999 - 2003.	67
6	Municipio de Momostenango - Totonicapán, Proyecto: "Producción de Chile Pimiento", Oferta total proyectada, Periodo: 2004 - 2008.	68
7	Municipio de Momostenango - Totonicapán, Proyecto: "Producción de Chile Pimiento", Demanda potencial histórica, Periodo: 1999 - 2003.	69
8	Municipio de Momostenango - Totonicapán, Proyecto: "Producción de Chile Pimiento", Demanda potencial proyectada, Periodo: 2004 - 2008.	70
9	Municipio de Momostenango - Totonicapán, Proyecto: "Producción de Chile Pimiento", Demanda potencial Vrs. producción proyecto proyectado, periodo: 2004-2008.	71

10	Municipio de Momostenango - Totonicapán, Proyecto: "Producción de Chile Pimiento", Consumo aparente histórico, Periodo: 1999 - 2003.	72
11	Municipio de Momostenango - Totonicapán, Proyecto: "Producción de Chile Pimiento", Consumo aparente proyectado, Periodo: 2004 - 2008.	73
12	Municipio de Momostenango - Totonicapán, Proyecto: "Producción de Chile Pimiento", Demanda insatisfecha histórica, periodo: 1999 - 2003.	74
13	Municipio de Momostenango - Totonicapán, Proyecto: "Producción de Chile Pimiento", Demanda insatisfecha proyectada, periodo: 2004 - 2008.	74
14	Municipio de Momostenango - Totonicapán, Proyecto: "Producción de Chile Pimiento", Márgenes de comercialización Año 2004.	86
15	Municipio de Momostenango - Totonicapán, Proyecto: "Producción de Chile Pimiento", Volumen de producción, Año 2004.	89
16	Municipio de Momostenango - Totonicapán, Proyecto: "Producción de Chile Pimiento", Características del nivel tecnológico, Año 2004.	91
17	Municipio de Momostenango - Totonicapán, Proyecto: "Producción de Chile Pimiento", Inversión fija estimada, Año 2004.	109
18	Municipio de Momostenango - Totonicapán, Proyecto: "Producción de Chile Pimiento", Inversión en capital de trabajo, Año 2004.	111
19	Municipio de Momostenango - Totonicapán, Proyecto: "Producción de Chile Pimiento", Inversión total, Año 2004.	112
20	Municipio de Momostenango - Totonicapán, Proyecto: "Producción de Chile Pimiento", Costo directo de Producción	

	anual, Año 2004.	114
21	Municipio de Momostenango - Totonicapán, Proyecto: "Producción de Chile Pimiento", Costo directo de producción proyectado, Año 2004.	116
22	Municipio de Momostenango - Totonicapán, Proyecto: "Producción de Chile Pimiento", Estado de Resultados, Año 2004.	118
23	Municipio de Momostenango - Totonicapán, Proyecto: "Producción de Chile Pimiento", Estado de Resultados proyectado, Año 2004.	120
24	Municipio de Momostenango - Totonicapán, Proyecto: "Producción de Chile Pimiento", Valor actual neto, Año 2004.	124
25	Municipio de Momostenango - Totonicapán, Proyecto: "Producción de Chile Pimiento", Relación beneficio/costoinversión total, Año 2004.	125

ÍNDICE DE GRÁFICAS

No.	DESCRIPCIÓN	Página
1	Municipio de Momostenango, Totonicapán, Población por rango edad, Año 2004.	5
2	Municipio de Momostenango, Totonicapán, Población económicamente activa, Proyección Año 2004.	6
3	Municipio de Momostenango, Totonicapán, Nivel de pobreza, Año 2004.	9
4	Municipio de Momostenango, Totonicapán, División política comparativa, Año 2004.	11
5	Municipio de Momostenango, Totonicapán, Organigrama Corporación municipal, Año 2004.	13
6	Municipio de Momostenango, Totonicapán, Establecimientos educativos por nivel, Año 2004.	17
7	Municipio de Momostenango, Totonicapán, Producción huevos de gallina, Proceso productivo, Año 2004.	28
8	Municipio de Momostenango, Totonicapán, Producción huevos de gallina, Canales de comercialización, Año 2004.	39
9	Municipio de Momostenango, Totonicapán, Producción huevos de gallina, Organigrama actual, Año 2004.	45
10	Municipio de Momostenango, Totonicapán, Producción huevos de gallina, Visión, , Año 2004.	49
11	Municipio de Momostenango, Totonicapán, Producción huevos de gallina, Misión,, Año 2004.	50
12	Municipio de Momostenango, Totonicapán, Producción huevos de gallina, Organigrama propuesto, , Año 2004.	53
13	Municipio de Momostenango, Totonicapán, Producción huevos de gallina, Marca y logotipo propuesto, Año 2004.	61
14	Municipio de Momostenango, Totonicapán, Producción huevos de gallina, Canal de distribución,, Año 2004.	62

15	Municipio de Momostenango, Totonicapán, proyecto: producción de chile pimienta, Característica y forma del chile pimienta, Variedad seleccionada, Año 2004.	77
16	Municipio de Momostenango, Totonicapán, proyecto: producción de chile pimienta, Marca, Año 2004.	78
17	Municipio de Momostenango, Totonicapán, proyecto: producción de chile pimienta, Logotipo, Año 2004.	79
18	Municipio de Momostenango, Totonicapán, proyecto: producción de chile pimienta, Slogan, Año 2004.	80
19	Municipio de Momostenango, Totonicapán, proyecto: producción de chile pimienta, Canal de comercialización. Año 2004.	85
20	Municipio de Momostenango, Totonicapán, proyecto: producción de chile pimienta, Programa de producción anual.	90
21	Municipio de Momostenango, Totonicapán, proyecto: producción de chile pimienta, Flujograma del proceso productivo, Año 2004.	94
22	Municipio de Momostenango, Totonicapán, proyecto: producción de chile pimienta, Punto de equilibrio. Año 2004.	99
23	Municipio de Momostenango, Totonicapán, proyecto: producción de chile pimienta, Distribución de espacio. Año 2004.	100
24	Municipio de Momostenango, Totonicapán, proyecto: producción de chile pimienta, Organigrama propuesto. Año 2004.	123

INTRODUCCIÓN

El Ejercicio Profesional Supervisado (E.P.S.) de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de San Carlos de Guatemala, tiene como objetivo el estudio de los problemas socioeconómicos que afrontan las comunidades guatemaltecas y al mismo tiempo propone soluciones viables acordes a dichas necesidades. El estudiante no sólo convive con la población para conocer de cerca los problemas nacionales, sino que tiene la oportunidad de aplicar el conocimiento adquirido en las aulas universitarias, previo a culminar su carrera y poder optar al título académico de Economista, Contador Público y Auditor y Administrador de Empresas.

El presente informe individual es denominado "Comercialización y Organización de la Producción de Huevos de Gallina y Proyecto: Producción de Chile Pimiento", en el municipio de Momostenango departamento de Totonicapán, es el resultado del estudio realizado en el Municipio en octubre del año 2,004. El objetivo general del presente informe fue:

- Determinar la situación actual de la comercialización y organización de las unidades pecuarias que se dedican a la producción de huevo de gallina en el Municipio de Momostenango.

Para la elaboración del estudio se utilizó el método Científico a través de sus fases: indagatoria, demostrativa y expositiva, el método Inductivo-Deductivo, acompañado de las técnicas de observación, entrevista directa y encuestas, asimismo, se desarrollaron varias fases entre las que se pueden mencionar: la participación en los seminarios de orientación general y específico, con el propósito de obtener conocimientos generales sobre las diferentes actividades que se pueden encontrar en el campo. Estas actividades servirán para

demostrar la siguiente hipótesis planteada: “La falta de comercialización y organización en las unidades pecuarias que se dedican a la producción de huevos de gallina, evita el desarrollo del ciclo de vida del producto en el mercado local y obtener utilidades que puedan mejorar la condición económica del productor.”

El presente informe contiene el resultado de la investigación específica de la producción de huevos de gallina y el estudio de la propuesta de inversión de la producción de chile pimiento en el municipio de Momostenango.

El reciente informe se desarrolla en cuatro capítulos, de los cuales se menciona un breve resumen del contenido de cada uno de ellos:

Capítulo I, Antecedentes históricos del Municipio, y la descripción general de la situación socioeconómica del Municipio.

Capítulo II, Estudio y análisis de la producción de huevos de gallina en el Municipio.

Capítulo III, propuesta de solución de acuerdo con la situación encontrada en lo que respecta a comercialización y organización.

Capítulo IV, Propuesta de Inversión de la producción de chile pimiento en la aldea Xequemeya, del Municipio.

Se exponen las conclusiones, en las que se expresa la situación observada, mientras que en las recomendaciones, se proponen herramientas que coadyuven al mejoramiento del desarrollo socioeconómico de los pobladores del Municipio.

CAPÍTULO I

ASPECTOS GENERALES DEL MUNICIPIO

Se presenta a continuación un enfoque general de la situación socioeconómica del Municipio, en él se agrupan las características y cualidades internas y externas en que se desarrollan los pobladores en la actualidad. Además de informar y clasificar los recursos con los que se cuentan, se identifican las necesidades y requerimientos sociales.

1.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS

Durante el período hispánico se conoció como Santiago Momostenango, nombre dado por los tlascalas, derivándose de **momo**, **most**= cada día. Traducido, haciendo la aglutinación al final y **tenanco**= en la muralla cada día o cada día en la muralla, indicando que todos los días estaba vigilada la fortaleza para defenderla contra una posible invasión, también se menciona en el siglo XVIII entre los pueblos de Chuvilá y Chúva-Tzac, como Santiago Chuatzak Momostenango, que en la traducción del Popol Vuh significa frente a la fortaleza.

El pueblo de Santiago Momostenango; como lo llamaban en estos tiempos, era un lugar crecido y de numerosa gente kekché, de temperamento templado aplicados al trabajo, grandes cultores y esmerados en la crianza de ganado menor. En su territorio abundante y crecida cosecha de granos, claveles, azucenas y rosas. Las familias vivían en jacales, algunos se encuentran esparcidos por los campos de sembraduras de maíz.

En cuanto a las practicas religiosas en el Municipio imperan dos credos: el católico y el evangélico. Aunque la mayoría de los habitantes de la comunidad practican costumbres ancestrales, como el de adorar a otras deidades. Momostenango es uno de los municipios más tradicionalistas, creen en espíritus

esparcidos en la naturaleza, que pueden ser hostiles o favorables al hombre, pero como existe la influencia de la religión cristiana, han hecho una amalgama de ésta y de sus creencias tradicionales: la primera es dirigida por el cura párroco y la segunda por los especialistas, es decir, brujos chamanes o rezadores, quienes practican los ritos en chozabales o quemaderos, donde invocan a los espíritus y santos siguiendo el calendario o Tzolkin. Éste tiene 260 días sagrados y cuando finaliza celebran lo que se llama **Guajxaquip batz** (8 hilos u 8 monos), cuando todos los brujos o chamanes se reúnen en los cerros del Municipio.

1.2 LOCALIZACIÓN

Momostenango se encuentra localizado hacia el norte del país. Está situado en la Sierra Madre y lo rodean 28 montañas, tiene una extensión territorial aproximada de 305 kilómetros cuadrados, colinda al norte con San Carlos Sija (Quetzaltenango), San Bartolo y Santa Lucía la Reforma (Totonicapán); al este con San Antonio Ilotenango (Quiché), Santa María Chiquimula y Santa Lucía la Reforma (Totonicapán); al sur con Totonicapán y San Francisco el Alto (Totonicapán); y al oeste con San Carlos Sija (Quetzaltenango).

1.3 CONDICIONES CLIMATOLÓGICAS

Momostenango tiende a tener un clima templado pues no alcanza los extremos de frío ni de calor, a su altura 2,204.46 metros sobre el nivel del mar, prevalecen mucho los vientos del norte y sur, especialmente en los meses de enero a marzo, generando un promedio de temperatura máxima de 25.9 grados centígrados y 16 grados centígrados la mínima. .

1.4 RECURSOS NATURALES

Son todos los elementos que la naturaleza ofrece, que no han sido transformados y que el hombre puede incorporar a las actividades económicas,

maximizar el rendimiento en un período determinado, contemplar la protección con un uso racional a fin de que se mantengan a perpetuidad.

1.4.1 Recursos edáficos (suelos)

El suelo es el resultado de un proceso que se ha desarrollado a través de millones de años, derivados de erupciones, cambios de temperatura, causadas por el viento, agua, mareas y otros factores que dieron origen a la parte integral de todo el ecosistema, que sirve de apoyo para proveer parte del alimento y espacio vital para las comunidades de plantas, animales y del hombre.

Los suelos del municipio de Momostenango son drenados, desarrollados sobre ceniza volcánica pomácea en un clima semi-humedo, relativamente templado y que incluye áreas severamente erosionadas, características que constituyen al grupo II, denominados suelos de la altiplanicie central, en los cuales la vocación de los suelos es para los tipos de cultivos anuales, permanentes o semi-permanentes.

1.4.2 Recursos hidrológicos (agua)

Al municipio de Momostenango lo riegan aproximadamente 60 ríos, 6 riachuelos, 3 arroyos y 18 quebradas, se mencionan los más importantes como lo son el Pologuá y el Paúl.

Actualmente los cauces de los ríos son afectados por la deforestación y contaminación por desechos tóxicos, provocando bajas en el nivel, tal es el caso de los ríos Paxolá, Pancho y Paúl, entre otros. Situación que pone en riesgo a las familias que utilizan estos recursos.

1.4.3 Recursos forestales (bosques)

Se considera que el Municipio cuenta con los bosques de tipo montano, bajo sub-tropical muy húmedo, humeado montano bajo y montano bajo tropical muy húmedo.

Dentro de las especies de árboles que predominan en los bosques son el pino, pinabete, ciprés, encino y otras variedades, que son utilizados para la construcción y combustión, principalmente para el hogar, pero que actualmente debido a la tala inmoderada y a las rozas para ampliación de terrenos cultivables, se ha ido exterminando la riqueza forestal.

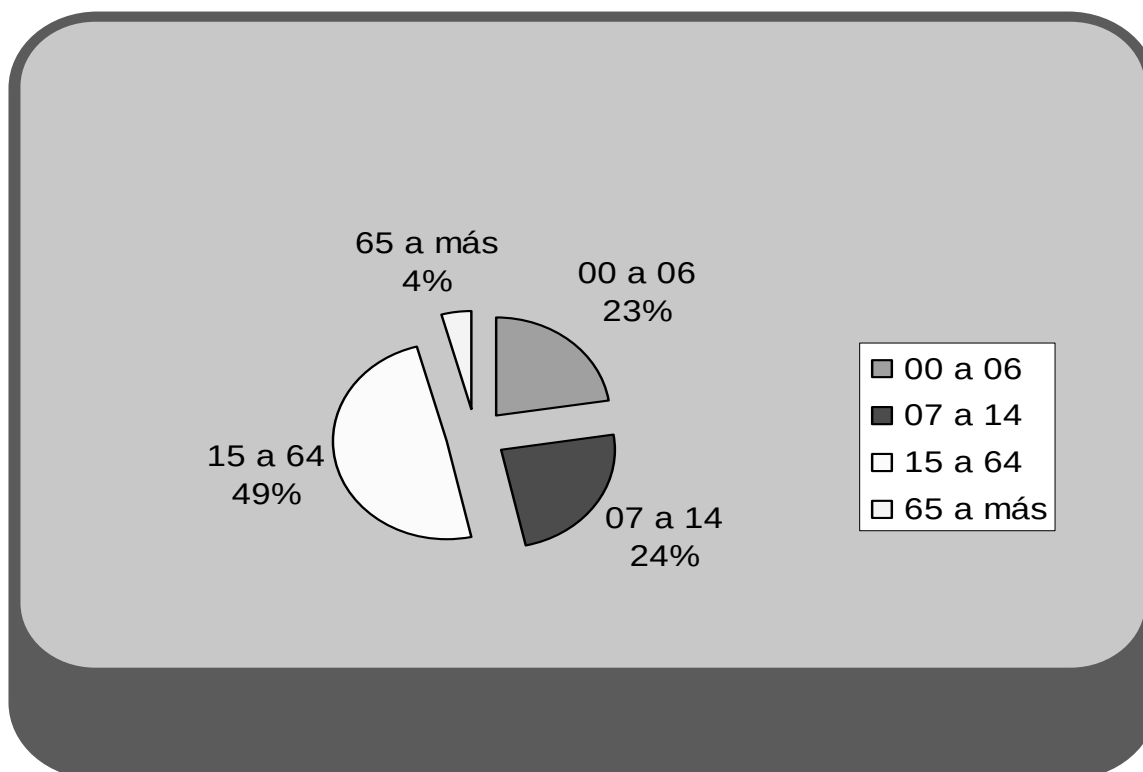
1.5 ASPECTOS DEMOGRAFÍCOS

El estudio estadístico de la población es de gran importancia ya que la totalidad de población constituye una de las bases fundamentales para el desempeño en función del desarrollo económico. Para estudiarlas es necesario abarcar los siguientes elementos:

1.5.1 Población por rango de edad

Este elemento permite visualizar el potencial humano que existe en el Municipio y poder disponer en tiempos futuros de una mano de obra calificada. Se muestra en la siguiente gráfica la proyección de la población del año 2004.

Gráfica 1
Municipio de Momostenango - Totonicapán
Población por rango de edad
Año 2004



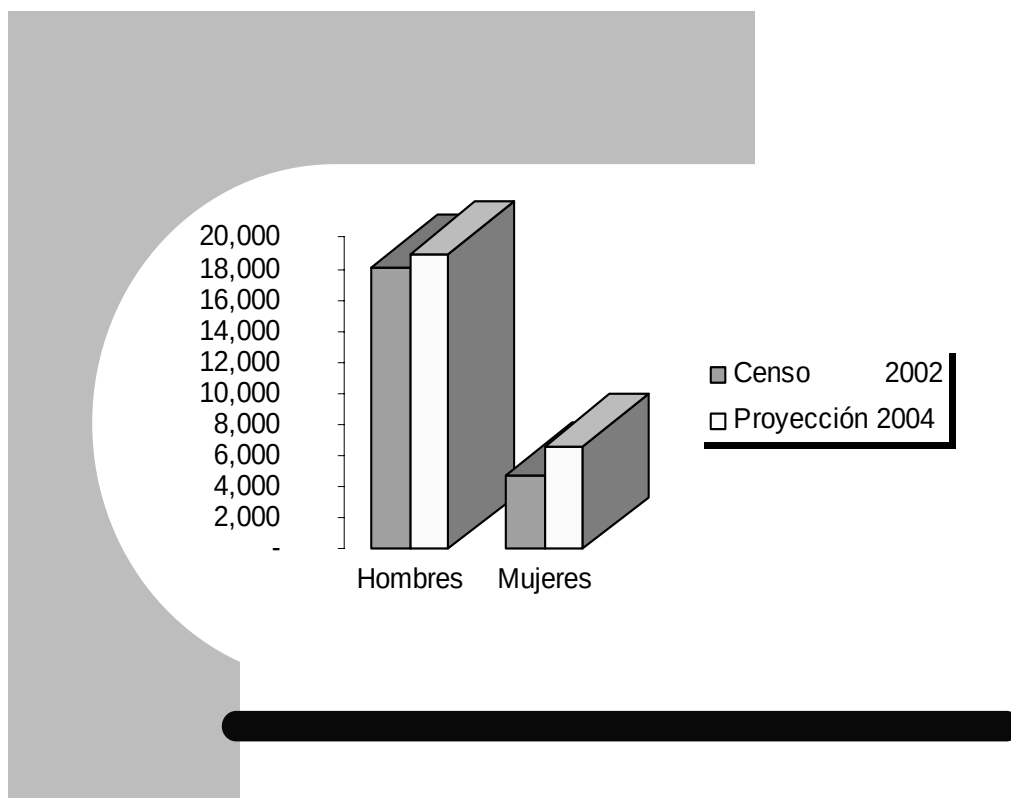
Fuente: Elaboración propia, con base en datos del XI Censo de Población y VI de Habitación del año 2002 del Instituto Nacional de Estadística -INE-.

Esta proyección del año 2004 define a la población de 15 a 64 años con el mayor porcentaje, edades que se considera ideales para la reproducción, lo que significa que la tasa de natalidad tiende a ser ascendente en los próximos años.

1.5.2 Población económicamente activa

Los hombres y mujeres del Municipio, comprendidos entre los 10 años de edad en adelante que están en la disposición de trabajar o trabajan se denomina Población Económicamente Activa -PEA-.

Gráfica 2
Municipio de Momostenango – Totonicapán
Población económicamente activa
Proyección 2004



Fuente: Elaboración propia, con base en datos del XI Censo de Población y VI de Habitación del año 2002 del Instituto Nacional de Estadística -INE-.

En la gráfica se observa que la Población Económicamente Activa -PEA- de la proyección del año 2004, en comparación con el XI Censo de Población y VI de Habitación del 2002, para el caso de los hombres aumentó el 4% equivalente a 737 hombres que se integran al trabajo, mientras que las mujeres se incorporan con un 39% lo cual equivale a 1,865 mujeres activas.

1.5.3 Ocupados, sub - ocupados y desocupados

La población que tiene alguna ocupación, es decir que tiene un empleo de tiempo completo y que genera ingresos para cubrir sus necesidades y

obligaciones se considera como ocupada, según encuesta realizada, se obtuvo que 827 personas se encuentran en esta clase, pero se considera que un 35% se encuentra sub-empleada, debido a falta de fuentes de empleo en el Municipio.

1.5.4 Nivel de gastos e ingresos familiares

Se pudo observar a través del estudio efectuado, que la escala de valoración cuantitativa de los medios de existencia de la población del Municipio, son escasamente para cubrir algunas de las necesidades básicas como lo son la vivienda, alimentación, vestuario y generalmente en medicina.

1.5.5 Gastos familiares

Los pobladores del Municipio tienen gastos mensuales aproximados en el rango de Q500.00 a Q1,500.00 según resultados obtenidos, que equivalen a un 68% de lo encuestado, el 32% se encuentra por debajo y sobre el rango indicado.

Los principales renglones de utilización dinero de la población es en un 34% para la alimentación consumiendo como mínimo una vez a la semana cualquier tipo de carnes, además frutas y vegetales de la estación. Un 22% va dirigido al vestuario que al menos compran dos veces por año, debido a que son de alto precio. Se obtuvo que también se designa un 20% para la compra de medicina ya que por causas del clima las personas especialmente los niños y las de la tercera edad sufren de enfermedades relacionadas con el sistema respiratorio, solamente el 24% de los gastos está destinado para cubrir las necesidades de, vivienda, educación, servicios y otros que son indispensables para que las personas alcancen un nivel de vida adecuado.

1.5.6 Ingresos familiares

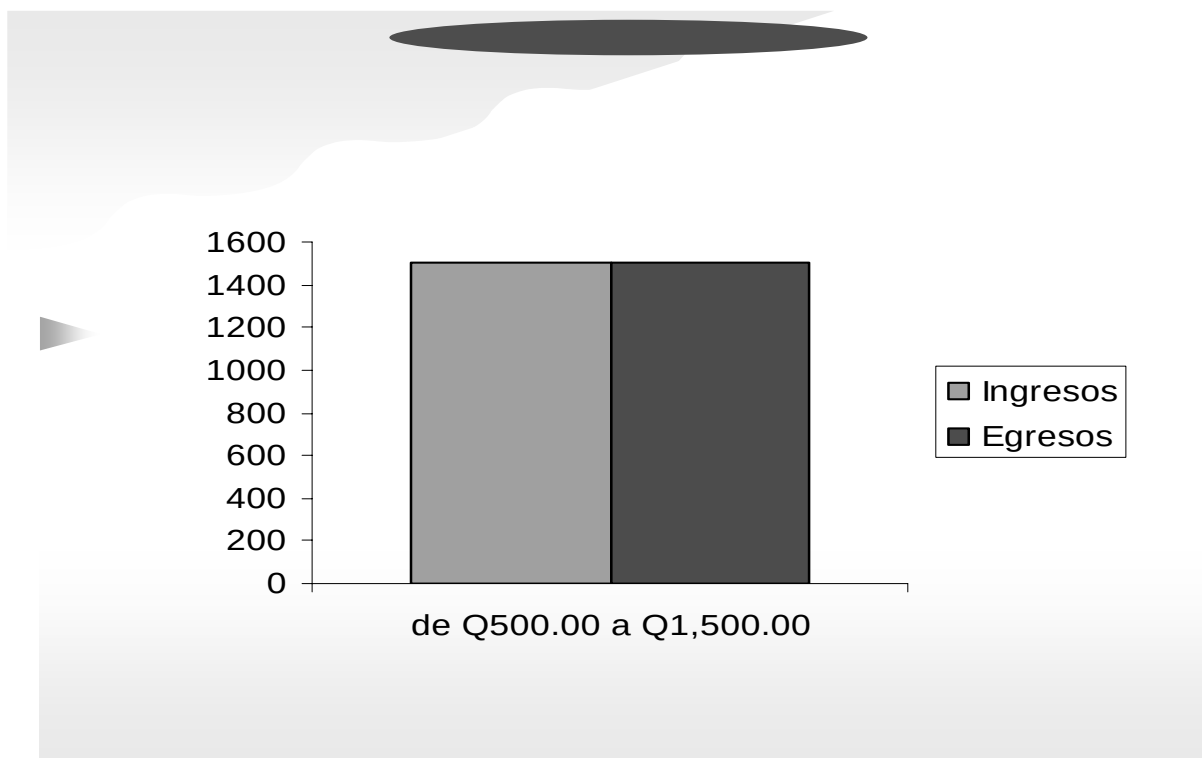
El origen de los ingresos de las familias del Municipio provienen de las actividades productivas que según estudio reveló que las más importantes son: la actividad agrícola, el 54% de la población encuestada se dedica a la siembra de cultivos y la actividad de comercio menor representada con un 25%.

En cuanto al valor mensual que las familias obtienen, se pudo detectar según encuesta que un 70% oscila entre Q500.00 a Q1,500.00 mensuales. Lo anterior muestra que las familias tienen ingresos por debajo del salario mínimo, ya que en cada una de ellas trabajan al menos 2 personas, y si los ingresos son de hasta Q1,500.00 dividido 2, el promedio por cada trabajador es de Q750.00, dicha situación repercute en las condiciones de vida de la población.

1.5.7 Nivel de pobreza

Con escrito en los títulos anteriores se puede mencionar, que los bajos salarios obtenidos por la fuerza de trabajo en el Municipio tiene como efecto alto nivel de pobreza el cual asciende a un 70% según los resultados del estudio efectuado, ya que éste indica que de lo encuestado el 70% es pobre, ya que los ingresos están por debajo del salario mínimo. Esto puede explicar la baja formación educativa, las malas condiciones de salud incluso los insuficientes ingresos para adquirir la dieta mínima y casas en malas condiciones.

Gráfica 3
Municipio de Momostenango – Totonicapán
Nivel de pobreza
Año 2004



Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2004.

La gráfica anterior muestra que las familias del Municipio tienen ingresos iguales a los gastos, determinando el nivel de pobreza.

1.5.8 Migración

En el Municipio la migración es de carácter temporal, las personas viajan hacia las fincas de la costa sur, esto ocurre especialmente en los meses de enero a marzo. Además se pudo registrar que existe una migración permanente de numerosos comerciantes momostecos que se instalan en ciudades y pueblos de todo el país y en los últimos años hacia los Estados Unidos en particular los jóvenes.

1.5.9 Vivienda

La condiciones legales de la vivienda en el Municipio según lo encuestado, el 95% de la población cuenta con vivienda propia, las cuales en su mayoría están construidas con paredes de adobe, techos de teja o lámina, y sin piso o piso de torta de cemento, éste fenómeno se da en su mayoría en los parajes y caseríos, ya que en el casco urbano las viviendas son un poco más modernas.

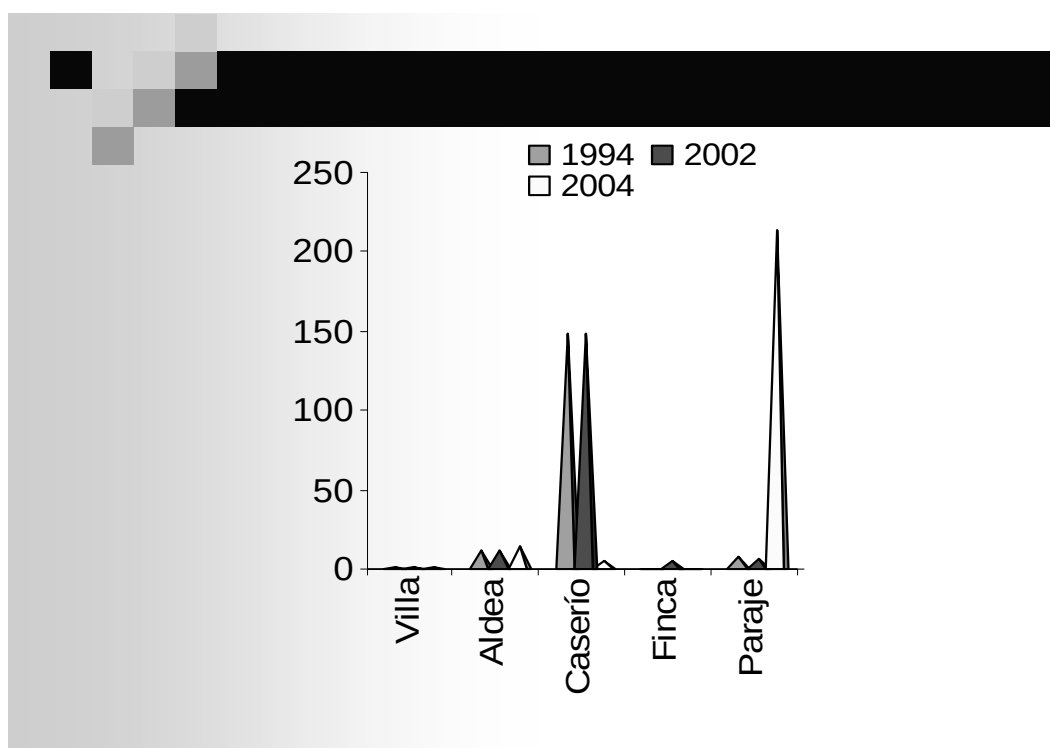
1.6 DIVISIÓN POLÍTICO - ADMINISTRATIVA

Esta se refiere a la división geográfica del Municipio, así como la organización municipal.

1.6.1 División política

La división que actualmente existe en el Municipio se puede observar en la siguiente gráfica:

Gráfica 4
Municipio de Momostenango - Totonicapán
División política comparativa
Año 2004



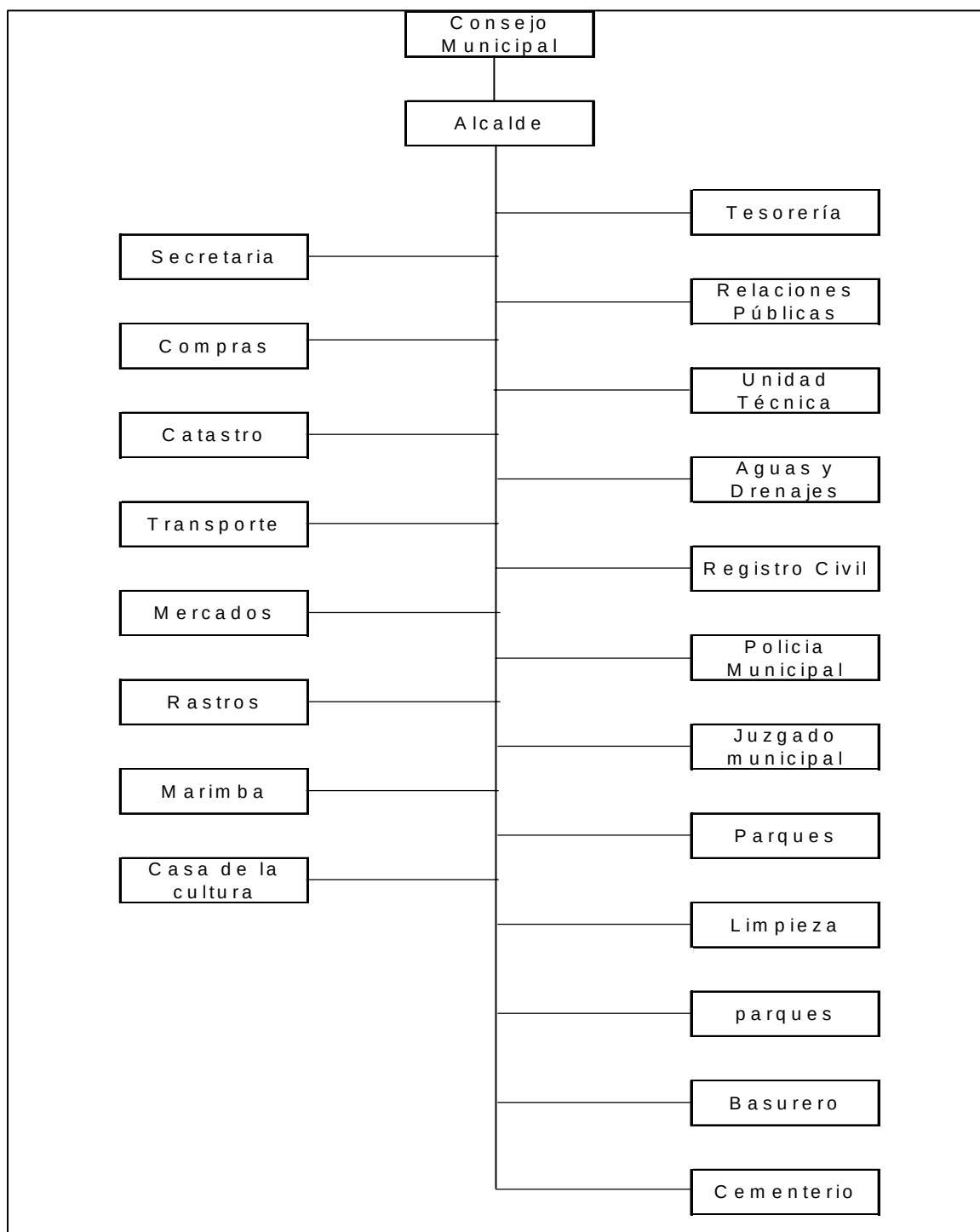
Fuente: Elaboración propia, con base en datos del XI Censo de Población y VI de Habitación del año 2002 del Instituto Nacional de Estadística -INE-.

Se observa en la gráfica el XI Censo Nacional de Población y VI de Habitación a nivel República de Guatemala 2002, comparado con el X Censo Nacional de Población de 1994 y lo investigado en el 2004, marca una diferencia entre los parajes y los caseríos, pues ésta discrepancia existe debido a que en la municipalidad del Municipio se tiene catalogado como 213 parajes, mientras que los censos los clasifican como caseríos.

1.6.2 División administrativa

El Municipio es Gobernado por una corporación Municipal, integrada por un alcalde, dos síndicos, siete concejales, un secretario municipal y un tesorero municipal. La corporación es elegida cada cuatro años en elecciones generales.

Gráfica 5
Municipio de Momostenango – Totonicapán
Organigrama corporación municipal



Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2004.

1.7 INFRAESTRUCTURA

Las obras más importantes construidas para la base en donde se asienta el Municipio son las siguientes:

1.7.1 Vías y medios de comunicación

El Municipio se comunica directamente con la Ciudad Capital, con Quetzaltenango y Totonicapán, por medio de la carretera Interamericana que atraviesa los municipios de San Francisco el Alto, San Cristóbal Totonicapán y Salcaja (Quetzaltenango), esta carretera se mantiene regularmente en buen estado y asfaltada.

Para llegar a la cabecera municipal existen tres vías: la primera en el lugar denominado el entronque, ubicado en San Francisco el Alto a una distancia de 17 kilómetros, la segunda en el kilómetro 203 conocido como el Rancho de Teja (San Francisco el Alto), a una distancia de 12 kilómetros y la tercera en el kilómetro 204 a una distancia de 14 kilómetros vía aldea Santa Ana, ingresando por Pologua, estas carreteras son transitables todo el año gracias a la ayuda de los vecinos o comités de desarrollo de cada comunidad.

Por otra parte, el Municipio internamente se comunica con carreteras que mayoritariamente son de terracería, según encuesta, el 63% de estas carreteras unen a las aldeas y caseríos mientras, que para llegar a cada uno de los parajes del Municipio, el 16% son veredas y de igual porcentaje son caminos mixtos, es decir terracería y concreto en mayoría de terracería. Se obtuvo de la Organización Internacional para las migraciones (O.I.M), la cuantificación de 271 Kilómetros pavimentados y 254 kilómetros de terracería.

1.7.2 Mercado

El mercado municipal se encuentra ubicado en el barrio Santa Isabel, en la calle principal, frente a la iglesia católica y parque central. En los poblados del interior tienen días específicos para la plaza, en el Municipio son los días miércoles y domingo; días en los que se hacen presente la mayoría de los pobladores de las distintas aldeas caseríos y parajes, quienes aprovechan para traer el fruto de sus cultivos y la crianza de aves y otros animales para la venta.

Se considera que el mercado es insuficiente para la demanda de los vendedores, ya que en esos días se incrementa la actividad comercial y todos y cada uno de los vendedores pagan el impuesto del derecho de plaza, el cual se constituye en la principal fuente de ingresos para la comuna local.

Cabe hacer mención que en las aldeas como Pologua, Xequemeya, Pitzal, San Antonio Pasajoj, Tierra Blanca, cuentan con mercados cantonales y también tienen días específicos.

1.7.3 Rastro

La única instalación con la que se cuenta para el destace de ganado, se encuentra en la cabecera municipal, el cual no cumple con las condiciones higiénicas necesarias para el desarrollo de dicha actividad.

1.7.4 Cementerio

Actualmente existen 14 lugares que se ocupan como camposantos o centros de inhumación, el principal es el de la cabecera municipal que se encuentra situado en el barrio Patzité, los siguientes se encuentran en las comunidades rurales.

1.8 SERVICIOS

Están conformados por todas las instituciones que ayudan al desarrollo económico y social.

1.8.1 Estatales

Se clasifican como estatales porque el gobierno tiene la obligación de prestar los servicios como:

1.8.1.1 Salud

A través del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social el Municipio cuenta con dos Centros de Salud Tipo B y cinco Puesto de Salud. El primero se encuentra ubicado en la Cabecera Municipal en el Barrio Santa Catarina y el segundo se localiza en la aldea de San Vicente Buenabaj,

Los Puestos de salud se encuentran ubicados en las aldeas de Pueblo viejo, Pologua, Xequemeya, Tzanjon, y Chinimabe, dando cobertura a los parajes aledaños con un promedio en distancia de 3 kilómetros.

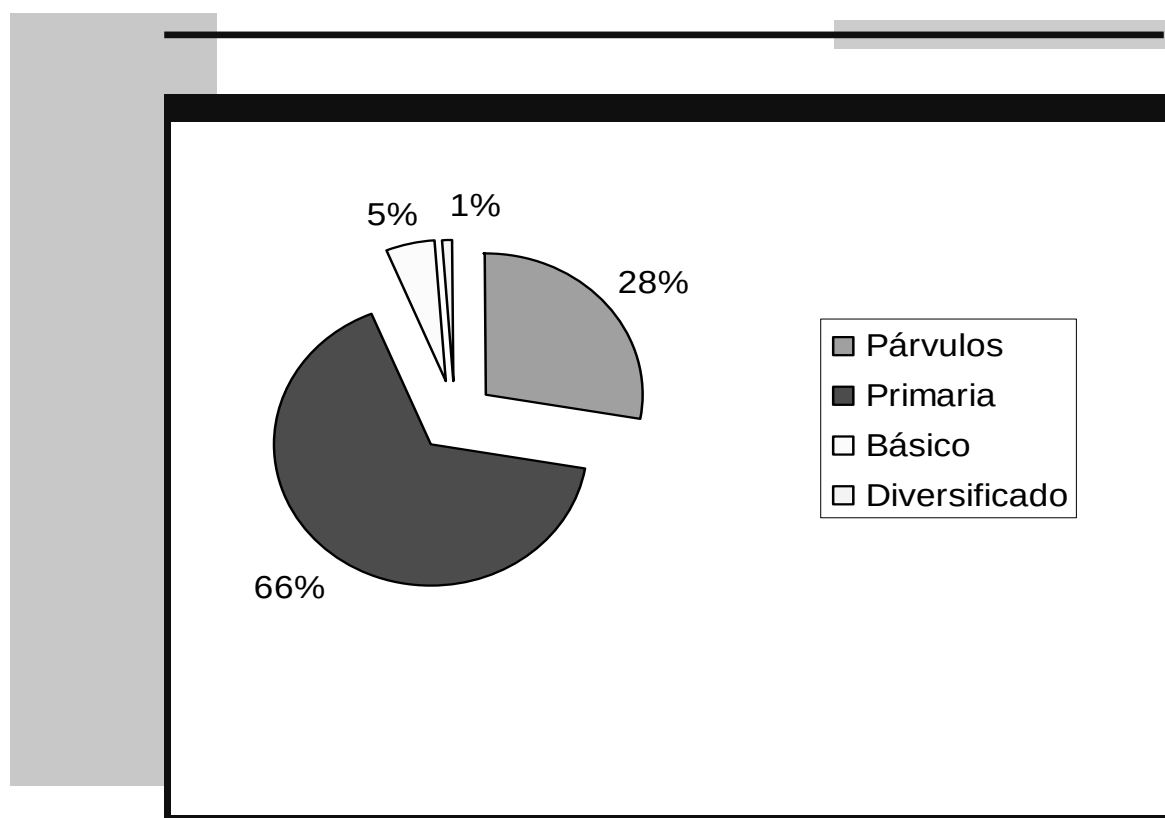
El personal con el que cuenta cada uno de los Centros de Salud son: Un médico residente, un médico practicante, dos enfermeras auxiliares, cuatro auxiliares de enfermería, un técnico en salud, un inspector de saneamiento, una secretaria, un técnico en estadísticas y un conserje, personal que está presupuestado.

Se puede emitir que el servicio de salud que prestan los Centros de Salud es eficiente, pero se hace la salvedad de que existe la necesidad de incrementar la tecnología, para el mejor funcionamiento del mismo.

1.8.1.2 Educación

Según información del Ministerio de Educación indica que la educación en el Municipio cuenta con el siguiente número de escuelas clasificadas por nivel estudiantil:

Gráfica 6
Municipio de Momostenango – Totonicapán
Establecimientos educativos por nivel
Año 2004



Fuente: Elaboración propia, con base en datos de la Dirección General de Planificación Educativa, Ministerio de Educación Guatemala, C.A.

En la gráfica se observa que la mayoría de los establecimientos estudiantiles están concentrados en el nivel primario, el cual tiene un 66% equivalente a 231 establecimientos demostrando así que en el Municipio la población estudiantil son niños de éste nivel, el porcentaje que le sigue es el 28% que pertenece a las

escuelas de párvulos, sumado con el de nivel primaria confirma con un 84% que los habitantes están preocupados por el nivel de educación y han comprendido que es lo mejor que pueden dar a los hijos. También se puede decir que estos porcentajes altos se deben al apoyo otorgado por las instituciones no gubernamentales como Intervida y el Programa Nacional de Autogestión para el Desarrollo Educativo (PRONADE).

Se considera que en el Municipio existe un 65% de población analfabeta, esta situación se debe a que las personas adultas no tuvieron oportunidad de estudiar, principalmente por causa económicas.

1.8.1.3 Seguridad

La única institución que vela por la seguridad de la población del Municipio, es la Policía Nacional Civil. Cuenta con cuatro agentes y cuatro patrullas para el servicio de todo el Municipio, por lo que se considera necesario proveerlos de materiales físicos y humanos, que aunque en el Municipio no exista mucha delincuencia, son insuficientes para todo el Municipio.

1.8.2 Municipales

Estos servicios son brindados directamente por la Municipalidad entre los cuales se mencionan:

1.8.2.1 Agua

A nivel urbano, el Municipio cuenta con el servicio de agua entubada o potable, es extraída de los nacimientos y es debidamente clorada, es racionada en época de verano. La municipalidad brinda éste servicio local con el cobre de Q10.00 por treinta mil litros cúbicos y si tiene exceso se incrementa Q0.50 por litro cúbico consumido. Según la secretaría municipal en la actualidad se tienen 1,240 usuarios a nivel urbano.

La municipalidad tiene a su cargo 4 pozos mecánicos, que abastecen solamente al área urbana y el área rural es abastecida por pozos creados por los comités de desarrollo con el apoyo de la misma.

En 1998 la municipalidad contaba con una única cobertura del 55%, en el 2004 con base a los resultados obtenidos se obtuvo que el 78% de la población cuenta con éste servicio, el 16% utiliza agua de pozo y únicamente el 2% utiliza agua de río.

1.8.2.2 Drenajes

La población no cuenta con el beneficio de tener una red de drenajes y alcantarillado que sirva para eliminar las aguas servidas, se pudo establecer que en el área rural el 100% de los pobladores se ven en la necesidad de hacer letrinas de pozo ciego.

1.8.3 Privados

Estos servicios son brindados por empresas particulares y los ponen al servicio de la población:

1.8.3.1 Servicios telefónicos

El servicio de telefonía residencial es prestado por la empresa de Telecomunicaciones de Guatemala, S.A. -TELGUA-. Se considera que hay mil quinientos usuarios en el área urbana y ochocientos usuarios en el área rural. El municipio también cuenta con el servicio de 500 teléfonos comunitarios operados por la empresas Ladatel y Bell South, son comunicaciones por vía de antena o inalámbricos.

En distintos puntos estratégicos se encuentran ubicadas cabinas de teléfonos públicos. En lo que respecta a la telefonía celular, el servicio es prestado por las

empresas de PCS, y Comunicaciones Celulares -COMCEL-, que dan cobertura en todo el Municipio.

1.8.3.2 Servicios de correo

La empresa de Correos de Guatemala, S.A. tiene instaladas oficinas en la cabecera municipal y en la aldea San Vicente Buenabaj. Se puede emitir que por lo investigado estas oficinas prestan un servicio deficiente, ya que solamente una persona atiende y hace el reparto de la correspondencia.

El casco urbano cuenta también con el beneficio del correo electrónico e internet, son 2 locales que prestan el servicio con capacidad aproximadamente de seis a siete unidades cada una. Los usuarios son en su mayoría estudiantes y turistas.

1.8.3.3 Radio

Existen 9 medios radiales en el Municipio, las que pueden clasificarse en tres tipos de radio: las de tipo cultural y educativa, religiosas y las privadas. La más antigua tiene más de 29 años de estar al aire y es la Radio Momostenango Educativa.

1.8.3.4 Transporte

Para desplazarse al Municipio se cuenta con 12 empresas que brindan el servicio extraurbano, con un valor del pasaje que fluctúa entre Q15.00 a Q20.00 a la capital.

Los medios de transporte dentro del Municipio son los vehículos pick-ups y buses para trasladarse a las aldeas y parajes, mientras que para la cabecera municipal se utilizan los taxis y mototaxis (tuc tuc), en cuanto al valor del pasaje

oscila entre Q5.00 a Q10.00 dependiendo la distancia en que se encuentra la aldea.

1.8.3.5 Energía Eléctrica

Según con lo investigado, la energía eléctrica en el Municipio, en 1998 solamente se tenía una cobertura del 60%. En el 2004 se obtuvo que la cobertura se extendió al 94%. Este importante incremento se debió a que las aldeas y caseríos más importantes ya cuentan con el servicio.

Las empresa Distribuidora Eléctrica de Occidente, S.A. es la que presta el servicio, con valor de cada kilovatio de Q0.70 + Iva, por menos de 100 kilovatios consumidos y Q1.15 + Iva para mayor de 101 kilovatios. El único inconveniente que se tiene con el servicio es el de tener apagones todos los días, por lo que se necesita que sean revisadas las redes de distribución.

1.9 ORGANIZACIONES EXISTENTES

Son instituciones constituidas legalmente con o sin fines de lucro y puedan apoyar a las regiones necesitadas.

1.9.1 Gubernamentales

Dentro de las instituciones del gobierno en el Municipio hacen presencia el Fondo de Desarrollo para la Paz, el Fondo de Inversión Social, el Ministerio de Agricultura y Ganadería, el Instituto Nacional de Bosques, Policía Nacional civil, el Ministerio de Educación y un Juzgado de paz, dependencias encargadas de velar por el buen funcionamiento de las actividades y brindando los servicios mínimos, para el desarrollo del Municipio.

1.9.2 No gubernamentales

Son aquellas instituciones que no dependen del gobierno central.

1.9.3 Sociales

Se cuenta con el apoyo de las organizaciones de bienestar y desarrollo social, como por ejemplo Comités y grupos de mejoramiento para las distintas necesidades ya sean de agua potable, construcción de escuelas, energía eléctrica y agrícola. También se cuenta con Intervida su función principal es la de apoyar a los trabajadores y personas desfavorecidas en el país, velan por las condiciones de vida, educación, seguridad cultural e infraestructura adecuada a las comunidades. Es una de las más importantes en el Municipio y que trabaja con ayuda de la Embajada Española.

1.9.4 Productivas

Entre las asociaciones de productores que existen el Municipio son: Agrarias; Asociación de Productores de Rachoquel, Pecuarias; Grupo Q´anil, y Avícola Sara, Artesanales; Cooperativa del Tejedor Momosteco y Cooperativa de Ahorro y crédito Momostitlan.

1.10 ESTRUCTURA AGRARIA

Se refiere a la disposición de la tierra, para ser adquirida por los habitantes.

1.10.1 Tenencia

Según la indagación realizada, la tenencia de la tierra el en un 99% propia de cada productor, esto significa cada familia tiene como mínimo una cuerda de tierra.

1.10.2 Concentración

Se considera que en el Municipio prevalece el minifundio, ya que existen según lo investigado, 9,160 fincas poseen una superficie de 1 a 18 cuerdas y 2474 fincas con una superficie de 1 a 10 manzanas, la que se catalogan según la

clasificación de unidades económicas como microfincas y fincas Subfamiliar respectivamente.

1.10.3 Uso de la tierra

Los datos obtenidos en la investigación indican que el uso de la tierra en el Municipio es en un 99.43% para cultivos anuales y temporales en una superficie de 793 manzanas encuestadas.

1.11 PRODUCCIÓN DEL MUNICIPIO

De acuerdo con la información obtenida, la actividad principal en el Municipio es la agricultura, el aporte de esta actividad a la economía es esencial puesto que la mayoría de los habitantes se dedican a esta actividad.

En el Municipio se cultiva principalmente el maíz y el frijol y su producción la mayor parte va destinada para el autoconsumo.

En la actividad pecuaria los pobladores en sus hogares se dedican a la crianza y engorde de ganado porcino y escasamente al engorde de ganado ovino, pero la producción de huevos de gallina está generando ingresos significativos para las familias.

1.12 EVALUACIÓN DEL ENTORNO

El Municipio cuenta con un entorno natural de gran variedad, provocando situaciones que hacen que la población tenga un grado de vulnerabilidad y pueda dar un incremento en las amenazas y propiciar desastres.

1.12.1 Amenazas

Las amenazas más importantes identificadas son: La tala inmoderada, la erosión causada por la deforestación, físicas por la edificación con materiales no

adecuados, económicas por la falta de producción a causa de sequías, sociales como la generación de maras y educativas debido a la falta de mantenimiento de los establecimientos tanto materiales como humanos.

1.12.2 Riesgos identificados

En los centros poblados visitados se encontraron amenazas similares, tales como inundaciones, desbordamientos, deslave y deslizamientos, esto propiciado por la topografía de los terrenos la composición de los suelos y la situación climática.

CAPÍTULO II

SITUACIÓN ACTUAL DE LA PRODUCCIÓN DE HUEVOS DE GALLINA

Con base en la investigación desarrollada en el municipio de Momostenango, se manifiesta que la actividad pecuaria genera ingresos, trabajo y desarrollo para las familias. Está asociada con la crianza de aves de corral, la cual se considera que es realizada en un nivel donde existe poca tecnología y asesoría técnica, financiera y administrativa.

En lo que corresponde a la actividad avícola se encuentra que la forma más explotada es la producción de huevos de gallina, en el Municipio se localizaron 73 unidades productivas, 64 clasificadas como Microfincas, nueve subfamiliares, ocho con nivel tecnológico II (bajo) y una con nivel tecnológico III (alto). Las unidades productivas objeto de estudio serán las ocho unidades subfamiliares ya que cuentan con mayores recursos para mejorar las condiciones de producción y beneficiaran a más de 28 familias del Municipio.

2.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

Se hace necesario describir el producto para dar a conocer de una mejor forma lo que es el huevo de gallina como producto.

2.1.1 Descripción genérica

Cuerpo orgánico producido por la gallina, con forma ovalada de color blanco o pigmentado, se compone de cáscara quebradiza y a su contenido se le llama clara y yema. El huevo de gallina proporciona al cuerpo humano grasas, sales minerales, potasio, calcio, hierro, flúor, fósforo y vitaminas que ayudan a las funciones psicofísicas.

2.1.2 Variedades

La variedad de los huevos de gallina se da por el color, los huevos de color blanco son los que prefiere el consumidor; y por el tamaño se pueden clasificar en: pequeños, medianos, grandes y extra-grandes, las medidas varían de 4.5cm a 5.5cm aproximadamente.

2.1.3 Usos

Por su contenido los huevos de gallina son de consumo normal, alimento de alto nivel nutritivo que forma parte de la dieta común de las personas, también es utilizado en mayores cantidades en las actividades de panadería, repostería y en la industria de productos alimenticios.

2.2 PRODUCCIÓN

La producción que se genera en el Municipio, según datos obtenidos de las unidades económicas están conformadas por grupos comunitarios e integrados por miembros que en su mayoría son mujeres, quienes ejercen la actividad del mantenimiento de las granjas; sin ninguna remuneración. Se mencionan aspectos importantes que describen con mayor precisión la producción.

2.2.1 Proceso productivo

Las fases en que intervienen en la producción del huevo de gallina son las siguientes:

- **Compra de pollitas ponedoras**

Las unidades productoras de huevos adquieren animales con una edad promedio de 18 a 20 semanas de edad con un precio aproximado de Q36.00 cada una.

- **Vacunación**

La función de la vacunación es principalmente preventiva para tratar enfermedades aviares, así como el suministro de desparasitantes y vitaminas.

- **Alimentación**

Para la alimentación se utiliza concentrado con un alto grado de proteína, a diario cada gallina consume aproximadamente media libra.

- **Gallina pone huevo**

Cada gallina pone un huevo, regularmente es a diario y en el horario de la mañana.

- **Recolectar huevos**

Los huevos se recogen lo más pronto posible, para que las gallinas no los picoteen o los empollen. Se revisa por la mañana y por la tarde

- **Limpieza del huevo**

Los huevos recolectados deben ser limpiados de excremento para evitar la contaminación del producto.

- **Clasificación del huevo**

Los huevos limpios son clasificados a efecto de separar los huevos rotos o picoteados de los aptos para comercialización.

- **Empaque**

Los huevos son empacados en cartones con capacidad para 30 huevos.

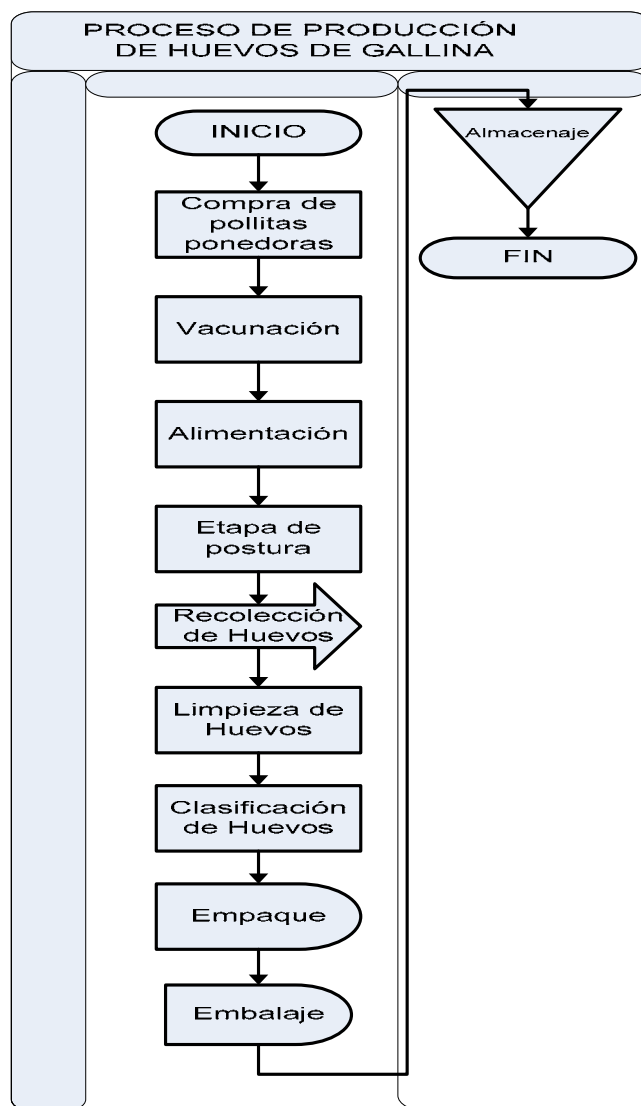
- **Embalaje**

Los huevos se colocan en cajas con capacidad para 12 cartones.

- **Almacenamiento**

Los huevos se almacenan durante el tiempo necesario para comercializarlos principalmente durante los días de plaza.

Gráfica 7
Municipio de Momostenango – Totonicapán
Proceso productivo
Año 2004



Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2004.

2.2.2 Volumen, valor y superficie

Se describe la cantidad de la producción de huevos de gallina que se genera en el Municipio, con el respectivo valor monetario.

2.2.2.1 Volumen de la producción

Se ubican 8 granjas comunitarias que se han organizado en el municipio de Momostenango, bajo la dirección de 31 personas todos ellos vecinos del caserío Pasuc y del Barrio Santa Isabel bajo la denominación Grupo Q'anil.

Estos recibieron 5,000 gallinas ponedoras como capital semilla (aporte de la ONG Intervida), a un precio de Q36.00 por cada ave de 18 semanas y el cual deberán devolver aproximadamente dentro de 1 año.

De la información obtenida de las unidades analizadas, se calcula que el total de la producción comunitaria es de 55,800 cartones de huevos al año, cada cartón contiene 30 huevos, por lo tanto, el total de huevos producidos es de 1,674,000 al año.

- **Valor de la producción**

Los productores venden el cartón de huevos a un precio de Q16.00 cada cartón, el total de la producción asciende a 55,800 cartones por Q16.00, el valor total de la producción genera ingresos de Q892,800 anuales para las familias del Municipio.

- **Superficie de la producción**

Se habilitó un área de 105 metros cuadrados de galeras fabricadas con 1 metro de block, malla para cada gallinero, la cual se cubre con nylon grueso al momento de la lluvia y techo es de lámina, estos albergan a un promedio de 600 gallinas.

2.2.3 Destino

La producción está destinada al consumidor final de las aldeas, caseríos y parajes del Municipio, de esta forma los productores tienen participación del mercado local.

2.3 TECNOLOGÍA

Con base a la información obtenida en el Municipio, se puede determinar que los niveles tecnológicos utilizados son; el nivel tradicional, en donde los animales son alimentados con concentrados, sobras de comida, maíz y en otros casos ellos buscan su propio alimento en los alrededores de las viviendas, las personas aplican conocimientos empíricos en el proceso productivo, la mano de obra es familiar y el financiamiento utilizado es interno. Y el nivel tecnológico II, se caracteriza por tener un lugar específico en donde albergar a los animales, se cubre con los comederos de madera, recipientes plásticos que sirven como bebederos y especialmente un área para la postura construidas de madera, además de utilizar viruta como protección para los huevos.

2.4 COSTOS

El costo directo de producción utilizado permite conocer y calcular los recursos financieros utilizados en la producción de huevos de gallina.

Cuadro 1
Municipio de Momostenango - Totonicapán
Producción de huevos de gallina
Costo de producción
Año 2004

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Precio Unitario Q.	Según Encuesta Q.	Costos Imputados Q.	Variación Q.
<u>Insumos</u>				707,945.00	707,945.00	0.00
Pollas ponedoras	Unidad	5,000	36.00	180,000.00	180,000.00	0.00
Alimento concentrado	Quintal	4,320	122.00	527,040.00	527,040.00	0.00
Vacuna New Castle Sepa Lasota						
frasco de 1,000 dosis	Unidad	5	16.00	80.00	80.00	0.00
Vitaminas Microvit sobre de 15	Unidad	20	7.50	150.00	150.00	0.00
Vacuna aviar frasco 1,000 dosis						
	Unidad	5	25.00	125.00	125.00	0.00
Antibiótico Trimetro TAD sobre 20	Unidad	20	15.00	300.00	300.00	0.00
Costal de viruta	Unidad	500	0.50	250.00	250.00	0.00
<u>Mano de obra directa</u>				0.00	163,631.00	163,631.00
Colocar viruta	Jornal	96	39.67		3,808.00	3,808.00
Alimentación de gallinas	Jornal	602	39.67		23,881.00	23,881.00
Vacunación	Jornal	32	39.67		1,269.00	1,269.00
Recolección de huevos	Jornal	438	39.67		17,375.00	17,375.00
Clasificación del huevo	Jornal	548	39.67		21,739.00	21,739.00
Limpieza de huevo	Jornal	730	39.67		28,959.00	28,959.00
Empaque	Jornal	183	39.67		7,260.00	7,260.00
Embalaje	Jornal	183	39.67		7,260.00	7,260.00
Almacenamiento	Jornal	110	39.67		4,364.00	4,364.00
Bonificación incentivo	Jornal	2,922	8.33		24,340.00	24,340.00
Séptimo día		140,256.00/6			23,376.00	23,376.00
<u>Costos indirectos variables</u>				0.00	60,201.00	60,201.00
Cuota patronal IGSS		12.67%	139,291.00	0.00	17,648.00	17,648.00
Prestaciones laborales		30.55%	139,291.00	0.00	42,553.00	42,553.00
Total				707,945.00	931,777.00	223,832.00
Producción en cartones de huevos				55,800.00	55,800.00	0.00
Costo de un cartón de huevos				12.69	16.70	4.01

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2004.

El cuadro anterior detalla una variación en el rubro de mano de Obra Directa ya que los asociados elaboraron un programa de trabajo, por medio del cual se asignan turnos diarios para cuidar y manejar cada granja, por este trabajo los

asociados aún no cobran ninguna remuneración en mano de obra, según encuesta, por lo que se calculan únicamente para los costos imputados.

La remuneración salarial en los datos imputados ascienden a Q. 163,361.00 integrados por los jornales pagados a Q. 39.67 (Acuerdo Gubernativo 765-2003) para las ocho personas dedicadas al cuidado de las granjas (una por cada granja) por 365 días asignados lo cual refleja la cantidad de 2,922 jornales anuales, el séptimo día y la bonificación incentivo según Decreto 78-89 del Congreso de la República reformado por el Decreto 37-2001 del Congreso de la República. Las prestaciones laborales de los datos imputados se integran por: 8.33% aguinaldo, 8.33% bono 14, 9.72% indemnizaciones y 4.17 % vacaciones y se calculan sobre la base de los jornales pagados más el séptimo día (Q.139,291.00). La cuota laboral IGSS se calcula con base a los Q. 139,291.00 por el 12.67% (10% de Cuotas patronales IGSS 1% cuota INTECAP y 1% IRTRA).

2.5 ESTADO DE RESULTADOS

El estado de resultados también llamado estado de pérdidas y ganancias es utilizado para conocer si la actividad económica que se desarrolla presenta beneficios económicos o pérdidas. Con los datos obtenidos en la encuesta se procede a elaborar los siguientes estados de resultados.

Cuadro 2
Municipio de Momostenango – Totonicapán
Producción de huevos de gallina
Estado de resultados
Año 2004

Descripción	Según Encuesta Q.	Datos Imputados Q.	Variación Q.
Ventas			
Cartones de huevos (55,800*Q.16.00)	892,800.00	892,800.00	0.00
Gallinas final vida util (4,950*Q.20.00)	99,000.00	99,000.00	0.00
Gallinaza (5,000qq*Q.15.00)	75,000.00	75,000.00	0.00
Total de ventas	1,066,800.00	1,066,800.00	0.00
(-) Costo de producción	707,945.00	931,777.00	223,832.00
Ganancia y/o pérdida bruta	358,855.00	135,023.00	(223,832.00)
(-) Gastos fijos de producción			
Depreciación de instalaciones Q29,030 *20% anual		5,806.00	5,806.00
(-) Gastos de ventas			
Cartón de empaque 55,800 cartones a Q.0.15	8,370.00	8,370.00	0.00
Total de Gastos fijos de producción	8,370.00	14,176.00	5,806.00
(=) Ganancia y/o pérdida marginal	350,485.00	120,847.00	(229,638.00)
(-) Gastos de administración			
Sueldos de administración (5 directivos a Q1,190.10 mensuales)		71,406.00	71,406.00
Bonificación incentivo para (5 directivos a Q250.00 mensuales)		15,000.00	15,000.00
Prestaciones laborales (30.55% *Q.71,406.00)		21,815.00	21,815.00
Cuotas patronales IGSS (12.67% *Q71,406.00)		9,047.00	9,047.00
Total gastos de administración	0.00	117,268.00	117,268.00
(=) Ganancia antes del ISR	350,485.00	3,579.00	(346,906.00)
(-) Impuesto s/ la renta (31%)		1,140.00	1,140.00
Ganancia del Ejercicio	350,485.00	2,439.00	(348,046.00)

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2004.

Las ventas están integradas por 55,800 cartones de huevos a un precio de Q.16.00 cada cartón, lo que forma un total de Q.892,800.00. Las 4,950 gallinas al final de la vida útil tienen un precio de Q.20.00, lo que hace un total de Q.99,000.00. La gallinaza producida es de 5,000 quintales, la cual se comercializa entre las comunidades cercanas a un precio de Q. 15.00 el quintal suma un total de Q.99,000.00, el total de ventas asciende a Q.1,066,800.00.

Los sueldos de administración de los costos imputados están integrados; por los doce meses pagados al presidente, secretario, tesorero y los dos vocales a un costo de Q. 39.67 diarios.

2.6 RENTABILIDAD

A continuación se presenta el análisis de la rentabilidad de la producción de huevo de gallina en el nivel tecnológico II (bajo)

- **Rentabilidad de las ventas**

Es el indicador que refleja el porcentaje que tienen las unidades productivas para obtener beneficios económicos durante el proceso de producción de huevos de gallina.

Según encuesta

$$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}} = \frac{Q. \ 350,485.00}{Q. \ 1,066,800.00} \times 100 = 33\%$$

Según imputados

$$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}} = \frac{Q. \ 2,439.00}{Q. \ 1,066,800.00} \times 100 = 0.02\%$$

Los datos según encuesta muestran que la rentabilidad de las ventas es de un 33%, mientras que los datos imputados presentan solamente el 0.02%. En esta actividad los productores tampoco consideran el valor de la mano de obra y sus respectivas prestaciones laborales.

- **Rentabilidad sobre costos**

A continuación se desarrollan las fórmulas para establecer la rentabilidad sobre los costos.

	Según encuesta			
<u>Utilidad Neta</u> . =	<u>Q. 350,485.00</u>	x	100	= 50%
Costos de producción	Q. 707,945.00			
	Según imputados			
<u>Utilidad Neta</u> . =	<u>Q. 2,439.00</u>	x	100	= 0.03%
Costos de producción	Q. 931,777.00			

Los datos según encuesta indican que la rentabilidad de la ganancia antes de impuestos sobre los costos es del 50% y al considerar los costos imputados la rentabilidad es del 0.03%.

2.7 FINANCIAMIENTO

Financiamiento, es el medio por el cual se vale una persona individual o jurídica para obtener los recursos necesarios y así poner en acción su capacidad productiva, ya sea por aportación de capital de los socios o miembros de la familia o solicitando un préstamo a una entidad financiera.

Con base a la información recopilada en el trabajo de campo, se determinaron las siguientes fuentes de financiamiento de los productores de estas unidades:

Financiamiento externo	Q. 239,760.00
Financiamiento interno	<u>Q. 468,185.00</u>
Total	Q. 707,945.00

- **Fuentes internas:**

Como resultado de entrevistas a personas que se dedican a este tipo de producción, se confirmó que sólo utilizan el financiamiento interno a través del ahorro de varios años de trabajo como profesionales en las diferentes ramas laborales. Por lo tanto su ahorro familiar de varios años o financiamiento interno asciende a Q.468,185.00 como lo muestra el cuadro de costo de producción de huevos de gallina, nivel tecnológico II (bajo)

- **Fuentes externas**

Generalmente los productores no utilizan el financiamiento externo por temor al endeudamiento, pero con el apoyo de la Fundación INTERVIDA, estos productores obtuvieron un financiamiento externo el cual consistió en un capital semilla de Q.239,760, integrado por 3,000 gallinas criollas valoradas en Q.108,000.00 y 1,080 quintales de concentrado equivalente a Q131.760. La recuperación del financiamiento de la Fundación INTERVIDA se realiza con el primer año de actividad productiva; además es importante mencionar que esta organización no gubernamental no cobra interés, porque el objetivo principal es promover el desarrollo de la comunidad.

2.8 COMERCIALIZACIÓN

Con el fin de poner a disposición de consumo el huevo de gallina se necesita de las actividades, procesos y etapas que logren incrementar la participación en el mercado, de las cuales se hace mención a continuación:

2.8.1 Producto

Se describe como producto al conjunto de atributos físicos, tangibles e intangibles reunidos en una forma identificable. Cada producto tiene un nombre descriptivo o genérico que todo mundo comprende. Todo producto se diferencia por los atributos que pueda tener, como por ejemplo marca, color, empaque, prestigio y beneficios, que en su conjunto son los que causan la motivación del consumidor y provocan los patrones de compra.

2.8.1.1 Niveles del Producto

Cada producto posee tres grados o niveles de satisfacción que puede entregar al consumidor:

- **Producto fundamental**

Es todo bien propio y exclusivo que brinda un producto al consumidor que lo adquiere. Para el presente estudio, el nivel fundamental que ofrece el huevo de gallina sería el producto físico que sirve como alimento y brinda proteínas al cuerpo humano.

- **Producto real**

Este grado incluye los atributos que lo caracterizan y diferencian de los otros productos de su misma especie. En las unidades estudiadas el huevo de gallina es de color blanco o rosado, el cual con la aplicación de inspecciones en cada una de las fases del proceso de producción se trata de proveer e incluir calidad, en un mayor grado que el de los productos similares ofrecidos en el mercado.

Se observó que para evitar pérdida del producto, este es transportado cuidadosamente en porta huevos de fibra de papel, los cuales tienen 30 espacios diseñados de tal forma, que abarque uno de los extremos del huevo de gallina, posteriormente 12 porta huevos se introducen en cajillas plástica.

De acuerdo con el proceso comercial que deben llevar los productos no agrícolas y por dedicarse únicamente las unidades productivas encontradas, en la producción de huevos de gallina se obviarán ciertos pasos, ya que la producción no es tecnificada, por lo cual no tienen definida una marca y etiqueta que identifique al producto.

- **Producto aumentado**

A este nivel, aparte de sumarle los atributos del nivel real, se le incluyen servicios o beneficios que originen un valor agregado para el consumidor. En el Municipio, los huevos de gallina son llevados al minorista y consumidor final en forma gratuita, además de otorgar crédito para facilitar la forma de pago por la compra del producto.

2.8.2 Precio

“Valor monetario real que se paga por la adquisición de un producto, el cual está compuesto por el costo total de producción más un margen de utilidad.”¹ Se determinó que la designación de precios en las unidades productivas estudiadas es un precio de paridad, ya que el mercado es abastecido por productos similares de otras unidades productivas, por lo cual se puede inferir que el mercado es el que establece el precio.

2.8.3 Plaza

“Se considera como plaza al lugar donde se realiza el intercambio de los productos, estableciéndose desde aquí los canales de distribución.”² Como esta

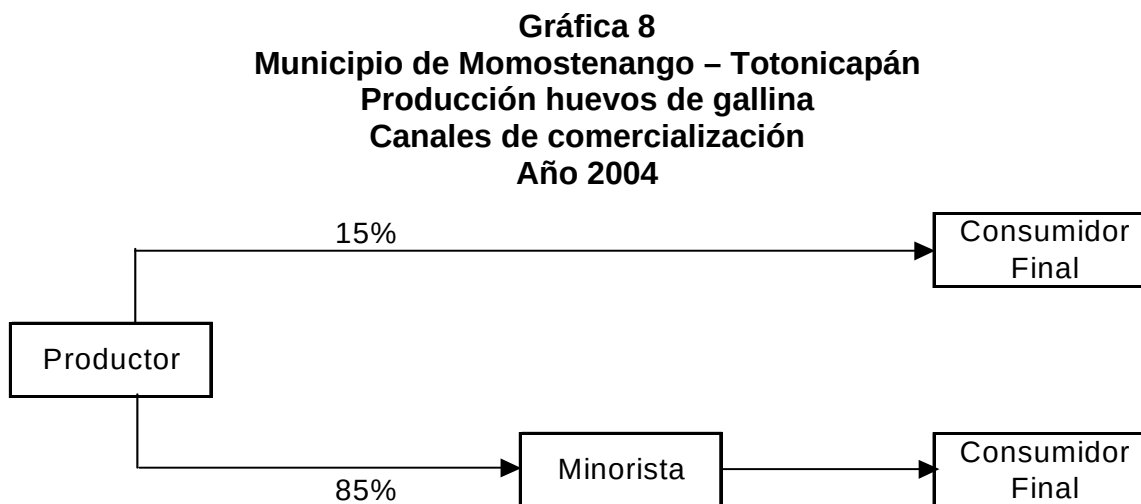
¹ Tania América Flores Montufar. Material de Apoyo Comercialización no Agrícola. Ejercicio Profesional Supervisado. Universidad de San Carlos de Guatemala, Segundo Semestre 2004. Pág. 5.

² Ibíd. Pág. 1

es una importante categoría dentro la comercialización cabe mencionar algunas de sus características:

- **Canales de comercialización**

Los canales de comercialización comprenden las distintas etapas por las cuales deben pasar los productos en el proceso de transferencia entre el productor y el consumidor final. Para las unidades estudiadas se observó que los socios son los encargados de vender el producto, ya que cada uno de ellos realiza los procedimientos de ventas, convirtiéndose para la organización en una fuerza de ventas no remunerada. Estas personas transportan el producto al detallista y consumidor final por medios propios, para lo cual se grafican los canales de distribución utilizados:



Fuente: Investigación de campo grupo EPS., segundo semestre 2004.

El consumidor final es cada una de las personas de las aldeas, caseríos y parajes, quienes compran el producto directamente a los productores, mientras que el minorista o detallista son las personas que tienen tiendas, abarroterías y depósitos en el Municipio, quienes les venden a los consumidores finales.

2.8.3.1 Márgenes de comercialización

Se presentan los siguientes cuadros con los márgenes de ganancia que se obtienen con la venta de un cartón de huevos de gallina.

- **Margen de comercialización del canal directo**

A continuación se detalla la utilidad del nivel.

Costo Variable = Q.0.00

Costo Fijo = Q.12.84

Costo Total = Q.12.84

Precio = Q.18.00

Utilidad = Q.5.16

De acuerdo con los datos anteriores se observa que el productor debe de invertir Q.12.84 para obtener un cartón de huevos de 30 unidades y este costo restado del precio al que se vende en el mercado da como resultado un 32% de margen de utilidad.

- **Margen de Comercialización**

En el siguiente cuadro se observan los diferentes márgenes de comercialización en nivel II.

Cuadro 3
Municipio de Momostenango – Totonicapán
Producción de huevos de gallina
Márgenes de comercialización
Año 2004

Institución	Precio de venta Q.	Margen bruto	Costo de mercadeo	Margen neto Q.	Rendimiento S/inversión %	Participación %
Productor	16.00					88.89
Minorista	18.00	2.00	<u>0.05</u>	1.95	12.19	11.11
Empaque			0.05			
Total		2.00	0.05	1.95	12.19	100.00

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2004.

Los resultados del cuadro señalan que el productor tiene un grado de participación, aceptable con relación al precio de venta al consumidor final. Mientras que el distribuidor minorista recibe Q0.1219 por cada quetzal invertido, el cual se considera un precio adecuado por la actividad realizada.

- **Transporte**

Para el caso estudiado, se estableció con la información obtenida, en las unidades productivas, el transporte del producto es realizado por los mismos socios, que al momento de dirigirse a la cabecera municipal contratan los servicios de los pick ups que trasladan personas, lo cual hacen dos veces a la semana y pagan por caja transportada Q. 4.75, y con ellos hacen una ruta para abastecer a sus compradores, llevando así a cabo las funciones de distribución física del producto.

2.8.4 Promoción

Las actividades promocionales que se realizan son las siguientes:

- **Promoción**

Esta variable es llevada a cabo exclusivamente para hacer la respectiva promoción en las radios locales comunitarias del Municipio, en esta actividad participan una o dos personas quienes visitan a sus conocidos que manejan las radios ya mencionadas, para conseguir espacios gratuitos en donde puedan transmitir mensajes en los cuales indiquen el nombre de la organización productora, el producto que se distribuye, el lugar donde se encuentran localizados y con quién se pueden abocar los minoristas interesados en mediar el producto hasta el consumidor final, y de esta forma poder beneficiarse de la publicidad no pagada. Al mismo tiempo se hacen descuentos sobre ventas de Q.0.50 a Q.1.00 por cada cartón de huevos que adquieran los minoristas que se clasifican como frecuentes o fijos.

- **Ventas**

El productor vende a los consumidores finales en un escaso porcentaje en el lugar de producción, pero las ventas a los minoristas lo realizan los miembros de la organización quienes se dedican a distribuir los huevos de gallina por lo menos dos veces a la semana, generalmente los días de mercado. Estas personas no son remuneradas, con el objetivo de venta del producto.

- **Publicidad**

El productor es quien se encarga de difundir publicidad en las radios locales comunitarias del Municipio, se tiene una valla con el nombre de la organización en el lugar de producción y se da a conocer en las sesiones de los diferentes comites de desarrollo que existen en las comunidades del Municipio, con estos medios se logra identificar a la organización y cubrir una parte de los minoristas y a los consumidores finales de cada comunidad cercana a las unidades productivas.

2.9 ORGANIZACIÓN ACTUAL

Se describe a continuación la organización que prevalece en las unidades que se dedican a la producción de huevos de gallina.

2.9.1 Planeación

“Esta función estriba en seleccionar y formular planes, en donde lo más importante es identificar la tarea básica de la institución o la razón de su existencia, acompañada de la determinación de los fines que se persiguen.”³ Se diseñan los instrumentos, métodos y procedimientos que se utilizarán para alcanzar lo establecido.

La planeación en las unidades investigadas, es de carácter diaria, ya que elaboran una programación de las acciones que se llevarán a cabo, como por ejemplo: enviar el efectivo al banco, asignar turnos para la vigilancia del establecimiento, elaborar rutas de ventas entre otras. De esta forma se generan procedimientos que responsabilizan a las personas por cada actividad asignada.

Los productores tienen una visión empresarial que va encaminada a establecerse en organizaciones más formales y efectivas, las cuales puedan abastecer al mercado local, con mejoras en sus técnicas productivas, comerciales y de servicio.

Como misión establecen vender su producto al mejor precio del mercado, esforzándose cada día, en la satisfacción de llevar al consumidor final, un producto de calidad, otorgando a sus colaboradores una oportunidad de desarrollo económico y personal.

³ Harold Koontz y Heinz Weirich. Administración Una Perspectiva Global. Editorial Mc Graw Hill Interamericana Editores, S.A. 12ª. Edición. México, 2004. Pág. 675.

2.9.2 Organización

La organización pretende diseñar una estructura o camino intencional, para el desarrollo eficaz de las funciones asignadas a los individuos, que los guíe de una manera correcta en su proceder dentro de una institución.

En las unidades estudiadas se encuentra una asociación comunitaria identificada como Q'anil, la cual está integrada por 31 personas que en su mayoría son mujeres, vecinas del caserío Pasuc y del Barrio Santa Isabel, quienes con la ayuda de una institución social llamada Intervida han logrado obtener y asimilar un conocimiento (de carácter empírico) sobre la importancia de que exista un ordenamiento y una división adecuada en el desarrollo de las actividades, sin embargo, es de mencionar que a pesar de ello, y debido a la carencia de parámetros sujetos a una normativa detallada a cada puesto dentro de la estructura predefinida en la actualidad, no es permisible asignar en una forma categórica que la misma sea de carácter formal.

2.9.2.1 Tipo de organización

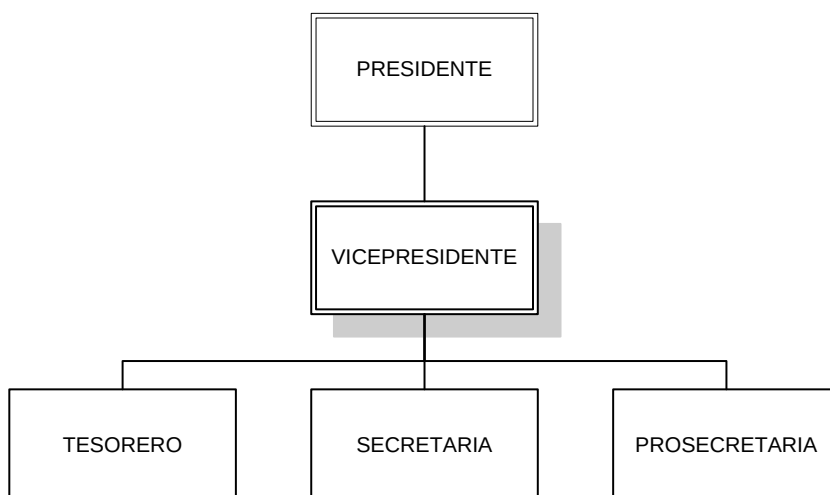
Las unidades productivas no tienen una identidad jurídica legal, pues simplemente son grupos de personas organizadas para realizar la actividad productiva en la que se utiliza la fuerza laboral familiar. Esto hace que ninguna ley pueda regularla.

2.9.2.2 Estructura Administrativa

La información obtenida indica que las unidades productivas poseen una estructura en donde no existe una delimitación específica que permita separar las actividades de carácter administrativo de las actividades productivas. Se aplican en mínima escala reglas que dirigen el comportamiento de los integrantes a través de un reglamento interno de trabajo. La toma de decisiones se efectúa con planteamientos en las reuniones generales.

Los elementos que se consideran en el diseño existente se visualizan, los niveles de coordinación, autoridad y un bajo nivel de control, con una aplicación del sistema lineal, ya que se caracteriza por ser sencillo, claro y útil. A continuación la gráfica de lo anteriormente expuesto:

Gráfica 9
Municipio de Momostenango – Totonicapán
Producción de huevos de gallina
Organigrama lineal
Año 2004



Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2004.

El diseño anterior ilustra que dentro de la asociación comunitaria existe una persona como presidente, quien toma las decisiones y selecciona los recorridos a seguir, para obtener lo necesario para el desarrollo del proceso de producción de huevos de gallina, el vicepresidente suplente al presidente al momento de ausentarse, al tesorero se le confía el dinero recopilado de las ventas del día y es responsable hacer los depósitos correspondientes, los que debe anotar en un cuaderno, para poder determinar la cantidad que se tiene disponible.

2.9.3 Integración

En esta etapa se elijen los recursos humanos, materiales y financieros que se necesitarán para alcanzar lo descrito en la planeación.

Los propio productores son los que integran el recurso humano principal dentro de la asociación comunitaria, estos son los que ocupan los puestos mencionados en el diseño de la organización. Son personas seleccionadas por la confianza y el prestigio que poseen dentro de la comunidad.

Las actividades de los puestos mencionados son llevadas acabo en cualquiera de las casas de los productores, quienes proporcionan los recursos materiales necesarios tales como: un espacio en donde reunirse, mesas, sillas, cuadernos, lápices, y lapiceros, los cuales les sirven para ejecutar los planes que diariamente son establecidos.

En lo que respecta al recurso financiero, los productores han obtenido un capital semilla, el cual fue descrito en las fuentes de financiamiento, de ello se deriva que los productores puedan ejecutar un proceso de producción y obtener productos para diariamente poderlos vender.

2.9.4 Dirección

La organización es dirigida de forma empírica, por los integrantes que ocupan los puestos de la estructura, quienes también realizan actividades de cada uno de los procesos necesarios hasta la comercialización del producto.

2.9.5 Control

Existen varios controles, que aunque con un nivel empírico en su aplicación llevan a cabo el objetivo, que es el de inspeccionar, verificar y registrar las actividades importantes que se realizan como por ejemplo:

- El control de libro de caja, ventas y bancos, los cuales les permiten tener una visión de las ventas realizadas y el dinero recibido.
- Libro de actas, en donde se registran todas las decisiones que se toman en las reuniones generales.
- Controles de inventarios, que visualizan las existencias del producto.

Instrumentos básicos que los auxilian para el control de la actividad productiva.

CAPÍTULO III

PROPUESTA DE SOLUCIÓN A LA SITUACIÓN ENCONTRADA

Luego de examinar la situación actual de las actividades en las que se desenvuelven y desarrollan los productores de huevo de gallina y de las cuales se tomaron en cuenta características como proceso de producción, tecnología utilizada, costos incurridos, comercialización y organización, se manifiestan que dichos productores se encuentran organizados y que su actuación hasta el momento les ha permitido generar una institución redituable. Pero también es cierto que si una institución crece, es necesario que esta se actualice, innove y se desarrolle con un cambio orientado a metas grupales y promoviendo constantemente el mejoramiento de la situación actual, para tal efecto se propone adoptar lo siguiente.

3.1 ORGANIZACIÓN COMITÉRIAL

Se puede comprobar que la organización dentro de una unidad productiva es de gran importancia, constituye la parte medular de la misma, no importa el tamaño o naturaleza que esta tenga

En la producción de huevos de gallina se pueden obtener resultados con mayor eficacia y eficiencia siempre y cuando se cuente con una buena organización.

3.1.1 Planeación

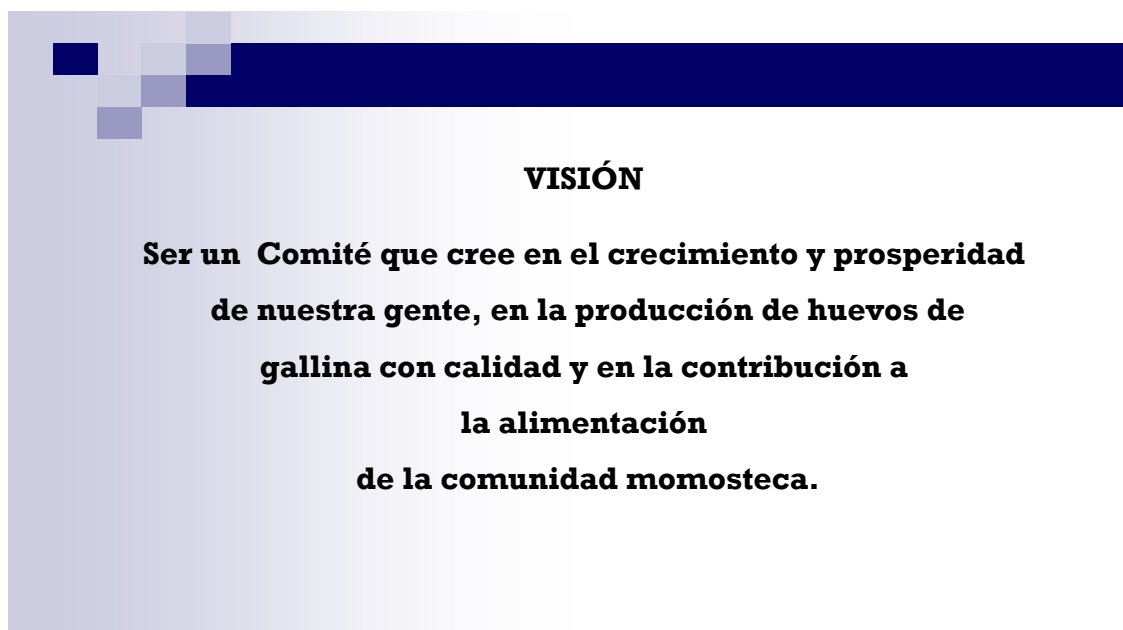
En esta etapa es necesario establecer y fijar bases que orienten la secuencia de las operaciones a realizar, con el objetivo de alcanzar los resultados deseados, planteando varias alternativas para las contingencias que puedan suceder. Lo anterior se logra con la utilización de los diferentes instrumentos como; Cronogramas, reportes, formas y procedimientos que contribuirán al conocimiento de las actividades que se realicen en la organización.

3.1.1.1 Visión

Este es un elemento vital que generara la condición futura de una organización, provee a los integrantes un panorama del futuro, un sentido claro de dirección y la sensación de estar comprometido con algo importante, en donde se involucra el espíritu y el estado de motivación.

Se presenta para la organización la propuesta de visión:

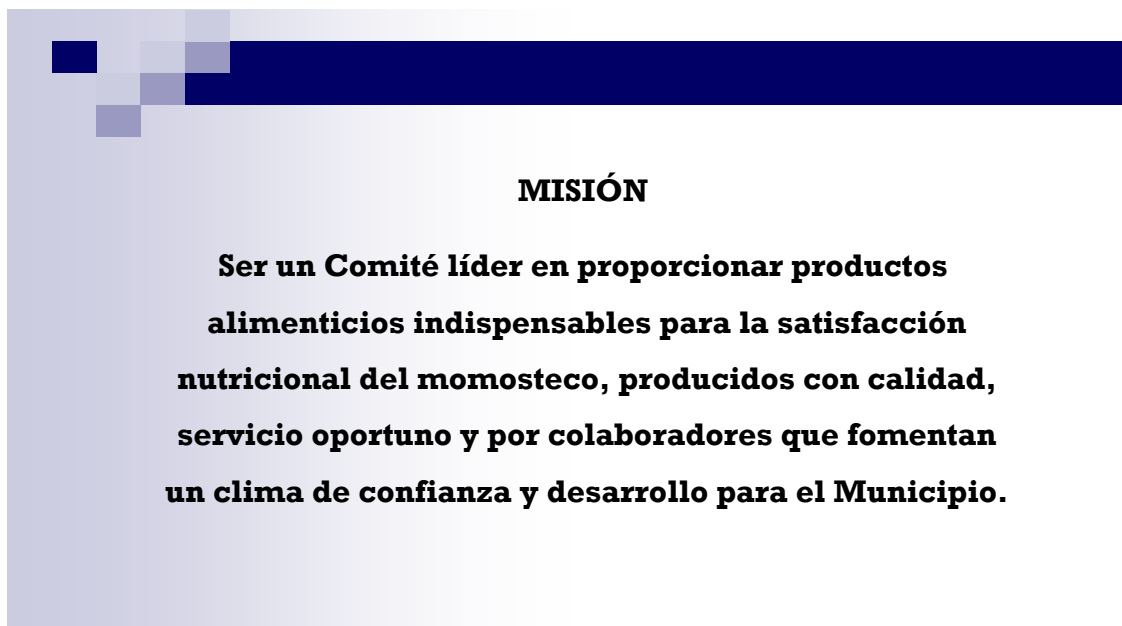
Gráfica 10
Municipio de Momostenango – Totonicapán
Producción de huevos de gallina
Visión



3.1.1.2 Misión

La organización tiene que contar con una personalidad y una meta por la cual deba existir. Se propone la siguiente Misión:

Gráfica 11
Municipio de Momostenango – Totonicapán
Producción de huevos de gallina
Misión



3.1.1.3 Objetivos

Con la visión y misión establecidas, se cuenta una dirección específica de las actividades que realizará la organización y para la complementación se redactan los siguientes objetivos:

General

- Alcanzar el desarrollo económico y social de los integrantes de la organización, con la contribución de una adecuada administración de los recursos humanos, físicos y materiales.

Específicos

- Tener capacidad de producción a un costo menor y ofrecer el producto a un precio que favorezca a los consumidores de la localidad.

- Mantener los estándares de calidad del huevo de gallina, para garantizar la homogeneidad de la producción.
- Crear con la organización propuesta un estado de motivación positiva, que inspire a los miembros a luchar por el éxito.

3.1.1.4 Reglas

Entre las reglas se pueden mencionar las siguientes:

- La asamblea general establecerá la inversión de las utilidades obtenidas durante el período.
- El en cargado de producción fijará los turnos de trabajo, de acuerdo con las necesidades que surjan.
- El encargado de Ventas determinará los créditos que puedan otorgarse.
- El encargado de ventas establecerá el porcentaje .de descuento que se aplicará para los integrantes del comité.
- El encargado de compras elegirá a los proveedores según la calidad y el precio que se obtengan.

3.1.2 Organización

Las unidades estudiadas están agrupadas, pero su estructura no llena las características necesarias que especifiquen de manera profesional la división del trabajo para las actividades del proceso de producción y administración. Para ello se propone lo siguiente:

3.1.2.1 Tipo de organización

Que la agrupación se integre en un Comité, cuyo objeto sea llevar a cabo las actividades pecuarias, en especial la producción de huevos de gallina, adoptando una personalidad jurídica, con una organización sencilla, ya que

ofrece beneficios económicos, como, acceso a recibir asesoría técnica y apoyo financiero.

La Denominación y nombre, del Comité se identifica de forma siguiente: Comité de Granjas Concepción

Se constituirá un Comité ya que el Código de Comercio indica en su artículo 9 no considera como comerciante a las personas que se dediquen a las actividades agrícolas y pecuarias o similares, este artículo conlleva a revisar la ley del Código municipal, Decreto 58-88 en el cuál indica que un Comité puede constituirse por medio de una escritura pública, rigiéndose por el Decreto 20-82, el cual autoriza la recaudación de fondos.

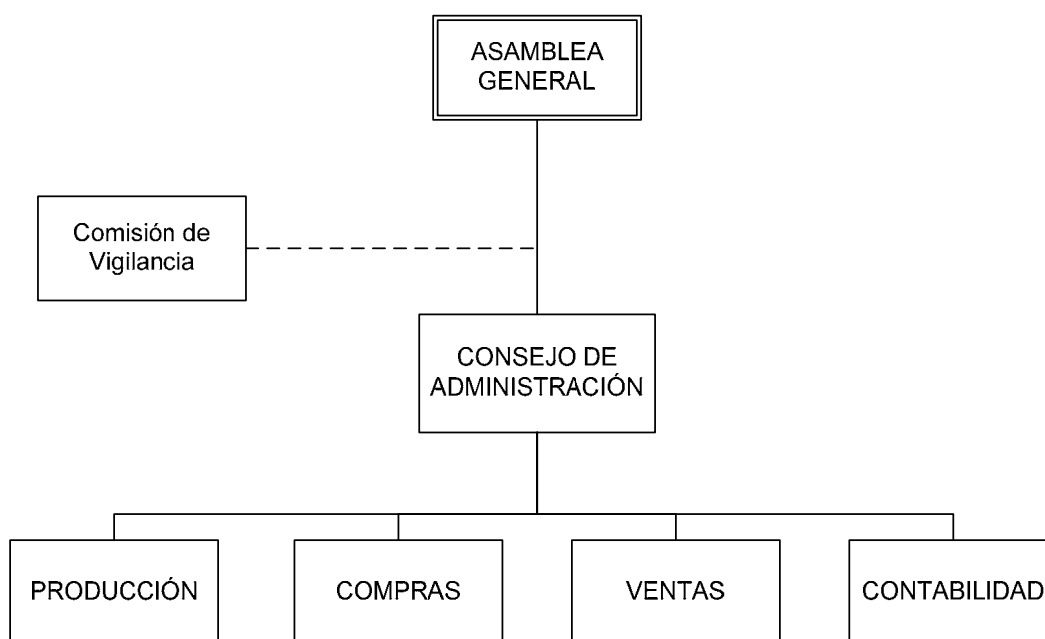
3.1.2.2 Estructura organizacional

Para que la Comité cuente con una adecuada estructura, tiene que existir una división del trabajo para lograr la especialización de cada una de las personas que participarán en la actividad, en donde se apliquen reglas y procedimientos que guíen y detallen de forma exacta el cumplimiento de las funciones asignadas. Los niveles de autoridad no deben faltar, ya que al establecerlos se omitirán las evasivas de responsabilidad y por ende sirven de guía para determinar de donde se reciben órdenes.

Como resultado se propone un sistema de organización lineal, en donde la autoridad y responsabilidad se transmiten por una sola línea para tratar cada uno de los aspectos correspondientes al área asignada. El Comité será representado por un único administrador o gerente general, pero la máxima autoridad será la asamblea general. Además se ha planificado que existan tres niveles jerárquicos que se encarguen de llevar el control de las operaciones.

Se presenta la gráfica del diseño de la organización propuesta:

Gráfica 12
Municipio de Momostenango – Totonicapán
Organigrama
Comité Granjas Concepción
Año 2004



Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2004.

Las unidades graficadas serán de pequeño tamaño, ya que fueron diseñadas de acuerdo con los recursos disponibles con los que iniciará el Comité. A medida que el Comité crezca y de acuerdo con las utilidades obtenidas anualmente, tendría que ser modificado para adecuarlo a las necesidades que se presenten en el futuro.

Funciones básicas de las unidades administrativas

Los puesto que se han definido cubren las necesidades principales y se

describen a continuación:

- **Asamblea General**

Representa la máxima autoridad dentro del Comité, está conformada por las 25 personas que lo integran a quienes corresponden las actividades de: controlar las actividades que se realicen dentro del Comité, evaluar todo lo relacionado con normas y reglamentos y tomar decisiones que beneficien al grupo en general.

- **Consejo administrativo**

Es el miembro ejecutor y administrador del Comité, el cual estará sujeto a lo dispuesto por la asamblea general, le compete en el ejercicio de sus funciones: representar al Comité, planear, organizar, dirigir y controlar lo ejecutado por los integrantes, elaborar programas de actividades que permitan la eficiente realización.

- **Comisión de vigilancia**

Las operaciones sociales serán fiscalizadas por uno o varios integrantes, de acuerdo con las disposiciones de la asamblea general, sus atribuciones son; fiscalizar la administración del Comité, verificar que las cuentas sean llevadas de forma normal, hacer arqueos periódicos de valores, exigir al consejo información sobre el desarrollo de las operaciones realizadas.

- **Producción**

Esta unidad se encargará de realizar todas las actividades del proceso productivo hasta el almacenaje del huevo de gallina, además de llevar los controles respectivos de la producción diaria, elaborar y coordinar los programas de producción.

- **Compras**

Realizará las cotizaciones de materiales, equipo y suministros que se lleguen a utilizar, siendo el responsable de lo que se adquiera de la calidad y el precio obtenido.

- **Ventas**

Los miembros se dedicarán hacer la labor de las ventas para asegurar los canales que harán posible el traslado del producto hasta el consumidor final, desarrollar tácticas para establecer los posibles intermediarios para la comercialización del producto

- **Contabilidad**

En esta unidad se manejaran los controles contables, los cuales servirán para analizar la situación económica del Comité. Para llevar a cabo un adecuado control contable es necesario contar con: libros de caja, libro de ventas, libro de bancos y si fuera posible costo de producción y estado de resultados.

3.1.2.3 Cultura organizacional

Es el conjunto de valores, creencias y entendimientos importantes que los integrantes de una organización tienen en común.

Se propone que el Comité busque un nuevo ambiente laboral, en donde los miembros comprendan la estructura de una organización formal, su eficacia y su funcionamiento en general. El empuje de la organización propuesta se verá influenciada por el patrón de conducta, creencias y valores que los miembros compartan, esto quiere decir que el éxito dependerá de lo que la gente haga, diga y piense del Comité, para lo cual se listan ejemplos de la cultura organizacional que deberá prevalecer en el Comité.

- **“Planeación**

El Comité debe fijar metas mensuales y anuales, con un alto grado de participación de los integrantes. Se descentralizaran las tomas de decisiones según unidades establecidas.

- **Organización**

Descentralización de la autoridad

Amplia definición de autoridad

- **Integración**

Selección del personal con base a criterios de desempeño.

Capacitaciones en muchas áreas funcionales

- **Dirección**

Dirección fundamentalmente descendente del flujo de comunicación.

Dirección descendente, ascendente, horizontal y diagonal del flujo de comunicación según diseño organizacional propuesto.

- **Control**

Ejercicio de un alto grado de autocontrol por parte de los integrantes.

Atención a problemas y soluciones de múltiples criterios “⁴

Para desarrollar y cultivar la cultura organizacional es necesario resumir 10 características que deben de poseer los integrantes del Comité:

⁴ Harold Koontz y Heinz Weihrich. Administración una Prspectiva Global. Séptima edición. McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A. México, D.F. Febrero 2004. Pág.335.

- **La identidad de sus miembros**, el grado en que los integrantes se identifican con la organización como un todo y no solo con su tipo de trabajo o campo de conocimientos.
- **Énfasis en el grupo**, las actividades laborales se organizan en torno a grupos y no a personas.
- **El enfoque hacia las personas**, las decisiones de la administración toman en cuenta las repercusiones que los resultados tendrán en los miembros del Comité.
- **La integración de unidades**, la forma como se fomenta que las unidades de la organización funcionen de forma coordinada e independiente.
- **El control**, el uso de reglamentos procesos y supervisión directa para controlar la conducta de los individuos.
- **Tolerancia al riesgo**, el grado en que se fomenta que los empleados sean agresivos, innovadores y arriesgados.
- **Los criterios para recompensar**, como se distribuyen las recompensas, como los aumentos de sueldo y los ascensos, de acuerdo con el rendimiento del empleado y por su antigüedad, favoritismo u otros factores ajenos al rendimiento
- **El perfil hacia los fines o los medios**, de que manera la admón. Se perfila hacia los resultados o metas y no hacia las técnicas o procesos usados para alcanzarlos.
- **El enfoque hacia un sistema abierto**, el grado en que la organización controla y responde a los cambios externos.
- **Tolerancia al conflicto**, grado en que la organización fomenta que los miembros traten abiertamente sus conflictos y críticas.

3.1.3 Integración de recursos

Es la función de obtener y elegir los recursos necesarios para el adecuado

funcionamiento del Comité. En donde se define el registro de las personas que ocuparan los puestos mencionados.

3.1.3.1 Humanos

El reclutamiento del personal a cargo de las diferentes unidades administrativas son los miembros del Comité, quienes serán seleccionados por la asamblea general, tomando en cuenta para cada uno de los puestos las habilidades y aptitudes de cada uno de los miembros.

Los miembros seleccionados estarán reglamentados por lo que estipule en la escritura pública, por el Manual de organización y el Manual de normas y procedimientos.

3.1.3.2 Físicos

En la integración de recursos físicos es necesario para el crecimiento de la sociedad, comprar útiles y equipo de oficina, crear un espacio para colocarlos y así tener los controles y reportes de la producción en lugar especial.

3.1.3.3 Financieros

Los recursos financieros se integrarán de las utilidades que recoja el Comité por la venta de la producción y de las aportaciones que los miembros otorguen.

3.1.4 Dirección

Llevar a cabo la realización efectiva de los intereses de grupo, coordinándolos de una mejor manera para facilitar su alcance, ejerciendo autoridad como una necesidad y transmitiendo el orden con ayuda de la resolución de conflictos sin lesionar la disciplina. La motivación, comunicación y supervisión son también elementos importantes de la dirección.

Una forma de motivar a los miembros del Comité que integren los puestos puede ser la convivencia de actividades sociales.

La dirección del Comité estará bajo la responsabilidad directa del consejo administrativo y este ejecutará todo lo planeado, organizado e integrado con anterioridad.

3.1.5 Control

Esta etapa trata de medir el desempeño de las actividades, con el fin de establecer diferencias y fijar medidas correctivas.

Es importante para el Comité contar con controles para detectar anomalías en las actividades del proceso de producción, para ello se hace necesario poner en práctica las siguientes herramientas del control:

3.1.5.1 Control de sanidad

Limpieza frecuente parcial y total de las galeras, limpieza de los bebederos. Corte del pico de las gallinas y vacunación respectiva.

3.1.5.2 Control de producción

Control diario de recolección de huevos, de existencias bodega y alimentación para las gallinas.

3.1.5.3 Controles de costos

Control de precios y cantidad de compra de insumos, cantidad y precio de venta de huevos de gallina. El uso diario de estos controles proporcionarán una base de datos real, para analizar el crecimiento del Comité.

3.2 COMERCIALIZACIÓN

Este procedimiento tiene gran importancia en la actividad productiva, ya que es la encargada de establecer el intercambio que se da entre la Comité que produce y el mercado objetivo. Para lograr el éxito en el proceso, se deben analizar los puntos siguientes:

3.2.1 Producto

Se considera que el huevo de gallina es un producto, porque es un bien que satisface la necesidad de alimentación para las personas. Con satisfacer esta necesidad, el huevo de gallina es un producto fundamental, porque cubre una necesidad básica. Para que el producto incremente a un nivel de producto real, los cambios necesarios son:

3.2.1.1 Atributos del producto

Son los aspectos que se identifican en un producto como:

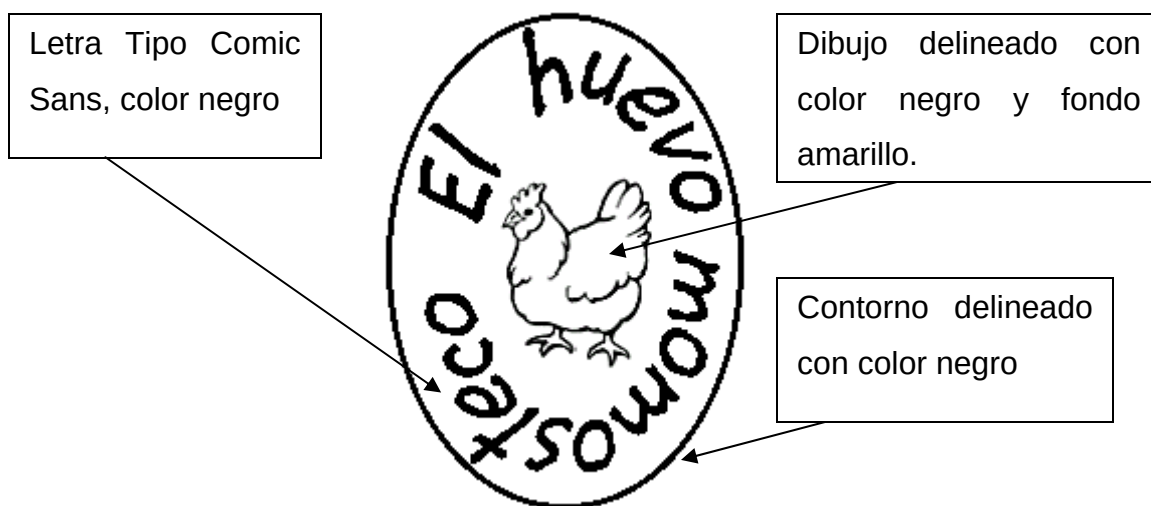
- **Calidad del producto**

Para que el producto sea de alta calidad, se debe incrementar el control sobre la recolección, limpieza y clasificación del huevo de gallina, estas son las actividades claves para mejorar la calidad.

- **Marca**

Para que el producto sea reconocido se puede utilizar el nombre del Comité o bien, se propone como marca El Huevo Momosteco, con esta distinción se pueden obtener mejores resultados.

Gráfica 13
Municipio de Momostenango – Totonicapán
Producción de huevos de gallina
Marca y Logotipo



Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2004.

- **Empaque**

Para el transporte del huevo de gallina se utiliza el empaque porque es donde van acomodadas las unidades, pueden variar de 6, 12 y 30 unidades, los materiales que se pueden utilizar son el cartoncillo y el duroport, los empaques, tanto el de cartón como el embalaje de cajas plásticas

3.2.2 Precio

Se considera oportuno que durante dos o tres meses se asigne un precio de Q15.50 que es menor al de la competencia, esto con el objetivo de lograr penetrar en el mercado local y dar a conocer el producto con la ventaja de la marca establecida. Luego de haber conseguido el objetivo se asignan los precios de acuerdo con la competencia.

3.2.3 Plaza

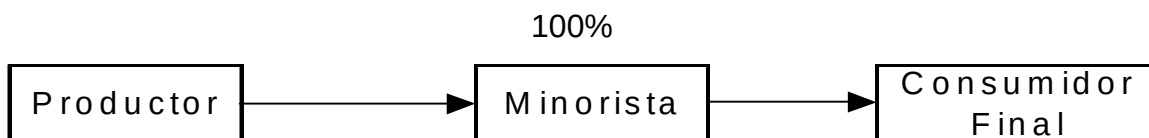
Se establece que por el momento el mercado es local, es decir, todas las aldeas caseríos y parajes de Municipio.

3.2.3.1 Canales de distribución

Para que el huevo de gallina llegue al consumidor final (habitantes del Municipio), intervendrán únicamente los minoristas o detallistas, quienes serán las personas que sean propietarios de tiendas, depósitos y abarroterías que estén ubicadas en los alrededores del Municipio, ellos serán los encargados de distribuir el huevo de gallina.

Para efectos se presenta la siguiente Gráfica:

Gráfica 14
Municipio de Momostenango – Totonicapán
Producción de huevos de gallina
Canal de distribución



Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2004.

Este canal señala el recorrido a llevar a cabo el huevo de gallina para que el consumidor final pueda adquirirlo.

3.2.3.2 Márgenes de comercialización

Es el análisis de los valores que cada uno de los intermediarios obtendrá en la actividad de distribuir el huevo de gallina, para ello se ejemplifica de la siguiente forma:

Cuadro 4
Municipio de Momostenango – Totonicapán
Producción de huevos de gallina
Márgenes de comercialización

Institución	Precio de venta	Margen bruto	Costo de mercadeo	Margen neto Q.	Rendimiento S/inversión %	Participación %
<u>Productor</u>	16.00					91.43
<u>Mayoristas</u>	17.50	1.50	<u>0.30</u>	1.20	7.50	8.57
Empaque			0.05			
Transporte			0.25			
Consumidor final	18.50					
Totales		1.50	0.30	1.20		100.00

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2004.

3.2.3.3 Ubicación del producto

Para el mantenimiento adecuado del producto, los minoristas o detallistas deben de colocarlo en un lugar visible, con ventilación y a temperatura ambiente, para que su durabilidad sea la máxima alcanzada.

3.2.3.4 Control de inventarios

Se llevará un control estricto de la producción diaria, esto permitirá establecer la fecha de producción y poder darle una fecha de vencimiento a los huevos de gallina. Este procedimiento se debe llevar a cabo con rotulaciones en el embalaje o las cajas plásticas donde se almacena el producto.

3.2.3.5 Transporte

Para que la distribución física tenga mayor eficiencia y logre el objetivo de cubrir la ubicación seleccionada para el Municipio, es necesario que el Comité haga los esfuerzos necesarios por adquirir un medio de transporte propio, eliminando con este procedimiento las dificultades actuales, coadyuvando a incrementar el número de clientes con relación a los actuales.

3.2.4 Promoción

Es necesario que el Comité gaste en promoción, que utilice un porcentaje de las ventas, que aunque sea mínimo servirá para informar y persuadir a los clientes para que compren el producto.

Se puede utilizar la publicidad no pagada, esta se refiere a buscar espacio gratuito en los medios de comunicación, como por ejemplo en las radios locales y Momovisión, que tienen una amplia cobertura en todo el Municipio. Este procedimiento se puede realizar a través spot transmitidos dos veces por día.

También se pueden hacer impresiones de volantes y repartirlos los días de plaza, Elegir a un minorista y solicitarle un lugar en donde se pueda instalar un quiosco decorado para hacer demostraciones del producto y realizar sorteos para los consumidores, esta actividad puede generarse dos veces al mes..

Las ventas personales son el siguiente paso, las personas seleccionadas por la asamblea general del Comité, que integren la unidad de compras y ventas son las encargadas de visitar por áreas a los minoristas o detallistas, para poder tomar nota de pedidos, con este procedimiento se agenciará de clientes más efectivos. También se puede incluir la promoción de ventas para los minoristas que compren más de una caja de huevos se les obsequiará 6 huevos, con el fin de estimular su compra.

CAPÍTULO IV

PROYECTO: “PRODUCCIÓN DE CHILE PIMIENTO”

A través de las potencialidades productivas investigadas en el Municipio, se logró establecer que la producción de chile pimiento puede ser una de las alternativas de desarrollo económico y generadora de fuentes de trabajo para los habitantes, ya que actualmente esta actividad no ha sido explotada, según estudio socioeconómico realizado.

En el municipio de Momostenango, departamento de Totonicapán, se estableció que esta actividad está orientada a favorecer en forma directa a las familias campesinas de la comunidad, tanto en los ingresos económicos, como a través de la oferta de empleo. Derivado de ello, se recomienda implementar el presente proyecto, el cual consiste en la producción de 900 quintales de chile pimiento fresco que podrán ser distribuidos a nivel local.

4.1 JUSTIFICACIÓN

El cultivo de chile pimiento, constituye una excelente alternativa para la diversificación de la producción agrícola del Municipio.

Basándose en el trabajo de campo, se determinó que el Municipio cuenta con áreas disponibles que llena las condiciones agronómicas y climatológicas necesarias para el cultivo de chile pimiento, así como la existencia de recursos naturales y humanos. Se considera que la propuesta del proyecto del cultivo del chile pimiento traerá consigo una serie de beneficios socioeconómicos para el Municipio, tales como la generación de empleo y mejores ingresos económicos para los productores.

4.2 OBJETIVOS

En el desarrollo de este punto se presentan los objetivos generales y específicos que se pretenden alcanzar en la propuesta de inversión.

4.2.1 General

Optimizar el uso de la tierra en cultivos altamente productivos, con el aprovechamiento de las condiciones agrológicas que posee el Municipio, además de generar mayores ingresos a las comunidades del lugar.

4.2.2 Específicos

- Promover el trabajo en equipo en la coordinación de las actividades de siembra, cosecha y comercialización a efecto de que se mejore la productividad del trabajo y la calidad de la producción.
- Poseer al término del primer año de iniciado el proyecto, instalaciones adecuadas en donde el Comité pueda llevar a cabo sus funciones productivas, administrativas y de comercialización.
- Generar fuentes de empleo a los habitantes del Municipio para elevar las condiciones de vida de los participantes.

4.3 ESTUDIO DE MERCADO

La investigación de mercado es la recopilación, registro y análisis de todos los hechos relacionados con los problemas asociados con la transferencia y ventas de bienes y servicios, del productor al consumidor. En este tema se expone las variables tales como demanda, oferta, precios y comercialización del chile pimienta, los cuales permitirán establecer la importancia que la producción puede tener en la economía del Municipio.

4.3.1 Oferta

La producción de chile pimienta se encuentra diseminado en el territorio nacional, principalmente en los departamentos de clima subtropicales.

En el Municipio no existen personas que se dediquen a la producción de chile pimienta, por lo que la oferta existente en el mercado local, proviene de los municipios y departamentos aledaños y el cual; los vendedores llevan dos veces por semana en los días de mercado. Dicha actividad incrementa los precios en el producto, debido a la distancia recorrida.

De acuerdo con la información obtenida a través de entrevistas realizadas a los vendedores de chile pimienta en los días de mercado, se puede presentar la oferta histórica del Municipio para los años 1999 al 2003 y la oferta proyectada para los años 2005 al 2008.

Cuadro 5
Municipio de Momostenango - Totonicapán
Oferta total histórica
Producción de chile pimienta
Años: 1999-2003
(Cifras en quintales)

Año	Oferta total
1999	381
2000	393
2001	404
2002	417
2003	429

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS, segundo semestre 2004.

Como se puede apreciar en el cuadro anterior, se concluye que la población del Municipio ha consumido en un 100%, el producto de los departamentos aledaños. También se puede notar un incremento del 3% en el consumo año con año, incremento influenciado por la tasa anual de crecimiento poblacional.

Cuadro 6
Municipio de Momostenango - Totonicapán
Oferta total proyectada
Producción de chile pimienta
Años: 2004-2008
(Cifras en quintales)

Año	Oferta total
2004	442
2005	455
2006	469
2007	483
2008	497

Fórmula $Y = a + bx$, utilizada para estimar la producción de chile pimienta de los años 2005 al 2008.

Fuente: Fuente: Investigación de campo Grupo EPS, segundo semestre 2004.

De acuerdo al cuadro anterior, se puede determinar por medio de la fórmula de mínimos cuadrados, la producción de chile pimienta conserva un aumento del 3% y al igual que en la oferta histórica aún no se presenta producción local.

4.3.2 Demanda

Se determinó que en el municipio de Momostenango existe demanda de chile pimienta, la que se abastece por medio de lo que se ofrecen los vendedores de la localidad, el cual llega de otros municipios, además se determinó que es un producto de consumo popular y forma parte de la ingesta diaria de la población.

- **Demanda Potencial**

Figura el total de la producción que podría ser consumido por los habitantes delimitados del Municipio, para la cual se calcula multiplicando la población delimitada por el consumo per-cápita anual de chile pimienta. Se consideró un 89% de la población para el consumo del producto, ya que el restante 11% son niños de cero a cuatro años quienes a su corta edad el consumo de este producto es mínimo.

En la línea del tiempo, la demanda potencial se puede dividir en histórica y proyectada respectivamente, las cuales se pueden apreciar en los cuadros siguientes:

Cuadro 7
Municipio de Momostenango - Totonicapán
Demanda potencial histórica
Producción de chile pimiento
Período: 1999 - 2003
(Cifras en quintales)

Año	Población delimitada	Consumo a/Per-capita	Demanda potencial
1999	70,850	0.09	6,377
2000	72,976	0.09	6,568
2001	75,165	0.09	6,765
2002	77,420	0.09	6,968
2003	79,743	0.09	7,177

Fórmula $Y = a + bx$, utilizada para estimar la población delimitada.

a/ Consumo per cápita según, Instituto de Nutrición de Centro América y Panamá (INCAP).

Fuente: Elaboración propia, con base en datos del XI Censo Nacional de Población y VI de Habitación año 2002, según el Instituto Nacional de Estadística (INE).

El anterior cuadro describe el comportamiento ascendente que tuvo la demanda potencial durante el periodo de tiempo indicado.

Cuadro 8
Municipio de Momostenango - Totonicapán
Demanda potencial proyectada
Producción de chile pimiento
Período: 2004 - 2008
(Cifras en quintales)

Año	Población delimitada	Consumo capita	a/Per	Demanda potencial
2004	82,135		0.09	7,392
2005	84,599		0.09	7,614
2006	87,137		0.09	7,842
2007	89,751		0.09	8,078
2008	92,444		0.09	8,320

Fórmula $Y = a + bx$, utilizada para estimar la población delimitada.

a/ Consumo per cápita según, Instituto de Nutrición de Centro América y Panamá (INCAP)

Fuente: Elaboración propia, con base en datos del XI Censo Nacional de Población y VI de Habitación año 2002, según el Instituto Nacional de Estadística (INE).

Como se puede percibir en el cuadro anterior, existe un crecimiento sostenido en la demanda potencial de este producto, a partir del año de 1999 al año 2008, el porcentaje del 3%, lo que confirma el éxito del proyecto, según se puede evidencia en el cuadro siguiente:

Cuadro 9
Municipio de Momostenango - Totonicapán
Demanda potencial Vrs. Producción Proyecto
Producción de chile pimiento
Período: 2004 - 2008
(Cifras en quintales)

Año	Demanda Potencial	Volumen de Producción	Relación
2004	7,392	900	12%
2005	7,614	900	12%
2006	7,842	900	11%
2007	8,078	900	11%
2008	8,320	900	11%

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2004.

Los porcentajes de relación calculados en el anterior cuadro, indican que el volumen de producción que generará el proyecto, cubrirá hasta un 11% y 12% de la demanda potencial calculada para los años 2004 al 2008.

4.3.3 Consumo aparente

Está conformado por el conjunto de unidades del producto que los individuos aparentemente consumen, se determina al sumar la producción y las importaciones. Para obtener el consumo aparente del Municipio, fue necesario determinar el consumo aparente nacional, por lo tanto fue necesario realizar los cuadros consecutivos:

Cuadro 10
Municipio de Momostenango - Totonicapán
Consumo aparente histórico
Producción de chile pimiento
Período: 1999 - 2003
(Cifras en quintales)

Año	Población delimitada	Producción local	Importación (qq)	Consumo aparente (qq)
1999	70,850	0	381	381
2000	72,976	0	393	393
2001	75,165	0	404	404
2002	77,420	0	417	417
2003	79,743	0	429	429

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2004.

En el caso de Momostenango, el consumo aparente histórico lo rige las importaciones, las cuales son generadas por la falta de producción dentro del Municipio y no cubrir a la demanda potencial local.

Para el proyecto es importante que se detalle el consumo aparente, que pueda darse durante el periodo de vida útil, por lo que el cuadro siguiente referencia los datos necesarios.

Cuadro 11
Municipio de Momostenango - Totonicapán
Consumo aparente proyectado
Producción de chile pimienta
Período: 2004 - 2008
(Cifras en quintales)

Año	Población delimitada	Producción local	Importación (qq)	Consumo aparente (qq)
2004	70,850	0	442	442
2005	72,976	0	455	455
2006	75,165	0	469	469
2007	77,420	0	483	483
2008	79,743	0	497	497

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2004.

Como se observa en los cuadros anteriores, los resultados del consumo aparente histórico y proyectado, muestran una conducta ascendente. Una de las variables de mayor importancia, que se puede observar, es el rubro de las importaciones, ya que es el único que auxilia al consumo de la población delimitada.

4.3.4 Demanda insatisfecha

Esta representada por el volumen de producción total requerida por la población que queda sin atender o satisfacer, su resultado positivo permite determinar que existe un margen o porcentaje de la demanda potencial que se ha dejado de atender, lo que garantiza y da paso al éxito de proyectos, como el presente propuesto.

La relación entre demanda potencial y consumo aparente, tanto histórico como proyectado se describe de acuerdo al periodo de 1999 al 2003 y del 2004 al 2008, respectivamente.

Cuadro 12
Municipio de Momostenango - Totonicapán
Demanda insatisfecha histórica
Período: 1999 - 2003
(Cifras en quintales)

Año	Demanda potencial	Consumo aparente	Demanda insatisfecha
1999	6,377	381	5,996
2000	6,568	393	6,175
2001	6,765	404	6,361
2002	6,968	417	6,551
2003	7,177	429	6,748

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2004.

El cuadro anterior representa el comportamiento que se asumió de la demanda insatisfecha como consecuencia de los datos recabados y con esta base deduce que el 94% de la demanda potencial si sido insatisfecha. Pero para aseverar el triunfo del proyecto, se debe saber el porcentaje de la demanda insatisfecha que se pudiera dar durante el periodo 2004 al 2008.

Cuadro 13
Municipio de Momostenango - Totonicapán
Demanda insatisfecha histórica
Período: 2000 - 2008
(Cifras en quintales)

Año	Demanda potencial	Consumo aparente	Demanda insatisfecha
2004	7,392	442	6,950
2005	7,614	455	7,159
2006	7,842	469	7,373
2007	8,078	483	7,595
2008	8,320	497	7,823

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2004.

Los datos calculados y representados en los cuadros anteriores, indican que la demanda insatisfecha corresponde a un 94%, por lo que se puede inferir que las importaciones de chile pimienta cubren únicamente el 10% de la demanda potencial del municipio de Momostenango, con lo que se deduce que el producto que existe actualmente en el mercado local, tiene un costo adicional de transporte, mientras que con el proyecto propuesto se tendría un porcentaje mayor de utilidad y un precio razonable.

4.3.5 Precio

El objetivo principal de proponer un precio es elevar al máximo las utilidades inmediatas del producto, siempre que se pueda participar con ese precio en un mercado de competencia perfecta donde existe equilibrio entre la oferta y la demanda. Se asigna un precio de penetración para venta de chile pimienta de Q.75.00 por caja de 25 libras, por ser un producto agrícola el precio variará de acuerdo con la época.

4.3.6 Comercialización

Es la fase más importante post-producción y representa la etapa donde el productor debe establecer una relación con los intermediarios, o bien, con el consumidor final, para llevar a cabo el proceso de negociación y venta del producto. La comercialización es una combinación de actividades, en virtud de que los alimentos de origen agrícola llegan al consumidor final en forma conveniente en el momento y lugar oportuno. Incluye por lo tanto el acopio, el transporte, la selección, la limpieza, la tipificación, el almacenamiento, el empaque, la elaboración inicial, la búsqueda de abastecedores y de mercados, la financiación de los gastos que ocasionan la conservación del producto desde que se paga al productor hasta que el consumidor final lo compra.

4.3.6.1 Descripción del producto

El chile pimiento crece de una planta de bajo cultivo, del género *Capsicum*, que se cree es originaria de la América tropical, el fruto que da la planta es una hortaliza de aspecto blando, carnoso y con pepitas, de color, al inicio verde y con el tiempo de maduración se transforma en rojo, su sabor es dulce y los contenidos nutritivos son: vitaminas A y C, las semillas son de color blanco y de aspecto ablandado.

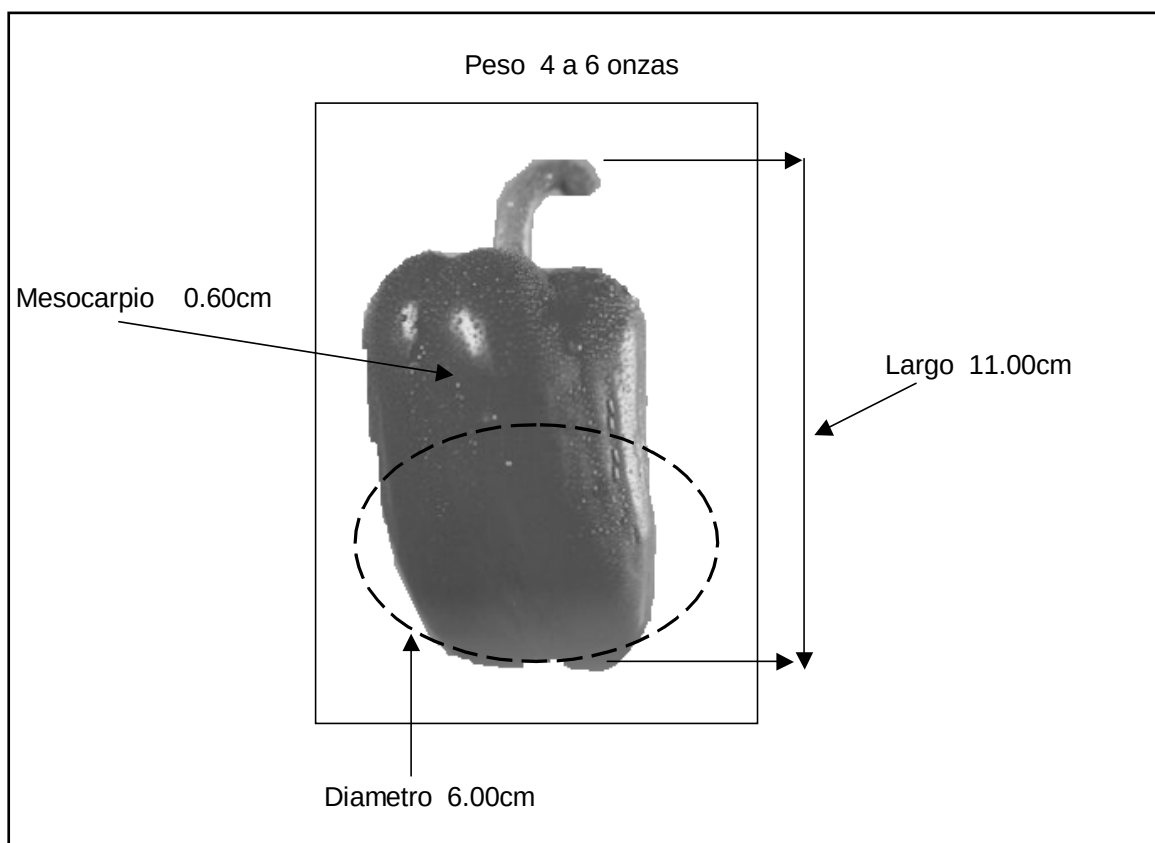
- **Variedades**

A nivel nacional se producen cantidades significativas de chile pimiento, encontrando diversas variedades comerciales, las de mayor importancia son: Grupo Wonder, Grupo Campana, Grupo de los Pimientos, , Magali R., se dividen así, dependiendo del tamaño, peso, y forma, se considera importante el grosor de las paredes o mesocarpio de la baya.

- **Características del producto**

El consumo del chile pimiento se caracteriza por tener ingredientes que saborizan o condimentan las comidas típicas en diversos países, es utilizado en productos alimenticios procesados. También se le extraen colorantes y aceites aromáticos para fines de industria. Las características y formas del chile pimiento seleccionado, es de variedad, Magali R., se distingue por el tamaño de fruto que mide del mesocarpio 0.60cm, de diámetro 6.00cm, de largo 11cm., con un peso de 4 a 6 onzas, de forma de cono puntiagudo, de color antes de su madurez verde y en su madurez se torna rojo. Las paredes son gruesas y el corte transversal es redondeado, con sabor dulce.

Gráfica 15
Municipio de Momostenango - Totonicapán
Características y forma del chile pimiento
Variedad seleccionada



Fuente: Elaboración propia, con base en información del Instituto de Ciencia y Tecnología Agrícola –ICTA-.

Nombre de marca

El nombre y diseño especial que distinguirá al producto del Comité con respecto a los demás productos, será conocida y denominada: **Momos Chilis**, la que deberá ser autorizada por el Registro de de la propiedad industrial e intelectual.

Gráfica 16
Municipio de Momostenango - Totonicapán
Proyecto: “Producción de chile pimiento”
Marca



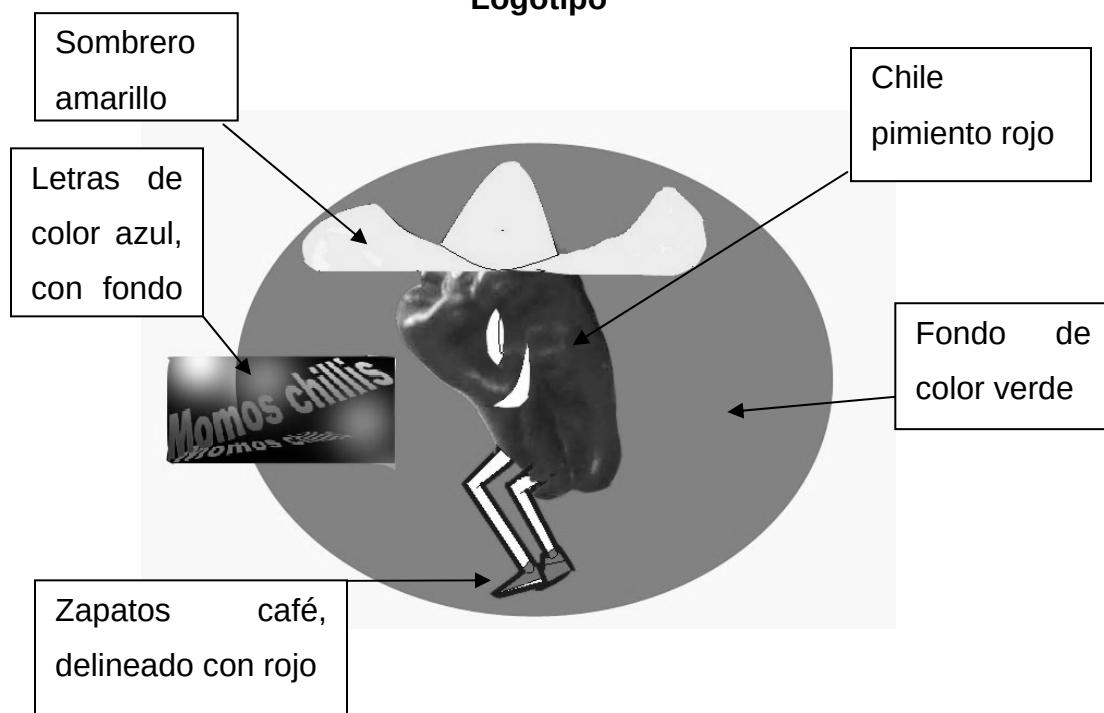
Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2004.

El nombre de marca es elegido con el objeto de relacionar el nombre del Municipio en combinación con la producción de chile pimiento.

Logotipo

El símbolo que representará al producto en el mercado está diseñado en la siguiente figura:

Gráfica 17
Municipio de Momostenango - Totonicapán
Proyecto: “Producción de chile pimiento”
Logotipo



Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2004.

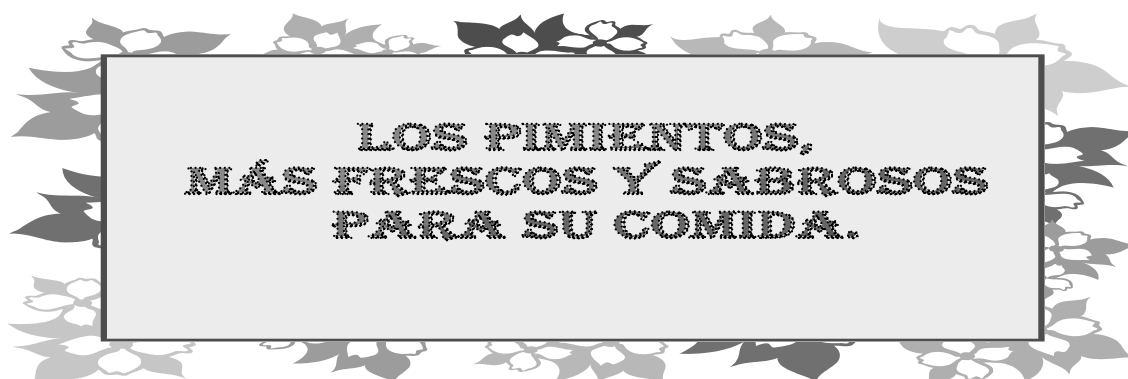
Se considera que la imagen anterior llamará la atención y se grabará en la mente de cada una de las personas que compre el producto. Dicho diseño está conformado por una variedad de colores que se relacionan de tal manera que será una marca de fácil interpretación, en ella el color verde del fondo simboliza el entorno natural de producción del chile pimiento de Momostenango, el chile pimiento color rojo con sombrero representa a la gente del campo que producirá

dicho producto como una muestra de agradecimiento al su arduo trabajo, todo ello complementado con la marca del producto a manera de recordatorio para inducir a su compra.

Slogan

Es la frase que complementa los elementos de marca y logotipo, ya que estos proporcionan al comprador las características propias del producto y aumenta su eficiencia, la frase nace de la idea de promocionar la frescura y aprovechar las características del chile pimiento, por lo que se decide el siguiente slogan “LOS PIMIENTOS MÁS FRESCOS Y SABROSOS PARA SU COMIDA”.

Gráfica 18
Municipio de Momostenango - Totonicapán
Proyecto: “Producción de chile pimiento”
Slogan



Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2004.

4.3.6.2 Niveles del Producto

“Se caracteriza por medir el grado de satisfacción que genera el producto”⁵ y en cual se hacen notar los siguientes:

- **Producto fundamental:** Es el chile pimiento, porque cubre la necesidad de convertirse en materia prima para las amas de casa y para las industrias alimenticias.
- **Producto real:** Este nivel alberga los atributos del chile pimiento, como lo es la caja que sirve como embalaje, la marca y el logotipo del producto.
- **Producto aumentado:** Resguarda los beneficios adicionales que genera la compra de chile pimiento, ya que el Comité se encargará de llevarlo a donde el comprador le indique.

4.3.6.3 Concentración

En el municipio de Momostenango, departamento de Totonicapán, la producción se concentrará de manera temporal en la bodega del Comité, con la finalidad que sea esta el centro primario para la concentración del producto ya que con esto se garantizará la conservación del mismo en buen estado.

4.3.6.4 Equilibrio

Para la propuesta la oferta y demanda se equilibrará conforme evolucione la ejecución del proyecto y se adecue a las condiciones del mercado. Inicialmente no se utilizará centro de acopio en la zona de producción, sino que el fruto se recolectará en las unidades productivas y se trasladará a la bodega del Comité.

⁵ Tania América Flores Montufar. Material de Apoyo Comercialización no Agrícola. Ejercicio Profesional Supervisado. Universidad de San Carlos de Guatemala, Segundo Semestre 2004. Pág. 2.

4.3.6.5 Dispersión

La dispersión es la parte de la comercialización que se encarga de encaminar los productos a los diversos puntos de consumo en la cantidad, forma y tiempo exigido por los intermediarios o consumidores.

La propuesta considera realizar la dispersión de la producción de chile pimiento para el mercado local, los integrantes de la organización se encargarán de esta tarea y contactarán con los mayoristas para que de igual forma trasladen el producto al consumidor final.

4.3.6.6 Funciones de intercambio

Se llevarán a cabo a partir del momento en que el productor ponga a disposición del Comité la cosecha, para que éste la comercialice con el intermediario o mayorista y detallista, de acuerdo con las condiciones del mercado.

- **Determinación de precios**

Estará influenciado por los costos en que se incurran, así como a la calidad del producto a la vista del productor y comprador, además de la libre competencia influenciada por los precios que rigen en el mercado, pudiéndose llegar hasta el regateo, de manera que finalmente el precio satisfaga tanto al vendedor como al comprador.

4.3.6.7 Funciones físicas

Se refieren al mecanismo que se utilizará en el cuidado físico del chile pimiento, para mantenerlo y conservarlo de manera que llene todos los requerimientos de calidad que exige el consumidor final. Para la presente propuesta son las siguientes:

- **Clasificación y selección**

El chile pimiento será clasificado y seleccionado por los integrantes de la organización, a través de la observación diaria de su estado, con el cuidado de tomar en cuenta el tamaño, el color y su condición maciza. Cualidades que afectan el precio y la calidad del mismo.

- **Embalaje**

Se utilizarán cajas de madera con capacidad de 25 libras cada una, que servirán para transportarlo hasta su destino final.

4.3.6.8 Funciones auxiliares

La producción de chile pimiento en el Municipio, se ha destinado al mercado local y los productores no corren con riesgos de maduración prematura y deterioro del producto.

4.3.6.9 Estructura de la comercialización

Permitirá ubicar a los participantes en la comercialización, en combinación con factores y elementos propios de la actividad, a través de una estructura determinada. Los componentes que permiten estudiar un mercado, comprenden la estructura, la conducta y la eficiencia de la comercialización del producto objeto de estudio.

- **Estructura del mercado**

Consiste en señalar lo relativo a las características propias de la organización, que son determinantes para las relaciones entre los participantes.

Este componente determinará las relaciones entre vendedores y compradores, y cualquier oferta potencial futura de nuevas organizaciones que puedan participar en el mismo, según su forma de actuar en el proceso de comercialización.

Se propone que la entidad satisfaga la demanda de chile pimiento a nivel local, en los mercados cantonales y el principal en el mercado municipal.

- **Conducta del mercado**

Los agricultores saldrán beneficiados al organizarse, se establecerán las políticas de fijación de precios en unión con los costos de producción, lo cual permitirá que la entidad conozca los precios aceptables y ajustarse a lo que el mercado establezca en la medida que sea de beneficio.

- **Eficiencia del mercado**

Se espera obtener un precio razonable en función del costo, a través de la producción en conjunto, lo que generará economía de escala para los agricultores.

- **Eficiencia relativa de la producción**

Se espera obtener un rendimiento de 600 cajas de 25 libras cada una por manzana sembrada, situación que conforme se desarrolle el proyecto variará debido a que el productor mejorará, las condiciones de producción conforme adquiera experiencia en el cultivo.

4.3.6.10 Instituciones de la comercialización

Las instituciones que intervienen en la comercialización del chile pimiento son: Mayorista, detallista y consumidor final, se clasifican así por lo estipulado según el porcentaje de la participación que se tiene dentro la comercialización.

- **Mayorista**

Este ente se encontrará en el mercado municipal y en los mercados cantorales, se contactarán a través de amistades y referencias personales, ya que estas personas son conocidas por la labor que realizan de comprar en grandes cantidades y luego llevarlos a destinos diferentes de la región, incluso hasta podrían llevarlo a otros municipios y departamentos.

- **Detallista**

Se encuentran los distintos puntos del mercado municipal y mercados cantorales, a diferencia de los mayoristas estos compran en menor escala y venden por unidad, docena o libra.

- **Consumidor final**

Es el último agente, es quién hace uso o consume el producto, y al consumidor final de chile pimienta lo encontramos en las amas de casa que visitan cada uno de los mercados que se ubican en el Municipio, ya que ellas efectúan la compra para el consumo de cada uno de los miembros de la familia.

4.3.6.11 Operaciones de comercialización

Las acciones más comunes para hacer los cálculos de beneficio que genera la actividad al productor con respecto a demás agentes que participan en la comercialización.

- **Canal de comercialización**

El canal de comercialización que se propone con la intervención del ente que se propone es el siguiente:

Gráfica 19
Municipio de Momostenango – Totonicapán
Proyecto: “Producción de Chile Pimiento”
Canal de comercialización propuesto
Año 2004



Fuente: Investigación de campo, Grupo EPS, segundo semestre 2004.

El Comité de productores es el que representa al productor en el canal, debido a que es el ente que cultivará y cosechará, además el canal de comercialización propuesto, proporcionará una adecuada participación de los productores en las funciones de mercadeo y recibirán un precio mayor por su producción. De acuerdo a la propuesta es conveniente que se deba vender el 100% de la producción a los mayoristas.

- **Márgenes de comercialización**

El proceso comercialización de chile pimiento del municipio de Momostenango, se plantea un canal que involucra al productor, mayorista y detallista o minorista; con lo cual se llegará de una mejor forma al consumidor final. En el cuadro que se presenta a continuación se ilustran los márgenes de comercialización propuestos para el producto de chile pimiento.

Cuadro 14
Municipio de Momostenango – Totonicapán
Proyecto: “Producción de Chile Pimiento”
Márgenes de comercialización por caja para mayorista
Año 2004
(Cifras en quetzales)

Institución	Precio de venta	Margen bruto	Costo de mercadeo	Margen neto Q.	Rendimiento S/inversión %	Participación %
Productor	75.00					71.43
Mayoristas	95.00	20.00	<u>2.00</u>	18.00	24.00	19.05
Acarreo o transp.			1.00			
Carga y descarga			0.50			
Arbitrio plaza			0.50			
Minorista	105.00	10.00	<u>1.50</u>	8.50	8.95	9.52
Carga y descarga			1.00			
Arbitrio plaza			0.50			
Consumidor final						
Totales		30.00	3.50	26.50		100.00

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2004.

Como se muestra en éste cuadro, el margen de participación de la institución de productores representa el 71% del total del precio de venta, lo que significa que recibirá en la compra – venta con el mayorista y minorista por cada Q.1.00 que paga el consumidor final, Q.0.71 centavos, es decir que el intermediario recibirá Q.0.29 centavos que representa el 29%; de lo que constituye un 19% o sea Q.0.19 centavos son para el mayorista y 10% o se Q.0.10 para el minorista.

Los costos de comercialización en que se incurrirá en el transporte, carga, descarga y arbitrios de plaza, serán absorbidos por el mayorista y minorista quienes trasladaran el producto al consumidor final.

Así también se establecieron los márgenes de participación del minorista con el 19% o sea que por cada Q.1.00 recibido del consumidor final, este constituye Q.0.19 centavos.

Según con los márgenes de participación de cada agente, muestra que la mayor parte lo recibirá el productor, lo que hace funcional el canal de comercialización, pero también existe un margen de participación atractivo para el intermediario con la finalidad de atracción por la compra del producto.

4.4 ESTUDIO TÉCNICO

Establece la factibilidad técnica; así como, aporta información suficiente y necesaria para conformar los flujos de fondos de la propuesta, específicamente en lo relativo al monto de la inversión y a los costos de producción de los bienes o servicios.

Dentro del estudio se establece la localización, tamaño, recursos, proceso volumen y tecnología del proyecto, estos se describen a continuación:

4.4.1 Localización

Se refiere específicamente a la ubicación donde se realizará el proyecto, la cual cumple con las características necesarias para desarrollar un cultivo de buena calidad.

4.4.1.1 Macro localización

Se ubicará en el departamento de Totonicapán, en el municipio de Momostenango, a 208 kilómetros de la Ciudad de Guatemala, con acceso principal por la carretera CA-1 Panamericana, a 7 kilómetros de la cabecera departamental de Totonicapán.

4.4.1.2 Micro localización

El proyecto se realizará en las instalaciones de uno de los integrantes del Comité ubicado en la aldea Xequemeya, paraje Sitalbe, del municipio de

Momostenango, ubicado a una distancia de 12 kilómetros de cabecera Municipal con vías de acceso de terracería en buen estado.

4.4.2 Tamaño del proyecto

El tamaño se estableció en función de la capacidad de producción, el terreno que se utilizará es de dos manzanas y se estima un tiempo de producción de siete años, a razón de dos cosechas por año. En cada cosecha se obtendrán 1,800 cajas, cada una con 25 libras de chile pimiento.

Se calcula que el volumen total de la producción para los siete años será de 25,200 cajas, de 25 libras cada caja, por lo que la vida útil del proyecto generará ventas que ascienden a un total de Q.1,890,000.00, de los cuales se beneficiarán los integrantes del Comité.

El cuadro que a continuación se describe contiene los valores que año con año se obtendrán del proyecto.

Cuadro 15
Municipio de Momostenango – Totonicapán
Proyecto: “Producción de Chile Pimiento”
Volumen de la producción

Año	Primera producción	Segunda producción	Total producción	Precio de venta Q.	Total ventas Q.
1	1,800	1,800	3,600	75	270,000.00
2	1,800	1,800	3,600	75	270,000.00
3	1,800	1,800	3,600	75	270,000.00
4	1,800	1,800	3,600	75	270,000.00
5	1,800	1,800	3,600	75	270,000.00
6	1,800	1,800	3,600	75	270,000.00
7	1,800	1,800	3,600	75	270,000.00
	12,600	12,600	25,200		1,890,000.00

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2004.

Se cultivarán dos manzanas de chile pimiento a razón de dos cosechas anuales con una producción de 1,800 cajas en cada cosecha, 3,600 cajas al año, y cada una contendrá 25 libras cada caja, con ventas anuales de Q.270,000.00, sumando un gran total de Q.1,350,000.00, durante el periodo de vida del proyecto. .

4.4.2.1 Plan de producción

Las dos cosechas al año se realizarán de acuerdo con el siguiente plan:

- **Primera cosecha:** se sembrarán dos manzanas en enero, para obtener las primeras 1800 cajas de 25 libras y recoger la cosecha en junio, en los meses siguientes se comercializa.
- **Segunda cosecha:** para obtener las restantes 1,800 cajas de chile pimiento de 25 libras cada una, se sembrarán dos manzanas en julio, en noviembre y diciembre se recoge la cosecha y se aprovecha comercializar a mejores precios, debido a que el índice de la demanda, se incrementa por las festividades navideñas.

El programa que a continuación se exhibe, contiene las actividades a realizar durante todo un año de producción.

Gráfica 20
Municipio de Momostenango – Totonicapán
Proyecto: Producción de Chile Pimiento
Programa de producción de un año
(De enero a diciembre)

Actividad	TIEMPO EN MESES PRIMER CULTIVO																							
	ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO			
Siembra																								
Cuidados culturales																								
Cosecha																								

Actividad	TIEMPO EN MESES SEGUNDO CULTIVO																							
	JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE			
Siembra																								
Cuidados culturales																								
Cosecha																								

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2004.

4.4.3 Tecnología

Se usará el nivel tecnológico II, que incluye que reúne las siguientes características que a continuación se presenta en la siguiente tabla:

Cuadro 16
Municipio de Momostenango - Totonicapán
Proyecto: “Producción de Chile Pimiento”
Características del Nivel Tecnológico II
Año 2004

Concepto	Nivel Tecnológico II
Suelos	Se usan técnicas de preservación
Agroquímicos	Si se utilizan
Riego	Se usará por goteo
Asistencia técnica	Agrónomo temporal
Crédito	Se solicitará préstamo bancario
Semillas	Mejorada
Mano de obra	Familiar y asalariada

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2004.

4.4.4 Proceso productivo

El proceso de producción se define como la forma en que una serie de insumos son transformados en productos mediante la participación de una determinada tecnología.

4.4.4.1 Preparación del terreno:

Como todo cultivo hortícola, el chile pimiento necesita tierras sueltas y pulverizadas. Requiere que la preparación se haga con mucha anterioridad a la siembra, para dar tiempo a la incorporación de la materia orgánica al suelo y para el mejor control de las malas hierbas.

4.4.4.2 Preparación de semilleros:

Por ser una planta demasiado delicada, se acostumbra sembrarla en semilleros, para facilitar el control de enfermedades. Ello permite a la vez hacer una selección más adecuada de las plantas que serán trasladadas al lugar definitivo.

El semillero, debe establecerse en sitios ventilados y en suelos en donde no haya habido enfermedades de preferencia en donde exista agua cerca para aplicar riegos.

Los semilleros se preparan con una mezcla de tierra negra, arena y estiércol en estado de descomposición. La mezcla debe ser perfectamente hecha, pulverizada y nivelada, formando un camellón o tablón de 1.20 metros de ancho, por el largo que se desee. Estos camellones se levantan unos 20 centímetros sobre el nivel del suelo y los bordes se protegen para evitar que sean destruidos por las lluvias.

4.4.4.3 Siembra:

La siembra se realiza en los tabloncillos, sigue la dirección transversal al largo en surquitos distanciados 10 ó 15 centímetros unos de otros, la semilla se echa al chorrillo y se cubre con uno ó dos centímetros de tierra. Posteriormente se pone sobre el semillero paja u otro material parecido y se le aplica un pequeño riego. A los cinco ó seis días, cuando las semillas han germinado, se retira la paja y se procede a colocar un techo de hoja de palma u otro material a lo largo de los tabloncillos para dar a la siembra un 50% de luz solar. A los 30 ó 35 días después de la germinación, las plantitas alcanzan el desarrollo adecuado para el trasplante o sea 15 a 20 centímetros de altura.

El chile pimiento se cultiva todo el año. En época seca puede cultivarse con riego. En climas muy fríos medra satisfactoriamente en el período comprendido entre abril y agosto, fuera de la época de las heladas.

4.4.4.4 Trasplante:

Cuando las plantitas se encuentran del tamaño adecuado, se transplantan al campo definitivo, para ello se hacen surcos o hileras distantes 70 centímetros uno de otro. El trasplante se realiza cuatro ó cinco días después dejando entre plantas 50 centímetros.

Para arrancar con facilidad y sin romper las raíces de las plantitas en el semillero, éste debe regarse bien el día anterior al trasplante. Se regarán también los surcos del terreno definitivo antes y después de plantar las matitas sin importar el grado de humedad del suelo. El trasplante debe hacerse de preferencia en las tardes después del intenso sol y si fuere posible en días nublados.

4.4.4.5 Fertilización:

Se hace de acuerdo con el resultado del análisis del suelo.

4.4.4.6 Control de malezas:

La plantación debe mantenerse libre de maleza abonada y bajo un plan cuidadoso de control de enfermedades y plagas. Las limpiezas deben ser superficiales y hacerse con la frecuencia indispensable para destruir las malas hierbas.

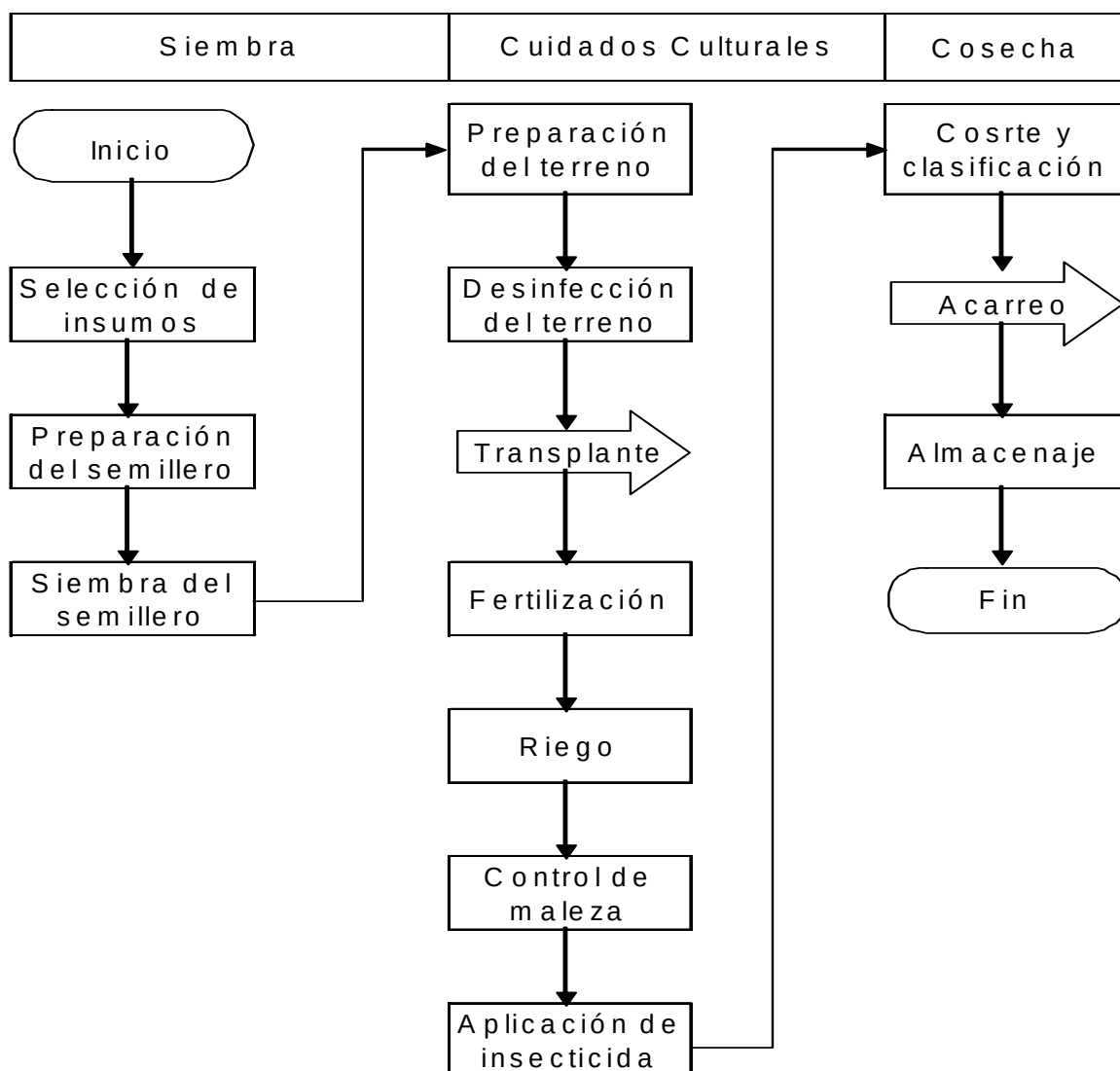
4.4.4.7 Plagas:

Plagas del suelo como gallina ciega, gusano nocherero o trazador, gusano de alambre y larva de tortuguilla, se combaten con Aldrín o Volatón y Clorahip o Heptacloro.

4.4.4.8 Cosecha:

La mayoría de variedades de chiles dulces comerciales tienen un período vegetativo de 90 a 120 días, desde la siembra en el semillero hasta la madurez completa. El fruto se recolecta en diferentes estados de madurez, según el propósito que se tenga. Si se lleva al mercado como chile fresco, debe cortarse en todo su desarrollo y antes de que empiece a perder el color verde oscuro o el amarillo canario ceroso que tienen algunas variedades.

Gráfica 21
Municipio de Momostenango - Totonicapán
Proyecto: “Producción de Chile Pimiento”
Flujograma del proceso productivo
Año 2004



Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2004.

4.5 ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

El estudio pretende identificar una estructura organizacional idónea a fin de definir funciones, niveles jerárquicos, mano de obra y costos en los que se incurren en el proceso de producción de chile pimiento.

4.5.1 Planeación

Para funcionamiento del Comité es de gran importancia, debido a que podrá contar con un programa que permita conocer el conjunto de actividades a desarrollar en un periodo determinado y los elementos que intervendrán en ellas.

4.5.1.1 Visión y misión

Para la organización se diseñan la visión y misión, las cuales serán impresas en un papel especial y colocadas en un marco de vidrio, se instalarán en un lugar visible de la entrada principal de las instalaciones:

VISIÓN

Ser un Comité tecnificado, eficiente y profesional, conformado por personas íntegras capaces de incrementar la producción en forma sostenida y eficiente , que pueda enfrentar los retos del futuro por encima del crecimiento de la actividad económica del país.

MISIÓN

Somos un Comité productor de chile pimiento de calidad, con el compromiso de colocar el sabor en la comida del momosteco, con un producto fresco y natural, cosechado por personas que fomentan el interés por la preparación y actualización personal, haciéndose partícipes del desarrollo del Municipio y de nuestro país.

4.5.1.2 Objetivo general

Desarrollar un sistema formal de funciones para que el esfuerzo del grupo organizado, sea eficaz en la selección de las alternativas de acción que guiarán las actividades durante los cinco años del proyecto.

4.5.1.3 Objetivos específicos

- Incrementar la utilidad del segundo año en un 5%.
- Renovar cada año las técnicas de producción y así obtener una ventaja adicional para ofrecer un producto de calidad a los demandantes.
- Capacitar al personal dos veces al año, con temas que generen competitividad para el Comité.
- De los presupuestos elaborados, reducir en un 5% los costos y gastos, con el uso adecuado de las cotizaciones.

4.5.1.4 Políticas

- Los jornaleros reportarán diariamente las actividades realizadas, para llevar el control del proceso productivo.
- Llevar control diario de ingresos y egresos de materiales y suministros.
- Realizar arqueos de caja periódicamente, a través del Comité de vigilancia.
- Los ingresos que se recauden de las ventas diarias, se depositarán en una cuenta bancaria a nombre del Comité.
- Realizar cierres contables los primeros cinco días de cada mes, para observar los resultados.

4.5.1.5 Reglas

- El horario de entrada y salida para las personas que se dedican al trabajo de campo será de 6:00 a.m. a 14:00.
- El horario de entrada y salida para las personas que se encargarán de la administración será de 8:00am a 17:00 horas.

- El horario de almuerzo será de 12:00 a 13: horas, para las personas que se encuentren en las instalaciones.
- El personal debe desarrollar atributos como autodisciplina, buena apariencia cortesía.

4.5.1.6 Estrategias

- Colocar lonas vinílicas publicitarias en lugares estratégicos, para dar a conocer el producto y al Comité.
- Colocar un producto de calidad en todos los mercados del Municipio.
- Se utilizaran cajas de madera con buena apariencia y su respectivo logotipo.
- Dar muestras gratis de chile pimiento con el propósito de dar a conocer el producto. Los costos de estas estrategias los absorberá el renglón de gastos imprevistos.

4.5.2 Organización

Consiste en el establecimiento de una estructura de funciones, y de las actividades necesarias para alcanzar las metas del Comité y cada una de las partes que lo integran.

4.5.2.1 Tipo de organización

El tipo de organización que se implementará es la lineal o militar es aquella en la que la autoridad y la responsabilidad se trasmite en una sola línea, es clara y sencilla por lo que no será difícil implementarla en el Comité.

4.5.2.2 Denominación

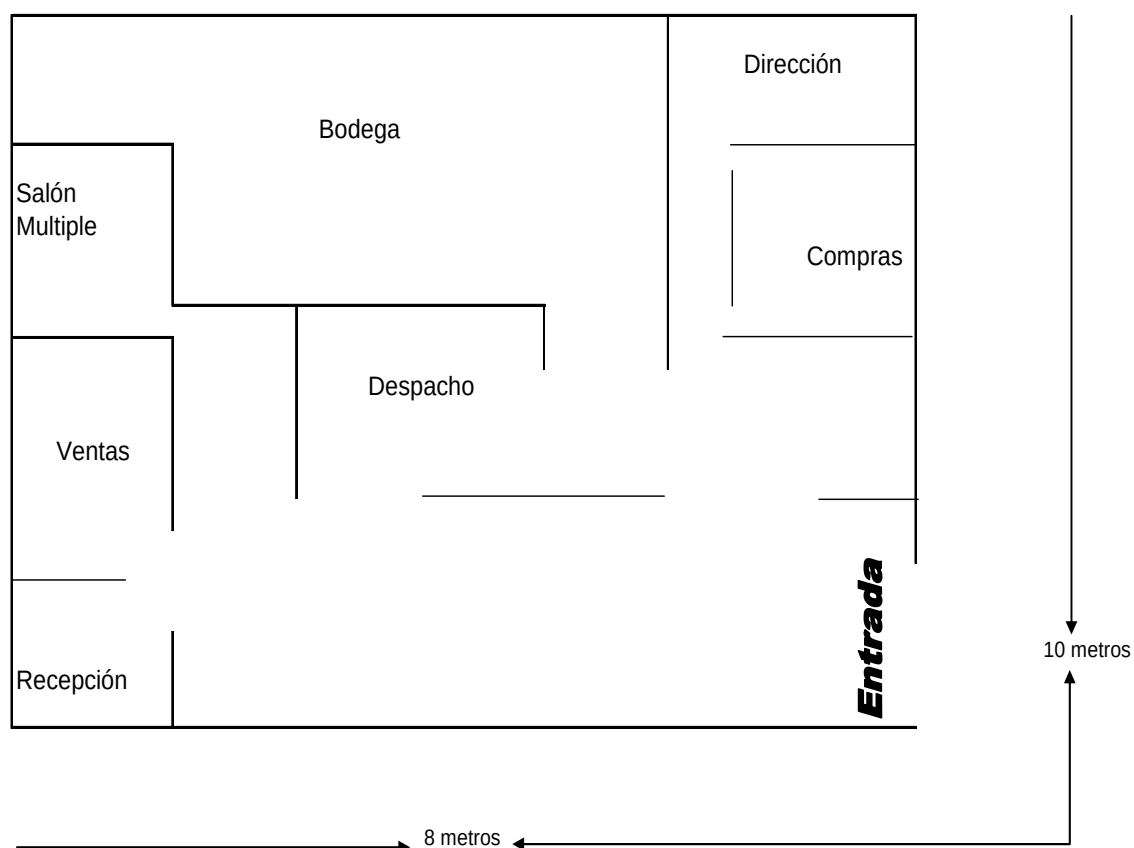
La denominación será Comité de Productores de Chile Pimiento “Las Delicias”; los integrantes recibirán los insumos y herramientas necesarias para cultivar la tierra, las cuales son propiedad del Comité, la distribución de las utilidades se

realizará sobre la base del capital aportado y de acuerdo con el excedente del ejercicio.

4.5.2.3 Distribución espacial

A continuación se presenta la distribución de las instalaciones donde operará el establecimiento.

Gráfica 22
Municipio de Momostenango - Totonicapán
Proyecto: “Producción de Chile Pimiento”
Distribución de espacio
Año 2004



Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2004.

AREAS

MEDIDA

Bodega

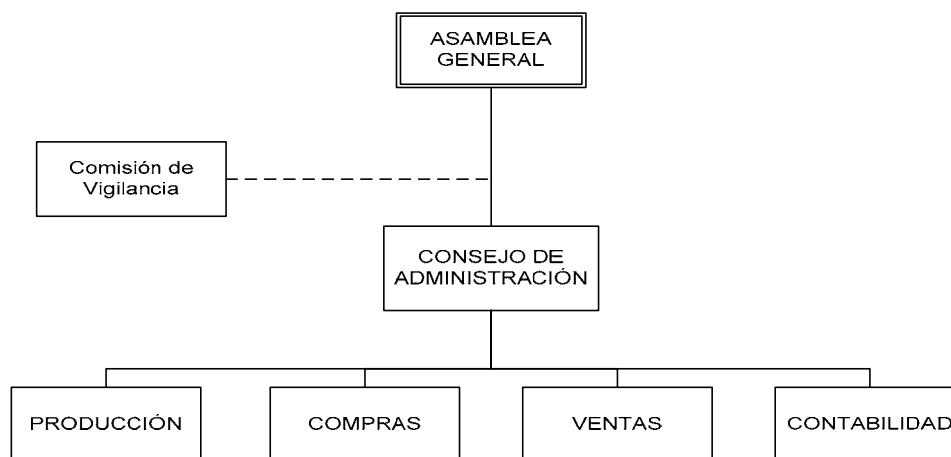
31m.

Bodeguero	12m.
Contabilidad	12m.
Administración	12m.
Salón de usos múltiples	13m.

4.5.2.4 Estructura organizacional

El marco en el que habrá de operar el Comité, será de acuerdo con una agrupación básica, en donde se dividen ciertas actividades para que sean desempeñadas de una forma más eficiente y establece que la línea de autoridad es ejercida es centralizada. Para representar esta situación se recurre a la siguiente gráfica que define la estructura organización propuesta para el Comité de productores de chile pimiento.

Gráfica 23
Municipio de Momostenango - Totonicapán
Proyecto: “Producción de Chile Pimiento”
Organigrama General del Comité de Productores
Año 2004



Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2004.

Las unidades graficadas serán de pequeño tamaño, ya que fueron diseñadas de acuerdo con los recursos disponibles con los que iniciará el Comité. A medida que crezca, de acuerdo con las utilidades obtenidas anualmente, tendría que ser modificado, para adecuarlo a las necesidades que se presenten en el futuro.

Funciones básicas de las unidades administrativas

Los puestos que se han definido cubren las necesidades principales y se describen a continuación:

- **Asamblea general**

Está formada por los 15 miembros, es el órgano supremo del Comité y expresa la voluntad social, deberá ocuparse de discutir, aprobar los estados financieros, nombrar y remover a los administradores. Conocer y resolver acerca de la distribución de utilidades.

- **Consejo administrativo**

El presidente del consejo administrativo es el órgano ejecutivo de el Comité y la representará en todos los asuntos y negocios que ella haya resuelto. El consejo administrativo podrá deliberar resoluciones válidas tienen la mayoría de votos. El consejo administrativo tiene la representación legal de el Comité.

- **Comisión de vigilancia**

Las operaciones sociales serán realizadas por uno o varios miembros, de acuerdo con las disposiciones establecidas, sus atribuciones son: revisar que todos los procesos y procedimientos establecidos se cumplan con lo establecido en asamblea general y administrativa.

- **Producción**

Esta unidad se encarga de realizar todas las actividades del proceso productivo hasta el almacenaje del huevo de gallina, además de llevar los controles respectivos de la producción diaria de elaborar y coordinar los programas de producción. Estas actividades las realizará personas elegidas por el gerente general.

- **Bodega o Almacén**

Se encargará de almacenar al producto el tiempo necesario hasta que sea comercializado.

- **Compras**

-Establecer contacto con los principales proveedores del Municipio para la obtención de los principales insumos y del equipo necesario para poner en marcha la ejecución del proyecto.

-Mantener negociaciones de crédito para el abastecimiento de los insumos con los proveedores y mantener los estándares de calidad y precio.

-Mantener disponibilidad siempre de los insumos necesarios para la producción.

- **Ventas**

-Deberá establecer la información constante sobre oferta, demanda y precios del producto en el mercado nacional y las estadísticas de ventas.

-Establecer el sistema de mercadeo de los productos que permite obtener y trasladar al mayorista, minorista detallista y consumidor final, productos de alta calidad.

-Apoyar mecanismos de creación, ampliación, modificación de nuevos mercados que beneficien al proceso de comercialización.

- Establecer actividades de promoción y publicidad.

Para estas dos funciones (compras y ventas) se contratará sólo a una persona, ya que las actividades las podrá realizar en diferente tiempo, por ejemplo: las compras se realizarán en el periodo de producción y las ventas se llevarán a cabo en sólo dos meses de cada semestre.

- **Contabilidad**

En esta unidad se manejarán los controles contables, los cuales servirán para analizar la situación económica del Comité. Para llevar a cabo un adecuado control contable es necesario contar con: libros de caja, libro de ventas, libro de bancos y si fuera posible costo de producción y estado de resultados.

4.5.2.5 Soportes de la organización

El apoyo que tiene el Comité “Pimientos Momostecos, S.A.” se considera como una base sólida, que se fundamenta en los siguientes elementos:

- **Soporte legal**

El Comité como organización está sujeta de adquirir derechos y obligaciones, cuenta con personería jurídica y legalmente está representada por el consejo administrativo, establecido en el acuerdo del decreto 58-88 del Código Municipal artículo 10, que permite la inscripción del Comité a través de una escritura pública y el funcionamiento está regido por el Acuerdo Gubernativo 697-93. Inscribiéndose con 15 miembros, autorizando la recaudación de fondos a través de las credenciales otorgadas, según Acuerdo gubernativo 2082 del Presidente de la República, establece que Gobernación Departamental es el que autoriza las actividades que tendrá el Comité.

Además de regirse con los aspectos jurídicos que rigen al Comité son necesarias para su formación, las siguientes leyes: Constitución Política de la República de Guatemala, artículo 34, en el cual se establece el derecho de

asociación. Jefe de Gobierno de la República de Guatemala, Código Civil. Decreto Número 106, Congreso de la República de Guatemala. Ley Orgánica del Instituto Guatemalteco de Seguridad Social Decreto Número 295, Congreso de la República de Guatemala. Código de Trabajo Decreto Número 14-41. Congreso de la República de Guatemala Impuesto Sobre la Renta decreto Ley 26-92 y sus reformas. Congreso de la República de Guatemala Ley del Impuesto al Valor Agregado decreto Ley 27-92 y sus reformas. Congreso de la República de Guatemala Código de Comercio. Decreto Ley 2-70 artículo 9. Congreso de la República de Guatemala Ley de Consejos de Desarrollo Urbano y Rural el 3 de septiembre de 1987 posteriormente el Acuerdo Gubernativo 1041-87 del 30 de octubre de 1987, emite su reglamento. Congreso de la República de Guatemala Código Municipal Decreto Ley 52-87 y 12-2002.

- **Soporte mercadológico**

La ayuda de la unidad de ventas es la que se encargará de los acuerdos de comercializar el chile pimienta y realizará los contactos necesarios para la colocación de los productos y hacer las entregas respectivas, el Comité venderá el producto a los mayoristas y detallistas quienes se encargaran de vender al consumidor final la captación de fondos se efectuará mediante las ventas.

- **Soporte técnico**

Se contará con el ingeniero agrónomo, quien brindará este soporte eventualmente. Se toma en cuenta a las instituciones gubernamentales que realicen programas en el área. Asimismo se cuenta con la experiencia de los asociados involucrados directamente en el proceso productivo.

- **Soporte financiero**

Las operaciones del Comité serán realizadas a través de la utilización de los recursos internos y externos. Los recursos internos serán; la aportación de

Q.19,901.67 por 15 miembros, sumando un total de Q 163,525.00., a demás de las instalaciones donde funcionará el establecimiento. Los recursos externos, se obtendrán por medio de un préstamo bancario Q125,000.00 y con estos esfuerzos poner en marcha el proyecto

- **Soporte administrativo**

Su función principal será planificar, organizar, integrar, dirigir y controlar las diferentes actividades administrativas para velar por el adecuado funcionamiento del proyecto propuesto.

4.5.3 Integración de recursos

Se refiere a la conformación del equipo y grupo de elementos materiales y humanos que son necesarios para el adecuado funcionamiento del Comité.

4.5.3.1 Humanos

El Comité iniciará sus operaciones con 15 asociados, de los cuales se elegirán los integrantes de las diferentes unidades administrativas propuestas para el desarrollo de las actividades de producción. El asociado que provea de mano de obra a el Comité será remunerado de acuerdo con los cálculos establecidos en el costo de producción.

4.5.3.2 Físicos

El proyecto de producción se desarrollará en un área de 2 manzanas localizado en el municipio de Momostenango en la aldea Xequemeya, paraje sitalbe, con el respectivo mobiliario y equipo, papelería y utilices de oficina e instrumentos de trabajo, que se utilizaran para el desarrollo de las actividades tanto administrativas como agrícolas.

4.5.3.3 Financieros

Para la puesta en marcha el proyecto se contará con las aportaciones iniciales de los 15 asociados, los cuales ascienden a un total de Q.34,535.00 que representa el 33 % de la inversión total del proyecto.

El proyecto tendrá una inversión inicial de Q50,000.00 del cual el 67% será financiado por un préstamo bancario al 18 % de tasa de interés.

4.5.4 Dirección

La dirección estará a cargo del consejo administrativo, el cual velará para que se cumplan los fines que se persiguen, es importante tener presente que al transmitirse una orden debe utilizar la vía jerárquica establecida y no omitirse sin razón, para no entrar en conflictos buscando la armonía y motivación dentro la organización.

4.5.4.1 Motivación

Se procurará la motivación con un plan de reconocimientos especial por desempeño sobresaliente, adicionarle la participación en las soluciones de los asuntos relacionados con los procesos productivos de sus áreas y otorgando sensación de responsabilidad personal sobre sus tareas, a los trabajadores se les confirmará a través de notificaciones que sus tareas contribuyen al bienestar del Comité.

4.5.4.2 Comunicación

En toda organización es muy importante la comunicación porque de ello dependerá la efectividad de todas las actividades que se realicen.

- **Comunicación vertical**

En este tipo de comunicación la información va afluir de un nivel superior a un inferior dando a conocer reportes, quejas etc. Se utilizará del consejo administrativo y los supervisores de las unidades

- **Comunicación horizontal**

Se dará sólo en los mismos niveles jerárquicos, por ejemplo cuando se giren circulares, memos o se tengan reuniones especiales generándose entre los supervisores.

- **Comunicación escrita**

Es cuando se presenten gráficas del comportamiento del mercado o cartas de cualquier índole.

4.5.4.3 Liderazgo

El estilo de liderazgo que se aconseja implementar en el Comité es el administrador democrático o de equipo, debido que se tiene interés por la producción y por la moral y satisfacción de los integrantes, ayudará a mejorar el desempeño, disminuirá el ausentismo y fortalecerá los lazos del grupo.

4.5.4.4 Supervisión

Es importante contar con una supervisión efectiva porque de ella dependerá la productividad, una comunicación efectiva, la motivación, y corrección de errores.

4.5.5 Control

Para que una organización tenga éxito y sea fructífera, es necesario que se auxilie de las herramientas que se disponen para llevar un control adecuado de las distintas actividades que se realicen por ejemplo:

4.5.5.1 Producción

En la producción es necesario implementar estándares de calidad en cada una de las fases del proceso, la cual puede realizarse con una inspección situada en un punto crítico, esta actividad podrá evaluar que los atributos del producto posean características medibles, por ejemplo: en la etapa de la siembra se puede inspeccionar que los insumos (las semillas no se encuentren en mal estado), en la cosecha (se puede inspeccionar que el tamaño tenga una medida limite). Dependiendo del resultado, efectuar correcciones pertinentes durante las actividades que se están realizando, para que no caer en más errores.

4.5.5.2 Ventas

En el caso de las ventas el control es indispensable porque de este dependerán los ingresos para cubrir la inversión realizada, para llevar un adecuado control se llevarán formas que cuantifiquen las salidas del producto, así como el diseño del reporte respectivo.

4.5.5.3 Financieros

Para el control de las finanzas se encuentra la unidad de contabilidad, nombrándose a una persona específica para llevar el registro de los ingresos y egresos y así facilitar la información cuando sea requerida.

4.6 ESTUDIO FINANCIERO

Su finalidad es analizar el entorno financiero y cumplir con las siguientes funciones:

4.6.1 Inversión

Dentro del estudio financiero es necesario analizar y medir la rentabilidad de la inversión, determinar la factibilidad en que todos los costos pueden ser

cubiertos oportunamente y generar información necesaria para realizar una comparación del proyecto con otras oportunidades de inversión.

4.6.1.1 Inversión fija

Para llevar a cabo la propuesta a nivel de idea, de la creación de un Comité que se dedique a la producción de chile pimiento, es necesario adquirir activos, los cuales se detallan en el siguiente cuadro:

Cuadro 17
Municipio de Momostenango - Totonicapán
Proyecto: “Producción de Chile Pimiento”
Inversión fija estimada
Año 2004
(Cifras en quetzales)

Descripción	Cantidad	Costo Unitario Q.	Subtotal Q.	Total Q.
TANGIBLE				179,000.00
<u>Inmuebles y construcciones</u>				
Terreno (manzana)	2	48,000.00	96,000.00	
Invernaderos	32	2,500.00	80,000.00	
Bodega	1	2,000.00	2,000.00	
Oficina	1	1,000.00	1,000.00	
<u>Equipo agrícola</u>				21,808.00
Bomba de fumigar	2	300.00	600.00	
Bomba para agua	1	2,468.00	2,468.00	
Carretas de mano	4	185.00	740.00	
Cajas de madera	1800	10.00	18,000.00	
<u>Herramienta</u>				1,390.00
Azadones	10	42.00	420.00	
Machetes	10	22.00	220.00	
Piochas	10	30.00	300.00	
Palas	10	30.00	300.00	
Cuchillas de corte	15	10.00	150.00	
<u>Mobiliario y equipo</u>				1,150.00
Escritorios	2	300.00	600.00	
Sillas	4	25.00	100.00	
Archivo de metal	1	400.00	400.00	
Calculadoras de bolsillo	2	25.00	50.00	
<u>Equipo de computación</u>				1,500.00
Computadora	1	1500.00	1,500.00	
INTANGIBLE				
Gastos de organización				7,000.00
Total				211,848.00

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2004.

El cuadro anterior revela los recursos físicos que serán necesarios para poner en marcha el proyecto, asignándoles valores según precios a la fecha de la investigación.

La inversión fija a utilizar durante la vida del proyecto se estimó, según lo anteriormente calculado suma un total de Q.211,848.00, de los cuales Q.96,000.00 corresponden a la valoración del terreno que los asociados entregarán al Comité.

4.6.1.2 Inversión en capital de trabajo

La inversión en capital de trabajo, contempla la cantidad de recursos monetarios necesarios para hacer frente a los gastos de producción, comercialización, venta, administrativos y financieros que se presentan a corto plazo.

Cuadro 18
Municipio de Momostenango - Totonicapán
Proyecto: “Producción de Chile Pimiento”
Inversión en capital de trabajo
Año 2004
(Cifras en quetzales)

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario Q	Total Q.
Insumos				22,036.00
Semillas	Pilón	32,000	0.50	16,000.00
Fertilizante triple 15	Quintal	4	115.00	460.00
Urea 46%	Quintal	4	90.00	360.00
Nitrato de calcio	Quintal	4	100.00	400.00
Abono orgánico	Sacos	180	10.00	1,800.00
Insecticidas :				
Tamaron	Litros	2.8	60.00	168.00
Evisect	Kilogr	0.9	360.00	324.00
Thiodan	Litros	6	60.00	360.00
Confidor	Sobres	4	126.00	504.00
Funguicidas :				
Ridomil Mz-72	Kilogr.	2	125.00	250.00
Rodax	Litros	4	125.00	500.00
Trimitox forte	Kilogr.	10	40.00	400.00
Antrocol	Kilogr..	10	36.00	360.00
Foliales (Byfolan forte)	Litros	6	25.00	150.00
Mano de obra				6,680.00
Preparación de semillero	Jornales	8	38.60	309.00
Preparación de terreno	Jornales	8	38.60	309.00
Desinfección de terreno	Jornales	2	38.60	77.00
Siembra semillero	Jornales	8	38.60	309.00
Transplante	Jornales	8	38.60	309.00
Fertilización	Jornales	12	38.60	463.00
Riego	Jornales	4	38.60	154.00
Control de maleza	Jornales	30	38.60	1,158.00
Aplicación insecticidas	Jornales	16	38.60	618.00
Corte, clasificación y empaque	Jornales	26	38.60	1,004.00
Bno incentivo		122	8.33	1,016.00
Séptimo día Q. 5,726.00/6				954.00
Gastos indirectos variables				5,539.00
Prestaciones laborales	%	30.55	5,664.00	1,730.00
Cuota patronal	%	12.67	5,664.00	718.00
Energía eléctrica				1,400.00
Agua	Mes	6	10.00	60.00
Imprevistos	%	5	32,623.00	1,631.00
Gastos fijos de producción				3,000.00
Encargado de producción temporal	1 persona	2 manz.	1,500.00	3,000.00
Gastos variables de venta				12,506.00
Sueldo encargado de ventas	Mes	6	1,190.00	7,140.00
Bonificación incentivo	Mes	6	250.00	1,500.00
Cuota patronal IGSS	%	12.67	7,140.00	905.00
Prestaciones laborales	%	30.55	7,140.00	2,181.00
Gastos de publicidad				600.00
Comisiones	Cajas	1,800	0.10	180.00
Gastos fijos de admón.				26,916.00
Sueldo Encargado de Administración	Mes	6	1,500.00	9,000.00
Sueldo del contador	Mes	6	1,190.00	7,140.00
Bonificación incentivo	Mes	12	250.00	3,000.00
Cuota patronal IGSS	%	12.67	16,140.00	2,045.00
Prestaciones laborales	%	30.55	16,140.00	4,931.00
Papelería y útiles				200.00
Energía eléctrica				600.00
Total				76,677.00

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2004.

Según el cuadro anterior los rubros más relevantes lo constituyen los gastos de administración con 35%, los insumos con el 28%, gastos de venta con un 16%, el restante 21% lo integran la mano de obra y los gastos indirectos variables.

4.6.1.3 Inversión total

Lo constituye la inversión en activos fijos y la inversión en capital de trabajo que son necesarios, para la puesta en marcha del proyecto.

Cuadro 19
Municipio de Momostenango - Totonicapán
Proyecto: “Producción de Chile Pimiento”
Inversión total
Año 2004
(Cifras en quetzales)

Descripción	Valor Total	
	Q.	%
Inversión fija	211,848	73%
Capital de trabajo	76,677	27%
Inversión total	288,525	100%

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2004.

Según se muestra en el cuadro anterior la estimación de los recursos financieros que se tendrá que reunir para cumplir con la fase pre-operativa ascienden a Q.255,535.00, la inversión fija con un 76%, simboliza un rubro muy importante para el inicio de operaciones del establecimiento.

4.6.2 Costos de producción

Es un estado financiero que tiene el objetivo de cuantificar el costo total de la producción de un producto determinado, con el propósito de integrar los diferentes elementos que lo integran en un período de tiempo determinado.

4.6.2.1 Producción anual

A continuación se presenta el costo de producción que está integrado por tres elementos importantes como insumos, mano de obra y gastos indirectos variables para el primer año de producción de chile pimiento.

Cuadro 20
Municipio de Momostenango - Totonicapán
Proyecto: “Producción de Chile Pimiento”
Costo directo de producción anual
Año 2004
(Cifras en quetzales)

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario Q.	Total Q.
<u>Insumos</u>				44,072.00
Semillas	Pilón	64,000	0.50	32,000.00
Fertilizante triple 15	Quintal	8	115.00	920.00
Urea 46%	Quintal	8	90.00	720.00
Nitrato de calcio	Quintal	8	100.00	800.00
Abono orgánico	Sacos	360	10.00	3,600.00
Insecticidas :				
Tamaron	Litros	5.6	60.00	336.00
Evisect	Kilogr	1.8	360.00	648.00
Thiodan	Litros	12	60.00	720.00
Confidor	Sobres	8	126.00	1,008.00
Funguicidas :				
Ridomil Mz-72	Kilogr.	4	125.00	500.00
Rodax	Litros	8	125.00	1,000.00
Trimitox forte	Kilogr.	20	40.00	800.00
Antrocol	Kilogr..	20	36.00	720.00
Foliares (Byfolan forte)	Litros	12	25.00	300.00
<u>Mano de obra</u>				13,361.00
Preparación de semillero	Jornales	16	38.60	618.00
Preparación de terreno	Jornales	16	38.60	618.00
Desinfección de terreno	Jornales	4	38.60	154.00
Siembra semillero	Jornales	16	38.60	618.00
Transplante	Jornales	16	38.60	618.00
Fertilización	Jornales	24	38.60	926.00
Riego	Jornales	8	38.60	309.00
Control de maleza	Jornales	60	38.60	2,316.00
Aplicación insecticidas	Jornales	32	38.60	1,235.00
Corte, clasificación y empaque	Jornales	52	38.60	2,007.00
Bono incentivo		244	8.33	2,033.00
Séptimo día Q. 11,452.00/6				1,909.00
<u>Gastos indirectos variables</u>				11,078.00
Prestaciones laborales	%	30.55	11,328.00	3,461.00
Cuota patronal	%	12.67	11,328.00	1,435.00
Energía eléctrica				2,800.00
Agua	Mes	12	10.00	120.00
Imprevistos	%	5	65,249.00	3,262.00
Total				68,511.00

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2004.

El costo Total para la producción anual corresponde a Q.68,511.00, aquí se suman los valores de cada una de las cosechas, una en junio y la otra en noviembre, por lo que concierne a un costo por caja de Q.19.03 a razón de 3,600 cajas.

4.6.2.2 Proyectado a siete años

En el siguiente cuadro se presenta la proyección de la producción de chile pimiento para siete años, así:

Cuadro 21
Municipio de Momostenango - Totonicapán
Proyecto: “Producción de Chile Pimiento”
Costo directo de producción proyectado
Año 2004

Descripción	Año 1 Q.	Año 2 Q.	Año 3 Q.	Año 4 Q.	Año 5 Q.	Año 6 Q.	Año 7 Q.
Insumos	44,072.00	44,072.00	44,072.00	44,072.00	44,072.00	44,072.00	44,072.00
Semillas	32,000.00	32,000.00	32,000.00	32,000.00	32,000.00	32,000.00	32,000.00
Fertilizante triple 15	920.00	920.00	920.00	920.00	920.00	920.00	920.00
Urea 46%	720.00	720.00	720.00	720.00	720.00	720.00	720.00
Nitrato de calcio	800.00	800.00	800.00	800.00	800.00	800.00	800.00
Abono orgánico	3,600.00	3,600.00	3,600.00	3,600.00	3,600.00	3,600.00	3,600.00
Insecticidas :							
Tamaron	336.00	336.00	336.00	336.00	336.00	336.00	336.00
Evisect	648.00	648.00	648.00	648.00	648.00	648.00	648.00
Thiodan	720.00	720.00	720.00	720.00	720.00	720.00	720.00
Confidor	1,008.00	1,008.00	1,008.00	1,008.00	1,008.00	1,008.00	1,008.00
Funguicidas :							
Ridomil Mz-72	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00
Rodax	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00
Trimitox forte	800.00	800.00	800.00	800.00	800.00	800.00	800.00
Antrocol	720.00	720.00	720.00	720.00	720.00	720.00	720.00
Foliales (Byfolan forte)	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00
Mano de obra	13,361.00	13,361.00	13,361.00	13,361.00	13,361.00	13,361.00	13,361.00
Preparación de semillero	618.00	618.00	618.00	618.00	618.00	618.00	618.00
Preparación de terreno	618.00	618.00	618.00	618.00	618.00	618.00	618.00
Desinfección de terreno	154.00	154.00	154.00	154.00	154.00	154.00	154.00
Siembra semillero	618.00	618.00	618.00	618.00	618.00	618.00	618.00
Transplante	618.00	618.00	618.00	618.00	618.00	618.00	618.00
Fertilización	926.00	926.00	926.00	926.00	926.00	926.00	926.00
Riego	309.00	309.00	309.00	309.00	309.00	309.00	309.00
Control de maleza	2,316.00	2,316.00	2,316.00	2,316.00	2,316.00	2,316.00	2,316.00
Aplicación insecticidas	1,235.00	1,235.00	1,235.00	1,235.00	1,235.00	1,235.00	1,235.00
Corte, clasificación y empaque	2,007.00	2,007.00	2,007.00	2,007.00	2,007.00	2,007.00	2,007.00
Bono incentivo	2,033.00	2,033.00	2,033.00	2,033.00	2,033.00	2,033.00	2,033.00
Séptimo día	1,909.00	1,909.00	1,909.00	1,909.00	1,909.00	1,909.00	1,909.00
Gastos indirectos	11,078.00	11,078.00	11,078.00	11,078.00	11,078.00	11,078.00	11,078.00
variables							
Prestaciones laborales	3,461.00	3,461.00	3,461.00	3,461.00	3,461.00	3,461.00	3,461.00
Cuota patronal	1,435.00	1,435.00	1,435.00	1,435.00	1,435.00	1,435.00	1,435.00
Energía eléctrica	2,800.00	2,800.00	2,800.00	2,800.00	2,800.00	2,800.00	2,800.00
Agua	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00
Imprevistos	3,262.00	3,262.00	3,262.00	3,262.00	3,262.00	3,262.00	3,262.00
Total	68,511.00	68,511.00	68,511.00	68,511.00	68,511.00	68,511.00	68,511.00

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2004.

4.6.2.3 Estados Financieros

Estos reflejan la situación económica productiva y financiera del Comité o proyecto en un momento determinado.

- **Estado de resultados**

Es un estado financiero dinámico que muestra los resultados de operación de una empresa en un periodo de tiempo determinado, a continuación se proyecta los ingresos y gastos, a siete años con dos manzanas y dos cosechas en cada año.

Primer año

A continuación se presenta el estado de resultados por el primer año de actividad comercial en la venta de chile pimiento.

Cuadro 22
Municipio de Momostenango - Totonicapán
Proyecto: "Producción de Chile Pimiento"
Estado de resultados
Del 01 de enero al 31 de diciembre
Año 2004
(Cifras en quetzales)

Descripción	Subtotal Q.	Total Q.
Ventas		270,000.00
(-) Costo directo de producción		68,511.00
Ganancia bruta		201,489.00
(-) Gastos variables de venta		
Sueldo encargado de ventas	14,280.00	
Bonificación incentivo	3,000.00	
Cuota patronal IGSS	1,810.00	
Prestaciones laborales	4,362.00	
Gastos de publicidad	1,200.00	
Comisiones	360.00	25,012.00
Ganancia marginal		176,477.00
(-) Gastos fijos de producción		
Honorarios supervisor de producción temporal	6,000.00	
Depreciación equipo agrícola (anexo 6)	5,452.00	
Depreciación herramientas (anexo 3)	348.00	
Depreciación invernaderos (anexo 3)	16,000.00	
Depreciación bodega (anexo 3)	400.00	28,200.00
Gastos fijos de administración		
Sueldo Administrador Q.1,500.00x12	18,000.00	
Sueldo del contador	14,280.00	
Bonificación incentivo	6,000.00	
Cuota patronal IGSS	4,090.00	
Prestaciones laborales	9,862.00	
Depreciación oficinas (anexo 3)	200.00	
Depreciación equipo computo (anexo 3)	500.00	
Depreciación mobiliario y equipo (anexo 3)	230.00	
Amortización gastos organizac. (anexo 3)	1,400.00	
Papelería y útiles	400.00	
Energía eléctrica	1,200.00	56,162.00
Ganancia en operaciones		92,115.00
Intereses sobre prestamos		22,500.00
Ganancia antes del ISR		69,615.00
Impuesto sobre la renta 31%		21,581.00
Utilidad por distribuir		48,034.00

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2004.

La utilidad obtenida muestra un 18%, lo cual es atractivo debido a que muchos proyectos en sus primeros años únicamente alcanzan a obtener el punto de equilibrio. Sin embargo, en este caso se supera esta situación.

Proyectado a cinco años

A continuación se presenta el estado de resultados a siete años proyectado con base al primer año de actividad comercial.

Cuadro 23
Municipio de Momostenango - Totonicapán
Proyecto: “Producción de Chile Pimiento”
Estado de resultados proyectado
Período: del 1 de enero al 31 de diciembre
(Cifras en quetzales)

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7
Ventas	270,000.00	270,000.00	270,000.00	270,000.00	270,000.00	270,000.00	270,000.00
(-) Costo directo de producción	68,511.00	68,511.00	68,511.00	68,511.00	68,511.00	68,511.00	68,511.00
Ganancia bruta	201,489.00	201,489.00	201,489.00	201,489.00	201,489.00	201,489.00	201,489.00
(-) Gastos venta							
Sueldos y prestaciones laborales	25,012.00	25,012.00	25,012.00	25,012.00	25,012.00	25,012.00	25,012.00
Ganancia marginal	176,477.00	176,477.00	176,477.00	176,477.00	176,477.00	176,477.00	176,477.00
(-) Gastos de producción	28,200.00	28,200.00	28,200.00	28,198.00	22,400.00	6,000.00	6,000.00
Honorarios agrónomo	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00
Depreciaciones	22,200.00	22,200.00	22,200.00	22,198.00	16,400.00	0.00	0.00
(-) Gastos administración	56,162.00	56,162.00	56,162.00	55,662.00	55,662.00	53,832.00	53,832.00
Sueldos y prestaciones laborales	52,232.00	52,232.00	52,232.00	52,232.00	52,232.00	52,232.00	52,232.00
Depreciaciones	930.00	930.00	930.00	430.00	430.00		0.00
Amortizaciones	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	0.00	0.00
Papelería y útiles	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00
Energía eléctrica	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00
Ganancia en operaciones	92,115.00	92,115.00	92,115.00	92,617.00	98,415.00	116,645.00	116,645.00
(-) Gastos financieros	22,500.00	18,000.00	13,500.00	9,000.00	4,500.00	0.00	0.00
Ganancia antes ISR	69,615.00	74,115.00	78,615.00	83,617.00	93,915.00	116,645.00	116,645.00
(-) ISR 31%	21,580.65	22,975.65	24,370.65	25,921.27	29,113.65	36,159.95	36,159.95
Ganancia neta	48,034.35	51,139.35	54,244.35	57,695.73	64,801.35	80,485.05	80,485.05
% ganancia	18%	19%	20%	21%	24%	30%	30%

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2004.

El estado financiero proyectado, refleja en el primer año una utilidad neta del 18%, mientras que en quinto año se refleja una utilidad del 24%, debido a la reducción de gastos financieros y depreciaciones.

4.6.3 Financiamiento

Es la contribución de bienes materiales o capitales que proporcionan los miembros de una sociedad conformada. Para que el proyecto inicie operaciones, los integrantes deben examinar opciones que cubran la inversión total de Q.255,535.00, lo cual puede adquirirse a través de fuentes internas y fuentes externas.

4.6.3.1 Fuentes Internas

Son bienes propios como, activos fijos, efectivo y fuerza de trabajo que suministran los socios para beneficio de el Comité. Se propone que los miembros contribuyan con una cuota inicial de Q.10,901.67, además de colaborar en las actividades administrativas a efectuarse. Los socios acumulan en la fuente interna un total de:

Aporte	Valor Q.
15 Cuotas de Q.10,901.67	Q. 163,525.00

4.6.3.2 Fuentes Externas

Para complementar la adquisición de bienes de capital, para la inversión, se recurrirá a un préstamo hipotecario por Q.125,000.00, por el que se pagará a una tasa de interés del 18% anual. El préstamo se solventará en un plazo de cinco años, gastos que se consideraron en los estados financieros.

4.7 EVALUACIÓN FINANCIERA

A continuación se presenta un análisis financiero estimado para la propuesta de la producción de chile pimienta, utilizando las siguientes herramientas: el punto de equilibrio, valor actual neto, la tasa interna de retorno, la relación beneficio costo y el tiempo de recuperación de la inversión.

4.7.1 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio consiste en determinar el punto en el cual la empresa no sufre pérdidas ni ofrece utilidad, es decir el punto en donde las ventas son iguales a los costos y gastos.

4.7.1.1 Punto de equilibrio en valores

El punto de equilibrio se obtiene a través de la siguiente fórmula:

$$\frac{\text{Gastos fijos}}{\% \text{ Ganancia marginal}} = \frac{\text{Q. 106,862.00}}{65.36\%} = \text{Q.163,498.00}$$

Para alcanzar el punto de equilibrio del proyecto es preciso conseguir que las ventas anuales superen los Q.163,498.00, para así, conservar la igualdad entre los costos y los ingresos.

4.7.1.2 Punto de equilibrio en unidades

Determina las unidades necesarias a vender para la recuperar los gastos fijos y variables de producción, en donde no se reporta pérdida o ganancia.

Para obtener el punto de equilibrio en unidades se utiliza la siguiente fórmula:

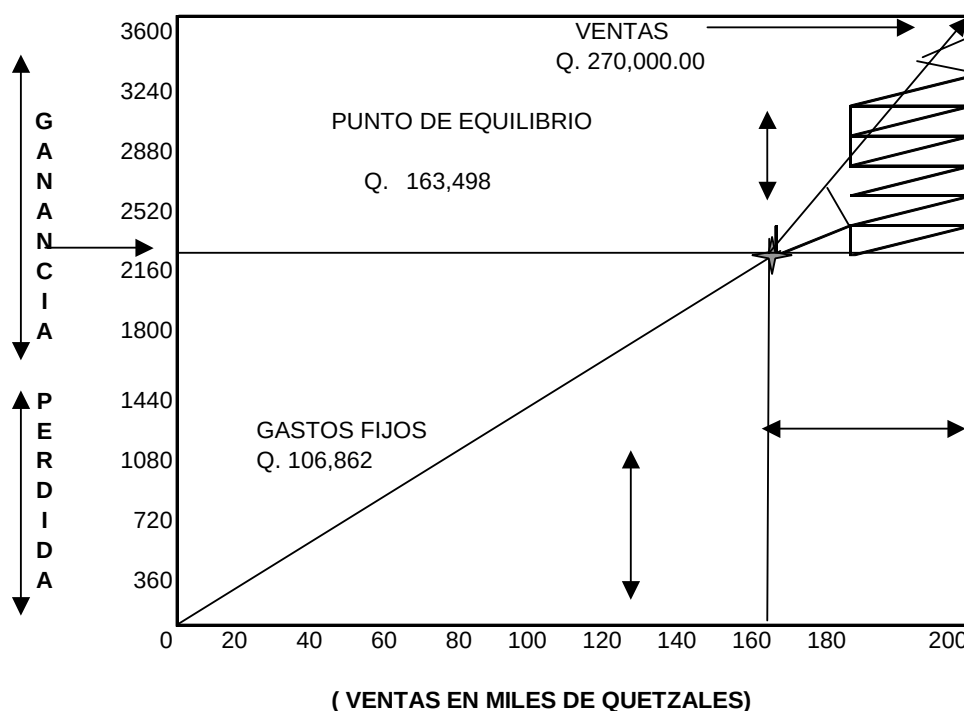
$$\text{PEU} = \frac{\text{PEQ}}{\text{Precio venta unitario}} = \frac{\text{Q.163,498.00}}{\text{Q.75.00}} = 2,180 \text{ cajas}$$

Para alcanzar el punto de equilibrio de los gastos y los ingresos en el proyecto se requiere vender 2,180 cajas de chile pimienta al año.

4.7.1.3 Gráfica del punto de equilibrio

La gráfica del punto de equilibrio para el primer año se presenta a continuación:

Gráfica 24
Municipio de Momostenango - Totonicapán
Proyecto: “Producción de Chile Pimiento”
Año 2004



Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2004.

La gráfica muestra la cantidad exacta en quetzales que la unidad productiva se ve obligada a vender para alcanzar el punto de equilibrio y así cubrir los gastos fijos. También muestra el margen de seguridad que tiene protegido si se alcanza el total de ventas

4.7.2 Valor actual neto

Este método determina la importancia del valor del dinero en el tiempo, a través de los flujos de efectivo que genera la propuesta de inversión.

Con la utilización de la Tasa de Rendimiento Mínima Aceptada (TREMA) que maneja actualmente la banca nacional, se efectuaron los siguientes cálculos:

$$FA = \frac{1}{(1+r)^n}$$

FA = Factor de Actualización

r= Tasa referida

n= Número de años del proyecto

Con la fórmula anterior se efectuó el calculo del factor de actualización con una tasa de descuento del 27%, el que servirá para los cálculos del siguiente cuadro:

Cuadro 24
Municipio de Momostenango – Totonicapán
Proyecto: “Producción de Chile Pimiento”
Valor actual neto (VAN)

Año	Flujo de Efectivo	Factor de actualización 20%	Valor actualizado
0	288,525.00	1.00000	-288,525
1	89,490.00	0.83333	74,575
2	92,595.00	0.69444	64,302
3	95,700.00	0.57870	55,382
4	98,303.00	0.48225	47,407
5	95,610.00	0.40188	38,424
6	80,486.00	0.33490	26,955
7	80,486.00	0.27908	22,462
Van (+)			40,981

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2004.

La plataforma anterior pone a la vista la rentabilidad del proyecto, con una tasa superior a la del 20%, ubicándose con 8 puntos de diferencia con relación a una tasa del 12% aproximada que paga un banco en giro normal. Por lo tanto se considera factible el proyecto.

4.7.3 Relación beneficio/costo

Este análisis relaciona los ingresos y egresos del proyecto, con el fin de evaluar que los ingresos sean superiores para poder absorber los costos y gastos que se generen durante las operaciones.

Para demostrar la diferencia de los ingresos y egresos, se elaboró el cuadro que a continuación se presenta:

Cuadro 25
Municipio de Momostenango – Totonicapán
Proyecto: “Producción de Chile Pimiento”
Relación beneficio costo
Inversión total

Año	Ingresos	Costos y gastos	Factor de actualización 20%	Ingreos actualizados	Costos/gastos actualizados
0		288,525	1.00000	0.00	288,525
1	270,000	175,855	0.83333	225,000.00	146,546
2	270,000	171,355	0.69444	187,500.00	118,997
3	270,000	166,855	0.57870	156,250.00	96,560
4	270,000	162,355	0.69444	187,500.00	112,747
5	270,000	154,755	0.57870	156,250.00	89,557
6	270,000	157,855	0.33490	90,422.45	52,865
7	270,000	157,855	0.27908	75,352.04	44,054
Totales	1,890,000	1,435,410		1,078,274	949,851

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2004.

$$\text{Rel. B/C} = \frac{1,078,274}{949,851} = 1.14$$

Este caso muestra un resultado de 1.14, lo que quiere decir que por cada Q.1.00 invertido se genera un excedente de Q0.14, beneficio que se recibirá por los siete años del proyecto.

4.7.4 Tasa interna de retorno

Este criterio evalúa el retorno porcentual anual del proyecto, indicando las condiciones máximas de rentabilidad.

$$Tir = R + (R2 - R1) \left(\frac{Van +}{(Van+) - (Van-)} \right)$$

$$Tir = 20\% + (30\% - 20\%) \left(\frac{40,981}{40,981 - -37,079} \right)$$

$$Tir = 20 + (10) \left(\frac{40,981}{78,061} \right)$$

$$Tir = 20 + (10) * 5.249923$$

$$Tir = 20 + 15.25$$

$$Tir = 35.25\%$$

Según los cálculos realizados, se obtuvo una tasa máxima del 35.89% encontrándose 15.25 puntos arriba de la tasa seleccionada, esto quiere decir que el retorno porcentual que en promedio anual rendirá el proyecto será 15.25% adicional del porcentaje requerido inicialmente, por lo que se considera como factible y aceptado el proyecto.

4.7.5 Tiempo de recuperación de la inversión

Este indicador muestra el tiempo en que la inversión inicial se recuperará, para determinarlo se utiliza la siguiente fórmula.

$$\frac{\text{Inversión total}}{\text{Utilidad} - \text{amortización préstamo} + \text{depreciaciones} + \text{amortizaciones}} = 6 \text{ años y 1 meses}$$

$$\frac{Q. 288,525.00}{Q.48,034.00 - Q.25,000.00 + Q.23,130.00 + Q.1,400.00}$$

Esto significa que la inversión estimada para el proyecto se recuperará en seis años con un mes.

CONCLUSIONES

Después de analizada la información de la investigación de campo realizada en el municipio de Momostenango, departamento de Totonicapán, con respecto a la situación socioeconómica actual, se presentan las conclusiones pertinentes:

1. El municipio de Momostenango es rico en variedad de recursos naturales, suficientes para llevar a cabo diferentes actividades productivas, tanto agrícolas, pecuarias, artesanales e incluso agroindustriales, por las bondades que poseen los suelos y los servicios básicos que existen.
2. La actividad que predomina en el Municipio es el sector primario, el cual provee los ingresos de las familias. Dentro de las actividades que se practican se pueden mencionar; la producción de maíz, frijol, la crianza y engorde de aves de corral y también la producción de huevos de gallina, pero debido a la falta de recursos se da en los niveles más bajos de tecnología.
3. La organización de las fincas subfamiliares productoras de huevos de gallina objeto de estudio, es llevada a cabo por la intervención de una organización llamada Intervida, quienes les brindan apoyo financiero, lo cual no es suficiente para que los productores realicen las actividades con mayor competitividad que les permitan un acelerado progreso.
4. La producción de huevos de gallina en el Municipio, se caracteriza por ser una actividad que realiza en el hogar y se venden en volúmenes pequeños. Es un producto que provee uno de los alimentos de mayor consumo para la población y tiene un alto potencial para ser comercializado a gran escala en el mercado local.

5. La organización de un Comité agrícola, permitirá que las personas que deseen producir chile pimiento, logren unificar esfuerzos, recursos y asesoría, así como un respaldo legal, con el que podrán mejorar los niveles de vida y colaborar con el desarrollo del Municipio.

RECOMENDACIONES

De acuerdo con las conclusiones anteriores se sugieren las siguientes recomendaciones:

1. Que los productores, soliciten insistentemente apoyo al Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación -MAGA-, despertando el interés en otras instituciones no gubernamentales para que les permita diversificar la producción, con la utilización adecuada de los recursos, de tal forma que proporcionen mejoras técnicas y económicas.
2. Que los productores del sector primario se unifiquen, formen asociaciones que les permitan, tener mayor presión sobre las instituciones tanto gubernamentales como privadas para solicitar apoyo técnico y financiero. Porque conformados se logra una participación más elevada en el mercado local.
3. Que los productores actuales soliciten más información a cerca de esta actividad productiva, para poder implementar las mejores técnicas de producción para la generación mayor de rentabilidad.
4. Que los oferentes de huevo de gallina se unifiquen, para conquistar su territorio, con la adecuada implementación de las herramientas otorgadas en el presente estudio y despertar el apoyo de los pobladores para el consumo de productos del Municipio.
5. Que se implemente el proyecto, de acuerdo con los lineamientos teóricos y técnicos recopilados en el presente estudio, por considerarse como una

alternativa de alto nivel de rentabilidad y efectos económicos positivos para los ejecutores.

Bibliografía

1. CRUZ MÉRIDA, MARVIN FEDERICO. Comercialización y Organización de la Producción Avícola. Municipio de Retalhuleu, Departamento de Retalhuleu. -EPS-, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de San Carlos de Guatemala. 2002. Págs. 104.
2. DUARTE CORDÓN, JULIO CESAR. Apuntes de Elaboración y Evaluación de Proyectos. Departamento de Publicaciones, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de San Carlos de Guatemala. Guatemala 2000. Págs. 86.
3. FLORES MONTUFAR, TANIA AMÉRICA. Material de Apoyo Comercialización No Agrícola. Seminario Específico, Ejercicio Profesional Supervisado, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de San Carlos de Guatemala. Guatemala segundo semestre 2004. Págs. 16.
4. FRANKLIN F., ENRIQUE BENJAMÍN. Organización de Empresas. Programas Educativos, S.A., Segunda edición, México, D.F. 2001. Págs. 369.
5. GALL, FRANCIS. Diccionario Geográfico de Guatemala. Tomo II. Tipografía Nacional, Guatemala 1981. Págs. 1000.
6. GONZÁLEZ ALVARADO, RAÚL. Cultivo de Chile Pimiento. Ministerio de Agricultura, ganadería y Alimentación. Unidad de Comunicación. Guatemala, 1983. Págs. 27.

7. GUILTMAN, JOSEPH P. Administración de Mercado. Editorial Calipso, S.A., México, D.F., Págs. 440.
8. HAROLD KOONTZ Y HEINZ WEIRICH. Administración una Perspectiva Global. Editorial Mc Graw Hill Interamericana Editores, S.A. 12ª. Edición. México, 2004. Pág. 804.
9. INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. II, III y IV Censo Agropecuario. 1964, 1979 y 2003.
10. INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. XI Censo De Población y VI de Habitación. 2002.
11. OCÉANO. Diccionario Enciclopédico. Edición 1997. Págs. 1,200.
12. ORTIZ, ARMANDO. Resumen de la Monografía de Momostenango. Instituto Guatemalteco de Turismo, Guatemala 1987. Págs. 15.
13. PEÑA, MARIO RENE. Lecturas Seleccionadas para la Mercadotecnia I. Inversiones Educativas, Guatemala 1999. Págs. 153.
14. PERALTA RODRIGO, Clima Organizacional. (en línea). México. Consultado el 2 de nov. 2006. Disponible en: <http://www.gestiopolis.com>.
15. VILLACORTA ESCOBAR, MANUEL. Recursos Económicos de Guatemala. Colección de Textos Económicos No.19 Departamento de Publicaciones, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de San Carlos de Guatemala. Guatemala, 1981. Págs.159.

	COMITÉ LAS DELICIAS	Página	1
	Plan Anual de Marketing	Fecha	Noviembre 2006

ANEXO 1
PLANILLA NOMINAL DE PERSONAL

	COMITÉ LAS DELICIAS		Página	2
	Plan Anual de Marketing		Fecha	Noviembre 2006

Nombre del Puesto	Salario	Cuota Patronal			Prestaciones Laborales				Bonificación Decreto 32-2004	Total
		IGSS 10.67%	IRTRA 1%	INTECAP 1%	Indemnización 9.72%	Aguinaldo 8.33%	Bono 14 8.33%	Vacaciones 4.16%		
Encargado de Administración	18,000.00	1,920.00	180.00	180.00	1,749.60	1,499.40	1,499.40	748.80	3,000.00	28,777.20
Encargado de Compras y ventas	14,280.00	1,523.68	142.80	142.80	1,388.02	1,189.52	1,189.52	594.05	3,000.00	23,450.39
Encargado de Contabilidad	14,280.00	1,523.68	142.80	14,280.00	1,388.02	1,189.52	1,189.52	594.05	3,000.00	37,587.59
Totales	46,560.00	4,967.36	465.60	14,602.80	4,525.64	3,878.44	3,878.44	1,936.90	9,000.00	89,815.18

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre

ANEXO 2
MANUAL DE ORGANIZACIÓN

	Comité Las Delicias	Página	2
	Manual de Organización General	Fecha	Noviembre 2006



CONTENIDO GENERAL

	Pág.
1. Introducción	i
2. Objetivos	4
3. Campo de aplicación	5
4. Funciones del Comité	5
5. Estructura organizacional	7
6. Visión y misión	8
7. Descripción técnica de los puestos	9

Elaboró:	Revisó:	Autorizo:
----------	---------	-----------

	Comité Las Delicias	Página	3
	Manual de Organización General	Fecha	Noviembre 2006



INTRODUCCIÓN

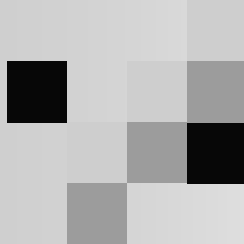
El manual de organización que a continuación se presenta es un instrumento técnico administrativo cuyo propósito fundamental es identificar en forma clara y precisa la Estructura Organizacional del Comité de productores de chile pimiento Las Delicias ubicado en la aldea Xequemeya, paraje Sitalbe, del Municipio de Momostenango, Departamento de Totonicapán.

En dicho Manual se identifica nombre, naturaleza y atribuciones cada una de las unidades administrativas, así como los puestos de trabajo que conforman la organización.

Se espera con la implementación del presente manual, contribuir con la Organización y desempeño de las diferentes actividades administrativas a realizarse en la producción de chile pimiento.

Elaboró:	Revisó:	Autorizo:
----------	---------	-----------

	Comité Las Delicias	Página	4
	Manual de Organización General	Fecha	Noviembre 2006

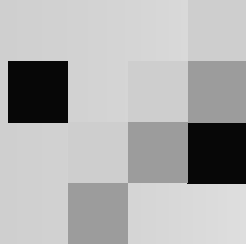


OBJETIVOS DEL MANUAL DE ORGANIZACIÓN

- Definir funciones y atribuciones de cada puesto, así como la información amplia, completa y rápida sobre la estructura orgánica.
- Establecer canales de comunicación entre los distintos puestos.
- Orientar e informar a los integrantes de las unidades en el desempeño de sus labores cotidianas.
- Establecer una guía para facilitar su adaptación al puesto que desempeñarán.
- Corregir funciones que se encuentren con duplicidad de esfuerzos.

Elaboró:	Revisó:	Autorizo:
----------	---------	-----------

	Comité Las Delicias	Página	5
	Manual de Organización General	Fecha	Noviembre 2006



CAMPO DE APLICACIÓN

El Manual de Organización, se aplicará al Comité Las Delicias, abarca a todas las unidades administrativas propuestas, la utilidad es dar a conocer las funciones y responsabilidades de cada integrante.

OBJETIVOS DE LA ORGANIZACIÓN

- Incrementar la productividad de la actividad, para poder satisfacer el mercado local.
- Proporcionar cultura organizacional a los miembros del Comité.
- Establecer el uso adecuado de los recursos, para dar origen a costos menores de operación.
- Ser una organización formal y gozar de los beneficios que esto brinda.

FUNCIONES DEL COMITÉ

- Organizar a los productores de chile pimiento, para lograr los objetivos propuestos.

Elaboró:	Revisó:	Autorizo:
----------	---------	-----------

	Comité Las Delicias	Página	6
	Manual de Organización General	Fecha	Noviembre 2006



- Velar por los intereses de grupo, y promover el desarrollo individual.
- Evaluar el funcionamiento de las actividades de producción.
- Funcionar conforme las disposiciones legales que lo rigen.
- Conceder un voto a cada miembro, ejerciendo la igualdad de derechos y obligaciones.
- Distribuir los excedentes o pérdidas en la proporción justa que le corresponde a cada miembro.

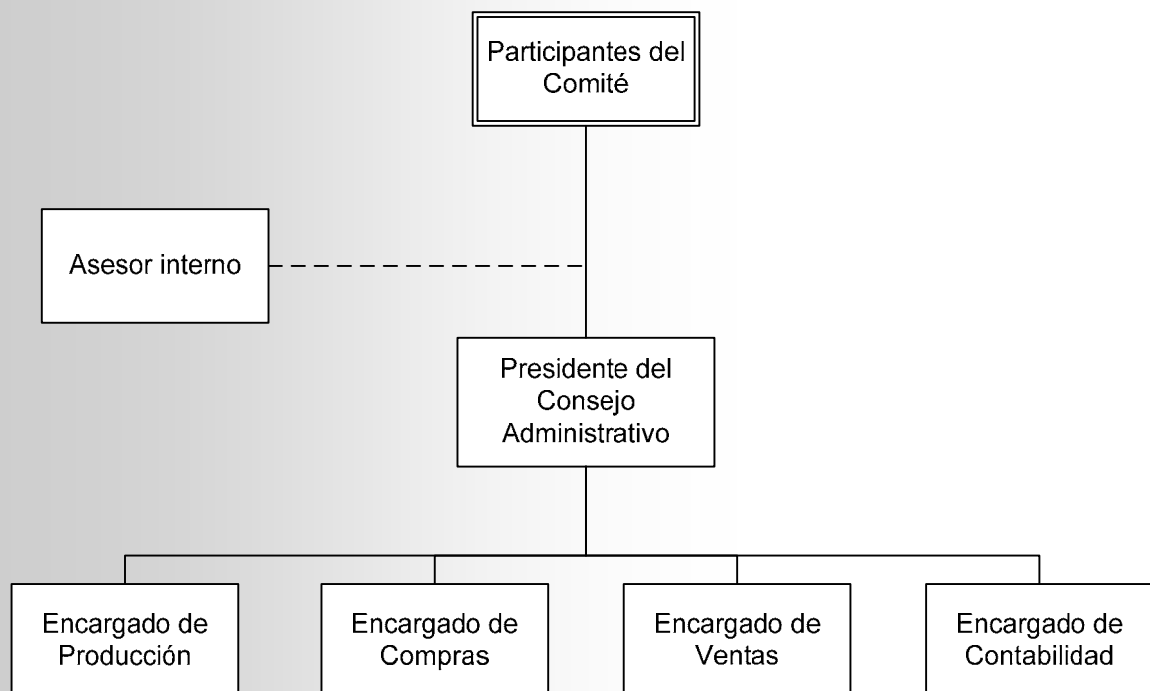
Elaboró:	Revisó:	Autorizo:
----------	---------	-----------

	Comité Las Delicias	Página	7
	Manual de Organización General	Fecha	Noviembre 2006



MUNICIPIO DE MOMOSTENANGO - TOTONICAPÁN

ESTRUCTURA ORGÁNICA DEL COMITÉ



Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2004

Elaboró:	Revisó:	Autorizo:
----------	---------	-----------

	Comité Las Delicias	Página	8
	Manual de Organización General	Fecha	Noviembre 2006



VISIÓN

Ser un Comité tecnificado, eficiente y profesional, conformado por personas íntegras capaces de incrementar la producción en forma sostenida y eficiente , que pueda enfrentar los retos del futuro por encima del crecimiento de la actividad económica del país.

MISIÓN

Somos un Comité productor de chile pimiento de calidad, con el compromiso de colocar el sabor en la comida del momosteco, con un producto fresco y natural, cosechado por personas que fomentan el interés por la preparación y actualización personal, haciéndose partícipes del desarrollo del Municipio y de nuestro país.

Elaboró:	Revisó:	Autorizo:
----------	---------	-----------

	Comité Las Delicias	Página	9
	Manual de Organización General	Fecha	Noviembre 2006

DESCRIPCIÓN TÉCNICA DE PUESTOS

I. IDENTIFICACIÓN

- 1.1. TÍTULO DEL PUESTO: Encargado de producción
- 1.2. UBICACIÓN ADMINISTRATIVA: Administración
- 1.4. INMEDIATO SUPERIOR: Consejo administrativo
- 1.5. SUBALTERNOS: Ayudantes.

II. DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

NATURALEZA

Puesto que apoyará al proyecto, para el mejoramiento del área productiva

ATRIBUCIONES

- Planifica, dirige y supervisa las labores técnicas del trabajo de producción.
- Realiza visitas a las áreas productivas.
- Examina, diagnostica el tratamiento que necesita la plantación.
- Solicita pedidos para la adquisición de suministros y materiales para la producción.
- Vela por el adecuado uso de los insumos requeridos.
- Se encarga de buscar asesoría técnica, para dirigir adecuadamente la producción.
- Asiste a las reuniones que convoque el consejo administrativo.

Elaboró:	Revisó:	Autorizo:
----------	---------	-----------

	Comité Las Delicias	Página	10
	Manual de Organización General	Fecha	Noviembre 2006



RELACIONES DE TRABAJO

- Con sus ayudantes, con el consejo administrativo, con los encargados de compras, ventas y con los asociados.

AUTORIDAD

- Para dirigir y coordinar la ejecución de la producción.

RESPONSABILIDADES

- Es responsable del uso de los recursos que se ponen a disposición en la ejecución de la producción.
- Se responsabiliza de los procedimientos que se utilicen en la actividad.

III. REQUISITOS MÍNIMOS DEL PUESTO

- Ser asociado del Comité
- Estudios del nivel básico
- Conocimiento de las actividades de producción de chile pimiento.
- Experiencia de más de un año en la producción.
- Habilidades y destrezas para la toma de decisiones, acostumbrado al trabajo del campo.
- Buenas relaciones interpersonales.

Elaboró:	Revisó:	Autorizo:
----------	---------	-----------

	Comité Las Delicias	Página	11
	Manual de Organización General	Fecha	Noviembre 2006

I. IDENTIFICACIÓN

- 1.1. TÍTULO DEL PUESTO: Encargado de compras y ventas
- 1.2. UBICACIÓN ADMINISTRATIVA: Administración
- 1.4. INMEDIATO SUPERIOR: Consejo administrativo
- 1.5. SUBALTERNOS: Auxiliares

II. DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

NATURALEZA

De carácter administrativo, realiza las actividades de compras de insumos y comercialización del producto.

ATRIBUCIONES

- Propone sistemas de compras y propone proveedores que llenen las expectativas del Comité.
- Realiza visitas a los clientes para recibir pedidos.
- Informa a producción de los pedidos para el despacho.
- Vender el producto a los mejores precios.
- Traslada información del movimiento de materiales e insumos al departamento de producción.
- Realiza controles periódicamente de existencias y de ventas.
- Asiste a las reuniones que convoque el Consejo administrativo

Elaboró:	Revisó:	Autorizo:
----------	---------	-----------

	Comité Las Delicias	Página	12
	Manual de Organización General	Fecha	Noviembre 2006



RELACIONES DE TRABAJO

- Con sus auxiliares, con el Consejo administrativo, con los encargados de Contabilidad, con los proveedores, con los clientes y con los asociados.

AUTORIDAD

- Para dirigir y coordinar la comercialización y representar la sociedad ante los posibles clientes y proveedores.

RESPONSABILIDADES

- Vender la producción al mejor precio.
- Realizar las compras adecuadas en el tiempo necesario y a los precios más convenientes.
- Es responsable de mantener existencias, para abastecer a las unidades que lo requieran.

III. REQUISITOS MÍNIMOS DEL PUESTO

- Ser asociado del Comité
- Estudios del nivel básico
- Experiencia en venta de productos agrícolas.
- Habilidades y destrezas para la toma de decisiones, acostumbrado al trabajo de campo. Buenas relaciones interpersonales.

Elaboró:	Revisó:	Autorizo:
----------	---------	-----------

	Comité Las Delicias	Página	13
	Manual de Organización General	Fecha	Noviembre 2006

I. IDENTIFICACIÓN

- 1.1. TÍTULO DEL PUESTO: Encargado De contabilidad
- 1.3 UBICACIÓN ADMINISTRATIVA: Administrativo
- 1.4. INMEDIATO SUPERIOR: Consejo Administrativo
- 1.5 SUBALTERNOS: Auxiliares de Contabilidad

II. DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

NATURALEZA

Trabajo técnico que comprende la dirección y supervisión de los servicios de contabilidad del Comité, autoriza toda orden de compra, lleva un estricto control sobre los fondos que se recopilan por las ventas realizadas autoriza y emite cheques para todo tipo de pagos.

ATRIBUCIONES

- Dirige y supervisa actividades contables que se realizan en el área a su cargo.
- Lleva el control de ingresos y egresos del proyecto
- Realiza los pagos de los compromisos que se adquieren por el funcionamiento del proyecto.
- Elabora reportes semanales de los gastos, compras y ventas del Comité.

Elaboró:	Revisó:	Autorizo:
----------	---------	-----------

	Comité Las Delicias	Página	14
	Manual de Organización General	Fecha	Noviembre 2006

- Elabora estados contables, los que presenta a las autoridades superiores.
- Revisa y firma órdenes de compra y pago emitidas por la sociedad.

RELACIONES DE TRABAJO

Con sus auxiliares, con el encargado de compras y ventas, con el encargado de producción, con el Consejo administrativo y con los asociados.

AUTORIDAD

Delega funciones, actividades o tareas específicas a los auxiliares que colaboran bajo su cargo, cuyos resultados responderá ante el Consejo Administrativo.

RESPONSABILIDADES

- Es responsable de la elaboración, revisión y presentación a tiempo de la Caja Fiscal ante la Contraloría General de Cuentas.
- Lleva control del Fondo Rotativo.
- Es responsable del Control Presupuestario del Comité y de la emisión de órdenes de compra según requerimiento del Comité de compras.
- Responde ante la Dirección del Comité de las actividades que realizan sus subordinados.

II. REQUISITOS MÍNIMOS DEL PUESTO

- Título de perito Contador con número de registro.

Elaboró:	Revisó:	Autorizo:
----------	---------	-----------

	Comité Las Delicias	Página	15
	Manual de Organización General	Fecha	Noviembre 2006

- Experiencia mínima de un año en controles contables.
- Habilidad para el manejo de equipo de oficina.
- Ser socio del Sociedad
- Habilidad numérica.

Elaboró:	Revisó:	Autorizo:
----------	---------	-----------

ANEXO 3
MANUAL DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS

	Comité Las Delicias	Página	2
	Manual de Normas y Procedimientos	Fecha	NOVIEMBRE 2006

CONTENIDO GENERAL

1.	Introducción	i
2.	Objetivos	4
3.	Campo de aplicación	4
4.	Normas generales	5
5.	Simbología	6
6.	Procedimientos	7

	Comité Las Delicias	Página	3
	Manual de Normas y Procedimientos	Fecha	NOVIEMBRE 2006

INTRODUCCIÓN

Un manual de normas y procedimientos es un valioso instrumento de consulta para el Comité, en él se establecen los lineamientos y procedimientos adecuados, para el registro de las operaciones, así como una representación gráfica del recorrido de los mismos, otorgando explicaciones detalladas de aquellas que eventualmente presentan alguna dificultad en su aplicación.

Las normas y procedimientos administrativos son una importante herramienta para el Comité, que permitirán optimizar el tiempo de las actividades asignadas a cada miembro de las unidades, evitando con su aplicación, la duplicidad de esfuerzo en el desempeño de las tareas y actividades para la toma oportuna de decisiones.

El Manual de Normas y Procedimientos es un instrumento de comunicación que contiene una serie de instrucciones escritas, las cuales han sido clasificadas en orden de normas y define los pasos que debe seguir cada uno de los miembros del personal para el adecuado desarrollo de las actividades administrativas.

	Comité Las Delicias	Página	4
	Manual de Normas y Procedimientos	Fecha	NOVIEMBRE 2006

OBJETIVOS DEL MANUAL DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS

- Definir bases administrativas y de control mediante la implementación de normas y procedimientos técnicos para los fines y objetivos de el Comité.
- Coordinar y controlar las operaciones en general de la administración, facilitando la actividad de supervisión a los encargados de las unidades, por medio de la delegación de autoridad que posee.
- Establecer normas y procedimientos que aseguren la consistencia en el registro de todas las actividades.
- Disponer en cualquier momento de la información necesaria.

CAMPO DE APLICACIÓN

El Manual de Normas y Procedimientos, será de aplicación en el Comité, productores de chile pimiento Las Delicias, específicamente en las áreas administrativas de:

- Contabilidad

Por lo que corresponde la responsabilidad de su aplicación, así como de su actualización, al Consejo administrativo y los encargados de las unidades que conforman la estructura orgánica de el Comité.

	Comité Las Delicias	Página	5
	Manual de Normas y Procedimientos	Fecha	NOVIEMBRE 2006

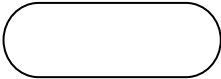
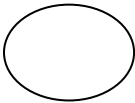
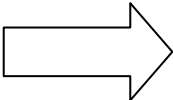
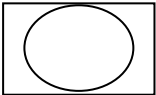
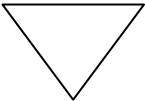
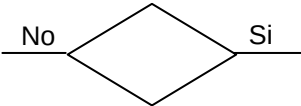
NORMAS GENERALES

- El Manual de Normas y Procedimientos, deberá ser conocido, analizado y aplicado por todos los puestos correspondientes al área administrativa de trabajo.
- Es responsabilidad de los encargados de cada unidad administrativa, la correcta aplicación del presente manual.
- La información del manual deberá ser dada a conocer en forma escrita y verbal.
- La aplicación de normas y procedimientos deberán ser supervisadas por la administración, con el fin de alcanzar los objetivos deseados.



SIMBOLOGÍA UTILIZADA EN EL MANUAL DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS

Para facilitar la aplicación de los procedimientos dentro del Comité, se utilizó simbología tipo ANSI que representa ideas, conceptos, acciones, entre otros, para lograr con ello una eficiencia administrativa.

SÍMBOLO	SIGNIFICADO DEL SÍMBOLO
	Inicio / final Punto donde inicia y termina un procedimiento.
	Operación / actividad Se firma un documento, sella o llena, representa acción.
	Traslado Traslado de documentos o actividades.
	Inspección Pausa para revisar o verificar documentos y actividades.
	Archivo / almacenaje Representa la actividad de archivar documentos.
	Decisión Alternativas a tomarse en un procedimiento.
	Comba / Salto Indica que el traslado es a otro puesto, de izquierda a derecha.

	Comité Las Delicias	Página	7
	Manual de Normas y Procedimientos	Fecha	NOVIEMBRE 2006

MANUAL DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS

COMITÉ LAS DELICIAS

PROCEDIMIENTO	ELABORACIÓN DE CONTROL DE VENTAS DIARIAS Y REPORTE MENSUAL.
---------------	---

1. OBJETIVOS

- 1.1 Lograr que el departamento de compras y ventas realice una labor eficiente, oportuna y cuidadosa en el manejo de la información de lo vendido durante el mes.
- 1.2 Elaborar informe de actividades mensuales que se realizan para impulsar la fuerza de ventas.

2. NORMA

- 2.1 Los datos de las ventas deben ser entregados a diario y poder contar con resultados mensuales.

	Comité Las Delicias	Página	8
	Manual de Normas y Procedimientos	Fecha	NOVIEMBRE 2006

MANUAL DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS

COMITÉ LAS DELICIAS		PROCEDIMIENTO: 01	PASOS: 09
		FLUJOGRAMA: 01	HOJA: 2/3
INICIA: COMPRAS Y VENTAS		TERMINA: COMPRAS Y VENTAS	
UNIDAD ADMITIVA.	PUESTO	PASOS No.	ACTIVIDAD
Compras y ventas	Encargado	01	Antes de finalizar el día, llena el formato físico de control de ventas.
		02	Vacía datos de ventas realizadas en formato electrónico, creado en Excel.
		03	Firma de ingresado del formato físico.
		04	Emite totales del archivo de Excel.
		05	Envía reporte cuadros a Consejo administrativo, original y copia.
Consejo administrativo	Coordinador	06	Recibe reportes
		07	Firma copia
		08	Entrega copia firmada.
Compras y ventas	Encargado	09	Archivo de copia.



MANUAL DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS

COMITÉ DE PRODUCCIÓN DE CHILE PIMIENTO LAS DELICIAS

PROCEDIMIENTO: 01

PASOS: 09

FLUJOGRAMA: 01

HOJA: 3/3

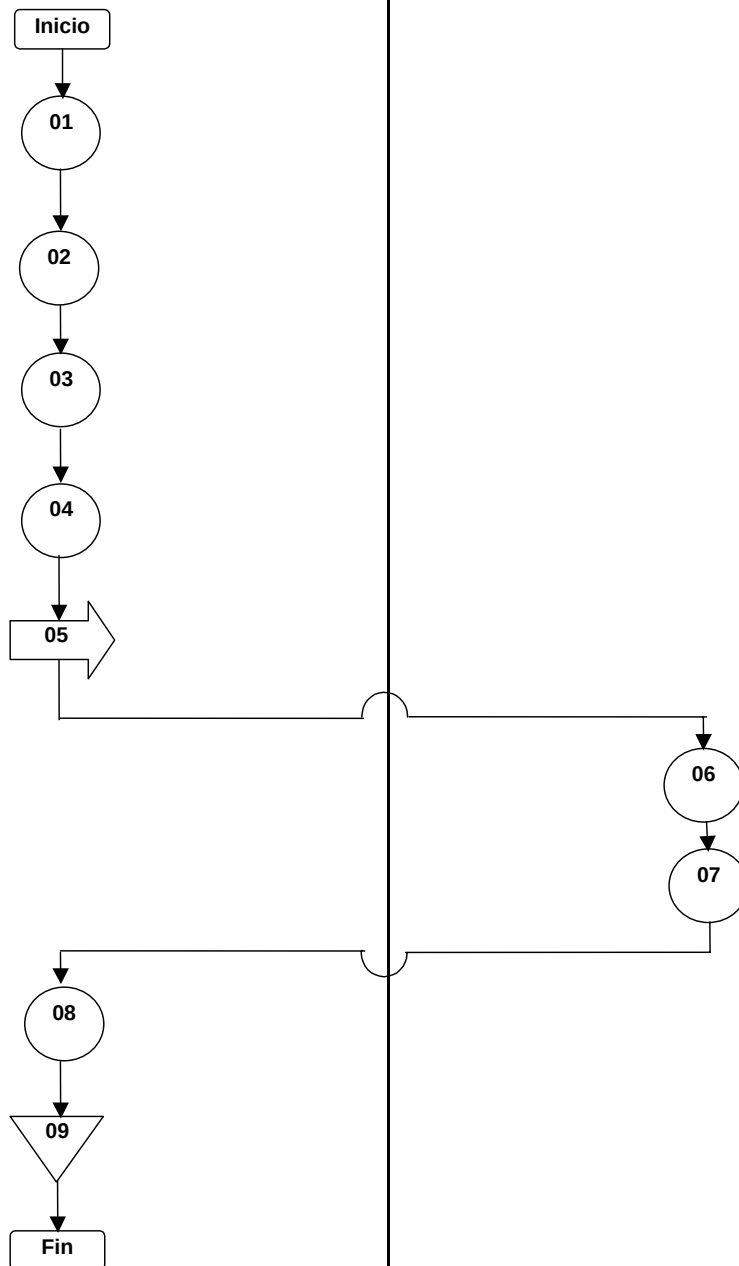
PROCEDIMIENTO: ELABORACIÓN DE CONTROL DE VENTAS DIARIO Y MENSUAL

INICIA: COMPRAS Y VENTAS

TERMINA: COMPRAS Y VENTAS

ENCARGADO DE COMPRAS Y VENTAS

ADMINISTRADOR



	Comité Las Delicias	Página	10
	Manual de Normas y Procedimientos	Fecha	NOVIEMBRE 2006

MANUAL DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS

COMITÉ LAS DELICIAS

PROCEDIMIENTO

SOLICITUD DE INSUMOS

1. OBJETIVOS

Mantener niveles de existencia de insumos, para el buen mantenimiento del ciclo de producción.

Abastecer oportunamente la bodega con los suministros necesarios.

2. NORMAS

Toda solicitud de suministros debe hacerse por escrito.

El Encargado de producción será responsable de controlar los suministros y solicitarlos a la unidad de compras y ventas.

	Comité Las Delicias	Página	11
	Manual de Normas y Procedimientos	Fecha	NOVIEMBRE 2006

MANUAL DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS

COMITÉ LAS DELICIAS		PROCEDIMIENTO:02 FLUJOGRAMA: 02	PASOS: 12 HOJA: 2/4
INICIA: PRODUCCIÓN		TERMINA: COMPRAS Y VENTAS	
UNIDAD ADMITIVA.	PUESTO	PASOS No.	ACTIVIDAD
Producción	Encargado	01	De acuerdo a las necesidades que posea y a las existencias en bodega, se establece pedido.
		02	Elabora el pedido de insumos.
		03	Traslada el pedido a Compras y ventas.
Compras y ventas	Encargado	04	El encargado compras y ventas recibe el pedido y analiza si lo solicitado es de prioridad.
		05	Realiza como mínimo tres cotizaciones para los insumos.
		06	De acuerdo a precios y / o calidad elige proveedores.
		07	Elabora órdenes de compra con las especificaciones necesarias (precio, calidad, cantidad y fecha de entrega).
		08	Envía órdenes de compra a Contabilidad.
Contabilidad	Encargado	09	Recibe ordenes de compra

	Comité Las Delicias	Página	12
	Manual de Normas y Procedimientos	Fecha	NOVIEMBRE 2006

MANUAL DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS

COMITÉ LAS DELICIAS		PROCEDIMIENTO:02 FLUJOGRAMA: 02	PASOS: 12 HOJA: 2 / 4
INICIA: PRODUCCIÓN		TERMINA: COMPRAS Y VENTAS	
UNIDAD ADMITIVA.	PUESTO	PASOS No.	ACTIVIDAD
		10	Emite pago para la compra de insumos.
		11	Traslada el pago de la orden de compra a proveedores quienes firman copia del documento mencionado.
		12	Archiva copias de órdenes de compra.



MANUAL DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS

COMITÉ DE PRODUCCIÓN DE CHILE PIMIENTO LAS DELICIAS

PROCEDIMIENTO: 02

PASOS: 12

FLUJOGRAMA: 02

HOJA: 4/4

PROCEDIMIENTO: SOLICITUD DE INSUMOS

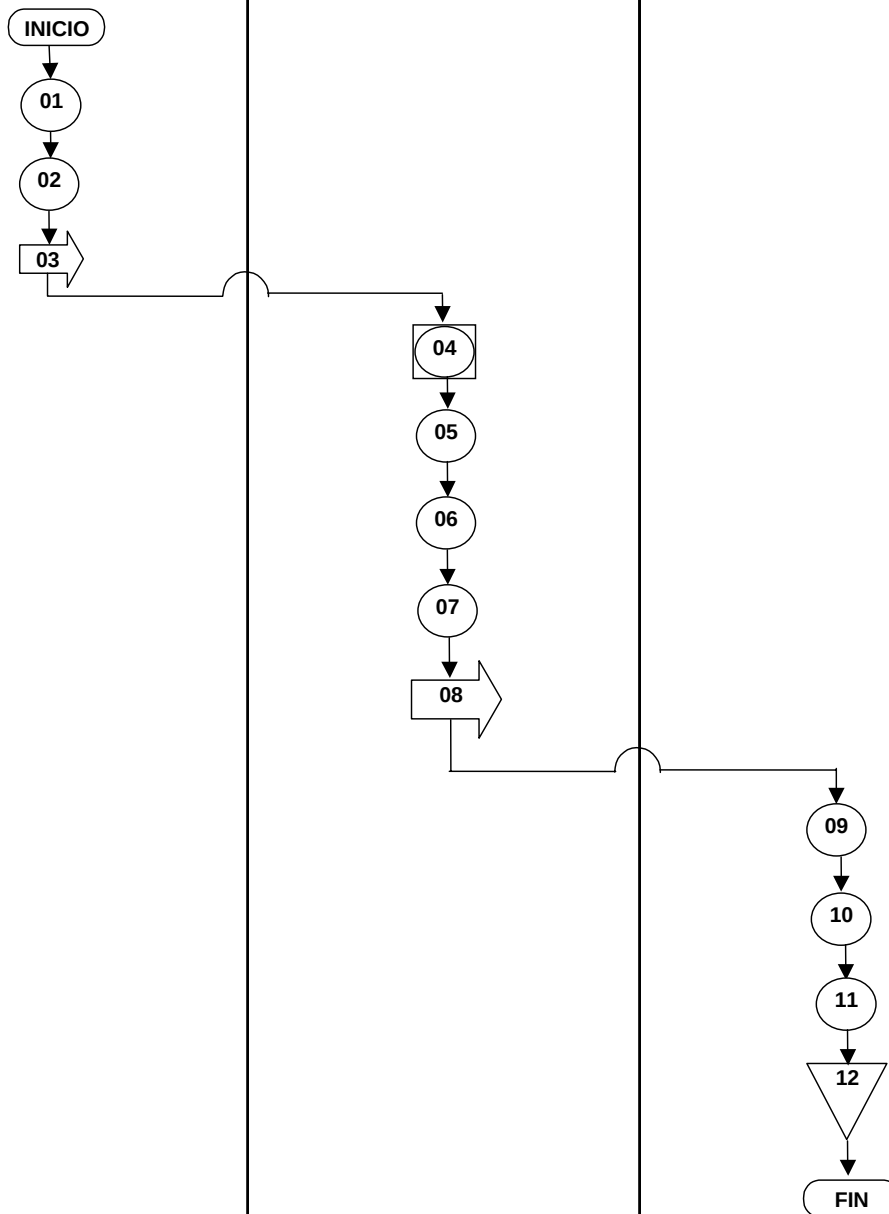
INICIA: PRODUCCIÓN

TERMINA: CONTABILIDAD

PRODUCCIÓN

COMPRAS Y VENTAS

CONTABILIDAD



	Comité Las Delicias	Página	14
	Manual de Normas y Procedimientos	Fecha	NOVIEMBRE 2006

MANUAL DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS

COMITÉ LAS DELICIAS

PROCEDIMIENTO	PAGO A PROVEEDORES
---------------	--------------------

1. OBJETIVOS

- 1.1 Agilizar el trámite de pago a proveedores por bienes y servicios adquiridos.
- 1.2 Controlar debidamente los egresos de efectivo de el Comité.

2. NORMAS

- 2.1 Los pagos que se efectúen a los proveedores deben ser autorizados por el Comité.
- 2.2 Los proveedores deben presentar facturas con el monto estipulado en la orden de compra.

	Comité Las Delicias	Página	15
	Manual de Normas y Procedimientos	Fecha	NOVIEMBRE 2006

MANUAL DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS

COMITÉ LAS DELICIAS		PROCEDIMIENTO:03 FLUJOGRAMA: 03	PASOS: 07 HOJA: 2 / 4
INICIA: PROVEEDOR		TERMINA: CONTABILIDAD	
UNIDAD ADMITIVA.	PUESTO	PASOS No.	ACTIVIDAD
Proveedor	Proveedor	01	Recibe documentos de compra.
		02	Emite factura y anexa documentos de compra.
		03	Traslada documentos de compra a contabilidad.
Contabilidad	Encargado	04	Revisa Documentos
		05	Emite cheque y adjunta documentos.
		06	Traslada cheque y documentos a Consejo administrativo.
Consejo administrativo	Coordinador	07	Decide sobre cheque y documentos: 07.1 Si son correctos, sigue (paso 08) 07.2 Si no son correctos, devuelve a contabilidad
		08	Autoriza pago
		09	Traslada documentos a contabilidad
Contabilidad	Encargado	10	Revisa los documentos

	Comité Las Delicias	Página	16
	Manual de Normas y Procedimientos	Fecha	NOVIEMBRE 2006

MANUAL DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS

COMITÉ LAS DELICIAS		PROCEDIMIENTO:03		PASOS: 07
		FLUJOGRAMA: 03		HOJA: 3/ 4
INICIA: PROVEEDOR			TERMINA: CONTABILIDAD	
UNIDAD ADMITIVA.	PUESTO	PASOS No.	ACTIVIDAD	
		11	Entrega cheque a proveedor y solicita sello de cancelado.	
		12	Archiva documentación.	



MANUAL DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS

COMITÉ DE PRODUCCIÓN DE CHILE PIMIENTO LAS DELICIAS

PROCEDIMIENTO: 03

PASOS: 12

FLUJOGRAMA: 03

HOJA: 4/4

PROCEDIMIENTO: PAGO A PROVEEDORES

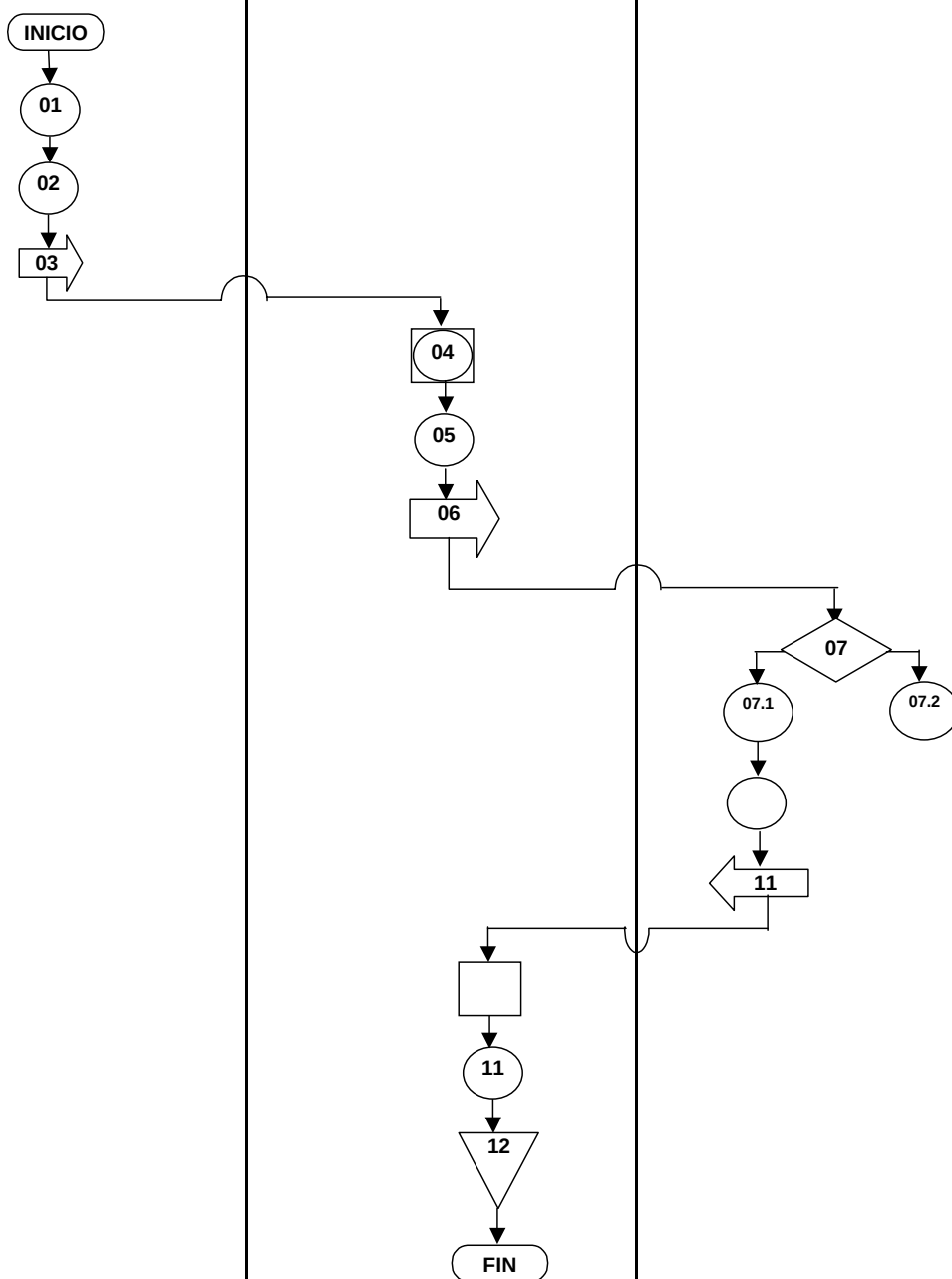
INICIA: PROVEEDORES

TERMINA: CONTABILIDAD

PROVEEDORES

CONTABILIDAD

CONSEJO ADMINISTRATIVO



ANEXO 4
PLAN ANUAL DE MARKETING

	COMITÉ LAS DELICIAS	Página	2
	Plan Anual de Marketing	Fecha	Noviembre 2006

INTRODUCCIÓN

Toda institución, sin importar su tamaño o el sector en que se desenvuelve, precisa elaborar un Plan de Marketing. Este debe reunir una serie de requisitos para ser eficaz y exige de sus responsables: una aproximación realista con la situación de la empresa; que su elaboración sea detallada y completa; debe incluir y desarrollar todos los objetivos; debe ser práctico y asequible para todo el personal; de periodicidad determinada, con sus correspondientes mejoras; y, compartido con todo el personal de la organización.

El plan de marketing ha sido elaborado con la finalidad de ayudar a la organización para lograr alcanzar los objetivos que se han trazado, para maximizar los recursos; financieros, operacionales y mercadológicos, y que capte de inmediato todos los puntos claves de información. Se presentan los aspectos más importantes como el Análisis de la Situación, la cual evalúa e identifica todas las características del mercado segmentado, dando a conocer las tendencias de compra. Así mismo se logra medir la participación que se tendrá en los próximos años.

	COMITÉ LAS DELICIAS	Página	3
	Plan Anual de Marketing	Fecha	Noviembre 2006

CONTENIDO GENERAL

	Introducción	i
1	Análisis de Situación	3
1.1	Análisis de mercado	3
1.2	Mercado objetivo y ventaja competitiva	5
1.2.1	Segmentación de mercado	5
1.3	Medición de mercado	6
1.4	Análisis de Productividad y rentabilidad	7
1.4.1	Productividad	7
1.4.2	Rentabilidad	8
1.5	Estructura del plan de marketing	8

	COMITÉ LAS DELICIAS	Página	4
	Plan Anual de Marketing	Fecha	Noviembre 2006

1 ANÁLISIS DE SITUACIÓN

Este análisis comprende cuatro estudios para poder evaluar e identificar las oportunidades y riesgos que presenta el mercado, y para ello es necesario analizarlos.

1.1 ANÁLISIS DE MERCADO

Aquí se analiza la tendencia de compras a través de los conocimientos de las características y estilo de vida de los compradores, también se logra establecer el tamaño y el crecimiento del mercado, con los elementos más importantes a tratar:

- **Mercado relevante:** “Consiste en establecer con claridad que necesidades generalmente podría satisfacer el producto, y cuales son los sustitutos y si hay más alternativas” ¹. El chile pimienta satisface la necesidad de condimentar las comidas de la dieta alimenticia y también como complemento de la misma, El chile pimienta no tiene sustituto directo ya que no existe producto alguno que logre dar el sabor del mismo.
- **Demanda primaria para el mercado relevante:** Se establece que los consumidores de chile pimienta les guste la comida condimentada y adornada, que tomen en cuenta el color, tamaño, textura y precio del producto.

¹ Tania América Flores Montufar. Material de Apoyo Comercialización no Agrícola. Ejercicio Profesional Supervisado. Universidad de San Carlos de Guatemala, Segundo Semestre 2004. Pág. .10.

	COMITÉ LAS DELICIAS	Página	5
	Plan Anual de Marketing	Fecha	Noviembre 2006

- **Demanda selectiva dentro del mercado relevante:** como ya se explicó los gustos y preferencias de los compradores se enfatizan en el color, tamaño y textura del producto. En cuanto a competencia directa se indicó que no existe sustituto alguno, mientras que en la competencia indirecta se toma en cuenta a los productos ya procesados como salsas ya preparadas y empaçadas, pero incluso esas salsas preparadas contienen chile pimienta.
- **Segmentos de mercado:** Debido al consumo masivo del producto no se puede segmentar o especificar el mercado, para el chile pimienta los compradores o consumidores son todas las personas, hombres y mujeres a partir de los 10 años, que habitan en el municipio de Momostenango, departamento Totonicapán.
- **Evaluar la competencia:** se establece que la competencia son los productores de chile pimientos de las diferentes regiones del país. La preferencia que pueden tener los consumidores o compradores del producto se puede obtener a través de brindar mejor calidad en los aspectos ya mencionados.
- **Definir el mercado objetivo:** Se tomó como mercado meta a todas las personas que cocinan y condimentan comida que se encuentran en el municipio de Momostenango, departamento de Totonicapán.

	COMITÉ LAS DELICIAS	Página	6
	Plan Anual de Marketing	Fecha	Noviembre 2006

1.2 MERCADO OBJETIVO Y VENTAJA COMPETITIVA

Aquí permite establecer los lineamientos generales del segmento de mercado, a través de la observación y la encuesta realizada en el Municipio, se tomaron en cuenta los elementos siguientes:

1.2.1 Segmentación de mercado

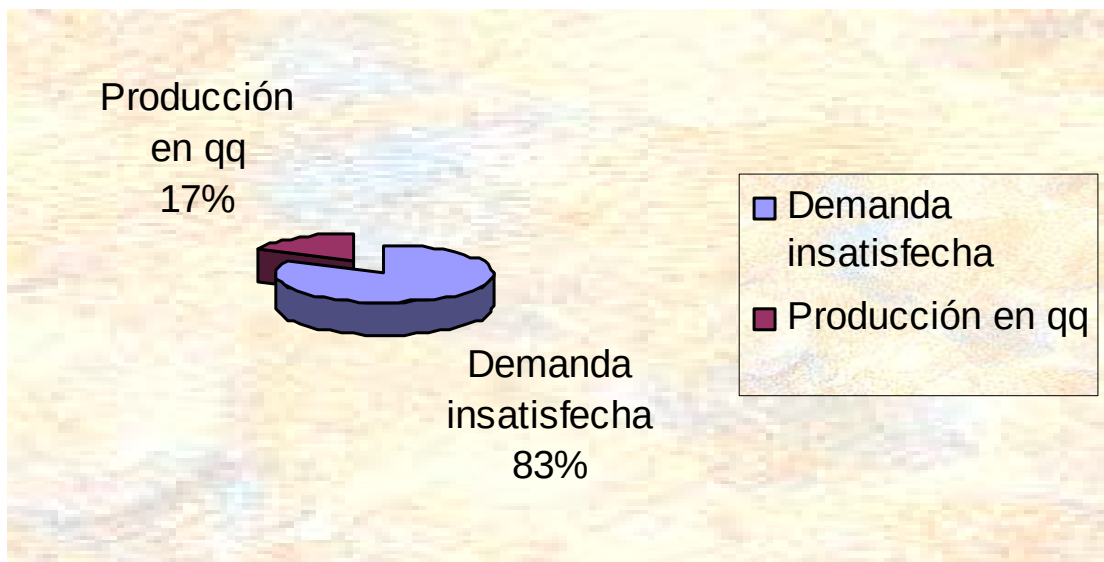
Se conoce que los compradores para el producto de chile pimiento son las personas como amas de casa, y personas que se dedican a la venta de comida en el municipio de Momostenango, departamento de Totonicapán. Estas personas deben comprar el producto en los mercados cantonales que existen en el Municipio, debido a la naturaleza del producto que es de consumo masivo no se distingue el estatus del comprador, ya que la mayoría de personas o compran al una unidad del producto, para satisfacer la necesidad de condimentar y ornamentar la comida, con un producto fresco, de buen color tamaño y precio.

1.3 MEDICIÓN DE MERCADO

Se establece que la participación de la sociedad de productores de chile pimiento, pretende cubrir, en el primer año un 6% con una cantidad de 300 quintales, como se representa en la gráfica siguiente:

	COMITÉ LAS DELICIAS	Página	7
	Plan Anual de Marketing	Fecha	Noviembre 2006

Gráfica 26
Municipio de Momostenango – Totonicapán
Medición de mercado
Año 2005



Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2004.

La gráfica muestra la participación del 6%, del mercado pero si en los próximos años se incrementa la demanda insatisfecha el porcentaje se reducirá, para evitar esa reducción se debe incrementar la producción, y poder mantener el 6% de participación.

1.4 ANALISIS DE PRODUCTIVIDAD Y RENTABILIDAD

Los datos pueden analizarse de muchas formas. La clave es desglosar los recursos humanos, financieros y materiales, los cuales asumen distintos papeles dependiendo del enfoque que se le de, los datos por sí solos no significan nada, los datos actuales comparados con los de los años precedentes o comparados con los datos del mercado global constituyen la base para la toma de decisiones útiles.

	COMITÉ LAS DELICIAS	Página	8
	Plan Anual de Marketing	Fecha	Noviembre 2006

1.4.1 Productividad

Se puede comentar que la productividad es la relación entre la cantidad de bienes y servicios producidos con la cantidad de recursos utilizados, evaluando así el rendimiento tanto del equipo de trabajo, la maquinaria, y el personal. Se demuestra a continuación que el proyecto tiene incorporada productividad, lo que se comprueba con la siguiente fórmula:

Productividad = Resultados logrados / recursos empleados

Productividad = 1,890,000.00 / 1,435,410.00

Productividad = 1.31

Lo anterior describe que la productividad que genera el proyecto es del 1.31, esto quiere decir que por cada recurso empleado se obtiene una productividad del 31%.

1.4.2 Rentabilidad

Relaciona el beneficio a obtener de un proceso productivo con los fondos que se invierten para generar ese beneficio, si este es positivo, quiere decir que la institución ha cumplido con el objetivo de ganar dinero, y si es negativo significa pérdida y se tendrán que revisar las fases del proceso, si persiste la pérdida, se dejará de producir ese producto.

Para una mejor comprensión de rentabilidad se puede tomar como ejemplo los datos del proyecto:

	COMITÉ LAS DELICIAS	Página	9
	Plan Anual de Marketing	Fecha	Noviembre 2006

$$R.I = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Inversión total}} \times 100 = \frac{48,034.00}{288,525.00} \times 100 = 17 \%$$

Significa que el se recibirá una utilidad de Q0.17 centavos por cada quetzal que se invierta en el proyecto. Lo que indica que el producto es rentable.

1.5 ESTRUCTURA DEL PLAN DE MARKETING

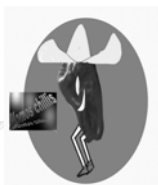
El plan constituirá una guía de acción, en las que se detallan cronológicamente las actividades que deben realizarse para la comercialización del producto. El prototipo de plan para el proyecto se muestra a continuación:

	COMITÉ LAS DELICIAS	Página	10
	Plan Anual de Marketing	Fecha	Noviembre 2006

Municipio de Momostenango – Totonicapán
Proyecto producción de chile pimiento
Estructura plan de marketing

No	Actividad	Responsable	Fecha	Costo Q.
1	Producción de 1,800 cajas de 25 libras de chile pimiento cada caja.	Encargado de Producción	enero a junio y de julio a nov.	68,508.00 68,508.00
2	Contactar a los propietarios de puestos de verduras en los mercados municipales y ofrecer el producto.	Encargado de Compras y Ventas	junio y julio nov y dic.	150.00 150.00
3	Entregar de 1 a dos Muestras a las personas contactadas Según actividad anterior.	Encargado de compras y ventas	junio y julio nov y dic.	200.00 200.00
4	Elaboración de manta vinílicas de 2 mts. * 1 mts.	Encargado de compras y ventas	enero octubre	150.00 150.00
5	Anuncios por las radios locales dos veces por día durante dos meses. (publicidad no pagada)	Encargado de compras y ventas	junio y julio nov y dic.	0.00 0.00
6	Gastos de motivación por Desempeño sobresaliente	Consejo de administración	enero y octubre	75.00 75.00
Total del plan				138,166.00

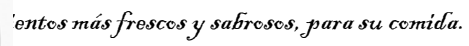
La cronología del programa dependerá de las fechas de siembra, corte y clasificación del producto, ya que por ser un producto agrícola, las actividades de comercialización se realizarán dos veces al año en los meses arriba indicados. El costo de la radio no se toma en cuenta ya que es radio local y generalmente efectúan el servicio como beneficio social.



...entos más frescos y sabrosos, para su comida.

ANEXO 5

MACHOTES DE FORMULARIOS

[illegible]



No. Orden

Nombre
Dirección
Ciudad
Teléfono

[illegible]