

**MUNICIPIO DE QUEZADA
DEPARTAMENTO DE JUTIAPA**

**“ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL Y COMERCIALIZACIÓN (PRODUCCIÓN
DE MAÍZ)”**

ANÍBAL MAURICIO ALEJANDRO DE LA VEGA RAMÍREZ

TEMA GENERAL

**“DIAGNÓSTICO SOCIOECONÓMICO, POTENCIALIDADES PRODUCTIVAS Y
PROPUESTA DE INVERSIÓN”**

**MUNICIPIO DE QUEZADA
DEPARTAMENTO DE JUTIAPA**

TEMA INDIVIDUAL

**“ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL Y COMERCIALIZACIÓN (PRODUCCIÓN
DE MAÍZ)”**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
2005**

2005

(c)

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

QUEZADA – VOLUMEN

2-53-75-AE-2002

Impreso en Guatemala, C.A.

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

**“ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL Y COMERCIALIZACIÓN (PRODUCCIÓN
DE MAÍZ)”**



**MUNICIPIO DE QUEZADA
DEPARTAMENTO DE JUTIAPA
INFORME INDIVIDUAL**

**Presentado a la Honorable Junta Directiva y al
Comité Director**

del

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

por

ANÍBAL MAURICIO ALEJANDRO DE LA VEGA RAMÍREZ

previo a conferírsele el título

de

ADMINISTRADOR DE EMPRESAS

en el Grado Académico de

LICENCIADO

Guatemala, mayo de 2005

ÍNDICE GENERAL

		Página
	INTRODUCCIÓN	i
	CAPÍTULO I	
	CARACTERIZACIÓN DEL MUNICIPIO	
1.1	ANTECEDENTES HISTÓRICOS	1
1.2	ASPECTOS GEOGRÁFICOS	2
1.2.1	Localización y extensión territorial	2
1.2.2	Condiciones climatológicas	2
1.2.3	Suelos	2
1.2.4	Orografía	3
1.2.5	Hidrografía	3
1.3	ASPECTOS DEMOGRÁFICOS	3
1.3.1	Población	4
1.3.2	Población por área, edad y sexo	4
1.3.3	Población por grupo étnico	6
1.3.4	Población Económicamente Activa	7
1.4	DIVISIÓN ADMINISTRATIVA	8
1.5	INFRAESTRUCTURA	9
1.5.1	Vías de comunicación y acceso	10
1.5.2	Medios de transporte	10
1.5.3	Educación	10
1.5.4	Públicos	11
1.5.5	Primaria	11
1.5.6	Básicos	11
1.5.7	Diversificado	11
1.5.8	Privados	11
1.5.8.1	Primaria	12
1.5.8.2	Básicos	12
1.5.8.3	Diversificado	12

1.6	Servicios	13
1.6.1	Estatales	13
1.6.1.1	Centros de salud	13
1.6.2	Municipales	15
1.6.2.1	Agua	15
1.6.2.2	Drenajes y letrinas	16
1.6.3	Privado	17
1.6.3.1	Energía eléctrica	17
1.6.3.2	Telefonía	18

CAPÍTULO II
COMERCIALIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE MAÍZ
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

2.1	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	20
2.1.1	Descripción genérica	20
2.1.2	Variedades	20
2.1.3	Descripción y usos	21
2.1.3.1	Descripción de la planta	21
2.1.3.2	Usos	21
2.1.3.3	Tipos	21
2.2	COMERCIALIZACIÓN ACTUAL	22
2.2.1	Proceso de comercialización	22
2.2.1.1	Concentración	22
2.2.1.2	Equilibrio	23
2.2.1.3	Dispersión	23
2.2.2	Análisis del proceso de comercialización	23
2.2.2.1	Análisis Institucional	23
2.2.2.2	Análisis estructural	24
2.2.2.3	Análisis funcional	25
2.2.3	Operaciones de comercialización	28
2.2.3.1	Canales de comercialización	28

2.2.3.2	Márgenes de comercialización	28
2.2.3.3	Factores de diferenciación	29
2.3	COMERCIALIZACIÓN PROPUESTA	30
2.3.1	Proceso de comercialización	30
2.3.1.1	Concentración	31
2.3.1.2	Equilibrio	31
2.3.1.3	Dispersión	31
2.3.1.4	Proceso de la comercialización	31
2.3.2	Instituciones de la comercialización	31
2.3.2.1	Funciones de la comercialización	31
2.3.2.2	Estructura de la comercialización	32
2.3.3	Operaciones de comercialización	33
2.3.3.1	Canales de comercialización	33
2.3.3.2	Márgenes de comercialización	34
2.4	APLICACIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN	35
2.4.1	Precio	35
2.4.2	Ventas	35
2.4.3	Distribución	36
2.4.4	Cobros	36
CAPÍTULO III		
ORGANIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE MAÍZ		
3.1	ORGANIZACIONES EXISTENTES	37
3.1.1	Organizaciones sociales	37
3.1.2	Organizaciones productivas	37
3.2	ORGANIZACIÓN ACTUAL	38
3.2.1	Tipo de organización	38
3.2.2	Estructura organizacional	38
3.2.2.1	Formalización	38
3.2.2.2	Centralización	38

3.2.2.3	Coordinación	39
3.2.2.4	Diseño organizacional	39
3.2.2.5	Tramo de control	40
3.2.2.6	Departa mentalización	40
3.2.2.7	Unidad de mando	40
3.3	ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL PROPUESTA	41
3.3.1	Tipo	41
3.3.2	Justificación	41
3.3.3	Denominación y localización	41
3.3.4	Planeación	42
3.3.4.1	Visión	42
3.3.4.2	Misión	42
3.3.4.3	Objetivos	43
3.3.5	Organización	43
3.3.5.1	Sistema organizacional	44
3.3.5.2	Funciones básicas de las unidades administrativas	45
3.3.5.3	Integración	46
3.3.5.4	Recursos humanos	46
3.3.5.5	Recursos físicos	46
3.3.5.6	Recursos financieros	46
3.4	REQUERIMIENTO DE LA ORGANIZACIÓN	46
3.4.1	Localización	47
3.4.2	Operación	47
3.4.3	Distribución en planta	47
3.4.4	Relaciones operacionales y contables	47
3.5	PROYECCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN	49
3.5.1	Social	49
3.5.2	Económica	49
3.5.3	Cultural	49

3.5.4	Soporte de la organización	49
3.5.4.1	Estudio administrativo-legal	50
3.5.4.2	Mercadológico	50
3.5.4.3	Técnico	50
3.5.4.4	Financiero	50
3.5.4.5	Administrativo	50

CAPÍTULO IV

PROYECTO PRODUCCIÓN DE CHILE PIMIENTO

4.1	DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	51
4.2	JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO	51
4.3	OBJETIVOS	52
4.3.1	General	52
4.3.2	Específicos	52
4.4	ESTUDIO DE MERCADO	52
4.4.1	Identificación del producto	53
4.4.2	Características del producto	54
4.4.2.1	Usos del producto	54
4.4.3	Oferta	54
4.4.4	Demanda	55
4.4.5	Precio	58
4.4.6	Comercialización	59
4.5	ESTUDIO TÉCNICO	59
4.5.1	Tamaño y duración del proyecto	59
4.5.2	Localización del proyecto	59
4.5.3	Proceso productivo	60
4.6	ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL	65
4.7	ESTUDIO FINANCIERO	65
4.7.1	Inversión fija	65

4.7.2	Inversión en capital de trabajo	67
4.7.3	Inversión total	69
4.7.4	Financiamiento	70
4.7.4.1	Costo de producción	71
4.7.4.2	Estado de resultados	74
4.7.5	Evaluación financiera	75
4.7.6	Impacto social	77

CAPÍTULO V

COMERCIALIZACIÓN DE CHILE PIMIENTO

5.1	COMERCIALIZACIÓN	78
5.1.1	Proceso de comercialización	78
5.1.1.1	Concentración	78
5.1.1.2	Equilibrio	78
5.1.1.3	Dispersión	79
5.2	INSTITUCIONES DE COMERCIALIZACIÓN	79
5.2.1	Productor	79
5.2.2	Intermediario	80
5.2.3	Consumidor final	80
5.2.4	Estructura de comercialización	80
5.2.5	Funciones de comercialización	80
5.2.5.1	Funciones de intercambio	81
5.2.5.2	Funciones físicas	81
5.2.5.3	Funciones auxiliares	82
5.2.6	Operaciones de comercialización	83
5.2.6.1	Canales de comercialización	83
5.2.6.2	Márgenes de comercialización	84
5.3	ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL PROPUESTA	85
5.3.1	Tipo y denominación de la organización propuesta	86

5.3.2	Justificación de la organización propuesta	86
5.3.3	Soporte de la organización	86
5.3.3.1	Estudio administrativo-legal	86
5.3.3.2	Mercado lógico	88
5.3.3.3	Técnico	88
5.3.3.4	Financiero	88
5.3.3.5	Administrativo	89
5.4	APLICACIÓN DEL PROCESO ADMINISTRATIVO	89
5.4.1	Planeación	89
5.4.1.1	Visión	89
5.4.1.2	Misión	90
5.4.1.3	Objetivos	90
5.4.1.4	Reglamentos	91
5.4.1.5	Políticas	91
5.4.1.6	Estrategias	91
5.4.2	Diseño organizacional	92
5.4.2.1	Sistema organizacional	93
5.4.2.2	Funciones básicas de las unidades administrativas	93
5.4.2.3	Funciones básicas del Comité de pequeños productores de chile pimienta	96
5.4.3	Requerimientos de la organización	96
5.4.3.1	Distribución en planta	96
5.4.3.2	Integración	98
5.4.3.3	Recursos	98
5.5	PROYECCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN	99
5.5.1	Proyección social	99
5.5.2	Proyección económica	99
5.5.3	Proyección tecnológica	99
	Conclusiones	

Recomendaciones

Bibliografía

Anexos

ÍNDICE DE CUADROS

No.	Descripción	Página
1	Municipio de Quezada – Jutiapa, Población por edad y sexo, Año: 2002.	4
2	Municipio de Quezada – Jutiapa, Población indígena y no indígena por área, Año: 2002.	6
3	Municipio de Quezada – Jutiapa, Cobertura de educación y modalidad de la enseñanza, Año: 2002.	12
4	Municipio de Quezada – Jutiapa, Cobertura de Salud	15
5	Municipio de Quezada – Jutiapa, Cobertura del servicio de agua, Años: 1994 – 2002.	16
6	Municipio de Quezada – Jutiapa, Cobertura del servicio de energía eléctrica, Años: 1994 - 2002.	18
7	Municipio de Quezada – Jutiapa, Cobertura y déficit de telecomunicaciones, Año: 2002.	19
8	Municipio de Quezada – Jutiapa, Producción de maíz, Márgenes de comercialización, Año: 2002.	29
9	Municipio de Quezada – Jutiapa, Producción de maíz, Márgenes de comercialización, Año: 2002.	34
10	Republica de Guatemala, Proyecto producción de chile pimiento, Oferta nacional histórica y proyectada, Periodo: 1998 – 2006.	55
11	Republica de Guatemala, Proyecto producción de chile pimiento, Demanda potencial histórica y proyectada, Período: 1998 - 2006	56
12	Republica de Guatemala, Proyecto producción de chile pimiento, Consumo aparente histórico y proyectado, Periodo: 1998 – 2006.	57
13	Republica de Guatemala, Proyecto producción de chile pimiento, Demanda insatisfecha histórica y proyectada, Periodo: 1998 – 2006.	58
14	Municipio de Quezada – Jutiapa, Proyecto producción de chile	

	pimiento, Inversión fija.	66
15	Municipio de Quezada – Jutiapa, Proyecto producción de chile pimiento, Inversión capital de trabajo.	68
16	Municipio de Quezada – Jutiapa, Proyecto producción de chile pimiento, Inversión total, (cifras en quetzales).	69
17	Municipio de Quezada – Jutiapa, Proyecto producción de chile pimiento, Plan de amortización del préstamo, (cifras en quetzales).	71
18	Municipio de Quezada – Jutiapa, Proyecto producción de chile pimiento, Hoja técnica del costo directo de producción, Año: 2002.	72
19	Municipio de Quezada – Jutiapa, Proyecto producción de chile pimiento, Estado de costo directo de producción, Periodo: 2002 – 2006 (cifras en quetzales).	73
20	Municipio de Quezada – Jutiapa, Proyecto producción de chile pimiento, Estado de resultados proyectados, Periodo: 2002 – 2006, (cifras en quetzales).	75
21	Municipio de Quezada – Jutiapa, Proyecto producción de chile pimiento, Márgenes de comercialización.	85

ÍNDICE DE GRAFICAS

No.	Descripción	Página
1	Municipio de Quezada - Jutiapa, Pirámide poblacional	5
2	Organigrama de la municipalidad de Quezada – Jutiapa, Año: 1,991.	8
3	Organigrama de la municipalidad de Quezada – Jutiapa, Año:2,002.	9
4	Municipio de Quezada – Jutiapa, Canales de comercialización de maíz, Año: 2002.	28
5	Municipio de Quezada – Jutiapa, Producción de maíz, Canales de comercialización, Año: 2002.	34
6	Municipio de Quezada – Jutiapa, Producción de maíz, Organización, Año: 2002.	39
7	Municipio de Quezada – Jutiapa, Producción de maíz, Organigrama propuesto, Año: 2002.	44
8	Municipio de Quezada – Jutiapa, Proyecto producción de chile pimiento flujograma del proceso productivo.	64
9	Municipio de Quezada – Jutiapa, Proyecto producción de chile pimiento, Canales de comercialización.	84
10	Municipio de Quezada – Jutiapa, Proyecto producción de chile pimiento, Organización propuesta, Comité de productores de chile pimiento, Año: 2002.	92

ÍNDICE DE FIGURAS

No.	Descripción	Página
1	Municipio de Quezada – Jutiapa, Producción de maíz, Distribución en planta, Año: 2002	48
2	Municipio de Quezada – Jutiapa, Proyecto producción de chile pimiento, Distribución en planta, Año: 2002.	97

INTRODUCCIÓN

La Universidad de San Carlos de Guatemala, en su visión de proyección social ha establecido el Ejercicio Profesional Supervisado -EPS- de la Facultad de Ciencias Económicas, como una alternativa de evaluación final previo a la graduación de sus estudiantes en el grado académico de Licenciado/a, en las tres carreras profesionales que imparte, Economía, Contaduría Pública y Auditoría, Administración de Empresas; el propósito es la realización de un trabajo de investigación en el área rural guatemalteca con el objetivo que el estudiante conozca la realidad económica y social del país, a través de la aplicación de la investigación de campo y sus instrumentos. En base a lo anterior aportar propuestas de solución válidas que ayuden a estas comunidades a superar las limitaciones para su desarrollo y mejoren la calidad de vida.

El presente informe individual se denomina “Organización y Comercialización de la Producción de Maíz”, forma parte del tema general “Diagnóstico Socioeconómico, Potencialidades Productivas y Propuestas de Inversión”, y es el resultado de la investigación realizada en el Municipio de Quezada, departamento de Jutiapa, en el segundo semestre del año 2002, el cual duro treinta días.

Referente al estudio anteriormente mencionado se pretende que el futuro profesional se integre y compruebe en la actividad práctica, durante su permanencia de 30 días consecutivos en el área, e informándose de los graves problemas socioeconómicos que padecen los pobladores rurales. Se utilizan para dicho estudio el método científico, técnicas de investigación documental tales como: entrevistas con las autoridades del Municipio, encuestas a los pobladores y la observación del lugar.

Como resultado de lo anterior el practicante contribuirá a la solución de la problemática, mediante un diagnóstico socioeconómico, identificación de potencialidades y propuestas de inversión, a las comunidades rurales, de los diferentes municipios y centros poblados.

El contenido que contempla este trabajo, se estructura de la siguiente manera:

Capítulo I: Se presenta la caracterización del Municipio; se detallan los antecedentes históricos, localización geográfica, extensión territorial; climatología, orografía, hidrografía, fisiografías, división política y administrativa, población y sus características, recursos naturales, estructura agraria, servicios e infraestructura básica-productiva, organización social y productiva, así como el flujo comercial.

Capítulo II: Se analizan la situación actual de la comercialización de la producción de maíz, que incluye la descripción del producto, el proceso y las operaciones. Se desarrolla la comercialización propuesta que se integra así; proceso, operaciones, estructura, márgenes y aplicación.

Capítulo III. Se estudia la organización de la producción de maíz la cual esta integrada de la siguiente forma; organización existente y actual, tipo, estructura, diseño. En la organización empresarial propuesta se investiga los siguientes puntos; tipo, justificación, denominación, ubicación, planeación, visión, misión, objetivos, organización, requerimientos, proyección, soporte legal.

Capítulo IV: En este capítulo se describe Proyecto Producción de Chile Pimiento; se estudia la descripción del mismo, justificación, objetivos, estudio de mercado, técnico y financiero,

Capítulo V. Propuesta de Comercialización y Organización de Chile Pimiento: Se estudia la comercialización, proceso, estructura, operaciones. Se efectúa el análisis de la organización empresarial propuesta en las diferentes áreas; tipo, denominación, justificación, estudio administrativo legal, aplicación, visión, misión, objetivos, diseño, requerimientos y proyección.

Finalmente se plantean las conclusiones y recomendaciones relacionadas con la situación socioeconómica del Municipio, actividades productivas y producción.

Se anexan los manuales de organización, normas y procedimientos a efecto de que los lectores se guíen de la manera más adecuada y eficaz y se presenta la bibliografía respectiva que fuera consultada para el presente informe.

CAPÍTULO I

CARACTERÍSTICAS SOCIOECONÓMICAS DEL MUNICIPIO

Este capítulo contiene toda la información referente a los aspectos generales del Municipio, como los geográficos, demográficos, administrativos y poblacional.

1.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS

El municipio de Quezada fue creado por Acuerdo Gubernativo del 18 de junio de 1,897, en la época del Presidente de la República el General José María Reina Barrios; según datos históricos, obtuvo su nombre de Don Tomás Quezada, su hijo Juan de Dios Quezada, Catalina de Alejandría y Doña Juana Pellecer Quezada, quienes debido a la semejanza que tenía con su lugar de origen en España decidieron bautizar la finca con el nombre de Quezada. Más tarde fue adquirida por el ilustre escritor Don José Milla y Vidaurre (Salomé Gil), que decidió que la finca continuara con el mismo nombre, pero los pobladores que habitaban en los alrededores principiaron a llamarla Quesada con “S” debido a que la finca producía los mejores quesos de la región.

Posteriormente Don José Milla y Vidaurre vendió la finca a los colonos que la habitaban por la cantidad de 80,000 Bambas moneda de plata de un peso, de la cual la mitad fue aportada por el Gobierno del Presidente Manuel Lisandro Barillas; según Acuerdo Gubernativo de fecha 14 de octubre de 1,890. Con fecha 17 de febrero del año 1,892 el terreno de la antigua hacienda de Quezada fue registrado a favor de los vecinos bajo el asiento número 869, folio 579, tomo uno (1) del libro del Registro de la Propiedad Inmueble de Chiquimula.

Actualmente existe en la sala comunal del Municipio una placa con los nombres de los colonos que contribuyeron para la compra de la finca.

1.2 ASPECTOS GEOGRÁFICOS

Debido a su ubicación geográfica el Municipio cuenta con tierras aptas para la agricultura y ganadería, que favorece en sus condiciones climatológicas en beneficio a sus pobladores y recursos naturales.

1.2.1 Localización y extensión territorial

Quezada se localiza a 104 kilómetros de la ciudad capital y a 18 Kilómetros de la cabecera departamental de Jutiapa; su extensión territorial es de 84 kilómetros cuadrados.

1.2.2 Condiciones climatológicas

El Municipio está localizado en la zona de bosque húmedo subtropical templado (seca o sabana, según Holdrige). Los meses de precipitación pluvial son de mayo a octubre, con una media de 1,200 milímetros. La época seca está comprendida entre diciembre y abril, los meses de mayor sequía son; enero, febrero y marzo, el resto de los meses secos caen lluvias esporádicas, generalmente se cuenta con 76 días promedio anuales de lluvia.

1.2.3 Suelos

En el Municipio se presentan tres clasificaciones de suelos, según la clase de material madre y el declive:

Los suelos del municipio de Quezada están localizados en el grupo I, sub-grupos IA, suelos que se han desarrollado sobre relieves que son demasiado inclinados para los cultivos limpios y se deberían de usar para pastos y bosques. El subgrupo IB, Son suelos de pastos y bosques, el subgrupo IC, Se cultivan pequeñas extensiones y gran parte está en bosques. El subgrupo ID, incluye los suelos que pueden usarse para cultivos limpios, ya que gran parte de los suelos es muy inclinada para los cultivos continuos (limpios o anuales).

El Municipio también posee en la parte norte una pequeña franja de los suelos que corresponden al grupo III, que incluye áreas donde no domina ninguna clase particular de suelo o donde alguna característica geológica o algún otro factor, limita su uso agrícola permanente. Los suelos se incluyen en aluviales no diferenciados y de valles no diferenciados, que incluyen áreas de buen terreno para la agricultura, pues es un terreno arable.

1.2.4 Orografía

Dentro de los accidentes orográficos están las montañas: Corral Falso, Quebrada de las Mulas y Rincón Grande; así como los cerros: Buena Vista, Cabrera, Casillas, Cumbres Altas, Chayal, El Armado, El Jícaro, El Pinal, La Calera, La Fortuna, Las Yeguas, Nacascolote y Suruy.

1.2.5 Hidrografía

Está constituida por las fuentes de agua que dispone el lugar para la satisfacción de las necesidades de la población y su desarrollo económico.

El agua es abundante para el uso agrícola y doméstico, ya que cuenta con seis ríos Las Uluminas, Los Muertos, Río de Paz, El Tempisque y Las Lajas, 20 quebradas, Agua Escondida, del Muerto, El Beneficio, El Bordugón, El Pinito, El Salitre, El Tesoro, El Varal, Honda, La Calera, La Chamarrita, La Melada, La Quebradona, Las Mulas, Los Chilamates, Los Lucios, Los Ranchos, Oscura, Seca, Ulumina y De Esquivel, cuatro manantiales, El Naranja, Los Trapichitos (El Salto), Santa Gertrudis y Los Lucios.

1.3 ASPECTOS DEMOGRÁFICOS

Estos aspectos contienen los datos de la población por edad y sexo, población urbana y rural, población económicamente activa y niveles de escolaridad y de pobreza.

1.3.1 Población

La población total del municipio de Quezada, se estima que es de 17,986 habitantes para el año 2002.

1.3.2 Población por área, edad y sexo

El estudio de la población por edad y sexo es importante, sobre los datos obtenidos se realizarán análisis para determinar las necesidades de la población y en que magnitud puede afectar con la planificación en las diferentes áreas.

Cuadro 1
Municipio de Quezada - Jutiapa
Población Por Edad y Sexo
Año: 2002

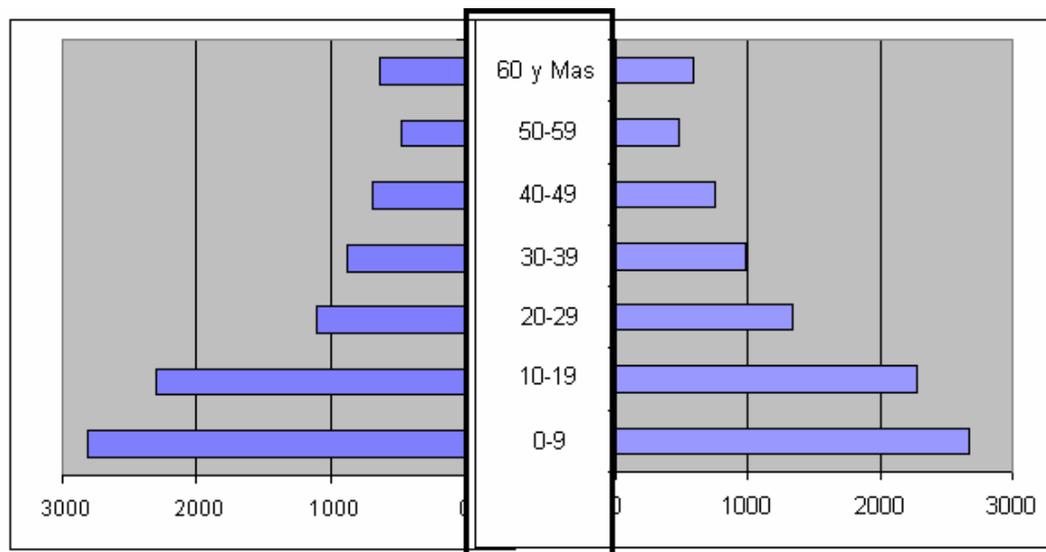
Rango de Edad	Población Total	%	Hombres	%	Mujeres	%
Total	17986	100.00	8891	49.43	9095	50.57
0-9	5475	30.44	2809	15.61	2666	14.82
10-19	4590	25.52	2307	12.83	2283	12.69
20-29	2448	13.61	1105	6.14	1343	7.47
30-39	1867	10.38	881	4.90	986	5.48
40-49	1435	7.98	687	3.82	748	4.16
50-59	952	5.29	475	2.64	477	2.65
60 y Mas	1219	6.78	627	3.49	592	2.29

Fuente: Investigación de campo grupo EPS., segundo semestre 2,002.

El cuadro anterior muestra una población estimada del año 2002 de 17,986 habitantes, 10,252 pertenecen a la población masculina representa un 57.0% y 7,734 a la población femenina con el 43.0%. Los datos anteriores repercuten un mayor desempleo y una emigración a la Ciudad Capital y otros países.

Esta situación puede corroborarse al observar la respectiva pirámide poblacional, que tiene la característica de la República de Guatemala, es decir, tiene una base ancha y a medida que se pasa de los grupos de menor a mayor edad se reduce en forma regular y pronunciada, es decir, es una pirámide poblacional de tipo expansivo porque tiene mayoría de población en las edades menores.

Gráfica 1
Municipio de Quezada, Jutiapa
Pirámide poblacional



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

La población para este año refleja un perfil joven, puesto que las personas que se ubican en los grupos de edad de 0 a 19 años representan más de la mitad de la población, es decir, un 56 % de la población total, equivalente a 10,065 habitantes.

1.3.3 Población por grupo étnico

Según el X Censo de Población y V de Habitación, realizado por el Instituto Nacional de Estadística –INE-, en 1,994, la población indígena en el lugar era de 273 habitantes, equivalente al 1.96% de la población total de ese año, mientras la población no indígena ascendía a 13,901 habitantes.

Durante la investigación, se observó que la población indígena está segregada en todo el Municipio, ubicándose en su mayoría en el área rural, como se muestra en el siguiente cuadro:

Cuadro 2
Municipio de Quezada, Jutiapa
Población Indígena y no Indígena por Área
Año: 2002

	Urbana	%	Rural	%	Total	%
Indígena	2	0.76	12	0.78	14	1
No Indígena	259	99.24	1,513	99.22	1,772	99
Total	261	100	1,525	100	1,786	100

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

La información anterior refleja que la cantidad de habitantes indígenas de Quezada se redujo desde el último censo de población de 1,994, efecto que se debe a que el comercio en el Municipio es sumamente bajo, la población en general prefiere hacer sus compras en el mercado regional y en raras ocasiones las realiza localmente, ello ha ocasionado que los habitantes indígenas opten por emigrar a otro lugar de mayor flujo comercial, dada su naturaleza de comerciantes.

1.3.4 Población Económicamente Activa

Según el XI Censo Nacional de Población y VI de Habitación 2002, del Instituto Nacional de Estadística, el Municipio cuenta con una fuerza de trabajo representada por personas que oscilaban entre siete y más años, con participación económica principalmente en la agricultura.

La población en edad de trabajar para el año 2002 es de 14,522 personas, lo que representa el 81% del total de habitantes del Municipio y se integra por 8,277 que corresponde al sexo femenino y 6,545 al sexo masculino. De esta población en edad activa o de trabajar el 91.57% está comprendida entre 10 y 49 años, lo que se considera una población relativamente joven.

La población económicamente activa comprende a todas las personas que contribuyen a la oferta de mano de obra para el trabajo en la producción de bienes y servicios, incluyendo no sólo a las que actualmente están ocupadas, sino que también a las que están desocupadas, que buscan trabajo y que suman 5,979.

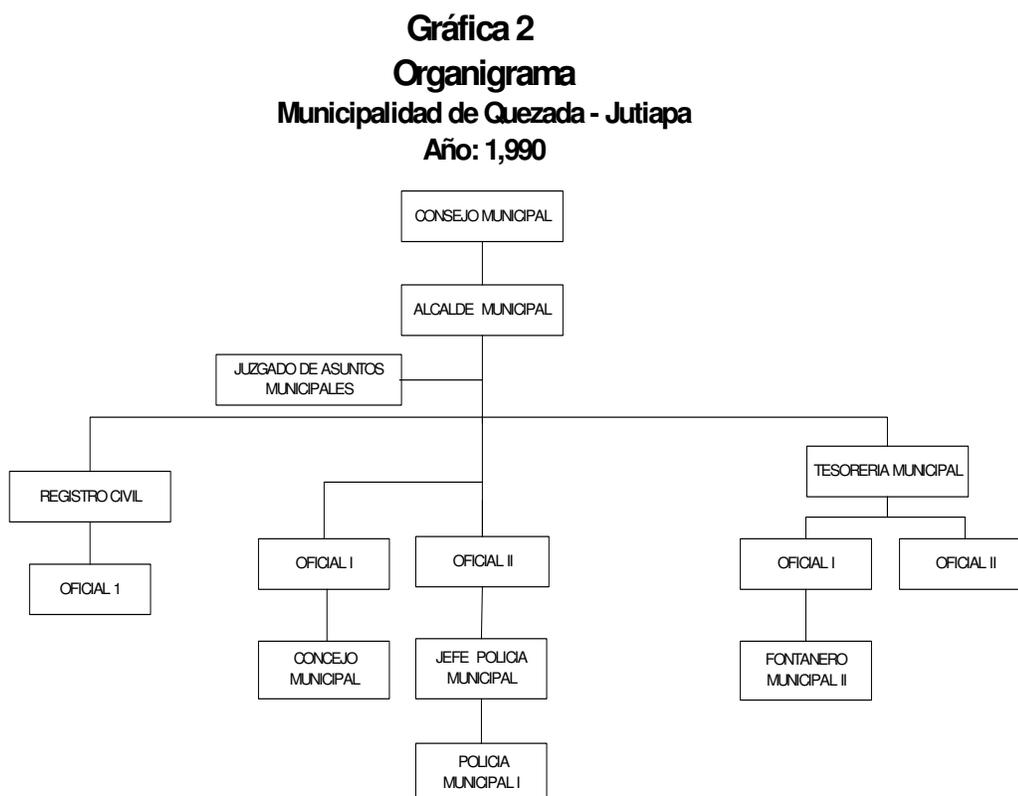
La población económicamente inactiva -PEI- es el conglomerado humano que no contribuye a la producción de bienes y servicios, corresponde a estudiantes, incapacitados, jubilados y amas de casa, siendo éstas últimas la mayoría de personas.

Las personas que forman los grupos de edad de 0 a 6 años que no están comprendidos en los datos del cuadro anterior, de la población económicamente activa, es decir, equivale a un 19% de la población total del Municipio, lo cual refleja la carga económica que tiene en promedio cada trabajador para su subsistencia, más los miembros inactivos del hogar y producir un excedente que le permita la compra de bienes y servicios.

1.4 DIVISIÓN ADMINISTRATIVA

Los órganos administrativos están conformados por decisión del gobierno local autónomo que son: el Concejo, Alcalde Municipal y Alcaldes Auxiliares, que ejercen la representación a nivel de aldeas y caseríos. Así mismo, los órganos de funcionamiento están formados por el Secretario Municipal, Registrador Civil, Tesorería Municipal, Fontanero Municipal y Encargado de Cementerio.

La siguiente gráfica refleja la jerarquía y línea de mando de la Municipalidad de Quezada, para el año 1,990:

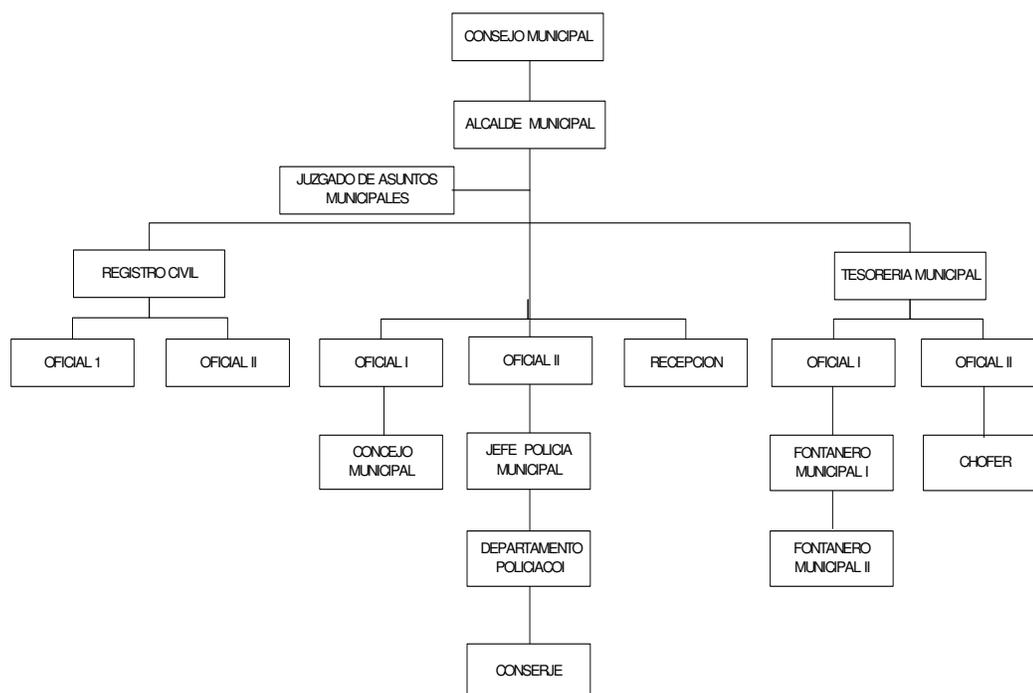


Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2,002.

El organigrama anterior, refleja los puestos y funciones que se tenían para el año de 1,990, en el lugar.

A continuación se presenta el organigrama de los cambios que ha sufrido la estructura administrativa en los últimos 12 años.

Gráfica 3
Organigrama
Municipalidad de Quezada - Jutiapa
Año 2,002



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

Como se puede observar, la estructura administrativa ha tenido cambios significativos desde la década de 1,990, situación que obedece al crecimiento y progreso que ha tenido el Municipio durante ese período.

1.5 INFRAESTRUCTURA

En este numeral se presentan las organizaciones que existen en el lugar, las cuales se describen a continuación.

1.5.1 Vías de comunicación y acceso

La carretera Interamericana CA-1, sección Oriente, es la que sirve de medio de comunicación del Municipio con el resto de la región. Del centro de la población a la aldea Buena Vista existe una distancia aproximada de dos kilómetros de carretera asfaltada, también es la vía de acceso al centro del Municipio.

La infraestructura vial interna del Municipio es aceptable, la misma integra a la mayor parte de aldeas y caseríos, las cuales se comunican con El Centro Urbano, por medio de caminos vecinales, que en un 10% se encuentran asfaltados y un 90% balastrados, transitables durante todo el año.

1.5.2 Medios de transporte

El servicio de transporte extraurbano hacia el Municipio lo prestan gran cantidad de empresas de transporte que cubren la ruta Guatemala a Jutiapa, entre las cuales se pueden mencionar: Transportes Cubanita, Melva, Pezarossi, entre otras; en relación al servicio hacia el área rural lo presta una flotilla de microbuses y cuya tarifa se considera barata y está de acuerdo a la distancia de los centros poblados rurales a la cabecera municipal, así a la aldea más lejana, cobran un precio de tres quetzales y a la más cercana dos quetzales.

Generalmente el transporte que utilizan los productores para trasladar sus cosechas, son camiones o pick up de los acopiadores, en alguno de los casos posee vehículo propio, mientras que otros utilizan el transporte colectivo para trasladar uno o dos quintales hacia la cabecera departamental con el propósito de venderlo a un mejor precio.

1.5.3 Educación

El índice de analfabetismo en el ámbito nacional es de 36 % (población de 15 años y más) este indicador incrementa en las mujeres y en la población rural.

En el caso del municipio de Quezada cuenta con 23 establecimientos educativos los cuales cubren los niveles de pre-primaria, primaria, básicos y diversificado así como un instituto de educación básica que funciona por medio de cooperativa, cabe mencionar que este instituto es patrocinado por el gobierno, la municipalidad y padres de familia.

1.5.4 Públicos

La educación pública está constituida por aquella educación de carácter formal, que imparten los establecimientos educativos nacionales y que tiene carácter gratuito.

1.5.5 Primaria

En este nivel existe una población de 2,787 alumnos que se ubican en 20 escuelas las cuales una funciona en el Casco Urbano y las restantes en los diferentes centros poblados del lugar.

1.5.6 Básicos

En lo que respecta a instituto público de educación básica existe sólo uno que esta ubicado en el casco urbano.

1.5.7 Diversificado

En esta unidad de análisis no existe ningún instituto de este nivel educativo.

1.5.8 Privados

Es impartida por los establecimientos privados, quienes desarrollan la formación de alumnos en consonancia con los planes educativos aprobados por el Ministerio de Educación. El valor de este servicio tiene un costo significativo para los padres de familia del estudiantado.

1.5.8.1 Primaria

En el nivel de primaria no hay asistencia de colegios privados, esto obedece a que la mayoría de la población es de escasos recursos económicos y no posee los ingresos suficientes para pagar cuotas.

1.5.8.2 Básicos

En el nivel básico no existe ningún colegio ya que la cobertura de educación la cubre un instituto por cooperativas.

1.5.8.3 Diversificado

En el municipio de Quezada solo existe un instituto que imparte la carrera de secretariado bilingüe y perito en administración de empresas, reingeniería y calidad total, con una población de 50 alumnos.

Cuadro 3
Municipio de Quezada - Jutiapa
Cobertura de educación y modalidad de la enseñanza
Año: 2002

Escolaridad	Total	%	Público	Privado	Cooperativa
Preprimaria	206	5.40	206		
Primaria	2787	73.00	2787		
Basicos	775	20.30	479		296
Diversificado	50	1.30		50	
Superior			0		
Total	3818	100.00	3472	50	296
%			91%	1%	8%

Fuente; Elaboración propia, con base en datos proporcionados por la supervisión de educación del Municipio, Ministerio de educación.

Como se puede apreciar en este cuadro la cobertura de educación en el Municipio es mayor en el nivel primario, pues atiende a una población de 2,787 estudiantes lo que refleja el 64% del total, en tanto que en nivel básico es del

orden de 775 o sea el 34 %, así mismo en diversificado asciende a 50 alumnos lo que representa el 1% de la población estudiantil, en educación superior según datos recabados no se encontró ningún estudiante.

Por otro lado se puede notar que el 91 % son alumnos de instituciones públicas, 1% de colegios privados y 8% de institutos por cooperativa, esto demuestra que la población escolar a crecido año con año al ritmo de 60 % lo que se deduce que hay una cobertura educativa del 40 % cuyo déficit es de 30 % dado que la población en edad escolar para el año 2,002, según proyecciones del INE es de 13,000 habitantes, lo cual refleja que más de la mitad de habitantes del Municipio reciben educación escolar.

1.6 SERVICIOS

Están comprendidos por estatales, municipales y privados.

1.6.1 Estatales

En este numeral se puede mencionar lo siguiente:

1.6.1.1 Centros de Salud

En Quezada, las Unidades de Salud que proporcionan éste servicio están integradas de la forma siguiente: Tres son públicas y tres privadas; en los diferentes Censos se determinó que del año 1,994 al 2,002 solo existe un Centro de Salud publico tipo "B", por carecer de camas, solo presta servicio ambulatorio y en puestos de salud una unidad en el área rural, específicamente en Santa Gertrudis que es tipo "C", esta última no funciona debido a que carece de recurso humano, únicamente existe su infraestructura; asimismo existe un Hospital situado en la Cabecera Departamental tipo "A"; las tres Unidades Privadas son tipo "C", las mismas se clasifican como centros de convergencia.

Quezada cuenta con un centro de Salud Municipal, pero por no tener el recurso humano suficiente, este no llena los requisitos; de acuerdo a la Colección de Cuadernos CEDAL No. 5, San José, Costa Rica, se recomienda ocho médicos, diecinueve enfermeras y dos odontólogos por cada 10,000 habitantes, actualmente solamente cuenta con un medico, cinco enfermeras para atender a los enfermos, el déficit de médicos es del 93 %, en enfermeras es del 86 % y odontólogos es del 100 %.

Dentro de los programas de salud, se desarrollan los siguientes:

Imunización: Vacunación a embarazadas y lactantes, contra la poliomielitis, DPT, BCG, SPR, VAS, vacuna Toxoide, vacuna Antirrábica humana y animal.

Promoción en Salud: Prevención de diarrea, cólera, Infecciones respiratorias agudas, neumonías, programa de malaria, dengue, contra el SIDA y Saneamiento Básico, Planificación familiar y Prevención de la rabia.

Prevención Sanitaria: Programa de saneamiento ambiental, medición de cloro residual, control y manipulación de alimentos, control fitosanitario.

De acuerdo al presente estudio se determinó la siguiente cobertura de dicho servicio:

Cuadro 4
Municipio de Quezada - Jutiapa
Cobertura de Salud
Año: 2002

Descripción	Personas atendida	%
Población atendida	9,951	57.00
Déficit	8,035	43.00
Total	17,986	100.00

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS. y estimaciones de población año 2,002 INE.

Referente lo anterior, existe un déficit del 45 % en el servicio de salud, por cuanto las comunidades cercanas a la Cabecera Municipal carecen de un Centro de Salud que atiendan sus necesidades básicas de salud; no obstante, que existe un Puesto de Salud en la Aldea Santa Gertrudis no funciona por carecer de recurso humano. El déficit de 8,035 personas, son atendidos por Centros de Salud Privados, los cuales proporcionan servicio a un aproximado de 1,650 personas y las demás son atendidas en el Hospital de la Cabecera Departamental y otros Centros. Para satisfacer la demanda los Centros de Salud Privados, a partir del año de 1,994 se han incrementado en un 66 % en el Municipio.

1.6.2 Municipales

Estos son los servicios que la Municipalidad de Quezada presta a la población, y entre estos se puede mencionar.

1.6.2.1 Agua

Para la distribución del agua en el Municipio de Quezada, se aprovecha el desnivel que existe entre los ojos de agua y la ubicación de los centros poblados, también existen dos pozos mecánicos, uno ubicado en las comunidades de Santa Gertrudis y el otro en Don Diego Río de Paz.

En la actualidad los únicos centros poblados donde no existe el servicio de agua entubada son, Laguna Seca, El Edén y en una parte de El Calvario, donde solamente el 33 % posee el servicio.

La siguiente información refleja la cobertura del servicio de agua potable en el lugar:

Cuadro 5
Municipio de Quezada - Jutiapa
Cobertura del Servicio de Agua
Años: 1994 - 2002

Descripción	1994	%	2002	%
Cobertura	2023	73	301	86
Déficit	753	27	37	14
Total	2776	100	347	100

Fuente: X Censo Nacional de Población y V de Habitación -INE- e investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2,002.

Como puede observarse, del total de la población, el 86 % tiene el servicio de agua entubada, el 11 % la obtienen por medio de pozo, el 2% por medio de chorros públicos fuera de sus hogares y el restante que es el 3% se valen de los ríos para obtener tan preciado líquido. El déficit en la cobertura de éste servicio a disminuido en un 52 % en los últimos ocho años, se realizo el último censo poblacional, ello refleja desarrollo y una mejora en las condiciones generales de vida de los habitantes de la región.

1.6.2.2 Drenajes y letrinas

El sistema de drenaje de la cabecera municipal, fue construido en 1,971 por el Instituto de Fomento Municipal -INFOM- con un costo de Q 6,500.00 este no ha tenido ninguna variación, la cobertura del servicio es la misma. El servicio de drenaje existe únicamente en el casco urbano, el área rural carece en su

totalidad de este servicio y únicamente en el 25 % de los hogares de ésta área, ha optado por construir fosas sépticas, lo que les ha permitido instalar sanitarios lavables de losa, otro 49 % de las familias ha construido letrinas, mientras que un 11 % aun no cuenta con un lugar específico para hacer sus necesidades fisiológicas, por lo cual defecan en el suelo, esto ocasiona contaminación de fuentes de agua, infección de animales, específicamente la cisticercosis o sarna en el cerdo, contaminación del aire debido a la pulverización del excremento al ser deshidratado por el sol, todo ello conlleva a la propagación de enfermedades infectocontagiosas a nivel intestinal y a la baja de la seguridad y calidad de vida de sus habitantes.

1.6.3 Privado

Entre los servicios privados que se brindan en el Municipio se pueden mencionar los siguientes:

1.6.3.1 Energía eléctrica

La energía eléctrica que abastece al Municipio es proporcionada por la Distribuidora de Electricidad de Oriente D.E.O.R.S.A. Este tipo de servicio es particular, además proporciona el servicio de alumbrado público. En la actualidad, éste cubre el 92 % de los centros poblados y únicamente el 7 % de los mismos no lo poseen.

La cobertura de energía eléctrica domiciliar, en el Municipio, cubre el 83 % del total de hogares.

En el siguiente cuadro se aprecia en valores porcentuales la cobertura actual del servicio de energía eléctrica, contra los datos obtenidos en el X Censo poblacional y V de habitación de 1,994:

Cuadro 6
Municipio de Quezada - Jutiapa
Cobertura del Servicio de Energía Eléctrica
Años: 1994 y 2002

Descripción	1994	%	2002	%
Cobertura	1613	58	289	83
Déficit	1163	42	58	17
Total	2776	100	347	100

Fuente: X Censo Nacional de Población y V de Habitación e investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2,002, muestra de 347 hogares.

Es importante resaltar, que en los últimos ocho años, la cobertura de éste servicio ha crecido, ya que el déficit del año de 1,994, se redujo a tan solo un tercio en la actualidad, variación que puede observarse en el cuadro anterior. Es importante hacer notar que el cambio de administración de este servicio ha contribuido enormemente a la mejora del mismo.

1.6.3.2 Telefonía

Existen varias empresas que prestan el servicio de telefonía fija y móvil celular, entre las que se pueden mencionar:

Telefonía fija: Telgua, Telnorte

Telefonía móvil: Bellsouth, Comcel, PCS Digital

La telefonía fija celular esta integrada de la siguiente manera:

Cuadro 7
Municipio de Quezada - Jutiapa
Cobertura y Déficit de Telecomunicaciones
Año: 2002

Descripción	Cobertura	%	Déficit	%
Urbana	137	25	418	75
Rural	49	2	2996	98
Total	186		3414	

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

La cobertura telefónica en el Municipio es deficitaria, debido a que el porcentaje en este servicio a nivel de hogares es muy bajo, ya que representa únicamente el 5% del total de los hogares.

En el año de 1,997 existían cinco teléfonos en todo el lugar. Sin embargo para el año 2,002, no existe ningún teléfono con línea domiciliar, lo que ha disminuido su cobertura, pero se ha incrementado el uso del servicio celular.

A los teléfonos comunitarios tienen acceso todos los habitantes del Municipio; donde se pueden realizar llamadas nacionales, como internacionales.

CAPÍTULO II

COMERCIALIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE MAÍZ

En este capítulo se desarrolla la descripción de la situación actual de la producción de maíz en el municipio de Quezada. En el mismo se analizarán los diferentes aspectos que a continuación se describen: la comercialización y organización actual. En conclusión se presenta una propuesta solución.

2.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

El cultivo de maíz es temporal, su siembra se efectúa de mayo a junio y se obtiene la cosecha en los meses de septiembre a octubre, solamente se realiza una producción anual.

Es cultivado por la mayoría de las unidades económicas del lugar, por constituir parte de la dieta familiar. Su relevancia radica en que cubre 25.05% de la tierra cultivada. Por la importancia que reviste, es necesario el análisis de este producto en forma individual, para establecer las condiciones económicas reales de los habitantes en general, pero especialmente de los productores.

2.1.1 Descripción genérica

Algunas teorías tratan de explicar el origen geográfico del maíz, según diferentes disciplinas científicas, hallazgos arqueológicos y distribución de especies vegetales, una teoría supone que el maíz primitivo se originó en el sureste de Asia y de allí se extendió hasta el nuevo mundo en tiempos precolombinos, otra teoría dice que el origen del maíz es en el sur de México y en Centroamérica.

2.1.2 Variedades

Pueden clasificarse en tardías o tempranas de acuerdo con el período de maduración, las variedades comunes cultivadas son el maíz blanco y amarillo,

porque son los cultivos ideales para tierras altas más tardías y su maduración es rápida en los suelos bajos, así mismo su adaptación a las zonas bajas, medias y altas.

2.1.3 Descripción y usos

Como resultado de varias investigaciones realizadas se han podido determinar algunos aspectos específicos que caracterizan al cultivo del maíz, como los que se mencionan a continuación:

2.1.3.1 Descripción de la planta

Su nombre científico es *zea – mays*, perteneciente a la familia de las Gramíneas, es una planta anual originaria de América. Es monoica por tener separadas las flores masculinas y femeninas, los tallos pueden alcanzar de 75 a 400 centímetros. de altura, de 3 a 4 centímetros, de grosor y normalmente tiene 14 entrenudos, los que son cortos y gruesos en la base y se alargan a mayor altura del tallo, reduciéndose en la inflorescencia masculina, donde termina el eje del tallo, tiene un promedio de 12 a 18 hojas con una longitud entre 30 y 50 cm.

2.1.3.2 Usos

El maíz forma parte de la dieta básica del ser humano proporciona proteínas y carbohidratos, es uno de los cereales más importante del mundo, se puede consumir en distintas formas por ejemplo: elote cocido o asado, tortillas, tamales, refresco, harina, hojuelas, atol, sopas, galletas, pan, palomitas de maíz, aceite para cocinar, también se emplea en la nutrición animal ya se en grano o en mezcla para concentrados. En tiempos antiguos se utilizó como fermento para la elaboración de licores, el pelo es utilizado en medicina natural como bebida para refrescar los riñones, la tusa seca y verde sirve para la envoltura de tamales.

2.1.3.3 Tipos

Derivado de la importancia que tiene la producción de maíz a nivel mundial, existen diferentes tipos de dicho producto que se menciona a continuación:

Dent (dentado) se utiliza como alimento de ganado y fabricación de productos industriales. Pop (reventado) grano esférico y pequeño con un núcleo harinoso y una cubierta cristalina, la humedad atrapada en la parte arenosa se expande con el calentamiento y estalla a través de la cubierta. Flint (duro) similar al maíz reventado pero con la diferencia de grano más grande, este tipo requiere tolerancia al frío donde las condiciones de germinación y almacenamiento son pobres. Flour (blanco) esencial para el consumo humano, el grano es suave fácil de moler o cocinar. Sweet (dulce) contiene un endospermo constituido principalmente de azúcar, con muy poco de almidón.

2.2 COMERCIALIZACIÓN ACTUAL

En el presente inciso, se desarrolla la comercialización de la producción de maíz, en el Municipio y se analiza los siguientes componentes:

2.2.1 Proceso de comercialización

“La comercialización es la interacción que existe entre el vendedor y el comprador, que acentúa la posibilidad de desarrollar un procedimiento adecuado y eficaz para llevar a cabo el proceso de ventas”.¹

El proceso de comercialización se divide en tres fases que son: concentración, equilibrio y dispersión.

2.2.1.1 Concentración

Es el proceso de recolectar el producto y acopiarlo en determinado lugar, previo a su venta; se observó que la concentración que realizan los agricultores es un

¹ Laura Fisher, Mercadotecnia; Editorial Mc Graw-Hill, México, segunda edición, 2,001, Pág. 394

acopio terciario, ya que los compradores pasan directamente al lugar con camiones, reuniéndose con el productor para la negociación de la compra del grano.

2.2.1.2 Equilibrio

El maíz es un producto usual en la dieta alimenticia para el consumidor, tiene una demanda permanente en todo el año, lo que genera la necesidad de anticipar procesos de conservación, esto permite determinar un equilibrio natural de oferta y demanda.

2.2.1.3 Dispersión

Este proceso se refiere a la forma en que los productos llegan al consumidor final en cantidad, forma y tiempo exigido por estos. Los intermediarios o mayorista llegan a la vivienda del productor a negociar la compra del producto, en algunas ocasiones el agricultor traslada su producto en transporte local a los depósitos de granos básicos, ubicados a la Cabecera Departamental.

2.2.2 Análisis del proceso de comercialización

A continuación se presentan las tres fases de dicho proceso.

2.2.2.1 Análisis institucional

Es el análisis que estudia los distintos comportamientos de las personas que intervienen en el proceso de comercialización desde su inicio hasta el final, entre las que se mencionan el productor, intermediarios y consumidor final.

Con base a la observación realizada en el trabajo de campo, se determinó que el análisis institucional desarrollado en Quezada, es el siguiente:

- Productor

Constituye el primer participante del proceso de comercialización y en este caso se refiere al agricultor.

En el Municipio, el productor está conformado por los diversos propietarios de terrenos en los cuales se realiza la producción.

- Intermediarios

Son las personas que se encargan de trasladar el producto desde el productor hasta el consumidor final, dentro de éstos se puede mencionar:

Los mayoristas, son los que visitan los diferentes centros poblados para recolectar la producción y trasladarla a sus centros de acopio, estos imponen precios bajos a los productores, los cuales son determinados por la compra-venta en la región, el hecho que el productor no es propietario de su transporte, este acepta los precios que son manejados por el comprador en el Municipio.

Los detallistas, son los propietarios de depósitos ubicados en la Cabecera Departamental, que actúan por cuenta propia, quienes venden el producto al consumidor final.

- Consumidor final

Es quien adquiere mediante la compra, bienes y servicios para la satisfacción de sus diversas necesidades. Esta representado por los habitantes de Jutiapa y la Ciudad Capital, ya que parte de la producción es trasladada a la misma.

2.2.2.2 Análisis estructural

El análisis estructural lo conforman la estructura de mercado, conducta de mercado y eficiencia de mercado.

- Estructura de mercado

Se observa una estructura simple debido a los bajos volúmenes de producción y a los escasos márgenes de ventas que no permiten más intermediarios en esta estructura.

El maíz se vende en las unidades productivas directamente al mayorista, quien se encarga de trasladarlo a los detallistas ubicados en la Cabecera Departamental y Ciudad Capital.

- Conducta de mercado

En el Municipio no existe una organización que se encargue de la comercialización del producto, la venta es directa de los productores al acopiador mayorista, en la transacción no se da el regateo ya que las condiciones de venta las establece el comprador. Los productores no tienen acceso a conocer el comportamiento de compra en el mercado, la venta se realiza en el lugar sin contacto previo con los compradores.

- Eficiencia de mercado

Debido a que los productores no utilizan tecnología adecuada en el proceso productivo, el maíz de Quezada esta catalogado de baja calidad, lo que no permite que los agricultores tengan un margen de ganancia satisfactorio en la venta y en consecuencia deben aceptar los precios que imponen los mayoristas.

2.2.2.3 Análisis funcional

Se desarrolla a través de las funciones de intercambio, físicas y auxiliares que se analizan a continuación.

- Funciones de intercambio

Estas comprenden diversas funciones como, compra venta y determinación de precios, los cuales se describen a continuación:

Compra-venta: En este estrato de finca del Municipio se utiliza el método de la muestra, que consiste en que el productor lleva al comprador potencial una parte del producto, quien observa la calidad del grano, lo cual propicia la negociación.

Determinación de precios: Los precios se fijan a través del método del regateo, se toma como base el precio del producto de Q.60.00 por quintal en el momento de la investigación encontramos en el mercado, la calidad y la época de venta; este proceso se efectúa entre el productor e intermediario.

- Funciones físicas

Estas funciones las constituyen las actividades post cosecha, que comprende desde la producción hasta su clasificación y traslado a los centros de distribución. Entre estas funciones se mencionan las siguientes:

Acopio: El acopio que se observó está clasificado como terciario, ya que los agricultores se organizan en rutas para vender su producto en cada finca, es decir que el intermediario pasa directamente con su transporte a negociar la compra del grano con el productor.

Almacenamiento: El lugar que utilizan los productores para almacenar la cosecha, se conforma por una serie de silos de metal con capacidades entre 15 a 30 quintales de grano cada uno, que por lo general están ubicados en las viviendas de los agricultores.

Clasificación: El productor clasifica el maíz de acuerdo a su calidad, es decir que el producto no debe tener partes dañadas por insectos o exceso de humedad y por último es seleccionado por su peso.

Transformación: Esta función consiste en el valor agregado que se le da a un producto mediante el cambio físico de un estado natural a un producto terminado; para este caso se puede convertir el maíz en harina, concentrado, cereal entre otros. Sin embargo en el área de investigación el producto se vende exclusivamente en grano y la transformación que tiene el mismo, es en los molinos de nixtamal al convertirlo en masa para tortillas, tacos, dobladas y fresco de masa.

Empaque: Para el manejo y distribución del producto se utilizan sacos o costales de polietileno con capacidad de 100 libras cada uno.

Embalaje: Lo constituye el conjunto de productos empacados que se resguardan o protegen por una cubierta para su traslado a puntos distantes. En la distribución y almacenaje del maíz no se utiliza ningún tipo de embalaje, por lo que su traslado y almacenamiento se realiza en los empaques individuales, es decir en sacos.

Transporte: El producto es trasladado de las fincas hacia los centros de distribución, por medio del transporte de los compradores. Los vehículos son de diferentes capacidades de peso y dimensiones, que van de una hasta 15 toneladas.

- Funciones auxiliares

Las funciones auxiliares que se desarrollan en el proceso de producción y comercialización del maíz en Quezada, son las siguientes:

Información de precios: Los productores no cuentan con una fuente formal de precios, conocen éstos a través de los pobladores locales y regionales, ésta forma de comunicación les permite contar con una base para fijar los precios por medio del método del regateo.

Financiamiento: La producción y comercialización del producto se lleva a cabo mediante el uso de financiamiento interno a través de ahorros familiares. Es importante mencionar que existe la alternativa de financiamiento externo por medio del fideicomiso plamar del Banco de Desarrollo Rural S.A., sin embargo como se mencionó con anterioridad, los agricultores no hacen uso del mismo.

Aceptación de riesgos: Los productores del municipio de Quezada, asumen todo el riesgo que conlleva lo que es propiamente la siembra, cosecha y traslado del producto a los puntos de venta del mayorista.

2.2.3 Operaciones de comercialización

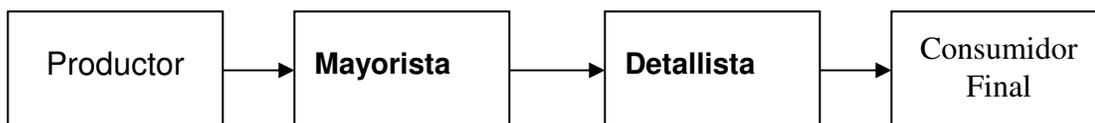
A continuación se analizan los canales y márgenes de comercialización que se presentan en las operaciones comerciales en las fincas del Municipio.

2.2.3.1 Canales de comercialización

El productor vende parte de su producción a mayoristas y detallistas quienes a su vez lo hacen llegar hasta el consumidor final, es decir que se aplica el nivel dos de la comercialización.

A continuación se puede observar la logística de distribución que se utiliza en dicho Municipio bajo el nivel tecnológico II:

Gráfica 4.
Municipio de Quezada – Jutiapa.
Canales de Comercialización de Maíz.
Año: 2002.



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

De acuerdo con la gráfica anterior se determina que el canal utilizado en la comercialización de la producción de maíz es de nivel dos, porque intervienen productor, el intermediario y el consumidor final, en este proceso no interviene acopiador, lo cual favorece los márgenes de utilidad del productor.

2.2.3.2 Márgenes de comercialización

El margen de comercialización esta definido por la diferencia entre el precio que recibe el productor y el que paga el consumidor final.

Se observó que el precio del quintal es de Q 60.00 para el intermediario, quien a su vez lo vende al consumidor final a un precio de Q 70.00. Con base a los precios anteriores, los márgenes de comercialización que se presentan en este estrato de fincas, son los siguientes:

Cuadro 8
Municipio de Quezada, Jutiapa
Producción de maíz
Márgenes de comercialización
Año: 2002

Institución	Precio de venta Q	Márgen bruto Q	Costo de mercadeo Q	Márgen neto Q	Rendimiento s/inversión %	Participación %
Productor	60					86
Mayorista	67	7	1.20	5.80	10	10
Transporte			1.00			
Carga y descarga			0.10			
Piso de plaza			0.10			
Detallista	70	3	1.20	1.80	3	4
Transporte			1.00			
Carga y descarga			0.10			
Piso de plaza			0.10			
Total		10	2.40	7.60	13	100

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

El productor alcanza una participación de 86 centavos por cada quetzal que paga el consumidor final, mientras que a los intermediarios les corresponde 14 centavos, debido a que en el proceso no participa acopiador, lo que permite incrementar las utilidades para el intermediario, además el margen de inversión es del 13%, lo cual es bueno por que es mayor a la tasa pasiva del sistema bancario que es del 10%, esto permite fomentar más la inversión que el ahorro.

2.2.3.3 Factores de diferenciación

A continuación se analizan los factores de diferenciación que se desarrollan en el territorio.

- **Calidad**

Los productores utilizan diferentes sistemas para cultivar, la mayor parte de ellos utilizan semilla criolla y una minoría semilla mejorada lo que genera que la producción sea de baja calidad y conlleva falta de competitividad en el mercado.

Otro de los factores es la situación del desgaste acelerado del suelo, lo que tiene como efecto la disminución paulatina de la productividad.

- Tiempo

La producción de maíz en el territorio se da en las fincas, sus cosechas disminuye la rentabilidad únicamente en época de verano, debido a la escasez de agua.

- Lugar

Se estableció que en este estrato el cultivo de maíz es muy importante para los agricultores, así como para los habitantes del lugar, porque contribuye en la generación de ingresos para cubrir parte de la canasta básica, por consiguiente una parte se destina para el autoconsumo y la otra es para la venta.

2.3 COMERCIALIZACIÓN PROPUESTA

La Comercialización la constituye “todas las actividades económicas que llevan consigo el traslado de bienes y servicios desde la producción hasta el consumo”.²

A continuación se presenta la comercialización propuesta.

2.3.1 Proceso de comercialización

La concentración del maíz será en cada unidad productiva y la Cooperativa que se propone en el apartado de organización, tendrá la función del traslado a la sede, los mayoristas cumplirán el proceso de distribución del producto, el mismo se almacenará en lotes uniformes y contará con reservas para comercializar en la época de la siembra, la distribución del maíz se realizara a través de la Cooperativa.

² ABBOTT (1,958) citado por Gilberto Mendoza, Compendio de mercado de productos agropecuarios, San José Costa Rica, 1,994 p.3.

2.3.1.1 Concentración

Después de la recolección del producto, el productor llevará el maíz a la Cooperativa donde será clasificado en lotes homogéneos y luego se venderá a los mayoristas.

2.3.1.2 Equilibrio

Se pretende que la cooperativa del Municipio, este preparada para los meses de marzo, abril y mayo, que tenga almacenado o abastecido a los intermediarios del producto, para que la demanda sea satisfecha a lo largo del año.

2.3.1.3 Dispersión

La distribución se realizara de la Cooperativa hacia los detallistas que comercializan el producto dentro y fuera del área local, es decir, los cuales trasladaran al detallista y al consumidor final. Así mismo la cooperativa podrá comercializar también directamente con el consumidor final.

2.3.1.4 Proceso de la comercialización

A continuación se presentan las tres fases de dicho análisis.

2.3.2 Instituciones de la comercialización

En esta fase se comenzará con 20 socios o productores quienes formarán la Cooperativa, los mayoristas se encargarán de trasladar la producción a los detallistas quienes llevarán el maíz al consumidor final.

2.3.2.1 Funciones de la comercialización

Este análisis comienza desde el levante de la cosecha y concluye con la venta.

A continuación se presentan las siguientes funciones:

- Funciones de intercambio: está compuesta por la compra-venta, misma que será realizada por la Cooperativa y los detallistas quienes a su vez trasladaran el producto en pick-up y camiones, en cuanto a la determinación del precio lo establecerá la misma institución.
- Funciones físicas: inicia con el acopio el cual se realizará en la misma unidad productiva, el productor recolectará el producto y desde allí se preparará en lotes uniformes, después se almacenará por el mismo productor sin olvidar ponerle la pastilla de Fotoxina, la clasificación será clasificada y supervisada de conformidad con el peso y calidad, después se empacará en sacos de jarcia con la capacidad de 100 libras, luego se transportará a la Cabecera Departamental y a la Ciudad Capital; esta actividad la llevará a cabo el detallista.
- Funciones auxiliares: La información de precios; será establecida por los socios, por medio de las instituciones que prestan servicio, como el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación – MAGA-, e informase de los precios en el mercado local, regional y nacional, así mejorar los mismos para vender en totalidad la producción.
La aceptación de riesgo; se clasifican en la perdida física que pueden ser ocasionados por las condiciones climatológicas y el manipuleo del grano. Los financieros pueden presentarse en la venta al no ajustarse al precio con los costos y gastos incurridos. Los riegos serán cubiertos por los miembros de la Cooperativa.

2.3.2.2 Estructura de la comercialización

La Cooperativa creara una nueva estructura para la producción del maíz, la cual comprenderá lo siguiente:

- Estructura de Mercado

Estará integrada por 20 productores del grano, el detallista quien llegara al lugar de producción para transferir el producto a la Cabecera Municipal, Departamental y Ciudad Capital hasta llegar al consumidor final.

- Conducta de mercado

Para logra una conducta de mercado favorable, los agricultores contarán con una serie de acciones que les permitan cultivar la cantidad adecuada para la demanda, obtener los mejores precios, buscar nuevos mercados, contactar con anticipación a los compradores, planificar la fecha de siembra y cosecha, cultivar con semilla mejorada, procesos técnicos avanzados, minimización del los gastos, para obtener un producto de calidad.

- Eficiencia de mercado

La Cooperativa realizara los estudios necesarios para ingresar al mercado, así tener una eficiente comercialización, para un producto de buena calidad que satisfaga a los consumidores a un precio accesible.

2.3.3 Operaciones de comercialización

Son actividades de los entes participantes en el proceso de comercialización del traspaso de los productos, seguidamente se presentan los pasos que forman las operaciones.

2.3.3.1 Canales de comercialización

A continuación se presentan los canales de comercialización propuestos de maíz:

Gráfica 5
Municipio de Quezada – Jutiapa
Producción de Maíz
Canales de Comercialización
Año: 2002



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

De acuerdo con la gráfica anterior se propone para la comercialización de maíz el nivel tres, ya que intervienen los elementos principales que son el productor, intermediario y el consumidor final. La Cooperativa realizará las negociaciones directamente con los detallistas y así obtendrá los mejores precios.

2.3.3.2 Márgenes de comercialización

En este apartado se presentan los márgenes de comercialización de maíz.

Cuadro 9
Municipio de Quezada - Jutiapa
Producción de maíz
Márgenes de comercialización
Año: 2002

Institución	Precio de venta Q	Márgen bruto Q	Costo de mercadeo Q	Márgen neto Q	Rendimiento s/inversión %	Participación %
Cooperativa	63					93
Mayorista	68	5	2.40	2.60	10	7
Transporte a la cabecera			1.00			
Carga y descarga			0.10			
Piso de plaza			0.10			
Transporte a la capital			1.00			
Carga y descarga			0.10			
Piso de plaza			0.10			
Total		5	2.40	2.60	10	100

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

En el cuadro anterior se puede observar, que la cooperativa alcanza una participación de 93 centavos por cada quetzal que paga el consumidor final, mientras que a los intermediarios les corresponde 7 centavos, debido a que en el proceso no participa el mayorista lo que permite incrementar las utilidades al detallista.

2.4 APLICACIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN

En este espacio se desarrollan políticas y estrategias a utilizar en la comercialización propuesta, las cuales son: precio, ventas, distribución, y cobros.

2.4.1 Precio

El precio es elemento mas importante para la determinación de la estrategia y rentabilidad del proyecto; básicamente, esta influenciado por el costo de producción así como la interacción de la oferta y la demanda, además por políticas económicas; en el Municipio, el precio se ve influenciado por los recolectores o intermediarios del producto que fijan los precios del maíz, de acuerdo con la demanda y la oferta.

Para determinar el precio se tomara en consideración que el maíz se venderá principalmente a detallistas quienes revenderán el producto en la región, Cabecera Departamental, Ciudad Capital y al consumidor final directamente; así mismo, este no tendrá ningún precio de venta será de: productor hacia la cooperativa de Q 63.00, de este al detallista es de Q.68.00 precio al consumidor final.

2.4.2 Ventas

La forma que se adoptará para vender el producto a los intermediarios y consumidores será de la siguiente manera: venta al crédito al detallista, quien

realizara su pago a los 15 días después del despacho, y contado al consumidor final, únicamente efectivo contra entrega del producto, se facturara cada venta a fin que queden los registros contables pertinentes.

2.4.3 Distribución

En la comercialización de la producción de maíz se propone utilizar a los detallistas, así obtener una expansión, no solo en el mercado local, si no también en la región y en la Ciudad Capital, se llevara a cabo con el encargado de comercialización de la cooperativa que tendrá como objetivo captar el mayor numero de intermediarios o consumidores finales, y mantener una relación personalizada con los mismos para ofrecer el producto.

2.4.4 Cobros

Se pretende que el total de ventas sean al contado. Las ventas que se realicen al crédito, serán exclusivamente para los detallistas, a quienes previamente se les haya efectuado una investigación de referencias comerciales y personales. Se plantea la norma de no despachar dos créditos consecutivos, a un cliente, sin antes haber cancelado el primer crédito concedido, a efecto de mantener una buena recuperación de cartera.

CAPÍTULO III

ORGANIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE MAÍZ

El presente capítulo se presentan las organizaciones existentes que actualmente tiene el municipio de Quezada, además se desarrolla la organización propuesta para la producción de maíz.

3.1 ORGANIZACIONES EXISTENTES

Seguidamente se describen los tipos de organización existentes en el lugar.

3.1.1 Organizaciones sociales

Son organizaciones de carácter social cuyo propósito es promover el bien común de la población. Estas aplican instrumentos de trabajo que pretenden dar seguimiento a los programas, proyectos y elaboración de planes sociales.

A continuación se mencionan las existentes:

- Organizaciones comunales:

Compuestas por Comités pro-mejoramiento a las comunidades.

- Organizaciones estatales:

Compuestas de centros de salud, subestación de la Policía Nacional Civil, Juzgado de Paz, Supervisión de Educación

3.1.2 Organizaciones productivas

Referente al análisis de las organizaciones productivas en el Municipio, se estableció que las unidades productivas tienen una organización informal a cargo del propietario, quien en una forma empírica administra la producción.

3.2 ORGANIZACIÓN ACTUAL

Los agricultores de las fincas, se encuentran organizados de manera empírica, es decir que no cuentan con manuales y ningún otro tipo de herramienta administrativa que los apoye en el desarrollo normal de sus actividades.

A continuación se describen los lineamientos organizacionales observados en estas unidades:

3.2.1 Tipo de organización

De acuerdo a la investigación realizada en el municipio de Quezada, se define como microempresa, debido a las características siguientes: el número de empleados que laboran oscilan entre seis a nueve trabajadores. Otro factor determinante es la tecnología, pues se utilizan técnicas de preservación de suelos, agroquímicos, semilla mejorada y además la mano de obra es familiar y en algunas ocasiones se utiliza mano de obra asalariada.

3.2.2 Estructura organizacional

La estructura observada en la producción de maíz, contiene los elementos siguientes: formalización, centralización, división del trabajo y coordinación, que a continuación se describen:

3.2.2.1 Formalización

Para desarrollar las labores no existen manuales que describan cada una de las actividades que debe realizar el trabajador durante el proceso de producción, y se realiza únicamente por costumbre o legado cultural.

3.2.2.2 Centralización

El proceso administrativo es realizado en forma empírica, el productor es quien la lleva a cabo y toma las decisiones, se encarga desde la compra de los insumos, la producción y la venta.

En cuanto a la división del trabajo en el lugar, se observó que una misma persona realiza distintas funciones desde la actividad de preparación del suelo hasta la cosecha del maíz, es decir que no existe la especialización del trabajo.

3.2.2.3 Coordinación

Con respecto a la coordinación de las distintas labores para la producción de maíz en este estrato de finca, es efectuada por el administrador, quien tiene el apoyo del encargado para lograr mejores resultados.

3.2.2.4 Diseño organizacional

Las fincas familiares, presentan como en los demás estratos investigados, una estructura simple, con algunas variantes que se describen a continuación:

Gráfica 6
Municipio de Quezada, Jutiapa
Producción de maíz
Organización
Año: 2002



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

El organigrama anterior refleja un tipo de organización lineal, donde el administrador -propietario- gira instrucciones precisas al encargado de las

labores que conlleva el proceso productivo, quien a la vez dirige todas las actividades y se encarga de controlar que todo se realice conforme lo ordenado por el productor, posteriormente traslada información de tareas realizadas y asistencia de jornaleros, para que el dueño pueda elaborar la planilla de pago. Este tipo de organización facilita el desarrollo de las actividades, permitiéndole al productor delegar las funciones planeadas a su encargado, y así dedicarse a otras actividades, como la comercialización del producto.

Es importante mencionar que la función de encargado la realiza en algunos casos un miembro de la familia, o un jornalero ajeno al núcleo familiar, quien obtiene el beneficio que sus actividades están más orientadas a administrar, por lo que el trabajo es menos fatigado. Entre las cualidades con que debe contar el encargado es el conocimiento necesario para aplicar todo el proceso productivo, saber leer y escribir, tener buenas relaciones interpersonales y liderazgo.

3.2.2.5 Tramo de control

El tramo de control está representado por dos niveles organizacionales; por administrador-encargado y encargado-jornaleros, esto permite que el administrador o propietario de la unidad productiva aplique una estrecha supervisión en el trabajo de los jornaleros.

3.2.2.6 Departamentalización

Se le denomina así al conjunto de unidades que conforman una organización donde a cada una se le asignan funciones específicas. En este estrato de finca las labores se realizan en forma global, es por ello que no existe la división por departamentos.

3.2.2.7 Unidad de mando

En la cadena de mando, se observa un desarrollo lineal, donde el propietario de la finca, gira instrucciones precisas a su encargado, quien a su vez ejerce la dirección y el control del personal a su cargo, para la ejecución eficiente de las tareas que deben desarrollarse.

3.3 ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL PROPUESTA

Dentro del análisis de la organización empresarial de la producción de maíz, se observó el aspecto general de la situación actual de los agricultores y se propone un tipo de organización que se adecue a sus necesidades.

Es importante que para la realización de la propuesta, se consideren aspectos importantes como: tipo de la organización, objetivos, estructura general y las funciones que ésta desempeñará, marco jurídico y el proceso productivo.

3.3.1 Tipo

Para que los productores del Municipio alcancen objetivos comunes a través del esfuerzo conjunto, se propone la creación de una Cooperativa Agrícola integrada por 20 productores como mínimo.

3.3.2 Justificación

Actualmente los productores tienen diversas limitantes tales como escasez de recursos económicos, falta de tecnología y conocimientos administrativos, que no les permiten optimizar la producción, situación que hace difícil el crecimiento del lugar.

De acuerdo con lo anterior, la alternativa más factible para mejorar el nivel de vida de la población, es la integración de una Cooperativa Agrícola, con la cual tendrán beneficios como acceso a capacitación profesional y tecnológica,

financiamiento externo e igualdad de derechos y obligaciones, todo esto permitirá el crecimiento económico del Municipio.

3.3.3 Denominación y localización

El proyecto se realizará en municipio de Quezada, por lo que esta organización se denominará “Cooperativa Agrícola La Brea R.L”, la cual está ubicada en el centro del pueblo, en el Casco Urbano.

3.3.4 Planeación

Tiene como finalidad fijar un curso concreto de acción que se debe seguir, establecer los principios que deberán orientarlo, así como la secuencia de las operaciones para realizarlo, determinación de tiempos y números necesarios para la ejecución.

3.3.4.1 Visión

Es la base sobre el cual deberá descansar la articulación del modelo general del futuro, a continuación se presenta el modelo de visión general en la Cooperativa:

V I S I Ó N

Ser la Cooperativa líder en la producción de maíz del municipio de Quezada, el cual pueda satisfacer la demanda del mercado local, regional y de la Ciudad Capital, con un producto de calidad.

3.3.4.2 Misión

La misión no es nada más que la razón de ser de la Cooperativa, a continuación se presenta el modelo general de la misión:

MISIÓN

Somos una Cooperativa Agrícola que contribuye al desarrollo social, económico, tecnológico y cultural del municipio de Quezada, con la utilización de técnicas y procedimientos adecuados en la producción y comercialización de un maíz de calidad.

3.3.4.3 Objetivos

Son los fines hacia los que se dirige una actividad, se describen a continuación los objetivos que se pretenden con la formación de la Cooperativa:

- General

Aprovechar el uso de los recursos con que cuenta el lugar para crear una estructura organizacional que les permita a los productores contar con poder de negociación y obtener mejores alternativas de solución a sus necesidades y ser acreedores al crédito, comercialización y asistencia técnica.

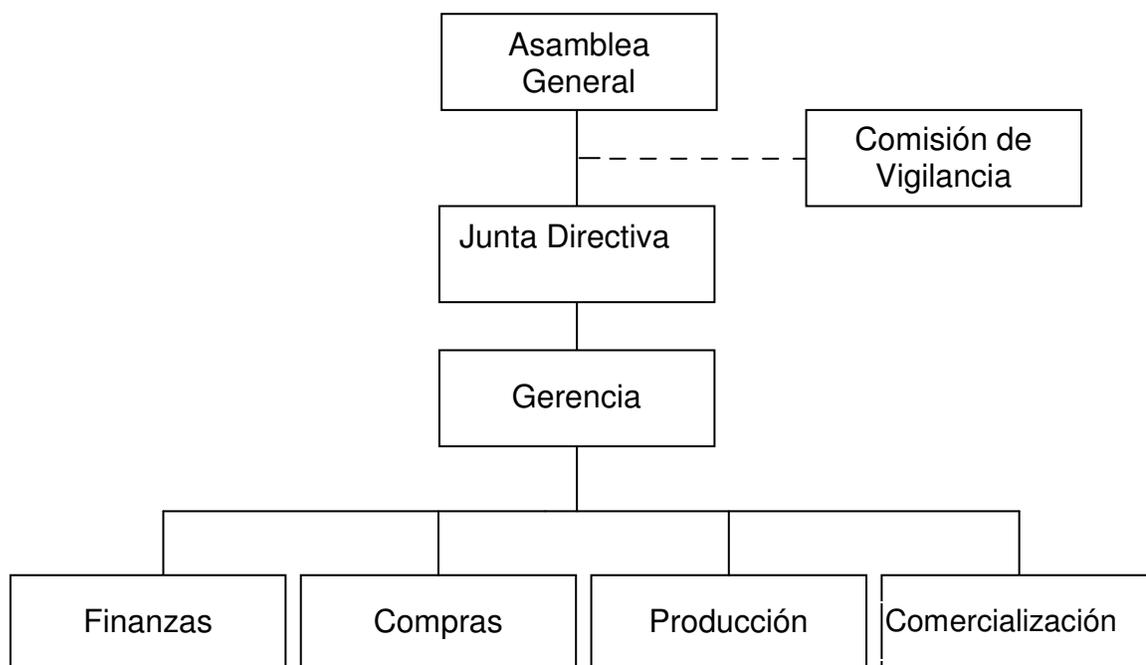
- Específicos
- Establecer los sistemas administrativos y de comercialización apropiados para el crecimiento social y económico de la población.
- Contar con personal administrativo que tengan conocimientos adecuados al puesto, para realizar eficientemente sus responsabilidades.
- Promover la participación y solidaridad entre sus miembros, para trabajar en equipo todas las actividades de la cooperativa.
- Propiciar el mejoramiento social y económico de sus asociados, para ser fuente de trabajo, elevar el nivel de vida y la comunidad a la que pertenecen.
- Crear y mantener en los asociados, actitudes y aptitudes que permitan el desarrollo de la organización hacia una empresa productiva.

- Obtener a un menor costo los insumos necesarios para la producción.
- Adquirir la asesoría necesaria de instituciones públicas y privadas para lograr el cumplimiento y desarrollo de las actividades.

Organización

Consiste en la identificación y clasificación de las actividades requeridas, la agrupación de las actividades necesarias para el cumplimiento de los objetivos. La organización de la Cooperativa deberá llevarse a cabo de acuerdo con los objetivos de la agrupación adaptándose a los recursos disponibles con que contará. La estructura de la organización se presenta a continuación:

Gráfica 7
Municipio de Quezada – Jutiapa
Producción de Maíz
Organigrama Propuesto
Año: 2002



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

3.3.5.1 Sistema organizacional

El sistema a utilizar es el lineal, debido a su sencillez y fácil aplicación, se establece la jerarquía fácilmente en el organigrama propuesto anterior, donde se puede observar el puesto mas alto hasta el mas inferior, así dependerá la responsabilidad y autoridad del puesto.

3.3.5.2 Funciones básicas de las unidades administrativas

A continuación se describen las funciones y atribuciones de los diferentes puestos dentro de la Cooperativa.

- Asamblea General:

Será la máxima autoridad dentro de la empresa y se integrará con los asociados activos, se encargará de dictar y reformar los estatutos; nombrará la Junta Directiva.

- Junta Directiva:

En esta unidad se dirigirá a la Cooperativa, nombrará al Gerente, Finanzas, Compras, Producción y Comercialización, tomará las decisiones más importantes, en la representación de la Asamblea General.

- Gerencia:

Aquí se tendrá la responsabilidad del proceso administrativo, convocará las reuniones a la Asamblea General y Junta Directiva, se llevarán controles de las reuniones, preparar informes financieros como las actividades realizadas a la Junta Directiva, dirigir y coordinar a los productores y trabajadores de las distintas actividades en el proceso productivo, velar para que las metas de la Cooperativa sean cumplidas.

- Finanzas:

En esta área se encargará de la administración de los recursos económicos de la Cooperativa y presentar informes financieros a la Gerencia.

- Compras:

Aquí se negociará con los proveedores para la adquisición de insumos y sus respectivos pagos, se emitirán las facturas y cheques que se girarán en el mes.

- Producción:

Esta unidad será la encargada del proceso productivo, la búsqueda de asesoría técnica para los productores y la incorporación de nueva tecnología, supervisión de proceso productivo en las diferentes áreas.

- Comercialización:

Este órgano se encargará del mercado para la búsqueda de nuevos canales que proporcionen mejores márgenes de utilidad, mantener informados a los asociados de nuevos productos en materias primas y maquinaria.

3.3.5.3 Integración

La Cooperativa para cumplir con los objetivos que se tracen, contará con varios recursos que se resumen a continuación:

3.3.5.4 Recursos humanos

Para el inicio de las actividades, la Cooperativa contarán con 20 productores de maíz y seis personas en el área administrativa.

3.3.5.5 Recursos físicos

La Cooperativa contará con oficina central, donde tendrá una bodega para el maíz y otra donde se almacenarán los insumos, salón de sesiones, área de despacho.

3.3.5.6 Recursos financieros

La organización contará con los terrenos de los asociados y a través de la institución se buscará una fuente externa que proporcione financiamiento.

3.4 REQUERIMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN

En este apartado se analizan los siguientes requerimientos que necesitan una organización, la localización de las instalaciones, operación, distribución en planta, las relaciones operacionales y contractuales de la cooperativa.

3.4.1 Localización

La ubicación de la Cooperativa Agrícola La Brea R.L., estará en el centro del pueblo, lo que permitirá que todos los clientes tenga un buen acceso para realizar sus compras y traslado del producto.

3.4.2 Operación

El proceso de la producción de maíz se realiza en los terrenos de los agricultores, como acuerdo los minoristas llegaran a los lugares de producción a recoger el producto o si este fuera almacenado en la bodega, el mismo es despachado, para poder distribuirlo a los lugares y que llegue al consumidor final.

3.4.3 Distribución en planta

Se define la distribución de las áreas, independientes por departamentos, con el objetivo de lograr mayor eficiencia, minimización de tiempo, para la adecuada administración de la cooperativa y el despacho del producto.

3.4.4 Relaciones operacionales y contables

La organización se regirá por elementos normativos, los cuales tendrán su seguimiento para que se cumplan, entre los siguientes están:

- Compra-venta:

Deberá registrarse en los respectivos controles contable-administrativos establecidos, para el pago de proveedores y cobro a clientes.

- Operaciones contables:

Serán registradas en los respectivos libros a efecto de establecer inmediatamente la situación financiera de la cooperativa

3.5 PROYECCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

Dentro de objetivos de la organización es llevar acabo proyecciones sociales, económicas y culturales, las cuales servirán para mejorar las condiciones de vida de la comunidad, se desarrollan las proyecciones siguientes.

3.5.1 Social

La población del Municipio se beneficiara, por la generación de empleo a nivel de municipio, que redundara en el mejoramiento de la calidad de vida de los empleados y socios.

3.5.2 Económica

Se beneficiara económicamente a los habitantes del Municipio y se vera el crecimiento de ocupación de la población, habrá un incremento en la producción del producto, la cual podrá satisfacer la demanda del mercado local, regional y de la Ciudad Capital.

3.5.3 Cultural

En cada etapa de la historia grupos sociales viven su propia cultura, esto los diferencia de las demás, la proyección de la Cooperativa al Municipio es que se fomente la cultura de la asociaciones, mismas que no existen actualmente en el ramo agrícola, y que el inicio de la misma incentive a la población a organizarse por medio de asociaciones, que permitirán llevar una adecuada administración, control de sus ganancias y producir productos de calidad a menores costos.

3.5.4 Soporte de la organización

La cooperativa deberá cumplir con cualquier requisito legal, mercado lógica, técnica, financiera y administrativa.

3.5.4.1 Estudio administrativo-legal

La constitución de la Cooperativa esta soportada por el Decreto 82-78, Ley General de Cooperativas y el artículo 34 que establece el libre derecho de asociación, el cual ampara la Constitución Política de la República.

3.5.4.2 Mercado lógico

Las estrategias se enfocaran en los mercados regionales y capitalinos, con el propósito de satisfacer las necesidades del consumidor final. La comercialización se desarrolla en el capítulo anterior, el cual comprende los precios, mercado, demanda y oferta, con relación a la venta del producto.

3.5.4.3 Técnico

Se contactara al Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación – MAGA -, a efecto que preste el asesoramiento de servicios profesionales y técnicos en cuanto al mejoramiento de manejo de la producción.

3.5.4.4 Financiero

La Asamblea General de la Cooperativa tiene la decisión de como utilizar las aportaciones de los socios por ser este un financiamiento interno y de obtener financiamiento externo con el Banco de Desarrollo Rural (BANRURAL), un préstamo bancario, que servirán para financiar las operaciones de la organización.

3.5.4.5 Administrativo

Todos los aspectos administrativos serán responsabilidad del gerente de la Cooperativa, el cual ejecutara cualquier petición de la Asamblea General que beneficie a la asociación, este planificara, dirigirá y dará seguimiento a las actividades que delegue a las diferentes departamentos.

CAPÍTULO IV

PROYECTO PRODUCCIÓN DE CHILE PIMIENTO

De acuerdo a la investigación de campo realizada, se consideraron las necesidades y las preferencias de la población, la mano de obra existente y los recursos naturales, para plantear propuestas de inversión, que contribuyan al desarrollo del municipio de Quezada.

En esta propuesta se estudiará el Chile Pimiento, un producto con posibilidades de ser cultivados en terrenos cuya altura oscila entre 800 a 2500 metros sobre el nivel del mar, en volúmenes significativos para el consumo interno y externo, y de realizar el proceso de la producción en forma organizada.

4.1 DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

El municipio de Quezada se ubica en una región que cuenta con una diversidad de recursos físicos, humanos y naturales que pueden ser explotados, razón por la cual se plantea la propuesta de chile pimiento, la cual permitirá crear fuentes de trabajo y el consecuente aumento de los ingresos económicos familiares. El proyecto de chile pimiento será cultivado en un área de cinco manzanas, con dos cosechas al año.

4.2 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

El cultivo de chile pimiento es una actividad agrícola que ha sido poco explotada en el lugar, y fue identificado como una potencialidad productiva, razón por la cual se plantea a la población la inquietud de efectuar la propuesta de inversión, pues las finalidades que se persiguen son beneficiar a los productores directos al crear nuevas fuentes de trabajo, lo que a su vez permitirá aumentar sus ingresos familiares, además buscar nuevos mercados para comercializar el producto y competir con otros productores.

El proyecto de chile pimiento en el municipio de Quezada, pretende beneficiar a sus habitantes, ya que es consumido en todo el país y se puede considerar como producto de exportación; otro beneficio para la población es la adquisición del producto en el mercado local.

4.3 OBJETIVOS

Con la ejecución de la propuesta de inversión se pretende lograr una serie de objetivos que a continuación se describen:

4.3.1 General

Contribuir a que los agricultores aprovechen adecuadamente el uso potencial de los suelos y diversificar la producción del Municipio, a través del cultivo y la comercializar el chile pimiento con el fin de elevar el nivel económico y social de la población.

4.3.2 Específicos

Proponer un sistema de organización que permita unificar los esfuerzos de los productores y lograr mejores beneficios en la producción y comercialización agrícola.

Proponer un cambio en los métodos tradicionales de producción, a través del uso de la tecnología.

Generar mejor rentabilidad en la inversión comparada con los cultivos tradicionales del lugar.

4.4 ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado constituye al análisis de la identificación, características, usos, oferta, demanda, precio y comercialización del producto, lo cual se menciona a continuación.

4.4.1 Identificación del producto

El chile pimiento es una planta perteneciente a la familia de las solanáceas, su parte comestible es el fruto, el cual tiene diversidad de usos en la industria y en la preparación de comidas, existen dos tipos: pimientos dulces y picantes. Es originario de América tropical, de donde fue llevado por los españoles a Europa en el siglo XVI. Su nombre científico de esta planta es "Capsicum Annul".¹

La planta se caracteriza porque su tallo es leñoso y puede alcanzar de 70 a 125 centímetros de altura, en anguloso y surcado sencillo en la base, sus hojas son enteras, ovaladas o lanceoladas, sus hojas inferiores son alternas.

Tiene flores hermafroditas solitarias, de color blanco amarillento, las cuales nacen en las axilas de las hojas. Fructifica en baya semi-cartilaginosa, no jugosa, de forma y dimensiones distintas, con dos o tres celdas que completamente no es aisladas, porque las partes de separación no llegan al vértice del fruto.

Las semillas son de colores blanco amarillento, disformes y aplastadas, se encuentran colocadas sobre la prolongación carnosa del pedúnculo. El período vegetativo o el tiempo necesario que requiere para la producción es de tres meses y tienen una vida productiva de aproximadamente cuatro meses. El suelo más apto para la producción de chile pimiento es el franco y franco arenoso, fértil y profundo con un PH de 5.5. a 7.0, aunque es adaptable a una variedad de suelos, así como, al clima cálido templado y frío, preferentemente con una humedad relativa que oscila entre 85 y 90%.

¹ Rony Guillermo de Paz Gómez. Horticultura Practica Para Guatemala. 1982, P. 20.

4.4.2 Características del producto

“Entre sus características orgánicas se puede mencionar que, por cada 100 gramos de producto comestible, el chile pimiento contiene 1.17 gramos de proteínas, 3.19 gramos de carbohidratos y 18 gramos de calorías.²

En cuanto a su valor vitamínico tiene la siguiente composición: 690 unidades de vitaminas A, 70 microgramos de tiamina, 70 microgramos de riboflavina, 160 miligramos de ácido ascórbico, 7 miligramos de calcio, 25 miligramos de fósforo y 0.80 miligramos de hierro.

4.4.2.1 Usos del producto

El chile pimiento tiene una gran diversidad de usos en la dieta familiar. Se utiliza en la preparación de ensaladas, aderezos, curtidos, rellenos, sopas, además es utilizado por las empresas que transforman y envasan alimentos para la venta.

4.4.3 Oferta

Es el número de unidades de un determinado bien o servicio que los vendedores están dispuestos a vender a un determinado precio; el objeto del análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y condiciones que tiene el producto en el mercado.

La oferta de chile pimiento está conformada por la producción nacional, generada por pequeños y medianos productores y cuyo destino principal es abastecer el mercado interno. En el Municipio, la oferta del producto se da por medio de personas que lo ofrecen al consumidor según tamaño y calidad del mismo.

A continuación se presenta el cuadro de oferta a nivel nacional de chile pimiento:

Cuadro 10
Republica de Guatemala
Proyecto producción de chile pimienta
Oferta nacional histórica y proyectada
Período 1998-2006

Año	Producción Nacional	Importaciones	Oferta Total
1998	79,708	693	80,401
1999	82,019	802	82,821
2000	84,330	912	85,242
2001	86,051	813	86,864
2002	88,034	839	88,873
2003	90,018	865	90,883
2004	92,001	891	92,892
2005	93,984	917	94,901
2006	95,967	943	96,910

Fuente: Elaboración propia con base a datos del Banco de Guatemala, w.w.w.banguat.gob.gt. Sección Económica

Se observa en el cuadro anterior que la oferta total para el año 1998 ascendió a 80,041 quintales de chile pimienta y muestra una tendencia de crecimiento para el año 2006 es 96,910 quintales, este factor se da básicamente por el aumento de la producción nacional.

La oferta de este producto varía de conformidad con las estaciones del año que se marcan en el país, por consiguiente en la época seca (verano) es baja y únicamente hay producción y abastecimiento de parte de los productores que poseen sistemas de riego en sus plantaciones.

4.4.4 Demanda

La demanda del producto, está conformada por el consumo local, regional y el nacional. En este sentido los principales demandantes del producto son

² Loc.cit.

empresas que se dedican a la venta de comida preparada, especialmente comida china e italiana, así también supermercados y empresas agro-industriales que procesan productos alimenticios, en el mercado La Terminal y El Mayoreo estos dos últimos ubicados en la Ciudad Capital; y finalmente, se puede indicar los hogares, quienes utilizan el chile pimientado en la preparación de ensaladas y comidas tradicionales.

A continuación se presenta el cuadro de la demanda de chile pimientado:

Cuadro 11
Republica de Guatemala
Proyecto producción de chile pimientado
Demanda potencial histórica y proyectada
Período 1998-2006

Año	Población Total	Población Delimitada	Consumo Per cápita	Demanda Potencial (quintales)
1998	10,799,133	8,178,180	0.011	89,960
1999	11,088,362	8,393,430	0.011	92,328
2000	11,385,339	8,622,110	0.011	94,843
2001	11,678,411	8,844,060	0.011	97,285
2002	11,986,800	9,077,600	0.011	99,854
2003	12,299,888	9,230,880	0.011	101,540
2004	12,621,301	9,569,100	0.011	105,260
2005	12,951,606	9,812,820	0.011	107,941
2006	13,281,871	10,075,810	0.011	110,834

Fuente: Elaboración propia con base en datos y proyecciones del Instituto Nacional de Estadística y Secretaría General de Planificación Económica (SEGEPLAN) e INCAP.

*Proyecciones realizadas con base a datos del INE.

Como puede observarse en el cuadro anterior, existe demanda potencial de 99,854 miles de quintales de chile pimientado para el año 2002, lo cual indica que la realización del proyecto es factible. El porcentaje utilizado para delimitar a los consumidores fue del 76% del total de la población, ya que se estima que un 24% de la misma, donde se consideran lactantes e infantes, además de adultos

y ancianos, no lo consumen principalmente por afecciones digestivas entre otras.

- Consumo aparente

El consumo aparente es un indicador por medio del cual se determina la cantidad de producto que efectivamente demanda la población, en un período determinado. Este se obtiene al sumar la producción y las importaciones menos las exportaciones, como se muestra en el siguiente cuadro:

Cuadro 12
Republica de Guatemala
Proyecto producción de chile pimiento
Consumo aparente histórico y proyectado
Período: 1998-2006
(En quintales)

Año	Producción nacional	Importaciones (+)	Exportaciones (-)	Consumo aparente
1998	79,708	693	10,884	69,517
1999	82,019	802	13,646	69,175
2000	84,330	912	16,408	68,834
2001	86,051	813	19,874	66,990
2002	88,034	839	22,911	65,962
2003	90,018	865	25,948	64,935
2004	92,001	891	28,985	63,907
2005	93,984	917	32,023	62,878
2006	95,967	943	35,061	61,849

Fuente: Elaboración propia con base a datos del Banco de Guatemala, w.w.w.banguat.gob.gt. Sección Económica.

El cuadro anterior muestra que el volumen de las exportaciones refleja las oportunidades de mercado tanto nacional como internacional, que tendrá nuevos productores interesados en este cultivo.

- Demanda insatisfecha

Existe demanda insatisfecha cuando la oferta existente no es igual a la demanda del consumidor, es de gran utilidad, determinar la demanda

insatisfecha ya que de la misma depende que el producto tenga una oportunidad en el mercado.

El cuadro siguiente muestra la demanda insatisfecha histórica y proyectada de chile pimienta:

Cuadro 13
Republica de Guatemala
Proyecto producción de chile pimienta
Demanda insatisfecha histórica y proyectada
Período: 1998-2006
(En quintales)

Año	Demanda potencial	consumo aparente	Demanda Insatisfecha
1998	89,960	69,517	20,443
1999	92,328	69,175	23,153
2000	94,843	68,834	26,009
2001	97,285	66,990	30,295
2002	99,854	65,962	33,892
2003	102,278	64,934	37,344
2004	104,752	63,906	40,846
2005	107,227	62,878	44,349
2006	109,701	61,849	47,852

Fuente: Elaboración propia con base a datos del Banco de Guatemala, [w.w.w.banguat.gob.gt](http://www.banguat.gob.gt). Sección Económica.

El cuadro anterior muestra una demanda insatisfecha proyectada de 44,349 quintales de chile pimienta para el año 2005, lo que resulta de beneficio para la presente propuesta, debido a que se pretende producir 3,100 quintales equivalente al 7% de dicha demanda.

4.4.5 Precio

El precio del producto es de Q 48.00 por caja de 50 libras; durante los meses de octubre, noviembre y diciembre el precio tiende a subir, derivado a que en esta época tiene una mayor demanda.

4.4.6 Comercialización

La importancia de la comercialización radica en obtener un sistema adecuado de mercadeo, que el productor obtenga beneficios y al mismo tiempo satisfaga en forma eficaz las necesidades del consumidor. Este estudio se desarrollara ampliamente en el capítulo IV.

4.5 ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico se refiere a las alternativas de optimización de variables como la combinación de mano de obra calificada, alta calidad de materiales, aplicación de tecnología adecuada para lograr un método de productividad apropiada a la estructura del sector agrícola donde se propone el proyecto.

Aquí se incluye la determinación del tamaño, localización, recursos y proceso productivo, elementos que determinan los costos, gastos y la vida útil del mismo.

4.5.1 Tamaño y duración del proyecto

Los factores tomados en cuenta para determinar el tamaño y duración del proyecto propuesto son: disponibilidad de mano de obra, insumos, disponibilidad de tierras aptas para el cultivo de chile, capacidad económica y las características del mercado.

El área del cultivo será de cinco manzanas, en el cual se pretende como mínimo una producción de 625 cajas por manzana en cada cosecha, se estima una producción total de 6,250 cajas, en dos cosechas al año. Y un total de 31,250 cajas de producción en cinco años durante el proyecto.

4.5.2 Localización del proyecto

El Municipio, se caracteriza por tener una topografía irregular, en la que predomina terrenos quebrados y en menor cantidad áreas planas, después del trabajo de campo realizado, se observó que las mejores tierras se localizan en las regiones altas, donde se localiza la Aldea La Brea, que cuenta con un clima adecuado para el cultivo de chile pimiento, tiene acceso por carretera balastrada, se localiza a ocho kilómetros de la Cabecera Municipal, tiene áreas bastante planas, existe la mano de obra necesaria que se requiere para desarrollar el proyecto y sus habitantes cuentan con parte de recursos económicos que se necesitan para el desarrollo del proyecto.

Por las características especiales que se observaron en la Aldea la Brea se recomienda que el proyecto de chile pimiento se lleve a cabo en esa región del Municipio.

4.5.3 Proceso productivo

El proceso de producción de chile cimientado, requiere realizar varias etapas que se desarrollan a continuación:

- Preparación del semillero

Para realizar esta actividad es necesario elegir un suelo fértil, ventilados, libres de enfermedades y de preferencia donde exista agua cerca, para abastecer lo necesario para su riego.

Para sembrar una manzana de chile se deben hacer tres semilleros o tabloneados de 12 metros de largo por 1.20 metros de ancho, será necesario utilizar media libra de semilla.

Se recomienda desinfectar los semilleros para evitar enfermedades y plagas al cultivo; al momento de sembrar es importante aplicar sobre cada surco una solución de líquido que elimina parásitos y hongos, lo que permitirá una mejor vigorosidad de planta y sistema radicular; 15 días después de germinar la semilla, se pueden hacer aplicaciones de foliares o insecticidas con frecuencia de 10 días, mientras dure el semillero; es importante considerar que el semillero debe hacerse cercano al terreno de siembra definitiva.

- Preparación del suelo

La preparación del terreno se realizará en enero para cosechar entre los meses de mayo a junio y en julio para recolectar en noviembre y diciembre; esta preparación consiste en arar la tierra, lo cual se hace con bueyes o tractor, la profundidad del arado en el suelo debe ser de 30 centímetros o más; se recomienda hacer por lo menos dos pasos de rastra a intervalos de cada 15 días, para deshacer los terrenos y mejorar la nivelación del suelo.

- Siembra o transplante

Consiste en hacer el transplante en el momento en que la planta tiene una altura de 25 a 30 centímetros, para lo cual el terreno debe estar húmedo, por lo menos 24 horas antes del transplante, en caso contrario se debe regar inmediatamente después de realizada la siembra.

Asimismo, se recomienda que el riego se realice en las primeras horas de la mañana o en las últimas horas de la tarde para evitar daños en el sistema radicular de la planta, lo anterior es para el caso de la siembra de enero, pues en la siembra de junio, se aprovechan las lluvias. El sistema recomendado para la siembra o transplante, es una distancia entre surcos de 60 a 90 centímetros y entre plantas de 50 centímetros y se estima que una manzana, da cabida aproximadamente a 22,000 plantas.

- Labores culturales

Para obtener una buena producción de chile pimiento, se sugiere efectuar las labores siguientes:

- Limpieza

La limpieza es necesaria para eliminar la maleza que ocasiona daño a la planta, la cual se hará en forma manual; se recomienda efectuar tres limpiezas intermedias, las cuales se realizarán al iniciar la siembra y las consecuentes, según las necesidades que se presenten en el transcurso de la cosecha.

- Fertilización

A los cinco días después del trasplante se aplicará urea que contiene nitrógeno al 46% que fortalece el tallo y las hojas de las plantas y triple 15 el cual contiene 15% de nitrógeno, 15% de fósforo y 15% de potasio lo que permite el adecuado desarrollo de la raíz; estos fertilizantes deben ser distribuidos a seis centímetros alrededor de la base del tallo, a una profundidad de cinco centímetros. A los quince días de la primera aplicación, se suministran dos quintales de abono 20-20-0 a diez centímetros de la base del tallo, alrededor o a los lados, a una profundidad de cinco centímetros, este último fertilizante es un refuerzo de los anteriores.

A los 30 días después del trasplante se recomienda aplicar abono triple 15, distribuido a seis centímetros alrededor de la base del tallo, a una profundidad de cinco centímetros. A los 50 días después del trasplante se suministrará abono triple 15, dos centímetros, en el entorno de la base del tallo, a una profundidad de cinco centímetros.

- Biocidas

La aplicación de biocidas se hará a intervalos de cada tres días, éstos comprenden los insecticidas, funguicidas, herbicidas y nematocidas.

- Cosecha

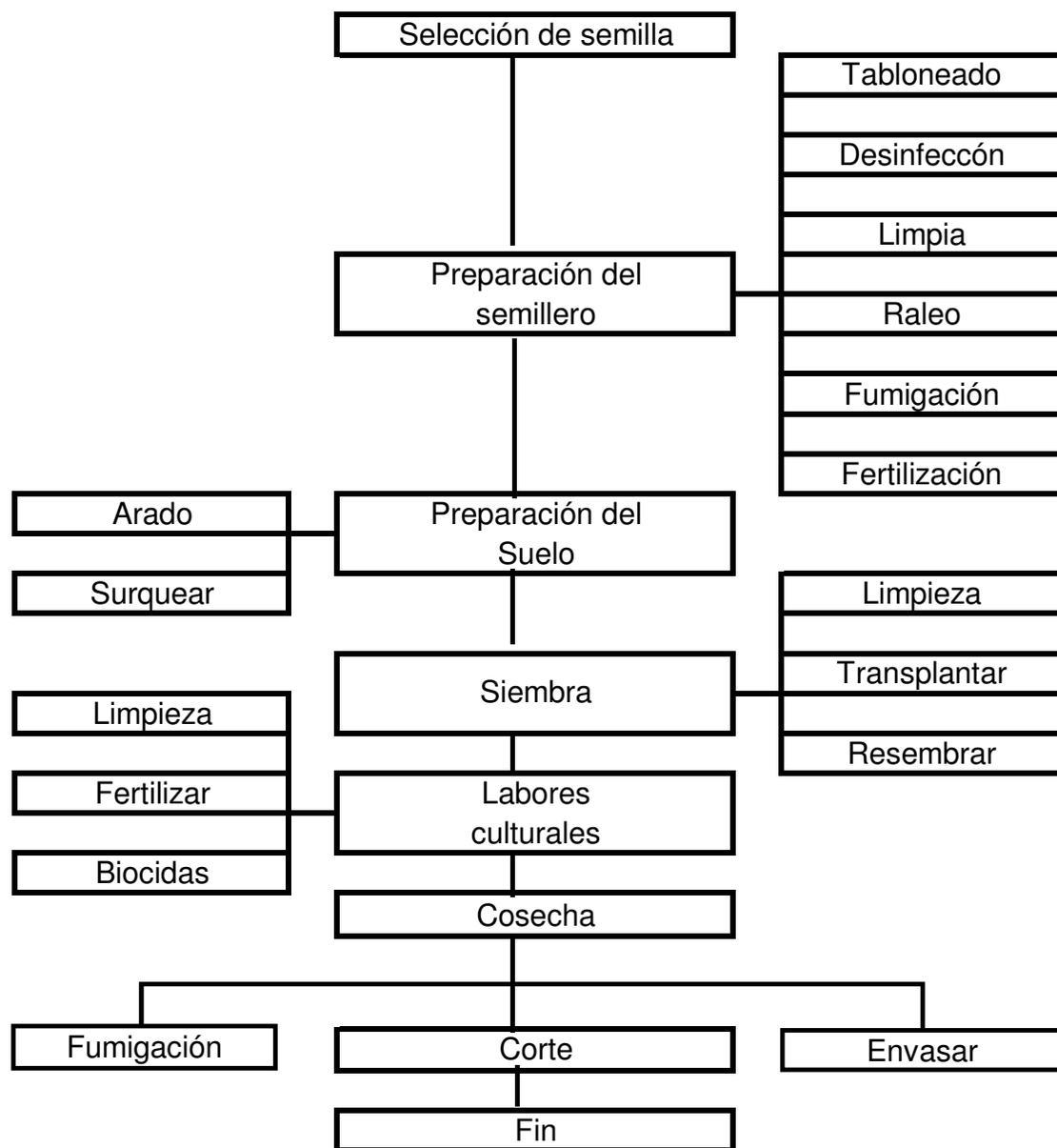
Se realiza entre los 65 y 90 días después del transplante. El chile pimiento debe cortarse de preferencia cuando los frutos principian a volverse rojos, dejándole una porción del pedúnculo. La actividad se realiza con mano de obra asalariada, considerando el salario mínimo de Q 27.50 fijado por Acuerdo Gubernativo número 494-2001. Previo a la venta se clasifica el producto según tamaño color y textura. Se contemplan dos cosechas al año una en los meses de mayo a junio y la segunda de noviembre a diciembre, en cada cosecha se estima efectuar aproximadamente de cuatro a seis cortes, a intervalos de ocho días entre uno y otro, para lo cual se toma en cuenta, el grado de madurez que presenten los frutos.

- Selección y encajado

Este proceso se realizará en forma manual y al mismo tiempo se seleccionará el chile pimiento en buen estado para ser empacado en cajas de madera, de 50 libras cada una.

Para una mejor comprensión visual se presenta la gráfica del proceso de producción del cultivo del chile pimiento, la cual se presenta desde la selección de la semilla hasta la cosecha del producto y su envasado.

Gráfica 8
Municipio de Quezada, Jutiapa
Proyecto producción de chile pimiento
Flujograma del proceso productivo



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

La gráfica muestra la secuencia que deberá utilizar el agricultor en el proceso productivo del chile pimienta desde que se selecciona la semilla hasta el momento que se corta el fruto y es colocado en las cajas de madera listas para realizar la venta.

4.6 ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

Este estudio comprende todas aquellas disposiciones administrativas y legales de carácter interno y externo, que rigen el funcionamiento de la organización. Este estudio se desarrolla ampliamente en el capítulo IV.

4.7 ESTUDIO FINANCIERO

“Este estudio permite determinar la cantidad de dinero que es necesario para iniciar el proyecto, así como establecer las fuentes de financiamiento, conocer con anticipación las fechas en las que se necesitará disponer del efectivo para poder realizar los desembolsos, establecer el precio de venta, el total de gastos y la utilidad que pueda generar el proyecto, por último se incluyen los estados financieros y su análisis.”³

4.7.1 Inversión fija

Es el desembolso que se hace en la adquisición de recursos físicos, que durante la vida útil del proyecto van a ser considerados como, patrimonio físico o capital de la propuesta de inversión. Son bienes tangibles e intangibles que se adquieren al inicio del proyecto y por una sola vez.

La inversión fija está constituida por el equipo agrícola, equipo para riego, mobiliario y equipo los cuales ascienden al monto de Q 29,000.00. Aquí se incluyen los gastos de organización e instalación con un valor de Q10,000.00 el cual se utilizará para el pago de escrituración y constitución del comité.

³Licda. Rosalinda Portillo Jocol de Selva, Propuestas de Inversión a nivel de idea, USAC, Facultad de Ciencias Económicas.

A continuación se presenta el cuadro que contiene la inversión fija de la producción de chile pimiento.

Cuadro 14
Municipio de Quezada, Jutiapa
Proyecto producción de chile pimiento
Inversión fija
Año: 2002

Concepto	Cantidad	Valor	
		Unitario Q	Total Q
Equipo agrícola			6,000
Bombas de fumigación	15	400	6,000
Equipo para riego			17,250
Mangueras de 100 Mts.	30	100	3,000
Sistemas de miniriego	5	1,450	7,250
Aspersores	20	350	7,000
Herramientas agrícolas			3,000
Machetes	15	20	300
Azadones	15	40	600
Piochas	15	40	600
Rastrillos	15	30	450
Palas	15	40	600
Limas	15	30	450
Mobiliario y equipo			5,750
Escritorio	2	900	1,800
Silla giratoria	2	350	700
Archivo de metal	1	1,200	1,200
Máquina de escribir mecánica	1	1,000	1,000
Calculadora de escritorio	2	400	800
Sillas plásticas	5	50	250
Gastos de organización			10,000
Gastos de organización e instalación			10,000
Total			42,000

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

El cuadro anterior muestra la forma en que se invertirán los recursos en la adquisición de bienes tangibles y los gastos de organización e instalación, se observa que la mayor cantidad se utilizará en la compra de equipo para riego por valor de Q17,250.00; esto obedece que para cultivar este producto es vital

contar con suficiente agua que permita el desarrollo de las plantas de chile pimiento.

4.7.2 Inversión en capital de trabajo

Constituye el capital necesario para cubrir las obligaciones a corto plazo que se genera en la puesta en marcha y operación de la propuesta de inversión, antes que esta llegue a la etapa productiva y pueda entonces comercializarse el producto y obtener ingresos que haga el proyecto auto sostenible, que pueda cubrir los costos y gastos que debe conllevar el proceso productivo.

El capital de trabajo está constituido por los recursos necesarios para la operación normal de la plantación durante un ciclo productivo; como los insumos que comprenden las semillas, fertilizantes, funguicidas y herbicida; además, mano de obra, costos indirectos variables y gastos fijos, estimados en una área de cinco manzanas, la cual se realizará en seis meses, bajo el nivel tecnológico II.

A continuación se detallan los rubros que integran la inversión en capital de trabajo:

Cuadro 15
Municipio de Quezada, Jutiapa
Proyecto producción de Chile Pimiento
Inversión Capital de Trabajo
Una Cosecha, Seis Meses
Año: 2002

Elementos del costo	Unidad de medida	Cantidad	Valor Unitario Q	Total Q
Insumos				8,555
Semilla				
Criolla	Libra	1.5	270	405
Fertilizante				
20-20-0	Quintal	20	100	2,000
15-15-15	Quintal	10	105	1,050
Piton	Litro	2.5	380	950
Monarca	Litro	2.5	180	450
Pasitron	Kilo	2.5	140	350
Fungicidas				
Caprobit	Kilo	10	45	450
Agrimisin	Bote	5	330	1,650
Herbicidas				
Bayfolan forte	Litro	25	38	950
Regen	Octavo	2.5	120	300
Mano de obra				29,554
Preparación del semillero		80	27.50	2,200
Preparación del suelo		50	27.50	1,375
Siembra		75	27.50	2,063
Laborales culturales		302	27.50	8,305
Cosecha		200	27.50	5,500
Séptimo día (19,443 + 5,889 = 25,332 / 6)				4,222
Bono Incentivo	Jornal	707	8.33	5,889
Costos indirectos variables				40,532
Cuotas patronales (19,443 + 4222)		23,665	8.67%	2,052
Prestaciones laborales		23,665	30.55%	7,230
Cajas de madera		3,125	10.00	31,250
Costos y gastos fijos				31,884
Sueldos				15,000
Cuota patronal		15,000	8.67%	1,301
Prestaciones laborales		15,000	30.55%	4,583
Bono incentivo (1*250*12)				3,000
Papelería y útiles				1,500
Arrendamiento del terreno				2,500
Asistencia técnica				4,000
Total				110,525

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

El capital de trabajo incluye lo necesario para iniciar la primera cosecha, mientras se obtienen ingresos que permitan financiar los siguientes ciclos productivos.

La inversión en capital de trabajo incluye solamente la compra de 3,125 cajas de madera, que corresponden a una cosecha de 6,250 cajas en un área de cinco manzanas, debido a que las cajas no se entregan en forma gratuita con el producto, por el contrario al realizar cada ventas los compradores deben proporcionar sus propias cajas, lo que indica que estas son retornables.

De acuerdo al estudio realizado para la puesta en marcha del proyecto de chile pimiento, es necesario que se efectuó una inversión en capital de trabajo de Q.110,525.00.

4.7.3 Inversión total

Tiene como propósito presentar en términos monetarios el valor de los diferentes recursos necesarios para la implementación de la propuesta de inversión. Está constituida por el total de inversión fija y capital de trabajo. El siguiente cuadro muestra la inversión total necesaria para llevar a cabo la propuesta de inversión sobre producción de chile pimiento:

Cuadro 16
Municipio de Quezada - Jutiapa
Proyecto producción de chile pimiento
Inversión total
(Cifras en quetzales)

Descripción	Valores
Inversión fija	42,000
Inversión capital de trabajo	110,525
Inversión total requerida	152,525

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

La inversión fija requerida del 27% en relación a la inversión total y el capital de trabajo es del 73%, debido a que para su desarrollo lo más importante es el capital de trabajo para iniciar el proyecto.

4.7.4 Financiamiento

Financiamiento es la “acción por la que una persona, sociedad u organismo público consigue capital para su creación o financiamiento”⁴.

Indica como obtendrán los miembros del comité los recursos económicos para la realización del proyecto los cuales por su origen se pueden clasificar en fuentes internas y fuentes externas.

- Fuentes internas

Esta fuente está constituida por los recursos propios, originados en este caso por el capital que aportarán los integrantes del comité de pequeños productores de chile pimienta, el cual se encuentra integrado por 40 personas, cada una de ellas aporta Q1,000.00 para un total de Q40,000.00.

- Fuentes externas

El financiamiento externo, del cual se hará uso en el presente proyecto será del Banco de Desarrollo Rural (BANRURAL), por la cantidad de Q112,525.00 a una tasa de interés del 11% anual. El préstamo estará bajo condiciones de una garantía prendaria, la cual será respaldada con la producción del primer ciclo; y se solicitó a un plazo de tres años, las amortizaciones del préstamo serán al final de cada año, iniciando a partir del primer período.

⁴ J.R. Rosemberg. Diccionario de Contabilidad y Finanzas, Madrid España. Printed in Spain. 49pp.

Cuadro 17
Municipio de Quezada - Jutiapa
Proyecto producción de chile pimiento
Plan de amortización del préstamo
(Cifras en quetzales)

Años	Monto Q.	Tasa Interés 11%	Amort. Préstamo	Préstamo
				112,525
1	49,886	12,378	37,508	75,017
2	45,760	8,252	37,508	37,508
3	41,635	4,126	37,509	0

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

El valor del préstamo requerido para financiar el proyecto de chile pimiento, es la cantidad que los integrantes del comité no pueden cubrir con los recursos propios, y es necesario para iniciar el proyecto.

4.7.4.1 Costo de producción

Es un estado financiero que muestra lo que cuesta producir determinado producto en un período o ejercicio pasado, presente o futuro, por medio de la sumatoria del costo los cuales están integrados por insumos mano de obra directa y costos indirectos variables.

Para efectos de la presente propuesta de inversión se utilizará el método de costeo directo que consiste en incorporar al costo de un producto solo los elementos directos en que se incurren, mientras que los gastos fijos se cargan de forma directa en el estado de resultados.

- Hoja técnica del costo directo de producción

Es el elemento que permite obtener el costo de una caja de chile pimiento, debido a que se consideró los insumos, mano de obra y costos indirectos variables necesarios en el proceso productivo, a continuación se presenta la hoja técnica:

Cuadro 18
Municipio de Quezada - Jutiapa
Hoja técnica del costo directo de producción
Producción de chile pimiento
Año: 2,002

Elementos del costo	Unidad de medida	Cantidad	Valor Unit.	Total Q.
Insumos				2.73
Semilla criolla	Libra	0.00048	270.00	0.13
Fertilizante				
20-20-0	Quintal	0.00640	100.00	0.64
15-15-15	Quintal	0.00320	105.00	0.34
Piton	litro	0.00080	380.00	0.30
Monarca	litro	0.00080	180.00	0.14
Pasitron	Kilo	0.00080	140.00	0.11
Fungicidas				
Caprobit	Kilo	0.00320	45.00	0.14
Agrimisin	Bote	0.00160	330.00	0.53
Herbicidas				
Bayfolan forte	Litro	0.00800	38.00	0.30
Regen	Octavo	0.00080	120.00	0.10
Mano de obra				9.13
Preparación del semillero				
Tabloneado	Jornal	0.00640	27.50	0.18
Desinfección	Jornal	0.00320	27.50	0.09
Limpia	Jornal	0.00320	27.50	0.09
Raleo	Jornal	0.00320	27.50	0.09
Preparación del suelo				
Arado	Jornal	0.00800	27.50	0.22
Surquear	Jornal	0.00800	27.50	0.22
Siembra				
1era. limpia	Jornal	0.00800	27.50	0.22
Transplante	Jornal	0.00800	27.50	0.22
Resembrar	Jornal	0.00960	27.50	0.26
Laborales culturales				
da. limpia	Jornal	0.01280	27.50	0.35
1era. fertilización	Jornal	0.00800	27.50	0.22
Calza	Jornal	0.01440	27.50	0.40
Fumigación	Jornal	0.00800	27.50	0.22
3era. limpia	Jornal	0.01280	27.50	0.35
Control fitosanitario	Jornal	0.01504	27.50	0.41
4ta. limpia	Jornal	0.01280	27.50	0.35
3era. fertilización	Jornal	0.00640	27.50	0.18
Aplicación de biocidas	Jornal	0.00640	27.50	0.18
Cosecha				
Corte	Jornal	0.06400	27.50	1.76
Séptimo día				1.30
Bono Incentivo	Jornal	0.21824	8.33	1.82
Herramientas agrícolas				0.65
Machetes	Unidad	0.0032	20.00	0.06
Azadones	Unidad	0.0032	40.00	0.13
Piochas	Unidad	0.0032	40.00	0.13
Rastrillos	Unidad	0.0032	30.00	0.10
Pala	Unidad	0.0032	40.00	0.13
Lima	Unidad	0.0032	30.00	0.10
Costos indirectos variables				12.86
Cuotas patronales		7.30486	8.67%	0.63
Prestaciones laborales		7.30486	30.55%	2.23
Cajas de madera		1	10.00	10.00
Costo de producción de una caja de chile pimiento				25.37

Fuente: Investigación de campo EPS, segundo semestre 2002.

Se observa que la mayoría de requerimientos para el costo de producción del chile pimiento se ubica en la mano de obra, debido a que el cultivo requiere de bastante cuidados y asistencia técnica.

El presente costo directo de producción se realizó para una producción de dos cosechas anuales, en un área cultivada de cinco manzanas, estimado para cinco años a diferencia del primer año en donde únicamente se incluyen lo correspondiente al segundo semestre:

Quadro 19
Municipio de Quezada, Jutiapa
Proyecto producción de Chile Pimiento
Estado de Costo Directo de Producción
Período: 2003-2007
(Cifras en Quetzales)

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Insumos	17,110	17,110	17,110	17,110	17,110
Semilla	810	810	810	810	810
Fertilizante	9,600	9,600	9,600	9,600	9,600
Fungicida	4,200	4,200	4,200	4,200	4,200
Herbicidas	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500
Mano de obra	59,108	59,108	59,108	59,108	59,108
Preparación del sembrero	4,400	4,400	4,400	4,400	4,400
Preparación del suelo	2,750	2,750	2,750	2,750	2,750
Siembra	4,125	4,125	4,125	4,125	4,125
Laborales culturales	16,610	16,610	16,610	16,610	16,610
Cosecha	11,000	11,000	11,000	11,000	11,000
Bono incentivo	11,779	11,779	11,779	11,779	11,779
Séptimo día	8,444	8,444	8,444	8,444	8,444
Costos indirectos variables	81,062	81,062	81,062	81,062	81,062
Quotas patronales	4,103	4,103	4,103	4,103	4,103
Prestaciones laborales	14,459	14,459	14,459	14,459	14,459
Cajas de madera	62,500	62,500	62,500	62,500	62,500
Costo de Producción	157,280	157,280	157,280	157,280	157,280

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

Para determinar el costo directo de producción anual se tomó en consideración las actividades que se requieren en todo el proceso productivo, hasta obtener el valor total de la producción de chile pimiento.

4.7.4.2 Estado de resultados

“El Estado de Resultados, es un informe que detalla los ingresos del período, los costos en que se han incurrido y como resultado de la comparación de ingresos y egresos, la utilidad o pérdida neta de un ejercicio.”⁵

A través de éste estado financiero puede medirse el grado de avance del Comité, así como comprobar si se han alcanzado las metas y objetivos trazados.

Con la finalidad de poder establecer el comportamiento de los costos y gastos y la utilidad de cada período, se proyecta el estado de resultados hasta el quinto año de operación.

Las ventas anuales de cada período son constantes integradas por: 625 cajas de producción óptima por manzana y se realizarán dos cosechas al año, lo cual permitirá conseguir un total de 1,250 cajas por manzana, esto por cinco manzanas que es el total del área cultivada del proyecto para obtener una producción anual de 6,250 cajas.

A continuación se detalla el estado de resultados del proyecto propuesto.

⁵ W. A. Paton, Manual de Contador Público. UTEHA, Tomo II, edición 1983. Págs. 435-436.

Cuadro 20
Municipio de Quezada, Jutiapa
Proyecto producción de Chile Pimiento
Estado de Costo Directo de Producción
Período: 2003-2007
(Cifras en Quetzales)

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Insumos	17,110	17,110	17,110	17,110	17,110
Semilla	810	810	810	810	810
Fertilizante	9,600	9,600	9,600	9,600	9,600
Fungicida	4,200	4,200	4,200	4,200	4,200
Herbicidas	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500
Mano de obra	59,108	59,108	59,108	59,108	59,108
Preparación del semillero	4,400	4,400	4,400	4,400	4,400
Preparación del suelo	2,750	2,750	2,750	2,750	2,750
Siembra	4,125	4,125	4,125	4,125	4,125
Laborales culturales	16,610	16,610	16,610	16,610	16,610
Cosecha	11,000	11,000	11,000	11,000	11,000
Bono incentivo	11,779	11,779	11,779	11,779	11,779
Séptimo día	8,444	8,444	8,444	8,444	8,444
Costos indirectos variables	81,062	81,062	81,062	81,062	81,062
Cuotas patronales	4,103	4,103	4,103	4,103	4,103
Prestaciones laborales	14,459	14,459	14,459	14,459	14,459
Cajas de madera	62,500	62,500	62,500	62,500	62,500
Costo de Producción	157,280	157,280	157,280	157,280	157,280

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

4.7.5 Evaluación financiera

El análisis de los datos presentados en los estados financieros anteriores, permite conocer la situación financiera de la propuesta, su objetivo de la evaluación financiera, es demostrar su viabilidad, determinando aspectos de carácter financiero para la toma de decisiones en función a los resultados obtenidos.

- Punto de equilibrio

El punto de equilibrio se define como el nivel de ventas en que se cubren todos los gastos, es decir es el punto donde las ventas son iguales a los costos, en

consecuencia en este punto el proyecto no ganará ni perderá. El punto de equilibrio de calcula en valores y en unidades.

De donde:

PEV =	Punto de equilibrio en valores
PEU =	Punto de equilibrio en unidades
GF =	Gastos fijos
GV =	Gastos variables (precio unitario)
PU =	Precio unitario

- Punto de equilibrio en valores

$$\frac{\text{Ganancia Marginal}}{\text{Ventas}} = \frac{342,720}{500,000} = 69\%$$

$$\frac{\text{Gastos Fijos}}{\% \text{ Ganancia Marginal}} = \frac{84,857}{69\%} = 122,981$$

Es el valor de las ventas que se necesita para cubrir costos y gastos anuales durante el primer año de operaciones.

$$\frac{\text{Punto de equilibrio en valores}}{\text{Precio de venta}} = \frac{122,981}{\text{Q}80.00} = 1,537$$

- Punto de equilibrio en unidades

Para que el comité no obtenga pérdidas ni ganancias, tendrá que vender la cantidad de 1,537 cajas de chile pimienta, para sufragar los costos y gastos de operación.

- Porcentaje de margen de seguridad

$$\frac{\text{Gastos fijos}}{\text{Ganancia Marginal}} = \frac{84,857}{342,270} = 25\%$$

Ventas 100% - 25%

= 75 % Margen de seguridad

Este margen de seguridad nos indica el porcentaje que pueden disminuir nuestras ventas, sin producir pérdidas, por lo cual el actual margen de seguridad de 75% se considera aceptable.

4.7.6 Impactó social

El proyecto de chile pimienta se considera una opción rentable, en virtud de que conllevará el desarrollo económico y social del municipio de Quezada.

La propuesta de inversión permitirá un adecuado aprovechamiento de los recursos naturales y al mismo tiempo se diversificará la actividad agrícola, además se generará fuentes de empleo para los habitantes, quienes sin tener que salir de la comunidad tendrán la oportunidad de trabajar y de esta manera contribuir económicamente al sostenimiento familiar.

Algunos de los beneficios que conlleva son el factor económico y social tanto para los integrantes del comité de pequeños productores y para la población en general.

CAPÍTULO V

COMERCIALIZACIÓN DE CHILE PIMIENTO

A continuación se presenta la propuesta de comercialización y organización empresarial de chile pimiento en el municipio de Quezada, Jutiapa.

5.1 COMERCIALIZACIÓN

Este estudio consiste en el análisis de las actividades que facilitan a dar valor agregado al producto en su traslado desde el productor hasta el consumidor final, lo cual se desarrolla de la forma siguiente:

5.1.1 Proceso de comercialización

El proceso de comercialización del chile pimiento se desarrolla a través de las etapas de concentración, equilibrio y dispersión, las cuales se describen a continuación.

5.1.1.1 Concentración

El proceso de concentración o acopio del chile pimiento se realizará a través del almacenamiento temporal en la sede del Comité de productores, donde se efectuará la clasificación de acuerdo al tamaño y calidad, posteriormente se distribuye a los mayoristas, detallistas y consumidor final.

5.1.1.2 Equilibrio

Este proceso estudia las condiciones que propician que la oferta sea igual a la demanda, es decir, que la producción sea suficiente para satisfacer las cantidades de producto a consumir.

Se considera que la producción de chile de 6,200 cajas al año equivalente a 3,100 quintales, no será suficiente para cubrir la demanda del mercado que será de 45,063 quintales para el año 2,005, por lo cual se establece que no se da el equilibrio. Esta situación beneficia en forma directa a los productores, debido a que existen expectativas de venta para su producto.

5.1.1.3 Dispersión

La dispersión o distribución de la producción de chile pimienta se propone que a través del departamento de comercialización conformado por miembros del Comité de productores; temporalmente en la sede del comité se almacenara el producto y posteriormente se trasladará a los intermediarios por medio de vehículos tipo pick-up o camiones a quienes se les pagará el flete correspondiente. La importancia de la comercialización radica en obtener un sistema adecuado de mercadeo, que el productor obtenga beneficios y al mismo tiempo satisfaga en forma eficaz las necesidades del consumidor.

5.2 INSTITUCIONES DE COMERCIALIZACIÓN

Es el estudio de las instituciones o personas que intervienen en el proceso de comercialización del chile pimienta, entre los que se mencionan: productor, intermediario -mayorista y detallista- y consumidor final.

5.2.1 Productor

El productor estará integrado por agricultores que se dedicarán a la siembra de chile pimienta, ubicados generalmente en la aldea la Brea, del municipio de Quezada.

5.2.2 Intermediario

Entre los intermediarios que participarán en la distribución del chile pimienta, se

encuentran los mayoristas y detallistas, que estarán ubicados principalmente en la cabecera departamental de Jutiapa.

5.2.3 Consumidor final

Entre los consumidores de este producto se consideran especialmente a la población del municipio de Quezada y departamento de Jutiapa entre otros.

5.2.4 Estructura de comercialización

La estructura del mercado en el cual se comercializará el chile pimiento estará conformada por varios oferentes que será los agricultores del municipio de Quezada y varios demandantes de la región del departamento de Jutiapa.

Conducta del mercado

La conducta estará fijada por la demanda y oferta del mercado regional, por tanto los precios son variables de este producto, durante los meses de mayo, junio -primer cosecha-, noviembre y diciembre –segunda cosecha- aumenta la oferta, por lo que el precio tiende a bajar.

Eficiencia de mercado

El valor de venta del chile pimiento cubrirá los gastos de producción y comercialización, además generará utilidad para el productor y para los intermediarios –mayorista y detallista-, es decir que existirá eficiencia de mercado, lo cual puede observarse en los márgenes de comercialización.

5.2.5 Funciones de comercialización

Se desarrollará a través de las funciones de intercambio, físicas y auxiliares que se describen a continuación.

5.2.5.1 Funciones de intercambio

Comprenden diversas funciones como: compra-venta y determinación de precios, que se describen a continuación.

- Compra-venta

Para efectuar esta función se utilizará el método de la muestra, que consiste en que el productor de chile pimiento lleva al comprador potencial una parte del producto, éste a su vez observa la calidad del fruto, lo cual propicia la negociación.

- Determinación de precios

Los precios del chile pimiento se fijarán a través del método del regateo, donde se tomará como base el precio del mercado regional, la calidad y la época de venta.

5.2.5.2 Funciones físicas

Son las actividades post-cosecha, las cuales estarán comprendidas desde los cortes hasta la clasificación y traslado a los centros de distribución. Se mencionan las siguientes:

- Acopio

El acopio se clasificará como primario, debido a que contará con instalaciones formales y especiales para resguardar el producto, esto se efectuará en la sede del comité de productores de chile pimiento.

- Almacenamiento

El chile pimiento está considerado como un producto perecedero, por lo que el almacenaje será temporal, es decir un día después del corte para posteriormente efectuar la compra-venta.

- Clasificación

Los agricultores clasificarán el producto con base a su madurez, tamaño y calidad, es decir libre de magulladuras, piquetes de insectos y manchas provocadas por hongos entre otras.

- Transformación

Esta función consiste en el valor agregado que se da a un producto mediante el cambio físico de un estado natural a un producto terminado; para el caso de este cultivo la comercialización se realizará sin ningún cambio físico.

- Empaque

Para la distribución de este producto se utilizarán cajas de madera con capacidad de 50 libras cada una.

- Transporte

El traslado se efectuará por parte de los productores, quienes pagarán el transporte en vehículos del tipo pick up y camiones.

5.2.5.3 Funciones auxiliares

Estas funciones comprenden los elementos siguientes: información de precios, financiamiento y aceptación de riesgos, los cuales se desarrollan a continuación

- Información de precios

Esta actividad se desarrollará a través del departamento de ventas, quienes serán responsables de investigar los precios que rigen en el mercado regional del departamento de Jutiapa.

- **Financiamiento**

La producción y comercialización del producto se llevará a cabo mediante el financiamiento interno a través de ahorro familiar y externo por medio de un préstamo bancario.

- **Aceptación de riesgos**

Los productores de Quezada asumirán el riesgo que conlleva el proceso productivo desde la etapa de la siembra hasta la cosecha; además el traslado del producto para entregarlo a mayoristas y detallistas.

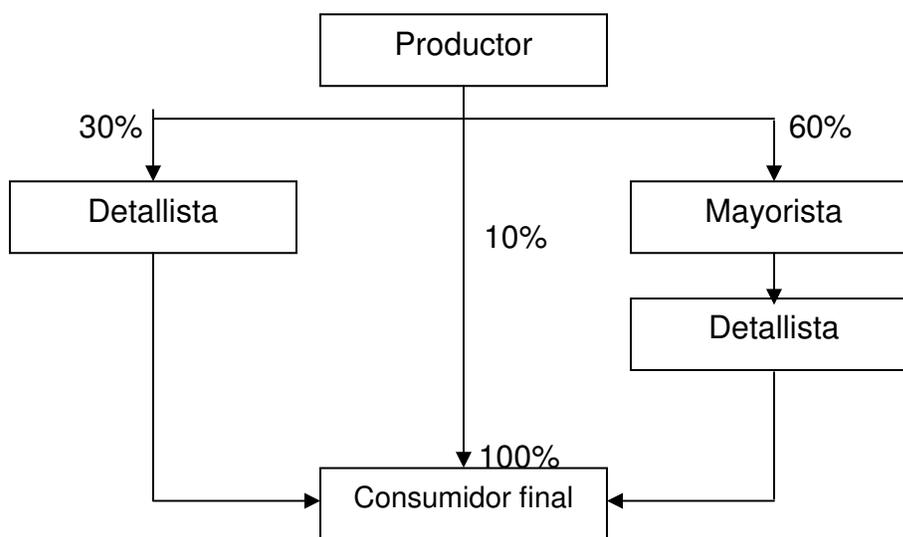
5.2.6 Operaciones de comercialización:

Entre estas operaciones se tendrán los siguientes elementos: canales y márgenes de comercialización, los cuales se desarrollan a continuación:

5.2.6.1 Canales de comercialización

Los canales de comercialización del chile pimiento se muestran en la gráfica siguiente:

Gráfica 9
Municipio de Quezada - Jutiapa
Proyecto producción de chile pimiento
Canales de comercialización



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

La propuesta sugiere que la comercialización del chile pimiento se efectúe a través de los productores de chile pimiento quienes venderán el producto a mayoristas y detallistas ubicados principalmente cabecera departamental de Jutiapa, los que a su vez trasladarán el producto al consumidor final.

5.2.6.2 Márgenes de comercialización

Los márgenes de comercialización del chile pimiento se presentan a continuación.

Cuadro 21
Municipio de Quezada - Jutiapa
Proyecto producción de chile pimiento
Márgenes de comercialización

Institución	Precio de venta Q	Margen bruto Q	Costo de mercadeo Q	Margen neto Q	Rendimiento s/inversión %	Participación %
Productor	80.00					76
Mayorista	95.00	15.00	1.20	13.80	17	14
Transporte			1.00			
Carga y descarga			0.10			
Pizo de plaza			0.10			
Minorista	105.00	10.00	1.20	8.80	9	10
Transporte			1.00			
Carga y descarga			0.10			
Pizo de plaza			0.10			
Total		25.00	2.40	22.60		100

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

El precio de venta de Q 80.00 que se refleja en el cuadro anterior, corresponde a una caja de chile pimiento de 50 libras. El total de costos de mercadeo por caja es de Q 2.40, lo que muestra el grado de eficiencia en que actúa el canal de comercialización, donde el 24% del precio de venta corresponde a la participación de los intermediarios y el 76% al productor.

Con relación al rendimiento sobre inversión es del 17% para el mayorista y 9% para el detallista, lo cual es atractivo comparado a la tasa de interés del sistema bancario que es inferior.

5.3 ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL PROPUESTA

Analizando la situación actual del lugar, se ha determinado que la organización que es más ventajosa y que beneficiara al grupo agrícola en la realización del proyecto, es por medio de un comité.

5.3.1 Tipo y denominación de la organización propuesta

Se recomienda al grupo de agricultores del municipio de Quezada, Departamento de Jutiapa, organizarse a través de un comité de pequeños productores, con el fin de planificar, organizar, integrar, dirigir y controlar las diferentes actividades en lo referente a la producción de chile pimiento, con el fin de lograr un mayor rendimiento en la producción.

5.3.2 Justificación de la organización propuesta

Dentro de los diferentes tipos de organización empresarial que existen en Guatemala, para administrar y hacer funciones técnicamente una propuesta, se encuentra el comité. Es uno de los sistemas de organización que más se utiliza en la actualidad.

La existencia de un comité les permitirá reunirse para decidir y ejecutar en forma coordinada y clara todo lo referente a la producción y comercialización de chile pimiento. Además, algunos de ellos han participado en comités no relacionados con la agricultura; actividades de desarrollo para la comunidad, como introducción de agua, luz, mejoramiento de establecimientos públicos y obtuvieron resultados favorables, por lo que consideran que la creación de éste, les brindará beneficios comunes que les ayudarán a incrementar o mejorar su nivel de vida.

5.3.3 Soporte de la organización

Se refiere a la base legal, mercado lógica, técnica y financiera y administrativa con que deberá contar la organización.

5.3.3.1 Estudio administrativo-legal

Este estudio sirve para identificar el marco legal del proyecto que regula su constitución, localización y tributación. Para que el comité funcione

adecuadamente y con apego a las leyes deben estar constituidos bajo el marco jurídico siguiente:

a) Normas legales externas

Debe considerarse todo el marco legal que rige a la República de Guatemala, ya que designa los derechos y obligaciones que el comité adquiere, siendo éstas:

- Artículo 34 de la Constitución Política de la República de Guatemala, el cual establece el derecho a libre asociación.
- Decreto Gubernativo número 58-88 que norma la forma de recaudación y manejo de los fondos de un comité.
- Decreto Gubernativo número 697-93 que norma las condiciones de su constitución.
- Decreto 2082, artículo tercero del 30 de agosto de 1940, Ley de la Contraloría General de Cuentas, establece que únicamente gobernación Departamental tiene la facultad para autorizar las actividades del comité.
- Decreto número 26-92 del Congreso de la República de Guatemala, Ley del impuesto sobre la renta,
- Decreto número 27-92 del Congreso de la República de Guatemala, Ley del impuesto al valor agregado.
- Decreto número 14-41 del Congreso de la República de Guatemala, Cogido de trabajo.
- Decreto número 295 Ley y reglamento del Instituto Guatemalteco de Seguridad Social - I.G.S.S. -

b) Normas legales Internas

Son aquellas que se elaboran por medio de estatutos y reglamentos que contienen reglas de conducta, las cuales son de observancia general para todos los que formarán parte del comité, éstas deben ser probadas en Asamblea General y son:

- Acta de constitución: la cual debe ser aprobada a nivel municipal y departamental, para autorizar las actividades que realizará el comité.
- Estatutos y Reglamentos: contienen reglas de conducta que son de observancia general para todos los miembros del comité, serán aprobados en asamblea general y se encuentran contemplados en los aspectos siguientes: régimen disciplinario, patrimonio y régimen económico, disposiciones finales, disposiciones transitorias y manuales.

5.3.3.2 Mercado lógico

Se enfoca hacia la utilización de estrategias, cuyo propósito es la satisfacción de las necesidades del mercado y la rentabilidad del comité. La comercialización se a desarrollado anteriormente en este capítulo, el cual comprende los precios, mercado, demanda y oferta, con relación a la venta del producto.

Este contara para su distribución: marca, slogan, empaque, logotipo, lo cual dará una imagen dentro del mercado.

5.3.3.3 Técnico

Para la operación de la plantación del ciclo productivo; el nivel tecnológico II es el propuesto, utilizando los insumos como: semillas, fertilizantes, funguicidas, herbicida, mano de obra, costos indirectos variables y gastos fijos.

5.3.3.4 Financiero

Para el financiamiento de las operaciones se utilizaran las aportaciones de los socios que integran las fuentes internas y las fuentes externas será del Banco de Desarrollo Rural (BANRURAL), un préstamo bancario, que servirán para financiar las operaciones en las tierras, compra de insumos, equipo y herramientas agrícolas, costos y gastos.

5.3.3.5 Administrativo

La organización estará conjuntamente a cargo del presidente, quien planificará, ejecutará, controlará y dirigirá todas las actividades emanadas de la asamblea general, además controlará el desarrollo de la producción y comercialización del chile pimiento, así como las diferentes funciones y atribuciones que tienen las distintas unidades administrativas con que cuenta la Comité.

5.4 APLICACIÓN DEL PROCESO ADMINISTRATIVO

Este apartado incluye las etapas de planeación, organización, dirección y control.

5.4.1 Planeación

Implica seleccionar misiones y objetivos, así como las acciones necesarias para cumplirlas, y requiere por lo tanto de la toma de decisiones.

En el comité del lugar servirá la planificación para formular situaciones futuras y así poder visualizar y prescribir las actividades propuestas que se crean necesarias para alcanzar los objetivos.

5.4.1.1 Visión

La visión es lo que va hacer en el futuro el comité y a continuación se presenta un modelo adecuado.

VISION

Ser un comité líder, innovador y pionero en la producción de chile pimiento del municipio de Quezada, el cual pueda penetrar en el mercado regional, nacional e internacional, que preste al consumidor producto de calidad al menor costo.

5.4.1.2 Misión

La misión para el comité agrícola La Brea, es la siguiente:

MISIÓN

Somos un Comité dirigido a la producción y comercialización de Chile Pimiento, contamos con recurso humano competente, al cual capacitamos constantemente, en utilizar técnicas de conservación de los suelos, los mejores insumos y herramientas adecuadas, para ofrecer un producto de excelente calidad y así contribuir al crecimiento económico y desarrollo del Municipio, beneficiando a los productores agrícolas.

5.4.1.3 Objetivos

Con la creación del comité de productores de Chile Pimiento se persigue alcanzar los siguientes objetivos:

- Promover el mejoramiento económico, social y cultural de los agricultores y con ello el desarrollo del Municipio.
- Implementar una organización al servicio de los productores agrícolas, que ayude a encontrar alternativas de solución a sus problemas de producción, comercialización, asistencia técnica y capacitación.
- Lograr el aprovechamiento óptimo de los recursos humanos, materiales y financieros de la organización.
- Fomentar la producción de nuevos cultivos en el lugar, con el propósito de diversificar la producción agrícola, generar nuevas fuentes de trabajo y obtener mayor rendimiento en la producción.
- Obtener el mayor rendimiento económico y social, a través del uso adecuado de los recursos físicos y humanos.

- Mantener relaciones con otros grupos asociados o de similares propósitos, e intercambiar información organizativa.

5.4.1.4 Reglamentos

Los reglamentos internos del Comité, serán constituidos por la Asamblea General y estos son de observancia general para todos los asociados.

5.4.1.5 Políticas

Normas de conducta que deberán seguirse para el logro de los objetivos de la organización, entre las que se pueden mencionar, están las siguientes.

- Los asociados deberán respetar las decisiones que se tomen en Asamblea General.
- Ningún asociado podrá distribuir o vender el producto en forma individual.
- Los asociados no podrán tener compromisos, ni actuar en nombre del comité cuando no estén autorizados.

5.4.1.6 Estrategias

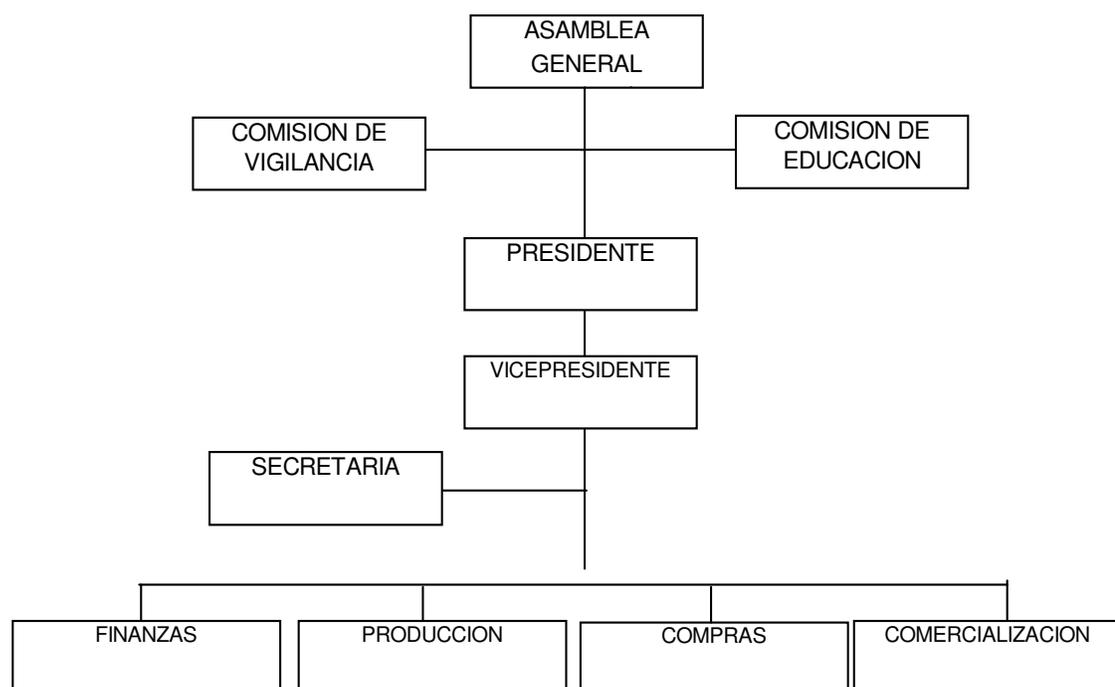
Para el logro de los objetivos de la organización, se deben tomar en cuenta las siguientes estrategias.

- Establecer con anticipación los contactos para la comercialización del producto ya que el mismo es perecedero.
- Buscar solución inmediata a los diferentes problemas que puedan darse en las distintas áreas de la organización.
- Solicitar asesoría y capacitaciones a las diferentes organizaciones, para estar actualizados en la producción del chile pimiento.
- Mejorar constantemente los procesos de la producción, e implementar los mejores insumos y herramientas, para obtener un producto de excelente calidad y así satisfacer las necesidades de los clientes.

5.4.2 Diseño organizacional

La organización propuesta estará estructurada de la forma que a continuación se detalla, donde se incluye cada una de las funciones y/o unidades que se pretende implementar.

Grafica 10
Municipio de Quezada - Jutiapa
Proyecto producción de chile pimiento
Organización propuesta
Comité de Productores de chile pimiento
Año: 2002



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

El sistema de organización propuesto es de tipo lineal, “se caracteriza por la línea de autoridad y responsabilidad, pasa de un escalón a otro en forma

directa, desde la cúspide de la organización hasta el último plano de la misma”⁶.

5.4.2.1 Sistema organizacional

Establece la disposición y la correlación de las funciones, jerarquías y actividades necesarias para el logro de los objetivos establecidos. El sistema ha utilizar es el lineal, estructura clara y fácil, se caracteriza por la línea de autoridad y responsabilidad, que pasa de uno a otro escalón en forma directa, desde el puesto mas alto hasta el ultimo plano.

5.4.2.2 Funciones básicas de las unidades administrativas

A continuación se describen las principales funciones, que corresponde a cada una de las secciones responsables de velar por el buen funcionamiento del comité.

- Asamblea general

Este órgano estará integrado por 40 personas y las funciones a desarrollar son Elegir al presidente y la comisión de vigilancia, además autorizar el plan de trabajo anual del comité y el presupuesto de ingresos y egresos del año siguiente y por último velar por la correcta aplicación de las disposiciones reglamentarias establecidas.

- Comisión de vigilancia

Esta comisión estará integrada por dos personas que examinarán las operaciones del comité, por lo menos una vez cada mes, practicar corte de caja y de valores, cada quince días, además velar por el cumplimiento de las obligaciones contempladas en los estatutos y por las disposiciones de la

⁶ Facultad de Ciencias Económicas. Material Bibliográfico de Apoyo para el Curso de Administración II., volumen 2. Universidad de San Carlos de Guatemala. Guatemala 1997 P. 1.

Asamblea General. Los miembros de esta comisión realizarán las actividades de sus cargos a honoren.

- Comisión de educación

Esta comisión estará conformada por dos personas, quienes desarrollarán sus labores en forma a honoren y serán responsable de establecer programas de capacitación y educación, organizar y desarrollar actividades culturales, cívicas y deportivas para los asociados y su familia.

- Presidencia

La presidencia está formado por una persona y las funciones de su puesto serán planificar, organizar, dirigir, integrar y controlar las actividades de producción, comercialización, compra y finanzas del producto chile pimienta. Asimismo informará en forma periódica a la asamblea general la situación financiera del comité.

- Vicepresidencia

La vicepresidencia estará integrada por una persona, entre las actividades a desarrollar será el sustituir al presidente en caso de su ausencia, además efectuar las funciones delegadas por el presidente del comité.

- Secretaría

Esta sección estará conformado por un miembro y tendrá las funciones de redactar, registrar y archivar los libros de actas. Además notificar sobre acuerdos y convenios, lleva control de la papelería administrativa, recibe información de comercialización y bodega, la registra para su posterior traslado a la presidencia. Las funciones que efectúen la persona que desempeñe el puesto de secretaria serán remuneradas.

- Unidad de finanzas

La unidad de finanzas estará formada por dos personas y las funciones del puesto a ocupar son: fiscalizar las operaciones contables-financieras de la organización, así como su correcta aplicación. Elaboración de los estados financieros y el informe referente a la ejecución del presupuesto y gestionar la obtención de financiamiento para el desarrollo de las distintas actividades de la organización.

- Unidad de producción

Esta unidad tendrá las funciones de orientar, asesorar y supervisar a los asociados en la realización de las labores destinadas a aumentar el nivel de producción, mediante la aplicación de nuevas técnicas agrícolas. Esta unidad estará conformada por tres personas, quienes percibirán remuneración por el desarrollo de sus actividades.

Además, proporcionar asesoría de técnica para aplicar control fitosanitario, con el fin de evitar la propagación de enfermedades de carácter infeccioso en las plantaciones.

- Unidad de compras

La función primordial de esta unidad es realizar las compras necesarias que requiera el comité, entre las atribuciones que debe ejecutar son: cotizaciones de los insumos, equipos, herramientas, mobiliario, útiles y otros. Además llevar el control de las existencias de los materiales.

- Unidad de comercialización

Las funciones de esta unidad serán Investigar nuevos mercados y hacer contactos en el mercado local, regional o departamental para comprar y vender el producto al mejor precio, mantener informados a los asociados

sobre las variaciones del precio, la oferta y la demanda. Canalizar la comercialización adecuada en la venta para lograr mayores beneficios en las negociaciones de los productores. La unidad estará conformada por tres miembros, quienes serán electos por el presidente del comité y sus funciones serán remuneradas.

5.4.2.3 Funciones básicas del comité de pequeños productores de Chile pimiento

El comité de pequeños productores de Chile pimiento será responsable de ejecutar las siguientes atribuciones:

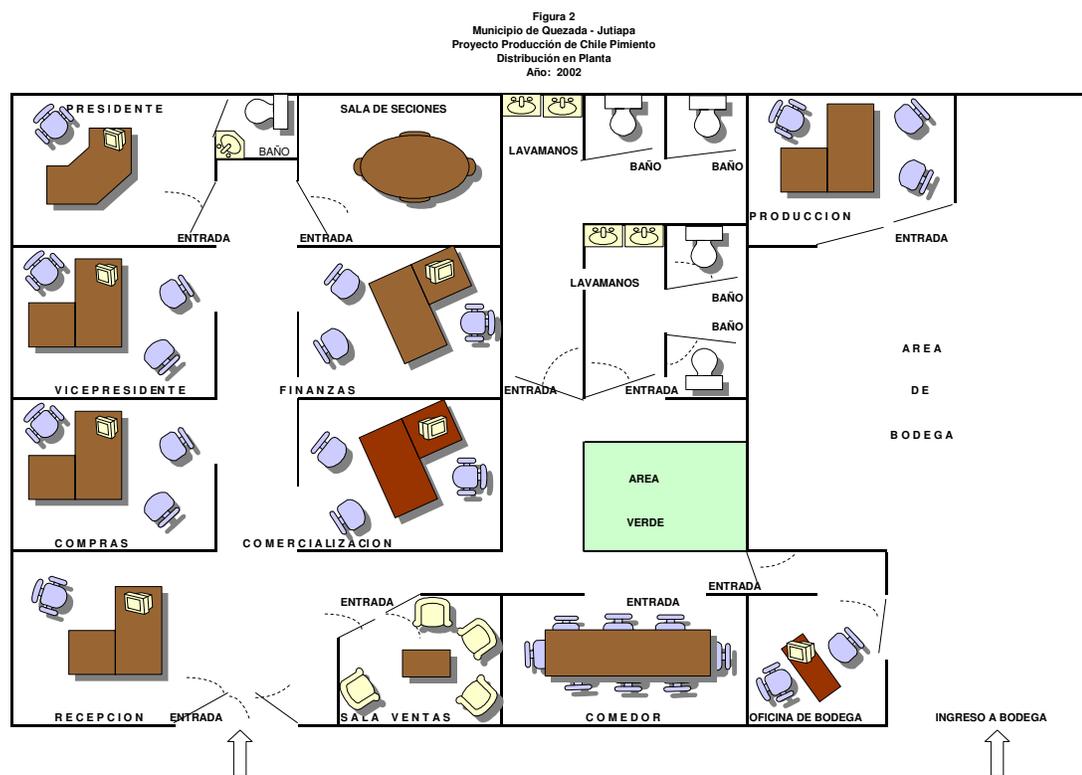
- Propiciar la asociación libre de personas con un mismo fin.
- Coordinar las actividades de producción y comercialización, a través de la implementación de programas.
- Promocionar el uso de tecnología entre los productores implementar controles para lograr la calidad y cantidad de producción deseada.
- Obtener y conceder financiamiento y/o donaciones que tiendan a la realización de sus propósitos.
- Implementar controles administrativos y registros contables en la utilización de fondos.
- Realizar las funciones de acopio, venta y distribución de la producción de todos los asociados, en el momento oportuno.
- Adquirir bienes, equipo, artículos, materiales, para construir las instalaciones necesarias para su buen funcionamiento.

5.4.3 Requerimientos de la organización

Son todos aquellos aspectos que deberá cubrir la organización al momento de iniciar sus operaciones, para cumplir con los objetivos deseados.

5.4.3.1 Distribución en Planta

Se planea una distribución de planta, con el objeto de hacer uso adecuado de las instalaciones, se asignan diferentes módulos independientes para cada departamento, puedan realizar con eficiencia sus funciones de trabajo apropiadamente, como se muestra en la gráfica siguiente.



Fuente: Investigación de campo Grupo EPS, primer semestre 2002

5.4.3.2 Integración

Etapa principal del proceso administrativo, en donde se deben hacer llegar todos los recursos necesarios, para llevar a cabo las distintas actividades del proyecto, para que los resultados a obtener sean adecuados y eficaces.

Finalizada la planeación y la organización, se procede a ocupar los puestos creados con las personas idóneas, que lleven los requisitos establecidos en el manual de organización.

5.4.3.3 Recursos

Para lograr el buen funcionamiento de la organización es necesario contar con recursos humanos, físicos y financieros que se hacen mención a continuación:

- Recursos humanos

El comité de pequeños productores de Chile Pimiento se conformará por 40 miembros, a los cuales se les designarán diferentes atribuciones que tendrán que ejecutar para lograr el buen funcionamiento del mismo.

El agricultor socio y su familia será quien aporte en primer orden la fuerza de trabajo, aunque en el desarrollo de las operaciones de la organización habrá que contratar mano de obra temporal para realizar las distintas fases del proceso productivo.

- Recursos materiales

El comité de pequeños productores de Chile Pimiento, se llevará a cabo en la Aldea la Brea, ubicada en el municipio de Quezada. Será necesaria utilizar herramientas, equipo agrícola, equipo para riego y mobiliario y equipo.

- Recursos financieros

Para iniciar la producción de Chile Pimiento es necesario que la aportación inicial por parte de los 40 integrantes del comité de pequeños productores de Chile Pimiento sea de Q.1,570.00 por cada uno, lo que dará un total de Q.62,800.00, lo cual se utilizará para iniciar el proyecto.

5.5 PROYECCION DE LA ORGANIZACIÓN

Para que el proyecto del comité, llene a cabalidad sus objetivos y metas para mejorar las condiciones de vida de la comunidad, e influya directa o indirectamente en el progreso, se desarrollan las proyecciones siguientes.

5.5.1 Proyección social

Con el inicio de operaciones el proyecto brindara, generación de empleo a nivel del Municipio, esto beneficiara a sus asociados y empleados, con mejores ingresos económicos los cuales permitirán mejorar el nivel de vida.

5.5.2 Proyección económica

Referente a la combinación de los recursos económicos de los socios del comité y la inversión de instituciones financieras que provean a la misma, permitirá la producción del producto y la adquisición de insumos de calidad, herramientas y equipo que beneficiaran al proyecto.

5.5.3 Proyección tecnológica

Permitirá que conozcan técnicas administrativas básicas, como el manual de organización y el manual de normas y procedimientos, que se describen en este informe. El nivel tecnológico que se utiliza en la agricultura es la tradicional y rudimentaria, con el proyecto de producción de chile pimiento, se pretende impulsar el cambio técnico especializado, en el cual obtendrán beneficios en los cultivos.

CONCLUSIONES

Con base a la investigación realizada en el segundo semestre del 2002, sobre Diagnostico Socioeconómico, Potenciales Productivas y Propuesta de Inversión en el municipio de Quezada, departamento de Jutiapa, se formulan las siguientes conclusiones.

1. Las condiciones socioeconómicas que afrontan la población del área rural del Municipio, reflejan la realidad que vive el resto del país, la mayor parte de la población, tiene un nivel de escolaridad bajo, viven en extrema pobreza, no así en el área urbana, que tienen acceso a centros educativos, fuentes de trabajo, con mayor remuneración que hace que este segmento de población tenga mayor alcance a la educación.
2. El cultivo de maíz representa la principal actividad agrícola del Municipio este ha sido afectado por diferentes factores entre ellos están los precios de insumos, transporte, arrendamientos, etc., no obstante los productores del lugar conservan por tradición la conducta hacia el cultivo del mismo, y no optan por la diversificación de la producción, lo que limita el desarrollo social y económico del pueblo.
3. Tradicionalmente, el maíz y el frijol, han sido los productos predominantes en la actividad agrícola del lugar. Actualmente las condiciones del mercado son desfavorables, por lo que es necesario diversificar la actividad agrícola con productos rentables con periodos cortos de producción, para la pronta recuperación de la inversión, que puedan fortalecer esta ocupación, principal generadora de empleos e ingresos.

4. El chile pimienta es un producto que tiene mercado seguro tanto a nivel nacional como internacional; la demanda insatisfecha se incrementa año con años debido al crecimiento poblacional, y a la preferencia por su consumo.

RECOMENDACIONES

Derivado de las conclusiones establecidas en la investigación de campo del tema, se presentan las siguientes recomendaciones como una posible solución a las distintas necesidades observadas en el estudio realizado.

1. Que los comités de desarrollo local gestionen ante las autoridades del Gobierno Central, específicamente el Ministerio de Educación, para que implemente programas educativos que faciliten el acceso a la educación de la población y que provean la infraestructura necesaria en cada comunidad en la construcción de escuelas en el municipio de Quezada, esto con el objetivo de minimizar las distancias a los alumnos y disminuir el índice de analfabetismo y lograr el desarrollo socioeconómico del Municipio.
2. Que los productores de maíz se organicen en una Cooperativa, con la misma tendrán una mejor visión en lo que es la comercialización del producto, buscar nuevos canales de comercialización que directamente se ejecutaran con los minoristas, esto conlleva a mejorar las ganancias tanto del productor en un 7% y al minorista un 3%, incluyen el porcentaje de gasto de transporte tanto como regional hasta la capital como se puede observar en el capítulo II, compra de insumos por mayor y esto les beneficiara, ya que comprarán a un mejor precio por el alto volumen.
3. Que los productores agrícolas organizados del Municipio, soliciten asesoría técnica al Ministerio de Agricultura, Alimentación y Ganadería -MAGA-, la ejecución de programas de capacitación y asesoría técnica que fomente e incentiven a la diversificación de cultivos agrícolas, para estar en capacidad de adaptarse a los cambios que originarán los tratados de libre de comercio internacional, cuya forma es la puesta en marcha de las propuesta de

inversión que se describen en el contenido del presente informe como lo es el Chile Pimiento.

4. Que los productores de chile pimiento se organicen en comité, para diversificar la producción y crear fuentes de empleo e ingresos y por ende mejorar el nivel de vida de la población. Que se utilicen los canales y márgenes de comercialización propuestas, lo cual contribuirá a mejorar las condiciones económicas de los asociados.

5. Que los productores de las distintas actividades económicas de Quezada, recurran al financiamiento externo a través de préstamos concedidos por parte del Gobierno en calidad de fideicomisos, los cuales son administrados a través del Banco de Desarrollo Rural S.A., cuyos beneficios son: baja tasa de interés, período de gracia y sin garantías prendarios o hipotecarias, esto permitirá aumentar la capacidad de inversión en tecnología para obtener mejores resultados en las actividades productivas.

ANEXO 1
“MANUAL DE ORGANIZACIÓN”

MANUAL DE ORGANIZACIÓN

El presente manual de organización, contiene la información y los lineamientos necesarios que les permitirá a los socios y personal del Comité Agrícola La Brea, producción de chile pimienta del municipio de Quezada, conocer su adecuada ubicación dentro de la estructura que se ha diseñado y se presenta en el organigrama respectivo para identificar los niveles jerárquicos, grados de autoridad y responsabilidad, canales de comunicación y coordinación.

INTRODUCCION

El propósito fundamental de un manual de organización es el de identificar y dar a conocer de manera clara y sencilla, la estructura de la organización.

Así mismo presenta las funciones generales del Comité Agrícola y la descripción técnica de los puestos que incluye; su ubicación, supervisión recibida, descripción del puesto, relaciones de trabajo, autoridad, responsabilidad y los requisitos mínimos requeridos para cada puesto de trabajo.

ANTECEDENTES

En toda producción y comercialización es necesario un ente que dirija, organice y controle, las diferentes actividades necesarias para llevar a cabo con éxito el desempeño de una empresa, es necesario, ante la carencia de este, la creación de un Comité Agrícola de Producción que reúna las características para el buen desarrollo del área agrícola del municipio de Quezada, ya que actualmente carece de la misma.

OBJETIVOS DEL MANUAL

Dar a conocer a los socios y empleados de la Comité, un documento que les sirva de guía, para conocer la estructura de la misma, con el fin de facilitar la coordinación, dirección y supervisión de las actividades, para el logro de las metas y objetivos de los socios del Comité Agrícola La Brea.

Definir por medio del organigrama, la estructura organizacional que se ha propuesto, con el fin de evitar duplicidad de funciones, y un mejor desarrollo de las actividades del Comité Agrícola.

CONSIDERACIONES GENERALES

➤ Procedimiento para implementar el manual:

El Origen del presente Manual de Organización surge de la necesidad de crear la estructura organizacional y administrativa del Comité en el Municipio, para que oriente y dé mayor fluidez a la ejecución de las actividades.

Previamente a ser autorizado por los socios del comité, el Consejo de Administración debe invitar a una reunión a los empleados, para hacerles conciencia de la necesidad de una guía para el desarrollo de sus actividades informándoles detalladamente de su contenido para establecer las bases de su aplicación, motivándoles a colaborar para el cumplimiento del mismo.

➤ Aspectos comunes a los puestos:

- Conocer y respetar la estructura organizativa del Comité.
- Asistir en los horarios y jornadas de trabajo correspondiente a cada puesto.
- Conocer los instructivos administrativos que rigen las diferentes actividades y los objetivos trazados para bien del Comité y su personal.
- Todas las personas que trabajan en el Comité recibirán un salario justo de conformidad con el trabajo que desempeñen.
- Respetar su dignidad y reconocer sus méritos.

➤ Cumplimiento de los deberes y responsabilidades:

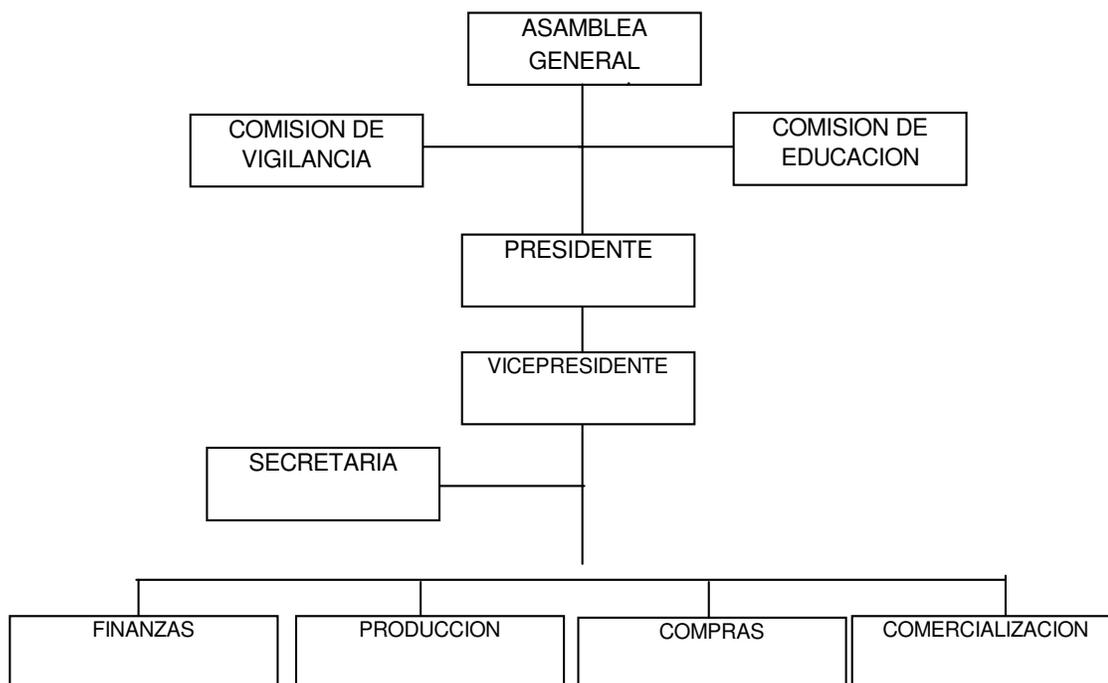
El personal del Comité, están obligados a cumplir con lo establecido en el presente manual, así como de guardar el orden y la buena conducta en la misma y notificar cualquier inconformidad a su jefe inmediato superior.

ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

Del Comité Agrícola, de la aldea La Brea del municipio de Quezada, cuenta con una estructura definida a nivel de unidades administrativas y departamentos, bajo la responsabilidad de personal específico y de acuerdo al ordenamiento que se observa en el organigrama, que se presenta a continuación:

1. Asamblea General
2. Presidente
3. Vicepresidente
4. Secretaria
5. Encargado Financiero
6. Encargado Producción
7. Encargado Compras
8. Encargado Comercialización

Municipio de Quezada - Jutiapa
Proyecto producción de chile pimiento
Organización propuesta
Comité de Productores de chile pimiento
Año: 2,002



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

DESCRIPCIÓN TÉCNICA DE PUESTOS

TITULO DEL CARGO:	Presidente
UBICACIÓN ADMINISTRATIVA:	Administración
JEFE INMEDIATO:	Asamblea General
SUB-ALTERNO:	Vicepresidente, Encargados de Compras, Producción y Comercialización

DESCRIPCIÓN GENERAL DEL CARGO

Es un cargo de carácter administrativo, que velara por el buen funcionamiento del Comité, mediante una buena planeación, organización y control de todas las actividades. La persona que ocupe este puesto será responsable de dirigir todas las sesiones de la Asamblea General de Administración y contará con el apoyo de los demás miembros, así también será el Responsable Legal.

DESCRIPCIÓN ESPECÍFICA DEL CARGO

1. ATRIBUCIONES

- Representar legalmente a la Comité.
- Presidir las sesiones de la Comité.
- Ejercer doble voto en caso de empate.
- Cumplir y hacer que se cumplan los estatutos de la Comité.
- Velar por el buen funcionamiento de la Comité.
- Autorizar con el Encargado de Finanzas los respectivos pagos.

2. AUTORIDAD:

- Delegar funciones o tareas específicas a los departamentos que tenga a su cargo.

3. RELACIONES DE TRABAJO

- Por naturaleza de sus atribuciones, deberá relacionarse con el Vicepresidente, Encargado de Finanzas, Producción, Comercialización y Compras.

4. RESPONSABILIDADES

- Es responsable de los derechos, obligaciones y del buen funcionamiento del Comité y ante la Asamblea General.

5. REQUISITOS

- Poseer título preferiblemente a nivel Diversificado orientado a la administración de empresas.
- Experiencia en la rama agrícola, dos años en puesto similar.
- Toma de decisiones, dirección y coordinación de actividades, liderazgo, Habilidad verbal, acostumbrado a trabajar bajo presión, visión de control de personal.
- Buenas relaciones humanas.

TITULO DEL CARGO:	Vicepresidente
UBICACIÓN ADMINISTRATIVA:	Administración
JEFE INMEDIATO:	Presidente
SUB-ALTERNO:	Encargados de Compras, Producción y Comercialización
DESCRIPCIÓN GENERAL DEL CARGO	
<p>Es un cargo de carácter administrativo, entre las actividades a desarrollar será sustituir al presidente en caso de ausencia, dar apoyo para que se ejecuten todas las comisiones que a delegado en las unidades sub-balternas. Informar periódicamente al presidente de la situación de lo ejecutado en las diferentes áreas.</p>	
DESCRIPCIÓN ESPECÍFICA DEL CARGO	
1. ATRIBUCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Colaborar activamente con el presidente del comité, en proporcionar informes de resultados, estadísticas y movimientos financieros. ➤ Recaudar y custodiar los fondos. ➤ Seguimiento con el financiero de los pagos de funcionamiento. ➤ Trasladar al presidente los informes de los ingresos y egresos. ➤ Revisar periódicamente los registros contables. ➤ Llevar control de ventas y compras. 	
2. AUTORIDAD:	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Delegar funciones o tareas específicas a los departamentos que tenga a su cargo. 	

3. RELACIONES DE TRABAJO

- Por naturaleza de sus atribuciones, deberá relacionarse con el Encargado de Finanzas, Producción, Comercialización y Compras.

4. RESPONSABILIDADES

- Es responsable de los resultados de las diferentes áreas que tiene a su cargo.

5. REQUISITOS

- Poseer título preferiblemente a nivel Diversificado orientado a la administración de empresas.
- Experiencia en la rama agrícola, dos años en puesto similar.
- Toma de decisiones, dirección y coordinación de actividades, liderazgo, Habilidad verbal, acostumbrado a trabajar bajo presión, visión de control de personal.
- Buenas relaciones humanas.

TITULO DEL PUESTO:	Secretaria
UBICACIÓN ADMINISTRATIVA:	Administración
JEFE INMEDIATO:	Asamblea General, Presidente y Vicepresidente.
SUB-ALTERNO:	Ninguno
DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PUESTO	
<p>Es un puesto de carácter administrativo, entre las actividades secretariales a realizar son las que designe el presidente del comité, y dar apoyo al vicepresidente para la entrega de la información que requiriera la Asamblea General y Presidencia.</p>	
DESCRIPCIÓN ESPECÍFICA DEL PUESTO	
2. ATRIBUCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Colaborar activamente con el presidente del comité, ➤ Apoyo al vicepresidente para la entrega de información. ➤ Redactar, registrar y archivar toda la información en los libros de actas. ➤ Notificar sobre acuerdos y convenios. ➤ Recibir información de las áreas de finanzas, producción, compras y comercialización, registrar para su posterior traslado a la presidencia. 	
2. AUTORIDAD:	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ No tiene autoridad sobre ningún puesto o área. 	
3. RELACIONES DE TRABAJO	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Por naturaleza de sus atribuciones, deberá relacionarse con el encargado de finanzas, producción, comercialización y compras. 	

4. RESPONSABILIDADES

- Es responsable de los registros y documentación de la Asamblea General, presidencia y vicepresidencia.

5. REQUISITOS

- Poseer título a nivel diversificado de secretaria comercial o bilingüe.
- Experiencia un año en puesto similar.
- Habilidad, Creatividad y destreza, en las actividades a realizar, acostumbrada a trabajar bajo presión, visión de control.
- Buenas relaciones humanas.

TITULO DEL PUESTO:	Encargado de Finanzas
UBICACIÓN ADMINISTRATIVA:	Administración
JEFE INMEDIATO:	Gerente
SUB-ALTERNO:	Ninguno
DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PUESTO	
<p>Es un puesto de carácter administrativo, por lo que a su cargo estará el buen manejo de los fondos del Comité. Será el encargado de llevar los registros de todas las cuentas, documentos y facturas.</p>	
DESCRIPCIÓN ESPECÍFICA DEL PUESTO	
1. ATRIBUCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Colaborar activamente con los miembros de la Asamblea General, en proporcionar informes de resultados, estadísticas y movimientos financieros. ➤ Recaudar y custodiar los fondos. ➤ Autorizar con el administrador los pagos de funcionamiento. ➤ Trasladar al consejo de Administración informes de los ingresos y egresos. ➤ Revisar periódicamente los registros contables. ➤ Llevar control de ventas y compras. 	
2. RELACIONES DE TRABAJO	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Por naturaleza de sus atribuciones, deberá relacionarse con el Administrador y Comisión de Vigilancia. 	

3. RESPONSABILIDADES

- Es responsable del buen manejo de los fondos del Comité.
- Presentar a tiempo los estados financieros al fisco.
- Distribuir los fondos para el pago a los proveedores.
- Cuidar de los recursos físicos de la organización.
- Verificar la realización del pago de impuestos.

4. REQUISITOS

- Poseer título de Perito Contador
- Estar actualizado en leyes e impuestos fiscales
- Estar registrado en la Superintendencia de Administración Tributaria SAT.
- Experiencia en la rama agrícola, un año en puesto similar.
- Don de mando, habilidad y destreza para la toma de decisiones.
- Buenas relaciones humanas.

TITULO DEL PUESTO:	Encargado de Producción
UBICACIÓN ADMINISTRATIVA:	Administración
JEFE INMEDIATO:	Gerente
SUB-ALTERNO:	Ninguno
DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PUESTO	
<p>Es un puesto de carácter administrativo-operativo, a su cargo estará colaborar activamente con los miembros del Comité, y la producción de chile pimiento.</p>	
DESCRIPCIÓN ESPECÍFICA DEL PUESTO	
1. ATRIBUCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Llevar el control de insumos. ➤ Limpias del producto. ➤ Aplicación de fertilizantes y funguicidas. ➤ Control de pérdidas de cosechas. 	
2. RELACIONES DE TRABAJO	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Deberá mantener relaciones con todos los miembros del Comité. 	
3. RESPONSABILIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Es responsable de sus propias atribuciones. 	
4. REQUISITOS	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Poseer titulo a nivel Diversificado. ➤ Experiencia en la rama agrícola. ➤ Don de mando, habilidad y destreza para la toma de decisiones. ➤ Buenas relaciones humanas. 	

TITULO DEL PUESTO:	Encargado de Comercialización
UBICACIÓN ADMINISTRATIVA:	Administración
JEFE INMEDIATO:	Gerente
SUB-ALTERNO:	Ninguno
DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PUESTO	
<p>Es un puesto de carácter administrativo-operativo, colabora con los miembros del Comité, y ejecutará la comercialización de chile pimienta.</p>	
DESCRIPCIÓN ESPECÍFICA DEL PUESTO	
1. ATRIBUCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Contactar a posibles compradores para la venta de chile pimienta. ➤ Realizar investigaciones de mercado local. ➤ Asistir a las sesiones del Consejo de Administración. 	
2. RELACIONES DE TRABAJO	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Deberá mantener relaciones con todos los miembros del Comité. 	
3. RESPONSABILIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Es responsable de buscar nuevos segmentos de mercado, para la comercialización del producto, así tener nuevas oportunidades de venta. 	
4. REQUISITOS	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Poseer título de Perito en Mercadotecnia y Publicidad. ➤ Experiencia en la rama agrícola, mínimo un año en puesto similar. ➤ Don de mando, habilidad y destreza para la toma de decisiones. ➤ Buenas relaciones humanas. 	

TITULO DEL PUESTO:	Encargado de Compras
UBICACIÓN ADMINISTRATIVA:	Administración
JEFE INMEDIATO:	Gerente
SUB-ALTERNO:	Ninguno
DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PUESTO	
<p>Es un puesto de carácter administrativo, colaborará activamente con los miembros del Comité, y ejecutará las compras para la ejecución de las operaciones de organización, comercialización y venta del producto.</p>	
DESCRIPCIÓN ESPECÍFICA DEL PUESTO	
1. ATRIBUCIONES	
<ul style="list-style-type: none">➤ Realizar cotizaciones para la compra de insumos.➤ Efectuar las compras requeridas.➤ Otras acorde al puesto.	
2. RELACIONES DE TRABAJO	
<ul style="list-style-type: none">➤ Por la naturaleza de sus actividades, mantendrá buenas relaciones con todos los integrantes del Comité.	
3. RESPONSABILIDADES	
<ul style="list-style-type: none">➤ Realizar órdenes de compra a los proveedores.➤ Efectuar las negociaciones de compras requeridas.➤ Seguimiento de despacho e ingresos de productos a bodega.	

4. REQUISITOS

- Poseer título a nivel Diversificado.
- Experiencia en la rama agrícola.
- Don de mando, habilidad y destreza para la toma de decisiones.
- Buenas relaciones humanas.

ANEXO 2
“MANUAL DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS”

INTRODUCCIÓN

El manual de normas y procedimientos tiene como finalidad simplificar, organizar y sistematizar los procedimientos de trabajo, para el Comité Agrícola de Quezada a fin de que constituya un instrumento para guiar el desempeño de las funciones asignadas al personal de la misma. En ellos se describen y se grafica, paso a paso, los procedimientos de las actividades, las normas que los rigen y los objetivos de cada proceso.

Es importante indicar que estos procedimientos fueron seleccionados en función de las necesidades específicas de la Comité Agrícola para cubrir los aspectos más importantes de la misma, entre ellos esta la compra de insumos, solicitud de distribuidor mayorista y la atención de reclamos.

Manual de Normas y Procedimientos

“El manual es un instrumento administrativo de carácter informativo en el que se presenta la secuencia para la ejecución de las actividades propias de las funciones de una Unidad Administrativa o de una empresa en su conjunto, normalizando las obligaciones para cada puesto de trabajo y limitando su área de aplicación y la forma de decisiones en el desarrollo de las actividades”²

Cada función debe llevar los datos del puesto, así como donde inicia y termina la actividad, debe contener los objetivos y las normas de la función.

➤ **Objetivos del Manual**

Los objetivos que se persiguen con el establecimiento de este Manual en el Comité Agrícola de Quezada son los siguientes:

- Servir de guía técnica y orientación de los pasos que ha ejecutarse por los empleados, para realizar sus actividades en sus puestos de trabajo.
- Normar, ordenar y coordinar, las diferentes actividades administrativas con el fin de evitar duplicidad u omisión de actividades.
- Proporcionar inducción al personal de nuevo ingreso.

➤ **Campos de aplicación**

Departamentos o puestos de trabajo que se relacionan con el procedimiento, en donde se determina la responsabilidad y autoridad de cada puesto.

➤ **Procedimientos**

Son los pasos que se desarrollan en forma lógica y secuencial, para realizar una proceso donde se relacionan diferentes departamentos.

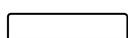
² Elaboración y Usos de Manuales Administrativos. Instituto Centroamericano de Administración Pública –ICAP- Serie: Ciencia de la Administración, No. 231. Reimpresión. San José, Costa Rica. Pág. 32 y 33

➤ Simbología

Los símbolos son una especie de lenguaje convencional con los que se designan o representan ideas, acciones, conceptos, etc. A continuación se describen los mismos:

Símbolo

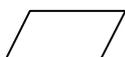
Inicio-Final



Descripción

El inicio y final de un procedimiento se representa por medio de una figura elíptica.

Inspección



Las inspecciones, revisiones o verificaciones se representan por medio de un cuadrado. Por Ejemplo se examina y/o comprueba algo del trabajo ejecutado.

Operación



Operación, se da al preparar información, firma de documentos, se llena un formato, se maneja una máquina, se recolecta datos etc.

Documento



La utilización de documentos, libros folletos, formulario y hojas se representa por medio de la figura a la izquierda.

Archivo Definitivo

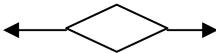
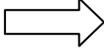
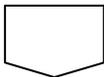


Los archivos definitivos de papelería, formularios, se representa por medio de un triángulo invertido.

Archivo Temporal



Los archivos temporales de papelería, formularios, se representa por medio de un triángulo.

<p>Decisión</p> 	<p>Una decisión o alternativa a tomarse en un procedimiento, se representa por medio de un rombo.</p>
<p>Traslado</p> 	<p>Este símbolo se utiliza en el flujo del proceso o sistema, interviene otra sección o departamento.</p>
<p>Demora</p> 	<p>Este símbolo se utiliza si existe demora en el procedimiento por cualquier circunstancia.</p>
<p>Conector</p> 	<p>Conector, continua en la misma unidad administrativa, se utiliza si finalizan las actividades de un puesto de trabajo, en la misma unidad productiva.</p>
<p>Conecto</p> 	<p>Conector, nueva unidad administrativa, se utiliza si finalizan las actividades de un puesto de trabajo, y se pasa a otra distinta, siempre y corresponda al mismo procedimiento. Se anota dentro del conector una letra mayúscula.</p>

La observancia de este manual es general en todo el Comité, en su carácter de ente productivo organizado. Su actualización y difusión entre todos los integrantes de la organización debe realizarse en forma periódica, y esta función es responsabilidad del gerente de la Asamblea General.

Comité Agrícola La Brea
Municipio de Quezada – Jutiapa
Manual de Normas y Procedimientos
Año: 2,002

PROCEDIMIENTO No. 1	Elaborado por:	No. De pasos 22
NOMBRE DEL PROCEDIMIENTO: Compra de Insumos Monto menor de Q.50,000.00	Aníbal de la vega	Hoja 1 de 5 Fecha 2,002
INICIA: Encargado de Producción	FINALIZA: Financiero	
<p>Objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Adquirir oportunamente y al mejor precio los materiales e insumos que requiera el Comité Agrícola para el desarrollo del proyecto. <p>Normas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La adquisición de materiales e insumos se realizará en base a un mínimo de 3 cotizaciones previas. • La compra se efectuará si se cuenta con la aprobación del Gerente General sobre el monto de compra que no exceda de Q.50,000.00 y será aprobada por Asamblea General si el monto de compra exceda de Q.50,000.00. ninguna otra persona podrá efectuar compromisos con los proveedores. • El Financiero será, serán el responsable de realizar los contratos de compra. • El Encargado de Producción es el responsable de revisar que los insumos recibidos, cumplan las condiciones de acuerdo a las cantidades, calidad y especificaciones fijadas en las ordenes de compra • El Financiero, será el encargado de realizar los pagos a los Proveedores. • El Bodeguero será el encargado de recibir los insumos y almacenarlos. 		

Comité Agrícola La Brea
Municipio de Quezada – Jutiapa
Manual de Normas y Procedimientos
Año: 2,002

PROCEDIMIENTO No. 1 NOMBRE DEL PROCEDIMIENTO: Compra de Insumos Monto menor de Q.50,000.00		Elaborado por: Aníbal De La Vega		No. De pasos 22 Hoja 2 de 5 Fecha 2,002	
INICIA: Encargado de Producción			FINALIZA: Contador		
1.1 DESCRIPCION DEL PROCEDIMIENTO					
UNIDAD ADMINISTRATIVA	PUESTO	PASO No.	ACTIVIDAD		
Departamento producción	Encargado de Producción	1	Elabora solicitud		
		2	Se adjunta cotización para compra de insumos		
		3	Traslada a gerente		
Gerencia General	Gerente	4	Recibe solicitud de compra de Materiales e insumos.		
		5	Recibe cotizaciones.		
		6	Revisa cotizaciones.		
		7	Verifica solicitud de compra de acuerdo a las cotizaciones.		
		7.1	Si no está correcta, deniega la compra		
		7.2	Si está correcta autoriza la compra.		
		8	Traslada cotizaciones y solicitud de compra al Financiero para elaborar el cheque.		
Encargado de Finanzas	Financiero	9	Recibe documentos.		
		10	Elabora cheque.		

Comité Agrícola La Brea
Municipio de Quezada – Jutiapa
Manual de Normas y Procedimientos
Año: 2,002

PROCEDIMIENTO No. 1 NOMBRE DEL PROCEDIMIENTO: Compra de Insumos Monto menor de Q.50,000.00		Elaborado por: Aníbal De La Vega.		No. De pasos 22 Hoja 3 de 5 Fecha 2,002	
INICIA: Encargado de Producción			FINALIZA: Financiero		
1.2 DESCRIPCION DEL PROCEDIMIENTO					
UNIDAD ADMINISTRATIVA	PUESTO	PASO No.	ACTIVIDAD		
Gerencia General	Gerente	11	Traslada al gerente documentos y cheque para revisión y firma.		
		12	Traslada copia de solicitud de compra a bodega.		
		13	Recibe solicitud de compra y cheque.		
		14	Revisa si el cheque y coteja con la cotización.		
		14.1	Si no esta correcto no firma cheque		
		14.2	Si está correcto firma cheque.		
Gerencia General	Gerente	15	Devuelve cheque y documentos al Financiero.		
Encargado de Finanzas	Financiero	16	Recibe cheque y documentos		
		17	archiva documentos temporalmente		

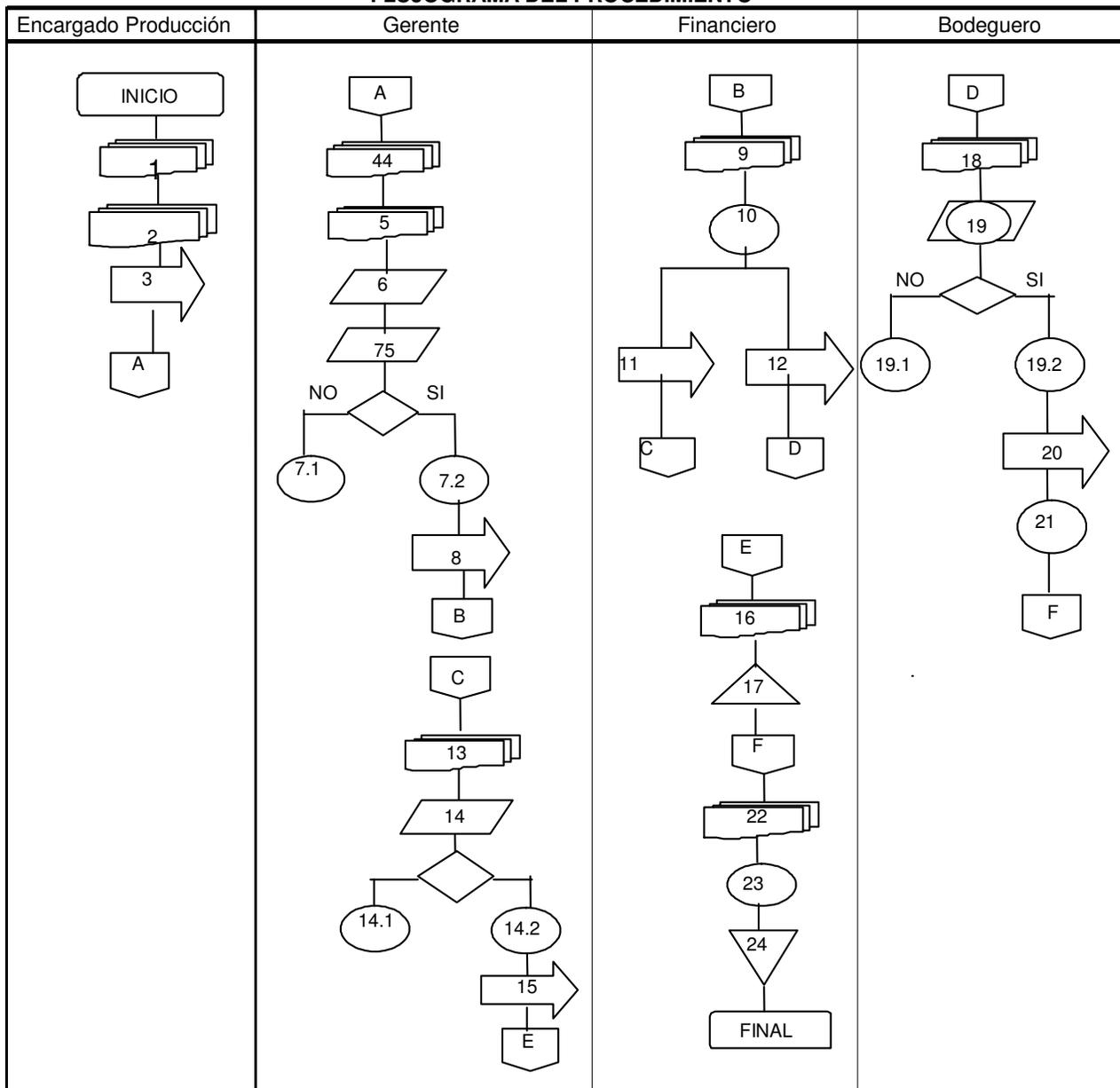
Comité Agrícola La Brea
Municipio de Quezada – Jutiapa
Manual de Normas y Procedimientos
Año: 2,002

PROCEDIMIENTO No. 1 NOMBRE DEL PROCEDIMIENTO: Compra de Insumos Monto menor de Q.50,000.00		Elaborado por: Aníbal De La Vega.		No. De pasos 22 Hoja 3 de 5 Fecha 2,002	
INICIA: Encargado de Producción			FINALIZA: Financiero		
1.3 DESCRIPCION DEL PROCEDIMIENTO					
UNIDAD ADMINISTRATIVA	PUESTO	PASO No.	ACTIVIDAD		
Bodega	Bodeguero	18	Recibe copia de solicitud de compra		
		19	Recibe insumos y factura del proveedor. Revisa insumos en coordinación con encargado de producción,		
		19.1	Si no cumple, no acepta el producto		
		19.2	Si cumple las especificaciones Requeridas, sella factura.		
		20	Traslada al contador para efectuar pago		
Encargado de finanzas	Financiero	21	Guarda los insumos para su entrega si son requeridos		
		22	Recibe factura y entrega cheque		
		23	Registra e ingresa en cuenta la Factura.		
		24	Archiva factura y solicitud		

Comité Agrícola La Brea
Municipio de Quezada - Jutiapa
Manual de Normas y Procedimientos
Año: 2,002

PROCEDIMIENTO No. 1	Elaborado por:	No., de pasos 22
NOMBRE DEL PROCEDIMIENTO: Compra de insumos, monto menor de Q.50,000.00	Anibal De La Vega.	Hoja 4 de 5
INICIA: Encargado de Producción	FINALIZA: Contador	Fecha 2,002

FLUJOGRAMA DEL PROCEDIMIENTO



Comité Agrícola La Brea
Municipio de Quezada – Jutiapa
Manual de Normas y Procedimientos
Año: 2,002

<u>PROCEDIMIENTO No. 2</u> NOMBRE DEL PROCEDIMIENTO: Solicitud de Distribuidor Mayorista	Elaborado por: Aníbal De La Vega.	No. De pasos 13 Hoja 1 de 5 Fecha 2,002
INICIA: Distribuidor Potencial	FINALIZA: Encargado de Comercialización	
<p>Objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Incrementar las ventas por medio de distribuidores mayoristas. • Mantener una cartera de clientes confiable que pueda representar el Comité en varios mercados. • Determinar en qué mercado tiene más aceptación el producto. <p>Normas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Toda solicitud de distribuidor potencial debe indicar el mercado que atiende actualmente y referencias comerciales que le amparen. • Todo estudio, análisis e investigación del cliente debe quedar documentado para conocer los procedimientos utilizados. • Solo el Gerente General puede autorizar la negociación con un cliente nuevo. 		

Comité Agrícola La Brea
Municipio de Quezada – Jutiapa
Manual de Normas y Procedimientos
Año: 2,002

PROCEDIMIENTO No. 2		Elaborado por:		No. De pasos 13	
NOMBRE DEL PROCEDIMIENTO: Solicitud de Distribuidor Mayorista		Aníbal De La Vega.		Hoja 2 de 5	
				Fecha 2,002	
INICIA: Distribuidor Potencial			FINALIZA: Encargado de Comercialización		
1.4 DESCRIPCION DEL PROCEDIMIENTO					
UNIDAD ADMINISTRATIVA	PUESTO	PASO No.	ACTIVIDAD		
Distribución Potencial		1	Realiza solicitud para poder ser Distribuidor mayorista al departamento De Comercialización.		
Depto. Comercialización	Encargado	2	Elabora los estudios de mercado del Sector que cubre el cliente e investiga referencias comerciales.		
		3	Elabora informe con resultados de comportamiento y referencias del cliente.		
Gerencia General	Gerente	4	Envía informe al Gerente General		
		5	Recibe informe		
		6	Analiza si es conveniente realizar la negociación.		

Comité Agrícola La Brea
Municipio de Quezada – Jutiapa
Manual de Normas y Procedimientos
Año: 2,002

<u>PROCEDIMIENTO No. 2</u>		Elaborado por:	No. De pasos 13
NOMBRE DEL PROCEDIMIENTO: Aníbal De La Vega.			Hoja 3 de 5
Solicitud de Distribuidor Mayorista			Fecha 2,002
INICIA: Distribuidor Potencial		FINALIZA: Encargado de Comercialización.	
1.5 DESCRIPCION DEL PROCEDIMIENTO			
UNIDAD ADMINISTRATIVA	PUESTO	PASO No.	ACTIVIDAD
Depto. Comercialización	Encargado	6.1	Si considera que no es conveniente rechaza la solicitud de distribuidor potencial.
		6.2	Si analiza que es un buen mercado y cumple con los costos y márgenes de ganancia, acepta la solicitud.
		7	Elabora confirmación de ventas
		8	Envía documento de confirmación de ventas al encargado de Comercialización.
		9	Recibe la aceptación de distribución y procede a informarle al cliente por escrito.
		10	Procede a tomar pedido del cliente
		11	Traslada al Depto. De Producción

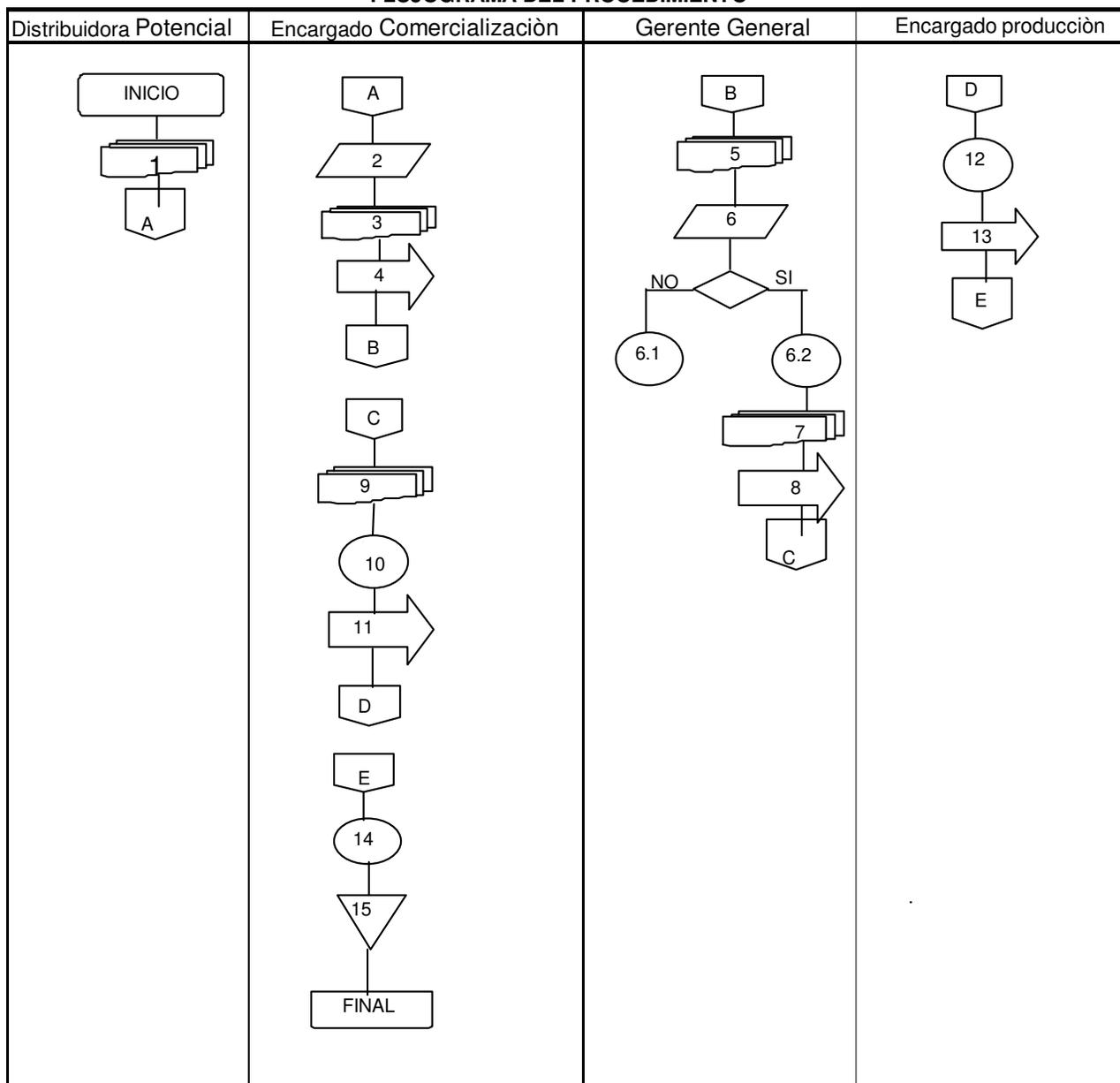
Comité Agrícola La Brea
Municipio de Quezada – Jutiapa
Manual de Normas y Procedimientos
Año: 2,002

PROCEDIMIENTO No. 2		Elaborado por:		No. De pasos 13	
NOMBRE DEL PROCEDIMIENTO: Solicitud de Distribuidor Mayorista		Aníbal De La Vega.		Hoja 4 de 5	
				Fecha 2,002	
INICIA: Distribuidor Potencial			FINALIZA: Encargado de Comercialización.		
1.6 DESCRIPCION DEL PROCEDIMIENTO					
UNIDAD ADMINISTRATIVA	PUESTO	PASO No.	ACTIVIDAD		
Depto. Producción	Encargado	12	Recibe pedido, ordena y programa según fechas de entrega.		
		13	Envía confirmación al depto. De Comercialización para que coordine		
Depto. Comercialización	Encargado	14	Recibe confirmación, abre file		
		15	Archiva.		

Comité Agrícola La Brea.
Municipio de Quezada - Jutiapa
Manual de Normas y Procedimientos
Año: 2,002

NUMERO DE PROCEDIMIENTO: 2	Elaborado por Anibal de la Vega	No., de pasos 13
NOMBRE DEL PROCEDIMIENTO: Solicitud de distribución mayorista		Hoja 5 de 5 Fecha 2,002
INICIA: Distribuidor Potencial		FINALIZA: Encargado de Comercialización

FLUJOGRAMA DEL PROCEDIMIENTO



Comité Agrícola La Brea
Municipio de Quezada – Jutiapa
Manual de Normas y Procedimientos
Año: 2,002

<u>PROCEDIMIENTO No. 3</u>	Elaborado por:	No. De pasos 13
NOMBRE DEL PROCEDIMIENTO:	Aníbal De La Vega.	Hoja 1 de 4
Atención a reclamos de producción		Fecha 2,002
INICIA: Encargado Comercialización		FINALIZA: Encargado Comercialización
<p>Objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Llevar un exacto control de los reclamos presentados por los clientes. • Prestar un buen servicio en atención y resolución a la brevedad posible en reclamos. • Combatir las debilidades en la comercialización a través de la resolución de reclamos. • Mantener estrecha relación con producción y gerencia general para tomar decisiones conjuntas. <p>Normas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El primer canal para atención a reclamos será el departamento de Comercialización. • Comercialización trasladará el reclamo al departamento de producción para respuesta e informe técnico. • Si es solamente queja resolverá de una vez el departamento de producción, si es reclamo le corresponde resolver a Gerencia juntamente con Comercialización. • Comercialización presentará reporte mensual de reclamos. 		

Comité Agrícola La Brea
Municipio de Quezada – Jutiapa
Manual de Normas y Procedimientos
Año: 2,002

<u>PROCEDIMIENTO No. 3</u> NOMBRE DEL PROCEDIMIENTO: Atención a reclamos de producción		Elaborado por: Aníbal De La Vega.		No. De pasos 13 Hoja 2 de 4 Fecha 2,002	
INICIA: Encargado de Comercialización			FINALIZA: Encargado de Comercialización		
1.7 DESCRIPCION DEL PROCEDIMIENTO					
UNIDAD ADMINISTRATIVA	PUESTO	PASO No.	ACTIVIDAD		
Depto. Comercialización	Encargado	1	Revisa tipo de reclamo		
		2	Elabora formato de reclamo		
		3	Traslada formato de reclamo a Depto. Producción		
Depto. Producción	Encargado	4	Recibe reclamo		
		5	Analiza reclamo.		
		6	Realiza informe técnico		
		6.1	Si no es de mucha trascendencia (queja) resuelve y finaliza reclamo		
		6.2	Si es de mucha trascendencia (reclamo) no resuelve		
Gerencia General	Gerente	7	Traslada a Gerencia para resolución		
		8	Recibe informe técnico		
		9	Resuelve		
		10	Traslada a depto. Comercialización		

Comité Agrícola La Brea
Municipio de Quezada – Jutiapa
Manual de Normas y Procedimientos
Año: 2,002

PROCEDIMIENTO No. 3		Elaborado por:		No. De pasos 13	
NOMBRE DEL PROCEDIMIENTO: Atención a reclamos de producción		Aníbal De La Vega.		Hoja 3 de 4	
				Fecha 2,002	
INICIA: Encargado de Comercialización			FINALIZA: Encargado de Comercialización		
1.8 DESCRIPCION DEL PROCEDIMIENTO					
UNIDAD ADMINISTRATIVA	PUESTO	PASO No.	ACTIVIDAD		
Depto. Comercialización	Encargado	11	Recibe resolución		
		12	Elabora respuesta para el cliente		
		13	Archiva informe técnico y resolución.		

Comité Agrícola La Brea
Municipio de Quezada - Jutiapa
Manual de Normas y Procedimientos
Año: 2,002

NUMERO DE PROCEDIMIENTO: 3	Elaborado por:	No., de pasos 13
NOMBRE DEL PROCEDIMIENTO: Atención a reclamos	Anibal De La Vega.	Hoja 4 de 4 Fecha 2,002
INICIA: Encargado de Comercialización		FINALIZA: Encargado de Comercialización

FLUJOGRAMA DEL PROCEDIMIENTO

