

MUNICIPIO DE AGUA BLANCA  
DEPARTAMENTO DE JUTIAPA

“ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL “ (PANADERIA)

**BLANCA LUZ DE LEON SANTOS**

TEMA GENERAL

“DIAGNOSTICO SOCIOECONOMICO, POTENCIALIDADES  
PRODUCTIVAS Y PROPUESTAS DE INVERSION”

MUNICIPIO DE AGUA BLANCA  
DEPARTAMENTO DE JUTIAPA

TEMA INDIVIDUAL

“ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL ” (PANADERIA)

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
2,004

2,004

(c)

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

AGUA BLANCA-VOLUMEN 6

2-52-75-AE-2004

Impreso en Guatemala, C.A.

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS

“ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL ” (PANADERIA)

MUNICIPIO DE AGUA BLANCA  
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

BLANCA LUZ DE LEON SANTOS

previo a conferírsele el título

de

ADMINISTRADORA DE EMPRESAS

en el Grado Académico de

LICENCIADA

Guatemala, Noviembre de 2004

## ÍNDICE

|         |                                                | Pág. |
|---------|------------------------------------------------|------|
|         | INTRODUCCIÓN                                   | i    |
|         | <b>CAPÍTULO I</b>                              |      |
|         | <b>CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL MUNICIPIO</b> |      |
| 1.1     | ANTECEDENTES HISTÓRICOS                        | 1    |
| 1.2     | LOCALIZACIÓN                                   | 2    |
| 1.2.1   | Coordenadas                                    | 2    |
| 1.2.2   | Colindancias                                   | 2    |
| 1.2.3   | Extensión territorial                          | 2    |
| 1.2.4   | Distancia                                      | 3    |
| 1.2.5   | Altitud                                        | 3    |
| 1.3     | CONDICIONES CLIMATOLÓGICAS                     | 3    |
| 1.3.1   | Precipitación pluvial                          | 3    |
| 1.4     | OROGRAFÍA                                      | 3    |
| 1.5     | RECURSOS NATURALES                             | 4    |
| 1.5.1   | Bosques                                        | 4    |
| 1.5.2   | Ríos                                           | 4    |
| 1.5.3   | Suelos                                         | 4    |
| 1.6     | DIVISIÓN POLÍTICO - ADMINISTRATIVA             | 5    |
| 1.6.1   | División política al año 1994                  | 6    |
| 1.6.2   | División política año 2002                     | 6    |
| 1.6.3   | División administrativa                        | 6    |
| 1.7     | VÍAS DE COMUNICACIÓN                           | 7    |
| 1.8     | SERVICIOS                                      | 7    |
| 1.8.1   | Estatales                                      | 7    |
| 1.8.1.1 | Salud                                          | 8    |
| 1.8.1.2 | Educación                                      | 8    |

|         |                                                       |    |
|---------|-------------------------------------------------------|----|
| 1.8.2   | Municipales                                           | 10 |
| 1.8.2.1 | Agua                                                  | 10 |
| 1.8.2.2 | Drenajes                                              | 12 |
| 1.8.2.3 | Mercado                                               | 13 |
| 1.8.2.4 | Servicio de extracción de basura                      | 13 |
| 1.8.3   | Privados                                              | 14 |
| 1.8.3.1 | Transportes                                           | 14 |
| 1.8.3.2 | Energía eléctrica                                     | 14 |
| 1.8.3.3 | Correos                                               | 15 |
| 1.8.3.4 | Bancos                                                | 16 |
| 1.8.3.5 | Comercio                                              | 16 |
| 1.8.3.6 | Telecomunicaciones                                    | 16 |
| 1.9     | POBLACIÓN                                             | 17 |
| 1.9.1   | Población por edad y sexo                             | 17 |
| 1.9.2   | Nivel de escolaridad o nivel educativo                | 18 |
| 1.9.3   | Población económicamente activa                       | 19 |
| 1.9.4   | Población económicamente activa por sector productivo | 20 |
| 1.9.5   | Nivel de pobreza                                      | 20 |
| 1.9.6   | Empleo y niveles de ingreso                           | 21 |
| 1.9.7   | Ingresos y egresos familiares                         | 21 |
| 1.10    | INFRAESTRUCTURA ORGANIZACIONAL                        | 22 |
| 1.10.1  | Organizaciones comunitarias                           | 23 |
| 1.10.2  | Organizaciones productivas                            | 23 |
| 1.10.3  | Organizaciones de apoyo                               | 23 |
| 1.11    | LA TIERRA                                             | 24 |
| 1.11.1  | Tenencia de la tierra                                 | 24 |
| 1.11.2  | Concentración de la tierra                            | 25 |
| 1.11.3  | Uso de la tierra                                      | 26 |
| 1.12    | ACTIVIDADES PRODUCTIVAS DEL MUNICIPIO                 | 27 |
| 1.12.1  | Producción agrícola                                   | 27 |
| 1.12.2  | Producción pecuaria                                   | 28 |
| 1.12.3  | Producción artesanal                                  | 28 |

## **CAPÍTULO II**

### **SITUACIÓN ACTUAL DE LA PRODUCCIÓN DE PAN**

|         |                                       |    |
|---------|---------------------------------------|----|
| 2.1     | DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO              | 29 |
| 2.1.1   | Descripción genérica                  | 29 |
| 2.1.2   | Variedades                            | 30 |
| 2.1.3   | Características y usos                | 30 |
| 2.2     | PRODUCCIÓN                            | 30 |
| 2.2.1   | Volumen, valor y superficie           | 33 |
| 2.3     | TECNOLOGÍA                            | 34 |
| 2.4     | COSTOS                                | 34 |
| 2.4.1   | Rentabilidad                          | 36 |
| 2.5     | FINANCIAMIENTO                        | 37 |
| 2.5.1   | Fuentes de financiamiento internas    | 37 |
| 2.5.2   | Fuentes de financiamiento externas    | 38 |
| 2.6     | COMERCIALIZACIÓN                      | 38 |
| 2.6.1   | Mezcla de mercadotecnia               | 38 |
| 2.6.1.1 | Producto                              | 38 |
| 2.6.1.2 | Plaza                                 | 39 |
| 2.6.1.3 | Precio                                | 42 |
| 2.6.1.4 | Promoción                             | 42 |
| 2.7     | ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL              | 43 |
| 2.8     | RESUMEN DE LA PROBLEMÁTICA ENCONTRADA | 45 |
| 2.9     | SOLUCIÓN A LA PROBLEMÁTICA ENCONTRADA | 46 |

## **CAPÍTULO III**

### **PROYECTO: PRODUCCIÓN DE CHILE PIMIENTO**

|     |                          |    |
|-----|--------------------------|----|
| 3.1 | DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO | 47 |
|-----|--------------------------|----|

|         |                                       |    |
|---------|---------------------------------------|----|
| 3.1.1   | Presentación del producto             | 47 |
| 3.1.2   | Producción anual                      | 48 |
| 3.1.3   | Mercado meta                          | 48 |
| 3.2     | JUSTIFICACIÓN                         | 48 |
| 3.3     | OBJETIVOS                             | 49 |
| 3.3.1   | Objetivos generales                   | 49 |
| 3.3.2   | Objetivos específicos                 | 49 |
| 3.4     | ASPECTOS DE MERCADO                   | 49 |
| 3.4.1   | Descripción del producto              | 50 |
| 3.4.1.1 | Uso del producto                      | 50 |
| 3.4.2   | Oferta                                | 51 |
| 3.4.3   | Demanda                               | 52 |
| 3.4.3.1 | Consumo aparente                      | 53 |
| 3.4.3.2 | Demanda insatisfecha                  | 54 |
| 3.4.4   | Precio                                | 55 |
| 3.5     | Proceso de comercialización           | 55 |
| 3.5.1   | Concentración                         | 56 |
| 3.5.2   | Equilibrio                            | 56 |
| 3.5.3   | Dispersión                            | 56 |
| 3.6     | FUNCIONES DE LA COMERCIALIZACION      | 56 |
| 3.6.1   | Funciones de intercambio              | 56 |
| 3.6.1.1 | Compra-venta                          | 57 |
| 3.6.1.2 | Determinación de precios              | 57 |
| 3.6.2   | Funciones físicas                     | 57 |
| 3.6.2.1 | Acopio                                | 57 |
| 3.6.2.2 | Clasificación                         | 58 |
| 3.6.2.3 | Empaque                               | 58 |
| 3.6.2.4 | Transporte                            | 58 |
| 3.6.3   | Funciones auxiliares                  | 58 |
| 3.6.3.1 | Financiamiento de la comercialización | 58 |
| 3.6.3.2 | Aceptación de riesgos                 | 59 |
| 3.6.3.3 | Información de precios                | 59 |
| 3.6.3.4 | Información de mercados               | 59 |
| 3.6.3.5 | Promoción de mercados                 | 59 |
| 3.7     | INSTITUCIONES DE LA COMERCIALIZACIÓN  | 60 |



|          |                                    |    |
|----------|------------------------------------|----|
| 3.7.1    | Productor                          | 60 |
| 3.7.2    | Mayoristas                         | 60 |
| 3.7.3    | Detallistas                        | 60 |
| 3.7.4    | Consumidor final                   | 60 |
| 3.8      | ESTRUCTURA DE LA COMERCIALIZACIÓN  | 61 |
| 3.8.1    | Estructura de mercado              | 61 |
| 3.8.2    | Conducta de mercado                | 61 |
| 3.8.3    | Eficiencia de mercado              | 61 |
| 3.9      | OPERACIONES DE LA COMERCIALIZACION | 61 |
| 3.9.1    | Canales de comercialización        | 61 |
| 3.9.2    | Márgenes de comercialización       | 62 |
| 3.9.2.1  | Márgen bruto de comercialización   | 62 |
| 3.9.2.2  | Márgen neto de comercialización    | 63 |
| 3.9.3    | Factores de diferenciación         | 64 |
| 3.9.3.1  | Utilidad de lugar                  | 64 |
| 3.9.3.2  | Utilidad de forma                  | 65 |
| 3.9.3.3  | Utilidad de tiempo                 | 65 |
| 3.9.3.4  | Utilidad de posesión               | 65 |
| 3.10     | ASPECTOS TÉCNICOS                  | 65 |
| 3.10.1   | Localización del proyecto          | 65 |
| 3.10.1.1 | Macro-localización                 | 66 |
| 3.10.1.2 | Micro-localización                 | 66 |
| 3.10.2   | Tecnología                         | 66 |
| 3.10.3   | Tamaño                             | 66 |
| 3.10.4   | Recursos                           | 67 |
| 3.10.5   | Producción                         | 67 |
| 3.10.6   | Proceso de producción              | 67 |
| 3.10.7   | Distribución en planta             | 71 |
| 3.11     | ASPECTOS FINANCIEROS               | 71 |
| 3.11.1   | Inversión                          | 71 |
| 3.11.1.1 | Inversión fija                     | 72 |
| 3.11.1.2 | Capital de trabajo                 | 72 |
| 3.11.1.3 | Inversión total                    | 73 |
| 3.11.1.4 | Estados financieros                | 74 |
| 3.11.2   | Costos                             | 74 |

|          |                                        |    |
|----------|----------------------------------------|----|
| 3.11.2.1 | Estado de resultados                   | 74 |
| 3.11.3   | Financiamiento                         | 75 |
| 3.11.3.1 | Fuentes externas                       | 76 |
| 3.11.3.2 | Fuentes internas                       | 76 |
| 3.12     | <b>EVALUACIÓN FINANCIERA</b>           | 76 |
| 3.12.1   | Tasa de recuperación de la inversión   | 76 |
| 3.12.2   | Tiempo de recuperación de la inversión | 77 |
| 3.12.3   | Tasa interna de retorno                | 77 |
| 3.12.4   | Tasa de retorno al capital             | 78 |
| 3.12.5   | Punto de equilibrio                    | 78 |
| 3.12.6   | Porcentaje de margen de seguridad      | 79 |

## **CAPÍTULO IV**

### **ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL PROPUESTA**

|         |                                                   |    |
|---------|---------------------------------------------------|----|
| 4.1     | <b>SITUACIÓN ACTUAL</b>                           | 81 |
| 4.2     | <b>ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL PROPUESTA</b>         | 81 |
| 4.2.1   | Tipo y denominación                               | 81 |
| 4.2.2   | Localización                                      | 82 |
| 4.2.3   | Justificación                                     | 82 |
| 4.2.4   | Marco jurídico                                    | 82 |
| 4.2.5   | Objetivos                                         | 83 |
| 4.2.5.1 | Objetivos generales                               | 83 |
| 4.2.5.2 | Objetivos específicos                             | 84 |
| 4.2.6   | Funciones generales                               | 84 |
| 4.2.7   | Estructura organizacional                         | 85 |
| 4.2.7.1 | Diseño organizacional                             | 85 |
| 4.2.7.2 | Sistema de organización                           | 86 |
| 4.2.7.3 | Funciones básicas de las unidades administrativas | 87 |
| 4.3     | <b>RECURSOS NECESARIOS</b>                        | 90 |
| 4.3.1   | Recursos humanos                                  | 90 |
| 4.3.2   | Recursos físicos                                  | 90 |
| 4.3.3   | Recursos financieros                              | 90 |

|       |                               |    |
|-------|-------------------------------|----|
| 4.4   | PROYECCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN | 91 |
| 4.4.1 | Social                        | 91 |
| 4.4.2 | Económica                     | 91 |
| 4.4.3 | Cultural                      | 91 |
| 4.5   | SOPORTE DE LA ORGANIZACIÓN    | 92 |
| 4.5.1 | Legal                         | 92 |
| 4.5.2 | Mercadológico                 | 93 |
| 4.5.3 | Técnico                       | 93 |
| 4.5.4 | Financiero                    |    |
| 4.5.5 | Administrativo                | 94 |

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

ANEXO

MANUAL DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS

BIBLIOGRAFÍA

## ÍNDICE DE CUADROS

| No. | Nombre                                                                                                                                                 | Página |
|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| 1   | Municipio de Agua Blanca, departamento de Jutiapa<br>Cobertura y Déficit del Sistema Educativo Según<br>Nivel Año 2002                                 | 10     |
| 2   | Municipio de Agua Blanca, departamento de Jutiapa<br>Servicio de Agua Entubada por años en Estudio<br>Según Condición de Cobertura Años 1994-2002      | 11     |
| 3   | Municipio de Agua Blanca, departamento de Jutiapa<br>Servicio de Drenajes por Años en Estudio Según<br>Condición de Cobertura Año 1994 y 2002          | 12     |
| 4   | Municipio de Agua Blanca, departamento de Jutiapa<br>Servicio de Energía Eléctrica por Años en Estudio<br>Según Condición de Cobertura Año 1994 y 2002 | 15     |
| 5   | Municipio de Agua Blanca, departamento de Jutiapa<br>Cobertura y Déficit del Servicio de Telecomunicaciones<br>Según Área Año 2002                     | 16     |
| 6   | Municipio de Agua Blanca, departamento de Jutiapa<br>Población por Sexo y Área Según Grupos de Edad<br>Año 2002                                        | 17     |
| 7   | Municipio de Agua Blanca, departamento de Jutiapa<br>Población Escolar por Años en Estudio Según Nivel<br>de Escolaridad Años 1994 y 2002              | 19     |
| 8   | Municipio de Agua Blanca, departamento de Jutiapa<br>Tenencia de la Tierra por Estrato Según Régimen de<br>Propiedad Año 1979                          | 24     |
| 9   | Municipio de Agua Blanca departamento de Jutiapa                                                                                                       |        |

|    |                                                                                                                                                                                  |    |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
|    | Tenencia de la Tierra por Estrato Según Régimen de Propiedad Año 2002                                                                                                            | 25 |
| 10 | Municipio de Agua Blanca, departamento de Jutiapa<br>Volúmen de la Producción Anual, Según Encuesta<br>Actividad Artesanal, Pequeño Artesano, Panadería<br>A,B y C Año 2002      | 33 |
| 11 | Municipio de Agua Blanca, departamento de Jutiapa<br>Costo Directo de Producción de Un Quintal de Harina<br>Actividad Artesanal, Pequeño Artesano, Panadería<br>A,B y C Año 2002 | 35 |
| 12 | Municipio de Agua Blanca, departamento de Jutiapa<br>Estado de Resultados Consolidado Actividad<br>Artesanal, Panadería A,B y C del 01 de julio 2002<br>al 30 de junio 2003      | 36 |
| 13 | Municipio de Agua Blanca, departamento de Jutiapa<br>Márgenes de Comercialización Actividad Artesanal<br>de Panadería Año 2002                                                   | 42 |
| 14 | República de Guatemala, Oferta Total Histórica y<br>Proyectada Producto Chile Pimiento Años 1997-2006                                                                            | 51 |
| 15 | República de Guatemala, Demanda Potencial Histórica<br>y Proyectada Producto Chile Pimiento Años 1997-2006                                                                       | 52 |
| 16 | República de Guatemala, Consumo Aparente Producto<br>Chile Pimiento Años 1997-2006                                                                                               | 53 |
| 17 | República de Guatemala, Estimación de la Demanda<br>Insatisfecha Producto Chile Pimiento Años 1997-2006                                                                          | 54 |
| 18 | Municipio de Agua Blanca, departamento de Jutiapa<br>Proyecto Producción de Chile Pimiento Márgenes de<br>Comercialización Año 2002                                              | 63 |

|    |                                                                                                                                                                                                 |    |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 19 | Municipio de Agua Blanca, departamento de Jutiapa<br>Proyecto: Producción de Chile Pimiento Inversión Fija                                                                                      | 72 |
| 20 | Municipio de Agua Blanca departamento de Jutiapa<br>Proyecto:Producción Chile Pimiento Inversión en Capital de<br>de Trabajo Cinco Manzanas, Una Cosecha Nivel III                              | 73 |
| 21 | Municipio de Agua Blanca, departamento de Jutiapa<br>Proyecto: Producción Chile Pimiento Inversión Total<br>Cinco Manzanas, Una cosecha Nivel Tecnológico III                                   | 73 |
| 22 | Municipio de Agua Blanca, departamento de Jutiapa<br>Proyecto: Producción Chile Pimiento Costo Directo de<br>Producción Cinco Manzanas, Dos Cosechas del<br>1 de julio 2002 al 30 de junio 2003 | 74 |
| 23 | Municipio de Agua Blanca, departamento de Jutiapa<br>Proyecto:Producción Chile Pimiento Estado de Resultados<br>Cinco Manzanas, Dos Cosechas del 1 de julio de 2002<br>al 30 de junio de 2003   | 75 |

## ÍNDICE DE GRÁFICAS

| <b>No.</b> | <b>Nombre</b>                                                                                                                                | <b>Página</b> |
|------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| 1          | Municipio de Agua Blanca, departamento de Jutiapa<br>Flujograma del Proceso Productivo para la<br>Elaboración de Pan Año 2002                | 32            |
| 2          | Municipio de Agua Blanca, departamento de Jutiapa<br>Canales de Comercialización, Actividad Artesanal<br>Panadería Año 2002                  | 40            |
| 3          | Municipio de Agua Blanca, departamento de Jutiapa<br>Estructura Organizacional, actividad Artesanal de<br>Panadería Año 2002                 | 45            |
| 4          | Municipio de Agua Blanca, departamento de Jutiapa<br>Proyecto: Producción de Chile Pimiento Canales de<br>Comercialización Año 2002          | 62            |
| 5          | Municipio de Agua Blanca, departamento de Jutiapa<br>Proyecto: Producción de Chile Pimiento Flujograma<br>del Proceso Productivo             | 70            |
| 6          | Municipio de Agua Blanca, departamento de Jutiapa<br>Proyecto Chile Pimiento Estructura Organizacional<br>de la Asociación Agrícola Año 2002 | 86            |

## INTRODUCCIÓN

El Ejercicio Profesional Supervisado, de la facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de San Carlos, ofrece al estudiante un método de evaluación final, previo a optar al título profesional de Administrador de Empresas, Auditoría y Contaduría Pública y Economía, mediante una actividad constante de proyección a la población guatemalteca, especialmente aquella que se desenvuelve en condiciones económicas y sociales desfavorables, las cuales se orientan a plantear opciones de solución a los problemas existentes.

Es un trabajo de investigación que permite conocer y analizar la problemática en el interior del país y propicia la participación de los estudiantes de las tres carreras (Administración de Empresas, Auditoría y Contaduría Pública y Economía), para buscar las soluciones que ayuden a desarrollar las condiciones económicas del Municipio y en particular a los habitantes, mediante recomendaciones adecuadas en la realidad objetiva del medio.

El presente trabajo busca alcanzar los siguientes objetivos generales:

- Presentar una alternativa que contribuya a mejorar el nivel económico, social y cultural de los habitantes del Municipio.
- Proporcionar a los interesados en el cultivo de Chile Pimiento del municipio de Agua Blanca, un estudio con el que tengan la opción de mejorar considerablemente la producción.

La investigación de campo se realizó del 1 al 30 de junio del 2002, en el municipio de Agua Blanca, departamento de Jutiapa.

El estudio tiene como propósito ayudar al municipio de Agua Blanca, a realizar un análisis de las actividades económicas existentes y otras actividades que



se pueden poner en práctica para aprovechar los recursos que existen en dichas áreas.

Una de las principales ventajas es servir de guía a todas las personas que se interesen en conocer las actividades productivas, comerciales y financieras del cultivo de Chile Pimiento.

Para efectuar el presente trabajo se llevó a cabo un proceso en el cual intervinieron estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas, se inició un seminario general, posteriormente un específico para profundizar en los temas más importantes de cada carrera.

Al lograr desarrollar estos temas, se realizó una visita preliminar para determinar si el proyecto ayudaría en forma significativa a la comunidad, en donde se utilizó el método científico y para obtener la información necesaria se hizo uso de técnicas de investigación documental y bibliográficas.

Con la aprobación del proyecto, los estudiantes llevaron un trabajo de campo para censar y tabular la información necesaria para desarrollar en forma actualizada los proyectos.

El estudio se divide de la siguiente manera: El capítulo I en el que se describe la información general del municipio de Agua Blanca, departamento de Jutiapa como antecedentes, aspectos geográficos, demográficos, división político-administrativa, infraestructura, servicios, comercio y factor tierra.

El capítulo II, trata sobre la producción, costos, rentabilidad, fuentes de financiamiento, comercialización y organización de la actividad artesanal de panadería.

En el capítulo III, se desarrolla la propuesta de inversión, de producción y comercialización de Chile Pimiento, presentando para ello los aspectos técnicos, de mercado, financieros y administrativo-legales.

En el capítulo IV se desarrolla el tema de Organización Empresarial en donde se plantea la situación actual, la organización empresarial propuesta, los recursos y la proyección de la organización.

Las conclusiones y recomendaciones del informe y adjunto se encuentra el Anexo en el cual se presenta el Manual de Organización, las descripciones de puestos, y la bibliografía consultada.

## **CAPÍTULO I**

### **CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL MUNICIPIO**

En este capítulo se dan a conocer aspectos tales como el marco general, división político administrativa, recursos naturales, población, estructura agraria, servicios básicos y su infraestructura, organizaciones sociales y productivas, el flujo comercial y el sector productivo del municipio de Agua Blanca.

Dichos aspectos brindan elementos que permiten conocer las condiciones prevalecientes en el Municipio provocadas por diversos factores cambiantes y permanentes lo que permitirá la elaboración de la presente investigación.

Asimismo se incluye un estudio de “factores cambiantes como suelos, bosques, hidrografía; comparación de la cobertura de los servicios básicos; estudio de la situación de la estructura agraria actual como factor determinante de los indicadores que conforman el sector productivo que permitirán el conocimiento de las condiciones actuales del Municipio.”<sup>1</sup>

#### **1.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS**

En el año 1810, se funda Agua Blanca, debido a que en sus manantiales, el agua que brota es blanquecina, su nombre principalmente lo adopta en el Viejo Ojo de Agua. Desde su fundación hasta la fecha, es el tercer municipio más grande territorialmente del departamento de Jutiapa.

Se formó como municipio el 27 de agosto de 1836 y perteneció en aquél entonces al circuito de Mita, departamento de Chiquimula; después por Acuerdo del nueve de noviembre de 1853, pasó a la jurisdicción del departamento de Jutiapa y al fundarse Jalapa, como departamento, se adjudicó a éste, con fecha

---

<sup>1</sup> José Antonio, Aguilar Catalán., Metodología de la investigación para los diagnósticos socioeconómicos. Guatemala 2002. Pág.30.

24 de noviembre de 1873 según Decreto Gubernativo número 1,070. Después, por solicitud de los habitantes, volvió a pertenecer al departamento de Jutiapa, como hasta hoy continúa, según Acuerdo del 3 de febrero de 1874. Fue suprimido como municipio por el Acuerdo del cuatro de diciembre 1883, pero se rehabilitó como tal el 30 de enero de 1886.

## **1.2 LOCALIZACIÓN**

Entre la localización se encuentran las coordenadas, colindancias, extensión territorial, distancia y altitud.

### **1.2.1 Coordenadas**

Las coordenadas geográficas de Agua Blanca son 14 grados 29 minutos 43 segundos latitud norte y 89 grados 38 minutos 56 segundos longitud oeste del meridiano de Greenwich.

### **1.2.2 Colindancias**

“El municipio de Agua Blanca colinda al norte con los municipios de Ipala y Concepción Las Minas del departamento de Chiquimula; al sur con la República de El Salvador; al oeste con Asunción Mita y Santa Catarina Mita del departamento de Jutiapa y San Manuel Chaparrón, Jalapa; al este con Concepción Las Minas del departamento de Chiquimula y El Salvador.”<sup>2</sup>

### **1.2.3 Extensión territorial**

El municipio de Agua Blanca tiene una extensión de 340 kilómetros cuadrados.

---

<sup>2</sup> Francis Gall. Diccionario Geográfico de Guatemala, Editorial Tipografía Nacional. 2ª. Edición 1979. Tomo I. Pág. 18.

#### **1.2.4 Distancia**

Se encuentra ubicado a 162 kilómetros de la capital de Guatemala y a 42 kilómetros de la Cabecera Departamental.

#### **1.2.5 Altitud**

Agua Blanca se encuentra a una altura de 897 metros sobre el nivel del mar.

### **1.3 CONDICIONES CLIMATOLÓGICAS**

“Agua Blanca cuenta con un clima cálido seco en todas las aldeas, con excepción del Quequexque y Tempisque, donde por lo general es más frío. La temperatura varía según las estaciones del año, en los meses de febrero a septiembre sube, mientras que de octubre a enero disminuye.”<sup>2</sup>

Las temperaturas oficiales registradas en grados centígrados, según las estaciones del Instituto Nacional de Sismología, Vulcanología, Meteorología e Hidrología -INSIVUMEH- la máxima fue de 38.80 en el mes de marzo y la mínima de 15.50 en el mes de diciembre.

#### **1.3.1 Precipitación pluvial**

La precipitación se ha eliminado durante el primer trimestre del año y la tendencia de lluvias se ha concentrado entre los meses de mayo a noviembre.

#### **1.4 Orografía**

Su fisiografía presenta un terreno quebrado en 61%, que alcanza alturas que van desde 800 a 1,500 metros sobre el nivel del mar, con presencia de cerros y los volcanes Monterrico e Ixtepeque.

## **1.5 RECURSOS NATURALES**

Están integrados por los grupos de suelos y bosques que reúnen las distintas variedades de flora, fauna, ríos, lagunas y quebradas, que irrigan el área geográfica del Municipio.

### **1.5.1 Bosques**

Hay un bosque húmedo sub-tropical templado en la laguna de Monterrico, que tiene 15 años de haber sido reforestado por los diferentes centros educativos y la Dirección General de Bosques. La vegetación típica es el roble, encino, pino, cedro, nance, lengua de vaca, guayaba, cinco negritos. La biotemperatura media es de 20 y 26 grados centígrados. Para el año 1975 se encontraban tierras con bosques asociadas a otros usos.

### **1.5.2 Ríos**

En la actualidad, el único río que atraviesa el Municipio es el conocido como Platanar ó Talquezal, que toma su nombre con relación a la aldea por donde pasa la vertiente.

Es importante mencionar que la laguna de Monterrico es una fuente abastecedora de agua para el Municipio, y alimenta algunas corrientes internas que salen a la superficie en forma de ojos de agua, pantanos y quebradas en las faldas del volcán, actualmente se tiene el problema que el nivel de agua disminuye considerablemente, esto significa que hay una cantidad limitada de agua para el uso humano.

### **1.5.3 Suelos**

Los suelos en su mayoría son pedregosos, áridos faltos de agua y franco arcillosos, de topografía regular, hay áreas significativas con terreno regular, plano y tierra fértil, propia para la agricultura, que es explotada con cultivos de

---

<sup>2</sup> Ibid. Pág. 18.

maíz, frijol, maicillo y arroz. Han sufrido el efecto de la erosión como consecuencia de la deforestación y la falta de técnicas apropiadas de conservación. Esto obedece a la ampliación de la frontera agrícola, donde la tierra es dedicada a los cultivos anuales, principalmente el maíz. Para el año 1982 el Municipio se ubicaba en la zona con una alta susceptibilidad a la erosión del suelo.

En el Municipio se encuentran dos grupos de suelos:

- “I, Suelos de Altiplanicie Central: la mayor parte del terreno es pedregoso e inclinado, apta solamente para pastos y bosques, sin embargo se cultiva maíz, en poca proporción.
  
- Grupo III, clases misceláneas de terreno, incluyen áreas donde no domina ninguna clase particular de suelo o donde alguna característica geológica o algún otro factor, limita su uso agrícola permanente.”<sup>3</sup> que comprende la arena de la playa del mar, los suelos aluviales no diferenciados y suelos de los valles no diferenciados. Todos con excepción de la arena, tienen área cultivable especialmente para la agricultura.

## **1.6 DIVISIÓN POLÍTICO - ADMINISTRATIVA**

Esta división permite conocer la forma en que están distribuidos los lugares poblados del Municipio, los cuales corresponden a 14 aldeas, 65 caseríos y un pueblo.

### **1.6.1 División política año 1994**

El área urbana estaba conformada por un pueblo denominado Agua Blanca, dividido en los siguientes barrios: El Llano, El Centro, Federal, Tecuán, La Felicidad, Valle Arriba, El Altillo y Las Casitas.

El área rural está distribuida en 14 aldeas, 68 caseríos y una finca llamada Agua Caliente.

### **1.6.2 División política año 2002**

En la actualidad en lo que corresponde al área urbana, no existen variaciones con relación al año 1994.

En la conformación del área rural, se registra un cambio por la desaparición de la finca Agua Caliente y los caseríos, Cercadito, Las Marías y Monterriquito, cuyos pobladores se trasladaron en su mayoría a Santa Gertrudis.

Los movimientos migratorios en el mismo Municipio, se deben principalmente a la falta de servicios básicos de energía eléctrica y agua potable en las comunidades, como a la búsqueda de oportunidades de trabajo. Además la población ha emigrado hacia El Salvador y EEUU, en busca de mejores condiciones de vida y para el envío de remesas hacia sus lugares de origen.

### **1.6.3 División administrativa**

Está presidida por una Corporación Municipal, integrada por: un Alcalde Municipal, Vicealcalde, Sindico I, Síndico II, Síndico Suplente, Concejal I, Concejal II, III y IV y Concejal Suplente I. Esta división administrativa es electa popularmente mediante sufragio universal cada cuatro años.

---

<sup>3</sup> Charles, Simmons. Clasificación de reconocimiento de los suelos de la República de Guatemala. Editorial José Pineda Ibarra, 1972. Pág. 432.



Con relación al año 1994 varió por la incorporación de un Síndico II, un Síndico Suplente y un Concejal Suplente.

En la actualidad la Municipalidad cuenta con una Unidad Técnica Municipal, quien se encarga de elaborar la propuesta y ejecución de proyectos a realizarse tanto en la Cabecera Municipal como en las diferentes comunidades.

## **1.7 VÍAS DE COMUNICACION**

En el área urbana se pueden clasificar en tres formas de acuerdo al material con el que hayan sido construidas: asfalto, adoquín y cemento. Las rodadas son una denominación que se le dan a dos tramos pequeños de calle que están contruidos de cemento, solamente hay en lugares inaccesibles para el tráfico vehicular en época de lluvia.

En cuanto a caminos hacia el área, existen carreteras de terracería, las que son transitables en la época seca y cuentan con servicio de mantenimiento por parte de la Municipalidad, ésto disminuye la dificultad para transitarlas en época de lluvia.

En época seca el polvo es muy fuerte y en invierno se crean posas de agua, que provocan que a los carros se les dificulte su transitar.

## **1.8 SERVICIOS**

Entre los servicios que presta el Municipio se clasifican en estatales y públicos.

### **1.8.1 Estatales**

Entre los servicios estatales se encuentran salud y educación.

### **1.8.1.1 Salud**

Para la atención de la salud en el área urbana se cuenta con un Centro de Salud dos clínicas privadas, tres farmacias privadas y una comunitaria.

La mayor parte de las personas son atendidas por el centro y los puestos de salud, con mayor atención el primero con el 64% del total de la población, debido a que diariamente se encuentra personal que atiende a quienes requieran el servicio.

En el área rural cuando existen emergencias los pacientes son llevados a la Cabecera Municipal, si las complicaciones no pueden ser atendidas por el centro de salud, son referidos al Hospital Nacional de Jutiapa.

### **1.8.1.2 Educación**

La educación en el municipio de Agua Blanca cubre los niveles de preprimaria, primaria, ciclo básico y diversificado.

Por parte del Estado se suministra la enseñanza para los niveles preprimaria, primaria y básicos. El ciclo diversificado es atendido por un establecimiento mixto con modalidad de cooperativa, sus ingresos los percibe del Gobierno y de los padres de familia, además funciona un colegio privado con las carreras de Magisterio y Perito en Administración de Empresas.

La distribución de establecimientos educativos por área, para la atención de la educación parvularia hay una escuela. En el área rural funcionan seis, en las comunidades de: La Tuna, Lagunilla, Monterrico, Obrajuelo, Panalvía, y Papalhuapa; se utiliza para el efecto las instalaciones de la escuela primaria.

El nivel primario se imparte en tres escuelas ubicadas en el área urbana y 33 en la rural. A los niños se les proporcionan los textos escolares, así como la refacción escolar.

La enseñanza del ciclo básico para el área urbana tiene un local específico, no así el área rural, es cubierta en cuatro comunidades por el programa Tele-secundaria, que es de reciente introducción y para el desarrollo del mismo se hace uso del edificio de la escuela primaria.

El ciclo diversificado se da únicamente en la Cabecera Municipal. No existe ninguna extensión universitaria, la población que la requiere debe trasladarse a la Cabecera Departamental.

En el año 2002 , la mayor parte de la población estudiantil (71%) se concentra en el nivel primario. Para el ciclo básico el porcentaje es de 16%, menos de la mitad de la población en edad escolar. Esta situación ocurre por falta de medios colectivos de transporte desde las áreas rurales hacia la Cabecera Municipal, que es donde se encuentra el único establecimiento de educación básica.

Con lo relacionado al promedio de alumnos por maestros, el mayor número es a nivel de primaria siendo de 30 alumnos, el nivel básico es 24, diversificado cuenta con 12 alumnos promedio por maestro.

En los Acuerdos de Paz se encuentra planteada la importancia de desarrollar programas de capacitación permanente para maestros y administradores educativos, por esta razón se imparte el Programa de Profesionalización para el Magisterio, el cual convoca a todos los docentes activos del Municipio.

Realizando un análisis comparativo entre los años 1994 y 2002, se establece que el número de escuelas ha disminuido, situación que obedece al cierre de dos de éstas en el área rural, por la poca afluencia estudiantil debido a que las personas le dan prioridad a las actividades laborales y ocupan a sus hijos para que en épocas de cosecha ayuden al ingreso familiar.

La cobertura educativa del Municipio, se presenta en el siguiente cuadro:

**Cuadro 1**  
**Municipio de Agua Blanca, departamento de Jutiapa**  
**Cobertura y Déficit del Sistema Educativo Según Nivel**  
**Año 2002**

| Ciclo                         | Población<br>en Edad<br>Escolar | Inscripción<br>Escolar | Déficit de<br>Cobertura<br>Escolar % |
|-------------------------------|---------------------------------|------------------------|--------------------------------------|
| Preprimaria (3-6 años)        | 960                             | 217                    | 77                                   |
| Primaria (7-12 años)          | 2,773                           | 2,632                  | 5                                    |
| Básicos (13 - 18 años)        | 1,318                           | 587                    | 55                                   |
| Diversificado (19 y más años) | 1,105                           | 253                    | 77                                   |
| Totales                       | 6,156                           | 3,689                  |                                      |

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

La mayor cobertura del sistema educativo se encuentra en el nivel primario y presenta el mayor déficit en cuanto a atención a la población en edad de asistir al ciclo de preprimaria y diversificado.

## **1.8.2 Municipales**

Entre los servicios Municipales se pueden mencionar los siguientes:

### **1.8.2.1 Agua**

El municipio de Agua Blanca, se encuentra ubicado en un área geográfica en donde el recurso agua es bastante escaso, por esta razón se han desarrollado proyectos para la obtención de este vital líquido.

La Municipalidad es la encargada de abastecer del servicio de agua a la población urbana, cuenta con un pozo mecánico y una bomba. El agua desemboca en un tanque, donde es clorada y posteriormente distribuida.

En el área rural únicamente 17 centros poblados cuentan con servicio de conexión a una red de distribución de agua. Es importante indicar que el agua no es sometida a un proceso de potabilización.

El uso que la población hace del agua es principalmente para consumo humano y en segundo lugar para crianza de animales. El riego de cultivos de la actividad agrícola se hace por medio del ciclo natural de lluvias.

En el cuadro siguiente se puede observar la evolución en la cobertura que ha presentado dicho servicio:

**Cuadro 2**  
**Municipio de Agua Blanca, departamento de Jutiapa**  
**Servicio de Agua Entubada por Años en Estudio**  
**Según Condición de Cobertura**

| Condición    | Años 1994-2002 |            |              |            | Encuesta<br>2002 | %          |
|--------------|----------------|------------|--------------|------------|------------------|------------|
|              | 1994           | %          | 2002         | %          |                  |            |
| Cobertura    | 963            | 27         | 2,235        | 54         | 335              | 60         |
| Déficit      | 2,613          | 73         | 1,868        | 46         | 227              | 40         |
| <b>Total</b> | <b>3,576</b>   | <b>100</b> | <b>4,103</b> | <b>100</b> | <b>562</b>       | <b>100</b> |

Fuente: Elaboración propia con base a datos del X Censo de población año 1,994 del Instituto Nacional de Estadística -INE-, información proporcionada por el Centro de Salud e investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2,002.

El déficit en la cobertura del servicio de agua prevaleciente en el año 1994, se ha reducido significativamente, ya que del 73% disminuyó al 46% para el presente año; es decir que el 54% de los locales habitacionales cuentan con servicio de agua entubada.

### 1.8.2.2 Drenajes

En el año 1983 se inician los trabajos del actual sistema de drenajes, que están ubicados en las principales calles y avenidas del área urbana, son alimentados por las redes secundarias de tipo domiciliar.

El comportamiento en la cobertura del servicio de drenajes se puede apreciar en el siguiente cuadro:

**Cuadro 3**  
**Municipio de Agua Blanca, departamento de Jutiapa**  
**Servicio de Drenajes por Años en Estudio**  
**Según Condición de Cobertura**

| Condición | Años 1994 y 2002 |     |       |     | Encuesta |     |
|-----------|------------------|-----|-------|-----|----------|-----|
|           | 1994             | %   | 2002  | %   | 2002     | %   |
| Cobertura | 590              | 16  | 676   | 16  | 134      | 24  |
| Déficit   | 2,986            | 84  | 3,427 | 84  | 428      | 76  |
| Total     | 3,576            | 100 | 4,103 | 100 | 562      | 100 |

Fuente: Elaboración propia con base a datos del X Censo de población año 1,994 del Instituto Nacional de Estadística - INE-, información proporcionada por el Centro de Salud e investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2,002.

Todavía existe un déficit excesivo similar al observado en el año 1994, debido a que la prestación de este servicio hacia la comunidad no se ha ampliado desde esa fecha.

El desagüe de las aguas negras se va a un riachuelo ubicado a la altura de la aldea El Chile y desemboca en el río San Marcos del municipio de San Luis Jilotepeque. No se cuenta con una planta que de tratamiento adecuado a las mismas, lo que favorece la contaminación del medio ambiente por la degradación que sufre el caudal del río, esto es significativo en virtud que las fuentes de agua con que cuenta el Municipio son bastante escasas.

En el área rural en la totalidad de los centros poblados las aguas negras se encuentran en la superficie de la tierra. La ausencia de drenajes afecta principalmente la salud de los pobladores.

### **1.8.2.3 Mercado**

Debido al crecimiento poblacional, las instalaciones del mercado se han hecho insuficientes para albergar al número de concurrentes, se ofrecen una diversidad de productos agrícolas, pecuarios y de consumo diario, que venden los comerciantes de la localidad. En el interior del mismo se ubican seis puestos donde se pueden encontrar un buen número de productos de consumo básico en misceláneas, una venta de tinajas plásticas, productos de jarcia, a su alrededor se localizan carnicerías, correos, cremerías, venta de ropa, artículos fotográficos, un comedor y tiendas.

Tiene carácter municipal, su construcción es de block y terraza, actualmente se encuentra deteriorada; para el cobro del derecho de piso se utiliza básicamente el criterio de dimensión. En el interior del mercado se usa la medida de una columna a otra de las paredes del mismo para la identificación de locales, en donde se cancelan Q3.00 diarios.

### **1.8.2.4 Servicio de extracción de basura**

Esta labor es realizada por la Municipalidad únicamente en el área urbana, (en el área rural la basura se quema), para lo que se utiliza un pick up, que recorre cada hogar dos veces a la semana, el cobro es de Q 3.00 mensuales por vivienda.

El depósito de basura se encuentra en las afueras del pueblo, a una distancia de dos kilómetros. Ésto tiene un efecto contaminante ya que no se da ningún tipo

de tratamiento a los desechos sólidos, lo que aumenta la contaminación ambiental.

### **1.8.3 Privados**

Entre los servicios privados se encuentra el transporte, la energía eléctrica, correos, etc.

#### **1.8.3.1 Transportes**

Para la movilización de la población se emplean medios de transporte terrestre, tales como microbuses, buses, pick ups y en algunos casos caballos. El servicio es satisfactorio, debido a que funcionan diversas líneas en diferentes horarios.

El recorrido hacia las diferentes comunidades cercanas se hace por medio de microbuses y pick ups, pero a las comunidades más lejanas presenta problemas para su traslado hacia el área urbana, por lo general hacen uso de pick ups, debido a que para estas áreas no existe el servicio de microbuses.

#### **1.8.3.2 Energía eléctrica**

El área urbana en su totalidad cuenta con el servicio de energía eléctrica, mientras que en el área rural, solamente ocho centros poblados no disponen de este servicio.

En el siguiente cuadro comparativo se muestra la cobertura del servicio de energía eléctrica:



**Cuadro 4**  
**Municipio de Agua Blanca, departamento de Jutiapa**  
**Servicio de Energía Eléctrica por Años en Estudio**  
**Según Condición de Cobertura**  
**Años 1994 y 2002**

| Condición | 1994  | %   | 2002  | %   | Encuesta | %   |
|-----------|-------|-----|-------|-----|----------|-----|
|           |       |     |       |     | 2002     |     |
| Cobertura | 1,592 | 45  | 3,975 | 97  | 562      | 100 |
| Déficit   | 1,984 | 55  | 128   | 3   | -        | -   |
| Total     | 3,576 | 100 | 4,103 | 100 | 562      | 100 |

Fuente: Elaboración propia con base a datos del X Censo de población año 1,994 del Instituto Nacional de Estadística - INE- , información proporcionada por el Centro de Salud e investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2,002.

Se ha dado un fuerte incremento en la cobertura del servicio, del 45% en el año 1994, al 97% para el 2002. Esta variación obedece a proyectos de introducción del servicio, realizados por la Municipalidad con financiamiento del Consejo de Desarrollo Rural.

El servicio de energía eléctrica presenta irregularidad debido al crecimiento de la población, lo que ha acrecentado la demanda y provocado una baja en la potencia de los transformadores, especialmente en los horarios nocturnos. Además por el deterioro de los equipos de abastecimiento, que no han sido sustituidos a pesar de estar regulado en la Ley General de Electricidad, que obliga a tener determinados niveles de voltaje.

### **1.8.3.3 Correos**

En el municipio de Agua Blanca funciona el servicio de El Correo, pese a que según la opinión de algunos usuarios no es tan eficiente como ellos lo esperaban.

#### **1.8.3.4 Bancos**

En el Municipio opera únicamente el Banrural, quien brinda apoyo a las personas, prestando los servicios como financiamiento, depósitos de ahorro, depósitos monetarios, transferencias, etc.

#### **1.8.3.5 Comercio y servicios**

El Municipio mantiene un flujo comercial constante, entre los municipios de Jutiapa se encuentra ubicado como uno de los más importantes, en los cinco años anteriores ha aumentado en cuanto a número de establecimientos y diversidad de servicios, como fuentes de trabajo y prestación de los mismos, tomando en cuenta que se encuentra concentrado en el casco urbano.

#### **1.8.3.6 Telecomunicaciones**

En el área urbana existen tres teléfonos comunitarios, los que fueron instalados en el año de 1982, a continuación se presenta el cuadro de la cobertura:

**Cuadro 5**  
**Municipio de Agua Blanca, departamento de Jutiapa**  
**Cobertura y Déficit del Servicio de Telecomunicaciones Según Área**  
**Año 2002**

| Área   | Cobertura | %   | Déficit | %   |
|--------|-----------|-----|---------|-----|
| Urbana | 16        | 15  | 118     | 26  |
| Rural  | 93        | 85  | 335     | 74  |
| Total  | 109       | 100 | 453     | 100 |

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

Según la investigación realizada se estableció que la cobertura del servicio telefónico tanto para el área urbana y rural es deficiente, de los 562 hogares, solamente 109 cuentan con el servicio, consistente básicamente en líneas residenciales celulares, con un costo elevado. El área rural se cubre con teléfonos comunitarios.

En el segundo semestre del año 2002, quedó implementado un proyecto de cableado telefónico de 450 líneas para el área urbana y 350 para la rural.

## 1.9 POBLACIÓN

La importancia de esta sección radica en que permite conocer el comportamiento de las variables demográficas, como el crecimiento poblacional, la natalidad y mortalidad. En este contexto también se presenta en forma general las condiciones de vida de la población y el acceso a servicios básicos como agua, vivienda y drenajes.

### 1.9.1 Población total por edad y sexo

Con base a los datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística -INE-, en el censo poblacional de 1994, la composición por edad de la población mostró que el 45% se ubica en el grupo de menores de 15 años, lo que corresponde a una estructura de población joven. El resultado de la investigación realizada es el siguiente:

**Cuadro 6**  
**Municipio de Agua Blanca, departamento de Jutiapa**  
**Población por Sexo y Área Según Grupos de Edad**  
**Año 2002**

| Rango de Edad | Población Total |              |              | Urbana     |            |            | Rural        |              |              |
|---------------|-----------------|--------------|--------------|------------|------------|------------|--------------|--------------|--------------|
|               | Total           | Hombres      | Mujeres      | Total      | Hombres    | Mujeres    | Total        | Hombres      | Mujeres      |
| 00-06         | 259             | 139          | 120          | 40         | 25         | 15         | 219          | 114          | 105          |
| 07-14         | 646             | 334          | 312          | 139        | 70         | 69         | 507          | 264          | 243          |
| 15-49         | 1,410           | 672          | 738          | 348        | 163        | 185        | 1,062        | 509          | 553          |
| 50-64         | 293             | 145          | 148          | 61         | 26         | 35         | 232          | 119          | 113          |
| 65 y más      | 163             | 88           | 75           | 39         | 22         | 17         | 124          | 66           | 58           |
| <b>Total</b>  | <b>2,771</b>    | <b>1,378</b> | <b>1,393</b> | <b>627</b> | <b>306</b> | <b>321</b> | <b>2,144</b> | <b>1,072</b> | <b>1,072</b> |

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

Como se muestra en el cuadro anterior, en el área urbana del Municipio se encuentra ubicada el 24% del total de la población, integrada por 49% de hombres y 51% de mujeres. Tres cuartas partes de los habitantes (76%), se concentran en el área rural, integrada por el 50% de hombres y 50% de mujeres, lo que evidencia un balance proporcional en cuanto a géneros.

Las estimaciones del Instituto Nacional de Estadística -INE- para el año 2002 tienen una proyección de 16,732 habitantes. Para el quinquenio 2000-2005, se estima una tasa de crecimiento anual del 0.8% la cual se considera baja con relación a la tasa en el ámbito nacional que es del 2.6%.

### **1.9.2 Nivel de escolaridad o nivel educativo**

Se considera como analfabeta a toda persona de 15 años y más de edad, que no sabe leer y escribir. En el cuadro que a continuación se presenta se observa que en el Municipio, para el año de 1994, sólo dos de cada cinco personas en estas edades son analfabetas. La proporción es la misma en las áreas urbanas y rurales, esto es un indicativo de que los programas de alfabetización han logrado avances y una mejor cobertura en cuanto a la población atendida. Dentro de lo que corresponde al analfabetismo se ha observado que la mujer presenta mayores niveles, esto en muchas ocasiones obedece a patrones culturales que relegan a la mujer a actividades propiamente domésticas.

El porcentaje de reducción de la tasa total de analfabetismo entre 1994 y el año 2002 fue del 40%. Los mayores avances se observaron en el área rural (44%) mientras que esta tasa redujo en un 27% en el área urbana.

En lo que se refiere a los niveles de escolaridad de la población objeto de estudio se presenta el cuadro siguiente:

**Cuadro 7**  
**Municipio de Agua Blanca, departamento de Jutiapa**  
**Población Escolar por Años en Estudio Según Nivel de Escolaridad**  
**Años 1994 y 2002**

| Nivel de<br>Escolaridad | 1994  |      | 2002  |      | Encuesta 2002 |       |
|-------------------------|-------|------|-------|------|---------------|-------|
|                         | Total | %    | Total | %    | Total         | %     |
| Preprimaria             | 96    | 1.0  | 33    | 0.4  | 21            | 1.0   |
| Primaria                | 6,092 | 90.0 | 7,035 | 82.8 | 1,367         | 83.0  |
| Media                   | 575   | 8.5  | 1,382 | 16.3 | 242           | 15.0  |
| Superior                | 26    | 0.5  | 51    | 0.6  | 22            | 1.0   |
| Total                   | 6,789 | 100  | 8,501 | 100  | 1,652         | 100.0 |

Fuente: Elaboración propia con base a datos del X Censo de población año 1,994 y XI Censo de Población año 2,002, del Instituto Nacional de Estadística - INE- e investigación de campo Grupo EPS, primer semestre 2,002.

El nivel de escolaridad con mayor cobertura es el de educación primaria, con el 83% de la población, seguido del nivel medio con el 15%. Las principales causas por las que los niveles de preprimaria y superior presentan bajos porcentajes de participación de la población, obedece a cuatro aspectos: la carencia de recursos económicos, insuficientes instalaciones, desinterés y patrones culturales.

### **1.9.3 Población económicamente activa**

En el Municipio está conformada por hombres y mujeres de siete años y más, son personas que en un momento determinado están en busca de trabajo (cesantes y aspirantes), o desarrollan alguna actividad económica remunerativa, (PEA ocupada). En Guatemala generalmente se define a la Población económicamente activa a partir de los siete años con el propósito de estudiar los problemas relacionados con el trabajo infantil, mientras que se han encontrado tasas de participación en edades avanzadas.

Para el año 2002 se estima una Población económicamente activa de 5,261 de la cual el 90% es de sexo masculino y el 10% femenino, esto obedece a

patrones culturales, debido a que la mayoría de mujeres se dedican a quehaceres del hogar y al cuidado de la familia.

La población económicamente activa del Municipio la conforman las personas de siete años y más de edad que trabajan o que no trabajan pero buscan un empleo.

#### **1.9.4 Población económicamente activa por sector productivo**

La actividad principal es la agricultura, aunque la vocación de su suelo es forestal, el mayor porcentaje de la Población económicamente activa (53%), se encuentra concentrado en esta actividad. La remuneración del agricultor es baja, no obstante que las labores de campo en siembra y cosecha de cultivos, generan empleo más que cualquier otra actividad. El sector terciario está integrado por comercio y servicios y absorbe el 36% de la Población económicamente activa del Municipio.

Los resultados muestran, que las actividades agrícolas y pecuarias, absorben el 59% de la Población económicamente activa.

#### **1.9.5 Niveles de pobreza**

La metodología de los ingresos para calificar a la población según el nivel de pobreza, consiste en clasificar a las personas de acuerdo a los ingresos que perciben al año. La investigación de campo realizada por el grupo determinó que el ingreso per cápita promedio al año fue de Q2,779.00 lo que indica que la mayoría de las personas en el Municipio se ubican dentro de la línea de pobreza no extrema; son las personas que poseen un nivel de ingresos que les permite cubrir el costo del consumo mínimo de alimentos, pero no alcanza para gastos en bienes y servicios no alimentarios, como educación, salud, vestuario,

vivienda. El ingreso per cápita promedio por persona anual para el área urbana se ubica en Q 2,799.00 y el del área rural en Q2,774.00.

De acuerdo a la Encuesta Nacional Sobre Condiciones de Vida -ENCOVI- 2000- la región IV, donde se localiza el departamento de Jutiapa, tiene el 68.60% de pobreza, lo que indica que seis de cada diez habitantes son pobres.

### **1.9.6 Empleo y niveles de ingreso**

En la Cabecera Municipal, se concentran las fuentes formales de empleo, especialmente en las entidades estatales, municipales y en los comercios o empresas de prestación de servicios. Estas actividades son remuneradas en su mayoría, por medio de un salario fijo previamente establecido y ocupan un lugar importante en la economía del lugar.

A pesar que últimamente se registra un movimiento migratorio hacia el área urbana, las tareas del campo, corte y cosecha de cultivos, es la actividad económica que contribuye a emplear más mano de obra, especialmente no calificada.

Un factor que incide en el desempleo es la ausencia de inversiones que permitan el desarrollo de proyectos y que promuevan la creación de nuevos oficios, esto es contrario a lo establecido por los Acuerdos de Paz en los cuales se plantea impulsar el incremento de la inversión, así como alcanzar niveles crecientes de ocupación, aspecto que no es atendido por entidad alguna en el Municipio.

### **1.9.7 Ingresos y egresos familiares**

Los ingresos familiares percibidos por la actividad agrícola, no provienen de fuentes formales de trabajo, éstos son resultado de la cosecha o producción

anual, con ella realizan la práctica del ahorro para el sustento familiar del año. De esta producción, una pequeña parte se destina al autoconsumo y la restante a la venta. Otra fuente de ingresos importante para la economía del hogar, son las remesas familiares, que han venido a contribuir de manera significativa a la capacidad de compra en los hogares.

El promedio de ingreso familiar es de Q1,158.07, para el 90% de la muestra, y el 10% restante de Q.2,401.00 mensuales. El valor modal se sitúa en el rango de Q.901.00 a Q.1,200.00 y se estima que el 50% de los hogares tienen un ingreso mayor a Q1,130.00 mensuales.

Se puede concluir que el egreso mensual en el año 2002 en las áreas urbana y rural, se encuentra en el rango de Q901.00 a Q1,200.00. El 94% de los hogares tienen un egreso promedio de Q1,196.86, el restante 6% de Q2,401.00 y más.

Al comparar los resultados obtenidos según los cuadros de ingresos y egresos familiares, se estableció que los ingresos promedio mensuales oscilan en Q1,158.07 los cuales son utilizados para alimentación.

El mayor porcentaje del ingreso familiar se destina a la compra de alimentos, y un bajo porcentaje a la atención de la salud y la educación, aspectos de vital importancia en el mantenimiento del nivel de vida de la población.

En esta encuesta se establece un ingreso mensual de Q1,716.76 comparado con el ingreso promedio obtenido de la investigación, que es de Q1,158.97 se concluye que se encuentra por debajo del requerimiento mínimo, con un déficit para la cobertura de las necesidades básicas del hogar.

### **1.10 INFRAESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**

Entre la estructura organizacional del Municipio se encuentran:



### **1.10.1 Organizaciones comunitarias**

Entre las organizaciones comunitarias se encuentran los comités que operan en el municipio de Agua Blanca registrados en Gobernación Departamental de Jutiapa.

Los comités que se encuentran registrados son 93, 84 de ellos son de mejoramiento, cinco de pro-mantenimiento de agua potable, dos de pro-construcción y dos de mini riego.

Dichos comités se encuentran organizados para obtener el fin determinado de acuerdo a su nombre.

### **1.10.2 Organizaciones productivas**

En el municipio de Agua Blanca actualmente no existe ninguna organización que realice directamente un beneficio productivo, definitivamente han existido anteriormente pero debido a la falta de organización y problemas interpersonales ya no existen actualmente.

### **1.10.3 Organizaciones de apoyo**

Las organizaciones de apoyo con que cuenta el municipio de Agua Blanca es la Iglesia Católica y la Iglesia Evangélica, quienes se encargan de llevar a cabo diferentes actividades religiosas y de ayuda social que benefician a casi todas las aldeas del Municipio.

Otra organización de apoyo es la cooperativa, quien es un ente educacional que prepara a las personas a sacrificar intereses individuales por el bien de la colectividad.

Entre las organizaciones de apoyo es muy importante mencionar el servicio que presta la fundación Arco Iris dentro del Municipio, cuya sede se encuentra en Asunción Mita, departamento de Jutiapa. Dicha organización es la encargada de administrar el SIAS para el Municipio, y coordina con el Centro de Salud local realizar actividades en el área rural.

## 1.11 LA TIERRA

La concentración, uso y tenencia de la tierra son fundamentales, según el tipo de suelo se logra determinar la aptitud para el cultivo de uno u otro producto, o en el caso de la actividad pecuaria sirve para pastos y de esta manera alimentar la diversidad de ganado, considerando que entre la problemática del desarrollo rural, la tierra tiene un carácter central.

### 1.11.1 Tenencia de la tierra

La forma de tenencia de la tierra se caracteriza por ser propia y arrendada. A continuación se presenta como están distribuidas las fincas por estratos, según el censo agropecuario de 1979.

**Cuadro 8**  
**Municipio de Agua Blanca, departamento de Jutiapa**  
**Tenencia de la Tierra por Estrato Según Régimen de Propiedad**  
**Año 1979**

| Régimen   | Estrato I |     | Estrato II |     | Estrato III |     | Estrato IV |     |
|-----------|-----------|-----|------------|-----|-------------|-----|------------|-----|
|           |           | %   |            | %   |             | %   |            | %   |
| Propia    | 34        | 62  | 768        | 62  | 320         | 92  | 68         | 99  |
| Arrendada | 21        | 38  | 466        | 38  | 27          | 8   | 1          | 1   |
| Total     | 55        | 100 | 1,234      | 100 | 347         | 100 | 69         | 100 |

Fuente: Elaboración propia con base a datos en III Censo Nacional Agropecuaria año 1,979 del Instituto Nacional de Estadística -INE-.

En el cuadro anterior se observa la condición en que se encuentra la tenencia de la tierra del Municipio, detectada durante el desarrollo de la investigación.

**Cuadro 9**  
**Municipio de Agua Blanca, departamento de Jutiapa**  
**Tenencia de la Tierra por Estrato Según Régimen de Propiedad**  
**Año 2002**

| Régimen   | Estrato |     | Estrato |     | Estrato |     | Estrato |     |
|-----------|---------|-----|---------|-----|---------|-----|---------|-----|
|           | I       | %   | II      | %   | III     | %   | IV      | %   |
| Propia    | 21      | 100 | 125     | 53  | 3       | 100 | 1       | 100 |
| Arrendada | 0       | 0   | 110     | 47  | 0       | 0   | 0       | 0   |
| Total     | 21      | 100 | 235     | 100 | 3       | 100 | 1       | 100 |

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

Al analizar la tenencia de la tierra se determinó:

- Estrato I, la variación que se da en la propiedad de la tierra como propia muestra que las personas han podido comprar pequeñas extensiones para trabajarla en la actividad agrícola, con cultivos de autoconsumo principalmente.
- Estrato II, no se han manifestado variaciones significativas entre los dos años en estudio, esto obedece a que los propietarios de fincas subfamiliares dan en arrendamiento tierra en unidades mínimas de una manzana para ser cultivadas.
- Estrato III, la variación que se da obedece a que ya no hay unidades económicas que alquilen la tierra para cultivar.
- El estrato IV, no registra cambios en el censo de 1979 como en el estudio del 2002, esto refleja que un alto porcentaje de la tierra es propia.
- Estrato V, según la muestra no se encontraron fincas multifamiliares grandes, lo que coincide al compararse con la información del censo de 1979.

### **1.11.2 Concentración de la tierra**

La estructura agraria de Guatemala se identifica por la existencia de latifundios, que son fincas mayores de una caballería (más de 64 manzanas) y de minifundios, (fincas menores de diez manzanas). En el Municipio se da una

combinación de ambos, con un sesgo a favor del minifundio. En la primera clasificación se concentran las extensiones territoriales y en la segunda la población.

En el municipio de Agua Blanca no han existido fincas multifamiliares grandes, en 1979 predominan las unidades familiares en los estratos II y III (fincas sub-familiares y familiares). Esta estructura ha sufrido cambios para el año 2002, debido a la atomización de la tierra por herencias y sucesiones, han disminuido las fincas familiares y aumentado las unidades de producción agrícola del estrato I, que corresponden a microfincas.

### **1.11.3 Uso de la tierra**

Es importante conocer el aprovechamiento que se le da a este recurso históricamente, para el año 1,979 el 29% del total de la superficie se destina a cultivos anuales y permanentes y el 71% a pastos y bosques.

Para el año 2002 la tierra destinada para actividades agrícolas representa el 61% de la superficie total de la muestra que equivale a 799.5 manzanas, utilizadas en su mayoría para cultivos de maíz, frijol, arroz, tomate y maicillo, productos principales de la producción agrícola del Municipio.

La segunda actividad más importante se realiza en 310.50 manzanas, que representan el 39% de la muestra, se ocupa principalmente para la explotación del ganado bovino, debido a que por la naturaleza de su crianza se utilizan grandes extensiones de tierra para pastos.

Al analizar los datos obtenidos en el censo agropecuario de 1979 y los resultados de la muestra de 2002, se concluye que la actividad principal del último censo agropecuario con relación al uso de la tierra, corresponde a la actividad pecuaria con el 71% de la extensión territorial y que actualmente

disminuyó considerablemente al 39%. Esta situación ha sido ocasionada entre otros factores a las sequías de la región en época seca, lo que ha obligado el traslado del ganado a otras regiones donde existe pasto todo el año.

Caso contrario se ha dado en el sector agrícola, con anterioridad solamente el 29% de la superficie territorial se dedicaba a la agricultura; para el año 2002 ha alcanzado el 61%; esto se debe a que muchas personas por diferentes factores abandonaron el negocio del ganado, y por las características de ciertos productos e implementación de dos sistemas de riego, se dedicaron a la producción agrícola.

## **1.12 ACTIVIDADES PRODUCTIVAS DEL MUNICIPIO**

Está integrado por la actividad agrícola, pecuaria, artesanal, comercio y servicios, la paralización de una de éstas, incide en el ingreso per cápita de los habitantes del Municipio.

### **1.12.1 Producción agrícola**

Se cultivan principalmente los siguientes productos: maíz, frijol, arroz, tomate y maicillo, pero se ha limitado su desarrollo, debido a diferentes factores, entre los que se pueden mencionar:

La producción agrícola se concentra en los granos básicos, especialmente maíz y frijol, destinados para el autoconsumo y la venta. El excedente se comercializa en los siguientes mercados: regional, nacional e internacional.

Se ha implementado paulatinamente la utilización de tecnología avanzada y la asesoría técnica necesaria en los proyectos de riego ubicados en lugares aledaños a la Cabecera Municipal, lo que ha permitido lograr una mayor productividad.

La agricultura absorbe, la mayor parte de la mano de obra del Municipio, y se paga un salario fijo por jornal sin recibir ningún tipo de prestaciones establecidas en las leyes laborales del país.

### **1.12.2 Producción pecuaria**

La explotación ganadera es el tercer sector productivo en importancia del municipio de Agua Blanca, departamento de Jutiapa; en donde la principal actividad es la crianza y engorde de ganado bovino, el ganado se alimenta con pasto natural en caminos, veredas, pastos cultivados y en época seca con otros complementos alimenticios.

### **1.12.3 Producción artesanal**

La actividad artesanal está constituida principalmente por panadería, herrería y carpintería, son unidades económicas que generan empleo en pequeña escala, ocupan un promedio de dos o tres trabajadores; la mano de obra utilizada se caracteriza por ser no calificada y semi calificada.

Debido a la demanda de construcción de vivienda, se intensifica la elaboración de balcones, portones, puertas y verjas metálicas, lo que significa un mercado potencial para la herrería.

Se determina que las panaderías son las que generan un mayor valor de la producción, esto obedece a que son productos de consumo básico y de alta demanda en la población.

## CAPÍTULO II SITUACIÓN ACTUAL DE LA PRODUCCIÓN DE PAN

La actividad artesanal de panadería es la más importante dentro de la economía y desarrollo del municipio de Agua Blanca. Se presenta a continuación los aspectos relevantes de dicha actividad, con la finalidad de mejorar su proceso productivo y de comercialización, con la visión de generar mas fuentes de empleo, mayor productividad y como consecuencia obtener mejor rentabilidad.

### 2.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

El Pan “Principal alimento del hombre, preparado con masa de harina y agua, cocida en horno, se hace generalmente de grano de trigo”<sup>4</sup>.

La producción y comercialización de pan es la principal actividad del sector artesanal del Municipio de Agua Blanca, la que sobresale no solo por su volumen de producción; sino también porque los artesanos que desarrollan esta actividad incorporaron a sus procesos nueva tecnología, lo que trajo como consecuencia que las panaderías tradicionales desaparecieran en el Municipio; esta caracterización coloca a la panadería de Agua Blanca en un nivel tecnológico medio, mas adelante se evalúa el costo de fabricación y rentabilidad.

#### 2.1.1 Descripción genérica

El pan es un producto de consumo diario y según el Instituto Centroamericano -INCAP- su consumo pér capita es de 28 gramos diarios para el pan dulce, que contienen 123 Kcal. de energía y 1.7 gramos de proteínas; y 24 gramos diarios de pan francés que contienen 70 Kcal. de energía y 2.4 gramos de proteínas.

---

<sup>4</sup> Diccionario Enciclopédico Ilustrado Sopena, Editorial Ramón Sopena S.A. Barcelona. Tomo 4. pág. 3136

### 2.1.2 Variedades

Entre las variedades de consumo diario se encuentran: pan dulce, tostado y francés. El pan dulce se conoce con los nombres de: concha, cachitos, cortadas, cubiletes, royales. El tostado se vende en champurradas, hojaldras, y roscas. El francés se clasifica en: pirujos, franceses y campechanas.

### 2.1.3 Características y usos

El pan debe presentar un color pálido dorado y una calidad crujiente en toda su extensión. Las características básicas del pan son: aspecto, volumen, color de la miga, consistencia, aroma y sabor. Los usos que se le dan al pan son 100% alimenticios, debido a que es fuente importante de energía y proteínas.

## 2.2 PRODUCCIÓN

En el Municipio existen tres unidades productivas y es importante mencionar que la producción de pan es insuficiente para la demanda que existe del producto. A continuación se presentan las actividades que se realizan para la elaboración de las variedades de pan de consumo diario:

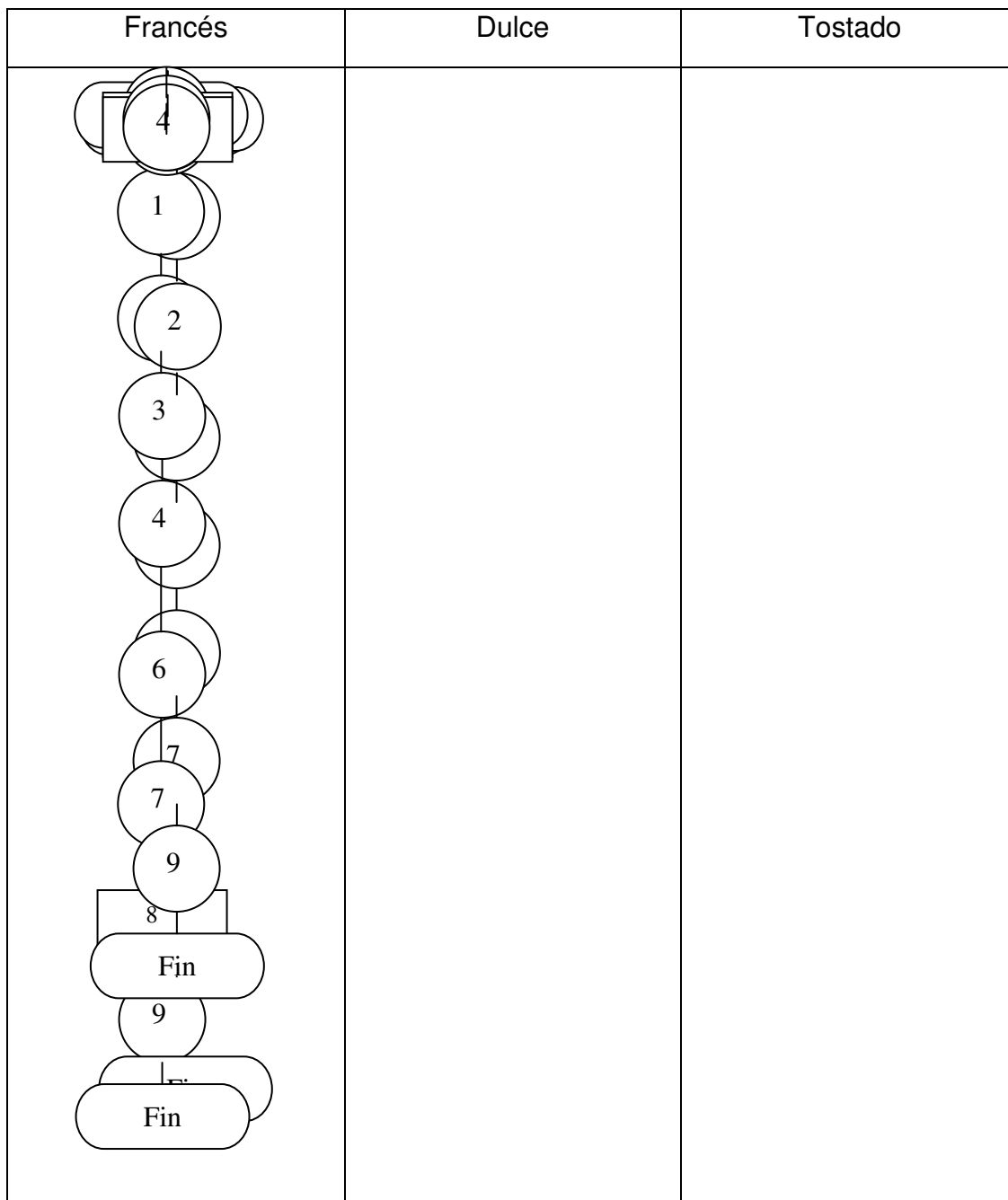
1. Pesado y selección: consiste en medir con una pesa la cantidad de los ingredientes como manteca, azúcar, harina, levadura, sal, así como el conteo de huevos y la determinación de la cantidad de agua para mezclar.
2. Mezclado o batido: es en unir todos los ingredientes de acuerdo a la clase de pan a elaborar.
3. Amasado: consiste en el estiramiento de la masa con movimientos fuertes hasta lograr el grado de elasticidad esperado.



4. Refinado: en este proceso se integra el uso del cilindro, equipo que se encarga de lograr la consistencia y refinamiento necesario de la masa para hacer francés.
5. Reposo o fermentación: este es un paso de espera, con el propósito de que los ingredientes se fusionen y que el efecto de las enzimas agregadas en la levadura se activen; producto que contribuye a que la masa sea mas blanda y ésta crezca durante el proceso de horneado, para lograr los tamaños esperados.
6. Boleado: este proceso es totalmente manual consiste en formar bolitas uniformes de la masa, con el mismo peso y tamaño. Este es un proceso importante garantiza una producción estándar.
7. Moldeo, diseño, figurado o labrado: el objeto del moldeo es darle forma a la masa reposada. El diseño es la forma que se le dará a cada pan, este es un paso importante porque este es la presentación que tendrá el producto a los ojos del consumidor.
8. Reposo final: consiste en dejar que la masa repose antes de ser horneada. En el pan tostado no aplica este paso.
9. Horneado: esta etapa consiste en cocer la masa por la acción del calor, para transformarla en un producto digerible. Es introducir todas las bandejas de pan al horno durante 10 a 15 minutos pan tostado, 35 pan dulce, 40 minutos el francés; a una temperatura de 220/250 grados centígrados, con el objeto que durante su cocción este consiga un color miel o dorado, de apariencia atractiva. El tiempo depende del tamaño y clase del pan. Este proceso es importante para lograr el punto final de la calidad del producto, por lo que la experiencia del panificador es importante para calcular el tiempo justo de horneado.

Para comprender fácilmente el proceso se detalla gráficamente:

Gráfica 1  
Municipio de Agua Blanca, departamento de Jutiapa  
Flujograma Del Proceso Productivo para la Elaboración de Pan  
Año 2002



Fuente: Investigación de campo Grupo E.P.S., Primer semestre 2002

### 2.2.1 Volumen, valor y superficie

Es la cantidad de panes producidos en cada unidad económica valuados al precio de venta. En el caso de esta rama la producción actual no es suficiente para cubrir la demanda, durante la encuesta se apreció que los poblados cercanos a los municipios de Asunción Mita y Concepción Las Minas del departamento de Chiquimula son abastecidos por ellos.

En el siguiente cuadro se presenta la producción de las tres unidades económicas de panadería del Municipio, quienes se dedican principalmente a producir pan de consumo popular.

Cuadro 10

Municipio de Agua Blanca, departamento de Jutiapa  
Volumen de la Producción Anual, Según Encuesta  
Actividad Artesanal, Pequeño Artesano, Panadería A, B y C  
Año 2002

| Concepto           | Pan Diario    | Total qq Anual de Harina al Año | Cantidad Anual de Panes | Precio de Venta Q | Total Producción Para Venta Q |
|--------------------|---------------|---------------------------------|-------------------------|-------------------|-------------------------------|
| <b>Panadería A</b> |               |                                 |                         |                   |                               |
| pan francés        | 3,938         | 783                             | 1,232,594               | 0.25              | 308,149.00                    |
| pan dulce          | 3,300         | 391                             | 1,032,900               | 0.25              | 258,225.00                    |
| pan tostado        | 2,104         | 235                             | 658,552                 | 0.25              | 164,638.00                    |
| <b>Total</b>       | <b>9,342</b>  | <b>1,409</b>                    | <b>2,924,046</b>        |                   | <b>731,012.00</b>             |
| <b>Panadería B</b> |               |                                 |                         |                   |                               |
| pan francés        | 3,000         | 626                             | 939,000                 | 0.25              | 234,750.00                    |
| pan dulce          | 2,500         | 313                             | 782,500                 | 0.25              | 195,625.00                    |
| pan tostado        | 1,375         | 157                             | 430,375                 | 0.25              | 107,594.00                    |
| <b>Total</b>       | <b>6,875</b>  | <b>1,096</b>                    | <b>2,151,875</b>        |                   | <b>537,969.00</b>             |
| <b>Panadería C</b> |               |                                 |                         |                   |                               |
| pan francés        | 1,750         | 391                             | 547,750                 | 0.25              | 136,938.00                    |
| pan dulce          | 1,800         | 235                             | 563,400                 | 0.25              | 140,850.00                    |
| pan tostado        | 1,300         | 157                             | 406,900                 | 0.25              | 101,725.00                    |
| <b>Total</b>       | <b>4,850</b>  | <b>783</b>                      | <b>1,518,050</b>        |                   | <b>379,513.00</b>             |
| <b>TOTAL</b>       | <b>21,067</b> | <b>3,288</b>                    | <b>6,593,971</b>        |                   | <b>1,648,494.00</b>           |

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

Según la estimación de los habitantes de Agua Blanca al año 2002, conforme la proyección de población del Instituto Nacional de Estadística -INE-; de 16,732 habitantes, puede deducirse que el consumo diario por habitante de este producto es de una unidad con relación a la producción determinada de la actividad artesanal de la panadería en el Municipio.

### 2.3 TECNOLOGÍA

Las panaderías en el municipio de Agua Blanca cuentan con modernos hornos eléctricos que ayudan a mejorar la actividad productiva, incrementan la producción, disminuyen tiempo y costos. Es importante mencionar que el costo de dichos hornos es elevado y según la clasificación de la Federación de la pequeña y mediana empresa -FEPYME- está considerado como mediano artesano.

### 2.4 COSTOS

De acuerdo a los datos obtenidos a través de guías de entrevista directa a los productores de pan, se establece el costo directo de producción de la rama de panadería, integrado por las materias primas, mano de obra y costos indirectos variables de producción, a través de la utilización del método de costeo directo; este sistema no incluye los gastos fijos de la operación de las unidades productivas, sino únicamente aquellos que son directamente relacionados al proceso de producción del bien.

La materia prima del costo de producción está integrada por productos que se elaboran y comercializan a nivel nacional; en el caso de la mano de obra el sistema de pago que utilizan los productores es a destajo o sea por unidad producida, en el Municipio el salario que recibe el panadero es mayor que el salario mínimo de Q39.30 más la bonificación establecida de Q 8.33 diarios conforme el decreto 37-2001; aunque en el pago no se hace distinción entre los conceptos establecidos conforme la legislación laboral, efectivamente reciben más. El pago de las prestaciones laborales no existe; de los gastos de producción tampoco hay una clara identificación de los productos o servicios

que integran este rubro, tal es el caso de la energía eléctrica, gas o similares que intervienen en el proceso, que es un gasto que varía de acuerdo a la producción pero no lo relacionan como tal.

El siguiente cuadro muestra los costos de materia prima, mano de obra y costos indirectos variables de los datos obtenidos según la investigación y los imputados. Con el propósito de determinar con precisión las diferencias entre los cálculos que establece el productor y los costos obtenidos, técnicamente se presenta el costo por quintal producido de las tres variedades de pan de consumo diario de las tres panaderías.

Cuadro 11  
Municipio de Agua Blanca, departamento de Jutiapa  
Costo Directo de Producción de Un Quintal de Harina  
Actividad Artesanal, Pequeño Artesano, Panadería A, B y C  
Año 2002  
(Cifras en Quetzales)

| Concepto                    | Panadería A    |                |                | Panadería B    |                |                | Panadería C    |                |                |
|-----------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
|                             | Francés        | Dulce          | Tostado        | Francés        | Dulce          | Tostado        | Francés        | Dulce          | Tostado        |
| <u>Encuestados</u>          |                |                |                |                |                |                |                |                |                |
| Materia prima               | 170.00         | 244.00         | 253.00         | 156.00         | 216.00         | 227.00         | 170.00         | 221.00         | 226.00         |
| Mano de obra                | 55.00          | 55.00          | 55.00          | 55.00          | 55.00          | 55.00          | 55.00          | 55.00          | 55.00          |
| Costos indirectos variables | 30.00          | 25.00          | 15.00          | 23.00          | 20.00          | 11.00          | 14.00          | 15.00          | 11.00          |
| <b>Total</b>                | <b>255.00</b>  | <b>324.00</b>  | <b>323.00</b>  | <b>234.00</b>  | <b>291.00</b>  | <b>293.00</b>  | <b>239.00</b>  | <b>291.00</b>  | <b>292.00</b>  |
| <u>Imputados</u>            |                |                |                |                |                |                |                |                |                |
| Materia prima               | 170.00         | 244.00         | 253.00         | 156.00         | 216.00         | 227.00         | 170.00         | 221.00         | 226.00         |
| Mano de obra                | 74.00          | 74.00          | 74.00          | 74.00          | 74.00          | 74.00          | 74.00          | 74.00          | 74.00          |
| Costos indirectos variables | 77.00          | 68.00          | 53.00          | 62.00          | 56.00          | 43.00          | 34.00          | 34.00          | 32.00          |
| <b>Total</b>                | <b>321.00</b>  | <b>386.00</b>  | <b>380.00</b>  | <b>292.00</b>  | <b>346.00</b>  | <b>344.00</b>  | <b>278.00</b>  | <b>329.00</b>  | <b>332.00</b>  |
| <u>Variación</u>            | <u>(66.00)</u> | <u>(62.00)</u> | <u>(57.00)</u> | <u>(58.00)</u> | <u>(55.00)</u> | <u>(51.00)</u> | <u>(39.00)</u> | <u>(38.00)</u> | <u>(40.00)</u> |

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

En el caso de los datos imputados, la variación principalmente se debe a los cálculos de los costos indirectos variables; regularmente el productor no considera la energía eléctrica y las prestaciones laborales aguinaldo, bono 14, vacaciones e indemnización establecidas conforme el Código de Trabajo debido a que no son remuneradas.

### 2.4.1 Rentabilidad

La rentabilidad es una herramienta de ayuda al productor que sirve para comprender mejor el rendimiento de la producción o para la toma de decisiones por cambios en el funcionamiento del negocio o nuevas inversiones. En el análisis se aplica el método de la utilidad obtenida anual, con respecto al valor total de las ventas menos los costos de producción según diagnóstico.

Cuadro 12  
Municipio de Agua Blanca, departamento de Jutiapa  
Estado de Resultados Consolidado  
Actividad Artesanal, Panadería A, B y C  
Del 01 de julio 2002 al 30 de junio 2003  
(Cifras en quetzales)

|     |                                | Consolidado  |              |
|-----|--------------------------------|--------------|--------------|
|     |                                | Encuesta     | Imputados    |
|     | Ventas                         | 1,648,494.00 | 1,648,494.00 |
| (-) | Costo directo de producción    | 893,076.00   | 1,074,303.00 |
|     | Ganancia marginal              | 755,418.00   | 574,191.00   |
| (-) | Gastos fijos de producción     |              |              |
|     | Depreciación equipo producción | -            | 35,209.00    |
|     | Energía eléctrica ventas       | -            | -            |
|     |                                | -            | 35,209.00    |
|     |                                | 755,418.00   | 538,982.00   |
|     | Gastos de operación            |              |              |
| (-) | Gastos de venta                | -            | 149,159.00   |
|     | Gastos de administración       | -            | 82,794.00    |
|     | Total gastos de operación      | -            | 231,953.00   |
|     | Ganancia antes de I.S.R.       | 755,418.00   | 307,029.00   |
|     | I.S.R.                         | 234,179.00   | 95,179.00    |
|     | Ganancia neta                  | 521,239.00   | 211,850.00   |

Fuente: Investigación de Campo Grupo E.P.S., primer semestre 2002.

En este medio el análisis de rentabilidad que hace el productor es sobre la ganancia marginal bruta y lo realiza por quintal producido; la desventaja es que no incluye en los costos de fabricación directos el total de los costos y gastos totales; lo que no permite visualizar con objetividad la utilidad.

En el cuadro 12 se observan tres situaciones: a) al comparar la ganancia marginal bruta sobre los datos encuestados con los imputados, existe una variación del 17% los que están representados por la falta de pago y provisión de las prestaciones sociales establecidas conforme el Código de trabajo, como también la falta de pago y provisión de la bonificación incentivo Dto. Ley 37-2000; b) el productor no realiza un análisis de los resultados anuales por lo que no conoce con certeza el rendimiento total de la operación y finalmente si esta la realizará con los datos que maneja, tendría una variación de un 16% menos de lo que efectivamente cree percibir; c) el productor se encuentra clasificado desde el punto de vista fiscal como un contribuyente a quien aplica la tarifa del 31% conforme el artículo 44 de la Ley del Impuesto sobre la Renta.

## **2.5 FINANCIAMIENTO**

En este segmento se analiza cual es forma de adquisición del dinero si es a través de instituciones públicas o privadas, personas jurídicas o individuales, con el objeto de identificar cuales son las fuentes de financiamiento en las panaderías del Municipio; a continuación se detallan las que más se emplean.

### **2.5.1 Fuentes de financiamiento internas**

Son los recursos que las panaderías generan por sí mismas, sin necesitar del financiamiento externo, dentro del análisis realizado a las tres panaderías del Municipio, se observó que dos de ellas, los recursos son internos proveniente de ahorro, préstamos familiares sin ningún interés, capital propio y reinversión de las utilidades obtenidas, generando así su propio autofinanciamiento con el objeto de comprar nuevamente materia prima para el proceso productivo.

### **2.5.2 Fuentes de financiamiento externas**

En cuanto a las fuentes de financiamiento externas, los productores de pan, al momento de iniciar su actividad, solicitaron financiamiento en el Banco de Desarrollo Rural, quien requirió una garantía hipotecaria, con una tasa de interés del 20.5% al 23%, pagadero en un plazo de dos a tres años utilizando dicho dinero para la compra de su inversión fija y de capital de trabajo. A través de la generación de utilidades se logró cancelar el financiamiento solicitado.

## **2.6 COMERCIALIZACIÓN**

Comprende todas las actividades realizadas desde la producción del pan hasta llevarlo al consumidor final. Por el tipo de producto, el proceso de comercialización puede ser analizado a través de la mezcla de mercadotecnia, que se describe a continuación.

### **2.6.1 Mezcla de mercadotecnia**

Consiste en todo lo que la empresa puede hacer para influir en la demanda de su producto.

#### **2.6.1.1 Producto**

El Pan es un producto que forma parte de la dieta alimenticia de la población del municipio de Agua Blanca, utiliza para su elaboración materias primas como: harina suave, harina dura, manteca, royal, azúcar, sal, levadura, y otros. El pan dulce es fabricado con harina suave y su característica fundamental es que tiene un alto rendimiento por lo que su costo es menor. El tostado es producido con harina suave y su característica esencial es que durante el proceso no necesita reposo, por lo que el tiempo para su elaboración es menor. El pan francés es elaborado con harina dura, de menor rendimiento que la harina suave y su característica fundamental es que no utiliza azúcar. Debido a que es un producto de consumo diario, la demanda es permanente.



El pan producido en el Municipio es de excelente calidad, elaborado con las mejores materias primas que existen en el mercado y con utilización de modernos hornos que proporcionan como resultado un pan de exquisito sabor.

Cada unidad contiene un peso promedio de 30 gramos y el tamaño depende de la variedad. Dentro del Municipio se exhibe en vitrinas y su forma de empaque es en bolsas de nylon; mientras que en el área rural se muestra el producto en canastos y su empaque es igual que en el área urbana, debido a que este material es de bajo costo y mantiene la calidad.

La marca de cada productor consiste en las características específicas que agrega al pan como tamaño, color y sabor, lo que permite a detallistas y consumidores finales conocer en que panadería fue elaborado el producto, por tanto los gustos y preferencias de los clientes son factores importantes para el crecimiento de la actividad artesanal.

El pan dulce según la Encuesta Nacional de Consumo de Alimentos (ENCA) SEGEPLAN - INE de 1991 es consumido por el 86.7% del total de hogares del país y el consumo per cápita es de 28 gramos diarios que contienen 123 Kcal. de energía y 1.7 gramos de proteínas. Mientras el pan francés es consumido por el 67.3% de hogares con un consumo per cápita de 24 gramos diarios que contienen 70 Kcal. de energía y 2.4 gramos de proteínas.

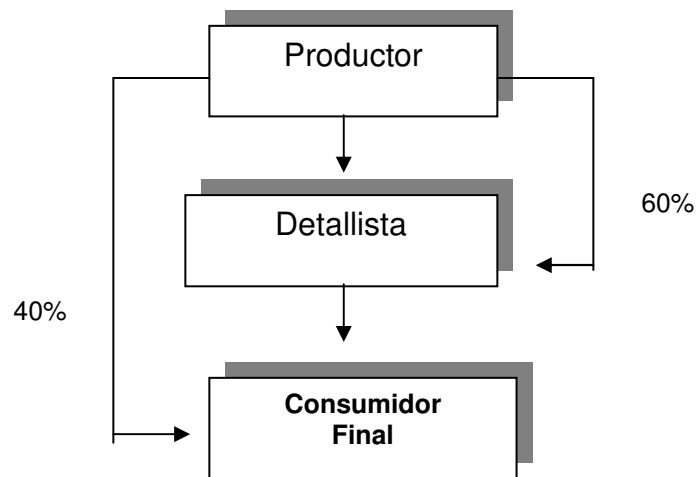
#### 2.6.1.2 Plaza

Son todos los individuos u hogares que compran o adquieren bienes y servicios para el consumo personal. La plaza conlleva todas las actividades realizadas por la empresa, para poner un producto a disposición de los consumidores meta.

Actualmente la producción de pan se comercializa en el casco urbano del municipio de Agua Blanca y en las aldeas más cercanas al mismo. En esta clase de productos, la atención y servicio al cliente es un aspecto determinante para mejorar los niveles de venta actuales como también tener en mostradores el producto donde pueda ser exhibido.

A continuación se presenta la forma en que se distribuye el pan en el Municipio, y los porcentajes de venta estimados para cada institución que participa en el proceso de distribución.

Gráfica 2  
Municipio de Agua Blanca, departamento de Jutiapa  
Canales de Comercialización  
Actividad Artesanal Panadería  
Año 2002



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

La gráfica anterior muestra que para la actividad artesanal de panadería existen dos tipos de canales de comercialización.

El primero se presenta cuando el cliente visita directamente el punto de venta de la unidad productiva. El segundo canal es utilizado en la distribución que se realiza en las aldeas más cercanas al casco urbano, entre las que se

encuentran: Obrajuelo, Papalhuapa, Tempisque y La Tuna; en donde se entrega el pan a tiendas, que funcionan como intermediarios detallistas y se encargan de realizar las ventas al consumidor final; por medio de este canal de comercialización se alcanza un alto porcentaje del total de ventas. La entrega se realiza a través de vehículos dedicados a esta actividad y el pan se traslada en canastos para protegerlo.

Ambos canales son fundamentales para mantener un lugar importante dentro de la economía del Municipio.

Por ser el pan un producto perecedero, no se mantienen inventarios de producto terminado, sino la producción se realiza diariamente sobre la base de pedidos o a proyección de ventas basadas en la demanda mantenida durante los últimos meses. Es importante mencionar que la venta se incrementa en épocas festivas como Semana Santa y Navidad.

- Márgenes de comercialización

Es la diferencia entre el precio que percibe el productor y el que recibe el consumidor final. Para determinar el margen de comercialización es necesario conocer los gastos en que se incurren durante el proceso de venta del pan como combustibles, salarios del personal dedicado a la distribución, publicidad y otros.

Existe también el margen bruto de comercialización MBC, y se calcula siempre en relación con el precio final o precio pagado por el último consumidor y se expresa en porcentajes.

El siguiente cuadro muestra los márgenes de comercialización en la panadería:

Cuadro 13

Municipio de Agua Blanca, departamento de Jutiapa  
Márgenes de Comercialización  
Actividad Artesanal de Panadería  
Año 2002

| Institución              | Precio de Venta | Margen Bruto de Comerc. | Gastos de Mercadeo | Margen Neto de Comerc. | % de Inversión | % de Partic. |
|--------------------------|-----------------|-------------------------|--------------------|------------------------|----------------|--------------|
| Productor                | 0.20            |                         |                    |                        |                |              |
| Detallista (Combustible) | 0.25            | 0.05                    | 0.02               | 0.03                   | 15             | 80           |
| Consumidor final         |                 |                         |                    |                        |                |              |

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

El cuadro anterior indica que por cada quetzal que se venda de pan, el 25% corresponde al margen bruto de comercialización. De dicho porcentaje, el 40% corresponde a gastos de traslado del producto, por lo que el restante 60% es el margen neto de comercialización, o sea que por cada pan de 25 centavos se obtienen tres centavos de utilidad para el detallista, que representan el 15% sobre la inversión del productor, porcentaje aceptable por no existir mayor inversión de parte de esta institución.

Se puede observar también que la participación del productor es de 20 centavos por unidad producida.

### 2.6.1.3 Precio

“Es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o un servicio, o la suma de todos los valores, que intercambian los consumidores por los beneficios de tener el producto o el servicio que se utilice”.<sup>5</sup>

<sup>5</sup> Kotler, Phillip.; Armstrog, Gary. Fundamentos de Mercadotecnia, cuarta edición, Prentice Hall Hispanoamericana, S.A. 1997 pag. 585

En la actividad artesanal de panadería el precio de las variedades de pan, se determina a través de una combinación sobre la base de sistemas de costos y el precio de la competencia. Se comprobó según la investigación realizada, en el año 2002 que el precio unitario del pan es de 25 centavos al consumidor final tanto en el área urbana como rural.

El precio al mayoreo es de 20 centavos por unidad y actualmente la forma de pago es únicamente al contado, aunque existe la posibilidad que a mediano plazo se den las condiciones necesarias para comercializar el producto a detallistas al crédito o realizar descuentos por pagos al contado.

#### 2.6.1.4 Promoción

El pan es un producto de consumo diario, alcanza el primer lugar en importancia dentro de la actividad artesanal del Municipio, cuenta con una ventaja fundamental consistente en que la totalidad de la población de Agua Blanca es cliente potencial del producto por lo que es parte del Mercado Meta.

Actualmente la publicidad utilizada son rótulos luminosos y letreros en las paredes que indican la existencia de las panaderías. Los vendedores que existen son quienes se encargan de distribuir el pan en las aldeas vecinas al área urbana del Municipio.

Se pueden alcanzar mejores niveles de venta al utilizar estrategias promocionales como regalos por compras, por ejemplo en la compra de cinco panes recibe uno adicional de ganancia, descuentos especiales en compras significativas, publicidad a través de volantes, y crédito a detallistas.

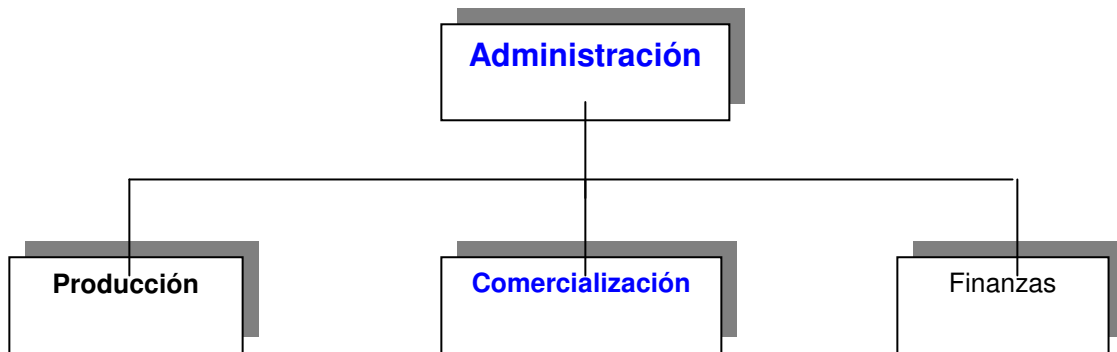
## 2.7 ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

De acuerdo a la investigación realizada en el Municipio, se determinó que en general la producción artesanal presenta las siguientes características en la organización:

- Específicamente en el sector artesanal predomina la pequeña empresa caracterizada por un número de empleados entre cinco a veinte y con una inversión de capital neto entre Q.20,000.00 y Q.1.000,000.00, de acuerdo a la clasificación de la Federación de la Pequeña y Mediana Empresa FEPYME, de octubre 1994.
- Las operaciones las realiza sin planificación y controles adecuados. En consecuencia se observó que la organización existente es Lineal; comúnmente se utiliza por su fácil implementación y se desarrolla desde el productor o propietario en forma directa hasta los subalternos.
- Otra característica importante es que la responsabilidad del propietario en la dirección de la empresa absorbe no menos del 80% de su tiempo.

En la siguiente gráfica se presenta la estructura organizacional para mejor comprensión:

Gráfica 3  
Municipio de Agua Blanca, departamento de Jutiapa  
Actividad Productiva de Panadería  
Estructura Organizacional  
Año 2002



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

## 2.8 RESUMEN DE LA PROBLEMATICA ENCONTRADA

En Agua Blanca, la actividad artesanal ocupa el tercer lugar en importancia en la economía del Municipio y un alto porcentaje está integrado por la producción y comercialización del pan, no obstante se determinó un problema fundamental en dicha actividad que consiste específicamente en que no existe una buena y eficiente organización donde puedan optimizarse los recursos humanos, materiales y financieros.

Se determinó que las actividades se realizan por orden directa del propietario, no existe ningún tipo de funciones administrativas, ni planificación de las actividades a realizar sino se realizan basándose en la experiencia de los obreros.

No existe asesoría técnica, falta capacitación para empleados, el volumen de producción no es acorde a las necesidades de la población y a la maquinaria utilizada y los costos no se determinan técnicamente.

## **2.9 SOLUCIÓN A LA PROBLEMÁTICA ENCONTRADA**

Para darle solución al problema fundamental detectado, y alcanzar mejores beneficios a los actuales se propone lo siguiente:

Establecer una Asociación de productores de pan que cumpla los requisitos establecidos por las leyes vigentes, con la finalidad de mejorar administrativamente y captar los recursos económicos necesarios que alcancen los objetivos de mayor productividad y cobertura del mercado potencial que existe.

Por medio de la Asociación se obtendrán beneficios como compra de materias primas e insumos a menor costo, adquisición de asesoría técnica en el Instituto Técnico de Capacitación y Productividad –INTECAP- con el fin de inducir a los propietarios para administrar eficientemente los recursos disponibles y puedan ejercer las funciones administrativas adecuadamente. Capacitar a los empleados para mejorar la calidad del producto y evitar tiempos ociosos de maquinaria y mano de obra.

A través de la optimización de los recursos materiales, financieros y humanos se alcanzará mayor productividad que permitirá explotar la actividad artesanal de panadería.

Al incrementarse la producción es importante planificar, ejecutar y dirigir la utilización de estrategias de mercadeo tales como: publicidad, propaganda, promociones, evaluación del otorgamiento de créditos, para alcanzar segmentos de mercado que actualmente están cubiertos por otros municipios colindantes.



### CAPÍTULO III PROYECTO: PRODUCCIÓN DE CHILE PIMIENTO

El objeto del capítulo es presentar a la comunidad del municipio de Agua Blanca, un proyecto de inversión objetivo y viable, de acuerdo a las condiciones que presenta el Municipio. El trabajo fue desarrollado para su estudio y evaluación, de acuerdo a las potencialidades encontradas, características de los suelos, clima, recursos naturales, tecnología y capacidad económica de los interesados en la inversión.

Se presenta el proyecto, con el fin de concretarse el mismo a través de estimular a nuevos inversionistas y así mejorar el desarrollo económico del Municipio con la generación de nuevas fuentes de trabajo.

#### 3.1 DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Se presenta la viabilidad de producir chile pimiento en el Municipio, para ello se ha evaluado el entorno físico, natural, económico, político, social y jurídico, asimismo se incluye un análisis del estudio de mercado, el monto de la inversión, costos de producción, estudio técnico, administrativo-legal y fuentes de financiamiento, con el objetivo de llevar a cabo la implementación del proyecto a corto plazo.

##### 3.1.1 Presentación del producto

El cultivo del chile pimiento en el Municipio es viable, debido a que cuenta con las condiciones aptas de suelos, clima adecuado, altura sobre el nivel del mar propicia, mano de obra necesaria para trabajar, así como los beneficios económicos que se traducen en desarrollo para el Municipio. De acuerdo a las escasas condiciones hidrológicas del Municipio, en Agua Blanca son realizables aquellos proyectos que puedan subsistir con sistemas de riego. El chile pimiento

es un cultivo que puede desarrollarse con sistema de riego por goteo; se determinó que existe la infraestructura necesaria en el casco urbano del Municipio, específicamente en el barrio Las Casitas, donde los suelos presentan las características adecuadas para el producto: fértiles y profundos, con un P.H 5.3 a 6.8.; la extensión propuesta para el proyecto es de cinco manzanas, terreno que es propiedad de los inversionistas interesados.

Según datos del Banco de Guatemala, la región oriente del país, como Jalapa y Jutiapa, es donde actualmente se cultiva chile pimiento, lo que demuestra que el municipio de Agua Blanca, presenta las condiciones necesarias para el éxito del proyecto.

### 3.1.2 Producción anual

Cinco manzanas de terreno obtendrán una producción total de 15,000 cajas de 40 libras por año. Se estima producir 1,500 cajas por manzana y dos cosechas al año.

### 3.1.3 Mercado meta

Se propone que la producción sea comercializada en la ciudad Capital, a través de mayoristas ubicados en la Central de Mayoreo en la zona 12, quienes se encargarán de distribuir el producto al consumidor final del área urbana o rural del país, esto con la finalidad de conseguir mejores precios de venta para toda la producción; y una pequeña parte será vendida en el mercado del Municipio. Por lo que se puede identificar al mercado meta como la totalidad de la población del país.

## 3.2 JUSTIFICACIÓN

Es necesario implementar nuevos proyectos dentro del Municipio, la producción de chile pimiento, contribuirá con generar nuevos empleos y mejorar el nivel de vida de los agricultores, lo que se traduce en crecimiento económico para la población de Agua Blanca.

### 3.3 OBJETIVOS

Los objetivos del proyecto están estrechamente vinculados a la búsqueda del desarrollo del Municipio a mediano plazo, a través de la utilización y mejor aprovechamiento de los recursos con que se cuenta.

#### 3.3.1 Objetivos generales

- Diversificar la producción agrícola con nuevos productos que generen más ingresos a la población y que mejoren la economía familiar.
- Promover la autosuficiencia productiva del país al cultivar productos que actualmente se están importando de países vecinos.
- Generar fuentes de trabajo a través de la implementación de nuevos proyectos de inversión.

#### 3.3.2 Objetivos específicos

- Incursionar en nuevos mercados con productos cultivados en el Municipio como el chile pimiento.
- Mejorar la preservación de los suelos con la rotación de cultivos.
- Fomentar la cultura organizacional de la producción.
- Generar mejor rentabilidad en la inversión comparada con los cultivos tradicionales del lugar como el maíz y el maicillo.
- Mejorar el nivel tecnológico en la producción de la actividad agrícola
- Dar a conocer a la población del Municipio, que la mejor manera para alcanzar el desarrollo individual y colectivo es trabajar en grupo.
- Incrementar las exportaciones para acrecentar el ingreso de divisas al país y disminuir las importaciones de chile pimiento.

### 3.4 ASPECTOS DE MERCADO

El propósito es conocer si existe un mercado potencial que consuma chile pimiento, que justifique la puesta en marcha de la iniciativa de inversión. Para

tener una visión mas clara de la viabilidad y rentabilidad de la producción y venta de chile pimiento se analizarán las variables de producto, demanda, oferta, precio y proceso de comercialización. El chile pimiento pertenece a un mercado de competencia imperfecta, debido a que en el mismo existen muchos demandantes y pocos oferentes. La producción se encuentra orientada en alto porcentaje al mercado nacional y en mínima proporción para el mercado del Municipio, en virtud que los demandantes están concentrados en la región metropolitana del país.

#### 3.4.1 Descripción del producto

La planta de chile pimiento se conoce con el nombre científico de capsicum frutescens o capsicum annum, y pertenece a la familia de las solanáceas, es un cultivo herbáceo, de tallo leñoso, anguloso, hojas enteras ovales, lanceoladas, tiene flores hermafroditas solitarias de color blanco amarillento, fructifican en baya semicartilaginosa con dos o tres celdas, pero si se realiza bajo cultivo, se constituye en una planta con un ciclo vegetativo que va desde 120 a 160 días comprendidos desde la siembra hasta la madurez, su reproducción se lleva a cabo por semillas. Alcanzan alturas de 0.60 a 1.2 metros, es de clima cálido, templado y frío, pero los mejores resultados se obtienen con alturas de 0 a 4,000 pies sobre el nivel del mar, a temperaturas entre 20 y 29 grados centígrados, con una precipitación pluvial anual de 600 a 1,200 milímetros.

##### 3.4.1.1 Uso del producto

El chile pimiento como hortaliza es un ingrediente esencial en la preparación de alimentos, con buen sabor y conteniendo de 150 a 180 mg/100g. de vitamina C y alto contenido de vitamina A o caroteno, que lo hacen susceptible de ser usado en las formas siguientes: como condimento en forma natural, como medicina, y en forma industrial como paprika, utilizada en la fabricacion de salchichas, embutidos y otros derivados.

### 3.4.2 Oferta

La cantidad de chile pimienta que se produce en el país agregado a las importaciones provenientes de países como México y Honduras es lo que se conoce como oferta total. A continuación se presenta la situación actual y la proyección de la misma:

Cuadro 14  
República de Guatemala  
Oferta Total Histórica y proyectada  
Producto Chile Pimiento  
Años 1997 – 2006  
(Expresado en Quintales)

| Año  | Producción<br>Nacional | + | Importaciones | = | Oferta<br>Total |
|------|------------------------|---|---------------|---|-----------------|
| 1997 | 78,058                 |   | 166           |   | 78,224          |
| 1998 | 79,708                 |   | 259           |   | 79,967          |
| 1999 | 348,944                |   | 294           |   | 349,238         |
| 2000 | 464,562                |   | 322           |   | 464,884         |
| 2001 | 370,097                |   | 6,264         |   | 376,361         |
| 2002 | 558,953                |   | 5,139         |   | 564,092         |
| 2003 | 655,847                |   | 6,365         |   | 662,212         |
| 2004 | 752,740                |   | 7,591         |   | 760,331         |
| 2005 | 849,633                |   | 8,816         |   | 858,449         |
| 2006 | 946,526                |   | 10,042        |   | 956,568         |

La proyección de la oferta se realizó en función de la ecuación: donde:  
 Para producción  $Y_c = 268,273.80 + 96,893.20 (x)$   $Y_c =$  quintales de chile pimienta  
 Para importaciones  $Y_c = 1,461 + 1,225.90 (x)$   $X =$  año proyectado  $1,999 =$  año base  
 Fuente: Elaboración propia con base a datos del Banco de Guatemala años 1997 al 2001.

La oferta nacional predomina a pesar de que en el año 2000 se incrementa la importación de chile pimienta al mercado local, con una participación del 7%, en el año 2002 ya representa un 9% esto significa que el mercado ha demandado más de lo que los productores nacionales pueden abastecer; en el próximo quinquenio con el incremento de la producción nacional que aportaría el proyecto, se cubriría parte del mercado con producto cultivado en el Municipio y la necesidad de importar chile pimienta disminuiría.

### 3.4.3 Demanda

Por los hábitos alimenticios del guatemalteco el chile pimiento es parte de los ingredientes que forman la dieta alimenticia, es de uso común y su demanda es diaria. La demanda potencial de chile pimiento es la totalidad de habitantes del país por el consumo per cápita, en vista de que el producto es exclusivamente para consumo humano. La estimación del consumo per capita chile pimiento es de 1.1 libra por persona. En el siguiente cuadro se presenta la demanda de chile pimiento en el país durante los últimos cinco años y la proyección de la demanda potencial de los próximos cinco años.

Cuadro 15  
República de Guatemala  
Demanda Potencial Histórica y Proyectada  
Producto Chile Pimiento  
Años 1997 – 2006  
(Expresado en Quintales)

| Año  | Población Tasa<br>Crecimiento 2.64% | Consumo Anual<br>Per cápita | Demanda<br>Potencial |
|------|-------------------------------------|-----------------------------|----------------------|
| 1997 | 10,517,448                          | 0.011                       | 115,692              |
| 1998 | 10,799,133                          | 0.011                       | 118,790              |
| 1999 | 11,088,362                          | 0.011                       | 121,972              |
| 2000 | 11,385,339                          | 0.011                       | 125,239              |
| 2001 | 11,678,411                          | 0.011                       | 128,463              |
| 2002 | 11,986,800                          | *                           | 131,855              |
| 2003 | 12,299,888                          | 0.011                       | 135,299              |
| 2004 | 12,621,301                          | 0.011                       | 138,834              |
| 2005 | 12,951,606                          | 0.011                       | 142,468              |
| 2006 | 13,293,528                          | 0.011                       | 146,229              |

\*Proyecciones realizadas con base a datos del Instituto Nacional de Estadística – INE- año 2002.

Fuente : Elaboración propia con base a proyecciones del Instituto Nacional de Estadística -INE- año 2002 y dietas Instituto de Nutrición para Centro América y Panamá –INCAP- año 1998.

Según la proyección de población realizada por el Instituto Nacional de Estadística se logró establecer que para el año 2002 existe una demanda potencial de 131,855 quintales de chile pimiento, conforme las proyecciones en el año 2006 será de 146,229 con un crecimiento porcentual del 11%. El comportamiento del consumo del producto representa una excelente oportunidad de mercado para desarrollar el proyecto, en virtud de que la demanda potencial va en crecimiento.

### 3.4.3.1 Consumo aparente

Indicador que determina la cantidad de chile pimiento que en realidad demanda la población, en un período determinado regularmente de un año. El consumo aparente establecido se presenta a continuación.

Cuadro 16  
República de Guatemala  
Consumo Aparente  
Producto Chile Pimiento  
Años 1997 – 2006  
(Expresado en Quintales)

| Año  | Producción<br>Nacional | + | Importaciones | - | Exportaciones | = | Consumo<br>Aparente |
|------|------------------------|---|---------------|---|---------------|---|---------------------|
| 1997 | 78,058                 |   | 166           |   | 9,681         |   | 68,543              |
| 1998 | 79,708                 |   | 259           |   | 30,039        |   | 49,928              |
| 1999 | 348,944                |   | 294           |   | 288,426       |   | 60,812              |
| 2000 | 464,562                |   | 322           |   | 402,454       |   | 62,430              |
| 2001 | 370,097                |   | 6,264         |   | 312,271       |   | 64,090              |
| 2002 | 558,953                |   | 5,139         |   | 501,853       |   | 62,239              |
| 2003 | 655,847                |   | 6,365         |   | 599,612       |   | 62,600              |
| 2004 | 752,740                |   | 7,591         |   | 697,372       |   | 62,959              |
| 2005 | 849,633                |   | 8,816         |   | 795,131       |   | 63,318              |
| 2006 | 946,526                |   | 10,042        |   | 892,891       |   | 63,677              |

La proyección del consumo aparente se realizó en función de la ecuación:  $Y_c = 268,273.80 + 96,893.20(x)$  donde:  
 Para producción  $Y_c = 1,461 + 1,225.90(x)$   $Y_c =$  quintales de chile pimiento  
 Para importaciones  $Y_c = 208,574.20 + 97,759 + 50(x)$   $X =$  año proyectado  
 Para exportaciones  $Y_c = 208,574.20 + 97,759 + 50(x)$  1,999 = año base  
 Fuente: Elaboración propia con base a datos del Banco de Guatemala años 1997 al 2001.

El cuadro anterior indica que el chile pimienta ha tenido un incremento considerable en la producción nacional, derivado de la demanda del exterior de los últimos tres años las exportaciones han aumentado nueve veces más que los años anteriores; la demanda nacional también presenta una tendencia de mayor consumo. Al comparar el indicador del consumo aparente con la demanda potencial se puede deducir que para el año 2006 puede comercializarse dos veces mas la producción que actualmente existe.

### 3.4.3.2 Demanda insatisfecha

Es la diferencia entre la demanda potencial y el consumo aparente, o sea que es la cantidad de chile pimienta que actualmente podría comercializarse en el mercado nacional. Dichos indicadores se presentan a continuación.

Cuadro 17  
República de Guatemala  
Estimación de la Demanda Insatisfecha  
Producto Chile Pimiento  
Años 1997 – 2006  
(Expresado en Quintales)

| Año  | Demanda Potencial | - | Consumo Aparente | = | Demanda Insatisfecha |
|------|-------------------|---|------------------|---|----------------------|
| 1997 | 115,692           |   | 68,543           |   | 47,149               |
| 1998 | 118,790           |   | 49,928           |   | 68,862               |
| 1999 | 121,972           |   | 60,812           |   | 61,160               |
| 2000 | 125,239           |   | 62,430           |   | 62,809               |
| 2001 | 128,463           |   | 64,090           |   | 64,373               |
| 2002 | 131,855           |   | 62,239           |   | 69,616               |
| 2003 | 135,299           |   | 62,600           |   | 72,699               |
| 2004 | 138,834           |   | 62,959           |   | 75,875               |
| 2005 | 142,468           |   | 63,318           |   | 79,150               |
| 2006 | 146,229           |   | 63,677           |   | 82,552               |

Fuente: Elaboración propia con base a cuadros de demanda potencial y consumo aparente del presente estudio.



La demanda insatisfecha en el año 1998 representaba el 58%, en el 2000 el 50%, actualmente en el 2002 es el 52%, y se estima que para el año 2006 la demanda insatisfecha será de un 56%, lo que significa que el crecimiento de la producción es insuficiente con relación al crecimiento del consumo de la población estimada para esa fecha; de la evaluación anterior se puede concluir que la viabilidad del proyecto es segura, derivado de que si existe mercado para el crecimiento de la producción.

#### 3.4.4 Precio

De acuerdo a la investigación, el precio al consumidor en el mercado nacional, está sujeto al tamaño y calidad del producto, para el proyecto se determinó que el precio de venta será de Q.60.00 para mayoristas, Q.70.00 para detallistas y Q. 98.00 para consumidores finales.

El precio es variable e influenciado por la cantidad de oferentes en el mercado y los fenómenos naturales tales como el exceso de lluvia que pueden dañar la calidad del producto.

#### 3.5 PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN

Las actividades encaminadas al traslado del chile pimiento hasta ponerlo a disposición del consumidor; se realiza a través de la comercialización directa entre la persona encargada por parte de la Asociación de Productores, el mayorista en la Central de Mayoreo y el detallista en el mercado local.

El proceso es una serie de actividades que permiten realizar en forma ordenada la transferencia del producto. Para la propuesta de chile se da de la siguiente manera:

### 3.5.1 Concentración

A través de la Asociación de Productores que se propone más adelante, se pretende concentrar el producto en un local destinado para la actividad. Estará ubicado en el casco urbano del Municipio, con el objeto de facilitar su transporte, reducir costos y simplificar su comercialización.

### 3.5.2 Equilibrio

Una vez ubicado el producto en la bodega de acopio, se distribuirá en cajas de aproximadamente 40 libras cada una a detallistas y mayoristas. La producción de chile pimiento es por lo general irregular, en ciertas épocas del año hay abundancia y otras escasez. Para el proyecto el equilibrio de la oferta y demanda no puede darse, por ser un producto perecedero que no permite su almacenamiento.

### 3.5.3 Dispersión

El chile pimiento, se distribuirá a través de la Asociación, quién lo comercializará a detallistas en el mercado local y a mayoristas en la Central de Mayoreo.

## 3.6 FUNCIONES DE LA COMERCIALIZACIÓN

Consiste en clasificar las diversas actividades que se presentan durante el proceso de comercialización.

### 3.6.1 Funciones de intercambio

Son las funciones relacionadas con la transferencia de propiedad o posesión del producto, y para que se pueda llevar a cabo la comercialización de chile pimiento se dan las funciones de intercambio, tales como: compra-venta y determinación de precios, actividades que realizan las instituciones con el propósito de llevar el producto desde el lugar de origen hasta el consumidor final.

#### 3.6.1.1 Compra-venta

Para el Chile Pimiento las funciones de intercambio como compra-venta se dan por inspección en el lugar de la negociación, porque el mayorista o detallista compra de acuerdo a la revisión que hace del producto.

#### 3.6.1.2 Determinación de precios

La Asociación de Productores de Chile Pimiento de Agua Blanca, será la encargada de establecer el precio de venta, basados en los costos incurridos, márgenes de comercialización establecidos y en función del comportamiento del mercado. El precio estimado para la venta es de Q.60.00 a mayoristas y Q.70.00 a detallistas por cada caja de 40 libras.

#### 3.6.2 Funciones físicas

Son las actividades que intervienen en la transferencia física de los productos, como acopio, almacenamiento, clasificación, empaque y transporte. Es importante mencionar que dichas funciones ocasionan costos, que inciden directamente en los precios de venta.

##### 3.6.2.1 Acopio

Consiste en reunir la producción procedente de las cinco manzanas cultivadas por la Asociación con el fin de hacer lotes homogéneos que faciliten el transporte y demás funciones propias de la comercialización.

La función de acopio tendrá lugar en la sede de la Asociación de Productores de Chile Pimiento, donde se llevará la producción ya clasificada según calidad y tamaño, para su traslado a la Central de Mayoreo, en la Ciudad Capital o al mercado local.

#### 3.6.2.2 Clasificación

La clasificación de la producción se llevará a cabo directamente en el lugar del cultivo, en el momento del corte del producto, se hará por tamaño y color. Es necesario realizar la función para optimizar el tiempo por ser un producto perecedero.

#### 3.6.2.3 Empaque

El empaque que se utilizará para el chile pimiento consistirá en cajas de madera con capacidad de 40 libras, que serán utilizadas varias veces y pertenecerán a la Asociación.

Las cajas de madera presentan algunas ventajas: facilitan el almacenamiento temporal y reducen pérdidas por malos manejos.

#### 3.6.2.4 Transporte

Se realizará hacia la capital por medio de camiones, y por el servicio se pagará flete.

### 3.6.3 Funciones auxiliares

Son conocidas también como funciones de facilitación y se dan en todos los niveles del proceso de comercialización, contribuyen a la ejecución de las funciones físicas y de intercambio, entre las que se pueden mencionar: financiamiento de la comercialización, aceptación de riesgos, información de precios, información de mercados y promoción de mercados.

#### 3.6.3.1 Financiamiento de la comercialización

En la estimación del capital necesario para el desarrollo del proyecto, está contemplado el financiamiento, por lo que dichos fondos serán utilizados durante el proceso de comercialización del producto.

#### 3.6.3.2 Aceptación de riesgos

Toda inversión contempla riesgos, el chile pimiento está expuesto a pérdida física y de mercado, estar organizados es una ventaja esencial para evitarlos. Los daños físicos a que puede estar expuesto el chile pimiento son: la lluvia, clima y traslado del producto hacia las instalaciones de la Asociación. Uno de los riesgos de mercado que puede enfrentar el producto podría ser la baja de precios y puede minimizarse al contar con información actualizada.

#### 3.6.3.3 Información de precios

Es la información sobre épocas en las que se alcanza mejores precios en el mercado, con la finalidad de obtener mayor rentabilidad y facilitar el proceso de comercialización.

#### 3.6.3.4 Información de mercados

Se refiere a la recolección, interpretación y distribución de datos, como por ejemplo información actualizada acerca de la oferta, demanda, mercado potencial y competencia del producto. La información recolectada es esencial para planificar fechas de cultivo, producción y venta del chile pimiento.

#### 3.6.3.5 Promoción de mercados

La función será ejecutada con el propósito de encontrar y asegurar una parte del mercado nacional, e identificar las posibilidades de introducir el producto en mercados internacionales, específicamente podría ser el mercado de la Republica de El Salvador, por su ubicación geográfica con el Municipio y por la cantidad que consumen de chile pimiento en ese país.

### 3.7 INSTITUCIONES DE LA COMERCIALIZACIÓN

Existen varias instituciones participantes durante el proceso de comercialización, entre ellos se encuentran: productores, mayoristas, detallistas y consumidores finales, quienes intervendrán en la comercialización del chile pimiento.

#### 3.7.1 Productor

Es el primer participante del proceso, desde el momento mismo de tomar una decisión sobre la venta de su producción.

Institución que será constituida por la Asociación de Productores de Chile Pimiento, quien da origen a la comercialización desde el momento que se fundó con el fin de obtener beneficios económicos y sociales mediante la venta del producto.

#### 3.7.2 Mayoristas

Tienen la función de comercializar el 80% de la producción directamente a detallistas y a consumidores finales, se encuentran ubicados en la Ciudad Capital de Guatemala. Son los principales participantes durante el proceso de comercialización, porque serán quienes adquieran la mayor parte de la producción.

#### 3.7.3 Detallistas

Son comerciantes que tienen por función básica el fraccionamiento o división del producto y el suministro al consumidor final. En este caso la Asociación venderá el chile pimiento por caja al detallista en el mercado local, quien será el encargado de distribuirlo al consumidor final.

#### 3.7.4 Consumidor final

Es quien finalmente adquiere el chile pimiento para su consumo.

### 3.8 ESTRUCTURA DE LA COMERCIALIZACIÓN

Está compuesta por estructura, conducta y eficiencia de mercado, las que se presentan a continuación:

#### 3.8.1 Estructura de mercado

Son las relaciones existentes entre productores e intermediarios; específicamente en la comercialización del chile pimiento se da en forma sencilla y tradicional, entre productor, mayoristas y detallistas. El proyecto de producir y comercializar chile pimiento en el Municipio se desarrollará en un mercado monopsónico, porque existen varios productores que desean comercializar el producto por medio de la Asociación de Productores de Chile Pimiento.

#### 3.8.2 Conducta de mercado

La Asociación deberá estar enterada del comportamiento de la oferta, demanda y precios, para tomar decisiones adecuadas. La forma de pago será estrictamente al contado.

#### 3.8.3 Eficiencia de mercado

Mide la efectividad de los canales de comercialización propuestos, o sea verifica que los mismos sean adecuados para generar mayor rentabilidad.

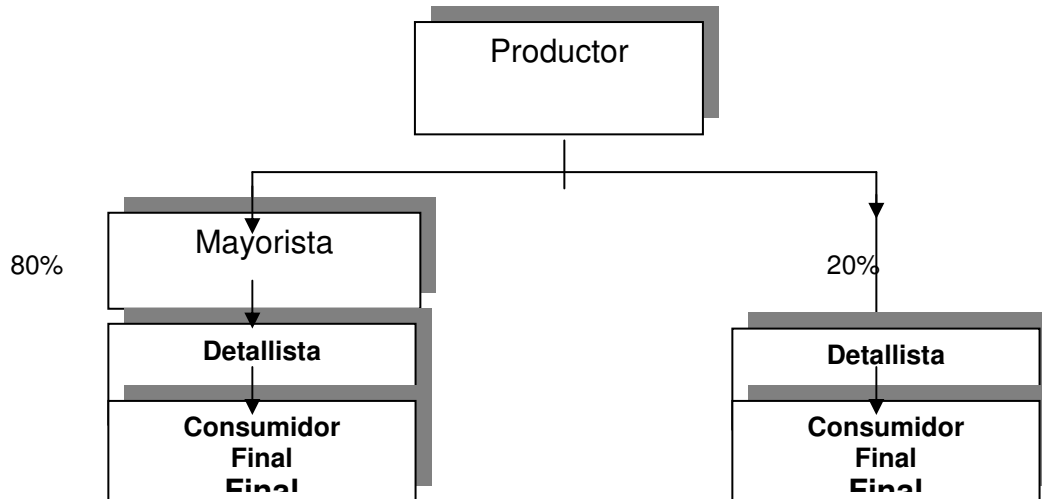
### 3.9 OPERACIONES DE LA COMERCIALIZACIÓN

Facilitan el proceso de comercialización, determinan con claridad los canales, márgenes y factores de diferenciación que se aplicarán durante el proceso.

#### 3.9.1 Canales de comercialización

Los canales propuestos para la comercialización del chile pimiento se presentan en la siguiente gráfica.

Gráfica 4  
Municipio de Agua Blanca, departamento de Jutiapa  
Proyecto: Producción de Chile Pimiento  
Canales de Comercialización  
Año 2002



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

Se estimó que los mayoristas distribuirán en la Central de Mayoreo de la zona 12 capitalina, 12,000 cajas de chile pimiento a Q.60.00 cada una y 3,000 cajas se comercializarán por medio de detallistas que venderán en el mercado del municipio de Agua Blanca, a un precio de Q.70.00.

### 3.9.2 Márgenes de comercialización

Es la diferencia entre el precio que paga el consumidor final por un producto y el precio recibido por el productor.

#### 3.9.2.1 Margen bruto de comercialización

Se calcula siempre en relación con el precio final o precio pagado por el consumidor final y se expresa en porcentajes, es la diferencia entre el precio que



paga el consumidor final por el chile pimiento y el precio que recibe el productor.

### 3.9.2.2 Margen neto de comercialización

Es el porcentaje sobre el precio final que percibe la intermediación como beneficio neto, al reducir los costos del mercado.

A continuación se presentan los márgenes de comercialización obtenidos en la producción de chile pimiento:

Cuadro 18  
Municipio de Agua Blanca, departamento de Jutiapa  
Proyecto: Producción de Chile Pimiento  
Márgenes de Comercialización  
Año 2002

| Institución      | Precio<br>de<br>Venta | Margen<br>Bruto de<br>Comerc. | Gastos<br>de<br>Mercadeo | Margen<br>Neto de<br>Comerc. | %<br>de<br>Inversión | %<br>de<br>Partic. |
|------------------|-----------------------|-------------------------------|--------------------------|------------------------------|----------------------|--------------------|
| Productor        | 60.00                 |                               |                          |                              |                      |                    |
| Mayorista        | 70.00                 | 10.00                         | * 2.11                   | 7.89                         | 13                   | 86                 |
| Detallista       | 98.00                 | 28.00                         | * 1.00                   | 27.00                        | 39                   | 71                 |
| Consumidor final |                       |                               |                          |                              |                      |                    |

\*Flete y alimentación

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

El cuadro anterior indica que al comercializar el chile pimiento a mayoristas la inversión de este es de 13 centavos por cada quetzal invertido por el productor, con una participación para la Asociación de 86 centavos por quetzal, que es igual a Q.60.00 por caja.

Los detallistas obtendrán 39 centavos de ganancia por cada quetzal de chile pimiento que se venda al consumidor final y la participación del productor al utilizar este canal de comercialización se estimó en 71 centavos por quetzal con respecto al precio a mayoristas.

Se estimó que en el traslado del producto hacia la Ciudad Capital, se incurre en gastos de Q.2.11 por caja, que se detallan así: en flete Q.1.75, alimentación Q.0.10 y pago de mano de obra de dos ayudantes que descargarán el camión Q.0.16. Mientras que el chile pimienta que se venderá en el Municipio será de Q.1.00 por caja, por concepto de alimentación Q.0.40 y pago de mano de obra al personal de apoyo de Q.0.60.

La rentabilidad de la Asociación puede aumentar, debido a que se contempló únicamente la comercialización a través de mayoristas y detallistas, aunque según el comportamiento del mercado local, podría venderse alguna parte de la producción a consumidores finales, lo que vendría a generar mayores ingresos a los proyectados.

Se puede resumir que los márgenes brutos y netos de comercialización obtenidos son aceptables para cada una de las instituciones que participan durante el proceso, lo que es bueno porque incentiva a cada una de las partes a promover el desarrollo del proyecto.

### 3.9.3 Factores de diferenciación

Se refiere a las cualidades propias del producto o factores que permitirán alcanzar mejores oportunidades dentro de un mercado competitivo en el que se desea participar.

#### 3.9.3.1 Utilidad de lugar

El chile pimienta generará mayor utilidad con el traslado del producto desde el lugar del cultivo y cosecha, hacia la Asociación de Productores de Chile Pimiento; y de ésta hacia el mercado local y nacional.

#### 3.9.3.2 Utilidad de forma

El proyecto alcanzará utilidad de forma al someter el producto a una etapa de clasificación; así podrá obtenerse una rentabilidad mayor a la proyectada, al producir un alto porcentaje de chile pimientado de buena calidad. Adicionalmente el producto es utilizado en la industria y a través de un proceso de transformación genera más utilidad de forma. Aunque el proyecto no está enfocado a comercializar el producto directamente al sector industrial no se descarta la posibilidad.

#### 3.9.3.3 Utilidad de tiempo

El proyecto de producir y comercializar chile pimientado generará utilidad de tiempo, porque se contempla que la mayor parte del año habrá producto para ser comercializado en el mercado meta seleccionado.

#### 3.9.3.4 Utilidad de posesión

Cada institución participante dentro del canal de comercialización seleccionado, obtendrá utilidad de posesión, debido a que será el propietario del producto y determinará en que momento lo vende.

### 3.10 ASPECTOS TÉCNICOS

Segmento que comprende el análisis y presentación de los elementos esenciales para la preparación del proyecto, con el objetivo de establecer con mayor precisión los costos de producción del chile pimientado y la factibilidad técnica.

#### 3.10.1 Localización del proyecto

Se refiere a la ubicación que tendrá el proyecto de cultivo y comercialización de chile pimientado, se consideran para ello las condiciones de clima, suelos, infraestructura y otros aspectos importantes que garanticen la rentabilidad del mismo.

#### 3.10.1.1 Macro-localización

El proyecto de chile pimiento se desarrollará en el departamento de Jutiapa ubicado a 162 kilómetro de la ciudad capital de Guatemala.

#### 3.10.1.2 Micro-localización

El proyecto: Producción de Chile Pimiento, se ubicará en el municipio de Agua Blanca, departamento de Jutiapa, a 42 kilómetros de la Cabecera Departamental, específicamente en el barrio Las Casitas; debido a que estos terrenos reúnen las condiciones necesarias para el cultivo.

Es importante mencionar que las vías de acceso hacia el Municipio, y hacia el lugar en donde se desarrollará el proyecto están en buen estado con el 100% de la carretera asfaltada, con ingreso por el departamento de Jutiapa y por el municipio de Ipala, departamento de Chiquimula.

#### 3.10.2 Tecnología

La forma planificada para realizar el proyecto, es a través de: rotación de cultivos como medida para preservación de los suelos; incorporación de agroquímicos; utilización de sistema de riego por goteo; participación de la asistencia técnica a solicitarse al Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación –MAGA- con sede en la Cabecera Departamental y utilización de pilones mejorados, el nivel tecnológico donde se ubica es el III.

#### 3.10.3 Tamaño

El proyecto de chile pimiento se desarrollará en un área de cinco manzanas que producirán 75,000 cajas durante cinco años.

#### 3.10.4 Recursos

Los recursos financieros necesarios para iniciar el proyecto son de Q.207,413.00. Se conformará así: tres socios aportarán Q5,483.00 cada uno y Q.5,482.00 los otros dos socios, lo que hace un total de Q.27,415.00; adicionalmente se solicitará un préstamo de Q. 180,000.00 en el Banco de Desarrollo Rural, para hacer el total de la inversión.

#### 3.10.5 Producción

Se estima una producción de 1,500 cajas de 40 libras cada una por manzana, con dos cosechas al año, para una producción anual de 15,000 cajas; proyectada a cinco años, con una producción constante durante el período.

#### 3.10.6 Proceso de producción

El proceso de producción de chile pimiento, requiere realizar varios pasos para obtener mejores resultados en la cosecha, a través de esfuerzo y aplicación de tecnología accesible:

##### Paso uno: preparación de la tierra

Proceso que utiliza pilones comprados cuando tienen una medida de 25 a 30 centímetros. Un mes antes de realizar el trasplante del pilón se efectúa la preparación del suelo para la siembra, lo que constituye una operación fundamental en la explotación hortícola que consiste en huataleo, mecanización y carrileo. El huataleo es básicamente la extracción de la tierra y todas las hierbas que pueden causar daño a la planta, o que le impida nacer y crecer normalmente, se utiliza para ello seis jornales. La profundidad de la aradura es de 20 a 90 centímetros, se conoce como mecanización y para ello se necesitan tres horas máquina; una observación muy importante que debe tomarse en cuenta al arar, es que el suelo no deberá estar demasiado seco o excesivamente húmedo; pues si se halla demasiado seco con seguridad no se logrará que el arado penetre y si consigue hacerlo, se partirá en fragmentos grandes y el arado

avanzará a saltos; por el contrario si el suelo está demasiado húmedo la tierra mojada no permitirá un buen trabajo de arado. El último paso para la preparación de la tierra es el surcado o carrileo del terreno, y el suelo se encuentra listo para proceder al trasplante, para ello se utilizan 10 jornales.

#### Paso dos: trasplante

Consiste en hacer el trasplante en el momento en que la planta tiene una altura de 25 a 30 centímetros, el terreno debe estar húmedo 24 horas antes, en caso contrario se debe regar inmediatamente después de realizada la siembra, se utilizan para el proceso 12 jornales.

#### Paso tres: fertilización

A los cinco días después del trasplante se aplica la primera fertilización, se recomienda sea distribuida a seis centímetros de la base del tallo, alrededor o a los lados, a una profundidad de cuatro centímetros. A los 15 días de la primera aplicación, se suministra la segunda fertilización, se aplica a 10 centímetros de la base del tallo, alrededor a los lados, cinco centímetros debajo de la tierra. A los 30 días después del trasplante se recomienda utilizar nuevamente los fertilizantes, distribuidos a seis centímetros de la base del tallo, alrededor o a los lados, a una profundidad de cuatro centímetros. A los 50 días después de la tercer fertilización se suministrarán nuevamente a dos centímetros, de la base del tallo, alrededor o a los lados, a una profundidad de cuatro centímetros. Para las cuatro fertilizaciones se necesitan ocho jornales.

#### Paso cuatro: piteado y tutoreo

En el período de fertilización, entre los 15 y 30 días, se pondrán y asegurarán las estacas y la pita para que la planta tenga donde apoyar sus frutos, utiliza ocho jornales para el tutoreo y 12 para el piteado.

#### Paso cinco: limpias

Se recomienda efectuar dos limpias intermedias, la primera se realizará al iniciar la siembra y la segunda, según las necesidades que se presenten en el transcurso de la cosecha. En este paso se necesitan 15 jornales.

#### Paso seis: control fitosanitario

Consiste en realizar, riego, aporques, fumigaciones y aplicación de biocias, para dicha actividad se utilizarán 24 jornales. Durante el proceso se debe dar tratamiento al suelo contra las plagas como: gallina ciega, gusano nochero, gusano de alambre y larvas de tortuguillas.

#### Paso siete: corte

Se realiza a los 90 días después del trasplante. El chile pimiento debe cortarse de preferencia cuando los frutos principian a volverse rojos y se deja una porción del pedúnculo. Se contratará mano de obra asalariada, para este paso son utilizados 20 jornales, (se estima Q.27.50 por jornal conforme el Acuerdo Gubernativo 494-2002). Se contemplan dos cosechas al año. Durante el proceso de producción y corte se deberá tomar en cuenta el grado de madurez que presenten los frutos.

#### Paso ocho: clasificación y empaque

La clasificación se realizará en forma manual, al mismo tiempo se empacará en cajas de madera, de 40 libras cada una, con el uso de cinco jornales.

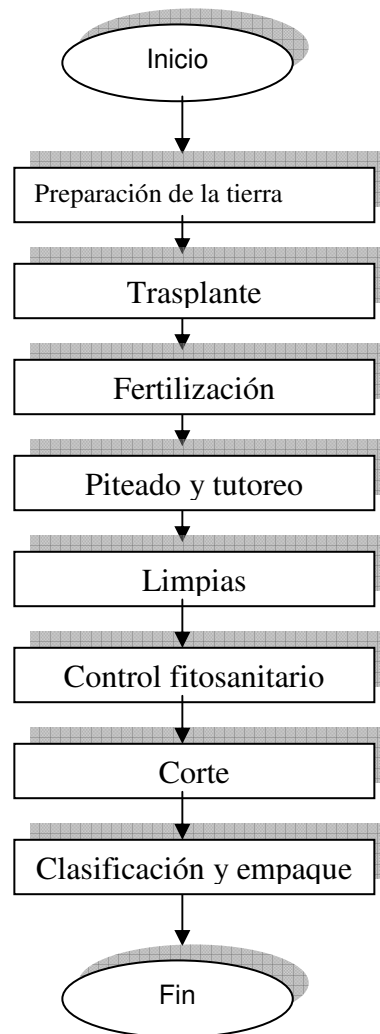
Para comprender fácilmente el procedimiento a seguir para el cultivo de chile pimiento se presenta gráficamente:

Gráfica 5

Municipio de Agua Blanca, departamento de Jutiapa

Proyecto: Producción de Chile Pimiento

Flujograma del Proceso Productivo

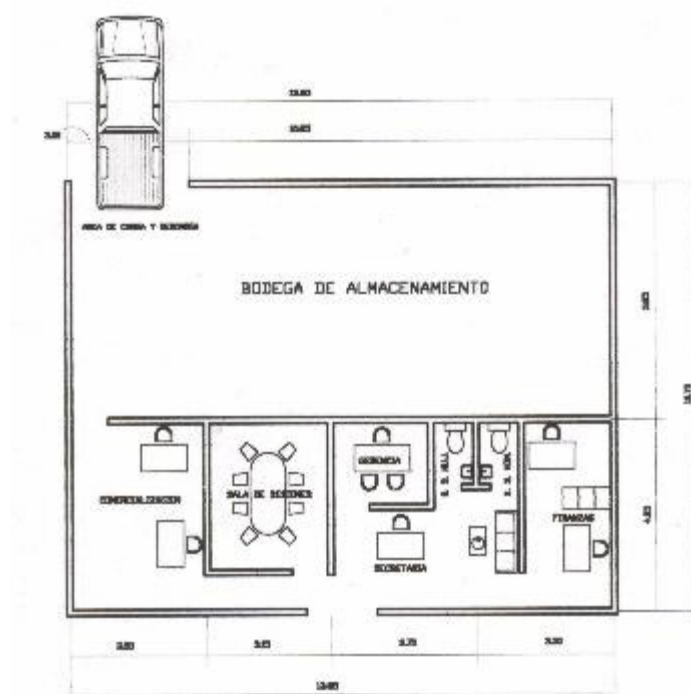


Fuente: Investigación de campo, Grupo EPS., primer semestre 2002.



### 3.10.7 Distribución en planta

A continuación se presenta la forma en que se sugieren las instalaciones de la Asociación de Productores de Chile Pimiento de Agua Blanca.



### 3.11 ASPECTOS FINANCIEROS

Permiten determinar la inversión total, los estados de resultados y de donde se obtendrá el capital para iniciar el proyecto.

#### 3.11.1 Inversión

Son los recursos financieros con que debe contar el proyecto para su puesta en marcha, que básicamente se emplearán en la primera cosecha. Se necesitará una inversión fija de Q.7,300.00 y una inversión en capital de trabajo de Q.200,113.00 para un total de Q.207,413.00.

El detalle del capital necesario para realizar el proyecto de chile pimiento se presenta a continuación:

### 3.11.1.1 Inversión fija

Inversión conformada por el activo fijo, son bienes que deberán ser adquiridos al inicio del proyecto, serán utilizados para la producción de chile pimiento y estarán sujetos a las depreciaciones y amortizaciones de Ley.

Cuadro 19  
Municipio de Agua Blanca, departamento de Jutiapa  
Proyecto: Producción de Chile Pimiento  
Inversión fija  
(Cifras en Quetzales)

| Concepto               | Costo Total |
|------------------------|-------------|
| Equipo agrícola        | 1,000.00    |
| Herramienta            | 250.00      |
| Mobiliario y equipo    | 1,950.00    |
| Gastos de organización | 4,100.00    |
| Total inversión fija   | 7,300.00    |

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

En el cuadro anterior, se muestra la inversión fija que se deberá adquirir para poner en marcha el proyecto de producción del chile pimiento, equivale al 4% de la inversión total y se utilizará para las cinco manzanas.

### 3.11.1.2 Capital de trabajo

Constituido por los costos de producción agrícola, se integran con todas las erogaciones necesarias entre las que se conjugan recursos materiales, humanos y financieros, con la finalidad de obtener mediante un proceso productivo, bienes útiles para el uso o consumo de la población.

A continuación se presenta el cuadro de la inversión de capital de trabajo para cinco manzanas.

Cuadro 20  
Municipio de Agua Blanca, departamento de Jutiapa  
Proyecto: Producción de Chile Pimiento  
Inversión en Capital de Trabajo  
Cinco Manzanas, Una Cosecha  
Nivel Tecnológico III  
(Cifras en Quetzales)

| Concepto                                     | Total             |
|----------------------------------------------|-------------------|
| Insumos                                      | 107,120.00        |
| Mano de obra                                 | 26,840.00         |
| Costos indirectos variables                  | 37,995.00         |
| Costos variables de venta                    | 3,000.00          |
| Gastos fijos                                 | 25,158.00         |
| <b>Total inversión en capital de trabajo</b> | <b>200,113.00</b> |

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

La inversión en capital de trabajo equivale a un 96% de la inversión total.

### 3.11.1.3 Inversión total

Es la sumatoria de la inversión fija y la inversión en capital de trabajo que se necesita para poner en marcha el proyecto, como se puede observar en el cuadro siguiente.

Cuadro 21  
Municipio de Agua Blanca, departamento Jutiapa  
Proyecto: Producción de Chile Pimiento  
Inversión Total  
Cinco manzanas, Una cosecha  
Nivel Tecnológico III  
(Cifras en Quetzales)

| Concepto                        | Total             |
|---------------------------------|-------------------|
| Inversión fija                  | 7,300.00          |
| Inversión en capital de trabajo | 200,113.00        |
| <b>Inversión total</b>          | <b>207,413.00</b> |

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

La inversión inicial que se necesita para poner en marcha el proyecto del chile pimiento es de Q.207,413.00.

#### 3.11.1.4 Estados financieros

Son resúmenes que muestran la situación y los resultados de las operaciones financieras de una empresa en forma cuantitativa, se elaboran para presentar un informe, sobre la marcha de la empresa y los resultados obtenidos durante un período de un año.

#### 3.11.2 Costos

El primer año se cultivarán cinco manzanas de terreno con dos cosechas al año. Su costo se establecerá en base al cálculo de los elementos del costo de insumos, mano de obra directa y costos indirectos variables.

Cuadro 22  
Municipio de Agua Blanca, departamento de Jutiapa  
Proyecto: Producción de Chile Pimiento  
Costo Directo de Producción  
Cinco Manzanas, Dos Cosechas  
del 1 de julio al 30 de junio  
(Cifras en Quetzales)

| Concepto                    | Total      |
|-----------------------------|------------|
| Insumos                     | 214,240.00 |
| Mano de obra                | 53,680.00  |
| Costos indirectos variables | 75,990.00  |
| Costo directo de producción | 343,910.00 |

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

En el primer año de producción el costo de la cosecha de las cinco manzanas, con dos cosechas será de Q.343,910.

##### 3.11.2.1 Estado de resultados

Es un estado financiero que muestra los ingresos generados por la venta de los bienes y servicios, a través de él, se puede medir el desarrollo de una empresa y comprobar si han alcanzado las metas y objetivos establecidos. A continuación se presenta el cuadro del estado de resultados.

Cuadro 23  
Estado de Resultados  
Municipio de Agua Blanca, departamento de Jutiapa  
Proyecto: Producción de Chile Pimiento  
Cinco manzanas Dos Cosechas  
Del 1 de julio de 2002 al 30 de junio de 2003  
(Cifras en quetzales)

| Concepto                          | Total      |
|-----------------------------------|------------|
| Ventas                            | 930,000.00 |
| ( - ) Costo directo de producción | 343,910.00 |
| Ganancia bruta en ventas          | 586,090.00 |
| ( - ) Gastos variables de venta   | 3,000.00   |
| Ganancia marginal                 | 583,090.00 |
| ( - ) Gastos de administración    | 76,951.00  |
| Gastos de administración          | 75,478.00  |
| Depreciación y amortización       | 1,473.00   |
| Ganancia en operación             | 506,139.00 |
| ( - ) Gastos financieros          | 35,100.00  |
| Intereses                         | 35,100.00  |
| Ganancia antes I.S.R.             | 471,039.00 |
| I.S.R. 31%                        | 146,022.00 |
| Ganancia neta                     | 325,017.00 |

Fuente: Investigación de campo Grupo E.P.S., primer semestre 2002.

En el primer año de producción los inversionistas tendrán una ganancia neta de Q325,017.00, lo que equivale a un 34.95% de rentabilidad en este período.

### 3.11.3 Financiamiento

Son los diferentes medios con que cuenta el agricultor y el propósito es de agenciarse de los recursos financieros necesarios para invertir en el proyecto.

### 3.11.3.1 Fuentes externas

Lo constituyen los préstamos a bancos y sociedades financieras, con el propósito de obtener los recursos financieros necesarios.

Para capitalizar el proyecto, es necesario solicitar un préstamo de Q.180,000.00 al Banco de Desarrollo Rural a una tasa de interés anual del 19.50%, por un período de cinco años.

### 3.11.3.2 Fuentes internas

Son los recursos financieros propios que los inversionistas aportarán al momento de formalizar la asociación, para el caso del chile pimienta tres socios aportarán una cantidad de Q.5,483.00 cada uno, y dos Q.5,482.00 lo que hace un total de Q.27,413.00.

## 3.12 EVALUACIÓN FINANCIERA

El análisis de los datos presentados en el estado del costo directo de producción y el estado de resultados, permite conocer la situación financiera del proyecto. El objetivo de la evaluación financiera, es demostrar su viabilidad y determinar los aspectos de carácter financiero para la toma de decisiones en función a los resultados obtenidos.

### 3.12.1 Tasa de recuperación de la inversión

Este es el porcentaje que representa la recuperación de la inversión durante el primer año de operaciones.

$$\text{Fórmula} = \frac{\text{Utilidad} - \text{Amortización préstamo}}{\text{Inversión total}} =$$

|         |   |        |   |       |
|---------|---|--------|---|-------|
| 325,017 | - | 36,000 | = | 1.393 |
| <hr/>   |   |        |   |       |
| 207.413 |   |        |   |       |

Indica que la inversión necesaria para el proyecto del chile pimienta, se recuperará en el primer año, a una tasa del 139% al final del ejercicio, sobre la inversión que fue utilizada al inicio.

### 3.12.2 Tiempo de recuperación de la inversión inicial

Este método se utiliza para establecer el tiempo necesario en el que las ganancias generadas por el proyecto de inversión, sean iguales al capital invertido.

$$\text{Fórmula} = \frac{\text{Inversión total}}{\text{Utilidad} - \text{Amortización} + \text{Depreciación}} =$$

$$\frac{207,413}{325.017 - 36,000 + 1,473} = 0.7140$$

Lo anterior señala que el proyecto de producción del chile pimienta tendrá un tiempo de recuperación de nueve meses, período que será necesario para que la inversión se recupere en beneficio de los agricultores.

### 3.12.3 Tasa interna de retorno

Es el indicador financiero por medio del cual se conocerá la cantidad o valor monetario que retorna al capital, con respecto a la inversión realizada.

$$\text{Fórmula} = \text{Utilidad} - \text{Amortización} + \text{Intereses} + \text{Depreciaciones} =$$

$$325,017 - 36,000 + 35,100 + 1,473 = 325,590$$

Para el proyecto de producción del chile pimienta se contempla que se tendrá un retorno al capital de Q.325,590.00 que corresponde al primer año de producción.

#### 3.12.4 Tasa de retorno al capital

Mide la rentabilidad que genera un proyecto durante un tiempo determinado, con base en el retorno del capital y la inversión total realizada.

$$\text{Fórmula} = \frac{\text{Retorno al capital}}{\text{Inversión total}}$$

$$\frac{325,590}{207,413} = 1.5697$$

La rentabilidad que genera el proyecto de producción de chile pimienta, para el primer año es de 157% lo que señala que los agricultores que se dediquen al nuevo cultivo obtendrán grandes beneficios.

#### 3.12.5 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio representa el nivel de ventas y gastos en el que no existe utilidad y pérdida para la empresa, es decir los ingresos son iguales a los gastos.

$$\text{Fórmula} = \frac{\text{Gastos fijos}}{\% \text{ Ganancia marginal}}$$

$$\frac{50,316}{0.3494806} = 143,974$$



El volumen necesario de ventas para cubrir los costos y gastos anuales, en el proyecto de producción de chile pimiento, en el primer año deberá ser de Q.143,974.00

### 3.12.6 Porcentaje de margen de seguridad

Indica el porcentaje de seguridad que se obtendrá, con relación a los costos de producción o gastos fijos.

$$\begin{array}{r} \text{P.M.S} \quad \frac{\text{Gastos Fijos}}{\text{Ganancia Marginal}} \\ \\ \frac{50,316}{583,090} = 0.08629 \end{array}$$

El porcentaje del margen de seguridad, en relación con los gastos fijos es de 8.63%, lo que indica que el margen de seguridad para el proyecto de chile pimiento se promedia en 91.37% sobre las ventas.

## CAPÍTULO IV

### ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL PROPUESTA

La organización empresarial indica como se debe estructurar el personal que será empleado para participar en el proyecto, la forma de asociación e instrumentos administrativos a utilizar.

En este capítulo se dan a conocer las organizaciones existentes en el municipio de Agua Blanca y las regidas por el Código de Comercio. Se define también el tipo de organización para la producción de Chile Pimiento.

#### **4.1 SITUACION ACTUAL**

En el Municipio se pudo observar que predominan las organizaciones familiares en donde generalmente el jefe de la familia es la máxima autoridad y es quien delega las tareas a sus hijos, familiares o participantes del proceso productivo.

No existe una comunicación fluida que permita sugerencias para el mejoramiento de los procesos productivos. Otra forma de organización que ha logrado alcanzar mucho éxito en Agua Blanca es a través de la formación de comités, pues actualmente es como han venido operando y desarrollando las actividades para solucionar los problemas que se presentan en el Municipio.

#### **4.2 ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL PROPUESTA**

En la investigación realizada en el mes de junio del año 2002, se comprobó que en el municipio de Agua Blanca, no existen organizaciones bien estructuradas que se dediquen a la producción de Chile Pimiento, se procedió a entrevistar a los productores para conocer el deseo de ellos en relación a agruparse, bajo algún tipo de organización que les proporcione asesoría técnica y financiamiento y se confirmó que si desean organizarse. Por la naturaleza del producto y la cantidad de participantes, se propone que la forma de

organización sea de una Asociación Agrícola que les permita organizarse y desarrollarse de mejor manera y que por medio de ella se garantice el esfuerzo individual enfocado hacia el logro de las metas de los asociados para obtener beneficios en la cosecha de este producto.

En base a lo observado en el trabajo de campo se puede mencionar lo siguiente:

- En el Municipio no existe una forma de organización que vele por los intereses de los pequeños agricultores.
- El margen de comercialización obtenido por los agricultores es condicionado por el precio que fija el intermediario.
- La comercialización de los productos agrícolas la realizan los agricultores en forma individual, lo que origina la obtención de precios bajos.

#### **4.2.1 Tipo y denominación**

La organización empresarial propuesta es una Asociación Agrícola cuyo nombre será: "Asociación Agrícola de la Producción de Chile Pimiento", ésta les permitirá obtener las ventajas económicas que van a beneficiarlos en la adquisición de financiamiento, bajar sus costos de producción, facilitar la comercialización del producto, obtener asesoría y capacitación técnica en el cultivo del chile pimiento.

#### **4.2.2 Localización**

Debido a la comodidad y conveniencia la Asociación Agrícola de la Producción de Chile Pimiento se localizará en la Cabecera Municipal de Agua Blanca, departamento de Jutiapa.

#### **4.2.3 Justificación**

Las Asociaciones constituyen la forma más sencilla de organización y basados en la experiencia obtenida en la visita de campo, los habitantes del municipio de Agua Blanca, están acostumbrados a trabajar por comités.

Debido a lo expuesto anteriormente, para efecto del estudio se propone en el municipio de Agua Blanca, departamento de Jutiapa, una Asociación en la cual los productores puedan organizarse con el fin de mejorar la comercialización del producto para obtener beneficios.

La unidad ejecutora deberá estar constituida por todas las funciones y bases legales y debe ser estructurada de acuerdo a todos los deberes y obligaciones que tiene toda persona que pertenece a una asociación agrícola.

Este tipo de organización es el ideal para llevar a cabo con éxito el proyecto de Cultivo de Chile Pimiento, es sencillo y permitirá a los integrantes alcanzar los objetivos que se tienen identificados en el proyecto.

#### **4.2.4 Marco jurídico**

En Guatemala, las Asociaciones están regidas por el Código Municipal, artículos 18 y 19, emitido por el Organismo Legislativo Decreto 12-2002 del Congreso de la República de Guatemala.

Esta ley norma el desarrollo ordenado y armónico de los asociados, así como de la organización, siendo los requisitos que debe cumplir la escritura pública: fines, objetivos, el ámbito de su acción, forma de su organización, la identificación fehaciente de las personas que la integran y designación de quien o quienes ejercerán su representación legal.

#### **4.2.5 Objetivos**

Los objetivos son la finalidad que la organización se propone para saber qué se quiere obtener, qué se debe hacer y a dónde se quiere llegar, por lo que se establecen los siguientes:

##### **4.2.5.1 Objetivos generales**

- Crear una organización al servicio de los integrantes de la Asociación, para que sea posible obtener mejores alternativas en la solución de problemas relacionados con asistencia técnica, financiera, educación y otros, que contribuyan al desarrollo económico y social de la comunidad.
- Formar una organización capaz de hacer valer los derechos de los productores de Chile Pimiento al momento de realizar transacciones productivas, obtener fuentes de financiamiento, medios de producción, comercialización adecuada, con prioridad en los intereses colectivos.
- Procurar el mejoramiento económico y social de los productores agrupados en la Asociación Agrícola de la Producción de Chile Pimiento y por ende del municipio de Agua Blanca, departamento de Jutiapa. Este mejoramiento se llevará a cabo mediante la realización de planes, programas y actividades que demanden el esfuerzo común, la acción conjunta y la solidaridad.

#### **4.2.5.2 Objetivos específicos:**

- Aprovechar al máximo los recursos humanos, físicos y financieros puestos al servicio de la asociación, para asegurar su crecimiento y desarrollo.
- Buscar nuevos mercados para la colocación del producto con el fin de tener más demanda, siempre coordinando la producción para que no exista saturación del mercado y baja de precios.
- Ser el instrumento legal, para tener acceso a fuentes de financiamiento.
- Poseer por escrito, en forma clara y definida las metas, lo que permitirá alcanzarlas con mayor precisión.
- Fomentar entre los asociados todas aquellas actividades tendientes a desarrollar técnicas como medio de mejoramiento de la producción en calidad y cantidad; a fin de minimizar costos, maximizar producción y obtener mayores beneficios.

#### **4.2.6 Funciones generales**

Establecer relaciones afectivas de comportamiento entre las personas que integran la asociación, para que juntas puedan trabajar con eficiencia y obtengan la satisfacción de la realización de sus objetivos personales y empresariales, y para ello la Asociación tiene las siguientes funciones:

- Contar con una estructura administrativa que facilite el desarrollo efectivo, dinámico y ordenado de los propósitos de la misma.
- Agrupar a los productores de Chile Pimiento bajo una forma de Asociación Legal.

- Ser el medio formal para poder realizar trámites de financiamiento y gestiones necesarias para el desarrollo de proyectos.
- Adquirir personería jurídica, para tener reconocimiento legal.
- Planificar las actividades a realizar.
- Controlar los recursos humanos, financieros y materiales, para que se utilicen de manera eficiente.

#### **4.2.7 Estructura organizacional**

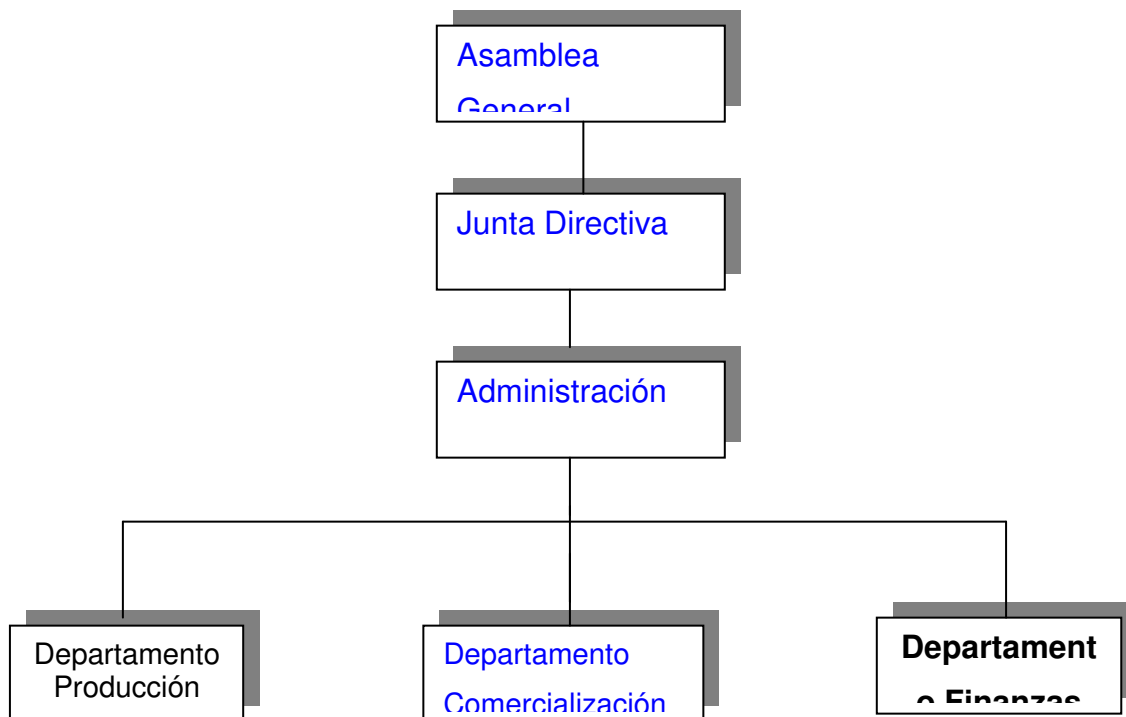
La estructura organizacional para que funcione la Asociación se diseña con un sistema de organización lineal bastante sencillo y claro en las responsabilidades y órdenes. Con respecto al manejo de relación entre asociados, el mismo se realizará por medio de la coordinación de las actividades que desarrolle la administración.

##### **4.2.7.1 Diseño organizacional**

Basados en el sistema lineal de organización, se considera que la estructura organizacional es la más conveniente para el desarrollo de las estrategias de la asociación, así como para la asignación de tareas y la tecnología.

A continuación se muestra la gráfica organizacional que debe mantener la Asociación Agrícola de la producción de Chile Pimiento.

**Gráfica 6**  
**Municipio de Agua Blanca, departamento de Jutiapa**  
**Proyecto Chile pimiento**  
**Estructura Organizacional de la Asociación Agrícola**  
 Año 2002



Fuente: Investigación de campo, Grupo EPS junio 2002.

Esta gráfica muestra la manera que estará conformada la Asociación y cuales son las líneas de mando que deben seguir, para que exista un ordenamiento en todas las actividades que realice cada uno de los integrantes.

#### **4.2.7.2 Sistema de organización**

Es la forma en que se agrupan las funciones, dando autoridad y delegando responsabilidad en cada órgano de la organización. La Asociación Agrícola por ser una entidad de interés social y de propiedad colectiva, se organiza con la participación de todos sus asociados, con igualdad de derechos y obligaciones, todas las actividades que se desarrollen en ella son planeadas, organizadas,



dirigidas y controladas por los asociados, quienes tienen funciones específicas, razón por la que se hace necesario establecer el sistema lineal de organización.

Este sistema define bien la organización, conserva la autoridad y la responsabilidad y permite recibir los servicios de asesoría técnica para las distintas áreas de trabajo, lo que ayuda a que cada puesto de trabajo desarrolle mejor sus funciones.

#### **4.2.7.3 Funciones básicas de las unidades administrativas**

Dentro de la estructura organizacional se debe definir claramente cada unidad administrativa, indicando los deberes y responsabilidades, los métodos a emplearse para realizar el trabajo, técnicas, sistemas, procedimientos y relaciones que deben de existir entre cada unidad, para satisfacer los requerimientos de la organización en lo referente a productividad, calidad y eficiencia.

#### **❖ Asamblea general**

Es el órgano supremo y está constituida por todos los miembros activos de la Asociación, en ella se encuentra la máxima autoridad y la toma de decisiones, siempre que esté dentro del marco jurídico legal, que ampara la Asociación.

Todos tienen igual oportunidad de elegir y ser electos.

Entre las funciones principales:

- Asistir a todas las asambleas ordinarias y extraordinarias a las que sean convocados para la toma de decisiones.
- Controla y coordina a la Junta Directiva.
- Analiza estados financieros.

### ❖ **Junta directiva**

Órgano intermedio de la Asociación de quien dependen los demás órganos y unidad ejecutora. Es elegida por la Asamblea General y su actividad es de carácter administrativo, su función principal es cumplir y hacer que se cumplan los estatutos, los reglamentos y resoluciones de la Asamblea General.

La Junta Directiva se integra con los siguientes cargos: Presidente, Secretario, Tesorero y Vocal.

Entre sus principales atribuciones están las siguientes:

- Elegir y nombrar al administrador.
- Promover actividades que contribuyan a mejorar los procesos de trabajo.
- Aprobar o desaprobar los planes de administración.
- Obtener asesoría productiva, tecnológica y financiera.
- Decidir y ejecutar las decisiones, políticas y estrategias.
- Coordinar, dirigir y supervisar las actividades del administrador.
- Velar por el desarrollo del proyecto.
- Supervisar la administración de la Asociación y preparar informes para la Asamblea General.
- Colaborar con los departamentos de administración, producción, comercialización y finanzas.

### ❖ **Administración**

Las funciones más importantes que le conciernen, son las que a continuación se describen:

- Será la unidad que administre y ejecute los planes de la Asociación.
- Toma de decisiones en aspectos administrativos, financieros, comerciales y productivos.

- Reportar y proponer a la Junta Directiva las distintas actividades a realizar.
- Supervisar y dirigir las actividades de las demás divisiones.
- Contratar y remover personal.

#### ❖ **Departamento de Producción**

Tendrá a su cargo efectuar las actividades que se describen:

- Verificará los estándares de calidad en todas sus fases, como control de materias primas, procedimientos de producción y cantidades
- Planificar la adquisición de insumos necesarios.
- Llevar un adecuado control de bodega.

#### ❖ **Departamento de Comercialización**

Tendrá bajo su responsabilidad las siguientes funciones:

- Llevar informes estadísticos e información actualizada de los clientes.
- Controlar los precios de venta que se manejan en el mercado.
- Buscar nuevos mercados para el producto.
- Realizar contratos de venta.
- Determinar el canal de comercialización más eficiente.

#### ❖ **Departamento de Finanzas**

Será el encargado de:

- Realizar los registros contables de acuerdo con los requisitos legales.
- Presentar información a Junta Directiva de los informes periódicos que la ley exige y registros del movimiento de la Asociación.
- Llevar a cabo todas las actividades necesarias para administrar los recursos financieros de corto y largo plazo, así como la gestión necesaria para obtener fuentes de financiamiento adecuadas para los intereses de la Asociación.

### **4.3 RECURSOS NECESARIOS**

Entre los recursos con que cuenta la Asociación figuran los recursos humanos, físicos y financieros

#### **4.3.1 Recursos humanos**

Este es el recurso de mayor importancia en el desarrollo de las actividades de toda organización.

La Asociación cuenta con un encargado de ventas, un bodeguero, una secretaria contadora, un encargado de producción, un contador y un administrador, quienes incorporan el recurso humano de la Asociación.

#### **4.3.2 Recursos físicos**

Entre los recursos físicos de la Asociación se encuentran las cinco manzanas de terreno, el mobiliario y equipo que está integrado por tres escritorios, un archivo, una máquina de escribir, tres sillas secretariales, dos calculadoras, tres engrapadoras y un perforador, enseres necesarios para el buen funcionamiento y cumplimiento de objetivos de la Asociación propuesta, papelería y útiles.

#### **4.3.3 Recursos Financieros**

Los recursos financieros se podrán obtener de fuentes internas y externas.

Entre las fuentes internas se encuentran los recursos propios que la Asociación emplea para llevar a cabo sus diferentes actividades productivas, que en este caso se tiene la aportación de los socios.

La aportación de los cinco socios será de: tres socios Q.5,483.00 cada uno y dos Q.5,482.00, lo que hace un total de Q. 27,413.00.

Entre las fuentes externas se constituye por los préstamos que proporcionan entidades o personas ajenas a la asociación, en este caso se cuenta con el financiamiento de Banrural, quien otorga préstamos a Asociaciones Agrícola.

Para obtener el capital necesario para la propuesta, es necesario solicitar un préstamo de Q. 180,000.00 al Banrural a una tasa de interés del 19.5%, por un período de cinco años.

#### **4.4 PROYECCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN**

Al iniciar su funcionamiento la asociación, se proyectará a la comunidad social, económica y culturalmente.

##### **4.4.1 Social**

Se refiere al mejoramiento de las condiciones de vida de las familias de los asociados y por ende del bienestar de la comunidad. El intercambio de ideas, experiencias y conocimientos entre los asociados ayudará a mejorar los conocimientos acerca de técnicas en el cultivo del Chile Pimiento.

##### **4.4.2 Económica**

El fin primordial es mejorar el nivel de ingresos de los asociados, esto se logrará a través de la utilización de técnicas, formulación de estrategias e implementación de nuevos canales de comercialización.

##### **4.4.3 Cultural**

Se pretende mejorar el nivel educacional de los asociados, a través de la capacitación que ellos mismos como asociación obtengan de instituciones como el Instituto Técnico de Capacitación y otras organizaciones que se dediquen a dar éste tipo de asesoría técnica.

## **4.5 SOPORTE DE LA ORGANIZACIÓN**

Para que exista un buen funcionamiento, la Asociación requiere de soporte legal mercadológico, técnico, financiero y administrativo.

### **4.5.1 Legal**

La Asociación Agrícola de la producción de Chile Pimiento se fundamentará en las siguientes leyes:

- Decreto 12-2002 del Congreso de la República de Guatemala, Código Municipal. Artículo 18 y 19.
- Código de Comercio artículos 2,3,6,14,16,17,26,30,33,38,39 y del 40-58.
- Decreto ley 106 del Código Civil, artículos 15,438,439.

Pasos para la formación de la Asociación:

- Reunir a los asociados y elegir entre ellos la directiva provisional, que se encargue de iniciar los trámites legales para la formación de la asociación.
- Al constituirse la directiva de la asociación, se levanta un acta haciendo constar el nombre de cada uno de los directivos también el nombre del puesto a ocupar.
- Con el nombramiento de la directiva se procede a solicitar a la Municipalidad, una certificación del acta, en donde se haga constar que se tiene la intención de formar la asociación y el objeto principal por el cual se forma, que se deje constancia del nombre y número de cédula de las personas que fungirán como directivos y el tiempo de duración de la organización.

Con la certificación se procede a solicitar en la Gobernación Departamental de Jutiapa, la autorización y el reconocimiento de su personería jurídica y la facultad de administrar fondos.

Siendo necesario para todo esto, contar con los servicios de un notario público, que redacte el acta constitutiva, en donde se plasman los requisitos, obligaciones, privilegios y responsabilidades de cada asociado y se entrega copia del acta a la gobernación departamental.

Esta Asociación debe inscribirse en el Registro Mercantil, efectuar los trámites necesarios ante la Superintendencia de Administración Tributaria (SAT) con el fin de obtener el número de identificación tributaria (N.I.T).

#### **4.5.2 Mercadológico**

Actualmente existe un mercado definido, con ventas locales así como la capital de Guatemala y hasta El Salvador.

El canal de comercialización a utilizarse en el cultivo de Chile Pimiento se realiza del Productor quien distribuye al Mayorista y al Detallista, quien a la vez distribuye al Consumidor Final.

#### **4.5.3 Técnico**

Este soporte lo constituye la asesoría que se garantiza a través de empresas que ya cuenta con la experiencia en la producción como lo es: el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación (MAGA) y otras entidades que se dedican a éste tipo de asistencia.

En la actualidad las personas que se encargan de proveer los suministros como insumos, fertilizantes, abonos, etc., se han dedicado a proporcionar asesoría técnica a las personas interesadas en el cultivo de determinados productos, éste tipo de asistencia se puede aprovechar al máximo con el fin de enriquecer sus conocimientos con relación a la siembra y cosecha del cultivo de Chile Pimiento.

#### **4.5.4 Financiero**

La Asociación cuenta con una aportación garantizada por parte de los asociados consistente en la aportación que son los recursos financieros que los inversionistas aportarán al momento de formalizarse la Asociación, para el caso del Chile pimiento entre los 5 socios aportarán una cantidad de Q, 27,413.00 en su totalidad.

Así como un financiamiento externo con el fin de obtener el capital necesario para la propuesta, es necesario solicitar un préstamo de Q. 180,000.00 al Banco de Desarrollo Rural a una tasa de interés del 19.5%, pagadero trimestralmente durante 5 años.

#### **4.5.5 Administrativo**

La administración de la Asociación estará básicamente concentrada en los asociados con el apoyo del administrador, por lo que será interés de los socios dar seguimiento a todas las actividades productivas del mismo; es importante hacer notar que los asociados van a dirigir las actividades en beneficio de ellos, por tal razón deberán hacer buen uso de todo recurso disponible y del que puedan captar para lograr las metas propuestas y obtener beneficios en un plazo no mayor a un año.



## CONCLUSIONES

A continuación se presentan las conclusiones del trabajo, como resultado de la investigación realizada en el municipio de Agua Blanca, departamento de Jutiapa; se consideran las más importantes y que resumen la situación en las unidades productivas detectadas.

1. Los productores de pan no se encuentran organizados, están aislados en unidades productivas individuales, situación que no les permite realizar programas de desarrollo, con los que puedan mejorar sus condiciones productivas.
2. Los productores de la actividad económica de panadería carecen de recursos financieros debido a que individualmente no tienen capacidad de ofrecer las garantías necesarias para ser sujetos de crédito.
3. Los productores de la actividad económica de panadería por no contar con los recursos financieros no poseen la capacidad para producir mayor y mejor volumen de pan para satisfacer las necesidades de todo el Municipio.
4. El proceso de comercialización actual que utilizan los productores agrícolas del municipio de Agua Blanca, carece de actividades tendientes a regular el flujo de la producción. Los propietarios de las unidades económicas venden los productos en forma empírica, sin tener conocimiento real de la utilidad neta, lo cual no permite obtener una utilidad acorde a la inversión.
5. Los productores no planifican en forma adecuada sus compras y gastos. No integran sus recursos físicos, humanos y financieros, desaprovechando la maximización de sus recursos, pues carecen de una estructura orgánica en las empresas.

## RECOMENDACIONES

Las recomendaciones que se ofrecen a continuación son resultado del estudio realizado en el municipio de Agua Blanca, Departamento de Jutiapa, las mismas indican los pasos necesarios para obtener éxito.

1. Que los productores de pan se organicen a corto plazo, en una Asociación productiva para formar un frente común que les permita defender sus intereses, realizar programas de desarrollo y mejorar su nivel de vida.
2. Que la Asociación productiva de pan a través de su Junta Directiva, realice las gestiones necesarias para la obtención de créditos, considerando la facilidad que da la personería jurídica de la Asociación.
3. Que por medio del financiamiento inmediato, los productores de pan adquieran el equipo tecnológico que les permita la capacidad de aumentar el volumen productivo.
4. Que los agricultores la Asociación de Chile Pimiento elaboren una solicitud ante el INTECAP para que en el plazo de seis meses logren capacitarse, asesorarse y buscar un sistema de evaluación, que les permita conocer los costos y rentabilidad que pueden obtener al realizar esta actividad económica.
5. Los integrantes de la Asociación Agrícola de Chile Pimiento deberán capacitarse administrativamente para comprender la base de la asociación y desarrollar cada una de las áreas con las que cuenta una empresa (recursos humanos, finanzas, mercadeo, etc.) con el fin de asegurar los beneficios que podrán tener cuando el proyecto este en marcha.

**ANEXO No. 1**

# MANUAL DE ORGANIZACIÓN

## INTRODUCCION

La producción de Chile Pimiento es una actividad que se lleva a cabo en el Municipio de Agua Blanca, departamento de Jutiapa, en forma individual, sin ninguna asesoría técnica, el rendimiento es aceptable, sin embargo se puede mejorar mediante una buena organización que respalde la actividad, para lo cual se hace necesario la creación de un instrumento administrativo que auxilie a los productores.

Con la constitución de la Asociación Agrícola de Chile Pimiento se pretende mejorar el rendimiento de la producción, también iniciar una organización que permita a los productores obtener excelentes resultados productivos, mas conocimientos técnicos y mejoras en el aspecto económico.

El propósito de este manual es ordenar las actividades a realizarse dentro de la organización, dividiéndolas en diferentes áreas administrativas y adecuando a cada una de ellas los puestos de trabajo necesarios.

Para cada unidad administrativa se presenta el siguiente esquema:

- Marco Jurídico.
- Propósito o finalidad de la unidad.
- Objetivos.
- Funciones.
- Organigrama.

Este Manual de organización es presentado a los funcionarios de la Asociación para su estudio y posterior aprobación, para que sea fuente útil de consulta y control para todos los integrantes de la asociación.

## **Marco Jurídico**

La Asociación Agrícola de la Producción de Chile Pimiento está regida por el Código Municipal, artículos 18 y 19, emitido por el Organismo Legislativo Decreto 12-2002 del Congreso de la República de Guatemala.

## **Objetivos**

El presente manual tiene los objetivos siguientes:

1. Poseer por escrito las funciones y responsabilidades de cada uno de los puestos de la estructura administrativa con el fin de facilitar al personal el conocimiento necesario para la ejecución correcta de sus labores dentro de la Asociación.
2. Ordenar, coordinar y controlar las actividades del personal por medio de la descripción de puestos, con el propósito de recopilar la información de cada uno para facilitar el desempeño de sus labores.
3. Evitar la duplicidad de esfuerzos y funciones mediante un efectivo control de las actividades que cada uno del personal realiza.
4. Facilitar a la Asociación y al personal el conocimiento de la estructura administrativa, jerarquía, funciones, atribuciones y responsabilidades de cada puesto en la estructura administrativa.

## **Funciones de la Asociación**

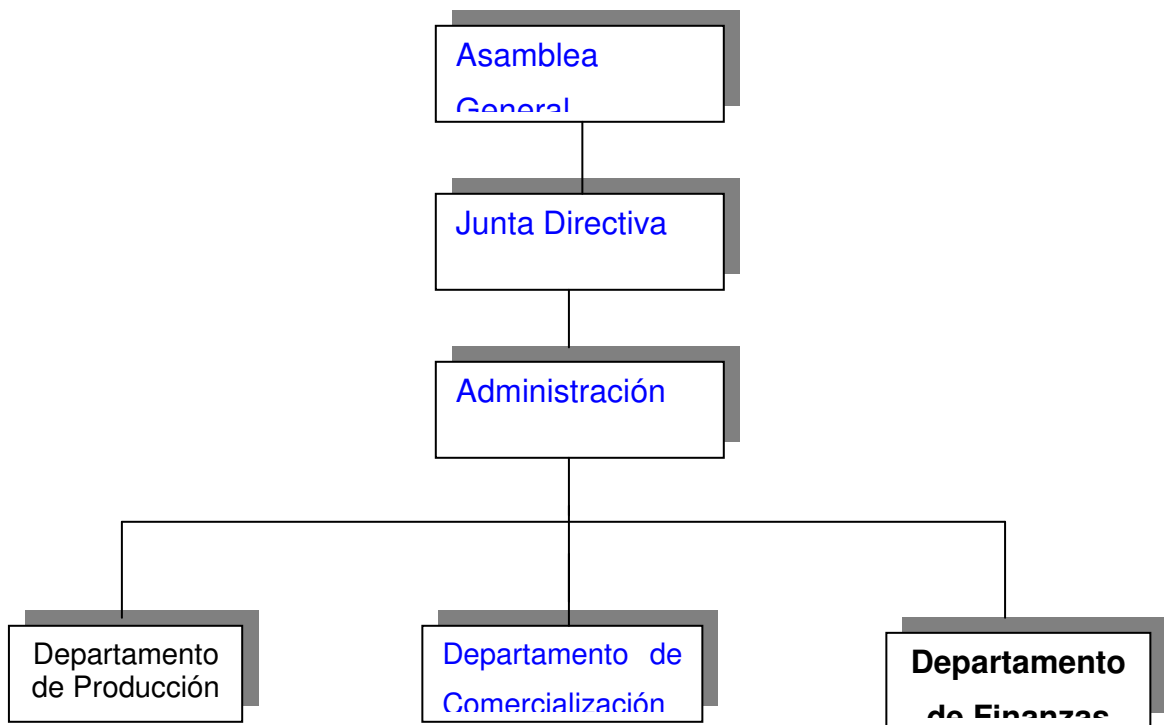
- Planificar las funciones de acuerdo a los estatutos.
- Dirigir y coordinar las actividades de producción y comercialización de Chile Pimiento para beneficio de los asociados.
- Promover el desarrollo social, cultural y económico de todos los asociados.
- Definir el orden jerárquico en todos los niveles de la organización, con el propósito que las instrucciones sean canalizadas adecuadamente.

- Elevar el nivel de rendimiento, mediante una organización formal.
- Evitar derroche de recursos y pérdida de tiempo.

### **Atribuciones de la Asociación**

- Reuniones de trabajo.
- Toma de decisiones.
- Contacto con otras entidades de apoyo.
- Control de actividades.

**Municipio de Agua Blanca, departamento de Jutiapa  
Propuesta Chile pimiento  
Estructura Organizacional de la Asociación Agrícola  
Año 2002**



Fuente: Investigación de campo, Grupo EPS junio 2002.

# MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE CARGO

ASOCIACIÓN AGRÍCOLA DE LA PRODUCCIÓN DE CHILE PIMIENTO

REALIZADO POR: Blanca de  
León

FECHA:  
12/10/2002

FORMA:  
01

PÁGINA:  
01/22

DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL CARGO:

**PRESIDENTE**

## I. IDENTIFICACIÓN

**Título del cargo:** Presidente.  
**Ubicación administrativa:** Junta Directiva.  
**Inmediato superior:** Asamblea General.  
**Subalternos:** Vice-presidente, secretario, tesorero, vocal y administrador.

## II. DESCRIPCIÓN

**Naturaleza:** cargo de carácter directivo que tiene como función principal coordinar las actividades de la junta directiva, dirigir las sesiones y presentar los resultados ante la asamblea general.

**Atribuciones:**

- Representar a la asociación en asuntos administrativos, judiciales y otros.
- Cumplir y hacer cumplir lo dispuesto en los estatutos, leyes y reglamentos relacionados con la asociación.
- Planificar y coordinar las actividades administrativas, financieras, productivas y comerciales.
- Convocar a asamblea general ordinaria y extraordinaria.
- Contratar o remover al administrador.
- Otras relacionadas con el cargo.

**Relaciones de trabajo:** Deberá relacionarse con el vice-presidente, secretario, tesorero, vocal, administrador y asamblea general.

**Autoridad:** Delegar responsabilidades a los miembros de la junta directiva, así como también para contratar o remover al administrador.

**Responsabilidad:** Alcanzar los objetivos previamente establecidos, a través de una eficiente dirección de las distintas actividades.

### III. ESPECIFICACIONES DEL PUESTO

Educación: Saber leer y escribir.

Experiencia: Mínima de tres años en producción y comercialización de productos agrícolas.

Habilidades y destrezas:

- 1) Capacidad para trabajar en grupo.
- 2) Efectivo en la solución de conflictos.
- 3) Toma de decisiones.

### IV. OTROS REQUISITOS

Edad: De 25 a 50 años.

Sexo: Masculino o femenino.

Cualidades personales: Honesto, honrado, capaz, con iniciativa y de excelentes relaciones humanas.



# MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE CARGO

ASOCIACIÓN AGRÍCOLA DE LA PRODUCCIÓN DE CHILE PIMIENTO

REALIZADO POR: **Blanca  
de León**

FECHA:  
**12/10/2002**

FORMA:  
**01**

PÁGINA:  
**03/22**

DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL CARGO:

**VICE-PRESIDENTE**

## I. IDENTIFICACIÓN

**Título del cargo:** Vice-presidente.  
**Ubicación administrativa:** Junta Directiva.  
**Inmediato superior:** Asamblea General.  
**Subalternos:** Ninguno.

## II. DESCRIPCIÓN

**Naturaleza:** Cargo de carácter directivo que tiene como propósito elaborar documentos de interés para la asociación y preparar papelería a discutirse en asamblea general.

### **Atribuciones:**

- Cooperar para la creación de cada uno de los órganos directivos.
- Sustituir al presidente en su ausencia.
- Colaborar activamente con el presidente en las actividades que ejecute.
- Proponer planes y programas de acción.
- Solicitar información administrativa y financiera cuando sea oportuno.
- Otras relacionadas con el cargo.

Relaciones de trabajo: Deberá relacionarse con el presidente, secretario, tesorero, vocal, administrador y asamblea general.

Autoridad: Tomar decisiones para actuar en beneficio de la asociación, siempre que no se encuentre el presidente.

Responsabilidad: En ausencia del administrador, hacer que se cumplan los objetivos previamente establecidos.

### III. ESPECIFICACIONES DEL PUESTO

Educación: Saber leer y escribir.

Experiencia: Mínima de dos años en producción y comercialización de productos agrícolas.

Habilidades y destrezas:

- 1) Capacidad para trabajar en grupo.
- 2) Efectivo en la solución de conflictos.
- 3) Toma de decisiones.

### IV. OTROS REQUISITOS

Edad: De 20 a 50 años.

Sexo: Masculino o femenino.

Cualidades personales: Honesto, honrado, capaz, con iniciativa y de excelentes relaciones humanas.

# MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE CARGO

ASOCIACIÓN AGRÍCOLA DE LA PRODUCCIÓN DE CHILE PIMIENTO

REALIZADO POR: **Blanca  
de León**

FECHA:  
**12/10/2002**

FORMA:  
**01**

PÁGINA:  
**05/22**

DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL CARGO:

**SECRETARIO**

## I. IDENTIFICACIÓN

**Título del cargo:** Secretario.  
**Ubicación administrativa:** Junta Directiva.  
**Inmediato superior:** Asamblea General.  
**Subalternos:** Ninguno.

## II. DESCRIPCIÓN

**Naturaleza:** Cargo de carácter directivo cuya función principal es levantar actas en las sesiones ordinarias y extraordinarias que se celebren, así como también archivar dicha papelería.

### **Atribuciones:**

- Recibir y registrar la correspondencia de la junta directiva.
- Redactar las actas que corresponden.
- Certificar las actas y acuerdos para enviarlos a donde pertenece.
- Hacer notificaciones y convocatorias con claridad y exactitud.
- Controlar el archivo de documentos de manera eficiente .
- Otras relacionadas con el cargo.

Relaciones de trabajo: Deberá relacionarse con el presidente, vice-presidente, secretario, tesorero, vocal y asamblea general.

Autoridad: Certificar actas y acuerdos.

Responsabilidad: Llevar de manera eficiente el control de reuniones, temas tratados y documentación que interese a la asociación.

### III. ESPECIFICACIONES DEL PUESTO

Educación: Mínimo 3ro. Básico, con conocimientos de computación.

Experiencia: No indispensable.

Habilidades y destrezas:

- 1) Excelente ortografía y redacción.
- 2) Rapidez para escribir a máquina y/o computadora.

### IV. OTROS REQUISITOS

Edad: De 18 a 40 años.

Sexo: Masculino o femenino.

Cualidades personales: Honesto, honrado, capaz, con iniciativa, excelentes relaciones humanas y atento.

# MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE CARGO

ASOCIACIÓN AGRÍCOLA DE LA PRODUCCIÓN DE CHILE PIMIENTO

REALIZADO POR: **Blanca  
de León**

FECHA:  
**12/10/2002**

FORMA:  
**01**

PÁGINA:  
**07/22**

DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL CARGO:

**TESORERO**

## I. IDENTIFICACIÓN

**Título del cargo:** Tesorero.  
**Ubicación administrativa:** Junta Directiva.  
**Inmediato superior:** Asamblea General.  
**Subalternos:** Ninguno.

## II. DESCRIPCIÓN

**Naturaleza:** Cargo de carácter directivo-financiero que tiene como propósito controlar y fiscalizar los fondos de la asociación, así como también plantear soluciones inmediatas a las anomalías detectadas.

### **Atribuciones:**

- Revisar periódicamente los registros contables de la asociación.
- Realizar cortes de caja y arqueo de valores.
- Informar en asamblea general, sobre los movimientos de caja.
- Autorizar los pagos que se efectúen.
- Revisar y guardar cuidadosamente los documentos de valor.
- Otras relacionadas con el cargo.

Relaciones de trabajo: Deberá relacionarse con el presidente, vice-presidente, secretario, vocal, administrador, encargado de finanzas y asamblea general.

Autoridad: Autorizar o desautorizar pagos.

Responsabilidad: Mantener un eficiente control sobre los movimientos de ingresos y egresos de la asociación.

### III. ESPECIFICACIONES DEL PUESTO

Educación: Perito contador en computación, con estudios universitarios de contador público y auditor.

Experiencia: Mínima de tres años en puesto similar.

Habilidades y destrezas:

- 1) Capacidad analítica.
- 2) Manejo eficiente de calculadora, sumadora y computadora.
- 3) Habilidad numérica.

### IV. OTROS REQUISITOS

Edad: De 25 a 40 años.

Sexo: Masculino o femenino.

Cualidades personales: Honesto, honrado, capaz, con iniciativa, valores éticos, morales y de excelentes relaciones humanas.

# MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE CARGO

ASOCIACIÓN AGRÍCOLA DE LA PRODUCCIÓN DE CHILE PIMIENTO

REALIZADO POR: **Blanca  
de León**

FECHA:  
**12/10/2002**

FORMA:  
**01**

PÁGINA:  
**09/22**

DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL CARGO:

**VOCAL**

## I. IDENTIFICACIÓN

**Título del cargo:** Vocal.  
**Ubicación administrativa:** Junta Directiva.  
**Inmediato superior:** Asamblea General.  
**Subalternos:** Ninguno.

## II. DESCRIPCIÓN

**Naturaleza:** Cargo de carácter directivo que tiene como propósito apoyar a la junta directiva en las decisiones que deberá tomar a cerca de las propuestas emanadas de la asamblea general.

### **Atribuciones:**

- Participar con voz y voto en las sesiones de la junta directiva.
- Asistir a los miembros de la junta directiva cuando se requiera.
- Informarse sobre la ejecución de programas, para participar activamente en las reuniones de junta directiva.
- Dar a conocer proyectos que beneficien a la asociación.
- Otras relacionadas con el cargo.

Relaciones de trabajo: Deberá relacionarse con el presidente, vice-presidente, secretario, tesorero, y asamblea general.

Autoridad: Para votar a favor o en contra de las decisiones de junta directiva.

Responsabilidad: Velar por que la junta directiva se enmarque en el sendero que conlleve a la consecución de los objetivos deseados.

### III. ESPECIFICACIONES DEL PUESTO

Educación: 3ro. Básico, con conocimientos de computación.

Experiencia: Mínima de un año en producción y comercialización de productos agrícolas.

Habilidades y destrezas:

- 1) Capacidad para trabajar en grupo.
- 2) Poder de decisión.
- 3) Manejo de máquina de escribir y computadora.

### IV. OTROS REQUISITOS

Edad: De 18 a 40 años.

Sexo: Masculino o femenino.

Cualidades personales: Honesto, honrado, capaz, con iniciativa, extrovertido y de excelentes relaciones humanas.



# MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE PUESTOS

ASOCIACIÓN AGRÍCOLA DE LA PRODUCCIÓN DE CHILE PIMIENTO

REALIZADO POR: **Blanca  
de León**

FECHA:  
**12/10/2002**

FORMA:  
**01**

PÁGINA:  
**11/22**

DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL  
PUESTO:

**ADMINISTRADOR**

## I. IDENTIFICACIÓN

**Título del puesto:** Administrador.  
**Ubicación administrativa:** Administración.  
**Inmediato superior:** Junta Directiva.  
**Subalternos:** Secretaria, encargados de finanzas, producción, comercialización y limpieza

## II. DESCRIPCIÓN

**Naturaleza:** Puesto de carácter administrativo que tiene como propósito planificar, organizar, controlar y evaluar las actividades del personal a su cargo.

### **Atribuciones:**

- Diseñar y ejecutar sistemas de control y procedimientos administrativos.
- Toma de decisiones.
- Diseñar e implementar estrategias.
- Controlar, coordinar y supervisar las distintas actividades.
- Definir objetivos y metas conjuntamente con junta directiva.
- Reportar los resultados mensuales a la junta directiva.
- Solucionar conflictos laborales.
- Contratar y remover personal.
- Otras relacionadas con el puesto.

Relaciones de trabajo: Deberá relacionarse con el presidente, vice-presidente, tesorero, secretaria, encargados de finanzas, producción, comercialización y limpieza.

Autoridad: Delegar responsabilidades en las unidades a su cargo, contratar y remover personal. Además para tomar otras decisiones de carácter administrativo que no necesiten el aval de la junta directiva.

Responsabilidad: Alcanzar los objetivos planeados. También será responsable del mobiliario y equipo que utilice.

### III. ESPECIFICACIONES DEL PUESTO

Educación: Mínimo 3ro. Básico, con conocimientos básicos de computación.

Experiencia: Tres años como administrador de fincas agrícolas.

Habilidades y destrezas:

- 1) Capacidad para trabajar en grupo.
- 2) Efectivo en la solución de conflictos laborales.
- 3) Conocer sobre el manejo de insumos e instrumentos agrícolas.

### IV. OTROS REQUISITOS

Edad: De 30 a 40 años.

Sexo: Masculino.

Cualidades personales: Honesto, honrado, capaz, con iniciativa y de excelentes relaciones humanas.

# MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE PUESTOS

ASOCIACIÓN AGRÍCOLA DE LA PRODUCCIÓN DE CHILE PIMIENTO

REALIZADO POR: **Blanca de León**

FECHA:  
**12/10/2002**

FORMA:  
**01**

PÁGINA:  
**13/22**

DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL PUESTO:

## ENCARGADO DE FINANZAS

### I. IDENTIFICACIÓN

**Título del puesto:** Encargado de Finanzas.  
**Ubicación administrativa:** Departamento de Finanzas.  
**Inmediato superior:** Administrador.  
**Subalternos:** Ninguno.

### II. DESCRIPCIÓN

**Naturaleza:** Puesto de carácter administrativo que tiene como propósito realizar actividades financieras.

**Atribuciones:**

- Trámites fiscales.
- Elaboración de presupuestos.
- Elaboración de facturas y control de inventarios.
- Manejo de caja chica y emitir pagos.
- Control de impuestos, realización y presentación de estados financieros.
- Control de compras.
- Otras relacionadas con el puesto.

Relaciones de trabajo: Deberá relacionarse con el tesorero, administrador, secretaria, encargados de producción, comercialización y limpieza.

Autoridad: Para realizar pagos menores de caja chica debidamente justificados.

Responsabilidad: Realizar con eficiencia las actividades financieras de la asociación. También tiene bajo su responsabilidad lo que utilice de mobiliario y equipo, documentación y valores monetarios.

### III. ESPECIFICACIONES DEL PUESTO

Educación: Perito contador con especialidad en computación.

Experiencia: Tres años en puesto similar.

Habilidades y destrezas:

- 1) Capacidad analítica.
- 2) Habilidad numérica.
- 3) Manejo de computadora y sumadora.

### IV. OTROS REQUISITOS

Edad: De 25 a 35 años.

Sexo: Masculino o femenino.

Cualidades personales: Valores éticos y morales, presentable y de excelentes relaciones humanas.

# MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE PUESTOS

ASOCIACIÓN AGRÍCOLA DE LA PRODUCCIÓN DE CHILE PIMIENTO

REALIZADO POR: **Blanca  
de León**

FECHA:  
**12/10/2002**

FORMA:  
**01**

PÁGINA:  
**15/22**

DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL  
PUESTO:

## ENCARGADO DE PRODUCCIÓN

### I. IDENTIFICACIÓN

**Título del puesto:** Encargado de Producción.  
**Ubicación administrativa:** Departamento de Producción.  
**Inmediato superior:** Administrador.  
**Subalternos:** Jornaleros.

### II. DESCRIPCIÓN

**Naturaleza:** Puesto de carácter operativo, que tiene como propósito realizar actividades que conlleven a la optimización de la producción.

**Atribuciones:**

- Manejo de bodega.
- Requerimientos de insumos necesarios para la producción.
- Controlar lo siguiente:
  - 1) Implementación del sistema de riego.
  - 2) Proceso productivo.
  - 3) Trabajo de jornaleros.
  - 4) Cosecha.
- Otras relacionadas con el puesto.

Relaciones de trabajo: se relacionará con junta directiva, administrador, secretaria, jornaleros, encargados de finanzas, comercialización y limpieza.

Autoridad: Aplicar medidas inmediatas para el control de plagas y enfermedades

Responsabilidad: Alcanzar las metas de producción tanto en cantidad como calidad, manejo eficiente de bodega y además es responsable del mobiliario y equipo que se le otorgue para la realización del trabajo.

### III. ESPECIFICACIONES DEL PUESTO

Educación: Perito o Ingeniero Agrónomo.

Experiencia: Tres años en puesto similar. Conocimiento del proceso productivo de Chile pimiento, y de la aplicación del sistema de riego.

Habilidades y destrezas:

- 1) Capacidad para trabajar en grupo, y manejo de equipo agrícola.
- 2) Exacto en la aplicación de agroquímicos.
- 3) Conocimientos sobre el control de bodega.

### IV. OTROS REQUISITOS

Edad: De 25 a 40 años.

Sexo: Masculino.

Cualidades personales: Honrado, dinámico y con excelentes relaciones humanas.

# MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE PUESTOS

ASOCIACIÓN AGRÍCOLA DE LA PRODUCCIÓN DE CHILE PIMIENTO

REALIZADO POR: **Blanca  
de León**

FECHA:  
**12/10/2002**

FORMA:  
**01**

PÁGINA:  
**17/22**

DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL  
PUESTO:

## ENCARGADO DE COMERCIALIZACIÓN

### I. IDENTIFICACIÓN

**Título del puesto:** Encargado de Comercialización.  
**Ubicación administrativa:** Departamento Comercialización.  
**Inmediato superior:** Administrador.  
**Subalternos:** Vendedores.

### II. DESCRIPCIÓN

**Naturaleza:** Puesto de carácter administrativo que tiene como propósito realizar actividades relacionadas con la comercialización del producto.

**Atribuciones:**

- Diseñar e implementar estrategias de comercialización.
- Atender a los clientes.
- Emitir cotizaciones.
- Mantener un constante control sobre el mercado del producto.
- Reportar los resultados de ventas al administrador.
- Contactar clientes potenciales.
- Buscar nuevos mercados para el producto.
- Otras relacionadas con el puesto.

**Relaciones de trabajo:** Se deberá relacionar con junta directiva, administrador, secretaria, vendedores, encargados de finanzas, producción y limpieza.

**Autoridad:** Para manejar los precios de acuerdo a la conveniencia de la asociación y realizar contratos de venta.

**Responsabilidad:** Alcanzar las metas de ventas. Además es responsable del mobiliario y equipo que se le otorgue para la realización de sus actividades.

### III. ESPECIFICACIONES DEL PUESTO

**Educación:** Título de educación media.

Experiencia: **Tres años en puesto similar.**

#### **Habilidades y destrezas:**

- 1) Poder de convencimiento.
- 2) Facilidad de palabra.
- 3) Manejar vehículo.

### IV. OTROS REQUISITOS

**Edad:** De 25 a 40 años.

**Sexo:** Masculino o femenino.

**Cualidades personales:** Honrado, dinámico, presentable y con excelentes relaciones humanas..



# MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE PUESTOS

ASOCIACIÓN AGRÍCOLA DE LA PRODUCCIÓN DE CHILE PIMIENTO

REALIZADO POR: **Blanca  
de León**

FECHA:  
**12/10/2002**

FORMA:  
**01**

PÁGINA:  
**19/22**

DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL  
PUESTO:

**SECRETARIA**

## I. IDENTIFICACIÓN

**Título del puesto:** Secretaria.  
**Ubicación administrativa:** Administración.  
**Inmediato superior:** Administrador.  
**Subalternos:** Encargada de limpieza.

## II. DESCRIPCIÓN

**Naturaleza:** Puesto de carácter administrativo que tiene como propósito coordinar y ejecutar las actividades secretariales de la asociación.

### **Atribuciones:**

- Manejo de correspondencia: vía fax, postal o electrónica.
- Recibir y realizar llamadas telefónicas, además transmitir mensajes.
- Transcribir documentos que se le asignen, a máquina o computadora.
- Coordinar eventos internos y de negocios.
- Coordinar y supervisar a la encargada de limpieza.
- Otras relacionadas con el puesto

Relaciones de trabajo: Deberá relacionarse con junta directiva, administrador, encargados de finanzas, producción, comercialización y limpieza.

Autoridad: Recibir y enviar correspondencia postal o electrónica.

Responsabilidad: Realizar con eficiencia las actividades que se le asignen, y manejar la información de manera confidencial.

### III. ESPECIFICACIONES DEL PUESTO

Educación: Secretaria bilingüe, comercial u oficinista, con conocimientos en computación.

Experiencia: Mínima de dos años en puesto similar.

Habilidades y destrezas:

- 1) Extrovertida.
- 2) Facilidad de palabra.
- 3) Manejo eficiente de máquina de escribir y computadora.

### IV. OTROS REQUISITOS

Edad: De 20 a 30 años.

Sexo: Femenino.

Cualidades personales: Presentable, con iniciativa y de excelentes relaciones humanas.

# MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE PUESTOS

ASOCIACIÓN AGRÍCOLA DE LA PRODUCCIÓN DE CHILE PIMIENTO

REALIZADO POR: **Blanca  
de León**

FECHA:  
**12/10/2002**

FORMA:  
**01**

PÁGINA:  
**21/22**

DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL  
PUESTO:

## ENCARGADA DE LIMPIEZA

### I. IDENTIFICACIÓN

**Título del puesto:** Encargada de limpieza.  
**Ubicación administrativa:** Administración.  
**Inmediato superior:** Secretaria.  
**Subalternos:** Ninguno.

### II. DESCRIPCIÓN

**Naturaleza:** Puesto de carácter administrativo que tiene como propósito velar porque las instalaciones de la asociación se encuentren limpias y presentables.

**Atribuciones:**

- Barrer y trapear las instalaciones.
- Limpiar mobiliario y equipo.
- Asear el sanitario.
- Otras relacionadas con el puesto.

**Relaciones de trabajo:** Deberá relacionarse con junta directiva, administrador, secretaria, encargados de finanzas, producción y comercialización.

**Autoridad:** Entrar en las áreas de trabajo para realizar sus atribuciones.

**Responsabilidad:** Lograr que las instalaciones de la asociación se encuentren limpias y presentables. Además es responsable de los suministros que se le otorguen para la realización de su trabajo.

### III. ESPECIFICACIONES DEL PUESTO

Educación: **Saber leer y escribir.**

Experiencia: **Mínima de un año en puesto similar.**

#### **Habilidades y destrezas:**

- 1) Manejo eficiente de utensilios de limpieza.
- 2) Extrovertida.

### IV. OTROS REQUISITOS

**Edad:** De 25 a 40 años.

**Sexo:** Femenino.

**Cualidades personales:** Honesta, aseada, colaboradora, discreta, con iniciativa y de excelentes relaciones humanas.

## BIBLIOGRAFIA

AGUILAR CATALÀN, JOSÈ ANTONIO, Metodología de la Investigación para los Diagnósticos Socioeconómicos. (Pautas para el desarrollo de las regiones en países que han sido mal administrados). EPS. Facultad de Ciencias Económicas, USAC. Guatemala 2002. 44 pp.

DIRECCIÓN GENERAL DE ESTADÍSTICA. Tercer Censo Nacional Agropecuario. Guatemala 1979. Tomo I, 408 pp. Tomo II, 399 pp. Tomo III, 320 pp.

FACULTAD DE HUMANIDADES, UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA. Seminario Agua Blanca. Evaluación Socioeconómica en sus 100 Años de Historia, Jutiapa 1988, 70 pp.

INSTITUTO GEOGRÁFICO NACIONAL. Diccionario Geográfico Nacional. Guatemala 1978. Tomo I, 833 pp.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. III Censo Agropecuario 1979; X Censo de Población 1994 y XI Censo de Población 2002, Departamento de Jutiapa. Guatemala. 131 pp.

KOONTZ HAROLD, HEINZ WEIHRICH. Administración. Novena Edición Editorial McGraw-Hill. México, 1990. 753 pp.

MENDOZA, GILBERTO Compendio de Mercadeo de Productos Agropecuarios. Editorial Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, 2ª. Edición, San José Costa Rica 1995. 343 pp.

MUNICIPALIDAD DE AGUA BLANCA, Revista Cultural y Social “Agua Blanca Centenaria”. Municipio de Agua Blanca, departamento de Jutiapa, Guatemala. Enero de 1986. 25 pp.

SANDOVAL Y SANDOVAL, MARÌA ENMA. Monografía del Municipio de Agua Blanca, departamento de Jutiapa, Guatemala. 111 pp.

SECRETARÌA GENERAL DEL CONSEJO NACIONAL DE PLANIFICACIÓN ECONÒMICA, SEGEPLAN. Elaboración De Proyectos. Guatemala 2001. 194 pp.

SIMONS CHARLES S., TARANO T., JOSÉ MANUEL; PINTO, JOSÉ HUMBERTO. Clasificación de Reconocimiento de los Suelos de la República de Guatemala, Editorial José Pineda Ibarra. 1972. 1000 pp.

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA, Material de Apoyo para el Seminario General de EPS., Acuerdo de Paz. Guatemala 2002. 58 pp.