

**MUNICIPIO DE SAN JOSÉ ACATEMPA
DEPARTAMENTO DE JUTIAPA**

**“ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL Y COMERCIALIZACIÓN
(PANADERÍA)”**

FREDY ALBERTO GODINEZ QUIQUIVIX

TEMA GENERAL

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

**MUNICIPIO DE SAN JOSÉ ACATEMPA
DEPARTAMENTO DE JUTIAPA**

TEMA INDIVIDUAL

**“ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL Y COMERCIALIZACIÓN
(PANADERÍA)”**

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

2005

(c)

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

SAN JOSÉ ACATEMPA – VOLUMEN 3

2-53-01-AE-2005

Impreso en Guatemala, C.A.

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

**“ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL Y COMERCIALIZACIÓN
(PANADERÍA)”**

**MUNICIPIO DE SAN JOSÉ ACATEMPA
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

FREDY ALBERTO GODINEZ QUIQUIVIX

previo a conferírsele el título

de

ADMINISTRADOR DE EMPRESAS

en el Grado Académico de

LICENCIADO

Guatemala, agosto de 2,005

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

**“ORGANIZACIÓN EMRESARIAL Y COMERCIALIZACIÓN
(PANADERÍA)”**

**MUNICIPIO DE SAN JOSÉ ACATEMPA
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

FREDY ALBERTO GODÍNEZ QUIQUIVIX

previo a conferírsele el título

de

ADMINISTRADOR DE EMPRESAS

en el Grado Académico de

LICENCIADO

Guatemala, Agosto de 2,005

ACTO QUE DEDICO

A DIOS: Por darme su salvación, ser el guía y sustento en mi vida; por darme la sabiduría e inteligencia para alcanzar esta meta.

A MI PADRE: Por sus consejos, Dios lo bendiga.

A MI MADRE: Por su esfuerzo y ayuda en todos los logros obtenidos en mi vida.

A MIS HERMANOS: Por su amor y apoyo incondicional.

A MIS COMPAÑEROS DEL E.P.S: Por las experiencias compartidas que han permitido desarrollar nuestra amistad.

A MIS COMPAÑEROS DE ESTUDIO: Éxitos en su vida futura

A TODA MI FAMILIA: Por contar siempre con su apoyo

A LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA,
ESPECIALMENTE A LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

A MIS AMIGOS:

ÍNDICE GENERAL

Página

INTRODUCCIÓN

I

CAPÍTULO I

CARACTERÍSTICAS SOCIOECONÓMICAS DEL MUNICIPIO

1.1	ANTECEDENTES HISTÓRICOS	1
1.2	ASPECTOS GEOGRÁFICOS	2
1.2.1	Localización, extensión territorial	2
1.2.2	Orografía y fisiografía	2
1.2.3	Hidrografía	3
1.2.4	Clima, temperatura y régimen de lluvia	3
1.2.5	Suelos	4
1.2.6	Bosques	5
1.3	ASPECTOS DEMOGRÁFICOS	6
1.3.1	Población	6
1.3.2	Por edad	6
1.3.3	Por sexo y área	7
1.3.4	Por etnia	9
1.3.5	Empleo y niveles de ingreso	9
1.3.6	Población económicamente activa (PEA)	9
1.3.7	Religión	10
1.3.8	Migración	11
1.4	DIVISIÓN POLÍTICA Y ADMINISTRATIVA	11
1.4.1	División política	11
1.4.2	División Administrativa	13
		Página
1.5	INFRAESTRUCTURA SOCIAL Y SERVICIOS	13
1.5.1	Comunicaciones	14

1.5.2	Infraestructura vial	14
1.5.3	Transporte	14
1.6	SERVICIOS BÁSICOS	14
1.6.1	Educación	15
1.6.2	Salud	16
1.6.3	Agua	17
1.6.4	Energía eléctrica	17
1.6.5	Vías de comunicación	17
1.6.6	Sistema de tratamiento de desechos sólidos	18
1.6.7	Drenajes	18
1.6.8	Sistema de tratamiento de aguas servidas	18
1.6.9	Cementerio	18
1.6.10	Recolección de basura	19
1.7	FACTOR TIERRA	19
1.7.1	Tenencia y concentración de la tierra	19
1.7.2	Uso actual y potencial de los suelos	20

CAPÍTULO II

COMERCIALIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN

2.1	SITUACIÓN ACTUAL	23
2.2	MEZCLA DE MERCADEO	24
2.2.1	Producto	24
2.2.2	Precio	25
2.2.3	Plaza	26
2.2.4	Promoción	28
		Página
2.3	COMERCIALIZACIÓN PROPUESTA	29
2.3.1	Producto	30
2.3.2	Precio	32
2.3.3	Plaza	33
2.3.4	Promoción	34
2.4	ANÁLISIS COMPARATIVO	35

2.5	APLICACIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN	35
2.5.1	Precios	35
2.5.2	Ventas	36
2.5.3	Distribución	36
2.5.4	Cobros	36

CAPÍTULO III ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

3.1	ORGANIZACIÓN EXISTENTE	37
3.1.1	Sociales	37
3.1.2	Productivas	38
3.1.3	Organización productiva de la rama de panadería	38
3.2	ORGANIZACIÓN PROPUESTA	38
3.2.1	Tipo	38
3.2.2	Justificación	39
3.2.3	Objetivos	39
3.2.4	Funciones	40
3.2.5	Recursos	40
3.3	ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA	42
3.3.1	Diseño organizacional	42
3.3.2	Sistema de organización	43
		Página
3.3.3	Funciones básicas de las unidades administrativas	44
3.4	REQUERIMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN	45
3.4.1	Localización	45
3.4.2	Operación	46
3.4.3	Distribución en planta	46
3.4.4	Relaciones operacionales y contractuales	48
3.4.5	Carga administrativa	48
3.5	PROYECCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN	49
3.5.1	Social	49
3.5.2	Económica	49

3.5.3	Cultural	49
3.6	SOPORTE DE LA ORGANIZACIÓN	50
3.6.1	Legal	50
3.6.2	Mercadologicas	51
3.6.3	Técnico	51
3.6.4	Financiero	51
3.6.5	Administrativo	52

CAPÍTULO IV
PROPUESTA DE INVERSIÓN
PROYECTO: PRODUCCIÓN DE MELOCOTÓN

4.1	IDENTIFICACIÓN: PRODUCCIÓN DE MELOCOTÓN	53
4.2	OBJETIVOS	53
4.2.1	Objetivo general	54
4.2.2	Objetivo específico	54
4.3	JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO	54
4.4	ESTUDIO DE MERCADO	56
		Página
4.4.1	Producto	56
4.4.1.1	Formas y usos del producto	57
4.4.1.2	Generalidades de la planta	57
4.4.1.3	Composición química	58
4.4.1.4	Variedades	58
4.4.1.5	Enfermedades de la planta	59
4.4.1.6	Destino de la producción	59
4.5	DURACIÓN DEL PROYECTO	59
4.5.1	Oferta	60
4.5.1.2	Demanda	64
4.5.2	Precio	70
4.5.3	Comercialización	71
4.5.4	Proceso de comercialización	73
4.5.4.1	Instituciones de comercialización	74

4.5.4.2	Estructura de la comercialización	75
4.5.4.3	Funciones de comercialización	76
4.5.5	Funciones auxiliares	78
4.6	ESTUDIO TÉCNICO	79
4.6.1	Localización del proyecto	79
4.6.2	Proceso productivo	82
4.6.3	Requerimientos técnicos	86
4.7	ESTUDIO ADMINISTRATIVO-LEGAL	87
4.7.1	Organización propuesta	87
4.7.2	Justificación	87
4.7.3	Objetivos de la organización	88
4.7.4	Diseño organizacional	89
4.8	ESTUDIO FINANCIERO	91
4.8.1	Plan de inversión	92
		Página
4.8.2	Inversión fija	92
4.8.3	Inversión en capital de trabajo	93
4.8.4	Inversión total	94
4.8.5	Estados financieros	94
4.9	EVALUACIÓN FINANCIERA	100
4.9.1	Evaluación social	104
	CONCLUSIONES	105
	RECOMENDACIONES	106
	ANEXOS	
	BIBLIOGRAFÍA	

INDICE DE CUADROS

No.	Descripción	Página
01.	Municipio de San José Acatempa – Jutiapa Población total por sexo, según edad Año: 2002	7
02.	Municipio de San José Acatempa – Jutiapa Población por Sexo, Área y Grupo Étnico Año: 1994	8
03.	Municipio de San José Acatempa – Jutiapa Población Según Sexo Año:2002	8
04.	Municipio de San José Acatempa – Jutiapa Población económicamente activa –PEA-, por sexo Año: 2002	10
05.	Municipio de San José Acatempa – Jutiapa Población económicamente activa –PEA-, por sexo Proyección Año: 2002	10
06.	Municipio de San José Acatempa – Jutiapa División Política Año: 2002	12
07.	Municipio de San José Acatempa – Jutiapa Centros Poblados Años: censo 1979 y 2002	13
08.	Municipio de San José Acatempa – Jutiapa Principales Indicadores de Educación Año: 2002	15
09.	Municipio de San José Acatempa – Jutiapa Población Estudiantil por Centro Poblado Año: 2002	16
10.	Municipio de San José Acatempa – Jutiapa Tenencia de la Tierra Año: Censo 1979 y Proyección 2002	20

No.	Descripción	Página
11.	Municipio de San José Acatempa – Jutiapa Uso Actual de la Tierra Año: 2002	22
12.	Municipio de San José Acatempa – Jutiapa Uso Potencial de la Tierra Año: 2002	22
13.	Municipio de San José Acatempa -- Jutiapa Comité Productores de Pan Recursos Físicos Año: 2002	41
14.	República de Guatemala Oferta Nacional, Histórica de Melocotón Periodo: 1996-2002 (Expresado en Quintales)	61
15.	República de Guatemala Oferta Nacional Proyectada de Melocotón Periodo: 2003-2007 (Expresado en Quintales)	63
16.	República de Guatemala Calculo de la Demanda Potencial Histórica Producción de Melocotón Periodo: 1996-2002	65
17.	República de Guatemala Demanda Potencial Proyectada Producción de Melocotón Periodo: 2003-2007	66
18.	República de Guatemala Producción de Melocotón Periodo: 1996-2002 (Expresado en Quintales)	67

No.	Descripción	Página
19	República de Guatemala Consumo Aparente, Proyectado Producción de Melocotón Periodo: 2003-2007 (Expresado en Quintales)	68
20.	República de Guatemala Producción de Melocotón Demanda Insatisfecha, Histórica Periodo: 1996-2002 (Expresado en Quintales)	69
21.	República de Guatemala Producción de Melocotón Demanda Insatisfecha, Proyectada Periodo: 2003-2007 (Expresado en Quintales)	70
22	República de Guatemala Precio Estimado de Melocotón Mercado Nacional Año: 2002	71
23	Municipio de San José Acatempa – Jutiapa Margen de Comercialización Actual Cultivo de Melocotón Año: 2002	79
24	Municipio de San José Acatempa – Jutiapa Proyecto: Producción de Melocotón Producción Estimada de Melocotón Periodo: 2005-2009	81
25	Municipio de San José Acatempa – Jutiapa Proyecto: Producción de Melocotón Inversión Fijo Año: 2002	93
26	Municipio de San José Acatempa – Jutiapa Proyecto: Producción de Melocotón Inversión Total Año: 2002	94

No.	Descripción	Página
27	Municipio de San José Acatempa – Jutiapa Proyecto: Producción de Melocotón Requerimiento de Insumos para una Manzana Año: 2002	95
28	Municipio de San José Acatempa – Jutiapa Proyecto: Producción de Melocotón Requerimiento de Mano de Obra para una Manzana Año: 2002	96
29	Municipio de San José Acatempa – Jutiapa Proyecto: Producción de Melocotón Costos Indirectos Variables para una Manzana Año: 2002	98
30	Municipio de San José Acatempa – Jutiapa Proyecto: Producción de Melocotón Costos Directos de Producción: Primer Año de Cosecha Del 01 de Enero al 31 de Diciembre 2005	100

INDICE DE GRÁFICAS

No.	Descripción	Página
01.	Municipio de San José Acatempa – Jutiapa Canal de Comercialización Producción de Pan Año: 2002	27
02.	Municipio de San José Acatempa – Jutiapa Canal de Comercialización Propuesto en el Sector Artesanal Año: 2002	33
03.	Municipio de San José Acatempa – Jutiapa Comité de Pequeños Productores de Pan Organigrama Propuesto Año: 2002	43
04.	Municipio de San José Acatempa – Jutiapa Distribución de Planta Año: 2002	47
05.	Municipio de San José Acatempa – Jutiapa Canales de Comercialización Propuesto Año: 2002	72
06.	Municipio de San José Acatempa – Jutiapa Flujo grama del Proceso de Producción de Melocotón Año: 2002	86
07.	Municipio de San José Acatempa - Jutiapa Organigrama Estructural Propuesto Comité Productivo Agrícola Año: 2002	89

INDICE DE ANEXOS

No.	Descripción
1.	Croquis de San José Acatempa
2.	Manual de Organización
3.	Manual de Normas y Procedimientos

INTRODUCCIÓN

La Universidad de San Carlos de Guatemala, a través del programa del Ejercicio Profesional Supervisado –EPS-, participa en procesos de investigación con el fin de coadyuvar a la solución de problemas económicos-sociales, que afrontan las comunidades del País, así mismo, constituye un medio de evaluación final para los alumnos que han cerrado el pensum de estudios de la Facultad de Ciencias Económicas, previo a optar al título académico en el grado profesional correspondiente.

El presente informe individual es el resultado del estudio realizado en el municipio de San José Acatempa, departamento de Jutiapa. En esta ocasión el estudio realizado se denominó “Diagnóstico Socioeconómico, Potencialidades Productivas y Propuestas de Inversión”. El trabajo de campo se llevo a cabo del 01 al 30 de octubre del 2002, periodo durante el cual se efectuaron visitas a las aldeas, caseríos y fincas de dicho Municipio, así como a la Cabecera Departamental y se recolectó información mediante el llenado de boletas de encuesta. El resultado del estudio se presenta en este informe individual, el cual consta de cinco capítulos, así:

CAPÍTULO I: Este capítulo hace referencia a los aspectos generales del Municipio, sus antecedentes históricos, situación geográfica, infraestructura, características del clima y los recursos naturales con que cuenta, además de los servicios.

CAPÍTULO II: Analiza la situación actual de la comercialización que llevan a cabo los microempresarios, por medio del estudio de la mezcla de mercadeo utilizando las variables: producto, precio, plaza y promoción.

CAPÍTULO III: Se refiere a las organizaciones sociales y productivas existentes, incluye la propuesta de organización que abarca la estructura administrativa que se

empleará, los requerimientos y las proyecciones, a si como el soporte de la misma.

CAPÍTULO IV: Define la propuesta de inversión, por medio del estudio de mercado, técnico, financiero, administrativo legal, por último la evaluación financiera y social

Con la presentación de este informe, se hace un aporte al desarrollo económico social y cultural del Municipio, al establecer un Comité, para fortalecer su capacidad de organización y comercialización, lo que generara nuevas fuentes de trabajo, que evitará la migración a otras regiones del país, además se promueve la diversificación de actividades agrícolas, especialmente con la propuesta de inversión.

Al final aparecen las conclusiones a las que se llegó, así como las recomendaciones y la bibliografía que se consultó durante la realización de la investigación. Para el desarrollo del presente trabajo de investigación fue necesario recurrir a la docencia y la aplicación de métodos, técnicas de investigación y otras fuentes que se describen a continuación:

Seminario General sobre diagnósticos socioeconómicos y proyectos productivos.

Seminario específico por áreas, para el presente caso el área de administración de Empresas.

Elaboración de la muestra necesaria para encuestar.

Visita preliminar y trabajo de campo en el Municipio para reconocimiento del área de estudio a través de entrevistas a las autoridades municipales, dirigentes y líderes de las distintas organizaciones establecidas en el Municipio.

Elaboración y llenado de boletas de encuestas a los habitantes de las distintas aldeas, caseríos y fincas que conforman el Municipio objeto de estudio, así como el casco urbano del mismo.

Tabulación de la información obtenida.

Trabajo de gabinete y análisis de los datos recabados

Elaboración de los informes colectivo e individual

CAPÍTULO I

CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL MUNICIPIO

Entre éstas se mencionan los aspectos generales del lugar o sea los antecedentes históricos, aspectos demográficos, población económicamente activa, su división político administrativa, infraestructura básica y organizacional, flujos comerciales y actividades económicas.

1.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS

Se describen los antecedentes históricos del municipio de San José Acatempa, siendo los siguientes, es uno de los diecisiete Municipios del Departamento de Jutiapa, no existe una fuente que mencione la fecha de su fundación, sin embargo, en el siglo XVIII se conocía como el Valle de Lazacualpa, en el sentido de que en esa época se llamaba Valle de los Caseríos de Españoles e Indios. Con el transcurso del tiempo su nombre cambió a Azacualpa y pasó a formar parte del departamento de Santa Rosa, al crearse por Decreto el 09 de mayo de 1854. Fue segregado del departamento de Santa Rosa y anexado al departamento de Jutiapa por Acuerdo Gubernativo el 22 de marzo de 1934.¹

Durante el período del General Jorge Ubico Castañeda en 1941, cambia el antiguo nombre de Azacualpa, por el que hasta la fecha se le identifica, San José Acatempa.

Según cuentan sus habitante, sus primeros pobladores fueron de origen húngaro, al grado que hasta hoy su gente se caracteriza por ser de tez blanca, en su mayoría de cabello rubio y una combinación de color de ojos de azul a verde, característica muy singular que identifica al departamento de Jutiapa. Sus hombres se califican por su valor y destreza, gustan del manejo de armas, desde sus orígenes el pueblo ha sido eminentemente agrícola y su mayor particularidad es practicar una coexistencia comunitaria en la propiedad de la tierra que los hace distintivos en toda la

¹ Mateo Morales Urrutia "la división política y administrativa de la Republica de Guatemala" Editorial Iberia- Gutemberg-Guatemala Año 1985, pág. 158

República. En la antigüedad en este poblado se hablaba el Xinca, actualmente se habla solamente el español.² Los principales productos agrícolas del Municipio son: Maíz, frijol, café y en menor proporción se cultiva banano, tomate, maicillo y papa. La producción pecuaria esta destinada a la crianza de ganado bovino, porcino y aves de corral. Se manifiestan algunas actividades artesanales en pequeña escala tales como panadería, herrería y carpintería, anteriormente se desarrollaba la elaboración de tejas y algunos productos de alfarería.

1.2 ASPECTOS GEOGRÁFICOS

El Municipio se encuentra ubicado a pocos metros de la carretera principal que conduce a la cabecera departamental y está localizado con varios accidentes geográficos y colinda con algunos municipios de Santa Rosa y Jutiapa, dentro de los cuales se puede resaltar lo siguiente.

1.2.1 Localización, extensión territorial

Ubicado a 86 kilómetros de la Ciudad Capital y a 34 kilómetros de la Cabecera Departamental, situado en la parte Oeste del departamento de Jutiapa, en la Región IV o Región Sur-Oriental, en la latitud 14° 15' 44" y la longitud 90° 07' 46", su extensión territorial es de 68 kilómetros cuadrados. Colinda al norte con el municipio de Casillas (Santa Rosa); al sur con los municipios de Jalpatagua, (Jutiapa) y Oratorio, (Santa Rosa). al este, con los municipios de Quesada y Jalpatagua (Jutiapa) y al oeste, con los municipios de Oratorio y Cuilapa, departamento de Santa Rosa.³

1.2.2 Orografía y fisiografía

Enclavado a una altitud de 1,325 metros sobre el nivel del mar; los terrenos en esta área son de relieve ondulado a accidentado y escarpado, registrándose alternativamente grandes elevaciones, profundos barrancos y leves planicies.

² A MARURE "catalogo de ayer de Guatemala" Editorial Diana S.A Guatemala Enero 1975 pág.158

³ Instituto Geográfico Militar, Diccionario Geográfico Militar de Guatemala. Tipografía Nacional, Guatemala, 1978. pág. 42.

La vegetación predominante está constituida por *Quercus* sp., *Pinus Oocarpa*, *Cuarentella Americana* (pinos) y maderas ahiladas entre otras.

1.2.3 Hidrografía

Esta conformada por pocos nacimientos de agua y los existentes son riachuelos no caudalosos, (ver anexo 4) la deforestación causada por la práctica del cultivo en las laderas de los cerros ha generado una erosión de la tierra lo cual afecta el caudal de los ríos del lugar.

Las fuentes de agua existentes son aprovechadas para uso animal y humano, además un reducido número de agricultores la utilizan para riego de sus cultivos.

Adicionalmente al río Naranjo se puede contar con 8 ríos, 2 riachuelos, 29 quebradas y 1 zanjón.

1.2.4 Clima, temperatura y régimen de lluvia

Alcanza una temperatura entre 20 y 26 grados centígrados, en el Municipio el clima que prevalece es el sistema Holdridge bosque húmedo subtropical templado (BHST)⁴, aunque se contemplan temperaturas máximas de 33 grados y mínimas de 9 grados (ver anexo 5); durante los meses de Marzo y Abril se acentúa la época calurosa, registrándose los índices de temperatura más altos, sin embargo, debido a la humedad relativa existente, el ambiente no se presenta tan sofocante. Se aprecia además una indefinida época fría en los meses de Noviembre y Diciembre.

La temporada de lluvias se contempla entre los meses de Mayo a Noviembre en una precipitación pluvial anual de 1,100 a 1,390 milímetros. La biotemperatura media anual es de 20 a 30 grados centígrados y la evapotranspiración alrededor de 1.0.

Por razones regionales el viento tiene variaciones en su dirección durante el año, sopla con una dirección sur la mayor parte del año (Junio a Octubre), con velocidades de 12 a 16 kilómetros por hora, durante los meses de Noviembre a

⁴ Charles Simmons s., Et. Al Clasificación de reconocimiento de los suelos de la Republica de Guatemala. 2da. Ed., Madrid España, editorial espasa calpe, 1995, pág. 192

Enero sopla con una dirección noreste con velocidades de 16 a 20 kilómetros por hora y en los meses de Febrero a Mayo se dan en la región vientos débiles.

El municipio de San José Acatempa cuenta generalmente con 290 días de claridad al año y con 75 días de nubosidad, es decir, un 75% contra un 25%. Este factor climático es el de mayor incidencia en la región. La carencia de áreas verdes se presta a que se registren elevadas temperaturas, acentuándose principalmente dentro del casco urbano.

1.2.5 Suelos

El concepto suelo se define “ como la capa superior de la tierra en la que las plantas crecen. Un examen superficial de un suelo revela la inmensa variedad de su composición y estructura; sin embargo ciertos grupos de constituyentes que están presentes en todos los suelos y que sirven para su estudio. Estos son: a) una fase sólida constituida por material mineral y orgánico, b) una fase líquida constituida por la solución del suelo y c) una fase gaseosa constituida por el aire interpuesto entre las partículas o disuelto en la fase líquida, así como por los gases desprendidos por las raíces en su respiración y los formados por la flora y fauna microbiana”⁵.

Los tipos de suelo existentes en el Municipio son:

- **Comapa**

Esta conformada por 2.92 kilómetros cuadrados de estas tierras (datos proporcionados por la oficina regional de DIGESA, ver anexo 6), las cuales son cultivadas con pocas limitaciones aptas para el riego, topografía de plana a ondulada, su drenaje interno es regular, su textura y consistencia es arcillosa y friable, espesor aproximado de 15 a 25 centímetros, limitaciones para la mecanización, son esencialmente aptas para el cultivo de café, pastos, árboles frondosos y nuez de macadamia; no obstante en la actualidad se produce maíz y frijol.

⁵ RAMON, Sopena color, Diccionario Enciclopédico, Editorial Ramón Sopena, S.A. Barcelona España, 3ra, ed, 1990. pág. 593

- **Chicaj**

Parte de este suelo comprende 8.76 kilómetros cuadrados de extensión, son tierras cultivables, su topografía es plana e inclinada, suelos profundos o poco profundos de textura y drenaje deficiente con espesor aproximado de 30 a 50 centímetros, su textura y su consistencia es arcillosa plástica, son tierras aptas para pastos, bosques o el desarrollo de la vida silvestre.

- **Jalapa**

El Municipio cuenta con tierras cultivables, aptas para el riego, su topografía es de plana a ondulada o suavemente inclinada, su drenaje interno es bueno, su textura y consistencia es franco arenosa y fina, suelta o friable con un espesor aproximado de 10 a 56 centímetros, en ella puede aplicarse la mecanización y cultivarse granos básicos, árboles frondosos, café y hortalizas. Esta variedad de suelo alcanza una extensión de 16.2 kilómetro cuadrados.

- **Mongoy**

Posee tierras cultivables, con un relieve demasiado inclinado, su drenaje interno es regular, su textura y consistencia es arcilloso pedregoso, friable con un espesor aproximado de 15 a 30 centímetros, apta para pastos. En el Municipio existen 17.52 kilómetros cuadrados de esta variedad de suelo.

- **Sansare**

Cubre 19.47 kilómetros cuadrados dentro del Municipio, es tierra cultivable, su relieve es muy inclinado, su drenaje interno es regular, su textura y consistencia es franco, arcilloso, gravoso, friable, su espesor aproximado es de 10 a 25 centímetros, son suelos aptos para el cultivo de café y hortalizas (ver anexo 7).

1.2.6. Bosques

Cuenta con gran variedad de maderas dispersas y según la clasificación de los suelos, los bosques existentes en el Municipio pertenecen a la clasificación zona de vida sistema Holdridge: bosque húmedo, subtropical y templado.

Los pobladores han utilizado el recurso de la madera durante años haciendo uso de la leña como principal fuente energético de acuerdo a entrevistas realizadas a los vecinos, éstas han disminuido grandemente con relación a las antiguas extensiones de bosques que existían hace 18 ó 20 años, la causa principal de este fenómeno es la inmoderada tala de árboles, actualmente esta práctica es regulada por la Comunidad Agropecuaria (COMAGRO) la que autoriza a los pobladores el corte de árboles únicamente para consumo hogareño, el lugar designado para tal fin se denomina Astillero del Pueblo y se sitúa en la parte occidental del Municipio.

Actualmente el área considerada apta para bosque se contempla en 4,092 manzanas para bosque natural de Coníferas y 272 manzanas de bosque natural de Latí foliadas, se localiza al oriente y norte de la población, forma parte de las aldeas Llano Grande, La Carretera y colinda con el municipio de Casillas, departamento de Santa Rosa.

1.3 ASPECTOS DEMOGRÁFICOS

Es de vital importancia estudiar a las personas y diferenciarlas por sexo, estilo de vida y actividad económica a la que se dedican, para establecer características de mayor interés como: productivas, económicas y sociales.

1.3.1 Población

Se refieren a las características que presentan o identifican a los pobladores de una región. La población del municipio de San José Acatempa se distribuye en su mayoría en el área rural en un 79%, generalmente dedicados a la agricultura, en tanto el 21% se ubica en el área urbana con diversas ocupaciones, la población se detalla de la siguiente manera:

1.3.2 Por edad

El total de la población del Municipio en el año 2002 fue de 11,350 personas, incluidos hombres y mujeres de todas las edades, además se fracciona esta población por sexo, por edad, por el sector en donde viven y por grupo étnico. A continuación se presentan los cuadros respectivos.

Cuadro 1
Municipio de San José Acatempa, Departamento de Jutiapa
Población Total por Sexo, Según Edad
Año: 2002

Rango de edad	Hombres	%	Mujeres	%	Total
< 1 año	194	3.39	171	3.03	365
1 a 6 años	991	17.34	869	15.42	1,860
7 a 12 años	925	16.19	798	14.16	1,723
13 a 15 años	427	7.47	408	7.24	835
16 a 19 años	537	9.40	543	9.64	1,080
20 a 64 años	2,384	41.71	2,572	45.64	4,956
65 a + años	257	4.50	274	4.86	531
TOTAL	5,715	100.00	5,635	100.00	11,350

Fuente: Fuente: Elaboración propia con base en datos del Instituto Nacional de Estadística – INE- X Censo de Población y V de habitación, 1994 y la Secretaría General de Planificación Económica -SEGEPLAN-.

Como se puede apreciar en el cuadro anterior el mayor porcentaje de la población se encuentra entre las edades potenciales de la Población Económicamente Activa (PEA), observándose además que el rango de edad entre 1 a 12 años es el segundo en importancia, esto indica un crecimiento acelerado de la población, Consecuentemente conlleva la necesidad de crear fuentes de trabajo que puedan absorber esa mano de obra potencial y paralelamente ampliar los servicios existentes en la comunidad.

1.3.3 Por sexo y área

La población del municipio de San José Acatempa clasificada por sexo, área y grupo étnico se detalla en el cuadro siguiente:

Cuadro 2
Municipio de San José Acatempa, Departamento de Jutiapa
Población por Sexo, Área y Grupo Étnico

Sexo	Urban a	%	Rural	%	No Indíge na	%	Indígena	%	Total	%
Hombres	748	49	3,671	49	4,419	49	12	67	4,431	49
Mujeres	905	51	3,746	51	4,651	51	6	33	4,657	51
Total	1,653	100	7,417	100	9,070	100	18	100	9,088	100

Fuente: Elaboración propia con base en datos del Instituto Nacional de Estadística – INE- X Censo de Población y V de habitación, 1994.

Según censo de 1994 era de 9,088 habitantes, de los cuales el 49% de la población era masculina y el 51% de género femenino. La mayoría de la población se ubicaba en el área rural, llegando a 7,417 habitantes, es decir, el 82% del total del Municipio disperso en las aldeas y caseríos. Los pobladores se concentraban en la aldea Llano Grande, que es la mayor de todas y reúne la cuarta parte (24.35%) de toda la población rural.

De acuerdo al cuadro anterior para el año 1994, existía equilibrio entre género de pobladores así como entre área urbana y rural, finalmente es evidente la poca presencia de grupos étnicos en el Municipio.

Cuadro 3
Municipio de San José Acatempa, Departamento de Jutiapa
Población Según Sexo

Año: 2002

Sexo	Urba na	%	Rural	%	No Indígena	%	Indígena	%	Total	%
Hombres	1,103	46	4,612	51	5,601	50	114	50	5,751	50
Mujeres	1,284	54	4,351	49	5,522	50	113	50	5,635	50
Total	2,387	100	8,963	100	11,123	100	227	100	11,350	100

Fuente: Elaboración propia con base en datos del Instituto Nacional de Estadística – INE- X Censo de Población y V de habitación, 1994.

el cuadro anterior que la población proyectada total del Municipio es de 11,350 personas, distribuidas en el área urbana 2,387 (21%) y área rural 8,963 (79%); de está población existente 11,123 (98%) son originarios del lugar y 227(2%) son foráneos, esto se debe principalmente al tipo de estructura cerrada en el

en el aspecto cultural, y a las características que de sus habitantes. Las cuales los hace diferentes a otras regiones.

Con relación a la migración hacia el Municipio, comparando los datos de 1,994 y 2002 se deduce que se ha incrementado la población indígena, finalmente la distribución de la población entre hombres y mujeres se mantiene a través del periodo de tiempo analizado y se comparte en un 50% para cada grupo por género.

1.3.4 Por etnia

Según datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística, en el año de 1,994 registró un total de 18 personas indígenas, al año 2002 de acuerdo a la misma institución se incrementaron a 227 las personas indígenas provenientes de otros lugares, por lo que no son representativos sobre el total de la población.

1.3.5 Empleo y niveles de ingreso

La investigación de campo realizada, estableció que dentro del Municipio no existen fuentes de trabajo suficientes para absorber la mano de obra existente, las personas empleadas en diversas actividades generalmente lo hacen fuera del Municipio. La mayor parte de los encuestados respondió dedicarse a la agricultura como mano de obra familiar por la que no devengan ninguna remuneración.

1.3.6 Población económicamente activa (PEA)

Se denomina así a la población que se encuentra en edad de trabajar, se clasifica según los lineamientos proporcionados por la Comisión Supervisora de perfiles Departamentales, del Ministerio de Agricultura, Ganadería, y Alimentación -MAGA-, que indica que está comprendida entre los rangos de 14 a 65 años de edad.

Cuadro 4
Municipio de San José Acatempa, Departamento de Jutiapa
Población Económicamente Activa –PEA- e Inactiva –PEI-
Censo 1994

Población	Población		Hombres		Mujeres	
	Total	%	Total	%	Total	%
Económicamente activa –PEA-	2,353	34	2,289	33	64	1
Económicamente inactiva –PEI-	4,514	66	2,212	67	2,302	99
En edad de trabajar –PET-	6,867	100	4,501	100	2,366	100

Fuente: Elaboración propia con base en datos del Instituto Nacional de Estadística - INE- X Censo de Población

Según el censo poblacional 1994 del Instituto Nacional de Estadística -INE-, de los 9,088 habitantes del Municipio, 6,867 están comprendidos dentro de la –PET- representado por el 76%, de los cuales 66% son hombres y 34% mujeres. De la población en edad de trabajar, 2,353 se encuentran dentro de la Población Económicamente Activa -PEA-, representados por un 34% y la Población Económicamente Inactiva -PEI- está representada por un 66% con un total de 4, 514 habitantes. Para el año 2002 la Población Económicamente Activa del Municipio se integra con el 82% de sus habitantes, comprendidos entre las edades de 7 a 65 años, según criterio de la clasificación del Instituto Nacional de Estadística -I.N.E.-

Cuadro 5

Municipio de San José Acatempa, Departamento de Jutiapa
Población Económicamente Activa –PEA-, por Sexo
Proyección Año: 2002

Población	Población		Hombres		Mujeres	
	Total	%	Total	%	Total	%
Económicamente activa –PEA-	2,854	31	2,657	33	197	1
Económicamente inactiva –PEI-	6,442	69	2,212	67	4,401	99
En edad de trabajar –PET-	9,296	100	4,698	100	4,598	100

Fuente: Elaboración propia con base en datos del Instituto Nacional de Estadística - INE- X Censo de Población

El cuadro anterior evidencia que no existen suficientes fuentes de trabajo en el Municipio, pues de la población en condiciones de emplearse escasamente se cubre el 31% del total de la PEA. En el municipio de San José Acatempa la población en edad de trabajar es de 9,296 para el año 2002, los cuales están comprendidos entre las edades de 7 a menos de 65 y la población económicamente activa es de 2,854 que representa el 25% de la población total.

1.3.7 Religión

La religión predominante en el Municipio esta bien definido por dos grupos: católicos y evangélicos. De acuerdo con la investigación de campo, el 60% de la población afirmó ser de religión católica, el 28% evangélica, el 10% no profesa ninguna religión y el 2% no dio respuesta alguna.

1.3.8 Migración

La migración es predominante en el municipio de San José Acatempa ya que los movimientos migratorias en los últimos años, generalmente son de carácter permanente y se realiza hacia la Ciudad Capital, o bien hacia los Estados Unidos de Norte América

1.4 DIVISION POLÍTICA Y ADMINISTRATIVA

Se refiere a los cambios que se han dado en el Municipio, tanto en la división política como en la función administrativa.

1.4.1 División política

La división política del Municipio se integra en 1 pueblo, 11 aldeas, 7 caseríos, 7 parajes, 1 labor y 7 fincas las que se describen a continuación:

Cuadro 6
Municipio de San José Acatempa, Departamento de Jutiapa
División Política
Año: 2002

ALDEAS	CASERÍOS
1. Las Delicias	
2. El Cujito	
3. El Tablón	
4. Valle Abajo	
5. Calderas	
6. La Ceibita	Caserío: Quebrada Verde
7. El Carpintero	Caserío: El Llanito
8. El Copante	Caserío: Los Llanitos
9. La Carretera	Caserío: Ojo de Agua
10. Las Tunillas	Caserío: Monte Redondo
11. Llano Grande	Caserío: La Cruz y El Carrizo (*).

Fuente: elaboración propia con base en datos de la Municipalidad de San José Acatempa

(*) Dentro del Caserío El Carrizo se encuentra los Parajes: El Izotal, Caldera Grande, La Conora, Poza Helada, Calderitas, El Hato Viejo y El Naranja (**).

(**) En

el Paraje El Naranja, se localizan 1 Labor denominada Sabaneta Verde y 7 Fincas denominadas Santa Elena, El Pajonal, Las Pilitas, Calderas, San José Acatempa, El Payacal y San José Guacamayas.

Cuadro 7
Municipio de San José Acatempa, Departamento de Jutiapa
Centros Poblados
Según censo 1979
Años: censo 1994 y proyección 2002

Centro Poblado	1994	2002
Pueblo	1	1
Aldea	9	11
Caserío	6	7
Paraje	0	7
Labor	0	1
Fincas	0	7

Fuente: Elaboración propia con base en datos del Instituto Nacional de Estadística - INE- X Censo de Población

En el presente cuadro se observa que sí ha tenido variación la división política, del año 1994 a la fecha, incrementándose el número de aldeas y caseríos del Municipio, creándose nuevos centros poblados, lo que implica crecimiento de la población, que de acuerdo al Instituto Nacional de Estadística, para el quinquenio 1996 – 2000 se contempló una tasa del 36.6% en la estructura dinámica demográfica.

1.4.2 División administrativa

Conformada por una Corporación Municipal integrada por un Alcalde, dos Síndicos y cuatro Concejales. Desde el gobierno del Coronel Enrique Peralta Azurdia, se reconoció la personería jurídica a la Comunidad Agropecuaria de San José Acatempa, actualmente aglutina como condueños a más de 10,000 habitantes y es la responsable directa del control y manejo de la tierra del pueblo, que está organizada en forma comunitaria. Además, es la encargada de repartir entre los condueños lotes urbanos para construcción de casas.

1.5 INFRAESTRUCTURA SOCIAL Y SERVICIOS

Se refiere a la base física, y los servicios, necesarios para el desarrollo de las diferentes actividades económicas, sociales y culturales del Municipio, integrada por:

1.5.1 Comunicaciones

Se cuenta en su mayoría caminos de terracería; los mismos permiten durante el verano el acceso a los centros poblados en cuanto que en invierno se presentan inconvenientes a tal grado que algunos centros poblados quedan parcialmente aislados.

1.5.2 Infraestructura vial

Se encuentra comunicado con la Ciudad Capital por la carretera asfaltada CA-1; con la cabecera departamental de Jutiapa por la misma carretera y a través de la carretera CA-8, se comunica con El Salvador a 60 kilómetros de distancia.

La Cabecera Municipal tiene como entrada principal la Calle del Pino, una segunda entrada denominada La Carbonera y una calle principal que comunica el Municipio de Este a Oeste

1.5.3 Transporte

La población tiene acceso al servicio de transporte hacia cualquier parte de la República por medio de los buses que transitan sobre la Carretera Interamericana, los que se dirigen a varios de los municipios de Jutiapa, Cabecera Departamental o bien a la frontera de El Salvador.

Dentro de las aldeas existe el servicio que transporta a los pasajeros de la Aldea Llano Grande y hacia la cabecera municipal de San José Acatempa para finalmente dirigirse a la cabecera departamental de Jutiapa.

1.6 SERVICIOS BÁSICOS

Para lograr un mejor nivel de vida, se debe contar con entidades que presten los servicios necesarios a la población, éstas pueden ser estatales, municipales y privadas

1.6.1 Educación

Funciona en el Municipio tres niveles educativos: pre-primaria, primaria y secundaria. En lo que respecta a los dos primeros, son de carácter estatal, no así el nivel secundario que está organizado por cooperativa.

En las aldeas se cubre únicamente el nivel primario, en la aldea Llano Grande, se encuentra en proceso de construcción una escuela de párvulos que de acuerdo a información proporcionada por el Alcalde Municipal principiará a funcionar a inicios del año 2,003.

Cuadro 8
Municipio San José Acatempa, Departamento de Jutiapa
Principales Indicadores de Educación
Año: 2002

Indicadores	Total	Pre-Primaria		Total	Primaria	
		urbana	rural		urbana	rural
Tasa bruta escolaridad	100.00 %			100.00 %		
Tasa de promoción	85.11 %			73.70 %		
Tasa de deserción	14.89 %			6.32 %		
Tasa de repitencia				19.98 %		
Número de maestros	3	2	1	60	13	47
Sector público	3					

Fuente: Elaboración propia con base en datos de la Dirección Departamental de Educación, Jutiapa, año 2002.

En la actividad escolar se denota una tasa de promoción bastante alta, sin embargo, en el nivel de pre-primaria existe un 14.89% de deserción escolar, y en primaria un 6.32%. En la mayoría de los casos, se debe a que los padres de familia involucran a sus hijos en las tareas del cultivo a muy temprana edad. En el caso del nivel básico, la tasa de deserción disminuye, aumentando la tasa de promoción.

Cuadro 9
Municipio San José Acatempa, Departamento de Jutiapa
Población Estudiantil por Centro Poblado
Año: 2002

Nombre de la escuela	1ro	2do	3ro	4to	5to	6to	Total
EOUM Alberto Masferrer	154	94	78	77	52	81	536
EORM Aldea El Carpintero	38	29	33	24	20	17	161
EORM Aldea Llano Grande	108	74	53	25	41	29	349
EORM Aldea La Carretera	53	26	17	9	6	4	105
EORM Aldea Las Delicias	23	16	22	24	10	21	106
EORM Aldea El Pericón	56	15	12	13	10	8	114
EORM Aldea El Copante	17	3	15	10	10	3	58
EORM Aldea Valle Abajo	22	11	12	9	7	9	70
EORM Aldea El Tablón	19	19	8	6	5	6	63
EORM Aldea La Ceibita	55	35	34	14	14	8	161
EORM Aldea Tunillas	40	44	35	29	19	16	173
Totales	585	366	319	260	194	202	1,926

Fuente: Elaboración propia con base en datos de la Coordinación Técnico Administrativa, Dirección Departamental de Educación, Jutiapa

De acuerdo a los datos del cuadro anterior el total de la población estudiantil es relativamente escasa (16.9%) con relación a la cantidad total de pobladores (11,350) y las mismas se concentran en la Cabecera Municipal. Este indicador muestra el nivel educativo de Municipio a futuro, solamente el 16% de la población está en posibilidades de completar el nivel de cultura general. En muchos de los casos como se puede apreciar en el cuadro la mayoría de estudiantes solo llegan a sexto primaria debido a varios factores como lo son la falta de ingresos por parte de los padres de familia, y en lo general a que en todas las aldeas solamente se cuenta con escuelas de primaria.

1.6.2 Salud

Los servicios estatales de salud están a cargo de un Centro de Salud, tipo "B", que cuenta únicamente con un médico para atender a una población potencial de 10,309 personas del área urbana y rural. En cuanto al área rural existe un puesto de salud en la aldea La Ceibita, que no cuenta con el equipo necesario ni médico para la atención de emergencias en las que se requiera una intervención inmediata.

1.6.3 Agua

El agua de consumo humano es la que se encuentra libre de gérmenes patógenos, la encuesta revela que el agua consumida en el Municipio no es potable, no se utiliza el proceso de clorificación, los vecinos únicamente reciben el servicio del agua entubada.

Tanto en el área urbana como rural los días del servicio del agua son espaciados, en algunas aldeas se han perforado pozos para surtir de mejor manera a los pobladores. Actualmente la comunidad también cuenta con 39 pozos caseros propios y 72 comunitarios.

1.6.4 Energía eléctrica

Es un servicio de vital importancia para el desarrollo del Municipio. servicio es proporcionado en forma racionada por la Distribuidora de Electricidad de Oriente, S.A. -DEORSA-, tiene cobertura en todas las aldeas y la Cabecera Municipal, lo suministran de manera deficiente y en algunos casos como en la aldea El Cujito con intervalos de hasta 8 días.

1.6.5 Vías de comunicación

Este Municipio se encuentra comunicado con la ciudad capital por la carretera asfaltada CA-1 a 86 kilómetros; a 34 Kilómetros con la cabecera departamental de Jutiapa por la misma carretera, y a 60 kilómetros a través de la carretera CA-8, se comunica con el país de El Salvador.

Internamente las vías de comunicación para las aldeas, La Ceibita, Tunillas, El Copante, El Tablón, Las Delicias, Calderas, El Carpintero y El Cujito, la constituyen caminos de terracería logrando fácil acceso en tiempo de verano para vehículos de motor.

Las aldeas La Carretera, Llano Grande y Valle Abajo, se encuentran ubicadas a la orilla de la carretera CA-1 por lo que su comunicación es accesible durante todo el año. Las calles de la Cabecera Municipal se encuentran adoquinadas en un 80%, siendo las principales: La Calle Grande que atraviesa la cabecera de Este a Oeste, La calle del Pino o entrada principal, la de La Carbonera, segunda entrada del Municipio, la Calle del Centro de Salud y la Calle de la Escuela. El 20% restante se integra de calles y callejones de tierra derivados de las anteriores, los cuales son accesibles durante la mayor parte del año.

1.6.6 Sistemas de tratamiento de desechos sólidos

Únicamente la Cabecera Municipal cuenta con un sistema de tratamiento de desechos sólidos, en la misma funciona el tren de aseo ofrecido por la Municipalidad, para la eliminación de los desechos utiliza el relleno sanitario y el barranco ubicado en la cuesta denominada La Conora. No obstante lo anterior, el casco urbano presenta contaminación por desechos en sus alrededores, principalmente en las vías paralelas a la calle principal.

1.6.7 Drenajes

La eliminación de desechos a través de este medio se realiza sólo en la Cabecera Municipal, la red de alcantarillado cubre el 50% de las viviendas del total de las residencias.

1.6.8 Sistema de tratamiento de aguas servidas

El sistema de tratamiento de aguas servidas funciona en la mayor parte de las aldeas del Municipio, del sistema de letrización en las aldeas se excluyen las aldeas denominadas Las Delicias, El Tablón, El Cujito y Valle Abajo.

1.6.9 Cementerio

El Municipio cuenta con un cementerio público el cual esta localizado a orillas del denominado "Barrio Arriba" el mismo no tiene ningún orden –trazado- y ha llegado a su límite. Se han realizado gestiones ante el Ministerio de Salud, Ministerio Público y

Secretaría del Medio Ambiente para habilitar un nuevo cementerio en las afueras de la Cabecera Municipal, sin embargo, aún no se ha logrado su autorización debido a que uno de los requisitos necesarios para su aprobación es el no estar habitado cincuenta metros alrededor del terreno destinado para tal fin. La presencia de algunos pobladores dentro del área de la ubicación solicitada ha dejado en suspenso la autorización del mismo. Entre las aldeas que cuentan con este servicio se encuentran, Aldea Tunillas y Aldea La Ceibita.

1.6.10 Recolección de basura

Este servicio existe únicamente en la Cabecera Municipal, por el que la municipalidad cobra mensualmente cinco quetzales exactos, el pago se incluye en el recibo de agua, el camión trabaja por sectores y días específicos en horario matutino y lleva a depositar la basura a un barranco que se localiza en la cuesta denominada La Conora, este método de eliminación de desechos contamina el medio ambiente del área en general y principalmente del sector de la aldea La Carretera.

1.7 FACTOR TIERRA

Este apartado es de suma importancia ya que se refiere a la forma en que se encuentra distribuida la tierra, en manos de quien se encuentra el uso actual del suelo, los principales productos agrícolas, así como el destino de los mismos.

1.7.1 Tenencia y concentración de la tierra

La tenencia de la misma se analiza tomando en cuenta que la tierra es Comunal, ya que no existen registros en la propiedad inmueble, por lo que sus habitantes son usufructuarios de la misma, La Comunidad Agropecuaria – COMAGRO- ubicada en San José Acatempa, Jutiapa es la entidad encargada de adjudicar tierras a todas las personas que sean nacidas en el Municipio y que soliciten terrenos, los pobladores están vinculados a la agricultura directa o indirectamente, es decir, pueden ser propietarios de tierra y otorgarlas en arrendamiento para que otros la trabajen.

Cada vecino es condueño de la comunidad y la comuna a donde pertenece le adjudica la cantidad de manzanas a trabajar, actualmente existen Microfincas, Fincas Subfamiliares y Fincas Familiares; la comuna les extiende un documento supletorio donde cada vecino es propietario de las mejoras teniendo potestad de venderlo a otra persona que sea de la misma comunidad. Por lo anterior expuesto se pueden clasificar a los agricultores en:

Cuadro 10
Municipio San José Acatempa, Departamento de Jutiapa.
Tenencia de la Tierra
Censo: Año 1979 y proyección 2002
(Cifras en manzanas)

Formas	Superficie	Fincas 1,979	Fincas 2,002
Propia	5,336.13	763	985
Arrendada	20.55	102	14
Propias y arrendadas	209.60	0	70
Propias y comunales	26.87	5	3
Propias y en colonato	00.00	16	00
Otras formas mixtas	9.80	1	4
Total	5,602.95	887	1,076

Fuente: Elaboración propia con base en datos del Instituto Nacional de Estadística – INE- X Censo de Población

El cuadro anterior evidencia que para el año 1979 del total de fincas era de 887 de las cuales el 88% era propio, y un 11% arrendado, mientras que para el año 2002 se incrementó el porcentaje de propiedad al 92% y las arrendadas disminuyeron al 1%, asumiéndose que las personas que utilizaban tierras en arrendamiento, lograron adquirir tierras en forma propia.

1.7.2 Uso actual y potencial de los suelos

El café, el maíz y el frijol son los cultivos de mayor importancia en la región, las extensiones cultivadas (que en su mayoría presentan condiciones de terreno inclinado), así como la necesidad de satisfacer el autoconsumo, se consideran los elementos de mayor importancia en el uso de la tierra en este Municipio.

La tecnología utilizada para el cultivo de los productos mencionados anteriormente

es de nivel tradicional y bajo, ya que la tierra es preparada en forma manual con

herramientas rudimentarias (azadón). La mayoría de productores utilizan para la fertilización de la tierra semilla criolla a la que algunos lugareños conocen como cola de ratón. Emplean insecticidas, los cuales son manejados por medio de bombas fumigadoras, así también aplican abonos químicos, todo lo anterior provoca un deterioro de los suelos, consecuentemente el volumen de las cosechas es menor con el paso de los años.

Los cultivos de maíz y frijol toman gran importancia por constituir el elemento básico de la dieta alimenticia. En el caso del maíz se realiza una cosecha al año, durante los meses de Mayo a Diciembre y una cosecha anual de frijol en el período que comprende los meses de Julio y Noviembre.

Para el cultivo de maíz y frijol, las jornadas de trabajo son de ocho a diez horas en tiempo de "guataleo", preparación de la tierra y siembra (Abril y Mayo), posteriormente se reduce a seis horas, ya que las labores se limitan a limpieza, fertilización, fumigación y preparación de la tierra para una nueva cosecha.

El Municipio no cuenta con ninguna industria y las actividades comerciales se limitan en su mayoría al comercio minorista en tiendas. En algunas aldeas se llevan a cabo otros cultivos en menor escala, tales como tomate, jocote, papa, chile pimiento. Las potencialidades de los suelos de acuerdo a estas pequeñas producciones pueden definirse con buenas perspectivas para su desarrollo, sin embargo se encuentran algunos obstáculos como lo son: falta de recursos económicos, falta de asesoramiento técnico, carencia de sistemas de riego y temor a cambios.

Cuadro 11
Municipio San José Acatempa, Departamento de Jutiapa.
Uso Actual de la Tierra
Año: 2002

Descripción	Manzanas	%
Agricultura limpia anual	5,728	47
Café	1,543	13
Bosque natural de latifoliadas	272	2
Bosque natural de coníferas	4,092	34
Rocas expuestas	465	4
Totales	12,100	100

Fuente: Elaboración propia con base en datos proporcionado por el Instituto Nacional de Estadística –INE-, III Censo Agropecuario 1979

La agricultura limpia anual (maíz y frijol) constituye el mayor porcentaje del uso actual de la tierra, por ser esta una de las actividades principales con que el Municipio cuenta.

Cuadro 12
Municipio San José Acatempa, Departamento de Jutiapa
Uso Potencial de la Tierra
Año: 2002
(Cifras en manzanas)

Actividad	Uso actual		Uso potencial	
	Superficie	%	Superficie	%
Agrícola	125	1	116.66	1
Pecuario	0	0	0.00	0
Forestal	11,975	99	11,140.32	99
En protección	0	0	0.00	0
Total	12,100	100	11,256.98	100

Fuente: Elaboración propia con base en datos del Ministerio de Agricultura y Ganadería –MAGA-, Dirección General de Bosques –DIGEBOS-

Como se observa en el cuadro anterior la tierra del Municipio es netamente de vocación forestal, sin embargo, por los niveles de pobreza, es la actividad agrícola la que prevalece, pues su desarrollo a diferencia del forestal, es generalmente una cosecha anual.

CAPÍTULO II

COMERCIALIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN

Su importancia radica en hacer llegar el producto al consumidor final, para satisfacer su necesidad, en el momento preciso y en las condiciones adecuadas. Se identificó la panadería dentro de la rama artesanal, por considerarse como una de las que proporciona mayores fuentes de ingreso, además por ser un producto de consumo masivo por sus características tales como: comercialización, precio, sabor, además es un producto que es buscado diariamente por la población.

2.1 SITUACIÓN ACTUAL

Existen en el Municipio tres panaderías, distribuidas en el casco urbano. Las cuales se encargan de surtir de productos a hogares cercanos, a tiendas de productos de consumo diario y a otras aldeas que no cuentan con producción de pan.

Como una producción artesanal, ésta representa una importante actividad económica puesto que su producto es significativo y su demanda es alta en comparación con otras actividades artesanales tomando en cuenta la producción artesanal de la rama de carpintería y herrería en las cuales la elaboración de sus productos es en mínimas cantidades.

Los productores que se dedican a esta rama no se encuentran organizados, además cuentan con poca diversificación de la producción y la mano de obra es poco calificada. Con relación a la maquinaria que estas utilizan en su mayoría es rudimentaria.

2.2 MEZCLA DE MERCADOTECNIA (4P'S)

“Mezcla de Marketing: variables independientes sobre las cuales una organización ejerce cierto grado de control (producto, precio, plaza y promoción)¹

El concepto de la mezcla de mercadeo fue introducido en los años 50 y la clasificación de los elementos de la mezcla de mercadeo en cuatro factores (producto, precio, plaza, y promoción), fue denominada las cuatro P's y popularizado al comienzo de los años setenta.

Para el análisis de la presente actividad en el municipio de San José Acatempa, se enfoca la mezcla de mercadotecnia, tomando en cuenta las siguientes variables: producto, precio, plaza y promoción.

2.2.1 Producto

Los productos obtenidos del área artesanal, elaborados con materia prima como lo son, harina, levadura, azúcar y otros, son fabricados de forma tradicional, es decir utilizan horno de leña, la preparación de la harina es en forma manual y en ciertas ocasiones se utiliza batidoras de regular tamaño con herramientas rudimentarias, esto se refleja en el rendimiento y acabado de los mismos.

- **Descripción**

El producto se elabora en tres clases, pan francés, pan dulce y pan tostado. Este producto es de consumo diario en hogares y no tiene una elevada participación en la economía del Municipio, por su bajo precio, pero su participación en el mercado es alta, debido a que es de consumo masivo.

- **Calidad**

El pan es rico en carbohidratos, de alto nivel nutritivo y de agradable sabor. Para elaborar pan francés se usa harina de trigo duro, que por lo regular es un producto que se importa, mientras que para el pan dulce se utiliza harina de trigo suave, la cual es cultivada en el país, pero en cantidades insignificantes, por lo que es

¹ Thomas Koneer, C. y Taylor James R., Investigación de Mercados, Editorial Mc Graw -Hill, Bogota, Colombia, 2001. Pág., 540.

necesario importar en cantidades menores harina de trigo duro.

- **Presentación**

Se define como colocar una mercadería para conocer el efecto que producirá dentro de los consumidores, o personas interesadas en la misma.

Según la observación realizada, la presentación del producto no es la adecuada ya que llega al consumidor sin las normas higiénicas necesarias que garanticen a este una satisfacción a la hora de adquirir el producto, ya que luego de hornear el producto se coloca en canastos que están sobre el suelo sin nada que los proteja de polvo o bacterias.

- **Empaque**

En el producto se observó que no tiene ninguna clase de empaque que identifique las reglas mínimas de higiene, tampoco cuenta con una etiqueta que especifique los componentes e ingredientes con que fue elaborado, o la fecha de vencimiento y no determina al productor que lo elabora.

2.2.2 Precio

En el caso de la producción de pan del Municipio, los precios del producto se regulan de acuerdo a los precios del mercado, los cuales están determinados por el Ministerio de Economía; debido a que es un producto de la canasta básica familiar no puede incrementarse los precios al antojo del productor.

- **Mayoreo**

La determinación del precio es de gran utilidad para el productor, ya que influye directamente en el margen de utilidad que se obtiene de la venta. De acuerdo con el estudio realizado se determinó que los productores por desconocimiento no aplican ningún procedimiento técnico para fijar los precios adecuadamente, no incluyen en el valor el total de los costos fijos y variables que les permita establecer una utilidad verdadera, ya que únicamente consideran los costos directos de producción y estiman un porcentaje reducido de utilidad. Además se pudo observar que carecen

de un canal mayorista que se encargue de la distribución y únicamente son las tiendas las encargadas de distribuir el producto diariamente.

- **Menudeo**

Son las tiendas y personas que permiten llevar el producto hasta los consumidores finales, este canal es empleado por la mayoría de los productores y son quienes absorben en gran parte la producción.

- **Descuentos**

Son rebajas aplicadas al precio del producto, especialmente en las ventas de gran volumen que se le otorga a los compradores mayoristas. Sin embargo en la venta del pan no es aplicada esta medida .

- **Condiciones de crédito**

Por el tipo de producto normalmente la venta es de contado, ya que no se cuenta con el suficiente capital circulante que podría dar ventajas competitivas

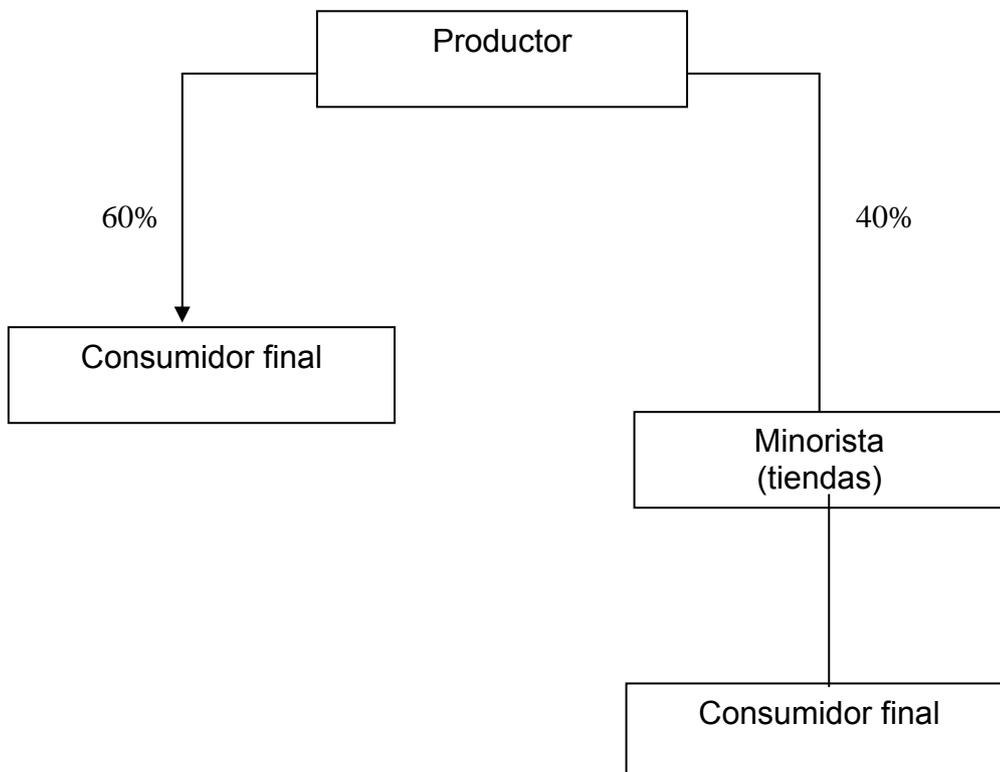
2.2.3 Plaza

Dicho Concepto se refiere al propósito de lograr que el consumidor obtenga el producto con mayor facilidad, es decir colocar los productos de la manera más rápida y efectiva al alcance del cliente o usuario, tal es el caso de la panadería como se observa a continuación:

- **Canales de comercialización**

En su mayoría el producto es vendido a los consumidores del Municipio, aunque también existen algunos compradores fuera de este, y que son consumidores que podrían ser cliente muy importantes si se les brinda la atención debida para hacer crecer la demanda del producto.

Gráfica 1
Municipio de San José Acatempa, Departamento de Jutiapa
Canal de comercialización producción de pan
Año: 2002



Fuente: Investigación de campo Grupo EPS segundo semestre 2002

Como se observa en la gráfica anterior se desarrollan dos canales de comercialización, uno abarca un 40%, en el que el producto pasa del productor que se encuentra en la Cabecera Municipal a los minoristas que son personas originarias de este mismo lugar y recorren las aldeas del Municipio en un pick up para distribuir el pan al consumidor final, el otro canal abarca el 60% y tiene una vía directa entre el productor y el consumidor final, estos son habitantes de San José Acatempa, quienes consumen el producto para el desayuno y para la cena en sus diferentes clases.

- **Control de existencias**

El productor, elabora el producto sin tener un pedido, produce conforme a su experiencia y al comportamiento de días anteriores, también toma en cuenta las épocas de frío que es cuando la gente mas consume el producto.

- **Transporte**

Esta función agrega utilidad de lugar a los productores, la simple transferencia de los productos de un lugar a otro genera valor y el siempre hecho de usar un medio de transporte el cual se va depreciando trae consigo gastos extras para el productor. Además esta actividad es considerada de mucha importancia para el desarrollo de la comercialización.

Es de hacer mención, que para transportar el pan los productores lo llevan acabo vía terrestre utilizando transporte propio, dependiendo del volumen de las ventas hechas se utilizan pick-ups.

- **Almacenamiento**

No se efectúa por las altas condiciones de frescura, ya que el tiempo en que tarda en distribuirse el producto no lleva más de tres horas ya que los consumidores exigen en el momento de comprarlo cierta textura y sabor, además porque no disponen de recursos económicos para implementar nuevas técnicas en los procesos productivos y empaque.

2.2.4 Promoción

La promoción esta compuesta por todas las actividades involucradas en la presentación del producto, hacia un grupo específico, da un mensaje impersonal, oral o visual, da a conocer abiertamente las bondades de un servicio, producto o idea

La investigación realizada, determinó que no se cuenta con ninguna promoción para la comercialización de los productos, esto derivado a la falta de una organización

que les permita conocer la utilización de este mecanismo, el cual tiene como objetivo la captación de nuevos mercados.

- **Elección de mercado meta**

Se pudo apreciar que los productores no tienen definido un mercado meta al cual ellos dirijan su producción, y en la mayoría de casos tienen un territorio definido, a través de un pacto de caballeros el cual implica que uno no puede comercializar en territorio que ya está cubierto por otro productor.

- **Publicidad**

Representa un importante papel en el desarrollo de todo proceso de comercialización, sin embargo se comprobó que ningún productor utiliza este medio, más que la publicidad no pagada de la cual no se salva ninguna rama de la producción artesanal ya sea para bien del producto o bien sea para desprestigiarlo.

- **Contratación de vendedores.**

Se estableció que esta actividad no es realizada, debido a que un miembro de la familia es quien realiza por lo regular la venta y así también como por el propietario, quien fija las condiciones de venta y específicamente la determinación de precio, las ventas son constantes, se comprobó que dichas unidades productivas no utilizan dependiente, debido a que ello representa la erogación de salarios, lo que incrementa sus costos.

2.3 COMERCIALIZACIÓN PROPUESTA

De acuerdo con el diagnóstico que se realizó en las microempresas que se dedican a la panadería, se proporcionan opciones que coadyuven a impulsar el desarrollo de estas, por medio de la organización de un comité, institución que por medio de la comercialización, buscare incrementar la producción a nuevos mercados como: Las

aldeas aledañas al Municipio las cuales en su mayoría no cuentan con este producto, reducir la participación del minorista de forma que los integrantes obtengan mayores beneficios económicos.

En la presente propuesta se plantean algunos cambios estructurales y de base los cuales vendrán a evolucionar el proceso de comercialización actual. Además es importante que tengan conciencia del curso que ha tomado la forma de hacer negocios en el ámbito mundial. Situación que debe ser considerada para trabajar y esforzarse en la búsqueda del progreso continuo, con el fin de crecer, en lugar de ser afectados por este sistema. Deben reconocer la necesidad imperante de adquirir conocimientos para ampliar sus labores de forma eficiente y rentable, de lo contrario sus oportunidades serán menores.

Proceso de comercialización

Comprende el estudio de las 4^p, con el fin de lograr la transferencia del producto a comercializarse, desde que se empieza a producir hasta que llegue al consumidor final.

2.3.1 Producto

Por ser un bien perecedero, se reunirá en cada unidad productiva de la siguiente manera: el pan francés en canastos y el pan dulce y tostado en las bandejas de los clavijeros para el enfriamiento respectivo, seguido se procederá a formar grupos homogéneos con base al tamaño y variedad, posteriormente, se ubicará en las estanterías de exhibición para la venta al despacho, en canastos y cajas plásticas para los minoristas.

“El trigo (TRITICUN) es uno de los cereales más importantes desde la prehistoria, de acuerdo con su composición química formada por: agua, glucidos, prótidos, lípidos, sales minerales, vitaminas y enzimas. El trigo se muele con el fin de producir una harina que se emplea para la confección de pan y repostería”⁷

Es un producto de consumo diario clasificado en sus tipos dulce y francés. El pan constituye un elemento importante en la dieta alimenticia del ser humano, por lo que representa un alto nivel de demanda. En su producción no se usan moldes, es elaborado manualmente por lo que se califica como producción artesanal y la mano de obra utilizada se basa en la experiencia transmitida de padres a hijos.

- **Calidad**

El comité realiza inspecciones en lapsos de tiempo corto para poder verificar la calidad del producto que el agremiado al mismo está fabricando, el cual deberá de llenar ciertos requisitos en cuanto al color, textura, tamaño y sabor.

- **Presentación**

Los microempresarios de la rama de panadería expondrán su producto a través de un mostrador de vidrio para que la gente pueda observar los distintos tamaños y características del mismo.

- **Empaque**

Se utilizará empaque de bolsa transparente sellada con un cierre hermético para preservar su frescura, y no correr el riesgo de pérdidas.

⁷ Giovanni Quaglia. Ciencia y Tecnología de la Planificación. 2da edición, Zaragoza España, Editorial Acribia, S.A 1991. pág. 110

- **Marca**

Quedará a criterio de cada productor la utilización de una marca, ya que con la implementación de la bolsa, por sus características las mismas pueden incluir alguna leyenda.

2.3.2 Precio

El precio del pan será determinado por el comité. Las panaderías del lugar asignaran el precio del producto, de acuerdo a costos incurridos y en partes a la capacidad de compra de los consumidores. Siempre respetando los lineamientos suscritos con el comité.

- **Mayoreo**

Estará representado, por una persona que obtiene directamente la producción de pan, para posteriormente venderla a otros intermediarios, quienes se encargaran de distribuirlo en las diferentes aldeas del Municipio.

- **Menudeo**

El producto podrá ser distribuido por personas que estén interesadas en tener un ingreso extra no importando el día y la hora para que ellos puedan hacer sus compras.

- **Descuento**

Toda personas que tenga cierto tiempo de estar comprando los productos fabricados, podrá optar por un descuento por una compra mínima de Q.25.00.

- **Condiciones de crédito**

Por ser una Empresa que esta en etapa de crecimiento no se proporcionara ningún tipo de crédito ya que esto podría causar perdidas dentro de la misma.

2.3.3 Plaza

Los canales de comercialización para la distribución de pan son sencillos porque se utiliza la venta directa y el nivel uno de distribución, es decir, los consumidores finales llegan directamente a la panadería a adquirir el producto, además la venta de pan también se lleva a cabo en tiendas de artículos de consumo diario para luego ser vendido a consumidores finales.

Gráfica 2
Municipio de San José Acatempa, Departamento de Jutiapa
Canal de Comercialización Propuestos en el Sector Artesanal
Año: 2,002



Fuente: Investigación de campo Grupo EPS segundo semestre 2002

- **Canales de comercialización**

Son todos los medios y factores que influyen para que un producto determinado pueda llegar al consumidor final, dentro de estos factores cabe mencionar los siguientes: Canales de comercialización, atención, control de existencia, transporte, y el almacenamiento.

- **Control de existencia**

En la rama de panadería por trabajarse con un producto demasiado perecedero es recomendable un estricto control de existencia para que el producto este en optimas

condiciones para ser consumido por el demandante por lo que se recomienda agotar existencias antes de colocar otro pedido.

- **Transporte**

Es de suma importancia, para llevar el bien de la unidad económica al área de venta, lo que agrega utilidad de lugar, y lo hace mas accesible a los consumidores.

- **Almacenamiento**

Por ser un producto que expira fácilmente y de demanda estable, no se da esta etapa del proceso.

2.3.4 Promoción

Debido a la cantidad de panadería existentes (tres). al número de habitantes que consumen el producto y también al poco interés que este aspecto de la mezcla de mercadotecnia representa a lo pequeños empresarios, la promoción no se hace notoria en la actividad de panadera, puesto que por ser el pan un producto de la canasta básica, el mismo es adquirido diariamente por necesidades propias y sin mayores actividades que inviten al consumo del producto.

- **Elección de mercado meta**

Será necesario ampliar la cobertura del mercado meta, actual, que en el estudio de campo se observó que existen consumidores potenciales en algunas áreas aledañas al Municipio.

- **Publicidad**

Se utilizará el método de publicidad no pagada a través de los mismos consumidores, los cuales se encargaran de difundir las características de calidad y

precio con los que trabajará dicho comité.

- **Contratación de vendedores**

Se contará con una sala de ventas exclusivamente para la comercialización de los diferentes tipos de pan que se producirán, la cual será atendida por una dependiente de mostrador con un sueldo de Q.900.00 mensuales.

2.4 ANALISIS COMPARATIVO

La inclusión de tecnología, la captación de nuevos mercados, el implemento de insumos innovadores, en los procesos de elaboración, la variedad de producto con una textura, sabor y aroma superior, redundará en beneficios tanto para los microempresarios como para los distribuidores, quienes obtendrán un mejor ingreso por concepto de ventas al ofrecer un producto de excelente calidad.

El peso del pan no se alterará, debido a que se corre el riesgo de pérdida de clientes, el volumen de producción se incrementará para cubrir la ampliación de mercado y se obtendrán mayores ventas e ingresos.

2.5 APLICACIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN

En beneficio de los integrantes del comité, se definirán las políticas y estrategias para los precios, ventas, distribución y cobros.

2.5.1 Precios

Variar el precio de acuerdo con el volumen de compra, conceder descuentos del 6 al 12 % sobre ventas de Q100.00 en adelante.

2.5.2 Ventas

Las ventas se realizarán al estricto contado, con el objeto de incrementar las ventas se proporcionarán descuentos en compras de Q25.00 en adelante, obsequiándoles un porcentaje por lo comprado así como degustaciones.

Buscar nuevos mercados y estar en constante innovación de productos, para ofrecer mayor variedad al consumidor final.

2.5.3 Distribución

El 50% de la producción se distribuirá por medio del canal de nivel cero y el resto a través del uso de distribuidores detallistas. El servicio a domicilio se realiza en forma gratuita por medio de repartidores en bicicleta, en cuanto a la distribución en las aldeas se usará un vehículo automotor cerrado, tipo pick-ups que tendrá incorporado anaqueles.

2.5.4 Cobros

Sólo el encargado de finanzas y la secretaria serán las personas autorizadas a efectuar el cobro, de las ventas al crédito realizadas a los mayoristas. El tiempo máximo de atraso será de ocho días, al momento de incurrir tres veces consecutivas en falta de pago se suspenderá la relación crediticia y se reanudará, al momento de haber cancelado el saldo, pero solamente con ventas al contado.

Se aceptan cheques sólo a clientes con más de un año de trabajar con el microempresario, de lo contrario estrictamente al contado. Además el pago del producto es contra entrega esto aplica a clientes nuevos.

CAPÍTULO III

ORGANIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN

Por ser la rama de la panadería, una fuente generadora de ingresos y trabajo, es importante establecer una organización que les permita realizar de manera eficiente sus labores, y para comprender de una manera clara se describen los siguientes temas: organizaciones existentes, organización propuesta, estructura administrativa, requerimientos, proyecciones y soporte.

3.1 ORGANIZACIONES EXISTENTES

A continuación se hace una breve descripción de los tipos de organizaciones que funcionan en el Municipio.

3.1.1 Sociales

De acuerdo a la investigación realizada, se estableció la existencia de las siguientes organizaciones de este tipo.

- **Comités**

Las comunidades se caracterizan por estar organizadas en comités, estos tienen como fin primordial gestionar ante la autoridades municipales el financiamiento de obras de infraestructura en la comunidad, razón por la cual les llaman comités pro-mejoramiento.

Según información proporcionada por la Secretaría del Alcalde las 11 aldeas y el Municipio en sí cuentan con un comité, los cuales tienen como destino principal la gestión de proyectos de mejoras dentro de la comunidad.

- **Organizaciones no gubernamentales**

Son de carácter social, independientemente y autonomías con personalidad jurídica propia, cuya acción se dirige a obtener ayuda internacional, con el fin de promover el desarrollo económico-social de las comunidades especialmente el área rural. Dentro de estas se pueden mencionar a ONG-s y asociaciones no lucrativas. Dentro del Municipio cabe mencionar que no cuenta con ningún tipo de organización que proporcione créditos o asistencia técnica para los campesinos y otro sector.

3.1.2 Productivas

Se estableció que la actividad agrícola cuenta con una cooperativa, la cual presta asesoría técnica, proporciona financiamiento y la comercialización de los productos, principalmente en épocas de cosecha, con el fin de mejorar las condiciones de vida de los productores y la de sus familias.

3.1.3 Organizaciones productivas de la rama de panadería

Se comprobó que no tienen una organización bien definida, con manuales u organigramas, pero si están controlados por el dueño y cada obrero sabe la labor que debe desempeñar para llevar a cabo su tarea diaria. En cuanto a una organización que vele por los beneficios de los productores artesanales no hay establecida o por lo menos conformada con los principales requisitos que establece la ley.

3.2 ORGANIZACIÓN PROPUESTA

Se define el tipo de organización, el cual busca el interés común de los integrantes, su justificación, los objetivos, recursos y las funciones a desempeñar.

3.2.1 Tipo

Con base a las condiciones prevalecientes en el Municipio en cuanto al número de personas que tienen interés en organizarse y los recursos con los que

cuentan, se considera que el tipo de organización más idóneo es un comité de pequeños productores de pan.

3.2.2 Justificación

Con esta estructura los productores se organizan en forma fácil, debido a que no requieren de un nivel alto de educación, tiempo y recursos financieros. Así también para estimular el trabajo colectivo, lo que les permite ampliarse para obtener un crecimiento económico y social. Las ventajas a obtener son: mejor precio en la compra de materia prima, materia prima de la más alta calidad a buen precio, capacitación y sobre todo obtener fuentes de financiamiento.

Además no es factible establecer una sociedad anónima debido a que se requiere el aporte de capitales, lo cual no es posible porque los microempresarios no cuentan con suficientes recursos, por otro lado su forma de organización y la complejidad de su estructura administrativa elevan sus costos, además de restricción para obtener créditos, hasta el monto del capital pagado, tampoco es posible crear una cooperativa, ya que una de las condiciones para ello es que debe estar integrada por lo menos con 20 asociados, y en el Municipio no se cuenta con este número de participantes.

3.2.3 Objetivos

Entre los objetivos que se persiguen al proponer un comité productivo podemos mencionar a los siguientes.

- **General**

Establecer una organización con representación legal, que permita el desarrollo de la actividad de panadería, por medio de la cual se solicite capacitación administrativa, productiva, técnica, de igual forma facilite el acceso al financiamiento para así poder ampliar su capacidad productiva y poder generar más fuentes de

trabajo, para elevar el nivel de vida de los asociados y poder contribuir a mejorar las condiciones socio-económicas del Municipio.

- **Específicos**

Poder mejorar la tecnología existente, además de brindarles a los microempresarios asistencia tecnológica para incrementar su capacidad productiva, de forma que alcancen el mayor beneficio de los recursos humanos, físicos y financieros utilizados en dicha actividad.

Poder distribuir el productos a nuevos mercados con precios mas accesibles al consumidor final, y con un margen de utilidad mas beneficioso para sus integrantes.

3.2.4 Funciones

Para el cumplimiento de sus objetivos y funcionamiento, el comité realizará las siguientes funciones:

Será el encargado del manejo y control de los insumos para la producción, así como supervisar las etapas del proceso productivo. Además de definir las relaciones de trabajo, responsabilidad y autoridad de cada integrante.

Producir pan de alta calidad para lo cual se empleara en el proceso productivo, nuevas técnicas de elaboración, equipo mas sofisticado y la utilización de tecnología que se encuentra a la vanguardia.

3.2.5 Recursos

En forma seguida se presentan los medios con que deberá contar la organización para satisfacer sus necesidades y cumplir con los objetivos que se propone.

- **Humanos**

Estará integrado inicialmente por diez panificadores, quienes serán los encargados de poner en marcha la organización empresarial. Además contará con una junta directiva, los servicios de un contador, un encargado de compras y un vendedor, cada uno de ellos desempeñará funciones de acuerdo con su puesto de trabajo.

Al principio de operaciones se tiene contemplado minimizar la carga administrativa, por lo que se contará con los servicios de una oficina contable (lo cual asciende a un costo anual de Q.1,800.00), en cuanto a los puestos de encargado de compras y ventas, la junta directiva diseñara un plan para poder rotar a sus miembros, para que realicen dichas actividades.

- **Físicos**

Los recursos físicos están constituidos por todos los elementos materiales indispensables para el desarrollo del proyecto: entre estos recursos están:

Cuadro 13
Municipio San José Acatempa, Departamento de Jutiapa
Comité Productores de Pan
Recursos Físicos
Año: 2002

Descripción	Precio unitario	Precio total
Escritorio con silla	Q.350.00	Q.350.00
Maquina de escribir	Q.600.00	Q.600.00
Archivo	Q.450.00	Q.450.00
Papelería	Q.500.00	Q.500.00
Total		Q.1900.00

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

El cuadro anterior da una idea de los principales gastos que serán necesarios para el funcionamiento de dicho comité.

- **Equipo auxiliar**

Además de los elementos materiales que se cuentan como recursos físicos se puede hacer mención de: Diez tarimas de madera, una balanza, 5 toneles, 5 garrafones, 25 costales y un determinado número de bolsas plásticas.

- **Financieros**

Son todos los elementos de carácter económico necesarios para el adecuado funcionamiento de la organización.

Para la obtención de estos, se cuenta con una cooperativa y otras financieras que atienden a los productores, de acuerdo con la capacidad de pago que tengan. De esa cuenta se puede mencionar que para atender a los propietarios de las panaderías afiliadas además se dispondrá de la aportación inicial en efectivo de los miembros del comité, el cual asciende a la suma de Q.5,000.00 cada uno con el propósito de hacerle frente al funcionamiento y puesta en marcha del mismo. Lo cual implica la compra de insumos, contratación de mano de obra durante el proceso de producción y gastos para la comercialización del producto.

3.3 ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

Describe las funciones que deben desempeñar, así como la autoridad y coordinación que existe entre cada actividad para alcanzar los objetivos. A continuación se presenta el diseño organizacional y el sistema de organización propuesto.

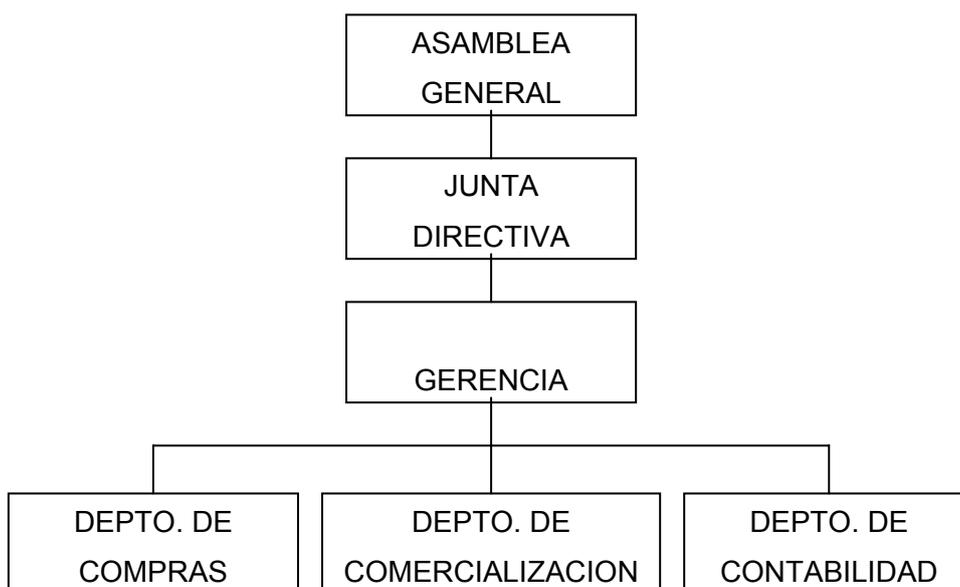
3.3.1 Diseño organizacional

Por ser una organización económica de interés social y propiedad colectiva, administra los recursos con la participación de todos los socios trabajadores y con igualdad de derechos y obligaciones. Todas las actividades que se

desarrollaran dentro del comité deberán ser dirigidas y controladas por los miembro a través de órganos y cargos con funciones específicas.

Por carecer de conocimientos administrativos se determina que la estructura sea de tramos estrechos (vertical), que permita el control de supervisión directo con autoridad de línea. Por último se debe fomentar la comunicación en ambas direcciones, (vertical como horizontal) para brindar buenas relaciones con los trabajadores, mediante un trato humano, sin perder la disciplina que debe regir se presenta el organigrama, por medio del cual se visualizan los puestos y como están relacionados:

Gráfica 3
Municipio de San José Acatempa, Departamento de Jutiapa
Comité de Pequeños Productores de Pan
Organigrama Propuesto
Año:2002



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

3.3.2 Sistema de organización

El que se adapta es lineal, debido a que la autoridad y responsabilidad se trasmite en línea. Ofrece una estructura organizacional clara y sencilla de comprender, útil

para los microempresarios, quienes carecen de conocimientos administrativos, lo que evitará los conflictos. Así también, el recibir ordenes de un solo jefe facilita la rapidez de acción y crea una disciplina la cual deberá de respetarse para que el comité pueda funcionar normalmente.

3.3.3 Funciones básicas de las unidades administrativas

A continuación se describen las funciones principales, propias de los cargos que cada uno deberá desempeñar para el buen funcionamiento del mismo.

- **Asamblea general**

Establecer los lineamientos generales que reunirán el comité, así como tomar las decisiones sobre asuntos que afecten directamente los intereses de los miembros.

- **Junta directiva**

Ejecutar las disposiciones de la Asamblea General, elaborar planificación anual de las actividades que se desarrollaran en la Administración, Secretaría, Comercialización y Compras, Producción y Finanzas.

- **Gerente**

Elaborar los planes que se esperan alcanzar a corto, mediano y largo plazo, establecer los objetivos y metas, planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades administrativas y las demás funciones del comité.

- **Secretaria**

Llevar un estricto control de la papelería, redactar y archivar los libros de actas, notificar los convenios establecidos. Recibir pedidos, clasificarlos, hacer documentos de pago, y trasladarlo a despacho.

- **Comercialización y compras**

Identificar nuevos mercados, comprar materia prima para la producción, elaborar informes de compras y ventas y velar porque la distribución disponga del transporte necesario y adecuado, para que el producto esté en el momento y en el lugar requerido

- **Producción**

Diseñar programas para establecer estándares de calidad con los que deben realizarse los procesos productivos, como: Materia prima optima para producción, higiene del lugar y personal, temperatura y tiempo en el horneado.

- **Finanzas**

Preparar los estados financieros del comité y presentarlos ante la junta directiva, así también llevar los sistemas de control para el pago a proveedores, planilla y arqueo de caja.

3.4 REQUERIMIENTO DE LA ORGANIZACIÓN

El proyecto requiere de una serie de aspectos importantes para el funcionamiento adecuado, a continuación se presentan los requerimientos mas indispensables.

3.4.1 Localización

El lugar propuesto para la oficina administrativa del comité será en la cabecera municipal, en las cercanías de la municipalidad por ser un lugar estratégico de paso obligatorio para ir a zonas de importancia comercial. Además porque se disponen de los servicios básicos necesarios para el buen funcionamiento tales como: Vías de acceso, servicio de transporte, telefonía, energía eléctrica y otros.

3.4.2 Operación

Deben considerar las restricciones ambientales y humanas que contempla la Legislación Guatemalteca, como los aspectos operacionales de carácter interno, para los empleados, clientes y proveedores, de forma que se eviten incidencias negativas.

Además se deberá contemplar un plan estratégico de mercadeo, el cual debe contemplar los siguientes aspectos:

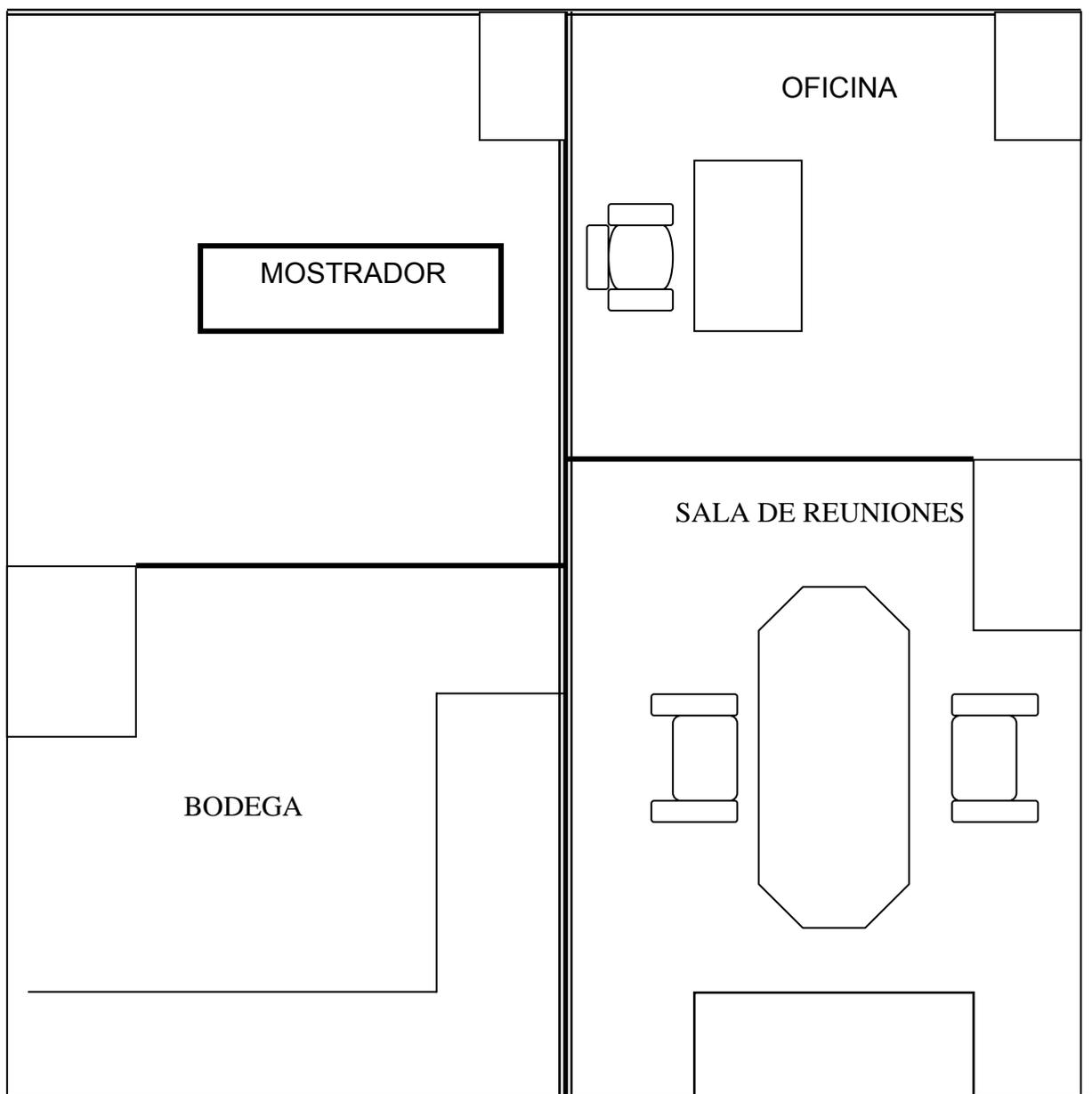
Realizar una investigación de precios de mercados.

- a) Determinar las estrategias de precios que se utilizarán.
- b) Establecer los canales de comercialización más efectivos.
- c) Elaborar un plan que cubra cierto periodo de tiempo.

3.4.3 Distribución en planta

El área física del local donde el comité desarrollará las actividades, se distribuirá de forma que se aproveche al máximo el tiempo y espacio, el cual deberá de permitir un buen acondicionamiento del recurso humano, material y físico.

Gráfica 4
Municipio de San José Acatempa, Departamento de Jutiapa
Comité de Pequeños Productores de Pan
Distribución de Planta
Año: 2002



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

3.4.4 Relaciones operacionales y contractuales

será necesario contar con un local adecuado para las oficinas del comité y las bodegas, el cual se rentará por medio de un contrato de preferencia anual, el que será revisado y rubricado por el presidente de la Junta Directiva.

Se contratarán los servicios de un contador y un agente vendedor, cuyo salario será: sueldo base más comisiones sobre ventas. Para la compra y venta de insumos y productos tendrá que ser indispensable el uso de controles y registros contables para efectos de costos. Además de su debida facturación, lo cual estará a cargo del contador.

Las utilidades obtenidas por las actividades comerciales realizadas, serán distribuidas a fin de año y los porcentajes a repartir estarán determinados por aportes económicos y la colaboración de los asociados en la actividades que se realicen.

3.4.5 Carga administrativa

Para disminuir la carga administrativa de la organización propuesta, la junta directiva tendrá un programa de rotación de asociados, así mismo se tiene contemplado la contratación de los servicios de una oficina contable para eliminar los gastos administrativos de la cuota patronal y las prestaciones laborales que implican la contratación de un perito contador. La carga administrativa que se proyecta para el primer año de operaciones es de un 15% en relación con los costos totales, dicho calculo esta basado en el estado de resultados proyectado para el primer año de operaciones

3.5 PROYECCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

La proyección del comité consiste precisamente en la forma y en la medida como la empresa logra influenciar en el ámbito de la sociedad, en un momento determinado de su desarrollo económico.

3.5.1 Social

Con la puesta en marcha del comité se persigue: mejorar el nivel de vida de sus asociados, de sus familia y colateralmente de los habitantes del Municipio, fortalecer el movimiento de solidaridad y unión, tratando de incrementar la buena participación entre sus miembros, crear fuentes de trabajo, transmitir educación a sus asociados por medio de cursillo, talleres, entre otros.

3.5.2 Económica

Este comité puede representar una oportunidad de solución a las necesidades económicas de sus asociados, reparando en que la participación bien organizada no debe de ser una simple estructuración para solventar momentáneamente los problemas económicos de los mismos, sino que debe proyectarse dinámicamente hacia un incremento económico permanente, lo que se logra con la toma de conciencia de la base estructural sobre el rol que debe jugar tanto asociado, así como empresario, haciendo uso de los factores de producción, naturaleza, trabajo y capital en forma objetiva, con el fin de hacerla rentable y obtener un beneficio económico.

3.5.3 Cultural

La proyección cultural que el comité puede realizar hacia la comunidad, esta basada fundamentalmente en los conocimientos que a través de la misma se les proporcionará a los asociados, mediante cursillos, así como técnicas de organización y administración

3.6 SOPORTE DE LA ORGANIZACIÓN

para que el proyecto sea una realidad y se logren los objetivos propuestos, este debe contar con el apoyo necesario en las diferentes áreas que a continuación se describen:

3.6.1 Legal

El marco jurídico legal por el que se rige el funcionamiento, esta de acuerdo con las siguientes disposiciones.

- a) Constitución Política de la República de Guatemala en su Artículo 34, Derecho de Asociación.
- b) Código Civil, en su artículo 15, inciso 3, asociación sin fines de lucro
- c) Decreto Gubernativo Número 2082 “recaudación de fondos entre el público”
- d) Ley Orgánica de la Controlaría General de Cuentas en sus artículos 2 y 15.
- e) Congreso de la República, Decreto Número 26-92, 27-92 y sus reformas, Ley del Impuesto Sobre la Renta y Ley de Impuesto al Valor Agregado
- f) Acuerdo Gubernativo 512-98 “Reglamento de Inscripción de Asociaciones Civiles
- g) Ley del Seguro Social, Acuerdo 87 Artículo II transitorio, donde establece para el interior de la República que a partir de la fecha en que ocupe los servicios de cinco o más trabajadores deberá afiliarse.

Los interesados deberán gestionar los tramites para la función de la organización ante la Gobernación Departamental, quien solicitará su autorización a la Corporación Municipal, a través de la Municipalidad de la localidad, y finalmente a la Contraloría General de Cuentas de la Nación

Además deberá estar inscrita en la Superintendencia de Administración Tributaria –SAT–, como contribuyente normal

3.6.2 Mercadológicos

Los encargados de comercialización, tendrá a su cargo cada una de las actividades que implique las compras y ventas en la organización. Además se encargará de presentar y efectuar planes de comercialización, en el cual estará, el buscar nuevos mercados, que el producto pueda competir con los existentes en el mercado nacional.

3.6.3 Técnico

La Junta Directiva será la responsable de gestionar ante entidades como: el Instituto de Tecnología y Capacitación (INTECAP), Instituto Nacional de Cooperativas (INACOP), y otros, la asesoría necesaria para modernizar sus métodos y procedimientos productivos.

3.6.4 Financiero

El proyecto se financiara por medio de la aportación de los asociados y a través de préstamos de las empresas dedicadas a la prestación de servicios crediticios.

Las características del préstamo son:

Monto	Q.125.000.00
Tasa de Interés	16% anual
Pago de Intereses	Mensual
Amortización de Capital	Mensual
Plazo	5 años

Los fondos que generará se destinarán principalmente para cancelar el préstamo, o los préstamos que sean necesarios. así como para el pago de materia prima, mano de obra, costos variables necesarios para producción de venta y administración

3.6.5 Administrativo

La estructura de la Organización se considera como un elemento esencial para lograr los objetivos empresariales, por lo tanto una organización eficiente, contribuirá al éxito de la Empresa

El sistema de Organización que se propone es de tipo lineal, caracterizándose por la conservación de la autoridad y responsabilidad, trasmitiéndose a través de un sólo jefe para cada función o grupo de actividades

CAPÍTULO IV

PROYECTO: PRODUCCION DE MELOCOTÓN

4.1 IDENTIFICACIÓN: DEL PROYECTO

La propuesta del presente proyecto pretende que los agricultores del Municipio se organicen por medio de un Comité que aproveche las tierras ociosas que se encuentran en las montañas de la aldea La Ceibita, para cultivar un producto no tradicional y de buena calidad que tiene demanda tanto en el mercado regional, nacional y extranjero.

Los agricultores organizados en Comité podrán tener acceso a asistencia técnica y crediticia, y podrán comercializar más fácilmente la producción.

Actualmente en el Municipio no se produce melocotón para comercializar, existen algunos árboles que cultivan las personas en los traspatios de su vivienda para autoconsumo; utilizan el nivel tecnológico tradicional, por lo que la producción es de baja calidad y no obtienen un buen rendimiento de este cultivo.

Derivado del diagnóstico realizado a las diferentes unidades productivas del Municipio y con base a las condiciones del suelo, climáticas y recursos hidrológicos existentes, se propone la implementación del nivel tecnológico intermedio para la producción de melocotón; lo que lograría una mayor producción de buena calidad para comercializarla al mejor precio.

4.2 OBJETIVOS

Son los propósitos que se desean alcanzar con la puesta en marcha del proyecto. Dentro de los objetivos que el proyecto desea alcanzar se pueden dividir en objetivo general y objetivos específicos.

4.2.1 Objetivo general

Organizar a los productores del Municipio en un Comité para hacer posible el cultivo de melocotón, implementando un nivel tecnológico intermedio, para obtener mejor calidad y mayor volumen en la producción de un producto no tradicional que satisfaga la demanda insatisfecha local, nacional e internacional.

4.2.2 Objetivo específicos

- Utilizar racionalmente el recurso tierra con el cultivo de un producto que se adapta a las condiciones agronómicas y climáticas del Municipio.
- Mejorar la situación socioeconómica actual del Municipio, creando fuentes de empleo que beneficien a sus pobladores.
- Desarrollar el proyecto de producción de melocotón en la aldea La Ceibita, produciendo productos de calidad que sean comercializados a nivel local, nacional.
- Ofrecer un producto de alta calidad que contribuya a llenar las necesidades de una dieta balanceada para los consumidores.
- Propiciar la generación de utilidades a los inversionistas, lo que contribuirá a mejorar y diversificar la producción agrícola.

4.3 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

Guatemala, por su condición climática y de suelo, presenta un alto potencial para el establecimiento, desarrollo y producción del cultivo de melocotón, tanto para el consumo interno, como para la exportación a Centro América y Europa,

además, su ubicación geográfica permite un acceso relativamente fácil para la comercialización internacional de sus productos.

En el ámbito nacional e internacional existe demanda creciente de productos agrícolas, incluido el melocotón, el que debe llenar las características de diversidad, calidad, presentación, volumen, permanencia y precio, requeridos por el mercado.

La ejecución del proyecto de cultivo de Melocotón en las montañas de la aldea la Ceibita del municipio de San José Acatempa, departamento de Jutiapa, se justifica por las razones siguientes:

- Las condiciones climáticas y agronómicas del municipio son apropiadas para su producción, lo que contribuye a la diversificación de cultivos.
- Es un producto de alta rentabilidad y relativamente de poca inversión.
- La Aldea La Ceibita cuenta con vías de comunicación adecuadas para la transportación, del producto hacia los lugares de comercialización.
- El lugar cuenta con mano de obra disponible y familiarizada con los procesos productivos.
- Es un cultivo de largo plazo, inicia su producción en el cuarto año, y desde las primeras cosechas se puede obtener ganancias superiores a las de los cultivos tradicionales de la región.
- Dicho cultivo contribuye a evitar la erosión de los suelos, ya que se puede sembrar en suelos inclinados y quebrados.

- El Melocotón tiene demanda en el mercado nacional y es un producto rentable, por lo que genera beneficios económicos y sociales a la población.
- Contribuye al desarrollo del Municipio generando fuentes de trabajo y utilidades a los inversionistas.
- Aplicar el nivel tecnológico intermedio a la producción de melocotón, puede contribuir a mejorar la calidad del producto, haciéndolo más atractivo al consumidor y mejorando su precio.

4.4 ESTUDIO DE MERCADO

Cualquier proyecto que se desee emprender, debe tener un estudio de mercado que le permita saber en qué medio habrá de moverse, pero sobre todo si las posibilidades de venta son reales y si los bienes o servicios podrán colocarse en las cantidades producidas, de modo tal que se cumplan los propósitos del empresario.

La finalidad del estudio de mercado del proyecto de producción de melocotón, es la de proporcionar los datos económicos más relevantes y necesarios para establecer la factibilidad de mercado con que se cuenta, ya que dadas ciertas condiciones, debe presentar una demanda del producto que justifique la puesta en marcha del proyecto, el estudio incluye: el nivel de producción, el análisis y determinación de la oferta, demanda y precios, las políticas de comercialización y distribución del producto hasta el consumidor final, así como la variedad el producto en que se propone invertir.

4.4.1 Producto

“El nombre científico es Prunus Pérsica, pero a pesar de su nombre, el melocotón no procede de Persia, sino de China Septentrional, donde ya era

conocido en el tercer milenio antes de Cristo y considerado símbolo de fecundidad. Llegó a Europa y desde aquí se extendió a América”.²

El fruto consiste en una drupa globosa (fruto carnoso) dentro de la cual está la semilla, la planta dura aproximadamente veinte años, se adapta a zonas templadas con precipitación de 1,200 a 1,800 metros por año, y temperatura de 17 a 26 grados centígrados, altitud de 1,000 a 2,000 metros sobre el nivel del mar y con topografía 10-30% pendiente.

“Los principales productores de melocotón en su orden de importancia son: Estados Unidos de Norte América, China, Italia, España y Grecia, y en menor proporción Francia, Chile, Irán, Egipto, Sudáfrica, Brasil, Corea, Japón, México, entre otros.”⁹

4.4.1.1 Formas y usos del producto

El melocotón variedad Salcajá es de alta calidad, por su consistencia dura y tamaño grande, además es un fruto de alto contenido vitamínico, complemento de la dieta alimenticia destinado para el consumo humano, tanto en su estado natural como para su procesamiento industrial para preparar jaleas, postres, néctares, pasteles y mermeladas y en la industria química se usa para la preparación de cremas, jabones, lociones, desinfectantes y shampoo.

4.4.1.2 Generalidades de la planta y el fruto

El melocotón es un cultivo de clima frío, de carácter permanente, su ciclo de producción es una vez al año en los meses de julio, agosto y septiembre.

El fruto del melocotón es semiesférico con surco longitudinal bien marcado, piel lisa de color amarilla rojiza o púrpura, la pulpa es succulenta de color blanco, amarillo o rojizo con sabor dulce. La semilla es coreácea, con surcos sinuosos y acuminada

² Asociación para la promoción del Consumo de Frutas y Hortalizas, Diccionario de frutas 5 al día. Año 2004. Pág 1.

⁹ Infoagro Agroalimentación El cultivo de Melocotón. Año 2002. pág. 2

en uno de sus extremos, es decir, que disminuyendo gradualmente termina en punta. La almendra está desprovista de albumen y es dicotiledónea.

4.4.1.3 Composición química

Los melocotones contienen una mezcla de ambos tipos de fibra (con predominio de la insoluble), que mejora el tránsito intestinal, evitando el estreñimiento y protege frente al cáncer de colon y la enfermedad cardiovascular. Aporta pequeñas cantidades de vitaminas, entre la que destaca la vitamina “C”, (con un melocotón se cubren más del 15% de la ingesta diaria recomendada de la vitamina) y de minerales, y proporciones moderadas de carotenoides con actividad pro vitamínica “A”.

4.4.1.4 Variedades

Existe gran variedad de este fruto, en Guatemala se producen cinco variedades comerciales, tales como:

Salcajá

Ésta variedad es de color amarillo intenso con una parte roja, pulpa consistente, adherida a la semilla, agradable sabor y olor, sus frutos son medianos y grandes, pesan entre 150 y 200 gramos.

Flor de Liz

La fruta de esta variedad es color rojo, pulpa amarilla, poca dulzura, de consistencia suave, no soporta muy bien el transporte, los frutos tienen un peso aproximado de 75 a 115 gramos, es una variedad originaria de Florida, Estados Unidos.

L-27

Esta variedad es parecida a la Flor de Liz con características organolépticas como la fruta de salcajá, posee una pulpa poco consistente.

Early Grande

Es originario de Texas, Estados Unidos, sus frutos son de tamaño mediano de color amarillo con rojo y de pulpa poco consistente.

Red Globe

Existen plantaciones pequeñas con árboles dispersos, originarias de Maryland Estados Unidos, los frutos son medianos a grandes de color amarillo y consistencia media.

4.4.1.5 Enfermedades de la planta

La presencia de plagas y enfermedades es común en plantaciones de melocotón, trae como consecuencia baja producción y calidad del producto. Las enfermedades comunes que se presentan en las plantaciones de melocotón son pudrición amarga (*Glomerella cingulata*), Tiro de munición (*Coryneum beijerinchii*) y Momificación del melocotón (*Monilia Frutícula*).

4.4.1.6 Destino de la producción

La producción de melocotón está destinada para el mercado regional -departamento de Jutiapa- y principalmente para el mercado nacional e internacional, -Centroamericano-.

4.5 DURACIÓN DEL PROYECTO

La propuesta de inversión del proyecto del cultivo de melocotón en el municipio de San José Acatempa, departamento de Jutiapa, es para un período de ocho años, que comprende, tres años pre – operativos y cinco productivos, tiempo que permitirá obtener una adecuada rentabilidad, así como el pago del financiamiento externo, aunque los árboles de melocotón tienen una vida útil estimada de veinte años, al darle mantenimiento de fertilización y fumigación.

La primera cosecha se espera obtener al inicio del cuarto de año de madurez de la plantación.

4.5.1 Oferta

“Cuando se habla de oferta se hace referencia a la cantidad de bienes, productos o servicios que se ofrecen en un mercado bajo determinadas condiciones. El precio es una de las condiciones fundamentales que determina el nivel de oferta de un determinado bien en el mercado”.¹⁰

Por lo tanto, oferta es la cantidad de productos, artículos o servicios que un productor pone en venta, en un tiempo y precio que considere adecuado.

La oferta del cultivo de melocotón está determinada por la producción nacional más las importaciones.

La producción de la variedad Salcajá ofrece un potencial en virtud de que actualmente la oferta no satisface el consumo interno siendo necesario recurrir a mercados externos.

Oferta histórica

Muestra el comportamiento histórico de la oferta de melocotón, en este caso el período está comprendido del año 1996 al 2002 como se observa a continuación:

¹⁰ Banco de La República. CD Guía Temática Oferta y Demanda. Año 2002.

Cuadro 14
República de Guatemala
Oferta Nacional Histórica de Melocotón
Período: 1996-2002
(Expresado en Quintales)

Año	Producción		Oferta total
	Nacional	Importaciones	
1996	116,488	8,718	125,206
1997	121,148	24,377	145,525
1998	125,994	16,592	142,586
1999	131,034	27,844	158,878
2000	136,275	22,844	159,119
2001	141,726	19,920	161,646
2002	147,395	28,058	175,453

Fuente: Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación (MAGA) e Instituto de Comercialización Agrícola, año 1998 y Memoria de Labores 2002 del Banco de Guatemala.

Como se observa en el cuadro anterior, tanto la producción nacional como las importaciones se incrementan para satisfacer el mercado local. Se pretende, brindando apoyo a nuevos productores de melocotón, sustituir las importaciones con el aumento de la producción local. Es importante resaltar que casi no se ha experimentado bajas, tanto en producción nacional como en importaciones, debido a que el producto cuenta con un mercado suficientemente amplio para su crecimiento.

Proyección de la oferta total

Con base en datos de la oferta histórica se proyecta la oferta total a través de aplicar la fórmula del método de mínimos cuadrados, siguiente:

$$Y_c = \sum \frac{Y}{n} + \sum \frac{Xy}{\sum X^2}$$

Años Históricos	Oferta histórica y	X	XY	X ²	Años proyectados	Oferta Nacional Proyectada
1,998	142,586	-2	-285,172	4	2,003	180,087
1,999	158,878	-1	-158,878	1	2,004	186,936
2,000	159,119	0	0	0	2,005	193,788
2,001	161,646	1	161,646	1	2,006	200,637
2,002	175,453	2	350,906	4	2,007	207,488
	797,682		68,502	10		

Donde:

$$Y = 797,682$$

$$N = \text{Número de años}$$

$$Xy = 68,502$$

$$X = 10$$

$$Y_c = \frac{797,682}{5} + \frac{68,502}{10} = 159,536.4 + 6,850.2$$

Donde:

A	=	159,536.40	Punto de intersección o año inicial donde x es igual a cero en el año 2000
B	=	6,850.2	Factor de acumulación
X	=	3	Número de años, a partir del año 2003

En el siguiente cuadro se muestran los datos proyectados de la producción de melocotón y las importaciones para los años 2003 – 2007, que sirven de base para el cálculo de la oferta proyectada para los mismos años:

Cuadro 15
República de Guatemala
Oferta Nacional Proyectada de Melocotón
Período: 2003-2007
(Expresado en Quintales)

Año	Producción nacional (1)	Importaciones (2)	Oferta total
2003	152,533	27,554	180,087
2004	157,882	29,054	186,936
2005	163,232	30,556	193,788
2006	168,581	32,056	200,637
2007	173,931	33,557	207,488

(1) $Y_c = a + bx$ donde $a = 136,484.8$ $b = 5,349.4$ (3) a partir del año 2003.

(2) $Y_c = a + bx$ donde $a = 23,051.6$ $b = 1,500.8$ (3) a partir del año 2003.

Fuente: Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación (MAGA) e Instituto de Comercialización Agrícola, año 1999.

(1) La base del cuadro anterior obedece a proyecciones efectuadas con la fórmula de la ecuación de mínimos cuadrados a partir del año 2003, así:

$$Y_c = a + b(x)$$

$$Y_c = 136,484.8 + 5,349.4(3)$$

$$Y_c = 136,484.8 + 16,048.2$$

$$Y_c = 152,533$$

Para el período 2,003 a 2,007 se esperan incrementos en promedio anual, para la producción 3.32%, para las importaciones 5.05% y para la oferta total 3.60%. Con el desarrollo del presente proyecto, se aumentaría en mayor

porcentaje a lo observado la producción nacional, con lo que sería posible llevar a cabo una sustitución de importaciones del producto.

Oferta local

Se observó en el municipio de San José Acatempa, que el cultivo de melocotón se realiza en mínima escala por el bajo conocimiento de técnicas de producción, esta oferta local se destina exclusivamente para autoconsumo.

4.5.1.2 Demanda

Se refiere a la cantidad de bienes o servicios que se solicitan o se desean en un determinado mercado o economía a un precio específico.

Por lo tanto, en este proyecto, la demanda es la cantidad de melocotón que la población Regional, Nacional y Centroamericano, está dispuesta a consumir en el mercado a un precio determinado.

La demanda se explica a través de la demanda potencial, el consumo aparente y la demanda insatisfecha, las cuales se describen a continuación:

Demanda potencial

Según el Instituto de Nutrición para Centro América y Panamá, el consumo o dieta mínima de melocotón por habitante es de once libras anuales, por lo que con base al crecimiento de la población se estima una demanda potencial como se observa en el cuadro siguiente:

Cuadro 16
República de Guatemala
Cálculo de la Demanda Potencial Histórica
Producción de Melocotón
Período: 1996-2002

Año	Población	Población Delimitada	Consumo per cápita anual (en quintales)	Demanda potencial (en quintales)
1996	10,242,110	9,217,899	0.11	1,013,969
1997	10,517,448	9,465,703	0.11	1,041,227
1998	10,799,133	9,719,220	0.11	1,069,114
1999	11,088,362	9,979,526	0.11	1,097,748
2000	11,385,339	10,246,805	0.11	1,127,149
2001	11,682,642	10,514,378	0.11	1,156,582
2002	11,987,709	10,788,938	0.11	1,186,783

Fuente: Elaboración propia, con base en datos del Instituto Nacional de Estadística -INE- e Instituto de Nutrición para Centro América y Panamá (INCAP), Dieta Mínima Sugerida para el consumo de melocotón año 1,994 .

Para el cálculo de la demanda potencial se toma como base el consumo per cápita de 11 libras de melocotón al año, que se considera debería consumir la población de acuerdo a los requerimientos mínimos de la dieta, según estimaciones del Instituto de Nutrición de Centroamérica y Panamá (INCAP) y además se delimita la población, bajo el supuesto que el 10% del total de la población de 0 a 6 años no consume melocotón, debido a la falta de poder adquisitivo, gustos y preferencias por la fruta.

Cuadro 17
República de Guatemala
Demanda Potencial Proyectada
Producción de Melocotón
Período: 2003-2007

Año	Población (1)	Población Delimitada (2)	Consumo per cápita anual (en quintales)	Demanda potencial proyectada (en quintales)
2003	12,280,067	11,052,060	0.11	1,215,727
2004	12,577,210	11,319,489	0.11	1,245,144
2005	12,874,353	11,586,917	0.11	1,274,561
2006	13,171,496	11,854,346	0.11	1,303,978
2007	13,418,639	12,121,775	0.11	1,333,395

1/Yc= a+bx donde a= 11, 388,637 b= 297,143.2 (3) a partir del año 2003.

2/Yc= a+bx donde a= 10, 249,773.4b=267,428.8 (3) a partir del año 2003.

Fuente: Elaboración propia con base en datos estadísticos del Banco de Guatemala y Censo de Población del Instituto Nacional de Estadística, proyecciones realizadas por el método de mínimos cuadrados a partir del año 2002.

De acuerdo a las variables de población total y población delimitada esperadas, y con un consumo per cápita de 11 libras, se espera que la demanda potencial en el período 2003 al 2007 muestre una tasa promedio de incremento anual de 2.34%.

Consumo aparente

El consumo aparente es un indicador real del consumo interno de un producto, por lo que para este proyecto, indica la cantidad anual de melocotón que se consumió y se consumirá en el país, constituido por la producción nacional, mas las importaciones, menos las exportaciones del mismo, tal como se muestra en los cuadros siguientes:

Cuadro 18
República de Guatemala
Consumo Aparente, Histórico
Producción de Melocotón
Período: 1996-2002
(Expresado en Quintales)

Año	Producción	Importación	Oferta total	Exportación	Consumo aparente
1996	116,488	8,718	125,206	6,079	119,127
1997	121,148	24,377	145,525	10,127	135,398
1998	125,994	16,592	142,586	2,235	140,351
1999	131,034	27,392	158,426	6,358	152,068
2000	136,275	22,844	159,119	8,587	150,532
2001	141,726	19,920	161,646	14,157	147,489
2002	147,395	28,058	175,453	12,025	163,428

Fuente: Elaboración propia., segundo semestre 2,002, con base en datos del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación (MAGA).

El consumo aparente observado, determinado por la oferta total, mostró una tasa media de crecimiento anual del 5.41%, lo que indica que tanto la oferta interna o producción como las importaciones fueron suficientes para cubrir la demanda tanto nacional como internacional.

Cuadro 19
República de Guatemala
Consumo Aparente, Proyectado
Producción de Melocotón
Período: 2003-2007
(Expresado en Quintales)

Año	Producción (1)	Importación (2)	Oferta total	Exportación (3)	Consumo aparente
2003	152,533	27,554	180,087	16,886	163,201
2004	157,882	29,054	186,936	19,624	167,312
2005	163,232	30,556	193,788	22,362	171,426
2006	168,581	32,056	200,637	25,100	175,537
2007	173,931	33,557	207,488	27,838	179,650

(1) $Y_c = a + bx$ donde $a = 136,484.8$ $b = 5,349.4$ (3) a partir del año 2003.

(2) $Y_c = a + bx$ donde $a = 23,051.6$ $b = 1,500.8$ (3) a partir del año 2003.

(3) $Y_c = a + bx$ donde $a = 8,672.0$ $b = 2,737.9$ (3) a partir del año 2003.

Fuente: Elaboración propia con base en datos estadísticos del Banco de Guatemala y Censo de Población del Instituto Nacional de Estadística, proyecciones realizadas por el método de mínimos cuadrados a partir del año 2003.

En el cuadro anterior se muestra la importancia de aumentar la producción para cubrir el consumo aparente y las exportaciones, ya que éstas muestran un comportamiento al alza, cuya tasa promedio de crecimiento es del 13.31%.

En el período del 2,003 al 2,007 se espera un crecimiento promedio anual de 2.43% para el consumo aparente, este comportamiento estaría determinado, principalmente, por la tendencia esperada en la producción nacional, lo que indica la importancia de aumentar la producción de melocotón, por el impacto que se produciría en el consumo aparente.

Demanda insatisfecha

Es el volumen de producción total de melocotón requerido por la población y que la producción existente en el mercado no satisface.

La diferencia entre la demanda potencial y el consumo aparente da como resultado la demanda insatisfecha, como se presenta en el cuadro siguiente:

Cuadro 20
República de Guatemala
Demanda Insatisfecha, Histórica
Producción de Melocotón
Periodo: 1996-2002
(Expresado en Quintales)

Año	Demanda potencial	Consumo aparente	Demanda insatisfecha
1996	1,013,969	119,127	894,842
1997	1,041,227	135,398	905,829
1998	1,069,114	140,351	928,763
1999	1,097,748	152,068	945,680
2000	1,127,149	150,532	976,617
2001	1,156,582	147,489	1,009,093
2002	1,186,783	163,428	1,023,355

Fuente: Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación (MAGA) e Instituto de Comercialización Agrícola, año 1998 y Memoria de Labores 2002 del Banco de Guatemala.

Como puede observarse en el cuadro anterior, la demanda potencial fue satisfecha en promedio en un 14% medida a través del consumo aparente; quedando insatisfecha la demanda, en promedio, en un 86%, lo que indica que durante el periodo analizado, se observó una insuficiente producción nacional de melocotón.

Cuadro 21
República de Guatemala
Demanda Insatisfecha, Proyectada
Producción de Melocotón
Período: 2003-2007
(Expresado en Quintales)

Año	Demanda potencial	Consumo aparente	Demanda insatisfecha
2003	1,215,727	163,201	1,052,526
2004	1,245,144	167,312	1,077,832
2005	1,274,561	171,426	1,103,135
2006	1,303,978	175,537	1,128,441
2007	1,333,396	179,650	1,153,746

Fuente: Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación (MAGA) e Instituto de Comercialización Agrícola, año 1998 y Memoria de Labores 2002 del Banco de Guatemala.

El cuadro anterior muestra que la demanda potencial e insatisfecha de melocotón crece año con año determinado por el crecimiento de la población, esto indica que la demanda de melocotón es mayor que la oferta, razón por la que se considera conveniente la puesta en marcha del proyecto, con lo que se estaría incrementando la producción nacional y así contribuir al incremento de la oferta para cubrir la demanda potencial, reduciendo la demanda insatisfecha.

4.5.2 Precio

El precio se define como el valor de un bien expresado en unidades monetarias que los demandantes están dispuestos a pagar y los oferentes a aceptar por la adquisición de un producto.

El precio del melocotón se ve influenciado por la oferta, la demanda, variedad, tamaño, calidad, época de cosecha, procedencia de la fruta, manipuleo ejecutado por el transporte, costo de producción y precio de mercado.

El precio lo fijará el Comité de Productores de Melocotón de la Aldea la Ceibita, quien será el ente administrador del proyecto.

Según investigaciones con productores, los precios de mercado según las calidades del melocotón se detallan a continuación:

Cuadro 22
República de Guatemala
Precio Estimado de Melocotón Mercado Nacional
Año: 2002

Calidad	Unidad de medida	Precio Q.
Primera	Quintal	400-500
Segunda	Quintal	300-400
Tercera	Quintal	200-300
Cuarta	Quintal	150-200

Fuente: Opciones para invertir, Fruticultura, PROFRUTA 2002

Los precios están determinados por la calidad del fruto, sin embargo, influye en su determinación también el estado físico en que se encuentre al momento de su venta. Con el uso de técnicas adecuadas para el embalaje y manipuleo del fruto se pretende que el precio de la mayoría del producto se mantenga en la categoría de primera calidad para obtener un margen atractivo del producto.

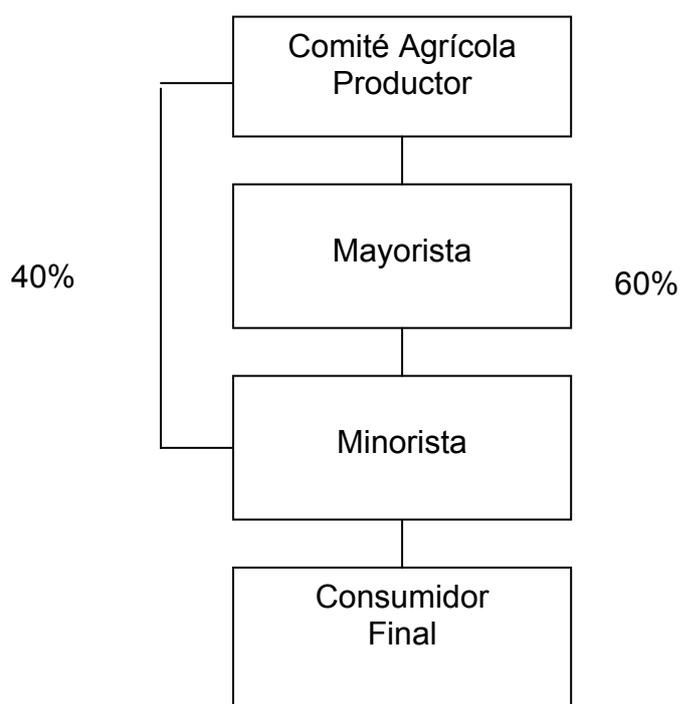
En el mercado local el precio de melocotón al por menor, ha alcanzado precios hasta de Q12.00 por libra, para este proyecto se sugiere el precio promedio de Q.4.50 por libra para venta al por mayor, por considerarse un precio promedio de mercado, competitivo y dentro del margen justo que genere utilidades el proyecto.

4.5.3 Comercialización

Comercialización es el conjunto de actividades que se realizan para transferir los bienes y servicios del productor al consumidor final, estas actividades están encaminadas a proporcionar los productos o servicios en forma y tiempo en que se consumirán.

Los canales de comercialización propuestos para el cultivo del melocotón, se describen a continuación:

Gráfica 5
Aldea La Ceibita
Municipio de San José Acatempa, Departamento de Jutiapa
Canales de Comercialización Propuestos
Proyecto: Producción Melocotón
Año: 2002



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

En el proceso de comercialización, se estima destinar al canal denominado mayorista un 60%, localizado en depósitos del mercado la terminal y mercado mayoreo en la Ciudad Capital, además se propone el 40% al canal minorista, abasteciendo a los mercados mas importantes que se encuentran dentro del área.

4.5.4 Proceso de comercialización

El proceso de comercialización consiste en las etapas que debe pasar el producto hasta llegar a su destino final de venta.

Concentración

Debe iniciarse desde la cosecha (acopio de tipo primario), en la que el agricultor debe separar y concentrar en lugares específicos, los diferentes tamaños hasta el momento de la venta, debe ser un tiempo prudencial debido a que es un producto perecedero y por lo tanto muy delicado.

Equilibrio

Esta etapa consiste en mantener el producto en depósitos por un tiempo, con el fin de ajustar la oferta a los requerimientos de la demanda, la razón principal de esta función se origina en que la producción agrícola es estacional, mientras el consumo es constante.

Debido a que es un producto perecedero, se venderá como fruta fresca sin agregarle ninguna transformación en el proceso de comercialización, debe efectuarse el almacenamiento por pocas horas o un máximo de un día, mientras el producto es preparado para ser transportado a su destino final.

Dispersión

Se estima que la forma adecuada de trasladar los productos al consumidor final, sea a través de intermediarios, quienes recogen o compran el producto directamente de los productores y lo distribuyen en el mercado local, regional, nacional, -CENMA y la terminal de la zona cuatro.

4.5.4.1 Instituciones de la comercialización

Los agentes de mercadeo que se propone participarán en el proceso de comercialización para el presente proyecto son: comité productor, mayorista internacional detallista y mayorista nacional detallista, previo a llegar al consumidor final.

Productor

Es el primer participante en el proceso de comercialización, se encargará de producir y distribuir la producción tanto a nivel nacional como regional. El cual buscará nuevos mercados a los cuales hará llegar su producto a través de los intermediarios.

Mayorista nacional

Son aquellas personas que se dedican a adquirir grandes cantidades del producto, creando un centro de acopio para poder distribuir la producción para su posterior venta en los mercados locales.

Minoristas

Estas personas adquieren el producto para venderlo al por mayor, a los detallistas y al menudeo, al consumidor final, una de sus características es la de no ejercer las funciones de acopio y almacenamiento. Los detallistas compraran el producto en la Central de mayoreo o en el mercado de la terminal de la zona 4, para su posterior venta en los mercados cantonales.

Consumidor final

Será la persona que compre el melocotón para su consumo, el cual será adquirido por libra o por unidades en el mercado en los días de plaza, o bien en los supermercados mayoristas.

4.5.4.2 Estructura de la comercialización

Permite ubicar a los participantes en la comercialización, en combinación con elementos propios de la actividad, a través de una estructura determinada, éste análisis comprende el estudio de la estructura, la conducta y la eficiencia del mercado.

Estructura de mercado

Señala lo relativo a las características propias de su organización, que son determinantes para las relaciones entre los participantes.

La estructura de mercado estará compuesta por el comité productor agrícola, mayorista, detallista y consumidor final.

Conducta de mercado

Se busca el beneficio de los agricultores al organizarse, debido a que el comité establecerá políticas de fijación de precios, controlará los volúmenes del producto, supervisará el grado de competencia y se encargará de negociar la producción.

Eficiencia de mercado

Se espera obtener el mejor beneficio a través de la producción en masa, en cuanto menor sea el costo de producción, lo que generará economías de escala para los agricultores.

Eficiencia de la producción

En la primera producción se espera obtener un rendimiento de 25 libras por árbol, pero conforme se desarrolle el proyecto la producción aumentará, debido a que en

el primer año los árboles de melocotón ensayan la producción pero conforme pasan los años, estos árboles van madurando y aumentan gradualmente la producción, por lo que ésta será mayor cada año durante los siguientes cinco años, que es cuando la plantación llega a la maduración total.

4.5.4.3 Funciones de la comercialización

Determina el papel que desempeña la comercialización, en el proceso de transferencia de los bienes, del productor al consumidor, en lo que respecta a creación de utilidades, lugar, tiempo, forma y posesión.

Para el cultivo de melocotón en el municipio de San José Acatempa, se proponen las siguientes funciones.

Funciones de intercambio

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

Compra-venta

Esta función se realiza por "Inspección", esto quiere decir que al momento de llevar a cabo la transacción, el comprador se presenta al centro de venta para verificar la calidad del melocotón.

Determinación de precios

El precio lo fija el productor, pero el demandante puede regatear y tomar la decisión de aceptar o rechazar el producto.

Funciones físicas

Se refieren al mecanismo que se utilizará para el cuidado físico del melocotón, para mantenerlo y conservarlo de manera que llene todos los requerimientos de calidad que exige el consumidor final, tales como:

-Acopio

Una de las principales funciones del Comité es servir como centro de acopio, los productores en sus unidades recolectaran todo el producto para luego trasladarlo a la bodega, para ser clasificado hasta obtener lotes homogéneos que justifiquen el traslado al mayorista o consumidor final.

-Almacenamiento

Con la expectativa de que el desarrollo de la organización genere condiciones económicas para mejorar el almacenamiento, debe utilizarse la mejor forma de conservación que permita prolongarle el ciclo de vida al producto, con el fin de ajustarlo a las demandas.

-Empaque

Para transportar el producto se utilizarán cajas de madera con capacidad de 25 libras cada una para facilitar el manipuleo del producto cuando éste salga directo al mayorista.

-Transporte y manipuleo

El transporte además de agregar valor, implica riesgo de pérdida por el manipuleo, razón por la cual se utilizarán cajas de madera para evitar deterioro en la calidad afectando el precio de venta o pérdida del producto, lo que provocaría menor margen de ganancia.

4.5.5 Funciones auxiliares

Facilitan la ejecución de las funciones físicas y las de intercambio, dentro de las cuales se pueden mencionar:

Aceptación de riesgos

Dentro de esta función tenemos: aceptación de riesgos físicos y riesgos financieros.

-Físicos

Son los que se corren cuando el producto es trasladado de un lugar a otro, por lo que cada intermediario correrá su propio riesgo después de que el producto sea entregado por el productor.

-Financieros

Serán los riesgos que cada intermediario deberá afrontar por el tiempo que el producto permanezca en su posesión.

- **Márgenes de comercialización**

Los márgenes de comercialización se obtendrán en función del número de intermediarios que participarán en la transferencia, iniciándose con el productor y terminando con el consumidor final. En dicho proceso participan diferentes instituciones que incurren en costos y que a la vez obtienen ganancias, esto repercute en que el precio pagado por el consumidor final, la diferencia del precio recibido por el productor y el precio pagado por el consumidor final se le conoce como "márgenes de comercialización".

Los márgenes de comercialización del proyecto de melocotón serán calculados por quintal, el cual estará dividido en cuatro cajas de 25 libras cada una, con los datos y formulas siguientes.

Cuadro 23
Municipio de San José Acatempa, Departamento de Jutiapa
Margen de Comercialización Actual
Cultivo de Melocotón
Año: 2002

Institución	Precio venta Q	Margen Bruto Q	Costos de mercadeo	Margen neto Q	Rendimiento s/inversión %	Participación %
Productor	450					75
Mayorista	525					
(-)Transporte		75	10	65	14	12.5
Detallista	600					
(-) transporte		75	5	70	13	12.5
TOTAL		150	15	135		100

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

Como se puede observar en los márgenes de comercialización la participación del productor será mayor a la participación del resto de los intermediarios.

4.6 ESTUDIO TÉCNICO

Es importante hacer notar que sin un estudio técnico, no podría realizarse el proyecto, cuyo objetivo principal es determinar las alternativas de optimización de los recursos disponibles y la aplicación de tecnología adecuada para lograr un método de productividad apropiada a la estructura productiva donde se propone el proyecto.

A través de las siguientes especificaciones técnicas se puede llegar a plantear dichas alternativas de producción:

4.6.1 Localización del proyecto.

La localización del proyecto tiene una importancia especial en la preparación del

mismo. Su definición responde no sólo a consideraciones de los mercados de materia prima y de los productos finales o a las exigencias técnicas del estudio de la ingeniería del proyecto, sino también a las consideraciones legales. Para la puesta en marcha del proyecto, es importante describir la ubicación general y específica del lugar donde se realizará.

- **Macro localización**

Con base en el estudio realizado, se determinó que el proyecto de producción de melocotón conviene realizarlo al sur oriente del país, específicamente en el municipio de San José Acatempa, departamento de Jutiapa, ubicado a 86 kilómetros de la ciudad capital de Guatemala.

Micro localización

Se sugiere que el proyecto de producción de melocotón se desarrolle en las montañas de la aldea la Ceibita localizada a 20 kilómetros de la Cabecera Municipal y 12 de la Cabecera Departamental, en virtud que su topografía, condiciones de suelo, con altura, temperatura, vías de acceso y otras ventajas, son adecuadas para la puesta en marcha en condiciones que revelan un buen grado de éxito.

Tamaño

De acuerdo al estudio realizado con los agricultores del Municipio de San José Acatempa, Departamento de Jutiapa, se interesaron veinte personas en participar en el proyecto, las que ofrecen aportar cuatro cuerdas de terreno cada uno, por lo tanto, la extensión total de terreno a cultivar, dado el número de productores y el promedio de terreno a aportar, equivale a cinco manzanas, con una producción total anual de 360 quintales en el primer año y una producción final de 1,152 quintales al año. La producción total anual estimada se detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro 24
Municipio de San José Acatempa, Departamento de Jutiapa
Proyecto: Producción de Melocotón
Producción Estimada de Melocotón
Período: 2005 – 2009

Año	Extensión en manzanas	Número de árboles	Rendimiento por árbol en libras	Producción en libras	Total quintales
2002	5	1,440			
2003	5	1,440			
2004	5	1,440			
2005	5	1,440	25	36,000	360
2006	5	1,440	40	57,600	576
2007	5	1,440	60	86,400	864
2008	5	1,440	75	108,000	1080
2009	5	1,440	80	115,200	1152

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

Se elaboró este proyecto para ocho años, en este tiempo se estima recuperar la inversión y se obtiene un margen de rentabilidad bastante aceptable que lo hace atractivo para productores de melocotón.

La producción principia en el cuarto año, o sea en el 2005, esto debido a que los primeros tres años corresponden a lo que se denomina gastos de desarrollo, período durante el cual no hay producción.

Por pláticas con Ingenieros agrónomos del Ministerio de Agricultura y Ganadería se determino que se pueden sembrar 288 árboles por manzana de terreno y según estimaciones realizadas por experiencias en este tipo de cultivo, en el primer año, que es cuando los árboles ensayan, cada árbol produce en promedio veinticinco libras de melocotón, lo que por las cinco manzanas cultivadas se estima obtener treinta y seis mil libras de melocotón al año, o sea trescientos sesenta -360- quintales. Cada año, durante los siguientes cinco años la producción se va

incrementando con la misma plantación, debido a que los árboles van madurando y aumentan su productividad.

4.6.2 Proceso productivo

Es el conjunto de actividades que deben llevarse a cabo en la producción de melocotón de la variedad Salcajá, este proceso inicia desde la selección del material vegetativo hasta el levantamiento de la cosecha del fruto, el siguiente proceso es tomado y aplicado para cultivar cinco manzanas, dura 3 años y al cuarto año que es cuando principia la producción se obtiene una cosecha al año, para ello se debe realizar el siguiente procedimiento: A continuación se describen las actividades agronómicas que deben realizarse:

Selección del material vegetativo

Esta fase consiste en seleccionar la variedad de plantas que se cultivarán, puesto que de ello depende en gran medida el nivel de producción que se obtenga.

Se recomienda comprar las plantas injertadas, variedad Salcajá, debido a que se adapta a las condiciones climatológicas de la región.

Preparación de la tierra

Para el mejor desarrollo de la plantación de melocotón, previo a la siembra es necesario preparar apropiadamente el terreno de la siguiente manera: Limpia, chapeado, destroncado y construcción de terrazas.

Se elimina maleza desde su raíz para evitar su retoño y la basura que se encuentre en el terreno. El destronque consiste en levantar raíces de otras plantas, además por la inclinación del terreno deben hacerse terrazas individuales, para evitar erosión del suelo, estas actividades serán realizadas por miembros de la asociación quienes aportarán su mano de obra no asalariada.

Picado

Se ablanda la tierra, se deja suelta a una profundidad de 60 centímetros.

Desinfección del suelo. Consiste en la aplicación de fungicidas e insecticidas a la tierra para evitar enfermedades en la planta y el injerto.

Ahoyado

Las dimensiones de los hoyos, para la siembra de deciduos varían en relación a calidad y tipo de suelo, oscilan entre 0.40 y 0.80 metros cúbicos, al considerar que entre más duro sea el suelo, más grande tiene que ser el hoyo, estos deben hacerse dos meses antes de la siembra.

Por las características del terreno se recomienda hacer hoyos de 40 centímetros cúbicos, con una distancia de 5 x 5 metros al cuadrado. Es necesario realizar una mezcla de abono orgánico con tierra extraída del hoyo luego de elaborar la mezcla se procede a llenar al nivel de la superficie, esta actividad se realizará durante los meses de noviembre a enero.

Siembra y fertilización

Dentro de estas tenemos las siguientes:

Transplante

Al momento de plantar es necesario adicionar materia orgánica de 10 a 50 libras por hoyo, esta puede mezclarse con el suelo y depositarse al fondo del hoyo.

El momento del transplante debe hacerse cuando los árboles están en período de dormancia -de noviembre hasta marzo-, siendo indispensable regar las plantas periódicamente.

Fertilización

Fertilizar es proporcionar a las plantas nutrientes necesarios para vivir, desarrollarse y producir adecuadamente, restituyendo en el suelo los nutrientes que han cedido a la cosecha para conservarlo en estado de fertilidad.

Fumigación

Consiste en la aplicación de fungicidas e insecticidas a la plantación por medio de bombas fumigadoras. Los pesticidas son productos químicos que se utilizan para el control de enfermedades, malezas y plagas, lo que permite obtener un mayor control y eficacia en cuanto a combatir las plagas y enfermedades del cultivo de melocotón, los cuales deben ser aplicados a nivel curativo y preventivo, los fungicidas se deberán aplicar cada dos meses a nivel preventivo y los insecticidas cuatro veces durante el año.

Labores culturales

Los cuidados culturales que se practican deben realizarse desde el transplante, así:

Poda y Plateo

La poda consiste en quitar ramas que estén enfermas o desgajadas y se realiza durante los meses de noviembre a diciembre.

El plateo consiste en aplicar azadonadas alrededor del árbol tres veces al año, con el objeto de destruir las malas hierbas y facilitar la penetración del agua para que la planta absorba los abonos minerales. Los plateos deben realizarse durante los meses de junio, septiembre y noviembre.

Raleo y aclareo del fruto

El aclareo del fruto se debe hacer cuando éste ha adquirido el tamaño de una canica, se hace con el objeto de mantener un equilibrio entre la vegetación/ producción y obtener un fruto de mejor calidad, especialmente en tamaño y contenido de carbohidratos.

Corte y acarreo

Para la variedad Salcajá el corte deberá efectuarse cuando el fruto esté cambiando color de verde pálido a amarillo verdoso, en los meses de julio, agosto y septiembre.

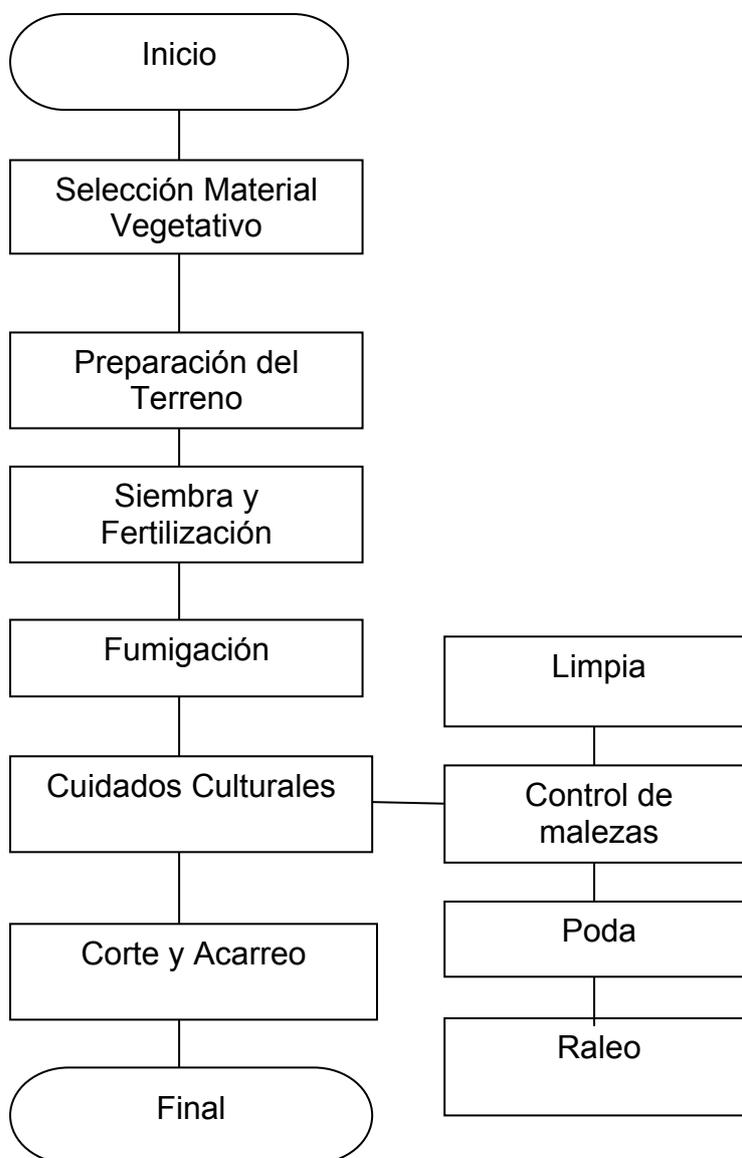
Clasificación y empaque

Consiste en seleccionar el fruto según el tamaño y calidad, colocarlos en canastos de plástico de 40 libras cada uno.

Flujograma del proceso productivo

A continuación se presenta gráficamente las fases mediante las cuales se desarrollará la producción de melocotón, utilizando la simbología siguiente:

Gráfica 6
Municipio de San José Acatempa, Departamento de Jutiapa
Flujograma del Proceso de Producción de Melocotón
Año: 2002



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

4.6.3 Requerimientos técnicos

Para cumplir con los objetivos del proyecto es necesario contar con los medios que hagan posible la ejecución del mismo, es decir, contar con los conocimientos y

recursos necesarios para aplicar las técnicas de cultivo y conservación de suelos, en el nivel intermedio se presentan algunas variantes en cuanto a mejoras específicamente en la producción de melocotón tales como:

Semilla mejorada, asistencia técnica, conservación de suelos, uso adecuado de agroquímicos, entre otros.

4.7 ESTUDIO ADMINISTRATIVO-LEGAL

Con este estudio se determina el tipo de organización que dirigirá el proyecto, debe establecerse los requerimientos legales para instalarse y operar.

4.7.1 Organización propuesta

Para definir el tipo de organización productiva óptima que tenga bajo su responsabilidad la administración del proyecto, se estudiaron las características socioculturales, la forma en que los agricultores están acostumbrados a organizarse y a trabajar, con este estudio se llegó a determinar que el tipo de organización sugerida es la formación de un Comité Productivo Agrícola, al considerar que estos comités se constituyen para realizar actividades de beneficio colectivo y de desarrollo de proyectos productivos.

Dicho comité se denominará, Comité Productivo “La Ceibita”, el cual estará integrado por veinte miembros de una misma comunidad, dedicadas a realizar actividades productivas similares y se organizarán para tener acceso a crédito, recibir capacitación y contar con asistencia técnica y mejorar su producción.

4.7.2 Justificación

El comité es un modelo de estructura organizacional con fines productivos, conocido en el medio, de fácil constitución y rápida autorización; facilita llevar a término

proyectos que de forma aislada no pueden concretarse.

Con el esfuerzo conjunto de los integrantes, se busca el bienestar de todos, sin preferencias, estas entidades comunales gozan de apoyo estatal y de varios organismos internacionales de desarrollo y fomento, con agencias que operan en Guatemala.

Dentro de los beneficios con que se puede contar están el acceso a créditos, asesorías técnicas, obtención de suministros, entre otros.

4.7.3 Objetivos de la organización

A continuación se enumeran los objetivos que se espera obtener con la organización del Comité:

General

Crear una organización capaz de buscar el mejoramiento tanto económico y social de los miembros y sus familias, orientada a la implementación técnica y de comercialización, buscando los canales más convenientes para la venta del melocotón.

Específicos

Impulsar la organización de un grupo de habitantes del Municipio, en un proyecto de esfuerzo conjunto y solidario, para mejorar el nivel de vida de un sector de la población.

Organizar a los agricultores para fortalecer la eficaz negociación con los intermediarios y optimizar los recursos patrimoniales disponibles.

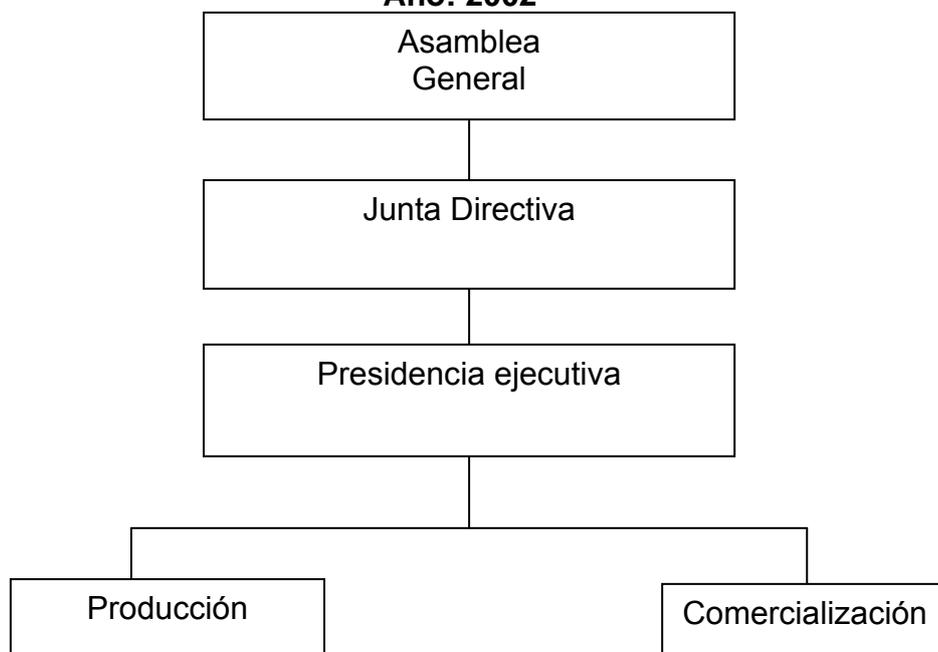
Crear una empresa que sirva de respaldo para buscar asesoría técnica y asistencia financiera disponible para estas organizaciones comunitarias.

4.7.4 Diseño organizacional

La estructura organizacional será de tipo lineal, ya que tanto la autoridad como la responsabilidad se delegará en forma vertical, es decir, que la órdenes se transmiten en una sola línea, la administración estará a cargo de la Junta Directiva que se encontrará formada por un presidente, un vicepresidente, un secretario, un tesorero y un vocal, la cual será electa cada año en Asamblea General.

A continuación se presenta el orden jerárquico que debe de mantener el comité productivo agrícola:

Gráfica 7
Municipio de San José Acatempa, Departamento de Jutiapa
Proyecto: Producción Melocotón
Organigrama Estructural Propuesto
Comité Productivo Agrícola
Año: 2002



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

Funciones básicas de la organización

Las principales funciones que desempeña el Comité son:

Asamblea general: Es el órgano máximo del comité, los miembros eligen la junta directiva, aprueban los estatutos, reglamentos, políticas, normas, presupuesto, plan de trabajo, estados financieros, entre otros.

Junta directiva: Dirige y coordina las actividades del Comité, administra las finanzas y patrimonio, las funciones ejecutivas las encabeza el presidente quien reporta a la Asamblea General, se rigen por lo que indiquen los estatutos y leyes vigentes aplicables.

Presidencia ejecutiva: preside la Junta Directiva y se constituye en el órgano ejecutor de sus decisiones colegiadas. Ejerce la representación legal del comité. Formula su plan de trabajo y el proyecto de presupuesto anual, además administra el recurso humano y patrimonial.

Producción: estará a cargo de una persona, quien será responsable de la producción y manejo de la plantación, cosecha y almacenamiento del melocotón.

Comercialización: la persona responsable realizará la negociación y posterior venta de la producción, buscará las mejores condiciones de mercado para la distribución, así como investigará la competencia.

Marco legal

La base legal que regula la formación de los comités está contenida en las siguientes leyes y decretos:

- Para obtener personalidad jurídica y patrimonio propio debe regirse por el Decreto Gubernativo 2,082 del Congreso de la República, con fecha dos de mayo de 1938 y el Artículo uno del Acuerdo Gubernativo 627 – 93 del 26 de noviembre de 1993.
- Constitución Política de la República de Guatemala, Arto. 34 derechos de Asociación y Arto. 43 libertades de industria, comercio y trabajo.
- Código Municipal Arto. 10.
- Decreto Ley 106 del Código Civil, Arto. 15, relacionado a las personas jurídicas.

Para establecer un comité debe presentarse una solicitud de inscripción en la oficina de Gobernación del lugar, además deberá cumplir los requisitos de inscripción en el registro civil municipal de Jutiapa y en la delegación de la Superintendencia de Administración Tributaria -SAT-

4.8 ESTUDIO FINANCIERO

El objetivo del estudio financiero es la presentación de los diferentes elementos económicos y financieros que reflejen la viabilidad y rentabilidad del proyecto de producción de melocotón en la aldea La Ceibita, municipio de San José Acatempa, departamento de Jutiapa.

En este estudio se analizará la factibilidad financiera del proyecto, la posibilidad de obtener los recursos financieros de la inversión, la identificación de la fuente donde se obtendrá el financiamiento, las fases donde se asignarán las cantidades y valores de los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto, así como, los costos, resultados y evaluación de estos resultados durante el primer año de producción.

La inversión permite conocer todo gasto que se efectúa en la adquisición de recursos en determinado tiempo, para poner en marcha una nueva unidad de producción.

4.8.1 Plan de inversión

La inversión en el proyecto consistirá en todos aquellos activos fijos y capital de trabajo necesarios para la puesta en marcha del proyecto de melocotón en una extensión de cinco manzanas de terreno.

4.8.2 Inversión fija

Para iniciar la plantación se necesita invertir en activos fijos durante los primeros tres años de operación (plantación en proceso), en estos años la producción no ha iniciado, pero se realizan erogaciones en la preparación de la plantación para las subsiguientes cosechas.

A continuación se presentan los bienes tangibles e intangibles que son necesarios para llevar el proyecto a fase operativa:

Cuadro 25
Municipio de San José Acatempa, Departamento de Jutiapa
Proyecto: Cultivo Melocotón
Inversión Fija
Año: 2002

Concepto	Valor Q.
TANGIBLES	128,470
Terreno	50,000
Instalaciones	38,000
Vehículos	15,600
Herramientas	6,320
Equipo agrícola	1,700
Mobiliario y equipo	2,450
Material Vegetativo	14,400
 INTANGIBLES	 6,000
Gastos de organización	6,000
 TOTAL	 134,470

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

Para iniciar el proyecto de cultivo de melocotón es necesario contar con activos tangibles para realizar las diversas tareas en forma adecuada y obtener los resultados que se esperan en la producción, éstos representan el 96% de la inversión fija, mientras que los intangibles representan únicamente el 4%.

4.8.3 Inversión en capital de trabajo

El capital de trabajo lo constituyen las erogaciones en efectivo adicionales a la inversión fija, que se hacen al inicio del proyecto para compra de insumos, pago de mano de obra y costos varios durante los tres años que dura la etapa pre-operativa.

4.8.4 Inversión total

Representa en términos monetarios el valor de los recursos necesarios para la ejecución del proyecto. Es la sumatoria de la inversión fija y el capital de trabajo.

A continuación se muestra la integración de la inversión total necesaria para la ejecución del proyecto.

Cuadro 26
Municipio de San José Acatempa, Departamento de Jutiapa
Proyecto: Cultivo Melocotón
Inversión Total
Año: 2002

Concepto	Valor Q.	%
Inversión fija	134,470	40
Inversión en capital de trabajo	194,478	60
INVERSION TOTAL	328,948	100

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

Para poner en marcha el proyecto de cultivo de melocotón es necesario contar con una inversión total de Q328,948.00, de los cuales el 60% se destinará para invertirlo en capital de trabajo, por lo que constituye el valor más importante y representativo de la inversión total, pero la recuperación de este rubro es a corto plazo, debido a que la mayoría de sus elementos intervienen directamente en el proceso de producción y por ser un producto perecedero, la producción deberá venderse inmediatamente se levante la primera cosecha. El otro 40% está representado por la inversión fija.

4.8.5 Estados financieros

Los estados financieros son herramientas de control que muestran la situación económica y la capacidad de pago de un proyecto a una fecha determinada, ya sea ésta pasada, presente o futura -proyectada-, cuyo objetivo es ayudar en la toma de decisiones, además, conforman el medio eficaz de comunicación

para dar a conocer el origen y destino de los recursos económicos y financieros utilizados durante un período determinado, denominado ejercicio contable.

Costo de producción

El costo de producción es un estado financiero que contiene la integración de los recursos y esfuerzos que se invierten en la producción, en un período determinado, representa todas las erogaciones realizadas desde la adquisición de la materia prima, pago de mano de obra y los costos variables indirectos utilizados para la producción.

A continuación se presenta el requerimiento de insumos, materiales utilizados en la actividad agrícola de la producción de melocotón:

Cuadro 27
Municipio de San José Acatempa, Departamento de Jutiapa
Proyecto: Producción de Melocotón
Requerimiento de Insumos para Una Manzana
Año: 2002

Concepto	Unidad de medida	Cantidad necesaria	Costo unitario Q.	Valor Q.
INSUMOS				
<u>Fertilizantes</u>				
Abono orgánico	Saco	10	59.55	595.50
Urea	Quintal	2.40	109.53	262.87
Triple 15	Quintal	2.40	109.53	262.87
<u>Funquicidas</u>				
Captan	Kilo	25.40	26.12	663.45
Cupravit	Litro	4.80	59.54	285.80
Metaxistos	Litro	4.80	47.66	228.77
TOTAL				2,299.25

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

El cuadro anterior representa los insumos utilizados en una manzana de terreno, cuando ya se obtiene cosecha.

Existe otro elemento en el costo de producción de melocotón, el pago de la mano de obra, la que se detalla a continuación:

Cuadro 28
Municipio de San José Acatempa, Departamento de Jutiapa
Proyecto: Producción de Melocotón
Requerimiento de Mano de Obra para Una Manzana
Año: 2002

Concepto	Unidad de medida	Cantidad necesaria	Costo unitario Q.	Valor Q.
MANO DE OBRA				
<u>Fertilización</u>				
Fertilización	Jornal	25	27.50	687.50
<u>Fumigación</u>				
Erradicación de plagas	Jornal	40	27.50	1,100.00
<u>Labores culturales</u>				
Limpia y control de maleza	Jornal	10	27.50	275.00
Poda	Jornal	10	27.50	275.00
Raleo	Jornal	10	27.50	275.00
<u>Corte y acarreo</u>				
Corte	Jornal	50	27.50	1,375.00
Acarreo	Jornal	20	27.50	550.00
<u>Clasificación y empaque</u>				
Clasificación	Jornal	35	27.50	962.50
Empaque	Jornal	30	27.50	825.00
				6,325.00
Bonificación incentivo	Jornal	230	8.33	1,915.90
Séptimo día				1,373.48
TOTAL				9,614.38

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

Al inicio del cuarto año se obtienen recursos por la venta de la primera cosecha, los cuales son utilizados para pagar la mano de obra utilizada durante el cuarto año, mano de obra que es presentada en el cuadro anterior. El corte del producto es donde más jornales se necesitan debido a que son cortados uno por uno para evitar lastimarlos.

Para el cálculo de los jornales se aplicó el salario mínimo establecido para actividades agrícolas de Q.27.50 por cada jornal, según el artículo 1 del Acuerdo Gubernativo 494-2001 del 18 de diciembre de 2001, emitido por el Ministerio de Trabajo y Previsión Social.

Se agregó al salario mínimo la bonificación incentivo de Q250.00 mensuales, según artículo cuatro del Decreto 37-2001 del congreso de la República del 6 de agosto 2001, a razón de Q8.33 por día laborado.

Para el cálculo del séptimo día se tomó el total pagado por todos los jornales dividido entre los seis días laborados, según el artículo 126 del Decreto 1441 -Código de Trabajo-, reformado por el artículo cuatro del Decreto 64-92 del Congreso de la República, que establece que por cada semana de trabajo, el empleado tiene derecho a un día de descanso remunerado.

A continuación se presentan los costos indirectos variables necesarios para el cultivo de melocotón en una manzana de terreno para una cosecha al año:

Cuadro 29
Municipio de San José Acatempa, Departamento de Jutiapa
Proyecto: Producción de Melocotón
Costos Indirectos Variables para Una Manzana
Año: 2002

Concepto	Unidad de medida	Base legal %	Monto base Q.	Valor Q.
COSTOS VARIABLES INDIRECTOS				
<u>Prestaciones laborales</u>				
Vacaciones	Porcentaje	4.17	7,698.48	321.03
Aguinaldo	Porcentaje	8.33	7,698.48	641.28
Bono 14	Porcentaje	8.33	7,698.48	641.28
Indemnización	Porcentaje	9.72	7,698.48	748.29
Cuota patronal IGSS	Porcentaje	6.67	7,698.48	513.49
TOTAL				2,865.37

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

El cuadro anterior presenta los costos variables indirectos necesarios para la producción de una manzana de melocotón durante el cuarto año, que es cuando se levanta la primera cosecha, dentro de los cuales se calcula el 30.55% de prestaciones laborales y 6.67% de cuota patronal IGSS sobre el valor total de los jornales más el valor total del séptimo día.

Las prestaciones laborales están integradas por:

El 4.17% para vacaciones según el artículo 6 del Decreto 64-92 del Congreso de la República, reformas al decreto 1441, Código de Trabajo.

El 8.33% para aguinaldo según artículo uno del Decreto 76-78 del Congreso de la República de Guatemala, Ley Reguladora del Aguinaldo para trabajadores del sector privado.

El 8.33% para bono 14 según los artículos uno, dos y tres del Decreto 42-92 del Congreso de la República de Guatemala, Ley de Bonificación Anual para trabajadores del sector público y privado.

El 9.72% para indemnización según el artículo 82 del Decreto 1441 del Congreso de la República de Guatemala, Código de Trabajo.

La cuota patronal IGSS correspondiente al Municipio de San José Acatempa es del 6.67%, utilizando 3.67% para cubrir accidentes generales y 3% para invalidez, vejez y sobre vivencia, según lo establece el Acuerdo 1,058 de la Junta Directiva del Instituto Guatemalteco de Seguridad Social.

A continuación se presente el estado de costo de producción de melocotón para el cuarto año que es cuando se obtiene la primera cosecha, de acuerdo a los requerimientos descritos anteriormente y por la producción anual:

Cuadro 30
Municipio de San José Acatempa, Departamento de Jutiapa
Proyecto: Producción de Melocotón
Costo Directo de Producción, primer año de cosecha
Del 01 de enero al 31 de diciembre de 2005

Concepto	Valor Q,
Insumos	11,496.25
Mano de obra	48,071.90
Gastos indirectos variables	14,326.85
Costo de Producción	73,895.00
Quintales producidos	360
Costo de un quintal de melocotón producido	205.26

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

El cuadro anterior muestra el costo directo de producción para cultivar cinco manzanas de melocotón durante el cuarto año, el rubro más significativo está representado por la mano de obra con el 64%, debido a que por el nivel tecnológico utilizado toda la mano de obra es asalariada.

A los insumos se les aplicó un incremento del 6% anual equivalente a la tasa inflacionaria anual según datos del Banco de Guatemala.

4.9 EVALUACIÓN FINANCIERA

Es una herramienta financiera que se utiliza para realizar análisis sobre el patrimonio de un proyecto, en la cual se involucran aspectos relacionados con todo el entorno de la inversión, ganancia y préstamo.

Evaluación financiera simple

Es un análisis financiero que se realiza sobre el patrimonio del proyecto, para el análisis del tiempo y la tasa de recuperación de la inversión, la tasa de recuperación del capital invertido, el margen de seguridad y el punto de equilibrio del proyecto.

A continuación se aplican cada una de estas herramientas para establecer la rentabilidad del proyecto en el primer año de producción.

Tasa de recuperación de la inversión

Es el porcentaje de beneficio que el comité percibirá por el capital invertido en el proyecto.

$$\text{TRI} = \frac{\text{Utilidad del ejercicio} \quad (-) \quad \text{Amortización préstamo}}{\text{Inversión total}} \times 100$$

$$\text{TRI} = \frac{37,176 \quad (-) \quad 0.00}{328,948} \times 100$$

$$\text{TRI} = 0.1130 \quad \times 100 = 11 \%$$

Este resultado indica que durante el primer año de producción se recuperará 11% de lo invertido en los primero tres años pre operativos, este porcentaje se considera razonable debido a que en el primer año de producción los árboles de melocotón están ensayando su producción.

Tiempo de recuperación de la inversión

Indica la liquidez del proyecto y refleja el tiempo en que se recuperará la inversión inicial o el riesgo de no recuperarla en buen tiempo.

$$\text{TREI} = \frac{\text{Utilidad} \quad (-) \quad \text{Préstamo} \quad (+) \quad \text{Depreciación} \quad (+) \quad \text{Amortizaciones}}{\text{Inversión}}$$

$$\text{TREI} = \frac{328,948}{36,168 \quad (-) \quad 0.00 \quad (+) \quad 30,215 \quad (+) \quad 9,360}$$

$$\text{TREI} = \frac{328,948}{75,743} = 4.3$$

Este resultado indica que aproximadamente en el transcurso de cuatro años de los cinco proyectados se recuperarán totalmente los Q328,948.00 invertidos en la plantación previo a la producción, además, los socios cuentan con activos fijos netos por un valor de Q309,863.00 conformados por el valor de la plantación (Q.223,788.00), el terreno (Q.50,000.00) y la inversión fija neta, (Q.36,075.00 inversión fija menos la depreciación acumulada ver cuadro 59 Estado de Situación Financiera).

Retorno al capital

Es la cantidad de dinero invertido en un período, que se recupera o que retorna al capital.

$$RC = \text{Utilidad (-)} \quad \text{Amort préstamo (+)} \quad \text{intereses (+)} \quad \text{deprec (+)} \quad \text{Amort}$$

$$RC = 36,168 \quad (-) \quad 0.00 \quad (+) \quad 3,500 \quad (+) \quad 30,215 \quad (+) \quad 9,360$$

$$RC = 79,243$$

El resultado demuestra que este proyecto favorece al capital invertido por los socios, en virtud que al final del cuarto año, -primer año productivo- existe retorno al capital por valor de Q. 79,243.00 o sea un retorno del 24% de capital invertido.

Tasa de retorno del capital

Es el porcentaje que se recupera o que retorna al capital sobre el dinero invertido en un período determinado.

$$TRC = \frac{\text{Retorno al capital}}{\text{Inversión total}} \times 100$$

$$TRC = \frac{79,243}{328,948} \times 100$$

$$TRC = 0.2409 \times 100$$

$$TRC = 24\%$$

La tasa de retorno del capital demuestra que existe una seguridad que la inversión regresará en un 24% al final cuarto año, - primer año productivo-.

4.9.1 Evaluación social

Consiste en medir las repercusiones del proyecto para la sociedad guatemalteca, así como los beneficios alcanzados en el ámbito de la economía en general.

CONCLUSIONES

Derivado de los resultados de la investigación realizada, se llegaron a obtener las conclusiones que a continuación se describen:

1. Los Artesanos del Municipio de la rama de panadería establecen sus precios de venta de acuerdo a los que rige el mercado, ya que estos resultan desfavorables debido a que desconocen los costos de producción en que incurren por no llevar ningún tipo de control de los mismos.

2. La mayoría de los pequeños productores de pan y agricultores del Municipio no cuentan con apoyo en asistencia técnica, administrativa y crediticia por parte de entidades gubernamentales, para el mejoramiento y desarrollo de sus cultivos, debido a que no cumplen con los requisitos exigidos por dichas entidades.

3. En la actualidad el Municipio no cuenta con instituciones de capacitación que apoye directamente a los productores agrícolas, sin embargo manifiestan su interés en organizarse en un comité especialmente para la producción de melocotón.

4. Algunos productores interesados en la producción de melocotón no cuentan con capital propio para poder llevar a cabo actividades relacionada con la producción.

5. El Municipio de San José Acatempa posee las condiciones naturales aptas para la producción de variedad de cultivos propios de la región, en especial el cultivo de melocotón, por contar con un clima indispensable para la siembra y cosecha, a si mismo por contar con una topografía adecuada para el proyecto.

RECOMENDACIONES

- 1 Que los precios de venta sean establecidos adecuadamente por el Comité específicamente por los encargados de costos y estos se puedan concretar en el proceso de comercialización para que los mismos estén al nivel de las necesidades de los posibles consumidores.

- 2 Que los productores de dicho Municipio, realicen investigaciones de mercado con el fin de tener un amplio conocimiento del mismo, que les permita identificar nuevos canales de comercialización, con el propósito de alcanzar una mayor participación en el mercado

- 3 Que los productores de melocotón que intervengan en la formación del Comité, fomenten la organización comunal a través del Comité integral, ya que con el funcionamiento del mismo, se contribuirá a minimizar los costos de producción y a desarrollar el proceso de comercialización adecuado para dicha comunidad.

- 4 Que los productores de la comunidad tengan la responsabilidad de ahorro para ir creando un capital propio y llevar a cabo las principales actividades relacionadas con la producción.

5. Que todos los productores de melocotón del lugar se organicen y formen un Comité para que funcione de la mejor manera.

- 6 Que los productores organizados en un Comité busquen programas de capacitación para el manejo de costos, y otros aspectos relacionados con las finanzas.

ANEXOS

PLAN ANUAL DE MERCADEO

MANUALES ADMINISTRATIVOS

MANUAL DE ORGANIZACIÓN

MANUAL DE NORMAS Y

PROCEDIMIENTOS

Y

Mapas

INTRODUCCIÓN

A continuación se presenta el Plan Anual de Mercadeo, relacionado con la producción artesanal del Pan, este documento presenta en forma clara y sencilla los procedimientos que un Comité de pequeños productores, deberá desarrollar para lograr alcanzar las metas deseadas.

El presente Plan Anual de Mercadeo contiene los procedimientos que se consideran mas importantes para el logro de los objetivos:

Definición de plan anual de mercadeo

Resumen ejecutivo

Análisis de la situación

Objetivos y metas

Estrategias de mercado

Programas de acción

Presupuesto

Controles.

Se recomienda este Plan, como la base sobre la que se desarrollaran todos los planes operativos de la Empresa.

PLAN ANUAL DE MERCADEO

El plan anual de mercadeo es esencialmente un documento de trabajo que detalla acciones o estrategias de mercadeo, con objetivos y metas dentro de un marco de trabajo, en un ambiente de mercadotecnia.

RESUMEN EJECUTIVO

Con la implementación del plan anual de mercadeo, y la utilización de estrategias a corto y mediano plazo el comité debe cubrir ciertas partes del mercado, especialmente las áreas rurales del Municipio, las cuales por no contar con un acceso rápido y

seguro, se encuentran abandonadas en su totalidad y no cuentan con un tipo de organización como el comité que se propone o se piensa implementar

Con la ayuda del comité los miembros asociados al mismo podrán contar con cierta tecnología entre las que están: Hornos eléctricos amasadoras eléctricas, batidora eléctrica además tendrán a su disposición ciertos estándares de calidad en cuanto a materias primas y los principales utensilios a utilizar, todo esto será de gran beneficio ya que las tres panificadoras existentes en el Municipio las herramientas que utilizan es de baja tecnología tales como: hornos de leña, la materia prima que es usada para la elaboración del producto la mayoría es comprada en el departamento de Jutiapa y en algunos casos en la Ciudad Capital

ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN

Comprende el estudio de:

(FODA).

“Es un instrumento de ajuste importante que ayuda a los gerentes a desarrollar cuatro tipos de estrategias: estrategias de fuerzas y debilidades, estrategias de debilidades y oportunidades, estrategias de fuerzas y amenazas y estrategias de debilidades y amenazas”.

<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Cliente interesados en el servicio. 2. Mercado nuevos 3. Capacitación al personal en las distintas áreas. 	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIAS FO.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Se cuenta con personal de experiencia, fortalecer en cuanto a capacitaciones F2.O3. 2. Personal con conocimiento amplio de servicio para ofrecer a los clientes, interesados. F2.O1 	<p style="text-align: center;">ESTRAGIAS DO.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Capacitar al personal que se necesita en los distintos departamentos para la buena administración. 2. Con el establecimiento s de objetivos claros, misión y visión, captación de clientes D1.O1
<p>AMENAZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ingreso de nuevas Empresas que ofrecen el producto. 2. Competencia desleal, con relación a los precios. 	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIAS FA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ofrecer el mejor servicio con precio justo, y así eliminar la competencia desleal. F3 A3. 2. La experiencia que poseen es importante y se debe explotar. 3. Establecimiento de estrategias para la captación 	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIAS DA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Es importante la publicidad, en el caso del comité. 2. Ampliar los conocimientos administrativos y financieros, necesarios en los procesos y así poder visualizar a la competencia D7, A1

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	<ol style="list-style-type: none"><li data-bbox="699 248 991 394">1. Personal, capacitado y con experiencia.<li data-bbox="699 416 991 562">2. Cuenta con una cartera de clientes.<li data-bbox="699 584 991 674">3. Primero en el mercado.<li data-bbox="699 696 991 887">4. Ser un gremio unido, que busca mejorar su situación.	<ol style="list-style-type: none"><li data-bbox="1066 248 1342 394">1. Falta de misión, visión y organigrama.<li data-bbox="1066 416 1342 506">2. La publicidad es débil.<li data-bbox="1066 528 1342 674">3. El personal con que cuenta es poco.<li data-bbox="1066 696 1342 786">4. Falta de organización.<li data-bbox="1066 808 1342 898">5. No se tienen los objetivos claros<li data-bbox="1066 920 1342 1223">6. Carencia de controles y procesos para el ingreso de nuevos asociados.<li data-bbox="1066 1245 1342 1435">7. Falta de conocimiento administrativo y financiero.

OBJETIVOS Y METAS

Los cuales tendrán como propósito fundamental Incrementar las ventas del comité

OBJETIVOS

Dentro de los objetivos que se pretenden llevar a cabo están los siguientes:

Captar nuevos mercados con la implementación de estrategias

Con el incremento de las ventas los asociados obtendrán beneficios económicos y sociales.

Establecer un comité con todos los elementos necesarios, es decir, humanos, materiales y financieros, para su funcionamiento

Contribuir al desarrollo productivo y económico de la localidad, consecuentemente del país, generando más fuentes de trabajo.

METAS

La cual esta en base a tener en un periodo no mayor de dos años un total de veinte miembros, los cuales estarán en disposición de convertirse en una cooperativa y a si poder dar un mejor servicio a sus asociados.

Al lograr desarrollar las estrategias se espera captar nuevos asociados un mínimo de diez miembros por año para el comité ofreciéndoles beneficios únicos en el mercado.

ESTRATEGIAS

Para poder alcanzar las metas se implementara la colocación de afiches para que las personas interesadas puedan asociarse al comité, los mismos estarán colocados en puntos estratégicos, a los cuales se considera que tiene mas afluencia la población tales como: la municipalidad, las iglesias y las escuelas las cuales en su mayoría funcionan en las diferentes aldeas del Municipio.

Se implementaran estrategias relacionadas con el precio y los beneficios adicionales que todo socio recibirá al estar asociado al comité.

La fijación de precios deberá dar origen a que los mismos sean establecidos en forma consciente de tal manera que ayuden alcanzar los objetivos de las empresas asociadas.

PROGRAMAS DE ACCIÓN

Comprenderá las diferentes actividades específicas, tácticas o estrategias que se llevarán a cabo para poder lograrse las metas trazadas con anterioridad dentro de las mismas se puede mencionar a las siguientes:

ESTRATEGIAS	TÁCTICAS
1. Intensificar las actividades de mercadeo en las aldeas cercanas	1. Repartir volantes los días que se consideran que las personas se encuentran en su domicilio (sábado y domingo).
2. Cuando un asociado recomienda a una persona para asociarse al comité éste obtendrá un descuento del 10% en las siguientes compras que realice durante un mes.	2. En las asambleas generales informar a los asociados de los beneficios que obtendrá cuando recomienda a otra persona para asociarse.

PRESUPUESTO

Para que dicho programa entre en funcionamiento se tiene contemplado en el primer año una parte de las aportaciones y la ayuda de los asociados, y en los siguientes años el presupuesto se obtendrá de los beneficios que el comité valla obteniendo, así mismo en los años siguientes debido al número de asociados y al aporte de los

mismos miembros este podrá contar con un presupuesto acorde a las necesidades y al numero de asociados

CONTROLES

Para que este plan pueda desarrollarse y obtener los objetivos y metas trazados deberá de estar en constante revisión y control por parte del concejo administrativo. Además de todos los agremiados los cuales deberán de estar de acuerdo en mayoría para poder tomar decisiones importantes que tendrán como resultado el beneficio de los agremiados.

MANUAL DE ORGANIZACIÓN

INTRODUCCIÓN

El Manual de Organización es un instrumento administrativo que en los últimos tiempos ha tomado gran relevancia en la actividad administrativa.

El propósito fundamental del Manual es facilitar el conocimiento de la Estructura Organizacional del Comité de Pequeños Productores de Pan. Así como funciones generales, descripción de atribuciones y responsabilidades del personal que conforma la estructura general, se dejan claramente establecidos los canales y grados de autoridad y responsabilidad de los niveles jerárquicos.

Por medio de la comunicación entre cada departamento de la organización se logra una buena Administración, esto es precisamente lo que se pretende alcanzar, contando con un instrumento adecuado que permita establecer como y que se debe hacer, evitando pérdida de tiempo y esfuerzo.

IMPORTANCIA

Poder conocer los cargos y las principales funciones que cada departamento desempeña, para poder comprender de una manera mas sencilla quienes son los encargados de dirigir el comité.

APROBACIÓN.

La junta directiva y la gerencia, serán los encargados de aprobar, el contenido del presente Manual de Organización, determinando el periodo de vigencia y la introducción de nuevos puestos de trabajo conforme vayan siendo necesarios y actualizarse a las necesidades del comité, pues toda Organización esta en constante evolución.

aporte para las autoridades de la organización, miembros y personal que

El Manual de Organización es un instrumento administrativo que en los últimos tiempos ha tomado gran relevancia en la actividad administrativa.

El propósito fundamental del Manual es facilitar el conocimiento de la Estructura Organizacional del Comité de Pequeños Productores de Pan. Así como funciones generales, descripción de atribuciones y responsabilidades del personal que conforma la estructura general, se dejan claramente establecidos los canales y grados de autoridad y responsabilidad de los niveles jerárquicos.

Por medio de la comunicación entre cada departamento de la organización se logra una buena Administración, esto es precisamente lo que se pretende alcanzar, contando con un instrumento adecuado que permita establecer como y que se debe hacer, evitando pérdida de tiempo y esfuerzo.

IMPORTANCIA

Poder conocer los cargos y las principales funciones que cada departamento desempeña, para poder comprender de una manera mas sencilla quienes son los encargados de dirigir el comité.

APROBACIÓN.

La junta directiva y la gerencia, serán los encargados de aprobar, el contenido del presente Manual de Organización, determinando el periodo de vigencia y la introducción de nuevos puestos de trabajo conforme vayan siendo necesarios y actualizarse a las necesidades del comité, pues toda Organización esta en constante evolución.

MARCO JURÍDICO

Los beneficios que proporciona el manual de organización, consiste en el aporte para las autoridades de la organización, miembros y personal que labora.

OBJETIVOS

Dentro de los mismos se puede mencionar a los siguientes.

GENERAL

- Facilitar el conocimiento de la estructura organizacional del comité de pequeños productores de pan y puestos que lo conforman.

ESPECÍFICOS

- Dar a conocer las metas y objetivos del comité para utilizar adecuadamente los esfuerzos de trabajo.
-
- Servir de guía de trabajo para la adaptación de nuevos trabajadores, facilitando su ubicación de forma inmediata, así como las funciones que tendrá que desarrollar.
-
- Obtener los resultados y metas que el comité se ha propuesto.

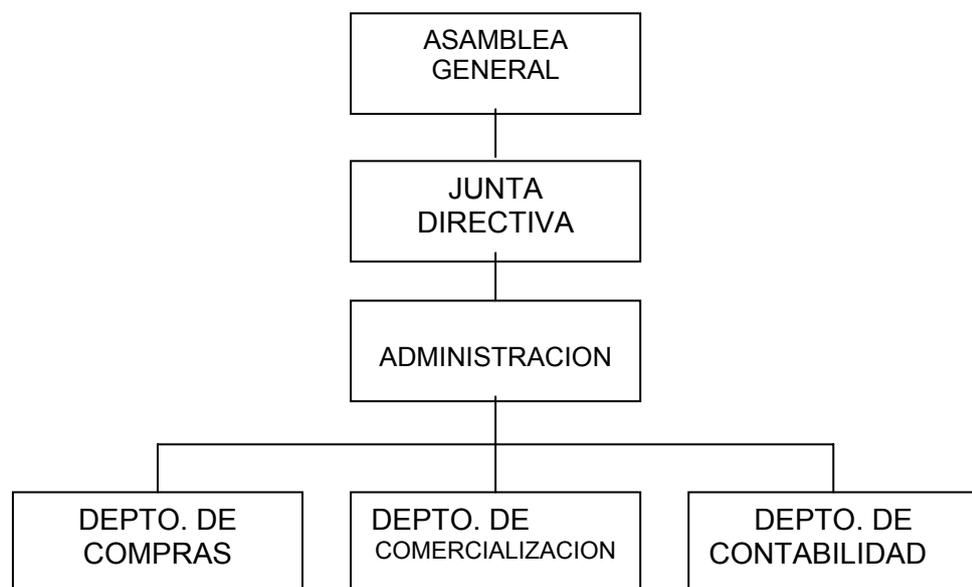
GENERALIDADES DEL COMITÉ

El comité de pequeños productores de pan, es una organización al servicio de los asociados y de la comunidad, estará ubicado en el centro del Municipio su principal actividad será la comercialización, apoyo técnico y financiero.

ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

El comité está organizado en unidades administrativas, bajo la responsabilidad del personal específico y de acuerdo a la estructura presentada en el siguiente organigrama.

Organigrama Nominal Comité de Pequeños Productores de Pan San José Acatempa.



En el organigrama anterior, se establecen los diferentes puestos que deben conformar el comité

DESCRIPCIÓN TÉCNICA DE PUESTOS.

- Asamblea General
- Junta Directiva
- Gerente.
- Departamento de Compras
- Departamento de Comercialización
- Departamento de Contabilidad

NORMAS

Los permisos únicamente serán autorizados por enfermedad y en casos extremos como, defunciones o nacimientos de la familia del trabajador. Debe cumplirse con el horario de trabajo establecido, si la actividad que realiza lo amerita.

Toda inasistencia a sus labores, deberá ser justificada en el momento oportuno.

VIGENCIA DEL MANUAL

Al momento en que sea aceptado por la Asamblea General del Comité entrara en vigencia el presente Manual

FUNCIONES DE LAS UNIDADES

Dentro de estas se pueden mencionar las siguientes

1. ASAMBLEA GENERAL

- Descripción Genérica
Constituye la máxima autoridad del comité es quien toma las decisiones más importantes, que tengan incidencia en el mismo.

- Integración
Esta conformada por todos los asociados, con pleno uso de los derechos que les otorga el Decreto ley 114-97, Artículo 53 que reforma el Artículo 18 del Código Civil

- Atribuciones.
Definir las políticas de organización, dirección y control interno.

analizar, modificar, aprobar el presupuesto anual de ingresos y egresos

elegir a los integrantes de la Junta Directiva.

2. JUNTA DIRECTIVA.

- Descripción Genérica

Tendrá a su cargo la administración del comité en forma general, con el propósito de velar por los objetivos.

- Integración

Estará integrado por los miembros electos por la Asamblea General.

- Atribuciones
- Presentar ante la Asamblea General las políticas, planes y programas de la organización, para su aprobación.
- convocar a Asamblea General, ordinaria y extraordinaria
- supervisar las demás áreas que están bajo su cargo

3. ADMINISTRACION

- Descripción genérica.

Tendrá como función principal administrar en forma conveniente los recursos del comité, de acuerdo a los planes establecidos, así como informar a la Junta Directiva, sobre el cumplimiento de los objetivos.

- Integración

Estará integrada por una persona electa por la Asamblea General

- Atribuciones
- Supervisar las actividades de compras, comercialización y contabilidad.
- Seleccionar y contratar empleados

- Coordinar con la Junta Directiva y demás órganos las actividades del comité
- Reportar a la Junta Directiva, respecto a los trabajos realizados, de acuerdo a los planes y programas del comité.

4. *Departamento de Comercialización*

- Descripción Genérica

Trabajo que consiste en organizar, dirigir y controlar las actividades de venta del producto.

- Integración

Esta integrado por una persona con conocimientos relacionados a la compra y venta del producto.

- Atribuciones.

Buscar y establecer los canales óptimos de comercialización del producto

Determinar los métodos de compra de materiales e insumos para la producción

Recibir y dictaminar los pedidos.

DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL PUESTO

TITULO DE PUESTO:	Presidente
UBICACIÓN :	Junta Directiva
JEFE INMEDIATO SUPERIOR:	Asamblea General
SUBALTERNOS:	Vicepresidente, Secretario, tesorero, Vocal.

Descripción del puesto

Trabajo consistente en supervisar programas y controlar la producción de los pequeños productores de pan.

Funciones y atribuciones.

- Estimar cantidades en cuanto a materia prima y especialmente costos que recibirán los asociados.
-
- Inspeccionar a los pequeños productores en el proceso productivo.
-
- Administrar los recursos del comité.
-
- Convocar a sesiones, dando participación a todos los asociados, cuando sea necesario.

Relaciones de trabajo

Tiene estrecha comunicación con los miembros del comité y los miembros de la junta directiva.

Responsabilidades

Debe cumplir con las atribuciones inherentes al puesto, además velar por que se cumplan los objetivos que se persigue en el comité.

DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL PUESTO

TITULO DEL PUESTO:	Presidente
UBICACIÓN :	Junta Directiva
JEFE INMEDIATO SUPERIOR:	Asamblea General
SUBALTERNOS:	Vicepresidente, Secretario, tesorero, Vocal.

Requisitos.

- Ser miembro asociado al comité
- Conocer aspectos en cuanto a producción y comercialización
- Carencia de antecedentes penales

Educacionales

Poseer diploma de tercero básico mínimo

Habilidades y destrezas numéricas

Análisis para toma de decisiones

Iniciativa y don de mando

Facilidad de comunicación verbal y escrita.

DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL PUESTO

TITULO DE PUESTO:	Vice-presidente
UBICACIÓN:	Junta Directiva
JEFE INMEDIATO SUPERIOR:	Presidente Junta Directa
SUBALTERNOS:	Ninguno

Descripción del puesto

Es un trabajo de carácter administrativo, tiene a su cargo la ejecución de actividades para asistir al presidente y en su ausencia poder tomar decisiones relevantes en cuanto al buen funcionamiento del mismo.

Funciones y atribuciones

Colaborar en la elaboración de los planes de trabajo del comité con el Presidente de la Junta Directiva.

Sustituir al Presidente de la Junta Directiva en el caso que sea necesario, Cuando por algún motivo se encuentre fuera de sus funciones cumplir y hacer que se cumplan los fines del comité.

Relaciones de trabajo

Por la naturaleza de sus funciones, deberá mantener una estrecha relación con el presidente y miembros de la Junta Directiva.

Responsabilidades

Debe cumplir con las responsabilidades que el puesto amerita, además de velar por el buen funcionamiento del comité.

DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL PUESTO

TITULO DE PUESTO:	Vice-presidente
UBICACIÓN:	Junta Directiva
JEFE INMEDIATO SUPERIOR:	Presidente Junta Directa
SUBALTERNOS:	Ninguno

Toma de decisiones de carácter administrativo de los resultados responderá ante el Presidente de la Junta Directiva

Requisitos

Ser miembro del comité

Carencia de antecedentes penales y policíacos.

Educacionales

Ninguno

DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL PUESTO

TITULO DE PUESTO:	Secretaria
UBICACIÓN :	Junta Directiva
JEFE INMEDIATO SUPERIOR:	Presidente Junta Directiva
SUBALTERNOS:	Ninguno

Descripción del puesto:

Es un trabajo de carácter administrativo, tiene a su cargo la ejecución de actividades para asistir al Gerente y en su ausencia verificar los cobros adeudados al comité y efectuar los pagos correspondientes.

La persona asignada a este puesto, es responsable de transcribir a maquina en forma de textos y documentos, recibe instrucciones de trabajo en forma verbal y/o escrito, desarrollándolas conforme la reglamentación vigente.

Funciones y atribuciones:

Atender a los asociados sobre actividades relacionadas al comité.

Tomar nota sobre reuniones en Asamblea General o Juntas de Directores en las sesiones ordinarias y extraordinarias según los estatutos.

Levantar actas, hacer notas o avisos sobre las reuniones o informaciones a nivel general.

Recibe, elabora y envía correspondencia tras atribuciones que le sean asignadas por su jefe inmediato superior

DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL PUESTO

TITULO DE PUESTO:	Secretaria
UBICACIÓN :	Junta Directiva
JEFE INMEDIATO SUPERIOR:	Presidente Junta Directiva
SUBALTERNOS:	Ninguno

Responsabilidades

Es responsable de las labores propias, velando por el buen uso y cuidado del equipo (maquina de escribir, archivos, sellos, escritorio) y otros útiles de oficina necesarios en el desarrollo de sus funciones.

Llevar controlar los libros de actas y acuerdos.

Otras responsabilidades que delegue el Gerente.

Requisitos Mínimos

Educacionales: Saber leer, escribir.

Experiencia: Un año de trabajar en puesto similar.

Habilidades y Destrezas: saber escribir a maquina y utilizar los archivos.

DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL CARGO

TITULO DE CARGO:	Gerente General
UBICACIÓN :	Gerencia
JEFE INMEDIATO SUPERIOR: Directiva	Presidente Junta
SUBALTERNOS: comercialización.	Secretaria, Contabilidad, Compras

Descripción del puesto:

Trabajo administrativo cuyas funciones principales son las de planificar, organizar, integrar, dirigir y controlar la ejecución de las actividades del comité.

Funciones y atribuciones

Planificar, organizar, integrar, dirigir y controlar la ejecución de las actividades del comité.

Coordinar y supervisar el trabajo de los empleados bajo su responsabilidad
Rendir informe mensual al concejo de administración sobre actividades a su cargo.

Responsabilidades

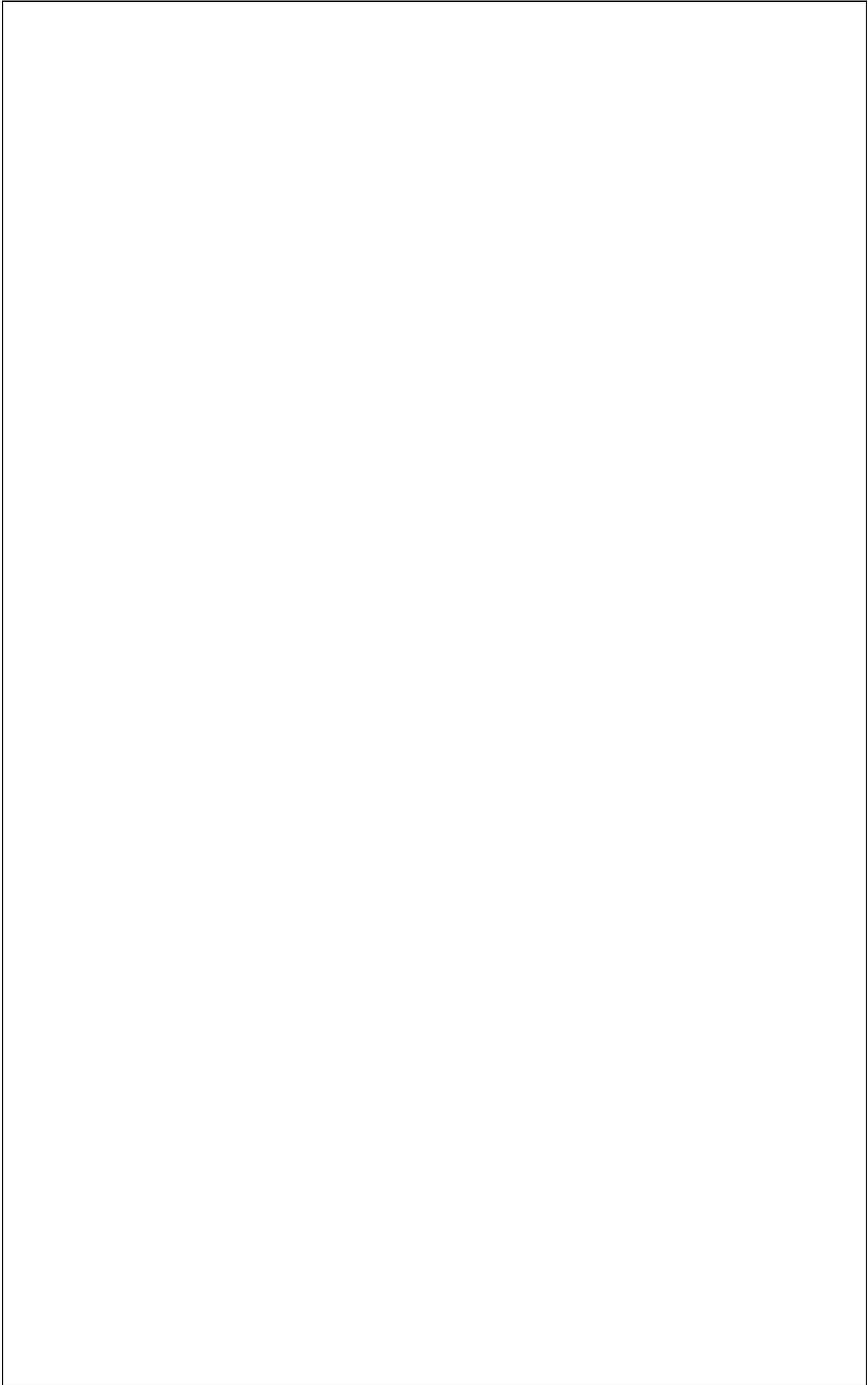
Llevar un control en cuanto al numero de asociados que conforman el comité

Requisitos

Tener conocimiento de Administración de Empresas

Don de mando y buenas relaciones humanas

Título de educación media mínimo



DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL CARGO

TÍTULO DE CARGO:	Contador
UBICACIÓN :	Contador General
JEFE INMEDIATO SUPERIOR:	Gerente
SUBALTERNOS:	Ninguno

Descripción del puesto:

La persona asignada a este puesto, es responsable de llevar los inventarios, libros contables necesario, controlando los ingresos y egresos del comité permanentemente.

Es un puesto de carácter administrativo, tiene a su cargo la ejecución de actividades para asistir al Gerente en su ausencia cuando se trate de rendir informes aclaraciones y otras dudas.

Funciones atribuciones:

Velar por que las actividades administrativas y económico-financieras del comité, se realicen eficientemente.

Emitir dictamen sobre los informes y documentos de tipo contable que el Concejo de Administración deba someter a la consideración de la Asamblea General Ordinaria.

Llevar el control sobre facturación que se emita en el comité

Velar por los derechos, intereses y cumplimiento de las obligaciones de los Asociados.

Presentar a la Asamblea General Ordinaria, un informe de los estados financieros desarrolladas durante el año.

DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL CARGO

TITULO DE CARGO:	Contador
UBICACIÓN :	Contador General
JEFE INMEDIATO SUPERIOR:	Gerente
SUBALTERNOS:	Ninguno

Atribuciones

Únicamente la que ejecuta dentro de sus funciones .

Responsabilidad

Es responsable por las labores contables, presentando los estados financieros al Concejo de Administración cuando este lo requiera.

Revisa y firma en el dorso, cada uno de los documentos relativos a ingresos y egresos mensuales.

Al finalizar el ejercicio contable, levanta un inventario y elabora el balance general y estado de productos y gastos.

Requisitos Mínimos:

Educacionales: Ser perito contador autorizado.

Experiencia: dos Años en puesto similar.

Habilidades y destrezas: Capacidad numérica, habilidad en el manejo de equipo de oficina, así como de documentos contables.

INTRODUCCIÓN

Como complemento del Manual de Organización a continuación se presenta el Manual de Normas y procedimientos con el fin de que sirva de instrumento administrativo a los empleados en la orientación del desempeño de sus actividades diarias.

Primeramente se hace mención de los objetivos del Manual, se puede observar la Simbología convencional a utilizarse en los flujogramas, seguidamente se detalla con claridad la descripción de las etapas a seguir y el diagrama del flujo respectivo.

OBJETIVOS

Indicar en forma ordenada los pasos a seguir en la ejecución de una actividad logrando mantener la disciplina dentro de los departamentos para contribuir a la optimización del tiempo invertido.

Servir de guía, orientando al personal en el desempeño de las distintas funciones, fortaleciendo el proceso administrativo del comité.

Realizar las funciones en un periodo de tiempo razonable, logrando el máximo de eficiencia.

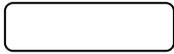
NORMAS GENERALES.

El presente Manual de Normas debe ser conocido y aplicado por personal del comité, para que conozcan los pasos a seguir en el desarrollo de los procedimientos en el que se encuentran involucrados.

La Junta Directiva del Comité será la responsable de actualizar o realizar las modificaciones pertinentes al manual, de acuerdo a las necesidades y los cambios que se presentan durante la vida del proyecto.

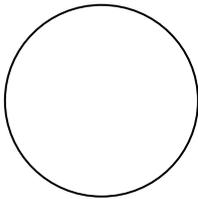
SIMBOLOGIA UTILIZADA.

Los símbolos son una especie de lenguaje convencional con los que se designan representan ideas, conceptos, acciones, etc., de allí el hecho de que existe diversidad de simbología para representar los flujo gramas.



INICIO O FIN DE UN PROCEDIMIENTO

Indica el inicio o fin de un procedimiento



OPERACIÓN:

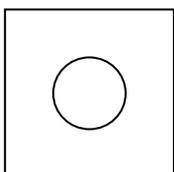
Indica operaciones, cuando se prepara información firma de un documento, se llena un formato, se maneja na maquina, se recolecta datos, etc.; o sea una acción donde detiene a meditar para analizar lo que debe continuarse ejecutando

INSPECCION



Indica inspección, ocurre cuando se examina

comprueba algo de trabajo ejecutado cuando antes de autorizar la consecuencia de otro paso de un dimiento, se detiene a meditar para lo que debe continuarse ejecutando



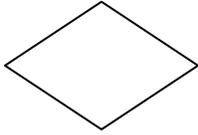
REVISION Y OPERACIÓN

Es la realización de una revisión y operación simultanea, ejecución de dos tareas a la vez.



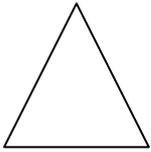
DOCUMENTO

Se utiliza para simbolizar un documento, formulario, impreso, libro, etc.



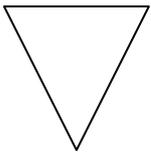
DECISIÓN

Indica cuando debe continuar o no un procedimiento (si o no)



ARCHIVO TEMPORAL

Sirve para simbolizar el archivo de un expediente en forma temporal



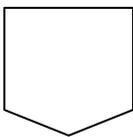
ARCHIVO DEFINITIVO

Sirve para simbolizar el archivo de un expediente en forma definitiva



TRASLADO

Indica a que unidad o persona deben enviarse los documentos, correspondencia o actividad



CONECTOR

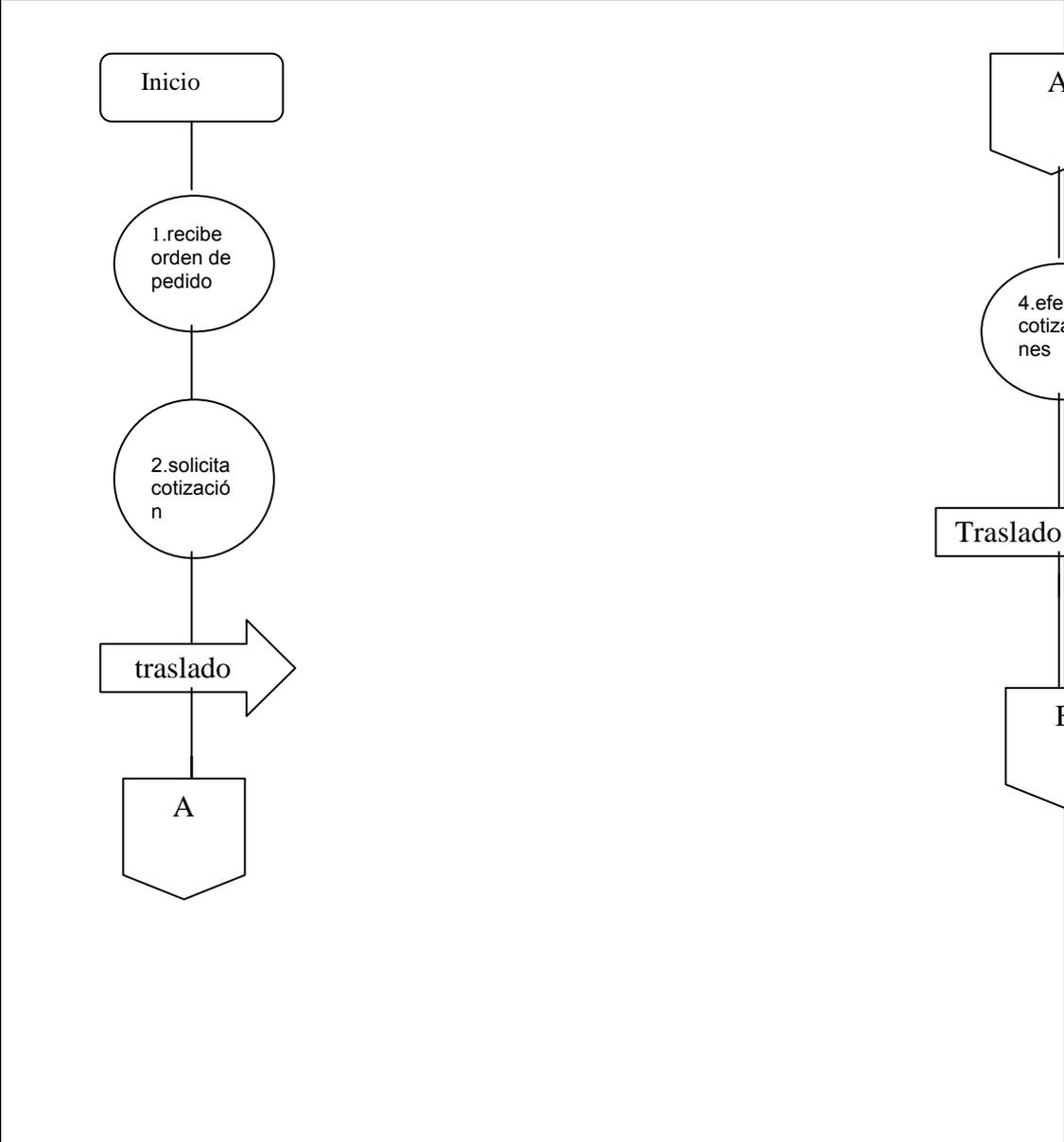
Se utiliza cuando una actividad pasa de un puesto a otro.

<p>Comité de pequeños productores de pan San José Acatempa.</p>	<p>No. De pasos: 7 Fecha: Hojas: 1 de 5</p>
<p>INICIA: Presidente de Junta Directiva.</p>	<p>FINALIZA: Encargado de compras</p>
<p>PROCEDIMIENTO No. 1 COMPRA DE MATERIA PRIMA.</p>	
<p>DESCRIPCIÓN</p> <p>Será el encargado de la compra de insumos para llevar a cabo la comercialización de los mismos.</p> <p>OBJETIVOS</p> <p>Comprar insumos para poder surtir a los miembros del comité a precios mas bajos</p> <p>Mantener existencias de los diferentes productos que se van a comercializar</p> <p>NORMAS</p> <p>El responsable de este procedimiento es el encargado del departamento de compras</p> <p>Toda compra se llevara a cabo únicamente con el visto bueno del Presidente del Comité.</p> <p>Antes de efectuar la compra será necesario realizar varias cotizaciones</p>	

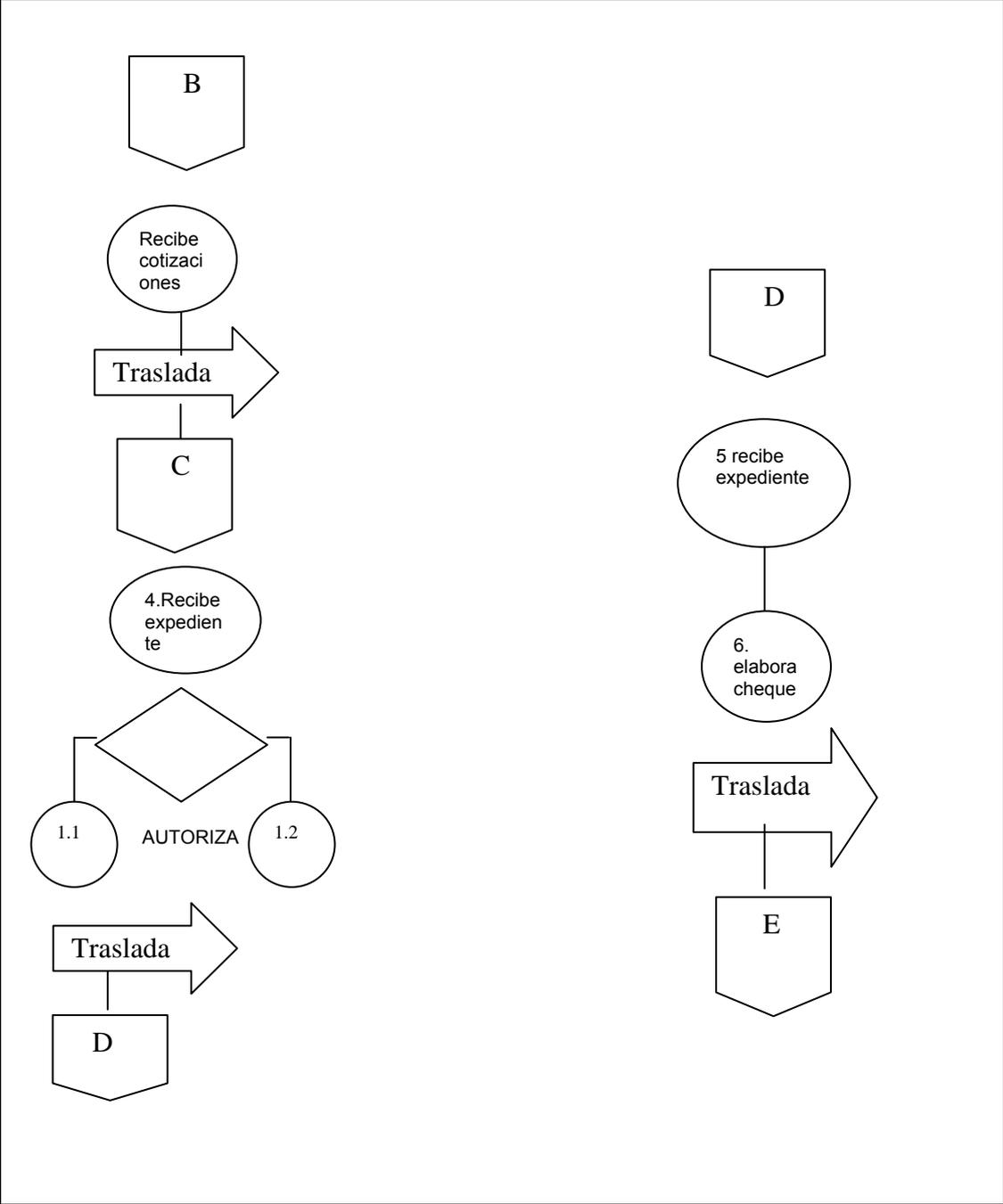
Comité de pequeños productores de pan San José Acatempa.		No. De pasos: 7 Fecha: Hojas: 2 de 5	
INICIA: Departamento de compras		FINALIZA: Encargado de compras	
PROCEDIMIENTO No. 1 COMPRA DE MATERIA PRIMA.			
Responsable	Puestos	Paso No.	Actividad
Encargado Compras	Departamento de compras.	1	Recibe orden de compras
Proveedor	Vendedor	2	Solicita cotizaciones a los proveedores
Encargado compras	Departamento de compras	3	Envía cotizaciones, solicitadas.
		4	Recibe cotizaciones y
	Presidente	4.1	traslada para autorización.
Junta Directiva			Presidente recibe expediente y lo revisa.
	Presidente	4.2	
Junta Directiva	Departamento de compras	5	Si esta correcto autoriza la compra.
Encargado compras			Traslada el expediente al encargado de contabilidad.

Comité de pequeños productores de pan San José Acatempa.		No. De pasos: 7 Fecha: Hojas: 2 de 5	
INICIA: Departamento de compras		FINALIZA: Encargado de compras	
PROCEDIMIENTO No. 1 COMPRA DE MATERIA PRIMA.			
Responsable	Puestos	Paso No.	Actividad
		6	Si no esta correcto lo devuelve al departamento de compras.
		7	Recibe el expediente, elabora y firma el cheque.

Comité de pequeños productores de pan San José Acatempa.	No. De pasos: 7 Fecha: Hojas: 3 de 5
INICIA: Departamento de compras	FINALIZA: Encargado de compras
PROCEDIMIENTO No. 1 COMPRA DE MATERIA PRIMA.	
Departamento de compras	Proveedores



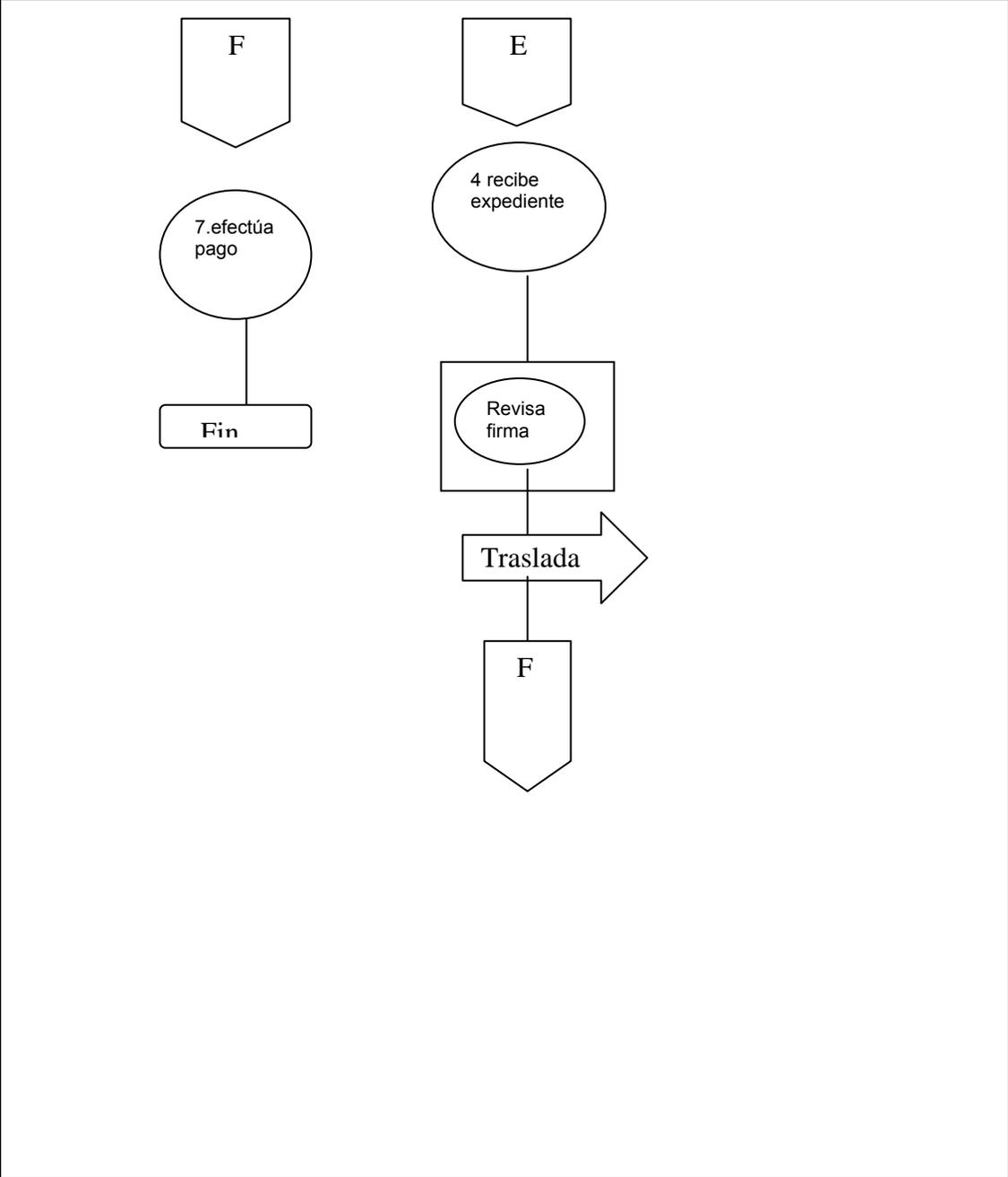
Comité de pequeños productores de pan San José Acatempa.	No. De pasos: 7 Fecha: Hojas: 4 de 5
INICIA: Departamento de compras	FINALIZA: Encargado de compras
PROCEDIMIENTO No. 1 COMPRA DE MATERIA PRIMA.	
Departamento de compras	Proveedores



Comité de pequeños productores de pan San José Acatempa.	No. De pasos: 7 Fecha: Hojas: 5 de 5
INICIA: Departamento de compras	FINALIZA: Encargado de compras

PROCEDIMIENTO No. 1 COMPRA DE MATERIA PRIMA.

Departamento de compras	Proveedores
-------------------------	-------------



<p>Comité de pequeños productores de pan San José Acatempa.</p>	<p>No. De pasos: 7 Fecha: Hojas: 1 de 3</p>
<p>INICIA: Departamento de comercialización</p>	<p>FINALIZA: Contador</p>
<p>PROCEDIMIENTO No. 2 COMPRA DE INSUMOS</p>	
<p>DESCRIPCIÓN</p> <p>Consiste en la elaboración de informes de ventas y cuadro diario de ventas.</p> <p>OBJETIVOS</p> <p>Generar los reportes de ventas correspondientes.</p> <p>Lograr la venta directa sin la participación de intermediarios.</p> <p>Determinar el monto de la cuenta de clientes.</p> <p>NORMAS</p> <p>El encargado del departamento de comercialización es el responsable de realizar dicho procedimiento.</p> <p>Las ventas al crédito deben de ser autorizadas por el presidente del comité.</p> <p>El efectivo generado por las ventas debe de ser depositado a diario, dicho informe debe de ir respaldado por los documentos que los avalan.</p>	

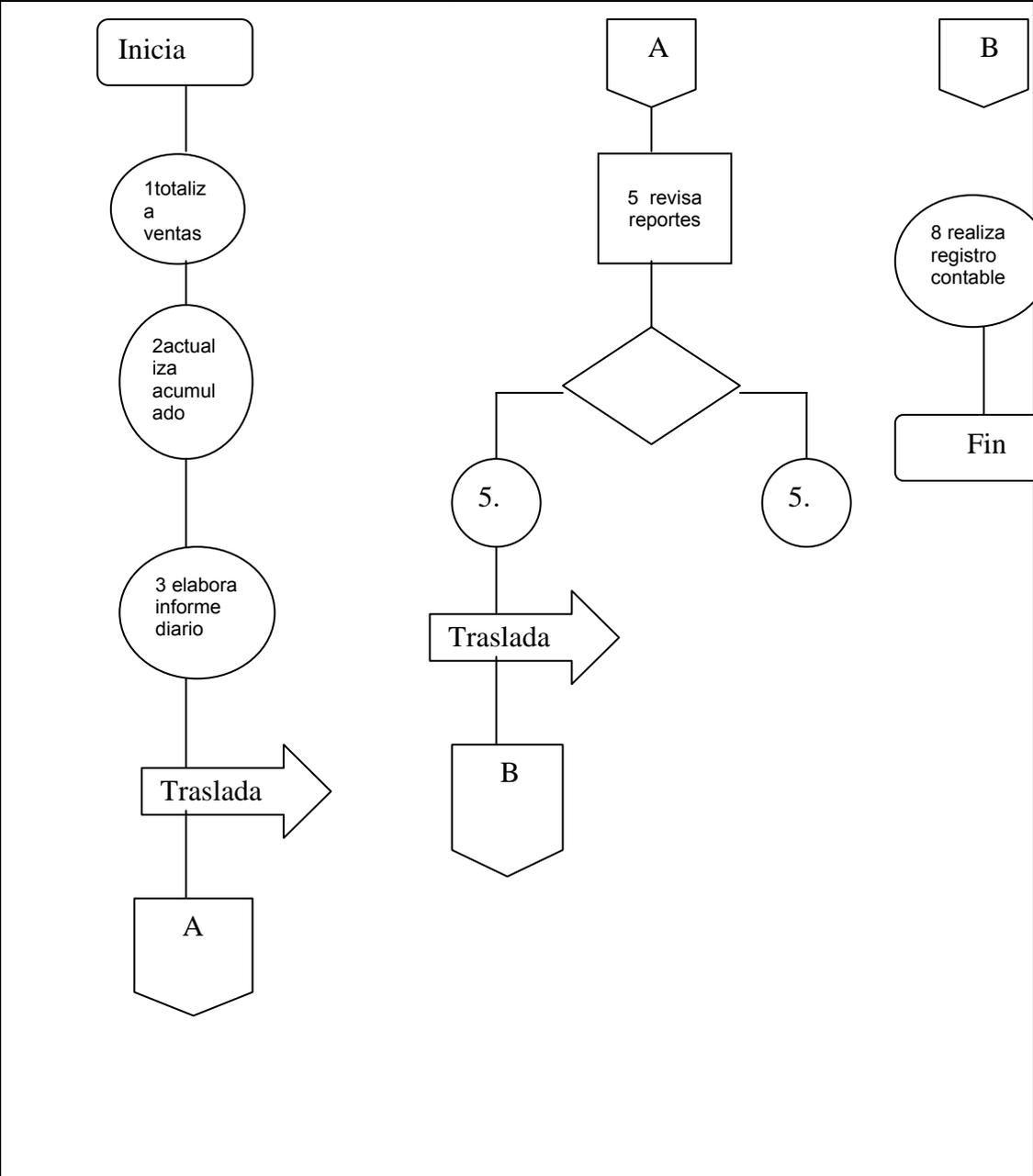
Comité de pequeños productores de pan San José Acatempa.		No. De pasos: 8 Fecha: Hojas: 2 de 3	
INICIA: Departamento de comercialización		FINALIZA: Contador	
PROCEDIMIENTO No. 2 COMPRA DE INSUMOS.			
Responsable	Puestos	Paso No.	Actividad
Departamento de comercialización	Encargado de comercialización.	1	Totaliza las ventas diarias.
		2	Traslada el total de ventas del día a su acumulado.
		3	Elabora un informe diario de ventas al contado y/o crédito.
Gerencia	Gerencia	4	Envía el reporte de ventas al gerente.
		5	Envía copia al contador del comité.
		5.1	Revisa que no haya error devuelve el documento para su corrección.
		5.2	Si esta correcto archiva y realiza el corte de caja
		5.3	

			diario
Comité de pequeños productores de pan San José Acatempa.		No. De pasos: 8 Fecha: Hojas: 2 de 3	
INICIA: Departamento de comercialización		FINALIZA: Contador	
PROCEDIMIENTO No. 2 COMPRA DE INSUMOS.			
Responsable	Puestos	Paso No.	Actividad
	Contador	6	Efectúa el deposito correspondiente a las fechas del día.
		7	Traslada copias de las facturas de las ventas.
		8	Revisa documentos y realiza registros contables.

Comité de pequeños productores de pan San José Acatempa.	No. De pasos: 8 Fecha: Hojas: 3 de 3
INICIA: Departamento de comercialización	FINALIZA: Contador

PROCEDIMIENTO No. 2 COMPRA DE INSUMOS

Departamento de comercialización	Gerente	Proveedores
----------------------------------	---------	-------------



<p>Comité de pequeños productores de pan San José Acatempa.</p>	<p>No. De pasos: 8 Fecha: Hojas: 1 de 4</p>
<p>INICIA: Encargado de almacén</p>	<p>FINALIZA: Encargado de almacén</p>
<p>PROCEDIMIENTO No. 3 COMPRA DE INSUMOS</p>	
<p>DESCRIPCIÓN</p> <p>Llevar un estricto control de la materia prima que se tiene en existencia</p> <p>OBJETIVOS</p> <p>Realizar las requisiciones de producto en forma oportuna para no quedarse sin existencia.</p> <p>Determinar el saldo diario disponible para despachar los requerimientos de ventas.</p> <p>Llevar un control estricto de las existencias.</p> <p>NORMAS</p> <p>Todo material requerido para stock de almacén debe hacerse por escrito.</p> <p>Las requisiciones deberán realizarse con una semana de anticipación para evitar cualquier inconveniente.</p> <p>Todos lo ingresos y egresos de almacén deberán anotarse en el libro de entradas y salidas.</p>	

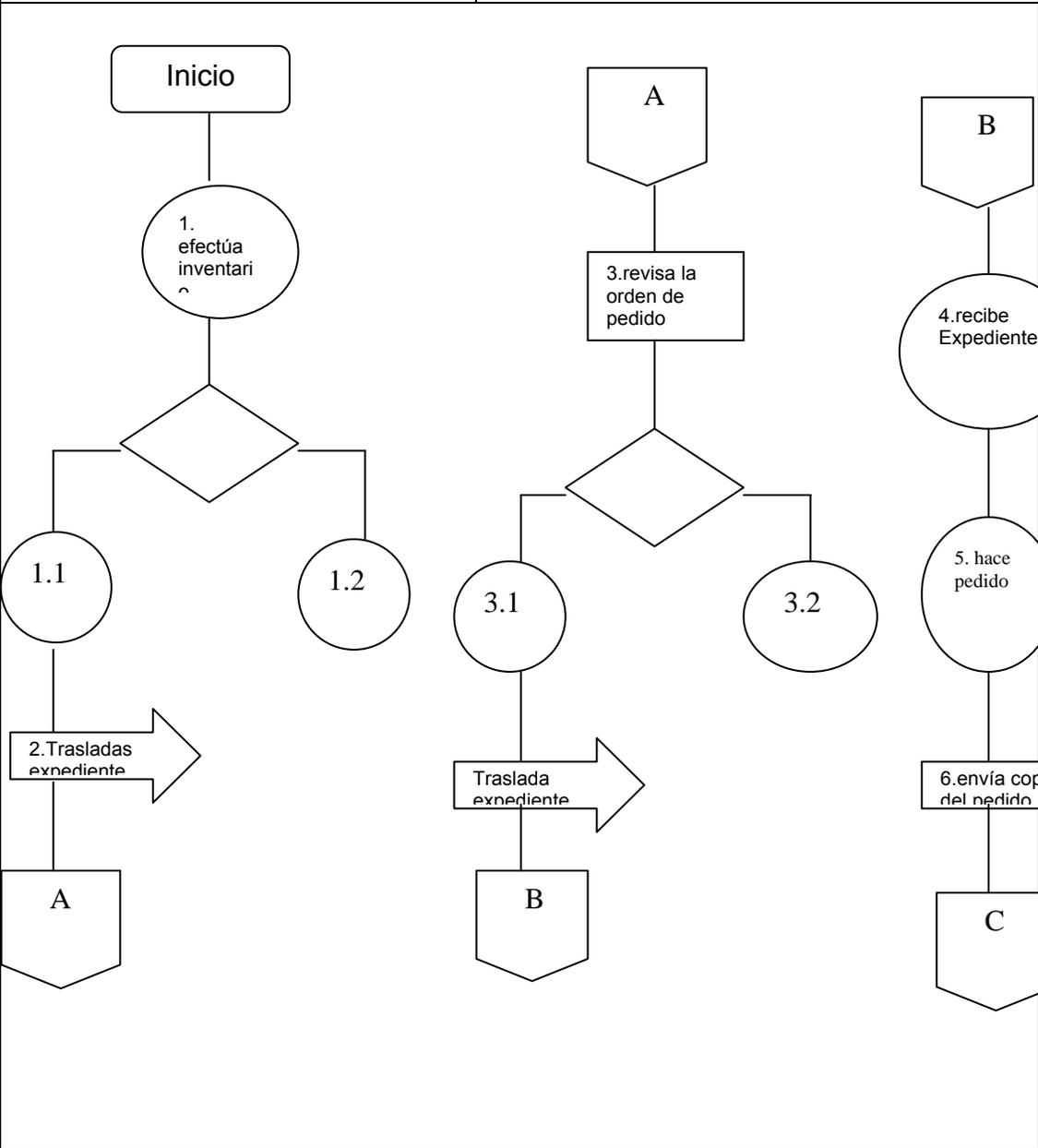
Comité de pequeños productores de pan San José Acatempa.		No. De pasos: 8 Fecha: Hojas: 2 de 4	
INICIA: Encargado de almacén		FINALIZA: Encargado almacén	
PROCEDIMIENTO No. 3 COMPRA DE INSUMOS.			
Responsable	Puestos	Paso No.	Actividad
Departamento de compras	Encargado de almacén	1	Efectúa inventario físico de almacén
		1.1	Si no hay existencia suficiente elabora
		1.2	orden de pedido.
Gerencia	Gerente	2	Si hay existencia no efectúa pedido.
		3	Envía orden de pedido a gerente.
		3.1	Revisa que la orden de pedido este sin errores.
		3.2	Si no tiene errores la traslada al encargado de compras.

Comité de pequeños productores de pan San José Acatempa.		No. De pasos: 8 Fecha: Hojas: 2 de 4	
INICIA: Encargado de almacén		FINALIZA: Encargado almacén	
PROCEDIMIENTO No. 3 COMPRA DE INSUMOS.			
Responsable	Puestos	Paso No.	Actividad
Compras	Encargad compras	4	Si tiene errores la devuelve al encargado del almacén.
		5	Recibe
	6	expediente	
	7	Hace pedido al proveedor.	
	Encargado almacén	8	Envía copia del expediente al encargado del almacén. Recibe el pedido.

Comité de pequeños productores de pan San José Acatempa.		No. De pasos: 8 Fecha: Hojas: 3 de 4
INICIA: Encargado de almacén		FINALIZA: Encargado almacén

PROCEDIMIENTO No. 3 CONTROL DE EXISTENCIA

Encargado almacén	Gerente
	Encargado compras

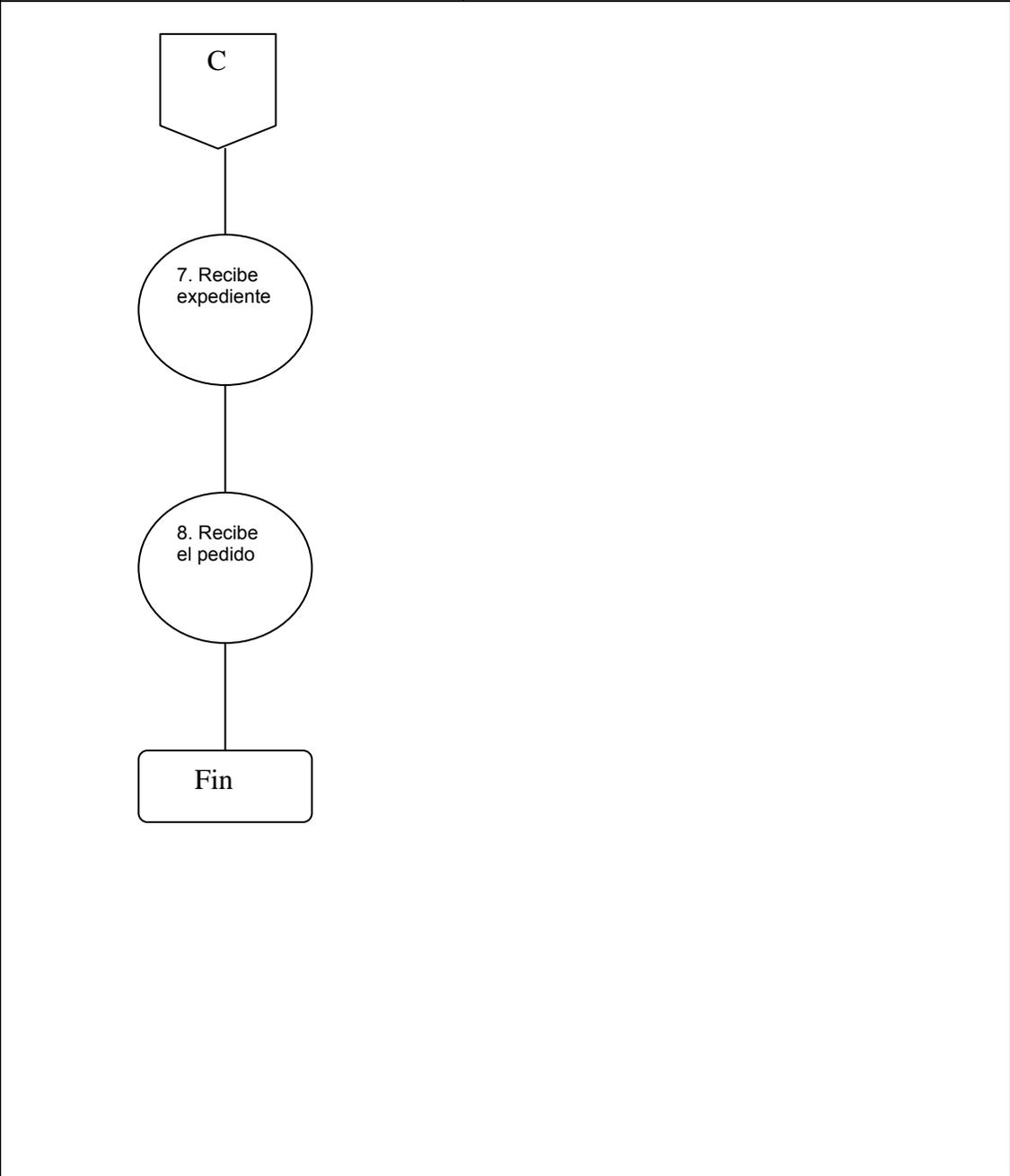


Comité de pequeños productores de pan San José Acatempa.	No. De pasos: 8 Fecha: Hojas: 4 de 4
---	--

INICIA: Encargado de almacén	FINALIZA: Encargado almacén
------------------------------	-----------------------------

PROCEDIMIENTO No. 3 CONTROL DE EXISTENCIA

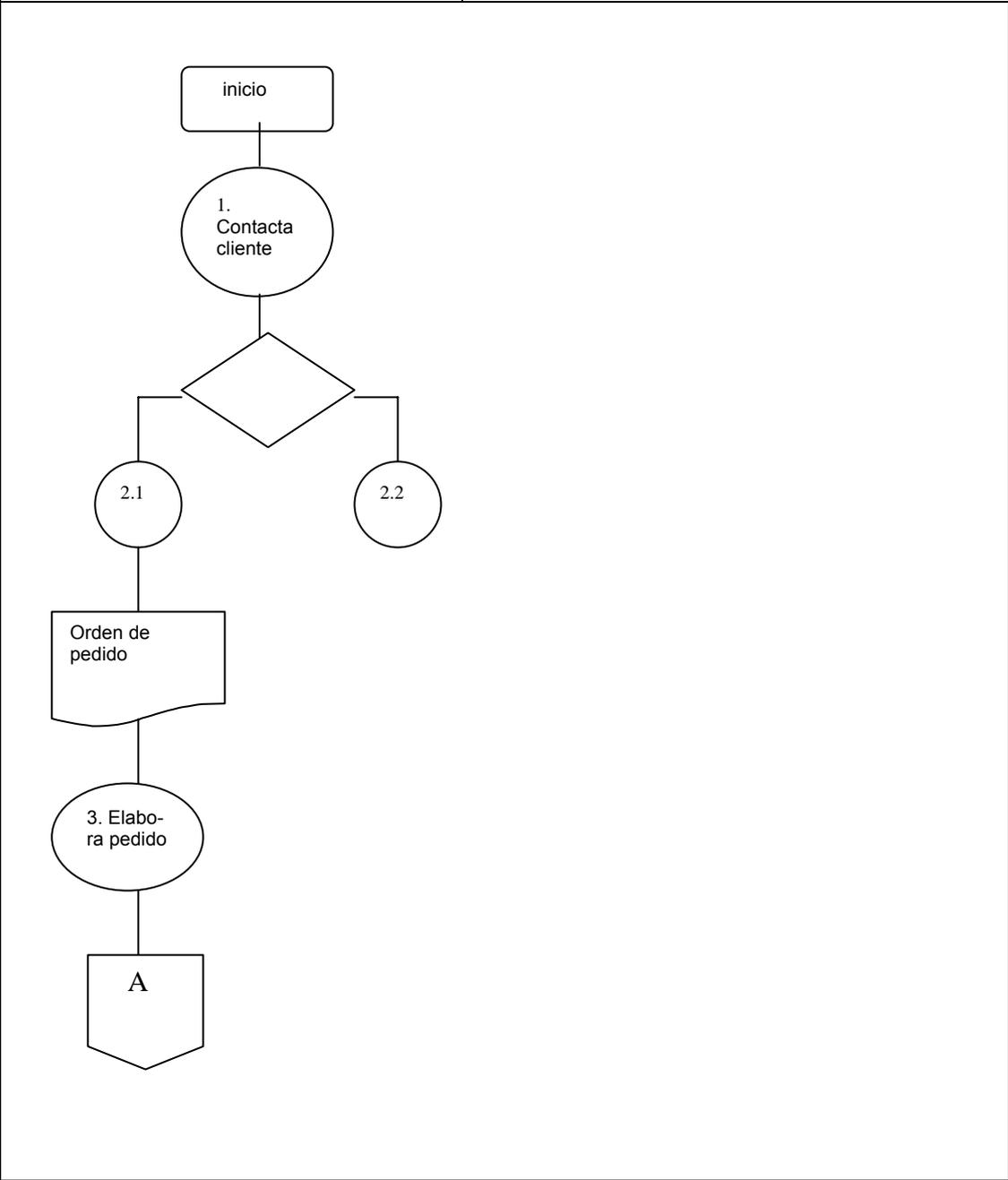
Encargado almacén	Gerente compras	Encargado
-------------------	--------------------	-----------



<p>Comité de pequeños productores de pan San José Acatempa.</p>	<p>No. De pasos: 8 Fecha: Hojas: 1 de 4</p>
<p>INICIA: Encargado de Comercialización</p>	<p>FINALIZA: Cliente</p>
<p>PROCEDIMIENTO No. 4 COMPRA DE INSUMOS</p>	
<p>DESCRIPCIÓN</p> <p>Es la actividad de mercadotecnia que realiza el vendedor para comercializar los productos, con el fin de llenar las metas establecidas.</p> <p>OBJETIVOS</p> <p>Hacer llegar al asociado el producto en forma rápida y oportuna al mas bajo costo y de la mas alta calidad.</p> <p>Alcanzar las metas que se han propuesto dentro del plan anual de mercadeo</p> <p>NORMAS</p> <p>El encargado de comercialización tiene la responsabilidad de la custodia del efectivo, mientras se deposita el mismo.</p> <p>No se aceptan cambios ni devoluciones después de entregada la mercadería</p> <p>Todas la ventas al crédito deberán de ser autorizada por el presidente del comité.</p> <p>Por cada venta se debe de extender el respectivo comprobante.</p>	

Comité de pequeños productores de pan San José Acatempa.		No. De pasos: 8 Fecha: Hojas: 2 de 4	
INICIA: Encargado de almacén		FINALIZA: Encargado almacén	
PROCEDIMIENTO No. 4 COMPRA DE INSUMOS.			
Responsable	Puestos	Paso No.	Actividad
Comercialización	Encargado de Comercialización.	1	Contacta al cliente
		2	Revisa la existencia del almacén.
		2.1	Si hay existencia continua el proceso
		2.2	
		3	Si no avisa al gerente.
		4	Elabora orden del pedido.
		5	Factura y prepara nota de envió.
Compras	Encargado de almacén.	6	Traslada factura.
		7	Envía al encargado de almacén.
Compras	Clientes	8	Recibe facturas. Revisa pedidos

Comité de pequeños productores de pan San José Acatempa.		No. De pasos: 8 Fecha: Hojas: 3 de 4
INICIA: Encargado de Comercialización		FINALIZA: Encargado Comercialización
PROCEDIMIENTO No. 4 CONTROL DE EXISTENCIA		
Encargado Comercialización	Almacén	Cliente

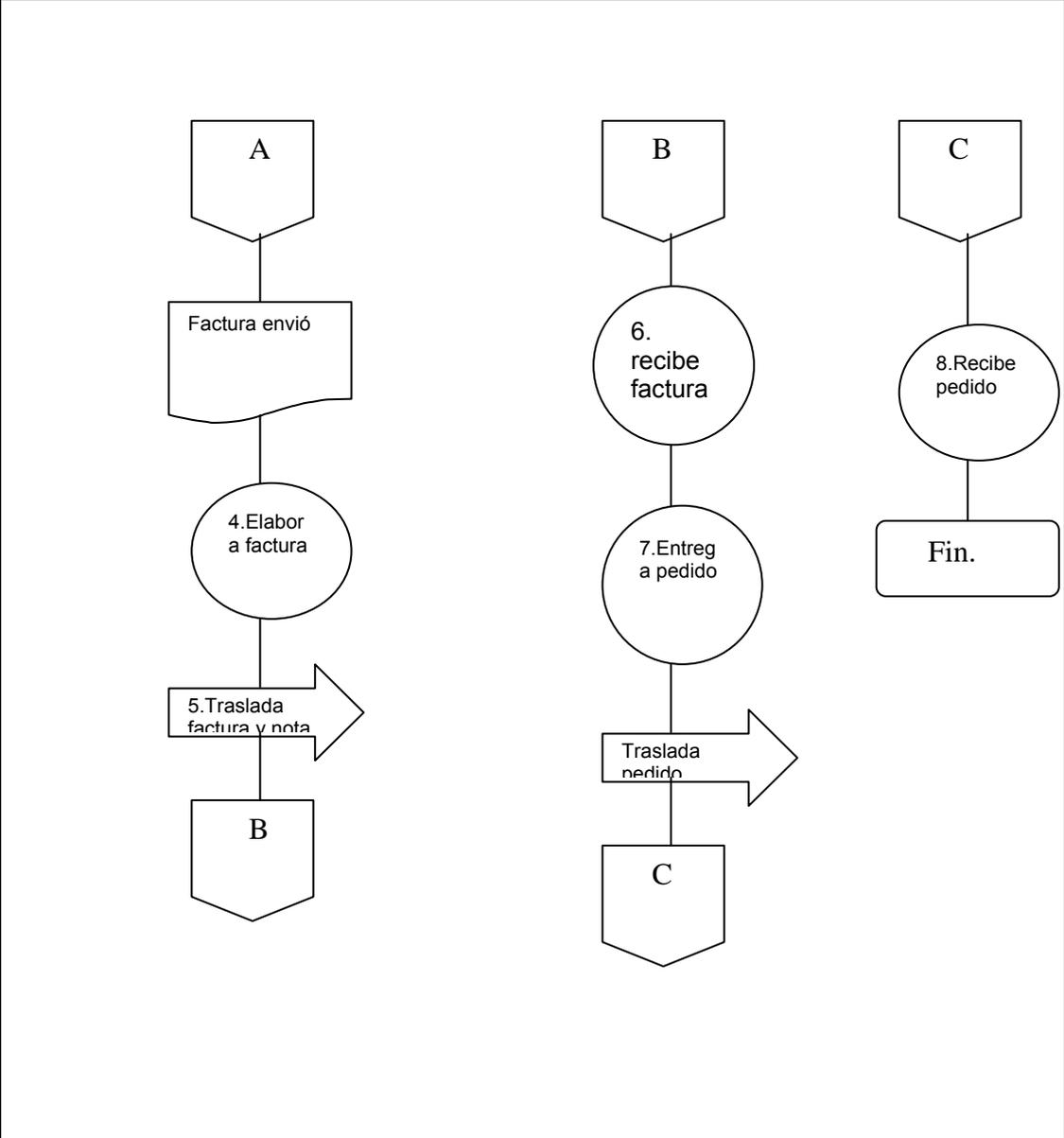


Comité de pequeños productores de pan San José Acatempa.	No. De pasos: 8 Fecha: Hojas: 4de 4
---	---

INICIA: Encargado de Comercialización	FINALIZA: Encargado Comercialización
---------------------------------------	--------------------------------------

PROCEDIMIENTO No. 4 CONTROL DE EXISTENCIA

Encargado Comercialización	Almacén	Cliente
----------------------------	---------	---------



BIBLIOGRAFÍA

1. A MARURE “Catalogo de ayer de Guatemala” Editorial Diana S. A., Guatemala., enero de 1975 págs. 89.
2. ASROVIRA CELMA ALEX . Comportamiento del Consumidor Printice Hall, tercera reimpression, impreso en España año 2000, pags 188.
3. ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS. Apuntes de elaboración de Proyectos. Departamento de Publicaciones, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de San Carlos de Guatemala, Documento de apoyo a la docencia, año 1995, págs. 45.
4. QUAGLIA, GIOVANNI, Ciencia y tecnología de la Panificación 2da Edición, Zaragoza España, Editorial Acribia, S.A. año 1991 págs. 110.
5. INSTITUTO GEOGRAFICO MILITAR, Diccionario Militar de Guatemala, Tipografía Nacional, Guatemala, año 1978. págs 225.
6. INSTITUTO DE NUTRICION PARA CENTRO AMÉRICA Y PANAMÁ (INCAP), Dieta Mínima de Melocotón, año 1998, págs 20.
7. KOTLLER, PHILLIP, Mercadotecnia, Edición Prentice Hall, México, año 1980, págs.541.
8. KOONTZ HAROLD & DONELL CYRIL, Curso de Administración Moderna, McGraw Hill, año 1999, págs. 876.
9. MENDOZA, GILBERTO, Compendio de Mercadeo de Productos Agropecuarios, Segunda Edición 1995, Collecion Libros y Materiales Educativos/ Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura No. 82, págs. 350.
10. MCZINROTA R, MICHAEL Y RONRAINEM A. ILVRA. Marketing Internacional, cuarta edición, editorial Mc Graw-Hill Interamericana editores. S. A Impreso en México,. Octubre del 2000, págs. 476.

11. MINISTERIO DE AGRICULTURA GANADERIA Y ALIMENTACIÓN, Proyecto de Desarrollo de la Fruticultura y Agroindustria, Junio de 1,999. págs 212.
12. MINISTERIO DE AGRICULTURA GANADERIA Y ALIMENTACION PROFRUTA). Proyecto de Desarrollo de la Fruticultura y Agroindustria, Junio de 1999.
13. MORALES URRUTIA, MATEO “La División Política y Administrativa de la Republica de Guatemala” Editorial Iberia-Gutemberg- Guatemala año 1998 págs. 158.
14. RAMON. Sopena Color Diccionario Enciclopédico, Editorial Ramón Sopena, S.A. Barcelona España 1990, págs. 593.
15. SAPAG, NASSIR Y SAPAG, ERNESTO. Fundamentos de preparación de proyectos, Chile, Universidad de Chile, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, año 1983, Págs.33.
16. SAN JUAN, GREGORIO, Introducción a los problemas de Marketing, Ediciones Deusto, España, año 1992. págs.81.
17. SIMMONS, CHARLES, S., Et. Al Clasificación de Reconocimiento de los Suelos de la Republica de Guatemala. Ministerio de Educación Publica, Editorial José de Pineda Ibarra, Guatemala, págs 1375.
18. STANTON J. WILLIAM Fundamentos de Marketing Mk Graw Hill, México, Décima Edición, litografía ingramex. Año 1997 págs. 885.
19. Thomas Kineer, C. y Taylor James R. Investigacion de Mercados, Editorial Mc Graw Hill, Bogota, Colombia. 2001. Pags., 840.
20. TERRY, GEORGE, Principios de Administración, Sexta Edición, Argentina, año 1984, págs. 336.
21. UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA, FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS, Aspectos Generales Para Elaborar una Tesis Profesional o una Investigación Documental. Segunda Edición, Guatemala, año 1992.

