

MUNICIPIO DE YUPILTEPEQUE
DEPARTAMENTO DE JUTIAPA

“ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL Y COMERCIALIZACIÓN
(PRODUCCIÓN DE MAÍZ)”

EDGAR ANTONIO GUERRA GONZÁLEZ

TEMA GENERAL

“DIAGNÓSTICO SOCIECONÓMICO, POTENCIALIDADES PRODUCTIVAS
Y PROPUESTAS DE INVERSIÓN”

MUNICIPIO DE YUPILTEPEQUE
DEPARTAMENTO DE JUTIAPA

TEMA INDIVIDUAL

“ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL Y COMERCIALIZACIÓN
(PRODUCCIÓN DE MAÍZ)”

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
2005

2005

(c)

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

YUPILTEPEQUE - VOLUMEN

2-53-75-AE-2,005

Impreso en Guatemala, C. A.

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

“ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL Y COMERCIALIZACIÓN
(PRODUCCIÓN DE MAÍZ)”

MUNICIPIO DE YUPILTEPEQUE
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

EDGAR ANTONIO GUERRA GONZÁLEZ

previo a conferírsele el título

de

ADMINISTRADOR DE EMPRESAS

en el Grado Académico de

LICENCIADO

Guatemala, mayo 2,005

ÍNDICE GENERAL

	Página
INTRODUCCIÓN	I
CAPÍTULO I	
CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL MUNICIPIO DE YUPILTEPEQUE	
1.1	ANTECEDENTES 1
1.2	ASPECTOS GEOGRÁFICOS 1
1.2.1	Localización y extensión 1
1.2.2	Condiciones climatológicas 2
1.2.3	Suelos 2
1.2.4	Orografía 3
1.2.5	Hidrografía 3
1.3	ASPECTOS DEMOGRÁFICOS 3
1.3.1	Población y sexo 3
1.3.2	Población por área urbana y rural 4
1.3.3	Población económicamente activa 5
1.4	DIVISIÓN POLÍTICO - ADMINISTRATIVA 6
1.5	INFRAESTRUCTURA 9
1.5.1	Vías de comunicación 9
1.5.2	Medios de transporte 9
1.5.3	Educación 10
1.6	SERVICIOS 12
1.6.1	Estatales 12
1.6.2	Municipales 15
1.6.3	Privados 18
1.7	FACTOR TIERRA 20
1.7.1	Tenencia 20
1.7.2	Concentración 22
1.7.3	Uso 22
CAPÍTULO II	
COMERCIALIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE MAÍZ	
2.1	SITUACIÓN ACTUAL 24
2.1.1	Proceso de comercialización 24
2.1.1.1	Concentración 26
2.1.1.2	Equilibrio 26
2.1.1.3	Dispersión 27
2.1.2	Análisis de comercialización 27
2.1.2.1	Análisis institucional 27

2.1.2.2	Análisis estructural	29
2.1.2.3	Análisis funcional	30
2.1.3	Operaciones de comercialización	34
2.2	COMERCIALIZACIÓN PROPUESTA	39
2.2.1	Proceso de comercialización	39
2.2.2	Operaciones de comercialización	40
2.2.3	Factores de diferenciación	43
2.3	ANÁLISIS COMPARATIVO	43
2.4	APLICACIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN	44
2.4.1	Precios	45
2.4.2	Ventas	45
2.4.3	Distribución	45
2.4.4	Cobros	46

CAPÍTULO III

ORGANIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE MAÍZ

3.1	ORGANIZACIONES EXISTENTES	47
3.1.1	Sociales	47
3.1.2	Productivas	47
3.2	ORGANIZACIÓN PROPUESTA	48
3.2.1	Tipo	48
3.2.2	Justificación	48
3.2.3	Objetivos	48
3.2.4	Funciones	49
3.2.5	Recursos	50
3.3	ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA	54
3.3.1	Diseño organizacional	54
3.3.2	Sistema de organización	55
3.3.3	Funciones básicas de las unidades administrativas	56
3.4	REQUERIMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN	57
3.4.1	Localización	57
3.4.2	Operación	57
3.4.3	Distribución de planta	58
3.5	PROYECCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN	58
3.5.1	Social	58
3.5.2	Económica	59
3.5.3	Cultural	59
3.6	SOPORTE DE LA ORGANIZACIÓN	59
3.6.1	Legal	59
3.6.2	Mercadológico	60
3.6.3	Técnico	60
3.6.4	Financiero	60
3.6.5	Administrativo	60

CAPÍTULO IV		
PROYECTO: PRODUCCIÓN DE CHILE PIMIENTO		
4.1	DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	61
4.2	OBJETIVOS	61
4.2.1	General	61
4.2.2	Específicos	62
4.3	JUSTIFICACIÓN	62
4.4	ESTUDIO DE MERCADO	63
4.4.1	Identificación del producto	64
4.4.2	Variedades del producto	64
4.4.3	Usos	65
4.4.4	Oferta	65
4.4.5	Demanda	67
4.4.6	Precio	73
4.4.7	Comercialización	73
4.4.7.1	Proceso de comercialización	74
4.5	ESTUDIO TÉCNICO	80
4.5.1	Localización	80
4.5.2	Tamaño	81
4.5.3	Volumen y valor de la producción	81
4.5.4	Duración	81
4.5.5	Nivel tecnológico	81
4.5.6	Proceso productivo	82
4.5.7	Requerimientos técnicos	85
4.6	ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL	87
4.6.1	Organización propuesta	87
4.6.2	Justificación	88
4.6.3	Objetivos	88
4.6.3.1	General	88
4.6.3.2	Específicos	88
4.6.4	Diseño organizacional	88
4.6.5	Sistema de organización	89
4.6.6	Funciones básicas de las unidades administrativas	89
4.6.7	Marco Legal	91
4.7	ESTUDIO FINANCIERO	92
4.7.1	Inversión fija	93
4.7.2	Inversión en capital de trabajo	94
4.7.3	Inversión total	94
4.7.4	Plan de financiamiento	96
4.7.5	Estados financieros	102
4.7.6	Evaluación financiera simple	115
4.7.6.1	Tasa de recuperación de la inversión	115
4.7.6.2	Tiempo de recuperación de la inversión	115
4.7.6.3	Retorno del capital	116

4.7.6.4	Tasa de retorno del capital	116
4.7.7	Punto de equilibrio	117
4.7.8	IMPACTO SOCIAL	120
	CONCLUSIONES	121
	RECOMENDACIONES	122
	ANEXOS	
	BIBLIOGRAFÍA	

ÍNDICE DE CUADROS

No.	DESCRIPCIÓN	PÁGINA
1	Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa Población por género y aldeas, Periodo: 1994 -2002	4
2	Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa condición de actividad económica, año : 2002	5
3	Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa Rama de actividad de la PEA ocupada, año: 2002	6
4	Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa Escuelas parvularias y su cobertura, año : 2002	10
5	Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa escuelas primarias y su cobertura, año : 2002	11
6	Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa institutos de educación básica y su cobertura, año: 2002	12
7	Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa servicio de salud, año: 2002	13
8	Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa enfermedades más recurrentes, año: 2002	14
9	Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa servicio de agua, año: 2002	16
10	Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa cobertura de letrinas año: 2002	17

No.	Descripción	Página
11	Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa Cobertura de servicio de energía eléctrica, año: 2002	19
12	Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa tenencia de la tierra superficie en manzanas, año: 2002	21
13	Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa concentración de la tierra, Período 79-2002	22
14	Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa uso actual de los suelos Censo 1979- EPS2002	23
15	Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa márgenes de comercialización de Maíz, año: 2002	36
16	Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa Márgenes de comercialización propuesto, Producción de Maíz, año: 2002	42
17	Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa Requerimiento de Insumos Según Encuesta, Una manzana Producción de Maíz, año: 2002	51
18	Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa Requerimiento de Mano de Obra Según Encuesta, Una manzana Producción de Maíz, año: 2002	52
19	Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa Costo de Producción, Cultivo de Maíz, año: 2002	53
20	República de Guatemala, Oferta Nacional Histórica, de Chile Pimiento, Período: 1998-2002	65

No.	Descripción	Página
21	República de Guatemala, Oferta Nacional Proyectada de Chile Pimiento, Período: 1998 – 2002	67
22	República de Guatemala, Demanda Potencial Histórica, de Chile Pimiento, Período: 1998-2002	68
23	República de Guatemala, Demanda Potencial Proyectada, de Chile Pimiento, Período: 2003-2007	69
24	República de Guatemala, Consumo Aparente Histórico, de Chile Pimiento, Período: 1998-2002	70
25	República de Guatemala, Consumo Aparente Proyectado, de Chile Pimiento, Período: 2003-2007	71
26	República de Guatemala, Demanda Insatisfecha Histórica, de Chile Pimiento, Período:1998-2002	72
27	República de Guatemala, Demanda Insatisfecha Proyectada, de Chile Pimiento, Período: 2003-2007	73
28	Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa Márgenes de Comercialización propuesto, Producción de Chile Pimiento, año: 2002	79
29	Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa Proyecto: Producción de Chile Pimiento, Inversión Fija, año: 2003	93
30	Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa Proyecto: Producción de Chile Pimiento, Inversión en Capital de Trabajo, año: 2003	94

No.	Descripción	Página
31	Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa Proyecto: Producción de Chile Pimiento, Inversión total, año: 2003	95
32	Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa Proyecto: Producción de Chile Pimiento, Inversión Total Proyectada, periodo 2003 – 2005	95
33	Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa Proyecto: Producción de Chile Pimiento, Plan de Financiamiento, año: 2003	97
34	Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa Proyecto: Producción de Chile Pimiento, Plan de Amortización de préstamo, año: 2003	98
35	Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa Proyecto: Producción de Chile Pimiento, Presupuesto de Caja, del 1 de ene al 31 de diciembre 2003	99
36	Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa Proyecto: Producción de Chile Pimiento, Presupuesto de Caja Proyectado, del 1 de ene al 31 de diciembre 2003	101
37	Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa Proyecto: Producción de Chile Pimiento, Requerimiento de Insumos para una manzana y una cosecha, año: 2003	102
38	Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa Proyecto: Producción de Chile Pimiento, Requerimiento de Mano de Obra para una manzana y una cosecha, año: 2003	103

No.	Descripción	Página
39	Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa Proyecto: Producción de Chile Pimiento, Costos Indirectos Variables para una manzana y una cosecha, año: 2003	105
40	Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa Proyecto: Producción de Chile Pimiento, Costo Directo de Producción una manzana, año: 2003	106
41	Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa Proyecto: Producción de Chile Pimiento, Costo Directo de Producción Proyectado de una manzana, periodo: 2003- 2005	107
42	Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa Proyecto: Producción de Chile Pimiento, Estado de Resultados, el 1 de enero al 31 e diciembre 2003	108
43	Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa Proyecto: Producción de Chile Pimiento, Estado de Resultados Proyectado, el 1 de enero al 31 e diciembre 2005	110
44	Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa Proyecto: Producción de Chile Pimiento, Estado de Situación Financiera, al 31 de diciembre 2003	112
45	Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa Proyecto: Producción de Chile Pimiento, Estado de Situación Financiera Proyectado, al 31 de diciembre 2005	112

ÍNDICE DE TABLAS

No.	DESCRIPCIÓN	PÁGINA
1	Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa centro poblados, año: 2002	7
2	Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa comportamiento comercialización, cultivo de maíz, nivel tecnológico bajo, año: 2002	25
3	Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa análisis comparativo de Producción de maíz por quintal, año: 2002	44

ÍNDICE DE GRÁFICAS

No.	DESCRIPCIÓN	PÁGINA
1	Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa Canales de Comercialización, Producción de Maíz, año: 2002	35
2	Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa Canal de comercialización propuesto, Producción de Maíz, año: 2002	41
3	Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa Comité Agrícola de Productores de Maíz, Diseño Organizacional Propuesto, año: 2002	55
4	Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa Proyecto: Producción de Chile Pimiento, Canales de comercialización propuestos, año: 2002	80
5	Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa Proyecto: Producción de Chile Pimiento, Flujograma del Proceso Productivo, año: 2002	85
6	Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa Proyecto: Producción de Chile Pimiento, Organigrama del Comité Agrícola, año: 2002	89
7	Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa Proyecto: Producción de Chile Pimiento, Gráfica del punto de Equilibrio, año: 2002	119

INTRODUCCIÓN

La Universidad de San Carlos de Guatemala por medio de la Facultad de Ciencias Económicas desarrolla el programa del Ejercicio Profesional Supervisado (E.P.S.).

El E.P.S. es un estudio científico donde se desarrollan un conjunto de actividades por equipos de trabajo, integrados por estudiantes de las distintas ramas de las ciencias económicas, el cual persigue varios objetivos, uno de ellos es dar oportunidad al estudiante de aplicar los conocimientos adquiridos en el aula para el estudio de problemas de la economía nacional y plantear posibles soluciones, otro de los objetivos principales es colaborar con instituciones estatales, autónomas y descentralizadas en los trabajos que realicen para favorecer el desarrollo económico y social del país así como del Municipio objeto de estudio.

El tema a desarrollar en el presente informe es “ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL Y COMERCIALIZACIÓN (PRODUCCIÓN DE MAÍZ)” del municipio de Yupiltepeque, situado en departamento de Jutiapa, en el segundo semestre del año 2002.

La metodología se inició con el seminario general en donde se expuso todo lo relativo al marco teórico que enfoca las variables y aspectos generales socioeconómicos a través de conferencias ofrecidas por profesionales con la finalidad de transmitir y retroalimentar la información relacionada con el tema asignado, posteriormente se continuó con el seminario específico que aproximadamente dura dos meses, donde se desarrollaron temas relacionados con el estudio cuya información sirve de guía para formular la boleta de encuesta, plan de investigación y otros instrumentos, dentro del seminario específico se define el municipio que es objeto de estudio y se realiza una visita

preliminar para determinar las actividades más importantes que permitan establecer el producto o servicio que mayor relevancia tenga en la economía del municipio, posteriormente a la visita preliminar se realiza el trabajo de campo, para obtener la información necesaria de fuentes primarias, por medio de la encuesta a pobladores, unidades productivas, vendedores e instituciones, con la información obtenida se redacta el informe colectivo e individual.

El informe consta de cuatro capítulos en los cuales se describe el resultado de la investigación y la correspondiente propuesta cuyo fin es coadyuvar a la solución de la problemática socioeconómica del Municipio.

En el Capítulo I, se reúne la información relacionada con las características del Municipio, donde se conoce los aspectos geográficos, es decir localización, extensión territorial, condiciones climatológicas, suelos, así también se analizan los aspectos demográficos, división administrativa, la infraestructura, los servicios y el factor tierra, que permite conocer la tenencia y usos de la misma.

El capítulo II, presenta la información relacionada a uno de los principales temas del informe como lo es la Comercialización de la producción, en cuanto al análisis de este tema se expone la situación actual del proceso de comercialización que enfoca, la concentración, equilibrio y dispersión de la producción, se describen también los correspondientes análisis que encierra el proceso de comercialización, es decir el análisis institucional, estructural y funcional, además se incluye en capítulo las operaciones de comercialización en el Municipio y se propone la comercialización más conveniente para el desarrollo de la producción.

El Capítulo III, contiene la información relacionada con la Organización empresarial de la producción, se identifican las organizaciones existentes tanto

sociales como productivas, se presenta la propuesta de organización, se establece la estructura administrativa, los requerimientos, proyección y soporte de la misma.

En el Capítulo IV, se expone la propuesta de inversión, la cual ha sido denominada “Producción de Chile Pimiento”, en el apartado se presenta la justificación del producto, el estudio de mercado, el estudio técnico, financiero y el estudio administrativo-legal, así como también la evaluación de la propuesta.

Al final se incluyen las conclusiones y recomendaciones resultado del estudio realizado, también se encuentran los anexos y bibliografía utilizada para la investigación. En los anexos se encuentran los manuales tanto de organización como el de normas y procedimientos, con el fin de que la organización propuesta cuente con un instrumento que le sirva de guía a cada unidad administrativa para realizar sus actividades.

El estudio ha sido elaborado con los conocimientos científicos, adquiridos en la Universidad de San Carlos de Guatemala, y que hará factible aportar propuestas de solución a los diferentes problemas que atraviesa el municipio de Yupiltepeque departamento de Jutiapa.

CAPÍTULO I CARACTERIZACIÓN DEL MUNICIPIO

1.1 ANTECEDENTES

El nombre “YUPILTEPEQUE” se deriva del dialecto Pipil - Xinka cuyo significado es "Yupil" que significa pueblo de flores y "Tepeq" cerro de la deidad en honor al Rey Tepoc que era el que habitaba en la cima del cerro de los Pipiles, que actualmente es donde se asienta la aldea Pueblo Viejo".¹

La fiesta patronal se celebraba el 29 de agosto en honor a San Juan Bautista; sin embargo, por ser época de mucha lluvia trasladaron la fecha de la fiesta patronal del 15 al 20 de octubre en honor al Patrón San Lucas.

Dentro de las tradiciones destaca la forma de encarar la muerte ya que existe una ayuda de parte de los habitantes hacia el doliente la ayuda consiste en proporcionarles víveres o dinero, se acostumbra buscar una madrina que guía el entierro hacia el cementerio, ella lleva una candela encendida y flores y durante el rezo de la novena no empiezan el rosario mientras ella no llegue.

1.2 ASPECTOS GEOGRÁFICOS

A continuación se describen los principales aspectos geográficos del Municipio.

1.2.1 Localización y extensión

Yupiltepeque se encuentra a una distancia de 143.5 kilómetros de la ciudad capital ubicado sobre la ruta 23, que comunica la cabecera departamental de Jutiapa atravesando las aldeas de El Sillón y las Brisas. De la cabecera departamental de Jutiapa al municipio de Yupiltepeque hay una distancia de 22

¹ FUNDACIÓN PARA EL DESARROLLO DEL SUR Y ORIENTE FUNDESOR, Diagnóstico Municipal y Plan de Desarrollo Integral, Primera edición, departamento de Jutiapa 2000, Pág 120

kilómetros totalmente asfaltados; de Yupiltepeque al municipio de Jerez existen 17 kilómetros, a 9 kilómetros se encuentra el municipio de El Adelanto y los mismos kilómetros hay para el municipio de Zapotitlán, el municipio de Atescatempa se encuentra a una distancia de 17 Km., ruta que conduce a San Cristóbal, frontera con la República de El Salvador; todas las rutas anteriores son de terracería.

El municipio de Yupiltepeque tiene una extensión superficial de 36 kilómetros cuadrados aproximadamente. Representa el 1% del departamento de Jutiapa, su cabecera Municipal tiene una extensión aproximada de 1 kilómetro cuadrado.

1.2.2 Condiciones climatológicas

El Municipio posee una zona de bosque tropical seco, oscilando su temperatura entre los 18 y 30 grados centígrados, lo que indica un clima templado-cálido, de enero a julio se producen vientos de 8 km/h promedio en los meses de enero y febrero se presentan vientos de mayor velocidad hasta 13.6 km/h. Yupiltepeque tiene un género de clima semicálido y sin estación fría bien definida, el carácter es semiseco (pastizal) sin estación seca bien definido.

1.2.3 Suelos

La clasificación es la denominada "Mongoy"², la cual los define como suelo moderadamente alto, con capacidad de abastecimiento de humedad y una capa que limita la penetración de las raíces de 75 a 90 centímetros. Se observan problemas en el manejo del suelo tales como: exposición a erosión, pedregosidad y pendientes.

Respecto a pendientes se estableció que Yupiltepeque cuenta con 11.04 hectáreas, las cuales representan un 25.18 % de la cuenca en un rango de

² Charles Simons, Pinto y Tárano. Clasificación de Reconocimiento de los Suelos de Guatemala. Edición en español por Pedro Tirado Sulsona, Edit. Ministerio de Educación Guatemala C.A. 1955 Pág. 400.

8.16%. Este rango equivale a un suelo Clase C (III).³ Este tipo de suelos varía entre poco profundos a profundos, la profundidad efectiva varía entre 25 y 50 centímetros, con una textural de fina a mediana. Estos son lentamente permeables y la estructura con la que se asocia es de bloques.

Yupiltepeque también cuenta con 32.80 hectáreas equivalentes a 74.82% de la cuenca en un rango mayor de 32%. Este rango equivale a un suelo Clase G (VII)⁴. Estos suelos presentan una topografía quebrada y escarpada, la textura es gruesa y presenta fragmentos redondos o angulares, hay mucha exposición de rocas, la erosión es muy severa, estas son áreas en las cuales el aire y el agua mantienen un alto peligro de erosión.

1.2.4 Orografía

En su mayoría el área que ocupa el Municipio es quebrado y con fuertes pendientes, se encuentra a 1,040 metros sobre el nivel del mar, a una latitud norte de 14º 11' 42" y longitud este de 89º 47' 30", sin embargo debido a la topografía inclinada, su clima es muy variado y alturas que oscilan entre 800 a 1,400 metros sobre el nivel del mar.

1.2.5 Hidrografía

En el Municipio no se encuentran recursos hidrográficos de importancia. Debido a la topografía irregular que presenta, se tiene un marcado descenso de aproximadamente 300 metros.

1.3 ASPECTOS DEMOGRÁFICOS

A continuación se detallan los aspectos de la población.

1.3.1 Población y sexo

La población para el año 2002 de acuerdo con las proyecciones del Instituto Nacional de Estadística en el Municipio se analiza en los apartados siguientes.

³ Ibid. Pág. 408.

⁴ Ibid. Pág. 433.

Cuadro 1
Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa
Población por Género y Aldeas
Periodo 1994 – 2002

Lugar	Censo 1994				Proyección		2002	
	H.	%	M	%	H.	%	M.	%
Yupiltepeque	1.030	10.74	1,082	11.29	1,339	11.37	1,162	9.87
El Amatillo	471	4.91	460	4.80	610	5.18	706	6.00
Estancuela	367	3.83	354	3.69	276	2.34	288	2.45
El Calvario	549	5.73	580	6.05	709	6.02	689	5.85
El Jícaro	670	6.99	700	7.30	781	6.63	696	5.91
El Llano	167	1.74	203	2.12	276	2.34	263	2.23
El Sillón	233	2.43	292	3.05	268	2.28	420	3.57
Las Brisas	335	3.49	392	4.09	308	2.62	321	2.73
Las Lajas	165	1.72	175	1.83	374	3.18	341	2.90
La perla	389	4.06	441	4.60	453	3.85	584	4.96
Pueblo Viejo	152	1.59	156	1.63	215	1.83	223	1.89
Sn J. Vista H	109	1.14	114	1.19	215	1.83	255	2.17
Sub-totales	4,637	48.37	4,949	51.53	5,825	49.47	5,949	50.53
Pob. Total	9,586	100			11,774	100		

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

El total de mujeres que existen en el municipio de Yupiltepeque en el 2002 con relación al año 1994 ha disminuido en un 2%, pero este mismo porcentaje se ha incrementado en el total de hombres, uno de los factores identificados es que el sexo femenino no encuentra ninguna ocupación dentro del Municipio por tal razón se ven obligadas a emigrar a la ciudad capital en busca de trabajo.

1.3.2 Población por área urbana y rural

La población en el Municipio se encuentra concentrada en el área rural con un total de 13,568 habitantes mientras que en el área urbana esta poblada por 3658, habitantes en el año 2002.

En 1994 el 89% de la población se ubicaba en el área rural, para el año 2002 ha disminuido a un 78%. En el año 2002 el porcentaje de la población en el ámbito urbano ha aumentado debido a las pocas oportunidades en el área rural.

1.3.3 Población económicamente activa (PEA)

La población en edad de trabajar (PET), se divide en PEA, es decir personas que se encuentran ocupadas en un trabajo, y la PEI, Población Económicamente Inactiva, que significa personas que tienen edad de trabajar pero no están empleadas, los datos encontrados en el Municipio de la población económicamente activa se presentan en el siguiente cuadro:

Cuadro 2
Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa
Condición de Actividad Económica
Año: 2002

Descripción	Población		Ámbito Urbano		Ámbito Rural	
	Total	%		%		%
Económicamente Activa -PEA-	3,849	38.78	894	9.01	2,955	29.78
Económicamente Inactiva -PEI-	6,075	61.22	1,351	13.61	4,724	47.60
Totales	9,924	100.00	2,245		7,679	

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

En el Municipio se encontró una PET de 9,924 habitantes, los cuales se encuentran en los rangos de 7 a mayor de 65 años de edad. La PEA es de 39% equivalente a 3,849 personas, distribuidas en 894 en el casco urbano, y la mayor concentración se encuentra en el área rural, la PEI, es mayor, si se toma en cuenta que la cabecera departamental es la de mayor población actualmente y se encuentra el número mayor de mujeres que únicamente en su mayoría se dedican al que hacer doméstico.

- Rama de actividad de la PEA ocupada

Para poder conocer en qué sector productivo se concentra el mayor volumen de mano de obra, su representatividad y contribución a la economía del Municipio se analizó detalladamente la Población Económicamente Activa.

Cuadro 3
Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa
Rama de Actividad de la PEA ocupada
Año: 2002

Sector	PEA		Área Urbano		Área Rural	
	Total	%	Urbano	%	Rural	%
Agrícola	2,641	68.62	478	12.42	2,163	56.20
Artesanal	123	3.20	48	1.25	75	1.95
Ganadería	225	5.85	25	0.65	200	5.20
Comercio	273	7.09	143	3.72	130	3.38
Empleados	587	15.25	198	5.14	389	10.11
Total	3,849	100.00	892	23.17	2,957	76.83

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

En el sector agrícola se observa el mayor porcentaje de la PEA, esta es una razón por la cual esta actividad es muy importante para el Municipio, otro aspecto relevante de señalar es que en el sector empleados que refleja el 15% de la población, se ha detectado que las plazas en las que los yupanos son más aceptados es en agentes de seguridad, las pocas empresas como Banrural y panaderías, el Juzgado, la Municipalidad del Municipio y correos absorben a los empleados en el área urbana.

1.4 DIVISIÓN POLÍTICO - ADMINISTRATIVA

Para una mayor ampliación este apartado se divide en Centros Poblados, que trata la división política y luego la organización municipal que describe la organización administrativa.

De acuerdo con el Instituto Nacional Geográfico y el X Censo Nacional de Población 1994, Yupiltepeque cuenta con 1 centro urbano, 11 aldeas y 8 caseríos; sin embargo, en el presente estudio se ha verificado que la división política se encuentra clasificada de la siguiente manera:

Tabla 1
Municipio Yupiltepeque - departamento de Jutiapa
Lista de Centros Poblados
Año: 2002

No	Nombre	Categoría	Caseríos	Sectores
1	▪ Yupiltepeque	Cabecera municipal		Los Flores, Mano de León, Agua Tibia
2	▪ El Amatillo	Aldea		El Bordo, El Centro, Valle Abajo
3	▪ Estanzuela	Aldea	▪ El Jocotillo	
4	▪ El Calvario	Aldea	▪ El Tablón	
5	▪ El Jícara	Aldea		Valle Abajo, Calcetín, La Pipa
6	▪ El Llano	Aldea		Los Cortés, Los López, Los Flores
7	▪ El Sillón	Aldea		Sector Arriba Sector Abajo
8	▪ Las Brisas	Aldea	▪ El Sauce	
9	▪ Las Lajas	Aldea	▪ Quintanilla ▪ Aspitia ▪ Yanes ▪ Los Monzones	
10	▪ La Perla	Aldea	▪ La Perlita	
11	▪ Pueblo Viejo	Aldea		
12	▪ San José Vista Hermosa	Aldea		

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

La tabla anterior muestra 20 centros poblados, constituidos por la cabecera municipal, aldeas y caseríos. Esto significa que se han reconocido tres centros poblados más que los mencionados en el X Censo Nacional de Población de 1994, El Tablón, caserío de la aldea El Calvario, el caserío Quintanilla también es reconocido en la aldea Las Lajas, asimismo el caserío La Perlita o Los Latines que pertenecen a la aldea la Perla. En el Censo de 1994, San José Vista Hermosa era considerado un caserío, actualmente posee la categoría de aldea.

▪ **Administración municipal**

El municipio de Yupiltepeque se clasifica de tercera categoría. De acuerdo con el Artículo 37 del Decreto 58 del Congreso de la República.

Además de la Alcaldía Municipal en la administración del Municipio tiene injerencia la Comunidad Indígena de San Juan Yupiltepeque, la cual fue legalizada el 29 de marzo del año 1944.

La Comunicada Indígena “Es un conglomerado de personas unidas por vínculos raciales e intereses comunes, asociados para conservar los bienes que constituyen el patrimonio de la misma, para la explotación de sus terrenos, intensificación de la agricultura, desarrollo de la industria y mejoramiento cultural de los asociados.”⁵

“Tiene personería jurídica reconocida y sus estatutos aprobados por acuerdo gubernativo de fecha 29 de marzo de 1944, a partir de esa fecha se ha extendido y fortalecido por lo que tiene plena autonomía para adquirir derechos y obligaciones”⁶

“Esta organización es representada y administrada por una Junta Directiva compuesta por siete miembros, electos en Asamblea General”.⁷

Además del cuerpo legal de los estatutos de esta comunidad, avalan el accionar de la misma las siguientes Leyes y Convenios Internacionales:

- La Constitución Política de la República de Guatemala (Artículos 66 y 67).
- El Convenio 169 de la OIT: “Convenio sobre Pueblos Indígenas y Tribales en Países Independientes”, signado ratificado y aceptado por el Honorable Congreso de la República de Guatemala.

⁵ FUNDESOR, Op. Cit. Pág. 126

⁶ FUNDESOR, Op. Cit. Pág. 129

⁷ FUNDESOR, Op. Cit. Pág. 131

- Acuerdo sobre Identidad y Derechos de los Pueblos Indígenas, suscrito entre el Gobierno y la Unidad Revolucionaria Nacional Guatemalteca (URNG) el 31 de marzo de 1995.

En cuanto a la administración municipal, el Municipio cuenta con una Corporación Municipal representada por su Alcalde, electo popularmente según la legislación guatemalteca. Las alcaldías auxiliares no existen puesto que se trabaja actualmente con Comités Pro-mejoramiento. Sin embargo, según la Ley de los Consejos de Desarrollo Urbano y Rural, Decreto 11-2002 deben conformarse Consejos de Desarrollo. Para dar cumplimiento a esta Ley se han integrado cinco Consejos en las aldeas: La Perla, El Calvario, Los Monzones, Las Brisas y El Llano; el papel de los Consejos es de ser gestores, formuladores y administradores de los distintos proyectos que se realicen dentro de la comunidad, además existe un Juzgado de Paz, una oficina del Tribunal Supremo Electoral y una subestación de la Policía Nacional Civil y la Supervisión Regional del Ministerio de Educación.

1.5 INFRAESTRUCTURA

A continuación se detallan la estructura del Municipio.

1.5.1 Vías de comunicación

La carretera que conduce del departamento de Jutiapa hacia la cabecera municipal de Yupiltepeque es totalmente asfaltada, sin embargo las vías de acceso a las aldeas y caseríos que conforman el municipio es de terracería se encuentran en muy malas condiciones es importante indicar que existen varias vías de acceso que comunican a las aldeas entre si y además conducen al Salvador que constituye una oportunidad de mercado para el Municipio.

1.5.2 Medios de transporte

No existe en el municipio medio de transporte colectivo que permita a los habitantes trasladarse entre las aldeas, y a sus respectivas zonas de siembra,

aunque si cuenta con servicio de transporte extra urbano que comunica a la ciudad capital de Guatemala con este municipio y el municipio de Jerez así también existe transporte del departamento de Jutiapa hacia el amatillo, aldea del municipio de Yupiltepeque.

1.5.3 Educación

Esta variable ha mejorado a paso lento en el Municipio, se han construido nuevas escuelas que ha ampliado la cobertura iniciando ahora desde párvulos.

Cuadro 4
Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa
Escuelas Parvularias y su Cobertura
Año: 2002

Poblado	Número de Escuelas	Número de Maestros	Número de Alumnos
Yupiltepeque	2	4	102
El Calvario	2	3	98
La Perla	2	2	42
El Sillón	1	1	33
El Júcaro	1	2	33
Pueblo Viejo	1	1	27
El Amatillo	1	2	45
Estancuela	1	1	27
Total	11	16	407

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

Del total de 20 centros poblados la educación parvularia tiene una cobertura del 40% de centros poblados del Municipio. Las escuelas de la Cabecera Municipal, Estanzuela, El Júcaro, El Sillón y Pueblo Viejo del nivel parvulario operan en la misma escuela del nivel primario. En El Calvario existen 2 escuelas una en la propia aldea y la otra en el caserío El Tablón. En El Llano se terminó de construir una escuela para atender a los niños de este nivel, la cual iniciará sus actividades en el año 2003. En la aldea La Perla los niños reciben sus clases en el salón de actos. En el caserío La Perlita la maestra imparte la clase en el lugar que ocupa la cocina.

Para el análisis del nivel primario se ha tomado un rango de edad entre 7 a 17 años, esto se hizo debido a que mientras se realizaba la encuesta se pudo notar que los jóvenes comprendidos en este rango mayor todavía cursan la primaria.

Cuadro 5

Municipio Yupiltepeque - departamento de Jutiapa

Escuelas primarias y su cobertura

Año: 2002

Poblado	Número de Escuelas	Número de Maestros	Número de Alumnos
Yupiltepeque	2	14	466
El Calvario	1	11	254
La Perla	2	8	251
El Sillón	1	5	180
El Júcaro	1	10	273
Pueblo Viejo	1	3	106
El Amatillo	1	8	212
Estancuela	1	3	220
El Llano	1	5	143
Las Lajas	3	4	109
Las Brisas	2	9	222
San José Vista Hermosa	1	4	107
TOTAL	17	84	2543

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

Los tres edificios escolares existentes en la aldea Las Lajas, se encuentran ubicados en los caseríos Yánez, Quintanilla y Aspitia no reúnen las condiciones tanto físicas como pedagógicas para cumplir sus fines. El índice de cobertura en este nivel es del 76%; según información proporcionada por la Supervisión Regional de Educación el índice de deserción no es significativo, puesto que los niños se retiran de dos a tres semanas a lo sumo durante el año debido a que ellos colaboran con sus padres durante la siembra en el proceso de abonar la tierra.

Cuadro 6
Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa
Institutos de Educación Básica y su Cobertura
Año: 2002

Centro Poblado	Número de Institutos	Número de Profesores	Número de Alumnos
Yupiltepeque	1	5	289
El Júcaro	1	7	130
Total	2	12	419

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

El índice de cobertura a este nivel es el más bajo, mismo que equivale al 26 por ciento de la población, con únicamente dos instalaciones con este fin los habitantes de las aldeas vecinas deben recorrer entre dos a seis kilómetros la mayoría de las veces a pie, lo que provoca la deserción escolar de estos jóvenes. Es importante observar que únicamente el 16% de la población estudiantil de primaria continua su educación en la secundaria. En promedio el Municipio cuenta con un 52% de cobertura educacional.

Para obtener educación superior los pobladores deben trasladarse a la Cabecera Departamental, municipios de Atescatempa o Jerez, puesto que en el Municipio ni la iniciativa privada ni el gobierno brindan este servicio.

1.6 SERVICIOS

En el municipio se detectaron las siguientes instituciones gubernamentales municipales y privadas que proporcionan sus servicios a la población.

1.6.1 Estatales

Entre las entidades estatales o de gobierno se identificaron las siguientes:

- **Municipalidad**

El edificio se encuentra localizado en el centro del municipio, anteriormente se indicó como está estructurada.

- Subdelegación Municipal Del tribunal Supremo Electoral.
Se encuentra ubicada en el centro urbano del Municipio, labora de lunes a viernes desarrollando entre sus principales actividades la inscripción para el padrón electoral.

- Juzgado de Paz del Organismo Judicial
Existe en un edificio en buen estado y localizado en el centro urbano del Municipio, es el organismo encargado de administrar la justicia entre los pobladores.

- Delegación de la Policía Nacional Civil
Es la encargada de proporcionar protección a la ciudadanía, ubicada a 300 metros de la Municipalidad, posee dos autos patrullas en las que efectúan su recorrido por el Municipio.

- Ministerio de Salud Pública
Este servicio no ha recibido el apoyo económico necesario y la población del Municipio también ha sido afectada.

Cuadro 7
Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa
Servicio de Salud
Año: 2002

Institución	No. de Personas	%
Puesto de Salud, Cabecera Municipal	6,476	55.00
Puesto de Salud, aldea El Júcaro	2,944	25.00
Cobertura total	9,420	80.00

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

Aún cuando el cuadro indique una cobertura total del 80 por ciento cabe mencionar que cada Puesto de Salud tiene su área asignada en el Municipio, por lo tanto el Puesto de Salud de la Cabecera Municipal cubre un 55% de la población del ámbito urbano y una mínima parte del área rural circundante.

Mientras que el Puesto de Salud ubicado en la aldea El Jícaro presta atención médica únicamente al 25% de la población rural en las aldeas más cercanas a este. Por lo que el 75% de la población rural no reciben este beneficio. La cobertura total promedio entonces es del 40 por ciento para este Municipio.

En casos de desnutrición el niño debe ser llevado al recién abierto Centro de Recuperación Nutricional situado en la Cabecera Municipal. El Centro Nutricional fue inaugurado el 21 de febrero del año 2002. Los alimentos son proporcionados por el Programa Mundial de Alimentos y es atendido por 4 enfermeras auxiliares. Un médico del Municipio de El Adelanto viene a revisar a los niños cada 8 días. También se espera que para el año 2003 se aperture nuevo Centro de Salud.

Cuadro 8
Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa
Enfermedades más Recurrentes
Año: 2002

Enfermedades	No. de Pacientes	%
Respiratorias	2,119	45
Gastrointestinales	1,695	36
Endémicas	706	15
Dermatológicas	94	2
Dentales	47	1
Transtornos mentales	47	1
Total	4,708	100

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

Las enfermedades más comunes y recurrentes en la población de la Cabecera Municipal son producto de la falta de servicios de agua potable y drenajes, así como de concientización en la población sobre la prevención de algunas enfermedades. Para el año 2002, cinco de cada diez personas sufrieron de enfermedades respiratorias y cuatro de cada diez de enfermedades gastrointestinales.

El Puesto de Salud de esta localidad fue construido hace ocho años acuden a él más del 60% de la población, otros más viajan a la Cabecera Departamental de Jutiapa.

1.6.2 Municipales

Los servicios que proporciona la municipalidad de Yupiltepeque a su población se describen a continuación;

- Correos y telégrafos

En el municipio se encuentra ubicada una oficina de correos y telégrafos que es la encargada de entregar las cartas a los habitantes.

- Agua

La Cabecera Municipal cuenta con pozos de captación ubicados en las pozas Mano de León, Las Pilitas y La Ciénega del Chaparrón. El agua llega a las casas por medio de tuberías, en la aldea El Amatillo no tiene agua, para abastecerse de este recurso los habitantes de la aldea deben caminar 4 kilómetros hasta el río El Zaral del municipio de Zapotitlán a un kilómetro de distancia; vease en el cuadro siguiente el servicio de agua:

Cuadro 9
Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa
Servicio de Agua
Año: 2002

Centro Poblado	Chorro Domiciliar %	Nacimientos %	Pozos %	Chorro Comunitario %
Yupiltepeque	96.00	0.00	0.00	4.00
El Amatillo	0.00	0.00	0.00	0.00
Estancuela	69.00	24.00	7.00	0.00
El Calvario	74.00	9.00	17.00	0.00
El Júcaro	95.00	0.00	5.00	0.00
El Llano	98.00	0.00	2.00	0.00
El Sillón	0.00	48.00	0.00	52.00
Las Brisas	0.00	0.00	0.00	100.00
Las Lajas	100.00	0.00	0.00	0.00
La Perla	89.00	11.00	0.00	0.00
Pueblo Viejo	100.00	0.00	0.00	0.00
S.J. Vista Hermosa	36.00	0.00	64.00	0.00

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

La cobertura del servicio de agua en apariencia es de un 89% en virtud de que regularmente no llega el agua al chorro y los pobladores tienen que viajar largas distancias para poder abastecerse del vital líquido y lo hacen en nacimientos o riachuelos los cuales en ocasiones están contaminados, hay aldeas como las brisas que aún estando muy cerca del casco del municipio no cuenta con este servicio.

- Sistema de saneamiento

En el Municipio no existen plantas de tratamiento de aguas. Las medidas de higiene en todas las aldeas están por debajo de las expectativas de un nivel de vida aceptable. En el cuadro siguiente se puede apreciar la cantidad de letrinas que existen por centro poblado.

Cuadro 10
Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa
Cobertura de Letrinas
Año: 2002

Cetros Poblados	Porcentaje de cobertura
Yupiltepeque	54.00
Las Brisas	47.00
El Llano	0.00
Caserío el Sauce	15.00
San José Vista Hermosa	16.00
El sillón	0.00
Pueblo Viejo	8.00
Aspitia	91.00
Las Lajas	0.00
El Júcaro	41.00
Caserío la Perlita	29.00
La Perla	36.00
Estancuela, y caserío el Jocotillo	32.00
El Amatillo	.40
El calvario y caserío el Tablón	16.00
Promedio de cobertura	25.69

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

Durante el levantado de la encuesta se constató que tres de cada diez personas hacen sus necesidades fisiológicas al aire libre, esta es una situación alarmante debido al grado de contaminación que genera en cuanto al olor, suciedad y medio ambiente.

- **Cementerios**

Las aldeas Las Brisas, Pueblo Viejo y Las Lajas no tienen cementerio. Estas deben llevar a sus difuntos a la Cabecera Municipal mientras que el resto de aldeas y el casco urbano poseen este servicio.

- **Recolección de basura**

El Municipio en su totalidad no cuenta con este servicio, los pobladores queman la basura, la tiran a los terrenos como abono y en algunas ocasiones la queman.

1.6.3 Privados

Entre los servicios privados están los siguientes:

- **Energía eléctrica**

El servicio de energía eléctrica es proporcionado por la empresa española Unión Fenosa, la cual presta sus servicios a través de su subsidiaria DEORSA. Los pobladores pagan Q8.33 por Kw.

Cuadro 11
Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa
Cobertura de Servicio de
Energía Eléctrica
Año: 2002

Centro Poblado	Porcentaje de cobertura
Yupiltepeque	95.00
Las Brisas	90.00
El Llano	00.00
Caserío el Sauce	00.00
San José Vista Hermosa	98.00
El sillón	90.00
Pueblo Viejo	98.00
Aspitia y Caserío Quintanilla	00.00
Las Lajas	98.00
El Júcaro	98.00
Caserío las Perlitas	00.00
La Perla	95.00
Estancuela	96.00
El Amatillo	98.00
El calvario	98.00
Total	96.00

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

En promedio el Municipio cuenta con una cobertura de 96% en este servicio. En la encuesta realizada se pudo notar que este servicio es irregular, es decir con interrupciones.

- Telecomunicaciones

Este servicio se obtiene básicamente por sistema de celular. En el Municipio entra únicamente la señal de Comcel. Anteriormente los habitantes tenían líneas de TELGUA. Sin embargo, la Comunidad Indígena cobra por el

derecho de uso de la propiedad donde se encuentra ubicada la antena y al no querer pagar esta empresa este “impuesto” decidió retirarse. Así las personas que ya habían comprado sus líneas se quedaron sin el servicio.

- Bancos

El municipio cuenta con una agencia del banco de Desarrollo Rural, que atiende de lunes a sábado en su horario normal, que presta los servicios de créditos y transacciones normales de depósitos, retiros, operaciones en moneda extranjera y otros, el cual está ubicado en la cabecera municipal.

1.7 FACTOR TIERRA

En cuanto al factor tierra se analizan los siguientes aspectos.

1.7.1 Tenencia

“La propiedad comunal data según conocimiento de los habitantes desde el 2 de agosto de 1664, de acuerdo con las escrituras que tienen en su poder desde la fecha en mención, cuando se efectuó la primera compra al Rey Juan Carlos V de España, por parte de los primeros pobladores indígenas, para la constitución del pueblo de Yupiltepeque”⁸

La tenencia de la tierra está distribuida en 98% de propiedad comunal y en restante 2% es propiedad privada. Para los efectos legales y de acuerdo a los Estatutos de la Comunidad se consideran tres categorías: colectivo-propietario; condueños-poseedores y extraños (arrendatarios o usufructuarios)

Colectivo-propietario es el conglomerado de condueños que conforman la Comunidad Indígena y que colectivamente son propietarios de la tierra. La segunda: condueños-poseedores, son aquellas personas que poseen los terrenos pagando por ello la cuota respectiva y pasan a ser parte de la Comunidad Indígena considerados como condueños y la tercera categoría se

⁸ FUNDESOR, Op. Cit. Pág. 147

refiere a las personas extrañas al lugar que compran el derecho de posesión y usufructúan las tierras, llamados también arrendatarios.

Los poseedores y arrendatarios no pueden negociar sus posesiones, solo con la facultad expresa y escrita de la Comunidad Indígena. Cualquier persona que quiere adquirir derecho a terrenos de la Comunidad debe someterse a los procedimientos que establecen los estatutos de la Comunidad Indígena.

Cuadro 12
Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa
Tenencia de la tierra
Superficie en manzanas
Año: 2002

Clasificación	EPS 2002		Propia	En compañía
	Fincas	Superficie	Superficie	Superficie
Microfinca (1cda. –menos 1 mz)	1,575	765	589	175.95
Subfamiliar (1mz – menos 10mz)	490	1,292	995	297.16
Familiar (10mz –menos 64 mz)	230	4,079	3,141	938.17
Multifamiliar (64 mz – 20 cab.)	7	595	458	136.85
Multifamiliar grande (más 20 caballerías)	0	0	0	0
Total	2,302	6,731	5,183	1,548.13

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

En el cuadro anterior es curioso observar que existan 1,575 fincas, o unidades productivas, pero se puede apreciar que la extensión de tierras es únicamente de 765 manzanas de terreno mientras en las fincas subfamiliares, familiares y

multifamiliares la situación es inversa, es decir que se distribuye una mayor cantidad de tierra en una menor cantidad de propietarios o unidades productivas.

1.7.2 Concentración

En el cuadro siguiente se observa la concentración de la tierra en el Municipio comparada con el censo de 1979.

Cuadro 13
Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa
Concentración de la Tierra
Superficie en Manzanas
Comparación Censo 1979 – Diagnóstico de la Muestra EPS 2002

Clasificación	Censo 1979		EPS 2002	
	Fincas	Superficie	No.	Superficie
Microfinca (1 cda. - menos 1 mz)	196	95	1575	765
Subfamiliar (1mz – menos 10 mz)	828	2,183	490	1,292
Familiar (10 mz - menos 64 mz)	100	1,773	230	4,079
Multifamiliar (64 mz - 20 cab)	2	170	7	595
Multifamiliar Grande (más 20 caballerías)	0	0	0	0
Total	1,126	2,040	2,302	6,731

Fuente: Elaboración propia con base en el III Censo Agropecuario 1979-Instituto Nacional de Estadística –INE- e Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2002

Al efectuar el análisis del cuadro anterior, se observa que en relación al año 1979 la tenencia de la tierra comparada con el año 2002, ha incrementado en número de fincas o unidades productivas en 703%, pero la oportunidad de tener o distribuir la tierra en el caso de microfincas ha disminuido en un 29%. Es decir que al año 2002 el 29% más tiene menor acceso a la tierra.

1.7.3 Uso

Véase en el cuadro siguiente el uso que se le da a la tierra en el municipio de Yupiltepeque, se podrá apreciar que el suelo es eminentemente agrícola.

Cuadro 14
Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa
Uso actual de los Suelos
Comparación Censo 1979 – EPS 2002

Actividad	Censo 1979		Muestra 2002	
	Manzanas	%	Manzanas	%
Agrícola	5121	69.39	1289	84.64
Pecuaria	1995	27.03	230	15.10
Forestal	264	3.58	4	0.26
Total	7380	100.00	1523	100.00

Fuente: Elaboración propia con base en el III Censo Agropecuario 1979-Instituto Nacional de Estadística –INE- e Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2002

Puede apreciarse un 84 por ciento de los suelos son utilizados para la explotación agrícola y un 45 por ciento es destinado a la actividad pecuaria, aunque la información obtenida indica que lo ideal es una manzana por cabeza de ganado, se ha encontrado que usualmente en una manzana se encuentran de 2 a 3 cabezas. En la actividad forestal existe únicamente un 0.79 por ciento de extensión, lo que nos muestra claramente la deforestación que existe en el lugar.

CAPÍTULO II

COMERCIALIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE MAÍZ

En este capítulo se hace un análisis de la situación actual del municipio de Yuíttepéque, respecto al proceso de comercialización del maíz, análisis de comercialización y operaciones de comercialización, el resultado dará la pauta para proponer como debe desarrollarse la comercialización en relación a la producción de maíz para el mejor beneficio de los productores.

2.1 SITUACIÓN ACTUAL

La situación actual de los productores para comercializar la producción se analiza a continuación.

2.1.1 Proceso de comercialización

El proceso de comercialización en el Municipio presenta características tradicionales de compra y venta, que generan márgenes de comercialización favorables al acopiador intermediario, lo que es perjudicial y desmotivación para el productor; esto se debe a que los acopiadores transportistas especulan con los precios del maíz que se complementa con la ausencia de organizaciones productivas de campesinos que puedan negociar con volúmenes grandes de granos, precios que garanticen la rentabilidad o ganancia justa del productor; además a esta situación se agrega el deficiente proceso productivo que presenta una producción de baja calidad y estacional.

En la siguiente tabla se puede apreciar el comportamiento al comercializar la producción de maíz.

Tabla 2
Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa
Comportamiento de Comercialización, Cultivo de maíz
Nivel Tecnológico Bajo
Año: 2002

Centro Poblado	Acopiador Mayorista	Detallista	Consumidor Final
Tablón	16		
Brisas	23	1	
Amatillo	41	1	
Yupiltepeque	56	2	3
Perlita		1	2
Monzones			1
Sauce		1	
Pueblo Viejo	16		1
Sn. José Vista H	9		
Sillón	17		
Estancuela	21		
Perla	14		
Jicaro	30		
Llano	9		
Aspitia	1		1
Calvario	31		1
Lajas	5	1	
Totales	289	7	9

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

De un total de 304 unidades productivas se estableció según encuesta, que el 95% de los productores comercializan la producción con el acopiador transportista, esto constituye una desventaja para el productor porque de acuerdo a la investigación el precio es fijado por el acopiador; la producción se comercializa únicamente en un cinco por ciento entre el mayorista y el consumidor final, pero en cuanto a la venta al consumidor final tampoco representa para el productor una ventaja en virtud de que la venta es por libra a precios por debajo del costo, y esto sucede solo cuando algún vecino necesita comprar principalmente para próximas cosechas.

El proceso de comercialización de la producción se divide en tres fases, las cuales son aplicadas en todos los cultivos del Municipio.

2.1.1.1 Concentración

“En esta etapa se busca la reunión de los productos con el fin de formar grupos homogéneos, para su posterior venta, en este proceso el mayorista es el ente que en mayor volumen concentra la producción”.⁹

Lo anterior consiste en concentrar en un solo lugar la producción obtenida en varias unidades productivas.

En el municipio de Yupiltepeque la concentración de la producción agrícola se realiza en una forma dispersa. No existe una organización adecuada para esta actividad, ya que casi el total de la producción se concentra en graneros que tienen en las casas cada uno de los productores para la capacidad de 9 cargas es decir 18 quintales y cuando la necesidad lo requiera, venden la producción a los transportistas que pasan por el lugar, otro de los aspectos importantes es que cada productor trabaja individualmente y no es posible concentrar la producción en volúmenes grandes que permita comercializar el producto en mejores condiciones.

2.1.1.2 Equilibrio

“El proceso de equilibrio trata que el abastecimiento de mercancías para la venta se ajuste a la demanda, en el equilibrio es conveniente que la oferta sea menor a la demanda, de esta manera se evitará una saturación en el mercado del producto y se obtendrán mejores precios”.¹⁰

La demanda de maíz se mantiene estable durante todo el año, y durante la época de cosecha existe una saturación del mercado local lo que provoca una caída en los precios, pero por otro lado cabe mencionar que el crecimiento de la

⁹ GILBERTO MENDOZA. Compendio de Mercadeo de Productos Agropecuarios. Primera edición, San José Costa Rica, IICA 1982. Pág. 273

¹⁰ Ibíd. Pág. 114

producción no equivale al crecimiento de la población lo que en años posteriores podría disminuir la extensión de tierra cultivada y disminuir la oferta.

Son muy pocos los productores que almacenan los cultivos en espera de una mayor demanda, por lo que la mayoría de ellos vende su producción cuando se les presenta la oportunidad o cuando tienen que comprar los insumos que serán utilizados en la siguiente cosecha, por otro lado el transportista establece el precio que él desea cancelar o negociar.

2.1.1.3 Dispersión

“Esta etapa del proceso de comercialización se refiere a la distribución de la producción hasta el consumidor final a través de los distintos canales y entes participantes”.¹¹

La mayor parte de la producción es distribuida en la Cabecera Departamental de Jutiapa, de donde es transportada hacia otros lugares y en un porcentaje menor, es trasladada a la República de El Salvador a través de animales de carga. La distribución se efectúa por peso, tamaño y calidad del producto; en el caso del maíz, es transportado en sacos; la función de dispersión es realizada por el camionero al trasladar el producto del lugar de producción hacia el canal mayorista.

2.1.2 Análisis de comercialización

El análisis de comercialización esta formado por análisis institucional, funcional y estructural los cuales se describen a continuación.

2.1.2.1 Análisis institucional

Permite conocer los entes o participantes en las actividades de mercadeo y el papel que desempeñan, que por su carácter de permanencia permiten una categorización institucional.¹²

¹¹ Loc. Cit.

¹² Ídem. Pág. 102

- **Productor**

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

Desde el momento en que se toma la decisión sobre la producción hasta su venta, inicia el proceso de comercialización principalmente en los meses de cosecha, los productores del Municipio optan por trasladar la producción a sus casas y la venden paulatinamente conforme sus necesidades.

- **Mayorista acopiador**

El mayorista acopiador es quien compra directamente a los productores del Municipio, traslada el producto a sus bodegas que encuentran en la cabecera departamental, donde lo distribuyen al detallista.

- **Detallista**

El detallista es el ente que compra al mayorista acopiador, esta representado por tiendas abarroterías y pequeños depósitos, el detallista quien facilita al consumidor final adquirir el producto. Dentro de este proceso el intermediario es el que tiene la facultad de imponer el precio de venta, el productor debe ajustarse a dicho precio puesto que existe saturación en el mercado en época de cosecha.

Lo anterior le ocasiona pérdidas al productor que vende a precio menor al costo generado por la misma necesidad de obtener algún ingreso para satisfacer una necesidad.

- **Consumidor final**

Es el último eslabón y el más importante del proceso de comercialización, puesto que todas las actividades de mercadeo van dirigidas hacia la satisfacción de sus diversas necesidades, en virtud de que es él quien determina el lugar, la cantidad, calidad y el tiempo en que va consumir un producto.

2.1.2.2 Análisis estructural

Se determinan las situaciones del mercado cuando se ponen en contacto los vendedores y los compradores de un producto, se conoce la estructura, la conducta y la eficiencia del mercado.

- Estructura del mercado

El mercado de los principales productos del municipio se encuentra estructurado por productores, compradores y consumidor final, pero en este sentido las relaciones que existen entre vendedores y compradores, casi siempre las determinan éstos últimos y se observa una estructura simple, porque la relación básicamente es entre productor y acopiador transportista quien representa al comprador. El maíz se vende en las unidades productivas directamente al acopiador transportista, quien se encarga de trasladarlos a los mayoristas ubicados en la Cabecera Departamental y Ciudad Capital.

- Conducta de mercado

Son los patrones de comportamiento de las empresas en el proceso de adaptación o ajuste a los mercados donde venden o compran. En el Municipio objeto de estudio la conducta del mercado esta establecida por el acopiador transportista y por la época de cosecha, en el primer caso es debido a que no existe una organización en el municipio que determine las condiciones del mercado, como el manejo de precios, tecnología entre algunas, en cuanto a la época de cosecha, existe una saturación en el mercado con relación al maíz específicamente, los transportistas acopiadores especulan con los precios y en este sentido el productor vende a precios bajos.

- Eficiencia de mercado

Se identificó una deficiencia en el mismo, porque los agricultores producen en forma dispersa y no se encuentran organizados, la falta de organización de los productores que tienen la capacidad de obtener excedentes y vender

es motivo para que el acopiador fije los precios y en época de cosecha el acopiador paga precios por debajo de los costos conociendo de que existe una fuerte demanda. Por otro lado debido a que los productores continúan utilizando tecnologías tradicionales, es decir semilla criolla, insuficiente cantidad de herbicidas como de abonos, la producción es de baja calidad al igual que el rendimiento en quintales por extensión cultivada.

2.1.2.3 Análisis funcional

“Consiste en clasificar las actividades que se presentan en el proceso del mercadeo agrícola relativo al traslado de los productos desde el productor hasta el consumidor final”.¹³

Ante la falta de una organización de producción agrícola en el Municipio, todas las funciones son realizadas por el productor en su hogar y como ya se indicó los precios son fijados por el acopiador transportista, quien en camión recolecta la producción en quintales, las variables del análisis funcional se presentan a continuación:

a Funciones de intercambio

Son las funciones relacionadas con la transferencia de derechos de propiedad de los bienes; se vinculan con la utilidad de posesión. Las funciones de intercambio son la compra-venta y la determinación de los precios,¹⁴ las funciones de intercambio en el Municipio se realizan entre el productor, acopiador transportista y mayorista para luego llegar al consumidor final; a continuación se detallan las diferentes funciones.

- **Compra venta**

En el Municipio se utiliza el sistema de compra-venta por inspección en el cual se exige la presencia del producto en su totalidad en el lugar de la

¹³ Ibidem. Pág. 116

¹⁴ Ídem Pág. 118

transacción e inspección del producto, regularmente es en el hogar del productor.

- Determinación de los precios

Los precios son fijados por el transportista acopiador al momento de realizar la transacción observa la condición del producto y ofrece precios por debajo del costo, el cual por la necesidad el productor acepta, el precio que paga el acopiador es de Q 45.00 a Q 50.00 por quintal.

b Funciones físicas

“Se denominan funciones físicas a las que se relacionan con la transferencia física y con modificaciones físicas e incluso fisiológicas (ejemplo: grado de madurez) de los productos.”¹⁵ El concepto y alcance de cada función es el siguiente:

- Acopio

En el Municipio; el acopio es de tipo terciario, ya que se realiza a través de un camionero que pasa por los diferentes lugares a recolectar la producción para transportarla a los mayoristas ubicados en la Cabecera Departamental, no existe una bodega para concentrar la producción en lotes homogéneos y en volúmenes grandes.

- Almacenamiento

Los acopiadores utilizan para el almacenamiento de maíz, graneros que tienen capacidad para 9 cargas es decir 18 quintales; los cuales venden paulatinamente; los graneros se encuentra en las casas de los productores ya que por falta de organización no existe un centro de acopio.

¹⁵ Ídem Pág. 121

- **Transformación**

En la producción de maíz no se utiliza ningún proceso de transformación para la venta, únicamente se utilizan pastillas de Fotoxina para su conservación en el granero, con un valor de Q.1.00 y utilizan 2 pastillas al año para un silo, con el fin de prolongar el ciclo de vida y evitar el deterioro; este sistema de conservación no afecta sustancialmente la forma del producto.
- **Clasificación**

Según la investigación de campo realizada, los productores no clasifican su producción porque consideran que no es necesario, debido a que el precio ya está establecido por el comprador, quien revisa el producto antes de comprar para verificar que se encuentre en buenas condiciones.
- **Normalización**

Las condiciones o normas para la compra las establece el acopiador, al momento de la compra inspecciona la calidad y limpieza del producto a la vez es el que determina el precio del producto; no existe ninguna norma específica para que el productor pueda vender, excepto que el producto este limpio, no posea gorgojo y que este seco.
- **Empaque**

Para efectos de transporte y comercialización de maíz, el empaque se realiza en costales de nylon; el costo de este empaque oscila entre Q. 1.50 a Q. 2.00 cada uno, con capacidad para un quintal.
- **Transporte**

El productor utiliza animales de carga para trasladar el producto del lugar de producción hacia los graneros que tiene en su casa, los camioneros que llegan de la Cabecera Departamental utilizan vehículos propios para trasladar la producción.

b Funciones auxiliares

Al igual que las funciones anteriores, las funciones auxiliares existen pero en forma empírica. El precio se conoce debido a las noticias verbales que obtienen miembros de la población y no por medios formales de comunicación.

Sirven como apoyo en el proceso de comercialización, entre ellas la información de precios, financiamiento, aceptación de riesgos, promoción de mercados y estandarización.

- Información de precios

Los productores se informan de los precios del mercado a través de noticias que reciben de las personas que visitan la Cabecera Departamental y otros lugares, así como de los transportistas que llegan a los poblados a recolectar la producción.

- Financiamiento

Los productores agrícolas tienen temor al financiamiento debido a los altos intereses y por otro lado no están seguros de cómo les irá en la cosecha, ya que algunas veces el invierno puede ser muy fuerte y en otras muy seco no solicitan ningún tipo de financiamiento debido al temor de no poder pagarlo, lo que los limita a producir únicamente con financiamiento de la cosecha anterior, situación que no permite adquirir insumos necesarios para mejorar el rendimiento de la producción.

- Aceptación de riesgos

Aparentemente los productores no tienen ningún tipo de riesgos, pero según el análisis del muestreo realizado, los productores al guardar sus cosechas para venderlas posteriormente al aumentar los precios, corren el riesgo de que el producto no esté suficientemente conservado, lo que provoca pérdidas del producto y bajas en los precios.

- **Promoción de mercados**

Los productores agrícolas no están organizados para realizar búsqueda de oportunidades de nuevos mercados para su producción, lo que limita el crecimiento en volumen, calidad y precios; también se ve reflejado en el nivel de desarrollo tanto individual como colectivo de la población.

- **Estandarización**

Los productores no cuentan con estándares establecidos para la producción, pues únicamente cultivan lo que está a su alcance, debido a las limitaciones de capital y a la cantidad de terreno que poseen.

2.1.3 Operaciones de comercialización

Son las actividades de los entes participantes en el proceso de comercialización en la transferencia de los productos. Para su estudio se dividen en: canales de comercialización, márgenes de comercialización y los factores de diferenciación.

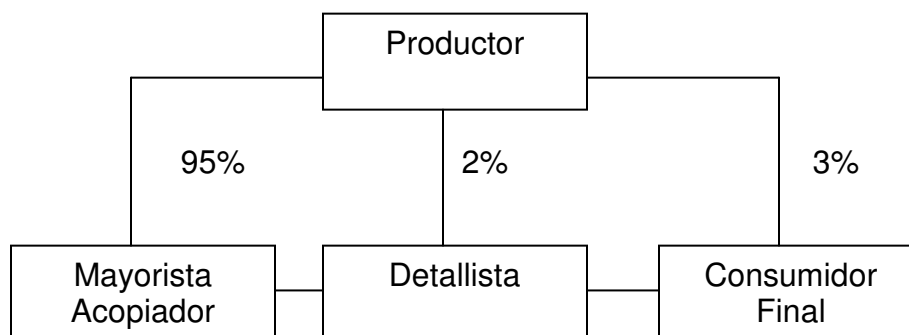
a Canales de comercialización

“Comprende etapas por las cuales deben pasar los bienes en el proceso de transferencia entre el productor y consumidor final.”¹⁶

En el Municipio se identifican dos tipos de canales de comercialización; el primero que va del productor al mayorista acopiador, en promedio representa el 95% del volumen, de este al detallista y por último al consumidor final; el segundo, con el 5% del volumen, que se da entre el productor, minorista y consumidor final.

¹⁶ Ídem Pág. 169

Gráfica 1
Municipio Yupiltepeque - departamento de Jutiapa
Canales de Comercialización, maíz
Año: 2002



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

La gráfica anterior muestra los dos canales utilizados en la comercialización de la producción de maíz; la mayor parte de la producción es comercializada a través del mayorista acopiador, generalmente traslada su producción hacia mercados como el de la Terminal de la zona 4 de Guatemala, Jutiapa y en algunas ocasiones a El Salvador, en estos mercados se encuentran los depósitos, abarroterías, tiendas que representan a los detallistas, quienes venden el producto al consumidor final. El cinco por ciento que muestra la grafica es porque en algunas ocasiones se presentan directamente los detallistas y consumidores con el productor para adquirir parte del producto, pero realmente este porcentaje no es significativo, y el 95% de la producción se comercializa entre productor, mayorista acopiador, detallista y consumidor final.

b Márgenes de comercialización

Es la diferencia entre el precio que paga el consumidor por un producto y el precio recibido por el productor.¹⁷

¹⁷ Ídem Pág. 185.

Cuadro 15

Municipio Yupiltepeque - Departamento de Jutiapa
Márgenes de Comercialización de Producción de Maíz por Quintal
(Expresado en quetzales)
Año: 2002

Institución	Precio Venta	Margen Bruto	Costo Mercado	Margen Neto	% Rend. s/Inversión	% de Partc. (PDP)
Productor	50					61
Mayorista acop.	70	20	2.00	18	36	24
Transporte			2.00			
Detallista	82.50	12.50	1.00	11.50	16	15
Gastos operación			1.00			
Consumidor final						
Total		32.50	3.00	29.50		100

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

El cuadro anterior genera un margen bruto de comercialización del 39.39%, el cual se puede observar en el desarrollo de la fórmula siguiente:

$$MBC = \frac{82.50 - 50}{82.50} \times 100 = 39\%$$

Lo anterior significa que por cada quetzal del precio de venta al consumidor final el productor participa en todo el proceso el 61%.

El margen neto de comercialización originado es el 36% al observar la fórmula siguiente se puede apreciar el porcentaje:

$$MNC = \frac{29.50}{82.50} \times 100 = 36\%$$

El 36% indica que por cada quetzal de venta, los intermediarios obtienen una utilidad neta de Q0.36.

Como se puede observar el mayor margen de comercialización se encuentra en posesión del productor, porque de cada Q1.00 que paga el consumidor final, el participa 61%, en cuanto que el acopiador participa 24% y el mayorista un 15%,

esto no significa que el productor obtiene mejores utilidades que la intermediación, sino que el mayor trabajo es realizado por el productor para hacer que el consumidor final obtenga el producto para suplir su necesidad. Los precios de venta del maíz del mayorista al consumidor final fueron obtenidos en la cabecera departamental de Jutiapa, al igual que los costos de mercado.

precios de venta del maíz del mayorista al consumidor final fueron obtenidos en la cabecera departamental de Jutiapa, al igual que los costos de mercado.

Al desglosar las operaciones es posible apreciar la distribución del margen de comercialización.

$$\text{MBC del Acopiador} = \frac{70 - 50}{82.50} \times 100 = 24\%$$

$$\text{MBC del mayorista} = \frac{82.50 - 70}{82.50} \times 100 = 15\%$$

La suma total del margen bruto en la intermediación es de 39%, que significa que por cada quetzal pagado por el consumidor el productor participa el 61%, la participación de los intermediarios se distribuye así: a) para el acopiador transportista corresponde el 24%, b) para el mayorista 15%.

c Factores de diferenciación

Son las diferentes características de calidad, tiempo y lugar que posibilitan mejorar el proceso de comercialización de la producción en el mercado.

- **Calidad**

La utilización de semilla criolla es una de las características en el cultivo de maíz, esto reduce el rendimiento de la producción y calidad del producto, porque la semilla es de la misma cosecha y no se somete a ningún

tratamiento químico, por el contrario los productores utilizarán semilla mejorada y seleccionada, es decir si seleccionarán la semilla de mayor tamaño y que no este contaminada con gorgojo y además se le agregaran nutrientes, la producción sería más abundante y de mejor calidad, pero actualmente con la utilización de semilla criolla no obtienen los mejores rendimientos..

- Tiempo

Es un factor determinante, debido a que los productores en el Municipio objeto de estudio cosechan maíz una vez al año, aprovechando la temporada lluviosa, esto se debe a la falta de asesoría técnica y a las condiciones económicas del productor, que no le permiten tener sistemas de riego artificial para cosechar dos veces al año. Dependiendo del fenómeno natural es un riesgo que corre el productor, porque si el invierno es muy copioso puede perder la producción o si por el contrario es muy seco también pierde la producción.

- Lugar

Los productores de las diferentes unidades económicas dedicados al cultivo de maíz, generalmente ven afectada la comercialización de sus productos, debido al mal estado de las carreteras que le dificulta al comprador el acceso a los lugares donde se encuentra el productor, principalmente en época lluviosa, esta es una de las causas por las cuales el transportista para en ocasiones precios por debajo del costo.

- Falta de organización

La falta de organización es uno de los principales factores, que no permite a los productores obtener los mejores beneficios a través de la comercialización de la producción a precios justos.

2.2 COMERCIALIZACIÓN PROPUESTA

Con base a la situación actual determinada en el municipio, se puede apreciar que los productores afrontan una serie de limitantes para comercializar la producción de maíz en el mercado.

Por lo anterior manifestado es necesario establecer algunas medidas en el proceso de comercialización que le permitan al productor alcanzar el máximo rendimiento y rentabilidad.

2.2.1 Proceso de comercialización

En el proceso de comercialización propuesto se muestra la concentración, el equilibrio y la dispersión de la producción.

a Concentración

Se propone que los agricultores se organicen en un comité agrícola; a través de la organización se realizará una concentración de la producción, lo que permitirá formar grupos homogéneos para su posterior venta, esta concentración se realizará en un lugar especialmente diseñado para ello, que cuente con las condiciones necesarias para el buen cuidado del producto.

b Equilibrio

En cuanto a este proceso, la política a utilizar será la de almacenamiento y esperar el mejor momento para lanzar la producción al mercado, lo que garantizará la obtención del producto en cualquier época del año, se tomará en consideración que el consumo de maíz es permanente, por lo que el volumen de la producción podrá satisfacer la demanda de consumo requerida, ya que habrá disponibilidad de la misma para abastecer el mercado.

c Dispersión

Para obtener el mejor precio, el comité será el ente encargado de vender únicamente al mayorista y también puede vender al consumidor final.

El pago y responsabilidad del transporte del producto debe correr por cuenta y riesgo del mayorista ya que se le entregará la producción en las instalaciones del comité.

El comité deberá contactar a los principales mayoristas, para esto se propone que dirija los esfuerzos de ventas en el centro de mayoreo de la ciudad capital y el mercado de la terminal de la zona cuatro, si el mayorista requiere le sea entregada la producción en el lugar de residencia el costo se le cargará de acuerdo al valor del transporte en el mercado.

2.2.2 Operaciones de comercialización

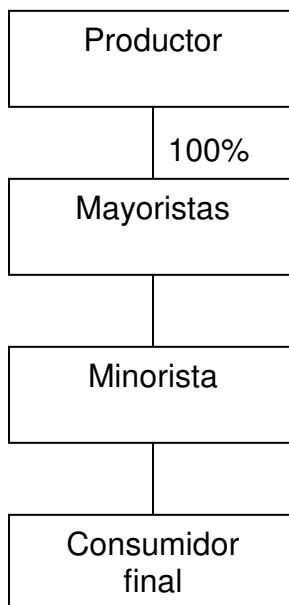
Se establecen a continuación los canales de comercialización, los márgenes y los factores de diferenciación propuestos para el maíz.

a Canales de comercialización

El canal de comercialización a utilizar debe ser del Comité agrícola al mayorista, del mayorista al minorista y de éste al consumidor final. Se deben de establecer los mayoristas que más convengan a las expectativas del comité, en cuanto a precio, forma de pago y cantidad que están dispuestos a comprar.

Con la estructura se pretende eliminar al acopiador transportista que existe actualmente para llegar al mayorista, esto beneficiará al productor vendiendo la producción a un mejor precio.

Gráfica 2
Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa
Canal de comercialización propuesto
Producción de Maíz
Año: 2002



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

Dentro de las principales ventajas que ofrece el canal de comercialización propuesto es que el comité como productor será el que realice la venta directa al mayorista, de esta manera se tendrá mejor oportunidad de obtener un buen precio, ya que no habrán más intermediarios que especulen con los precios.

La visión de los integrantes del comité permitirá ampliar la cobertura del mercado, es necesario hacer notar que en la ciudad capital específicamente la central de mayoreo en la zona doce y la terminal en la zona cuatro, existe una muy buena oportunidad para comercializar la producción.

b Márgenes de comercialización

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

Cuadro 16
Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa
Márgenes de Comercialización Propuesto
Producción de Maíz por Quintal
(Expresado en Quetzales)
Año: 2002

Institución	Precio Venta	Margen Bruto	Costo Mercado	Margen Neto	% Rend. s/Inversión	% de Partc. (PDP)
Productor	60.00					73.00
Mayorista	72.50	12.50		9.25	15.42	15.00
Transporte			1.00			
Almacenaje			0.75			
Empaque			1.50			
			3.25			
Minorista	82.50	10.00		9.00	12.41	12.00
Gastos operación			1.00			
Consumidor final						
Totales:		22.50	4.25	18.25		100.00

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

Al eliminar al transportista como parte de la intermediación entre el productor y mayorista el precio obtenido por el productor será mejor y por ende también sus beneficios, a apreciar la siguiente formula se nota un margen bruto de comercialización de 27%, significa que por cada quetzal del precio de venta al consumidor final los intermediarios ganan Q 0.27. El margen neto de comercialización originado es el 22%, indica que por cada quetzal de venta los intermediarios obtienen una utilidad neta de Q 0.22. Es importante recalcar que el precio al consumidor final no varía así como el margen bruto del mayorista con relación al productor de Q 12.50 tampoco se ve afectado.

2.2.3 Factores de diferenciación

Existen varios factores de diferenciación en la comercialización propuesta, entre ellos están:

- **Calidad**

La utilización de semilla mejorada permitirá obtener un mejor producto y un mayor rendimiento en la producción.

- **Tiempo**

Con la organización se venderá la producción en el tiempo estimado, para obtener el precio justo, no menor al establecido en el margen de comercialización; también a través del tiempo, el comité podrá comprar equipo de mini riego para producir en cualquier época del año.

- **Lugar**

El productor tendrá un centro de acopio para la producción, situado en la aldea El Calvario, porque alrededor de este lugar se encuentran las zonas de producción y fácilmente comunica a otras aldeas del Municipio.

- **Precios**

De acuerdo a los costos y gastos que generará la producción y con el fin de competir, se fijó un precio promedio de Q 60.00 por quintal del productor al mayorista, la rentabilidad que obtendrá el productor es el 33% considerando los costos imputados un costo de producción por quintal de Q 45.00 y un precio de venta de Q 60.00, y la intermediación obtendrá una utilidad de 22%, como se observa en cálculo de los márgenes.

2.3 ANÁLISIS COMPARATIVO

Para poder tener un mejor análisis de los cambios que se proponen en la comercialización del maíz, se presenta una comparación de la situación actual y la que se propone.

Tabla 3
Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa
Análisis Comparativo
Producción de Maíz por Quintal
Año: 2002

SITUACIÓN ACTUAL	SITUACIÓN PROPUESTA
No se da la concentración	Se puede concentrar la producción
No existe definida una dispersión	La dispersión o distribución es del comité al mayorista. No hay más intermediarios.
No existe un equilibrio	Con la organización se planifica la producción y venta para obtener el mejor precio.
Los precios son establecidos por el transportista.	El precio es establecido por el comité según previo análisis.

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

La comercialización propuesta será eje principal sobre la cual gire la actividad agrícola del Municipio de Yupiltepeque principalmente la producción de maíz; los productores al cultivar y comercializar en forma dispersa, no tendrán ninguna oportunidad de poder desarrollar la economía del Municipio y de sus familias, la comercialización propuesta les permite concentrar la producción en volúmenes mayores y venderla directamente al mayorista; esto le garantiza al productor obtener mejores precios y por ende utilidades que le permitirán comprar semilla mejorada para incrementar el rendimiento de la producción.

2.4 APLICACIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN

La aplicación práctica de la comercialización se refiere al diseño de políticas y estrategias que guíen los aspectos de precios, ventas, distribución y cobros.

2.4.1 Precios

Con relación a los precios se establece lo siguiente:

- Brindar información a los asociados, acerca de la aplicación de precios se partirá con un precio base de no menos de Q 60.00 el quintal, y se debe de analizar constantemente los precios en el mercado.
- El comité debe mantenerse informado sobre la tendencia de los precios.
- Si existiese algún descuento todos los miembros del comité deben estar en mutuo acuerdo y este no debe de dar como resultado el precio establecido en el margen excepto algún caso especial en donde se requiera vender inmediatamente la producción.

2.4.2 Ventas

Para realizar la venta adecuadamente se debe observar lo siguiente:

- Las ventas deben de realizar en unidad de medida en quintales.
- Dentro de la organización debe de existir la división de comercialización que será la encargada de realizar la venta.
- Las ventas deben de realizarse al contado preferiblemente en efectivo.
- Mantener una búsqueda permanente de clientes nuevos, a través de informar a los compradores sobre los precios y ofertas.
- La unidad de medida para la venta será el quintal.

2.4.3 Distribución

En cuanto a la distribución:

- En las instalaciones del comité se despachará el producto a los mayoristas quienes correrán con los riesgos del transporte debido a esto se le otorgará el mejor precio que lo motive a la compra.

- Se distribuirán muestras del producto, para probar la calidad del mismo a clientes considerados potenciales.
- Cuando el mayorista requiera que se le envíe la producción, el precio incrementará en un quetzal por quintal.

2.4.4 Cobros

Es necesario en los cobros considerar lo siguiente:

- La misma persona encargada de la venta realizará el cobro.
- El cobro debe ser al contado y en efectivo.
- Se aceptarán cheques a aquellos mayoristas que se encuentren bien acreditados, para ello deben de llenar ciertos requisitos según acuerden los miembros del comité.
- Se debe de cobrar un 10% de recargo sobre algún cheque que haya sido aceptado y fuera rechazado.

Todos los elementos expuestos en comercialización de la producción son beneficiosos para el productor, lo que conlleva mejorar su nivel de vida y desarrollo social.

CAPÍTULO III

ORGANIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE MAÍZ

3.1 ORGANIZACIONES EXISTENTES

El término organización se refiere a “La actividad fundamental en el proceso administrativo. Se organiza para reunir ordenar todos los recursos necesarios, incluye a las personas de modo que la tarea requerida se cumpla satisfactoriamente para la consecución de los objetivos y metas fijadas”.¹⁸ A continuación se describen las diferentes organizaciones detectadas en el Municipio:

3.1.1 Sociales

Las organizaciones detectadas según el estudio realizado en el Municipio de Yupiltepeque del departamento de Jutiapa se caracterizan por ser comités de pro mejoramientos, en cada una de las aldeas que conforman la cabecera municipal los comités se dedican a realizar proyectos para el desarrollo, entre los diferentes proyectos se encuentran, introducción de energía eléctrica, ampliación de carreteras, construcción de escuelas, introducción de agua, actualmente en la educación se están formando comités de desarrollo escolar dedicados principalmente a la preparación de los desayunos escolares para los alumnos.

3.1.2 Tipo de Organizaciones productivas

En el Municipio de Yupiltepeque no se identificó ningún tipo de organización agrícola en la producción de maíz, debido a que los productores producen aislada e individualmente cada quien con sus propios medios, la organización productiva en el Municipio se caracteriza por ser familiar, la base fundamental son los conocimientos empíricos adquiridos con la experiencia en las labores productivas, por la falta de asesoría técnica y administrativa los productores no

¹⁸ B. J, HODGE W. P ANTHONY, L. M, GALES. Teoría de la Organización, Quinta edición, España grafilles. 2001 Pág. 59.

han sido capaz de organizarse para crear una estructura que fortalezca el proceso de comercialización de la producción de maíz, presentan una organización lineal, donde la autoridad esta representada por el padre de familia y es quien realiza la mayoría de actividades.

3.2 ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL PROPUESTA

Por las condiciones socioeconómicas en el Municipio de Yupiltepeque se determinó la conveniencia de crear una organización sencilla pero efectiva, que permita sentar las bases de una gran organización para la comercialización de la producción de maíz en el Municipio. La mejor opción para que los productores se organicen es la creación de un comité.

3.2.1 Tipo de organización

El Comité es el tipo de organización más sencillo y básico para el desarrollo de las comunidades, que une a un grupo de personas de mutuo acuerdo para llevar a cabo un proyecto, en este caso sería la producción de maíz en forma organizada, a través de la organización, los costos en la adquisición de los insumos pueden ser mas bajos y también es posible recibir ayuda de instituciones del gobierno o internacionales.

3.2.2 Justificación

Las causas fundamentales que motivan la creación de un comité en el Municipio, son las condiciones socioeconómicas, la dispersión de la producción, así como la necesidad de darle el valor justo a la producción en relación al precio y no permitir que las condiciones de ventas las proponga el transportista a su conveniencia aprovechándose de las necesidades del productor, la unión de esfuerzo entre los productores a través del comité obtendrán mayores rendimientos y mejor rentabilidad.

3.2.3 Objetivos del comité

Con la formación del Comité agrícola se pretenden alcanzar los siguientes objetivos:

a) General

Crear la organización agrícola que permita a los agricultores brindar la oportunidad de optimizar los recursos naturales, humanos, físicos y financieros, con una estructura sencilla como la creación del comité agrícola, para obtener mejores cosechas y mejores precios en los insumos, asimismo elevar el nivel de vida de los miembros de comité y generar fuentes de empleo a un mediano plazo.

b) Específicos

Dentro de los objetivos específicos se establecen los siguientes:

- Obtener mejores volúmenes de producción.
- Obtener insumos y herramientas de calidad a un menor precio.
- Optimizar el uso de los suelos por medio de abonos.
- Concentrar la producción en un solo lugar.
- Tener acceso a fuentes de financiamiento.
- Contribuir a mejorar el nivel de vida de la población en el Municipio.

3.2.4 Funciones

Entre las funciones de la organización se pretenden las siguientes:

- Establecer mecanismos necesarios para llevar control administrativo y contable en la utilización de los recursos.
- Realizar mejoras en los procesos productivos hasta hacerlo sostenible y brindar los beneficios a la comunidad en busca del desarrollo del Municipio.
- Establecer las políticas y procedimientos en cada función específica.
- Convocar a asambleas mensuales y extraordinarias cuando sea necesario.

3.2.5 Recursos

Los recursos están constituidos por el conjunto de elementos humanos, físicos y financieros que constituyen un factor importante en organización, se detalla a continuación.

a) Humanos

En el Municipio la mayoría de productores están dispuestos a organizarse para lograr mejores rendimientos y vender los excedentes, para la organización que se propone es necesario contar por lo menos con cinco productores, cada uno debe brindar su esfuerzo y trabajo adhonorem, es decir no recibirán ninguna remuneración, el beneficio lo obtendrán de la venta de la cosecha en forma organizada a un precio justo.

b) Físicos

Serán necesarios los siguientes recursos físicos:

Un centro de acopio; en el Municipio la mayoría de los productores utilizan su casa como bodega para almacenar la producción en graneros, esto permite aislar de la humedad al producto y mantenerlo en buenas condiciones. En la aldea El Calvario existe una bodega abandonada la cual podría ser utilizada como centro de acopio o algún miembro interesado en organizarse también puede brindar un lugar para almacenar el productor mientras llega el momento de venderlo, adicionalmente se necesitarán:

- Un escritorio sencillo de madera con silla.
- Máquina de escribir.
- Máquina sumadora
- Tres sillas sencillas de espera
- Papelería y útiles
- Lugar para realizar las operaciones administrativas.

c) Financieros

Entre los recursos financieros es necesario determinar los costos para producir una manzana de maíz, se toma como base las fincas subfamiliares, porque estas fincas son de una a menos de diez manzanas que posee cada productor; el nivel tecnológico utilizado es el bajo. Estos costos se presentan a continuación.

Cuadro 17
Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa
Requerimiento de Insumos Según Encuesta
Una Manzana Producción de Maíz
Nivel Tecnológico Bajo
Fincas Subfamiliares
(Expresado en quetzales)
Año: 2002

Concepto	Unidad de Medida	Cantidad por Manzana	Costo Unitario	Valor
INSUMOS				
Semilla Criolla	Libras	25	1.50	37.50
Fertilizante				
Triple 15	Quintal	3	80.00	240.00
Urea	Quintal	4	80.00	320.00
Herbicida				
Gramoxone	Litro	2	40.00	80.00
Gesaprin	Libra	2	18.00	36.00
Insecticida				
Volatón	Litro	4/8	100.00	50.00
Total				763.50

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

El cuadro refleja que, para cosechar una manzana de maíz el comité debe invertir en insumos Q 763.50, el 5% corresponde a semilla, el 73% a fertilizante y el resto se invierte en herbicidas e insecticidas.

Ahora veamos en el siguiente cuadro el requerimiento de la mano de obra que se utiliza en el Municipio para cosechar una manzana de maíz. Según encuesta.

Cuadro 18
 Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa
 Requerimiento de Mano de Obra Según Encuesta
 Una Manzana Producción de Maíz
 Nivel Tecnológico Bajo
 Fincas Subfamiliares
 (Expresado en quetzales)
 Año: 2002

Concepto	Unidad de Medida	Cantidad por Manzana	Costo Unitario	Valor
MANO DE OBRA				
Preparación de la tierra				
Limpia	Jornal	2	25.00	50.00
Arado y Rastreado	Jornal	1	25.00	25.00
Labores culturales				
Siembra	Jornal	2	25.00	50.00
Aplicación de herbicidas	Jornal	2	25.00	50.00
Fertilización	Jornal	1	25.00	25.00
Calza	Jornal	1	25.00	25.00
Cosecha				
Corte o Tapisca	Jornal	4	25.00	100.00
Desgrane y empaque	Jornal	4	25.00	100.00
Total				425.00

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

Para obtener el costo por quintal se realizan los cálculos de la mano de obra, pero es necesario recordar que la mano de obra que utilizan los productores es familiar es decir no es remunerada en su totalidad; el arado y rastreado así como el desgrane y empaque si se constituyen costos fijos.

Otro de los costos que deberán considerarse es el empaque, es decir los sacos donde se traslada el producto para la venta, estos tienen un valor de Q 1.50 por 45 quintales que rinde una manzana el total sería de Q 67.50

A continuación se integran los costos en que incurren los productores del Municipio para producir un quintal de maíz según encuesta.

Cuadro 19
Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa
Costo de Producción
Cultivo de Maíz
Nivel Tecnológico Bajo
Fincas Subfamiliares
(Expresado en quetzales)
Año: 2002

Concepto	Costo Según Encuesta	Porcentaje/ Costo
Insumos	763.50	61
Mano de Obra	425.00	34
Costo Indirectos	67.50	5
Costo de producción	1256.00	100
Producción en quintales	45	
Costo por quintal	28.00	

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

En el nivel tecnológico bajo el rendimiento por manzana es de 45 quintales de maíz, según encuesta se determinó que el costo para producir un quintal de maíz en el Municipio es de Q 28.00, es importante recordar que el productor no contempla costos establecidos por la ley, es decir vacaciones, aguinaldos bono 14, IGSS e indemnización. Si el productor realizara estos gastos el costo para producir un quintal de maíz sería de Q 45.00 aproximadamente. Este costo no es pagado por el acopiador transportista en tiempo de cosecha, en ocasiones no paga más de Q40.00, esto genera perdida para el productor.

Con la intervención del comité y la eliminación del acopiador transportista, el productor puede tener la certeza que su producto lo venderá a un mejor precio.

- Los integrantes del comité agrícola trabajarán adhonorem, es decir que no devengarán sueldo alguno por su labor.
- Las condiciones económicas de cada uno de los productores no permite realizar una inversión que implique negociar un préstamo con algún banco.

- Cada miembro del comité debe de contar por lo menos con una manzana de terreno, cuya producción será vendida a través de la organización, esta producción no debe ser menor a 45 quintales de maíz.
- Para ingresar al comité se debe de cancelar un total de Q 100.00 que serán utilizados para gastos varios.
- Del valor total de la producción, a cada productor se le retendrá el 5% sobre el valor total de la producción, es decir un total de Q 135.00, que serán distribuidos como regalías a los miembros del comité.

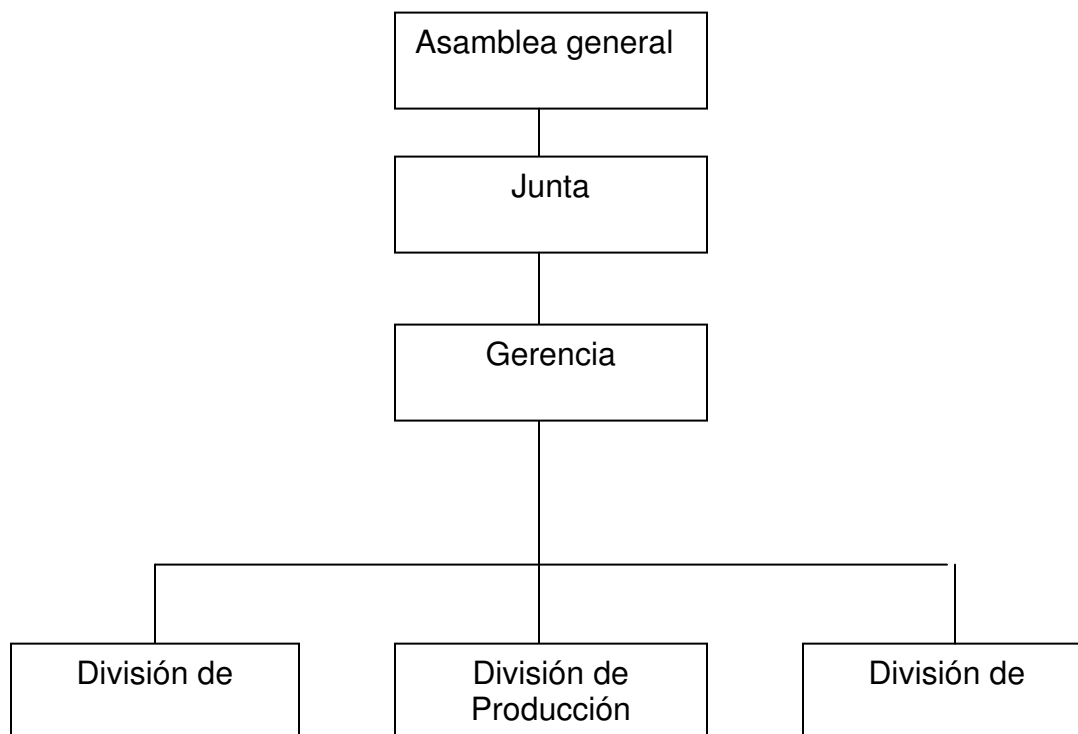
3.3 ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

Es necesario que el comité de productores de maíz posea una estructura administrativa, que logre los objetivos fijados y que muestre la autoridad de cada uno de los órganos que lo integrarán, de tal manera es conveniente determinar el diseño organizacional.

3.3.1 Diseño organizacional

El organigrama que a continuación se describe, cumple con los requisitos necesarios para el funcionamiento del comité propuesto.

Gráfica 3
 Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa
 Comité Agrícola de Productores de Maíz
 Diseño Organizacional propuesto
 Año: 2002



Fuente: Investigación de campo Grupo EPS segundo semestre 2002

El organigrama anterior muestra como podrá integrarse el comité agrícola, para facilitar a los funcionarios conocer su campo de acción y los canales, aunque es importante indicar que todos los entes deben de estar bien comunicados sobre todos los aspectos que se susciten dentro de la organización.

3.3.2 Sistema de organización

Es sistema de organización que se propone para el comité agrícola es el lineal o militar, ya que en este sistema la autoridad y responsabilidad se transmite íntegramente por una sola línea o jefe para cada función y persona en la organización.

3.3.3 Funciones básicas de las unidades administrativas

Con el objetivo de maximizar los recursos de la organización se describen las funciones básicas para las unidades administrativas.

- **Asamblea General de Agricultores**
Será la máxima autoridad del comité, y de ella dependerán las demás unidades. Estará integrada por cinco agricultores que pertenezcan al comité, las decisiones que se tomen tendrán carácter obligatorio, tendrán reuniones ordinarias y extraordinarias según sea necesario.
- **Junta Directiva**
Velará por que se cumplan los estatutos, reglamentos, resoluciones, supervisar la administración de comité, preparar informes para la Asamblea General; estará integrada por un presidente, un secretario y un vocal, que serán miembros del comité.
- **Gerencia**
Deberá elaborar los planes que se desean alcanzar a corto, mediano y largo plazo, prever, organizar, dirigir y controlar las funciones del comité. El cargo será ocupado por un miembro del comité.
- **División de Finanzas**
Será la encargada del manejo del recurso financiero de la organización en forma honesta y responsable, tendrá a su cargo las compras y estructurara la información de los movimientos financieros del comité, el cargo lo ocupará una persona miembro del comité.
- **División de Producción**
Esta división tiene la responsabilidad de coordinar el cultivo desde la siembra hasta la cosecha, vigilando para que se llenen los requisitos de calidad, y se logre el rendimiento máximo en la producción, dos miembros del comité deben ocupar este cargo.

- **División de Comercialización**

Se encargará de vender y promocionar el producto e incrementará la cobertura del mercado para el desarrollo de la organización, cualquier negociación será comunicada a todos los miembros del comité, para este cargo es necesario contar con la colaboración de un miembro que pertenezca al comité.

Los miembros de comité no recibirán ninguna remuneración, lo que esta comité considerado es retener el 5% sobre el valor total de la venta al productor, esto será distribuido al final del periodo como regalía a la organización como reconocimiento a su esfuerzo y colaboración para el desarrollo del productor en general del Municipio, pero con el transcurso del tiempo la organización puede crecer tanto en su estructura como en su finanzas, entonces tendrá la necesidad de pagar mano de obra para realizar las labores organizacionales - administrativas.

3.4 REQUERIMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN

Para el desarrollo de la propuesta es necesario contar con los requerimientos que se describen a continuación:

3.4.1 Localización

El comité agrícola productor de maíz tendrá su sede en la aldea El Calvario que se encuentra ubicada a dos kilómetros de la cabecera municipal de Yupiltepeque en esta aldea es donde se concentra el mayor número de agricultores y se comunica con las demás aldeas del Municipio con diferentes vías de acceso.

3.4.2 Operación

- Cada agricultor que desee integrarse al comité debe de ofrecer por lo menos su fuerza de trabajo y tierra, es necesario recordar que cada agricultor posee entre una a cuatro manzanas de terreno para la siembra.

- El precio será determinado según los estándares del mercado y debe ser aprobado por la Asamblea General.
- Los insumos herramientas, fertilizantes, insecticidas, semillas mejoradas y herramientas serán compradas por el comité de finanzas previa requisición de la división de producción.
- Según los agricultores que pasen a ser miembros de comité se decidirá en asamblea la cantidad de tierra a producir.
- Establecida la cantidad de tierra a producir, la División de Producción debe determinar el rendimiento por manzana y la cantidad de insumos a utilizar.

3.4.3 Distribución de la planta

Los productores son personas de escasos recursos económicos y actualmente no es posible pensar en una planta formal para llevar a cabo las actividades, por esto la planta será un espacio que brinde algún miembro del comité, donde se realizarán las operaciones de recepción y venta de la producción.

3.5 PROYECCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

El proyecto de organización influirá en las áreas; Social, Económica y cultural.

3.5.1 Social

La organización abrirá las puertas a cualquier productor con deseos de pertenecer al comité, esto ayudará a brindar las oportunidades de desarrollo a los agricultores y sus familias, porque con la organización y comercialización propuesta se elimina al acopiador transportista que actualmente llega al Municipio a recolectar la producción pagando precios que en ocasiones están por debajo del costo, también a través del comité los productores pueden comprar sus insumos a mejores precios y por consiguiente en mayores cantidades que les permita utilizar los requerimientos necesarios para el cultivo de cada manzana de maíz y lograr mayores rendimientos.

3.5.2 Económica

Con la creación del comité, el cual reunirá a un grupo de agricultores, es posible aprovechar en mayor escala y en forma racional los recursos disponibles, con ello alcanzar excedentes para solventar los compromisos que se adquieren, tales como créditos agrícolas, compra de insumos a un menor costo y de buena calidad, lo que permitirá obtener un mayor rendimiento en la producción por manzana cultivada, por otro lado el buen manejo del capital de trabajo, la aplicación de tecnología adecuada para el cultivo de maíz, permitirán disminuir los costos de producción y el comité tendrá precios competitivos para comercializar los productos a fin de obtener un margen mayor y aceptable de ganancia, contribuyendo así al desarrollo económico de la organización.

3.5.3 Cultural

A través de distintas actividades educativas y recreativas dirigidas a cada miembro del Comité se podrá enriquecer los conocimientos teóricos de los agricultores así como influenciar en los valores y actitudes de los habitantes.

3.6 SOPORTE DE LA ORGANIZACIÓN

El soporte del comité agrícola está determinado por las leyes que normen su desarrollo, de una estrategia mercadológica, un soporte técnico, un soporte financiero y de una estructura administrativa bien cimentada.

3.6.1 Legal

Dentro de este estudio se complementan todas aquellas disposiciones legales de carácter interno y externo, que rigen el funcionamiento de dicha organización. Para conformar el comité deberá ser autorizado por la Municipalidad (según Decreto 12-2002 del Congreso de la República) y Gobernación Departamental (según Decreto 2082 del Ministerio de Gobernación), por lo que se debe cumplir con los requisitos siguientes:

- Presentar un nombramiento de la Junta Directiva por la Asamblea General.
- Proponer dos testigos que avalen la solicitud ante la Municipalidad.

- Solicitud dirigida a Gobernación Departamental.
- Presentar un libro de actas para su autorización.
- Presentar los objetivos que se persiguen con la formación del comité.
- Presentar solicitud de cuentadante ante la Contraloría General de Cuentas de la Nación.

3.6.2 Mercadológico

La división de comercialización será responsable de efectuar las investigaciones de mercado, así como coordinar la búsqueda de puntos para la venta e identificar competidores.

3.6.3 Técnico

El comité se encargará de promover y realizar eventos de educación y capacitación con el objeto de desarrollar el conocimiento tradicional de los agricultores para obtener mejor rendimiento; una de las medidas a tomar inicialmente es utilizar semillas mejoradas y los requerimientos necesarios de insumos.

3.6.4 Financiero

Con el objetivo de alcanzar la sostenibilidad del comité, la División de Finanzas realizará todas las actividades relacionadas con la gestión de créditos, aportes de socios, control y evaluación de gastos así como custodia y manejo de fondos.

3.6.5 Administrativo

La Asamblea General será el ente de máxima autoridad y a través de la Junta Directiva se harán los contactos con las distintas entidades de apoyo, tal es el caso del Ministerio de Agricultura y Ganadería, El Instituto Técnico de Capacitación (Intecap), La Coordinadora Nacional de Productores de Granos Básicos, así como otras entidades que ayuden al desarrollo de la organización y del Municipio, proporcionando asesoría.

CAPÍTULO I V

PROYECTO: PRODUCCIÓN DE CHILE PIMIENTO

Según el estudio realizado en el Municipio de Yupiltepeque departamento de Jutiapa, los suelos son potenciales para diversificar la producción, esta es una de las razones por las cuales en el presente capítulo se propone a nivel de idea que los agricultores inviertan en la producción de chile pimiento.

4.1 Descripción de proyecto

Las características generales del suelo, el clima y ubicación geográfica con que cuenta el municipio de Yupiltepeque, son propicias para el desarrollo de este cultivo, por lo que se propone realizarlo en la aldea El Calvario y utilizar un nivel tecnológico intermedio, para obtener un mayor rendimiento en la producción. Con la producción de chile pimiento se ofrece una de las alternativas de inversión que permitan a las comunidades obtener mejores beneficios de sus recursos, principalmente en el sector agrícola. Así también se propone una organización por medio de un comité, este tipo de estructura organizacional permitirá desarrollar el trabajo en forma efectiva, así como también garantizar el esfuerzo individual enfocado hacia el logro de las metas de los asociados.

4.2 Objetivos

Son los propósitos que permiten determinar los resultados esperados del proyecto, pueden ser de carácter general y específico.

4.2.1 General

Fortalecer el desarrollo socioeconómico del Municipio por medio de la inversión en el sector productivo agrícola, con el aprovechamiento del recurso suelo y diversificar la producción a través de la organización, comercialización y financiamiento, para lograr mejorar la rentabilidad de la producción y elevar el nivel de vida de los habitantes del Municipio.

4.2.2 Específicos

- Determinar los costos y rentabilidad del cultivo del chile pimiento, para conocer los beneficios de control de su actividad productiva.
- Fijar fuentes de financiamiento más convenientes.
- Crear fuentes de empleo que beneficien a toda la población, lo que permitirá incrementar sus ingresos y mejorar el nivel de vida de sus habitantes.
- Fomentar la importancia del financiamiento en el proceso productivo.
- Especificar y establecer la organización que será necesaria en la propuesta del cultivo de chile pimiento.
- Establecer el proceso administrativo y descripción de puesto.
- Diversificar la variedad de cultivos como nuevas alternativas ante cultivos tradicionales, como el maíz y frijol.
- Organizar a los productores de chile pimiento para que puedan competir en el mercado con mayor volumen y calidad del producto.

4.3 Justificación

La economía del municipio de Yupiltepeque está basada en la actividad agrícola, la producción de maíz y frijol históricamente han sido los productos básicos del Municipio, sin embargo las condiciones en que se producen no generan los ingresos necesarios que le permita al productor desarrollarse económica y socialmente.

Es necesario que los productores diversifiquen la producción y aprovechen las condiciones que presentan los suelos para el cultivo de otros productos, esta es una de las razones por las cuales se considera que la producción de chile

pimiento presenta una oportunidad para el desarrollo del productor en el municipio de Yupiltepeque departamento de Jutiapa, además el chile pimiento es un producto que forma parte de la dieta de los guatemaltecos, se incluye en la mayoría de alimentos que se consumen, lo que lo convierte en un producto rentable para su explotación, otra razón fundamental es que existen productores interesados en la en el cultivo de este producto sin embargo no tienen los conocimientos básicos que les brinda el presente el proyecto, con el cual se les motiva a formar una organización con la cual los alcanzarán beneficios económicos y sociales para los socios del proyecto y la población en general, esto incrementará las fuentes de empleo y diversificará la producción agrícola del Municipio.

Es importante indicar que El Salvador por los límites fronterizos, constituye una oportunidad de mercado para la comercialización de la producción de este cultivo.

4.4 Estudio de mercado

Mercado, tradicionalmente mercado se define como un lugar donde se reúnen vendedores y compradores para intercambiar bienes y servicios a un precio determinado.

La finalidad del estudio de mercado, es comprobar que existe un número suficiente de individuos, empresas u otras entidades económicas, que dadas ciertas circunstancias presentan una demanda que justifica la puesta en marcha de un determinado programa de producción en un periodo de tiempo.

Es indispensable presentar en el proyecto un estudio que identifique la diferencia entre oferta y demanda, con el objeto de demostrar que hay más demanda que oferta de un producto y por consiguiente se garantiza la venta.

4.4.1 Identificación del producto

El chile pimiento es una verdura de la familia solanácea, su nombre científico es *Capsicum Annuum* originaria de América probablemente de Bolivia y Perú.

Es una planta herbácea con tallo semileñoso, ramas erguidas, hojas alternas y lanceoladas, flores blancas axilares, alcanza una altura de 60 a 120 centímetros con un ciclo vegetativo de 120 a 160 días. Su fruto es de color rojo, verde y en algunas especies se transforma de verde a anaranjado, hasta llegar al color rojo, es de paredes gruesas y la mayoría con cuatro cascotes, la medida del chile oscila entre 20 a 25 centímetros de largo por 10 de grueso.

El chile pimiento se desarrolla en diferentes clases de suelos, especialmente se obtienen mejores rendimientos en los suelos francos, franco arenosos, fértiles y profundos. Se produce mejor en los climas cálidos y templados, 0-4000 pies sobre el nivel del mar.

Su valor nutritivo está compuesto por vitamina C, aminoácidos, riboflavina, tiamina, ácido ascórbico, niacina y alcaloides.

Las plagas que pueden atacar al chile pimiento son las siguientes:

Plagas del suelo

Gallina ciega, gusano nochero, gusano alambre y larva de tortuguillas.

Plagas de follaje

Gusano de la hoja, gusano medidor, tortuguillas y picudo del chile.

Entre las enfermedades que atacan a este cultivo se encuentran: marchitez por bacterias, tizón tardío y mosaico viroso.

4.4.2 Variedades del producto

Dentro de las variedades más conocidas en el país se pueden mencionar: Yolo Wonder, California Wonder y Nataly.

4.4.3 Usos del producto

Forma parte de la dieta alimenticia del ser humano, se consume fresco, cocido, o como un condimento en las comidas típicas de algunos países. Es procesado por la industria para la alimentación humana en productos como encurtidos, enlatados, pastas y salsas.

4.4.4 Oferta

La oferta es la cantidad de producto, artículo o servicios que el productor vende con relación a tiempo, precio y en función a gustos y preferencias del consumidor, al hablar en relación al tiempo es porque existen productos de temporada por ejemplo un paraguas o sombrilla se vende en tiempo de lluvia, en cuanto al precio este se debe de ajustar de acuerdo al establecido en el mercado y se deben de llenar las expectativas del consumidor final para que demande el producto.

- Oferta Nacional de Chile Pimiento

La oferta total de Chile Pimiento está representada por la producción nacional más las importaciones, como puede observarse en el cuadro siguiente:

Cuadro 20
República de Guatemala
Oferta Nacional Histórica de Chile Pimiento
(Expresado en miles de quintales)
Período: 1998 - 2002

Años	Producción Nacional	Importaciones	Oferta Total
1998	79.71	.69	80.40
1999	82.02	.80	82.82
2000	84.33	.91	85.24
2001	86.64	1.02	87.66
2002	88.54	1.30	89.84
			425.96

Fuente: Elaboración propia, con base en datos del Banco de Guatemala, Memoria de Labores 2002.

En el cuadro anterior se puede observar que históricamente la oferta nacional ha incrementado en un promedio de 1.02%, el punto importante es que para cubrir la demanda, las importaciones también se han incrementado en un porcentaje 1.1% a 1.2% el último año, esto se debe a que la oferta nacional no cubre en la demanda porque no crece en relación al crecimiento de la población.

En el siguiente cuadro se presenta la oferta proyectada en la producción de Chile pimienta, antes es necesario desarrollar la siguiente fórmula:

$$Y_c = a + bx$$

A = Sumatoria de y / n

B = La constante, la cual incrementa la producción con relación al aumento en el tiempo.

X = Tiempo de los movimientos que se den en el eje de las x, depende el aumento de la producción en el eje de la y.

Datos

Y_c = Dato a encontrar

$$A = \text{Sumatoria de } y/n \longrightarrow 425.96/5 = 85.19 \text{ quintales}$$

$$B = \text{Sumatoria de } xy / \text{sumatoria de } x^2 \longrightarrow 23.72 / 10 = 2.37 \text{ de crecimiento.}$$

X = Tiempo o número de año a proyectar.

$$Y_c = 85.19 + 2.37 (3) = 92.30 \text{ miles de quintales}$$

$$85.19 + 2.37 (4) = 94.67 \text{ miles de quintales}$$

$$85.19 + 2.37 (5) = 97.04 \text{ miles de quintales}$$

$$85.19 + 2.37 (6) = 99.41 \text{ miles de quintales}$$

$$85.19 + 2.37 (7) = 101.78 \text{ miles de quintales}$$

Cuadro 21
República de Guatemala
Oferta Nacional Proyectada de Chile Pimiento
(Expresado en miles de quintales)
Período: 2003 - 2007

Año Histórico	Oferta Histórica (y)	X	XY	² X	Año proyectado	Oferta proyectada
1998	80.40	-2	-160.80	4	2003	92.30
1999	82.82	-1	-82.82	1	2004	94.67
2000	85.24	0	0	0	2005	97.04
2001	87.66	1	87.66	1	2006	99.41
2002	89.84	2	179.68	4	2007	101.78
	425.96		23.72	10		

Fuente: Elaboración propia, con base en datos del Banco de Guatemala, Memoria de Labores 2002 e investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2002.

Al observar el promedio de crecimiento en la oferta, la tendencia es igual a los siguientes cinco años, al poner en marcha la presente propuesta es posible reducir las importaciones, esto da la oportunidad al productor de ingresar al mercado y abrir otros, como el mercado internacional específicamente el salvadoreño porque se tiene acceso con el vecino país.

4.4.5 Demanda

Es la cantidad de bienes y servicios que requiere el mercado para satisfacer las necesidades del consumidor, la demanda de chile pimiento está determinada por la demanda potencial y demanda insatisfecha, a través del análisis en la demanda se establece la conveniencia o no del presente proyecto.

a. Demanda potencial

Es la cantidad de Chile Pimiento que la población podría demandar, sin tomar en cuenta la capacidad real de adquisición y si estuviese dispuesta a comprar el producto, por lo tanto ésta se calcula de acuerdo al crecimiento de la población consumidora.

Cuadro 22
República de Guatemala
Demanda Potencial Histórica de Chile Pimiento
(Expresado en miles de quintales)
Período 1998 – 2002

Años	Población Total	Población Delimitada 80%	Consumo Anual Percápita 1.1Lbs.	Demanda Potencial qq.
1998	9,257,990	7,406,392	1.1	81.47
1999	9,505,178	7,604,142	1.1	83.65
2000	9,758,966	7,807,173	1.1	85.88
2001	10,019,530	8,015,624	1.1	88.17
2002	10,287,052	8,229,642	1.1	90.53

Fuente: Elaboración propia, con base en datos del Instituto de Nutrición de Centro América y Panamá (INCAP).

Como se observa en el cuadro anterior, ha existido un crecimiento sostenido en la demanda potencial en línea recta, tomando en cuenta el consumo recomendado por el Instituto de Nutrición de Centro América y Panamá (INCAP).

Para determinar la población delimitada se estimó que el 80% de la población consume chile pimiento, porque el producto se incluye en otros alimentos para sazonar y se consideró que un 20% de la población, no consume este producto.

En relación a la población ésta se calcula tomando como base el censo poblacional de 1994 que es un total de 8,331,869 habitantes, el porcentaje de crecimiento estimado por el Instituto Nacional de Estadística (I.N.E) es de 2.67% o sea 0.267 para cada año, por esta razón es que al efectuar los cálculos, el resultado indica que al inicio del año 1998 habría una población de 9,257,990 y al 2002 habría una población de 10,287,052 habitantes a nivel nacional.

A continuación se aprecia la demanda potencial proyectada, de acuerdo al crecimiento de la población durante los siguientes cinco años, tomando como

base una tasa de crecimiento de la población del Instituto Nacional de Estadística (I. N E.).

Cuadro 23
República de Guatemala
Demanda Potencial Proyectada de Chile Pimiento
(Expresado en miles de quintales)
Período: 2003 – 2007

Años	Población Total	Población Delimitada 80%	Consumo Anual Percápita 1.1Lbs.	Demanda Potencial qq.
2003	10,561,716	8,449,373	1.1	92.94
2004	10,843,714	8,674,971	1.1	95.42
2005	11,133,241	8,906,593	1.1	97.97
2006	11,430,499	9,144,399	1.1	100.59
2007	11,735,693	9,388,554	1.1	103.27

Fuente: Elaboración propia, con base en datos del Banco de Guatemala, Memoria de Labores 2002 e investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2002.

Tomando en consideración que el 80% de la población consume chile pimiento en sus diversas formas, se mantiene un crecimiento en la demanda potencial ascendente en línea recta, esto es beneficioso para el productor porque si realiza la labor necesaria para la comercialización del producto garantiza su rentabilidad en la producción.

b. Consumo aparente o demanda efectiva

El presente cuadro establece el consumo aparente del chile pimiento de los últimos cinco años y los próximos cinco años.

Cuadro 24
República de Guatemala
Consumo Aparente Histórico de Chile Pimiento
(Expresado en miles de quintales)
Período: 1998 - 2002

Años	Producción			Consumo Aparente
	Nacional	Importaciones	Exportaciones	
1998	79.71	.69	10.88	69.52
1999	82.02	.80	13.65	69.17
2000	84.33	.91	16.41	68.83
2001	86.64	1.02	19.17	68.49
2002	88.54	1.30	21.30	68.54
			81.41	

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

La producción nacional de chile pimiento ha tenido un crecimiento aproximadamente del 1.02% y la tendencia al consumo aparente de descendente esto se debe a que se han incrementado las importaciones y las exportaciones han disminuido, esto se debe a que no existe suficiente oferta para cubrir la demanda internacional y por ello se tiene la necesidad de importar. Los productores del Municipio a nivel nacional tienen la oportunidad de comercializar la producción y a este mercado esta dirigida la propuesta, en el Municipio no es posible comercializar la producción por que lo que se busca es el desarrollo económico y los cálculos de la oferta y la demanda es a nivel nacional.

Los datos en relación a las importaciones y exportaciones se obtuvieron al lograr acceso a la base de datos del Banco de Guatemala, porque no existe un documento escrito

En el cuadro siguiente se presenta el consumo aparente proyectado, se hace necesario proyectar las exportaciones de acuerdo a los datos históricos, los

datos de la oferta nacional proyectada se encuentran en el cuadro 114, con la fórmula siguiente se proyecta las exportaciones:

Datos

Y_c = Dato a encontrar

A = Sumatoria de y/n \longrightarrow $81.41/5 = 16.28$ quintales

B = Sumatoria de xy / sumatoria de x^2 \longrightarrow $23.60 / 10 = 2.36$ de crecimiento.

X = Tiempo o número de año a proyectar.

$Y_c = 16.28 + 2.36 (3) = 23.36$ miles de quintales

$16.28 + 2.36 (4) = 25.72$ miles de quintales

$16.28 + 2.36 (5) = 28.08$ miles de quintales

$16.28 + 2.36 (6) = 30.44$ miles de quintales

$16.28 + 2.36 (7) = 32.80$ miles de quintales

Cuadro 25
República de Guatemala
Consumo Aparente Proyectado de Chile Pimiento
(Expresado en miles de quintales)
Periodo: 2003 - 2007

Año	Producción		Consumo Aparente
	Nacional	Exportaciones	
2003	92.30	23.36	68.94
2004	94.67	25.72	68.95
2005	97.04	28.08	68.96
2006	99.41	30.44	69.97
2007	101.78	32.80	68.98

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

El consumo real de chile pimiento se mantiene en un ritmo normal de crecimiento y para llenar las expectativas en el ámbito internacional e incrementar las exportaciones, es necesario incrementar la oferta y es aquí donde juega un papel importante el desarrollo de la propuesta en el municipio de Yupiltepeque, que en mediano plazo la producción de chile pimiento podrá convertirse en el principal producto.

c. Demanda insatisfecha

Es el resultado de la diferencia de la demanda potencial, que está dada por las cantidades del producto que requiere la población y el consumo aparente del mismo.

Los resultados de las proyecciones y estimaciones realizadas para su cálculo se presentan en el siguiente cuadro:

Cuadro 26
República de Guatemala
Demanda Insatisfecha Histórica de Chile Pimiento
(Expresado en miles de quintales)
Período: 1998 – 2002

Años	Demanda Potencial	Consumo Aparente	Demanda Insatisfecha
1998	81.47	69.52	11.95
1999	83.65	69.17	14.48
2000	85.88	68.83	17.05
2001	88.17	68.49	19.68
2002	90.53	68.54	21.99

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

En el cuadro anterior, la demanda insatisfecha de Chile Pimiento se ha incrementado año con año en términos de valores pero en relación a términos porcentuales ha disminuido, aun así los productores tienen la oportunidad de entrar al mercado nacional, además al Municipio se presentan compradores de El Salvador en busca de este producto, al no encontrarlo viajan a otros lugares para realizar la compra, otro factor importante a considerar es que la población se incrementa en un porcentaje mayor al de la oferta, al crecer la población aumenta la demanda. Aun existe demanda suficiente por cubrir, esto garantiza que con la puesta en marcha del presente proyecto se alcancen los objetivos que se pretenden.

A continuación se analiza la demanda insatisfecha proyectada.

Cuadro 27
República de Guatemala
Demanda Insatisfecha Proyectada de Chile Pimiento
(Expresado en miles de quintales)
Período: 2003 – 2007

Años	Demanda Potencial	Consumo Aparente	Demanda Insatisfecha
2003	92.94	68.92	24.02
2004	95.42	69.21	26.21
2005	97.97	69.50	28.47
2006	100.59	69.79	30.80
2007	103.27	70.08	33.19

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

El resultado que muestra el cuadro anterior, es atractivo para invertir en la producción de Chile Pimiento, ya que se aprecia un incremento en la demanda insatisfecha y por ende una oportunidad de mercado para el producto a nivel nacional.

4.4.6 Precio

De acuerdo a los datos proporcionados por el Ministerio de Agricultura y Ganadería el precio del chile pimiento en cajas de 35 libras al mayorista es de Q85.00, el precio de venta al minorista es de Q100.00 y el consumidor final paga Q115.00 por caja.

4.4.7 Comercialización

La comercialización se realizará a través del comité agrícola, en cajas de 35 libras cada una, las cuales se almacenarán en un centro de acopio ubicado en la aldea El Calvario, para luego venderlas al acopiador transportista, quien llegará al lugar para trasladar la producción a los mayoristas y estos al consumidor final. El proceso de comercialización inicia desde la concentración y termina con la distribución o dispersión de la producción.

4.4.7.1 Proceso de Comercialización

El proceso de comercialización inicia desde la concentración y termina con la distribución o dispersión de la producción.

a. Concentración

La concentración del producto la hará directamente el productor posteriormente al corte y se llevará inmediatamente al mercado mayorista para su venta.

b. Equilibrio

Se obtendrán dos cosechas al año, como será un producto nuevo no se tendrá mayor competencia en el Municipio y los precios se podrán ajustar para mantener los márgenes de ganancias deseados. En el mercado la demanda será mayor a la oferta, esto garantizará la venta de la producción a precios justos.

c. Dispersión

El producto se trasladará principalmente al mercado Central de Mayoreo situado en la capital y a la cabecera departamental. El productor, quien estará representado por el comité agrícola distribuye al mayorista, esto es una ventaja para el productor porque habrá una relación directa con el mayorista eliminando al acopiador transportista quien actualmente fija los precios en el proceso de compra venta. El mayorista comercializará con el minorista y este llevará el producto al consumidor final, también podrá realizar el proceso de compra venta con el consumidor final cuando este último lo requiera, esto sucede porque en el mercado Central de Mayoreo también se hace presente el consumidor final en busca del producto, la diferencia es el precio, porque el mayorista vende a menor precio al minorista que al consumidor final quien compra en menor volumen.

a. Instituciones de comercialización

Las entidades que participarán en el proceso de comercialización se analizan a continuación:

- **Productor**

Los productores del Municipio se organizarán en el comité propuesto, la relación será directamente entre productores y mayoristas, de esta forma se elimina al acopiador transportista, la fijación de precios estará determinada por el productor.

- **Intermediario**

Dentro de los intermediarios para llegar al consumidor final se plantean:

- **Mayorista**

La relación del comité será directa con el mayorista, quien se encargará de hacer llegar la producción al consumidor final a través del minorista.

- **Minorista**

Con la participación del minorista se llegará al consumidor final, para el mayorista esto es una desventaja porque el precio del producto al minorista sería menor que el precio al consumidor final; sin embargo, el mayorista puede vender al consumidor final, quien regularmente busca el mercado de este para adquirir productos a un mejor precio.

- **Consumidor final**

Es el último en el proceso de comercialización, estará representado por el total de la población que consume chile pimiento.

b. Funciones de comercialización

Se establecen aquellos elementos necesarios que intervienen en el proceso de comercialización o de compra venta y que también se relacionan con el

producto, tal es el caso del almacenaje, en este sentido el producto será almacenado cuando así se requiera en la casa de habitación proporcionada por uno de los miembros del comité; debe de tomarse en cuenta que de ser posible, la producción se llevará directamente de la cosecha al mercado; sin pasar por un proceso de almacenaje, es decir el acopio será directamente en el lugar de la producción y luego se transportará al mercado, los precios serán los acordados previamente por el comité a través de la persona encargada de esta función.

En relación al empaque se utilizarán cajas, las cuales tendrán capacidad para 35 libras de chile, por el nivel tecnológico intermedio utilizado, el producto no será seleccionado y se venderá de acuerdo a las condiciones que presente siempre y cuando sea un producto sano, pero en cuanto a color, no es posible correr riesgos por ser la primera producción, posteriormente y de acuerdo a los niveles de producción si será posible responder a estándares de selección del producto en cuanto a su color, tamaño y peso.

c. Estructura de Comercialización

Se determina el comportamiento entre compradores, vendedores y viceversa, este análisis se subdivide en estructura, eficiencia y conducta de mercado.

- Estructura de mercado

El mercado de chile pimiento estará conformado por el productor del Municipio y el comprador mayorista, la estructura puede ser finalizada por el mayorista al momento de vender al consumidor final o por el minorista quien tendrá relación directa entre el mayorista y consumidor final.

- Conducta de mercado

La conducta del mercado estará formada por patrones de comportamiento entre compradores y vendedores, estas variables de comportamiento estarán determinadas por la fijación de precios, gustos y preferencias del consumidor, volúmenes de producción que el productor venderá, grado de

concentración de los vendedores, grado de concentración de los compradores, e incluso fenómenos naturales, políticas gubernamentales y las pérdidas por manejo de productos entre otros.

En relación a la fijación de precios se analizará la situación a través de la información obtenida con otros productores, con el mismo consumidor y realizando muestreos con encuestas a mayoristas y minoristas en otros mercados o puntos de venta. Los volúmenes de producción aumentarán de acuerdo a la eficiente labor de comercialización que el comité realice en busca de nuevos mercados como el salvadoreño.

El mercado a nivel nacional constituye una buena oportunidad para el desarrollo de este producto en el Municipio en virtud de que existe una considerable demanda y la población incrementa año a año.

- Eficiencia de mercado

Con la organización de los productores a través del comité se obtendrán mejores precios y los costos de mercadeo serán cargados al mayorista, este a su vez lo cargará al minorista y por último al consumidor final.

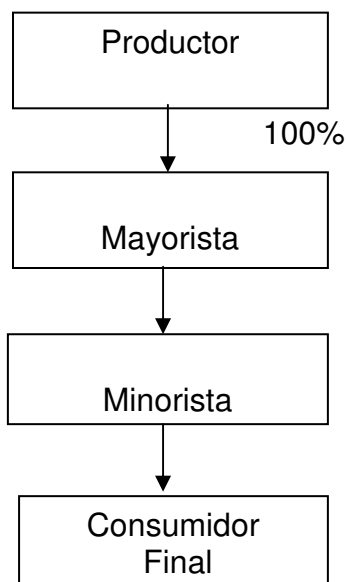
Operaciones de comercialización propuestas

Entre las operaciones de comercialización se detallan los canales y los márgenes de comercialización:

- a. Canales de comercialización propuestos

Para la producción de Chile Pimiento, se propone como primer participante el Comité Agrícola del municipio de Yupiltepeque, quien representará al productor, luego el mayorista, minorista y por último, el consumidor final. Lo anterior se refleja en la siguiente gráfica:

Gráfica 4
Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa
Proyecto: Producción de Chile Pimiento
Canales de Comercialización Propuestos
año: 2002



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

Como se puede apreciar hay una relación directa entre productor y mayorista, es un sistema de canal convencional, ya que está compuesto por productores, mayorista, minorista y consumidor final, cada uno de los cuales trata de maximizar sus propias utilidades.

b. Márgenes de comercialización

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

Cuadro 28
Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa
Proyecto: Producción de Chile Pimiento
Márgenes de Comercialización Propuesto
(Expresado en Quetzales)
año: 2002

Institución	Precio Venta	Margen Bruto	Costo Mercado	Margen Neto	% Rend. s/Inversión	% de Partic. (PDP)
Productor/comité	85.00					74
Mayorista	100.00	15.00	3.50	11.50	13	13.
Carga			1.00			
Descarga			1.00			
Empaque			1.50			
Minorista	115.00	15.00	1.00	14.00	14	13.00
Gastos operación			1.00			
Consumidor final						
Totales:		30.00	4.50	25.50		100

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

El proceso de comercialización genera un margen bruto de 26 %, significa que por cada quetzal del precio de venta al consumidor final la intermediación gana Q 0.026

$$\text{MBC} = \frac{115 - 85}{115} \times 100 = 26 \%$$

Al desglosar las operaciones es posible apreciar la distribución del margen de comercialización.

$$\text{MBC del mayorista} = \frac{100 - 85}{115} \times 100 = 13\%$$

$$\text{MBC del minorista} = \frac{115 - 100}{115} \times 100 = 13\%$$

La suma total del margen bruto en la intermediación es de 0.26 ó 26%, que significa que por cada quetzal pagado por el consumidor el productor recibe 0.74

y la intermediación 0.26, la cual cuál se distribuye así: a) para el mayorista corresponde el 0.13, a) para el minorista también 0.13, esto se debe a que el minorista incrementa el precio en igual proporción que lo incrementa el mayorista cuando compra al productor, al establecer los costos se podrá apreciar que el productor obtendrá una rentabilidad de 34% es decir por cada quetzal de venta obtendrá Q 0.34 como promedio de ganancia.

El margen neto de comercialización originado es el 22% al observar la fórmula siguiente se puede apreciar el porcentaje:

$$\text{MNC} = 25.50 / 115.00 \times 100 = 22\%.$$

El 22% indica que por cada quetzal de venta los intermediarios obtienen una utilidad neta de Q 0.22, esto constituye una rentabilidad para los intermediarios.

4.5 Estudio técnico

La importancia del estudio técnico consiste en que se determinan los elementos básicos para el desarrollo de la propuesta de inversión, siendo los siguientes:

4.5.1 Localización

Es la ubicación física seleccionada para ejecutar la propuesta de inversión, comprende la macro y microlocalización.

a. Macrolocalización

Se realizará la propuesta de inversión para la producción y comercialización de chile pimiento en el municipio de Yupiltepeque, el cual dista a 144 kilómetros de la ciudad capital y a 23 de la cabecera departamental de Jutiapa.

El Municipio cuenta con los recursos apropiados para la producción agrícola, tal es el caso de los suelos fértiles.

b. Microlocalización

La microlocalización de la propuesta depende de varios factores dentro de los cuales se pueden mencionar: vías de acceso, topografía de suelos y clima, por ello se considera que el proyecto debe estar localizado en la aldea El Calvario, que dista a dos kilómetros de la cabecera municipal, con acceso de carretera de terracería en buen estado. El suelo del lugar tiene vocación para el cultivo de chile pimiento, además hay productores interesados en que se realice el estudio y que tiene expectativas de invertir en el producto.

4.5.2 Tamaño

El proyecto tendrá una vida útil de cinco años, en la producción anual de 1,800 cajas de chile pimiento, con extensión de una manzana de terreno para dos cosechas al año.

4.5.3 Volumen y valor de la producción

El volumen de la producción de chile pimiento en el nivel tecnológico intermedio será de dos cosechas al año con un rendimiento promedio de 900 cajas por cosecha. La primera siembra se realiza en abril y se cosecha a finales de julio o a principios de agosto y la segunda siembra se efectúa en septiembre y se cosecha en diciembre, anualmente será una producción de 1,800 cajas con un precio de venta de Q85.00 cada una para un total de Q153,000.00 al año.

4.5.4 Duración

La duración del proyecto es de tres años a partir de la puesta en marcha, tiempo necesario para recuperar la inversión y obtener una rentabilidad aceptable. Es importante mencionar que el plazo podría ampliarse, de acuerdo con el comportamiento de los factores de mercado y la rentabilidad que se obtenga.

4.5.5 Nivel tecnológico

Se utilizará el nivel tecnológico intermedio, el cual se caracteriza porque se trabaja con mano de obra asalariada, se utilizan técnicas en forma sistemática

de preservación de suelos, se aplican agroquímicos, se usa sistema de riego por gravedad, se recibe en cierto grado asistencia técnica, existe acceso a créditos bancarios y la semilla que se utiliza es mejorada.

4.5.6 Proceso productivo

A continuación se describe el proceso productivo para el cultivo, mantenimiento y cosecha del chile pimiento.

a. Selección del pilón

El productor del Municipio adquiere directamente el pilón en viveros, con el objeto de ahorrar esfuerzos en la preparación de semilleros y elaboración de los pilones para su posterior siembra en la tierra de cultivo.

b. Cuidado y riego del pilón

Esta es una etapa muy importante luego de adquirir los pilones, las plantas pueden ser atacadas por insectos y maleza. Es recomendable usar en mínima cantidad insecticida y no debe dejarse que nazca y crezca maleza, junto a las plantas, debe eliminarse de inmediato, para no tener pérdida en esta fase de la producción.

Los pilones deben ser regados diariamente y especialmente en horas frescas, por la mañana o por la tarde, con el propósito de que no se queme o reseque el semillero. El riego se suspende por lo menos un día antes del trasplante, con la finalidad de que las plantas se endurezcan y soporten el cambio al terreno definitivo del cultivo.

c. Preparación de la tierra

Esta actividad deberá hacerse con anterioridad a la siembra, como mínimo una semana antes, para dar tiempo a la incorporación de materia orgánica al suelo, también ello contribuye a mejorar el control de la mala hierba.

Por el nivel tecnológico a emplearse se utilizarán azadones, arados, rastrillos cumas, para dejar el suelo libre de terrones.

En esta fase de la producción es recomendable que el terreno en el cual se efectuará el trasplante posea suelo profundo, suelto, mullido y nivelado, esto con el objetivo de evitar problemas de enfermedades inmediatas. Otro aspecto a considerar y que es muy importante, es la rotación de este terreno con otros cultivos como maíz, sorgo y frijol, para ayudar a prevenir el ataque de plagas, enfermedades y evitar el agotamiento del suelo.

d. Siembra

Es la etapa más importante y laboriosa de todo el proceso, porque de él depende el desarrollo, conservación y evolución del chile pimiento, se siembra de la siguiente forma: es recomendable trasplantar la plantita de Chile Pimiento cuando tenga de cuatro a cinco foliolos (aproximadamente de 15 a 20 centímetros de altura). Previo al traslado al terreno se tuvo que definir si la siembra se hará a surco sencillo o doble, este cultivo se puede desarrollar por cualquiera de estos métodos.

Es recomendable que al momento del trasplante el productor y los obreros no deben de fumar para no transmitir el virus del mosaico del tabaco y se recomienda que deben lavarse las manos con alcohol antes de arrancar las plantas hacia el terreno definitivo.

e. Fertilización

El ciclo vegetativo del Chile Pimiento es largo, la forma de abonado puede prolongar el periodo o tiempo de cosecha aumentando así el rendimiento. De acuerdo con el análisis del suelo y la cantidad de nutrientes que el cultivo extrae se recomienda lo siguiente:

La primera aplicación de abono se hace a los cinco días después del trasplante, se efectuará la fertilización del suelo aplicando cuatro quintales de 15-15-15 ó 20-20-0 por manzana.

Quince días después se aplica Volatón 12-12-17-2 a razón de 12 libras por tonel de 200 litros más 600 centímetros cúbicos de humssgró. De esta mezcla se aplicará medio octavo por mata.

Previo a la fertilización se debe hacer un estudio, para determinar y analizar el contenido nutritivo del suelo y que dosis es recomendable aplicar y en que época lo necesita el cultivo. Este proceso contribuye a que las plantas crezcan mejor y ayuda a la conservación de los nutrientes del suelo, como resultado dejen mayores ganancias por el alto rendimiento que se puede obtener en la cosecha.

f. Combate de la maleza

La importancia del control de la maleza, es esencial porque afecta al cultivo con la obtención de la luz, agua, nutrientes y espacio, además la maleza tiene sus propias plagas, enfermedades e insectos que pueden afectar el crecimiento o supervivencia de la planta.

La eliminación de la maleza se puede hacer de forma manual, es la limpia con azadones, machetes y se debe hacer de dos a tres limpias, otra forma es el uso de químicos o herbicidas, pero previo a aplicarlos debe de conocerse la clase, el tipo y el tamaño de la maleza a controlar.

g. Aplicación de pesticidas

El cultivo puede ser atacado por múltiples plagas, sin embargo, de acuerdo a la investigación realizada, las más comunes son el picudo del chile y el gusano minador. Es absolutamente importante aplicar los insecticidas adecuadamente y

en las cantidades necesarias para poder combatirlos apropiadamente y no perder el cultivo por causas de estas plagas.

h. Corte

En ésta fase del proyecto se establece la cantidad de personas a utilizar, la frecuencia de los cortes para cosechar y se establece la calidad del producto a cosecharse durante el proceso productivo.

i. Cosecha, clasificación y empaque

La cosecha y post-cosecha, depende del mercado y la comercialización, esta puede generarse de los 65 a 90 días después del trasplante; los frutos del chile se pueden cosechar cuando el fruto empieza a volverse rojo, los frutos se empaican en cajas de madera, con una capacidad de 30 a 35 libras cada una.

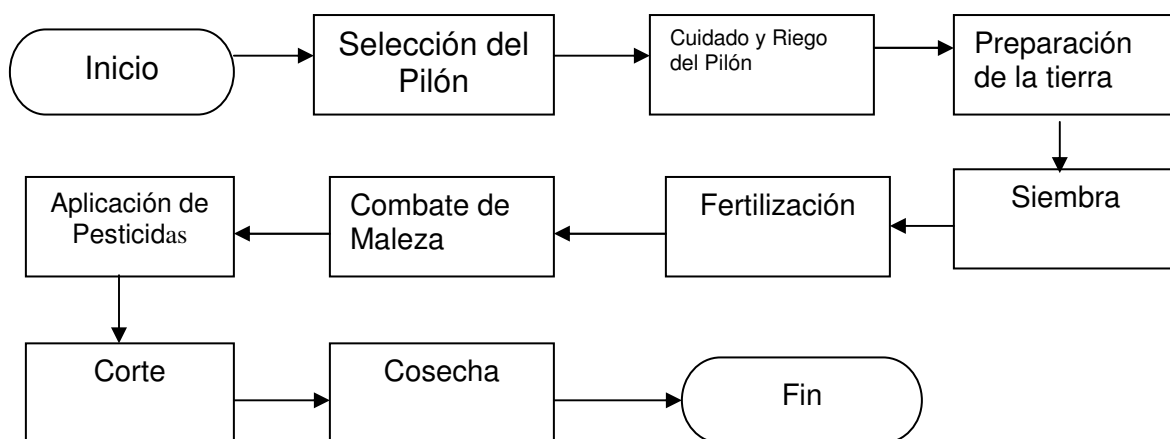
Gráfica 5

Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa

Proyecto: Producción de Chile Pimiento

Flujograma del Proceso Productivo

año: 2002



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

4.5.7 Requerimiento técnico

Para que las personas interesadas logren su objetivo es necesario utilizar los siguientes recursos que se detallan a continuación:

- Terreno
Una manzana de terreno para el inicio del proyecto, ubicada en Aldea el Calvario del municipio de Yupiltepeque.

- Insumos
15,000 pilones
4 quintales de abono 15-15-15
4 quintales de nitrato de potasio
1 quintal de bayfolán forte
1 sobre de confidor
4 litros de theodán
1 litro de volatón
2 litros de biosine

- Mano de Obra
20 Jornales para preparación de la tierra
72 Jornales para labores culturales
20 Jornales para cosecha

- Equipo Agrícola
1 Sistema de riego
2 Bombas para fumigar

- Herramientas
3 Machetes
3 Azadones
3 Palas
3 Piochas, 3 Rastrillos

- Mobiliario y Equipo
3 Escritorios

- 1 Archivo
 - 1 Máquina de escribir
 - 5 Sillas Secretariales
 - 5 Sillas plásticas
- Financieros
 - 59 % de la inversión está integrada por recursos propios de los socios.
 - 41 % corresponde a financiamiento externo, el cual se obtendrá a través de un préstamo bancario.

4.6 Estudio administrativo legal

El estudio administrativo comprende una estructura orgánica que coordine los recursos con que cuentan los productores de Chile pimiento, así como fortalecer la organización y los intereses de la comunidad.

El comité para su funcionamiento deberá regirse por normas internas y externas, las normas de observancia interna servirán para controlar el comportamiento de cada uno de los productores que lo conformen y así lograr los objetivos que se persiguen, con el cumplimiento de las normas externas, el comité deberá constituirse de acuerdo a las disposiciones o exigencias legales.

Las normas internas deberán ser creadas específicamente por la Asamblea general para alcanzar los objetivos que se pretenden, las normas externas se presentan en el marco legal, numeral 7.1.6.11.

4.6.1 Organización propuesta

Con el propósito de solventar los problemas de producción y comercialización que afrontan los habitantes de la región, se considera que mediante la formación de un comité de desarrollo agrícola, sus miembros obtendrán los beneficios para solventar sus necesidades, mediante una adecuada administración.

4.6.2 Justificación

El Municipio carece de una organización empresarial y la creación del comité agrícola permitirá tener control sobre precios en relación al mercado y comercialización del producto en volúmenes más altos, permitirá obtener mejores utilidades y por ende generará fuentes de empleo y desarrollo para el Municipio objeto de estudio.

4.6.3 Objetivos

Los resultados que se pretenden alcanzar se desarrollan en objetivo general y específicos.

4.6.3.1 General

Diseñar la forma de cómo deben definirse las funciones en la organización a través del comité agrícola que permitan supervisar eficientemente los planes y políticas establecidas para comercializar la producción y alcanzar las utilidades deseadas.

4.6.3.2 Específicos

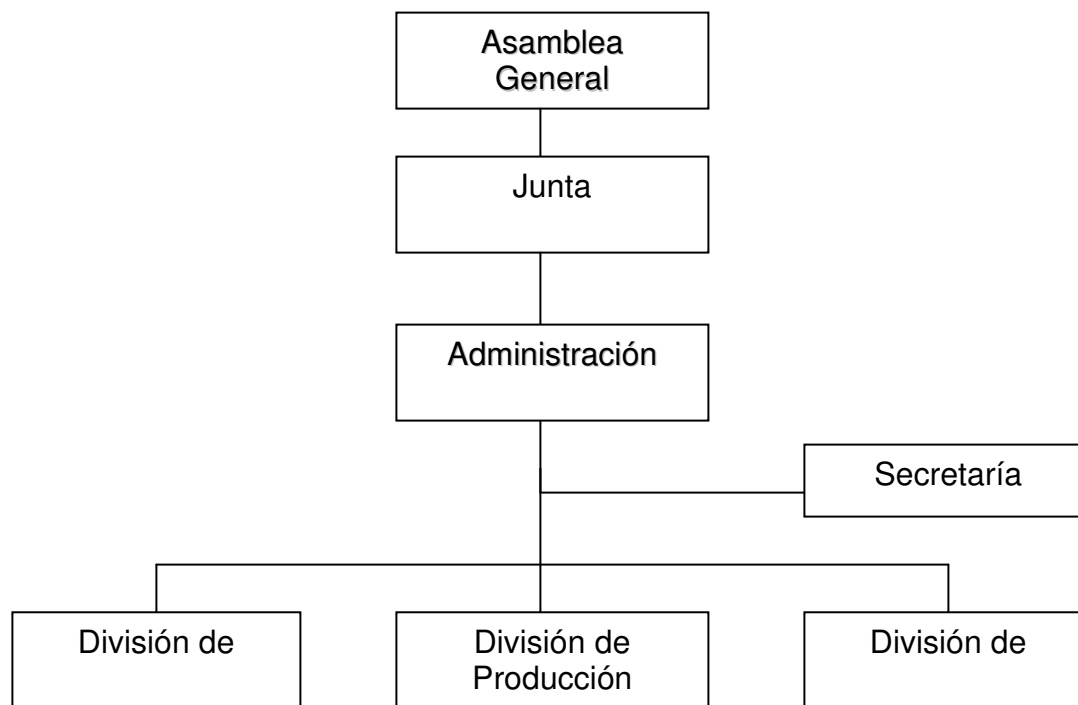
- Especificar las funciones que cada área del comité tenga asignada.
- Definir la estructura organizacional a través de un organigrama.
- Establecer los controles necesarios para llevar a cabo la supervisión.

4.6.4 Diseño organizacional

La estructura organizacional que se adaptará, es un comité de desarrollo agrícola, ya que este es de fácil organización y no requiere de altos niveles académicos para su formación. Es avalado inmediatamente por el alcalde municipal y el gobernador departamental.

A continuación se presenta la gráfica del organigrama que muestra cuales son los diferentes niveles jerárquicos, en el cual se indica la cadena de mando y los canales de comunicación.

Gráfica 6
 Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa
 Proyecto: Producción de Chile Pimiento
 Organigrama del Comité Agrícola
 año: 2002



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

El organigrama anterior muestra como podrá integrarse el comité agrícola, para facilitar a los funcionarios conocer su campo de acción y los canales, aunque es importante indicar que todos los entes deben de estar bien comunicados sobre todos los aspectos que se susciten dentro de la organización.

4.6.5 Sistema de organización

Se propone para el comité agrícola es el lineal o militar, ya que en este sistema la autoridad y responsabilidad se transmite íntegramente por una sola línea o jefe para cada función y persona en la organización.

4.6.6 Funciones básicas de las unidades administrativas

Con el objetivo de maximizar los recursos de la organización se describen las funciones básicas para las unidades administrativas.

- **Asamblea general de agricultores**
Será la máxima autoridad del comité y de ella dependerán las demás unidades, estará integrada por todos los agricultores que pertenezcan al comité, las decisiones que se tomen tendrán carácter obligatorio.
- **Junta directiva**
Velar por que se cumplan los estatutos, reglamentos y resoluciones, supervisar la administración de comité, preparar informes para la Asamblea General.
- **Administración**
Deberá elaborar los planes que se desean alcanzar a corto, mediano y largo plazo, prever, organizar, dirigir y controlar las funciones del comité.
- **Secretaría**
Será quien se encargue de elaborar, controlar y archivar las actas de las sesiones, deberá ser un soporte para cualquier trámite.
- **División de finanzas**
Se encargará del manejo del recurso financiero de la organización en forma honesta y responsable, tendrá a su cargo las compras.
- **División de producción**
Esta división tiene la responsabilidad de coordinar el cultivo desde la siembra hasta la cosecha, vigilando para que se llenen los requisitos de calidad y se logre el rendimiento máximo en la producción.
- **División de comercialización**
Se encargará de vender y promocionar el producto e incrementará la cobertura del mercado para el desarrollo de la organización, cualquier negociación será comunicada a todos los miembros del comité.

Todas las funciones deben ser asignadas de acuerdo al grado académico o de conocimiento de cada una con el afán de maximizar la optimización de los recursos y participara todos lo productores que se hagan miembros del comité.

4.6.7 Marco Legal

Para la formación del comité se describen los siguientes requisitos:

Se debe de levantar un acta de constitución en la municipalidad del Municipio que será firmada por cada uno de los miembros del comité y por la principales autoridades edilicias, se debe presentar la siguiente papelería:

- Fotocopia del acta del nombramiento de la junta directiva
- Fotocopia de las cédulas de cada uno de los miembros
- Presentar dos testigos que sean vecinos y no familia de alguno de los miembros del comité.
- Presentar los objetivos que se persiguen con la formación del comité.
- Libro de actas.

- Se debe dirigir una solicitud al gobernador departamental, en donde comparece el presidente del comité con sus nombres y apellidos completos, estado civil, edad, nacionalidad, etc., deberá indicar la fecha de Asamblea General en que se conformó el comité, nombres completos y cargos que ocuparán los miembros electos, la solicitud debe de ser firmada por todos los miembros del comité.

Para la formación del comité se contemplan los siguientes artículos:

Artículo 34. Derecho de asociación. Se reconoce el derecho de libre asociación. (Constitución Política de la República de Guatemala reformada por la consulta popular Acuerdo Legislativo 18-93).

Artículo 23. Código Civil, Decreto 106: Quienes integren, asociaciones o comités, cuando no tengan personalidad jurídica, son responsables solidariamente de los fondos que recauden.

Artículo 25. Código Civil, Decreto 106: Las asociaciones podrán disolverse por voluntad de la mayoría de sus miembros y por las causas que determinen sus estatutos. También pueden disolverse por acuerdo de la autoridad respectiva, a pedido del Ministerio Público cuando se compruebe que sus actividades son contrarias a la ley y al orden público.

Artículo 26. Código Civil, Decreto 106: Disuelta la asociación, los bienes que le pertenezcan tendrán el destino previsto en sus estatutos.

Artículo 18. Organización de Vecinos (Código Municipal Decreto 12-2002) Los vecinos podrán organizarse en asociaciones.

Artículo 19, Decreto 12-2002. Autorización para la organización de vecinos. Las asociaciones de vecinos se constituirán mediante escritura pública cuyo testimonio será presentado al registrador civil, para los efectos del otorgamiento de la personalidad jurídica, la que será efecto de su inscripción en el libro correspondiente del registro civil, en un tiempo no mayor de (30) días calendario. Los requisitos que debe cumplir la escritura pública, sin perjuicio de lo que establece el artículo veintinueve (29) del Código de Notariado, son: nombre, sede y la duración de la asociación, establecer claramente sus fines, objetivos, el ámbito de su acción, forma de su organización, la identificación fehaciente de las personas que la integran y designación de quien o quienes ejercerán su representación legal.

4.7 Estudio financiero

Este estudio sirve para visualizar la obtención de los recursos que se requieren para invertir en el cultivo de Chile Pimiento, así como determinar los gastos y las

fuentes de financiamiento internas y externas que se utilizarán para todo el período de su ejecución y de su operación.

4.7.1 Inversión fija

Es el conjunto de bienes que se adquieren para llevar a cabo las operaciones del proyecto, comprende los activos tangibles (terrenos, edificios, maquinaria, equipo, vehículos) e intangibles (patentes, marcas, asistencia técnica, gastos de instalación), necesarios para la puesta en marcha del proyecto, la inversión fija para el presente proyecto se describe a continuación en el cuadro siguiente:

Cuadro 29
Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa
Proyecto: Producción de Chile Pimiento
Inversión Fija
(Expresado en quetzales)
año: 2003

Concepto	Valor
TANGIBLE	
Terrenos	3,000.00
Equipo agrícola	980.00
Equipo de riego	5,000.00
Herramientas	483.00
Mobiliario y equipo de oficina	4,200.00
INTANGIBLE	
Gastos de organización	2,550.00
Total	16,213.00

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

En el cuadro anterior se observa que el productor necesita invertir en activos fijos la cantidad de Q 16,213.00.

Se efectuará la compra de una manzana de terreno con un costo de Q 3,000.00 y se invertirá la cantidad de Q 10,663.00 en equipo agrícola, de riego,

herramientas, mobiliario y equipo de oficina, Q2,550.00 en gastos de organización los cuales serán utilizados en los años siguientes.

4.7.2 Inversión en capital de trabajo

Comprenden los recursos para la adquisición de insumos, pago de mano de obra, costos indirectos variables y otras erogaciones en efectivo, indispensables para obtener la primera producción, la cual se presenta a continuación:

Cuadro 30
Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa
Proyecto: Producción de Chile Pimiento
Inversión en Capital de Trabajo
(Expresado en quetzales)
año: 2003

Concepto	Valor
Insumos	9,958.00
Mano de obra	4,682.00
Gastos indirectos variables	1,395.00
Gastos de administración	8,489.00
Gastos variables de venta	9,900.00
Total	34,424.00

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

En el primer año los inversionistas deben aportar Q 34,424.00, que representa el capital adicional distinto al de la inversión fija que se necesita para que empiece a funcionar el presente proyecto.

4.7.3 Inversión total

Consolida la inversión fija y la inversión en capital de trabajo, representa los recursos totales con los cuales deben de contar los productores del proyecto, se presenta en el siguiente cuadro:

Cuadro 31
Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa
Proyecto: Producción de Chile Pimiento
Inversión Total
(Expresado en quetzales)
año: 2003

Concepto	Valor
Inversión fija	16,213.00
Capital de trabajo	34,424.00
Inversión total	50,637.00

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

La inversión total necesaria para la presente propuesta, está representada por el 32% de inversión fija y 68% de capital de trabajo, cifras que los productores interesados deben aportar para participar en el proyecto.

La inversión en capital de trabajo es la más representativa, debido a que está integrada por todos los costos incurridos para la producción y distribución del producto. que significa uso de efectivo, mientras el proyecto genera ingresos que permitan financiar el siguiente ciclo productivo.

En el siguiente cuadro se presenta la proyección de los tres años.

Cuadro 32
Municipio Yupiltepeque – Departamento de Jutiapa
Proyecto: Producción de Chile Pimiento
Inversión Total Proyectada
(Expresado en quetzales)
Año: 2003 - 2005

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3
Inversión fija	16,213.00	0.00	0.00
Capital de trabajo (dos cosechas)	68,848.00	68,848.00	68,848.00
Inversión total	85,061.00	68,848.00	68,848.00

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

La inversión fija se realizará únicamente en el primer año, derivado que es una inversión en activos fijos con vida útil de acuerdo a la duración del proyecto. El capital de trabajo es igual para los tres años y se incrementará si se adquiere más terreno para la producción.

4.7.4 Financiamiento

El financiamiento juega un papel importante para el desarrollo del presente proyecto, es necesario contar con los recursos provenientes de fuentes internas y externas, con base a lo considerado se presenta el plan de financiamiento y sus fuentes de financiamiento para desarrollar el proyecto.

Con base a lo considerado se presenta el plan de financiamiento y sus fuentes de financiamiento para desarrollar el proyecto.

Cuadro 33
Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa
Proyecto: Producción de Chile Pimiento
Plan de Financiamiento
(Expresado en quetzales)
año: 2003

Concepto	Inversión Total	Propios	Ajenos
INVERSIÓN FIJA	16,213.00		
Terrenos	3,000.00		3,000.00
Equipo agrícola	980.00	80.00	900.00
Equipo de riego	5,000.00		5,000.00
Herramientas	483.00	483.00	
Mobiliario y equipo de oficina	4,200.00	2,850.00	1,350.00
Gastos de organización	2,550.00		2,550.00
INVERSIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO	34,424.00		
Insumos	9,958.00	9,958.00	
Mano de Obra	4,682.00	4,682.00	
Gastos indirectos variables	1,395.00	1,395.00	
Gastos fijos	8,489.00	289.00	8,200.00
Gastos variables de venta	9,900.00	9,900.00	
Inversión total	50,637.00	29,637.00	21,000.00

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

Para cubrir la inversión total los productores cuentan con 59% en recursos propios, que están integrados por la aportación de cinco socios de Q 5,927.40 cada uno, para el 41% que no cubre la inversión total, se solicitará un préstamo que será otorgado por el Banco de Desarrollo Rural S.A. con las siguientes condiciones o requisitos:

- Solicitud de crédito.
- Apertura de cuenta de ahorros o de monetarios.
- Fotocopia de cédula del representante legal del comité.
- Monto del préstamo Q21,000.00.

- Garantía prendaría sobre la cosecha.
- Tasa de interés 20%.
- Pago de intereses mensuales.
- Pago de capital al vencimiento.
- Plazo de un año.

El cuadro siguiente presenta la amortización del préstamo:

Cuadro 34
Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa
Proyecto: Producción de Chile Pimiento
Plan de Amortización del Préstamo
(Expresado en quetzales)
año: 2003

Mes	Intereses	Abono a Capital	Saldo
Saldo			25,200.00
Enero	350.00	0.00	24,850.00
Febrero	350.00	0.00	24,500.00
Marzo	350.00	0.00	24,150.00
Abril	350.00	0.00	23,800.00
Mayo	350.00	0.00	23,450.00
Junio	350.00	0.00	23,100.00
Julio	350.00	0.00	22,750.00
Agosto	350.00	0.00	22,400.00
Septiembre	350.00	0.00	22,050.00
Octubre	350.00	0.00	21,700.00
Noviembre	350.00	0.00	21,350.00
Diciembre	350.00	21,000.00	0.00
Total	4,200.00	21,000.00	

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

Se observa el préstamo por un monto de Q21,000.00, será otorgado por el Banco de Desarrollo Rural S.A., a una tasa de interés del 20%, garantía hipotecaria sobre la cosecha, pago de intereses mensualmente, pago de capital al vencimiento, plazo de un año.

- Presupuesto de caja

Se incluye los ingresos y egresos en efectivo, correspondientes a un período de tiempo determinado y tiene como finalidad principal, verificar si los ingresos son suficientes para cubrir los egresos del proyecto.

Cuadro 35
Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa
Proyecto: Producción de Chile Pimiento
Presupuesto de Caja
(Expresado en quetzales)
Del 1 de enero al 31 de diciembre 2003

Concepto	Primera Cosecha	Segunda Cosecha	Valor
INGRESOS			
Saldo anterior		74,100.00	
Aportación socios	29,637.00		29,637.00
Préstamo	21,000.00		21,000.00
Ventas	76,500.00	76,500.00	153,000.00
Total Ingresos	127,137.00	150,900.00	203,637.00
EGRESOS			
Terreno	3,000.00		3,000.00
Equipo agrícola	980.00		980.00
Equipo de riego	5,000.00		5,000.00
Herramientas	483.00		483.00
Mobiliario y Equipo de oficina	4,200.00		4,200.00
Gastos de organización	2,550.00		2,550.00
Insumos	9,958.00	9,958.00	19,916.00
Mano de obra	4,682.00	4,682.00	9,364.00
Gastos indirectos variables	1,395.00	1,395.00	2,790.00
Gastos variables de venta	9,900.00	9,900.00	19,800.00
Gastos fijos	8,489.00	8,289.00	16,778.00
Gastos financieros	2,100.00	2,100.00	4,200.00
Cancelación de préstamo		21,000.00	21,000.00
Total Egresos	52,737.00	57,324.00	110,061.00
Saldo de caja	74,400.00	93,576.00	93,576.00

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

El anterior cuadro refleja los ingresos y egresos que se tendrán que efectuar durante el proyecto, así como las necesidades del financiamiento del mismo.

El préstamo bancario se utilizará para el financiamiento externo de la primera cosecha, al realizar la venta de esta producción, se pretende financiar la segunda cosecha y poder efectuar el pago del préstamo en su totalidad.

A continuación se presenta el presupuesto de caja proyectado.

Cuadro 36
Municipio Yupiltepeque – Departamento de Jutiapa
Proyecto: Producción de Chile Pimiento
Presupuesto de Caja Proyectado
(Expresado en quetzales)

Del 1 de enero de 2003 al 31 de diciembre 2005

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3
INGRESOS			
Saldo anterior	0.00	93,576.00	177,928.00
Aportación socios	29,637.00	0.00	0.00
Préstamo	21,000.00	0.00	0.00
Ventas	153,000.00	153,00.00	153,000.00
Total ingresos	203,637.00	246,576.00	330,928.00
EGRESOS			
Terreno	3,000.00	0.00	0.00
Equipo agrícola	980.00	0.00	0.00
Equipo de riego	5,000.00	0.00	0.00
Herramientas	483.00	0.00	0.00
Mobiliario y equipo de oficina	4,200.00	0.00	0.00
Gastos de organización	2,550.00	0.00	0.00
Insumos	19,916.00	19,916.00	19,916.00
Mano de obra	9,364.00	9,364.00	9,364.00
Gastos indirectos variables	2,790.00	2,790.00	2,790.00
Gastos variables de venta	19,800.00	19,800.00	19,800.00
Gastos fijos	16,778.00	16,778.00	16,778.00
Gastos financieros	4,200.00	0.00	0.00
Cancelación de préstamo	21,000.00	0.00	0.00
Total egresos	110,061.00	68,648.00	68,648.00
Saldo de caja	93,576.00	177,928.00	262,280.00

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

El anterior cuadro refleja los ingresos y egresos que se tendrán que efectuar durante los tres años del proyecto, así como las necesidades del financiamiento del mismo.

4.7.5 Estados financieros

Los estados financieros muestran los resultados de las operaciones durante un período contable determinado, a continuación se detallan:

- Costo directo de producción

Para determinar el costo de producción del proyecto, se tomarán en cuenta los tres elementos del costo (insumos, mano de obra y costos variables indirectos). A continuación se presentan los requerimientos de los elementos agrícolas necesarios para el cultivo de chile pimiento.

Cuadro 37
Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa
Proyecto: Producción de Chile Pimiento
Requerimiento de Insumos para una Manzana y una Cosecha
(Expresado en quetzales)
año: 2003

Concepto	Unidad de Medida	Cantidad por Manzana	Costo Unitario	Valor
INSUMOS				
Pilones	Unidad	15,000.00	0.50	7,500.00
Fertilizantes				
Abono 15 –15 – 15	Quintal	4	87.00	348.00
Nitrato de potasio	Quintal	4	245.00	980.00
Nitrato de calcio	Quintal	1	157.00	157.00
Bayfolan forte	Litro	6	36.50	219.00
Confidor	Sobre	1	160.00	160.00
Insecticidas				
Theodan	Litro	4	72.00	288.00
Volatón	Litro	1	110.00	110.00
Fungicidas				
Byosine	Litro	2	98.00	196.00
Total				9,958.00

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

El cuadro anterior muestra los insumos que se requieren para la primera cosecha del cultivo de chile pimiento; se efectúa la compra de pilones en viveros, los cuales se encargan con 40 o 45 días de anticipación, la variedad que se utilizará para el presente proyecto es el híbrido Nataly.

El segundo elemento del costo de producción cultivo de chile pimiento, es la mano de obra, la cual se describe a continuación:

Cuadro 38
Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa
Proyecto: Producción de Chile Pimiento
Requerimiento de Mano de Obra para una Manzana y una Cosecha
(Expresado en quetzales)
año: 2003

Concepto	Unidad de Medida	Cantidad por Manzana	Costo Unitario	Valor
MANO DE OBRA				
Preparación tierra				
Arado	Jornal	10	27.50	275.00
Ahoyado	Jornal	10	27.50	275.00
Labores culturales				
Transplante	Jornal	24	27.50	660.00
Fertilización	Jornal	8	27.50	220.00
Primera limpia	Jornal	16	27.50	440.00
Fumigación	Jornal	8	27.50	220.00
Segunda limpia	Jornal	16	27.50	440.00
Cosecha				
Cosecha	Jornal	17	27.50	467.50
Empaque	Jornal	3	27.50	82.50
Séptimo día				669.00
Bonificación				933.00
Total				4,682.00

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

En el cuadro anterior se observa que el rubro más significativo de la mano de obra lo constituye las labores culturales en un 42%, ya que en esta fase se

utilizan más jornales, derivado de la importancia que requiere el cuidado del chile pimienta después de la siembra, para obtener una mejor producción.

De los 20 empleados que se ocupan en el proceso de recolección del chile pimienta , 17 son específicamente para corte y 3 para empaque.

Se estableció el pago de la mano de obra, de acuerdo al salario mínimo de Q27.50 para las actividades agrícolas por jornal trabajado, según artículo 1 del Acuerdo Gubernativo 494-2001 del 18/12/2001 del Ministerio de Trabajo y Previsión Social.

La bonificación incentivo de Q250.00 equivalente a Q8.33 por hora ordinaria efectiva de trabajo, según el artículo 4 del Decreto 37-2001 del Congreso de la República que entró en vigencia el 06/08/2001.

El séptimo día se paga cuando el obrero haya trabajado una semana completa, su cálculo es el total de jornales, dividido dentro los seis días laborados, según artículo 126 del Decreto 1441 Código de Trabajo, reformado por el artículo 4 del Decreto 64-92 del Congreso de la República.

En el siguiente cuadro se presenta el detalle de los gastos indirectos variables:

Cuadro 39
Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa
Proyecto: Producción de Chile Pimiento
Costos Indirectos Variables para una Manzana y una Cosecha
(Expresado en quetzales)
año: 2003

Concepto	Unidad de Medida	Base Legal	Monto Base	Valor
COSTOS INDIRECTOS VARIABLES				
Cuota patronal IESS	Porcentaje	6.67	3,749.00	250.00
Prestaciones Laborales				
Indemnización	Porcentaje	9.72	3,749.00	365.00
Aguinaldo	Porcentaje	8.33	3,749.00	312.00
Bono 14	Porcentaje	8.33	3,749.00	312.00
Vacaciones	Porcentaje	4.17	3,749.00	156.00
Total				1,395.00

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

- El cuadro anterior refleja el 30.55% de costos indirectos variables que se calcularon con base al valor de los jornales más el séptimo día.
- Se consideró el 6.67% de cuota patronal IGSS, porcentaje que le corresponde al municipio de Yupiltepeque, según Acuerdo 1058 de la Junta Directiva del Instituto Guatemalteco de Seguridad Social, en su artículo siete que reforma el artículo 45 del Acuerdo 788.

Se presenta a continuación el costo de producción para el cultivo de chile pimiento.

Cuadro 40
Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa
Proyecto: Producción de Chile Pimiento
Costo Directo de Producción de Una Manzana
(Expresado en quetzales)
Del 1 de enero al 31 de diciembre 2003

Concepto	Primera Cosecha	Segunda Cosecha	Total
Insumos	9,958.00	9,958.00	19,916.00
Mano de Obra	4,682.00	4,682.00	9,364.00
Costos Indirectos Variables	1,395.00	1,395.00	2,790.00
Costo de Producción	16,035.00	16,035.00	32,070.00
Producción en cajas	900.00	900.00	1,800.00
Costo unitario	17.82	17.82	17.82

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

El valor de los insumos representa el 62% del costo de producción, es el elemento más importante, ya que con insumos de mejor calidad se obtiene un mayor rendimiento en la producción.

En el siguiente cuadro se observa el costo de producción proyectado.

Cuadro 41
 Municipio Yupiltepeque – Departamento de Jutiapa
 Proyecto: Producción de Chile Pimiento
 Costo Directo de Producción Proyectado de Una Manzana
 (Expresado en quetzales)
 Del 1 de enero 2003. al 31 de diciembre 2005

Concepto	Año 1	Año 2	Total
Insumos	9,958.00	9,958.00	19,916.00
Mano de obra	4,682.00	4,682.00	9,364.00
Costos indirectos variables	1,395.00	1,395.00	2,790.00
Costo de producción	16,035.00	16,035.00	32,070.00
Producción en cajas	900.00	900.00	1,800.00
Costo unitario	17.82	17.82	17.82

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

El costo directo de producción para los tres años del proyecto es el mismo debido a que el rendimiento de la producción se mantiene, esta aumentará si se adquiere más terreno para el proyecto.

- Estado de resultados

Es un instrumento de análisis que muestra los resultados de un ente económico, en un período determinado, ya que considera la relación de ingresos, costos y gastos; a través de él se determina si el proyecto obtendrá ganancia o pérdida.

A continuación se presenta el estado de resultados determinado en el proceso productivo del chile pimiento.

Cuadro 42
Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa
Proyecto: Producción de Chile Pimiento
Estado de Resultados
(Expresado en quetzales)
Del 1 de enero al 31 de diciembre 2003

Concepto	Primera Cosecha	Segunda Cosecha	Total
Ventas	76,500.00	76,500.00	153,000.00
(-) Costo directo de producción	16,035.00	16,035.00	32,070.00
Ganancia bruta en ventas	60,465.00	60,465.00	120,930.00
(-) Gastos variables de venta			
Material de empaque	5,400.00	5,400.00	10,800.00
Fletes	4,500.00	4,500.00	9,000.00
Ganancia marginal	50,565.00	50,565.00	101,130.00
(-) Gastos de operación			
Gastos de administración			
Sueldos	4,000.00	4,000.00	8,000.00
Prestaciones laborales	1,222.00	1,222.00	2,444.00
Cuota IGSS patronal	267.00	267.00	534.00
Papelería	500.00	300.00	800.00
Asesoría técnica	2,500.00	2,500.00	5,000.00
Depreciaciones	780.00	779.00	1,559.00
Amortización gastos de organización	128.00	127.00	255.00
Ganancia en operación	41,168.00	41,370.00	82,538.00
(-) Gastos financieros			
Intereses sobre préstamos	2,100.00	2,100.00	4,200.00
Ganancia antes del I.S.R.	39,068.00	39,270.00	78,338.00
(-) Impuesto sobre la renta (31%)	12,111.00	12,174.00	24,285.00
Utilidad neta disponible	26,957.00	27,096.00	54,053.00

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

Se determinó que el costo directo de producción es del 21%, generando esto una ganancia bruta en ventas del 79% y al deducirle los gastos variables de venta integrados por el pago de Q5.00 de flete por cada caja de chile pimiento y el material de empaque que son cajas de madera con un costo de Q6.00 cada una se obtiene una ganancia marginal del 66%.

Luego al determinar los gastos de administración entre los cuales se incluyen las depreciaciones calculadas de acuerdo con lo que establece el artículo 19 de la

Ley del Impuesto Sobre la Renta, Decreto 26-92 del Congreso de la República, Acuerdo Gubernativo número 596-97 del Ministerio de Finanzas Públicas se obtiene una ganancia de operación del 52% de la cual se deduce el valor de los gastos financieros de los intereses a pagar por el préstamo bancario así como el Impuesto Sobre la Renta.

Según el análisis final del estado de resultados al realizar la venta de las 1,800 cajas de chile pimienta a un precio de Q85.00 cada una, se obtendrá una ganancia de Q54,053.00, dicha utilidad disponible de la producción de chile pimienta representa un 35% en relación a las ventas.

En el siguiente cuadro se presenta el estado de resultados proyectado:

Cuadro 43
Municipio Yupiltepeque – Departamento de Jutiapa
Proyecto: Producción de Chile Pimiento
Estado de Resultados Proyectado
(Expresado en quetzales)
Del 1 de enero 2003 al 31 diciembre 2005

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas	153,000.00	153,000.00	153,000.00
(-) Costo directo de producción	32,070.00	32,070.00	32,070.00
Ganancia bruta en ventas	120,930.00	120,930.00	120,930.00
(-) Gastos variables de venta			
Material de empaque	10,800.00	10,800.00	10,800.00
Fletes	9,000.00	9,000.00	9,000.00
Ganancia marginal	101,130.00	101,130.00	101,130.00
(-) Gastos de operación			
Gastos de administración			
Sueldos	8,000.00	8,000.00	8,000.00
Prestaciones laborales	2,444.00	2,444.00	2,444.00
Cuota IGSS patronal	534.00	534.00	534.00
Papelería	800.00	800.00	800.00
Asesoría técnica	5,000.00	5,000.00	5,000.00
Depreciaciones	1,559.00	1,559.00	1,559.00
Amortización gastos de organización	255.00	255.00	255.00
Ganancia en operación	82,538.00	82,538.00	82,538.00
(-) Gastos financieros			
Intereses sobre préstamos	4,200.00	0.00	0.00
Ganancia antes del I.S.R.	78,338.00	82,538.00	82,538.00
(-) Impuesto sobre la renta (31%)	24,285.00	25,587.00	25,587.00
Utilidad neta disponible	54,053.00	56,951.00	56,951.00

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

Se observa que la diferencia en el segundo y tercer año del proyecto es el valor de los gastos financieros, porque en el primer año utilizan financiamiento externo y en los otros años usan financiamiento interno únicamente.

- Rentabilidad de la inversión

La rentabilidad expresa los beneficios económicos respecto a la inversión de capital empleado para su obtención, usualmente se expresa en términos porcentuales.

La rentabilidad sobre las ventas, indica que se obtuvo un beneficio de 66%, lo que significa que por cada quetzal vendido, se obtienen Q0.66 como promedio de ganancia y en el costo por cada Q100.00 quetzales que el productor invierte dispone de Q3.15 para pagar, por lo que se considera que este proyecto será rentable.

- Estado de situación financiera

Este refleja la situación económica financiera al final de cada período del proyecto, es decir los activos, pasivos y el capital. A continuación se presenta el detalle del mismo.

- Estado de situación financiera

Este refleja la situación económica financiera al final de cada período del proyecto. A continuación se presenta el detalle del mismo.

Cuadro 44
Municipio Yupiltepeque – Departamento de Jutiapa
Proyecto: Producción de Chile Pimiento
Estado de Situación Financiera
(Expresado en quetzales)
Al 31 de diciembre 2003

Concepto			Valor
ACTIVO			
Circulante			93,576.00
Caja y bancos			
Propiedad, planta y equipo			12,104.00
Terrenos	3,000.00		
Equipo agrícola	980.00		
(-) Depreciación acumulada	98.00	882.00	
Equipo de riego	5,000.00		
(-) Depreciación acumulada	500.00	4,500.00	
Herramientas	483.00		
(-) Depreciación acumulada	121.00	362.00	
Mobiliario y equipo	4,200.00		
(-) Depreciación acumulada	840.00	3,360.00	
Diferido			2,295.00
Gastos de organización	2,550.00		
(-) Amortización acumulada	255.00		
Total Activo			107,675.00
PASIVO			
Circulante			
Impuesto sobre la renta por pagar			23,722.00
Total pasivo			23,722.00
Capital social			31,151.00
Utilidad neta disponible			52,802.00
Suma pasivo y capital			107,675.00

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

El Estado de Situación Financiera anterior está conformado por los rubros de Activo, Pasivo y Capital, es decir que muestra a los inversionistas un informe

claro relacionado con el movimiento de los bienes, derechos y obligaciones que generará el proyecto.

La situación financiera del proyecto para el primer año de producción de chile pimiento, tiene un saldo de Q93,576.00 en Caja y Bancos para financiar las cosechas posteriores, cantidad reflejada en el presupuesto de caja al 31 de diciembre de 2003.

El cálculo de las depreciaciones se efectuó de acuerdo con el porcentaje legal según el artículo 19 de la Ley del Impuesto Sobre la Renta, Decreto 26-92, Acuerdo Gubernativo No. 596-97 del Ministerio de Finanzas Públicas, en el que establece el 10% para equipo agrícola y de riego, 20% mobiliario y equipo y 25% para herramientas.

A continuación se presenta el estado de situación financiera proyectado.

Cuadro 45
Municipio Yupiltepeque – Departamento de Jutiapa
Proyecto: Producción de Chile Pimiento
Estado de Situación Financiera Proyectado
(Expresado en quetzales)
Al 31 de diciembre 2005

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3
ACTIVO			
Circulante			
Caja y bancos	93,576.00	153,643.00	212,408.00
Propiedad, planta y equipo			
Terrenos	3,000.00	3,000.00	3,000.00
Equipo agrícola	980.00	980.00	980.00
Equipo de riego	5,000.00	5,000.00	5,000.00
Herramientas	483.00	483.00	483.00
Mobiliario y equipo	4,200.00	4,200.00	4,200.00
(-) Depreciación acumulada	1,559.00	3,118.00	4,677.00
Diferido			
Gastos de organización	2,550.00	2,550.00	2,550.00
(-) Amortización acumulada	255.00	210.00	765.00
Total Activo	107,975.00	166,228.00	223,179.00
PASIVO			
Circulante			
Impto. S/ la renta por pagar	24,285.00	25,587.00	25,587.00
Capital social	29,637.00	29,637.00	29,637.00
Utilidades retenidas		54,053.00	111,004.00
Utilidad neta disponible	54,053.00	56,951.00	56,951.00
Suma pasivo y capital	107,975.00	166,228.00	223,179.00

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

En el presente cuadro se refleja la situación financiera para cada uno de los años del proyecto.

4.7.6 Evaluación financiera

Tiene como finalidad demostrar la viabilidad financiera del proyecto, a través de la utilización de varias técnicas que permitan medir razonablemente la conveniencia o no de realizar la inversión, por medio de las cuales se medirán los resultados a obtener con relación a su inversión inicial. Se utilizarán herramientas de evaluación simple para conocer el impacto económico y social en el lugar donde se propone desarrollar el presente proyecto.

4.7.6.1 Tasa de recuperación de la inversión

En este índice se establece el porcentaje en el cual se recupera la inversión, con la venta de la producción obtenida en el primer año. Para determinar la tasa de recuperación de la inversión del presente proyecto se aplicará la siguiente fórmula.

$$\frac{\text{Utilidad del Ejercicio (-) amortización préstamo} \times 100}{\text{Inversión}}$$

$$\text{TRI} = \frac{54,053.00 (-) 21,000.00}{50,637.00} \times 100$$

$$\text{TRI} = 65\%$$

Este resultado indica, que de la inversión inicial se recupera en un 62% en el primer año, lo cual es atractivo para el productor ya que por cada quetzal invertido obtiene o se recupera Q0.65.

4.7.6.2 Tiempo de recuperación de la inversión

La importancia que tiene este índice para el inversionista, radica que con este análisis se determina el tiempo en el cual se recupera su inversión inicial y como resultado si le conviene participar en el presente proyecto. Para establecer entonces este tiempo se desarrolla la siguiente fórmula.

$$\text{TREI} = \frac{\text{Inversión}}{\text{Utilidad} - \text{Amort. Préstamo} + \text{Depreciaciones} + \text{Amort. Gtos. Org.}}$$

$$\text{TREI} = \frac{50,637.00}{54,053.00 - 21,000.00 + 1,559.00 + 255.00} = \frac{50,637.00}{34,867.00}$$

$$\text{TREI} = 1.4$$

El tiempo estimado para recuperar la inversión inicial es de un año y cuatro meses, por lo que se considera que el proyecto es factible desarrollarlo y atractivo para el productor.

4.7.6.3 Retorno del capital

En este análisis se determinará la cantidad de dinero que retorna del capital invertido en el presente proyecto, se toma como base la utilidad obtenida, las amortizaciones del préstamo, los intereses que éste genere y las depreciaciones del período analizado, lo cual se desarrolla en la siguiente fórmula.

$$\text{RC} = \text{Utilidad (-) Amortización Préstamo (+) Intereses (+) Amort. Gastos Org.}$$

$$C = 54,053.00 (-) 21,000.00 (+) 4,200.00 + 1,559.00 + 255.00$$

$$\text{RC} = \text{Q}39,067.00$$

En el primer año de actividad el retorno del capital sobre la inversión será de Q39,067.00

4.7.6.4 Tasa de retorno del capital

De la inversión inicial, los productores recuperan Q39,067.00 quetzales en el año y es el valor en el cual se incrementará el capital inicial, que se invirtió en el proyecto. Para establecer la tasa de retorno al capital, se desarrolla la siguiente fórmula.

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

$$\text{TRC} = \frac{39,067.00}{50,637.00} \times 100$$

$$\text{TRC} = 77\%$$

El 71% de capital retornará anualmente de la inversión inicial del presente proyecto, esto se considera aceptable para la participación de los inversionistas en el proyecto propuesto.

4.7.7 Punto de equilibrio

Es el nivel de ventas necesario para la recuperación de los gastos fijos y variables, o sea en donde el proyecto no reporta ni pérdida ni ganancia.

a. Punto de equilibrio en valores

Está representado por la cantidad de dinero que el productor debe obtener a través de sus ventas, para cubrir sus costos de producción. Para establecer el punto de equilibrio en el proyecto se desarrolla la siguiente fórmula.

$$\text{PEV} = \frac{\text{Gastos Fijos}}{\% \text{ Ganancia Marginal}}$$

$$\text{PEV} = \frac{22,792.00}{0.66}$$

$$\text{PEV} = 34,533.00$$

Como se observa en el resultado anterior, para que el productor iguale sus costos con sus ingresos en el proceso productivo, debe vender como mínimo Q34,533.00 en el primer año.

b. Punto de equilibrio en unidades

Indica la cantidad de unidades que debe vender el productor para cubrir sus costos de producción, en este momento el productor no gana ni pierde en el proyecto.

$$\text{PEU} = \frac{\text{Punto de Equilibrio en Valores}}{\text{Precio Unitario de Venta}}$$

$$\text{PEU} = \frac{34,533.00}{85.00}$$

$$\text{PEU} = 406$$

El resultado anterior, indica que el productor debe vender 406 cajas de chile pimienta, para mantenerse en punto de equilibrio.

c. Margen de seguridad

El margen de seguridad, está representado por la cantidad que se vende de mas, a partir del punto de equilibrio y que se puede convertir en ganancia. Para el presente caso se establece en la siguiente fórmula.

$$MS = \frac{\text{Ventas} - \text{PEV}}{\text{Ventas}} \times 100$$

$$MS = \frac{153,000.00 - 34,533.00}{153,000.00} \times 100$$

$$MS = 0.77$$

Del resultado anterior se puede decir que el productor ganaría, en sus ventas después del punto de equilibrio el 77%.

Porcentaje de margen de seguridad

Es el excedente que se puede vender sobre el total de ventas que necesita para alcanzar su punto de equilibrio, este porcentaje muestra en cuanto pueden disminuir las ventas sin que el productor obtenga pérdida, esto se comprueba en la siguiente fórmula.

$$MS = \frac{\text{Gastos fijos}}{\text{Ganancia marginal}} \times 100$$

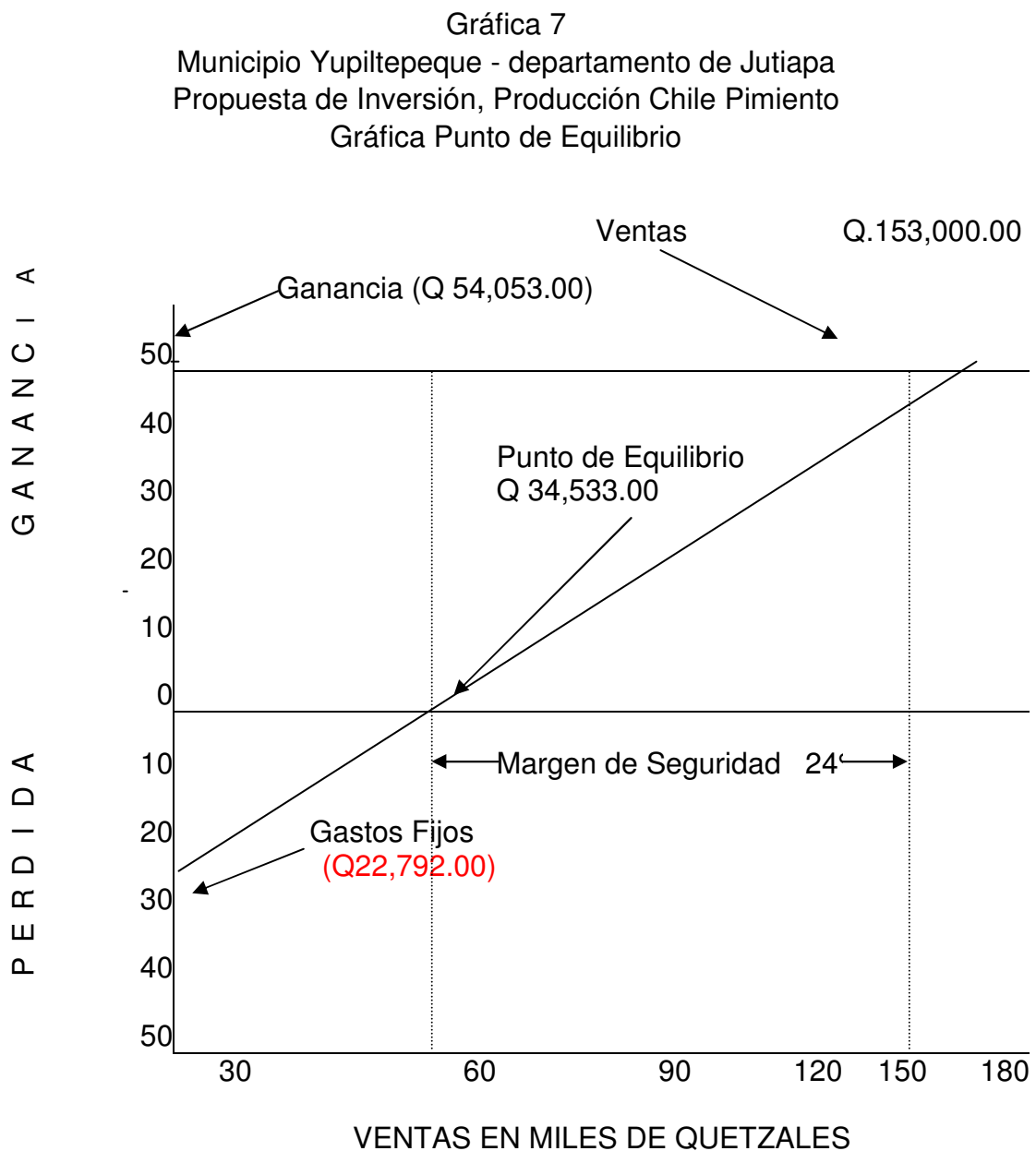
$$MS = \frac{22,792.00}{101,130.00} \times 100$$

$$MS = 0.23$$

El productor puede disminuir por cualquier circunstancia sus ventas en un 23%, sin que obtenga pérdidas, este resultado se considera aceptable para el proyecto, porque su ganancia esta representada por el 77%.

Gráfica del punto equilibrio

A continuación la gráfica del punto de equilibrio.



Fuente: Elaboración propia E.P.S., segundo semestre 2002

La gráfica anterior indica que ventas se pueden alcanzar en el proyecto para el cultivo de chile pimiento. Refleja ventas por Q. 153,000.00, con las cuales se pueden cubrir la totalidad de sus gastos fijos que ascienden a la cantidad de Q. 24,606.00.

4.7.8 Impacto social

El impacto que tendrá el desarrollo de la presente propuesta en el Municipio es positivo, debido a que actualmente hay personas interesadas en el proyecto de la producción de Chile Pimiento. Es una potencialidad no explotada en el Municipio y generadora de grandes ganancias para los productores directos y a la vez si se desarrolla se generará fuentes de empleo, además la puesta en marcha del proyecto marcará el inicio formal de la diversificación de la producción y el flujo comercial organizado, los agricultores no realizarán el proceso productivo en forma dispersa como actualmente sucede.

CONCLUSIONES

En relación a los resultados obtenidos del estudio realizado se establecen las siguientes conclusiones:

- 1** Las aldeas que conforman el Municipio de Yupiltepeque carecen casi en su totalidad de un sistema de saneamiento, por tal motivo se detectan enfermedades gastrointestinales.
- 2** Los servicios básicos que presta la Municipalidad no satisfacen las necesidades que aquejan a los habitantes, tal es el caso de la carencia de agua, drenajes, extracción de basura y otros.
- 3** El sector agrícola se constituye como el principal sector para la generación de ingresos de las familias en el Municipio y se caracteriza principalmente por el cultivo de maíz.
- 4** En cuanto a tecnología utilizada en la producción de maíz, predomina la tradicional tanto en microfincas como en fincas subfamiliares, esto disminuye el rendimiento de quintales por manzana.
- 5** La falta de una organización productiva influye en una inadecuada comercialización de la producción de maíz, lo que conlleva a que el transportista fije el precio del producto.
- 6** La producción de chile pimiento constituye una oportunidad de diversificar la producción en el Municipio y generará rentabilidad para los productores interesados en la propuesta.

RECOMENDACIONES

Se establecen las siguientes recomendaciones en relación a las conclusiones determinadas en el estudio:

- 1** Que los comités de promejoramiento existentes en las aldeas, unifiquen esfuerzos y soliciten a la entidad municipal o comunidad indígena la creación de sistemas de saneamiento, como la creación de un basurero, drenajes o en su defecto letrinas; esto ayudará a combatir las múltiples enfermedades gastrointestinales en el Municipio.
- 2** Que los habitantes del Municipio, a través de comité, soliciten un proyecto de agua potable a la Municipalidad, para crear pozos en lugares estratégicos, de esa forma abastecer de agua potable a los pobladores, así se evitará que los habitantes consuman agua de caudales contaminados.
- 3** Que los productores de maíz y frijol diversifiquen su producción y dejen por un lado el temor de producir otros productos, esto brindará oportunidades de nuevos mercados y desarrollo, debido a que el suelo brinda la oportunidad de producir productos que generen mayor rentabilidad.
- 4** Que los productores de maíz utilicen las cantidades necesarias de insumos así como semilla mejorada para la producción, esto contribuirá al incremento de los rendimientos por quintal en manzana cultivada.
- 5** Que los productores de maíz se organicen, para lograr mayor producción y comercializarla a un precio justo, de esta manera se establecerá un conveniente canal de distribución.

- 6 Que los agricultores interesados en diversificar la producción en el Municipio, se organicen bajo la estructura de un comité agrícola, para el desarrollo del proyecto de chile pimiento que se propone en el presente informe.

ANEXO 1
MANUAL DE ORGANIZACIÓN
COMITÉ AGRÍCOLA PRODUCTOR DE MAÍZ
MUNICIPIO YUPILTEPEQUE – DEPARTAMENTO DE JUTIAPA

INTRODUCCIÓN

El presente manual de organización contiene la información y los lineamientos necesarios, con el objeto de formalizar la estructura administrativa y social del Comité propuesto en el estudio.

El manual constituye un instrumento útil y de fácil comprensión, que da a conocer las funciones y atribuciones que tendrán los integrantes de la organización en sus puestos, para que puedan coordinar adecuadamente sus actividades, esto será la base para evitar que existan funciones dobles, y un mal canal de comunicación.

1 OBJETIVOS DEL MANUAL DE ORGANIZACIÓN

El manual de organización propuesto persigue los siguientes objetivos:

1.1 Objetivo general

El manual debe ser la guía que permita conocer y definir la estructura técnica de la organización y las funciones de los distintos niveles jerárquicos, con el fin de lograr la máxima eficiencia en la realización de los planes y objetivos.

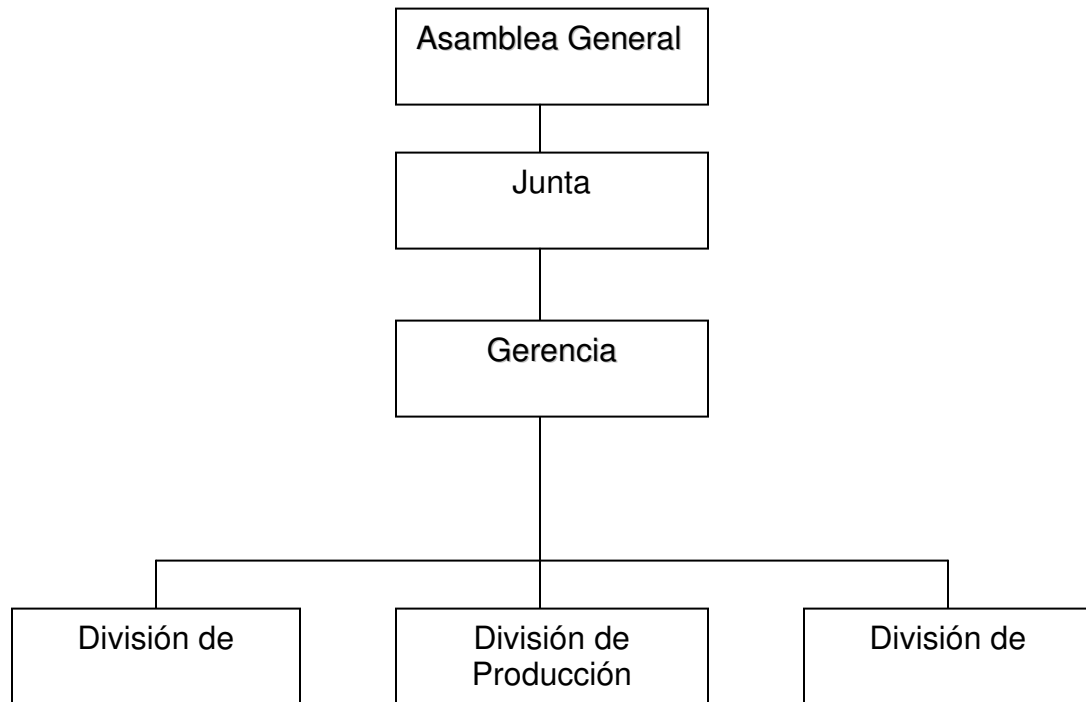
1.2 Objetivos específicos

- Evitar la duplicidad de funciones, para un mejor desarrollo de las actividades.
- Dar a conocer a cada miembro de la organización cual es su función dentro de la misma.
- Coordinar y definir las actividades de cada unidad de la organización.

2 DISEÑO ORGANIZACIONAL

A continuación se presenta el organigrama del comité propuesto:

Gráfica 3
Municipio Yupiltepeque – departamento de Jutiapa
Comité Agrícola de Productores de Maíz
Diseño Organizacional propuesto
año: 2002



Fuente: Investigación de campo Grupo EPS segundo semestre 2002

El organigrama muestra cada uno de los órganos que formarán parte de la organización y que se describen técnicamente a continuación:

3 DESCRIPCIÓN DE LOS ÓRGANOS DEL COMITÉ

Se refiere a la definición clara y específica de los diferentes puestos y atribuciones necesarias para cada uno de los integrantes.

3.1 Asamblea General

Es el órgano de máxima autoridad dentro de la organización, se reúne al ser convocada, estará conformada por todos los productores que pongan a

disposición del comité, la producción total de por lo menos una manzana de maíz.

En el comité se celebrará una asamblea ordinaria cada dos meses, sin embargo se pueden convocar asambleas extraordinarias para tratar asuntos importantes.

La asamblea será el ente encargado de promover puestos, proponer y elegir a nuevos integrantes del comité.

3.2 Junta Directiva

La Junta Directiva del comité será la encargada de hacer llegar las citaciones a los asociados para indicar la fecha, hora, lugar y puntos a tratar. Para que tenga carácter oficial, debe estar reunida la mitad más uno de los miembros y las decisiones tomadas serán aprobadas por mayoría de votos, estará integrada por los cinco miembros al iniciar las operaciones, podrán aumentar de acuerdo a las necesidades o desarrollo de la organización, el trabajo que realice el comité será ad-honorem, recibirán únicamente una regalía al final del periodo de operaciones..

3.3 Gerencia

Deberá elaborar los planes que se desean alcanzar a corto, mediano y largo plazo, prever, organizar, dirigir y controlar las funciones del comité, informar a la Junta Directiva sobre los eventos del comité y otros.

El cargo será ocupado por un miembro del comité, quien obtendrá la representación como gerente y como ya se indicó su trabajo será ad-honorem.

DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL CARGO	
TÍTULO:	GERENTE
UBICACIÓN:	GERENCIA
INMEDIATO SUPERIOR:	JUNTA DIRECTIVA
INMEDIATO INFERIOR:	DIVISIÓN DE FINANZAS, COMERCIALIZACIÓN Y PRODUCCIÓN
<p>1 Naturaleza del Cargo Es un trabajo administrativo que tiene como función principal establecer la responsabilidad de los demás órganos que integran la organización.</p> <p>2 Atribuciones</p> <ul style="list-style-type: none"> - Coordinar el trabajo conjuntamente con los demás órganos directivos - Mantener la unidad social de la organización - Asignar actividades al personal bajo su mando <p>3 Relaciones de Trabajo</p> <ul style="list-style-type: none"> - Con todos los miembros de la organización - Con la comunidad o municipio en general - Con clientes y proveedores de insumos <p>4 Autoridad Tiene autoridad sobre los demás órganos de menor jerarquía.</p> <p>5 Responsabilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> - Proporcionar su mano de obra en el proceso productivo - De los recursos de la organización - De la elección de miembros <p>6 Requisitos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ser miembro de comité - Capacidad de líder <p>7 Salario</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cargo desempeñado ad-honorem 	

3.4 División de Finanzas

Tiene como función principal realizar las compras y custodiar los fondos del comité en forma honesta y responsable, siendo sus funciones de carácter administrativo.

Para esta unidad se nombrará a un miembro del comité como encargado de finanzas, deberá reportar al gerente quien será su jefe inmediato superior.

DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL CARGO	
TÍTULO:	ENCARGADO DE FINANZAS
UBICACIÓN:	DIVISIÓN DE FINANZAS
INMEDIATO SUPERIOR:	GERENTE
INMEDIATO INFERIOR:	NINGUNO
<p>1 NATURALEZA DEL Cargo Las funciones son de carácter administrativo, es el ente encargo de realizar las compras.</p> <p>2 ATRIBUCIONES</p> <ul style="list-style-type: none"> -Realizar las compras de insumos para la producción. -Manejo de cuentas bancarias. -Informar semanalmente sobre la disponibilidad de fondos y movimientos. -Realizar y coordinar los inventarios necesarios. <p>3 Relaciones de Trabajo</p> <ul style="list-style-type: none"> - Con todos los miembros de la organización. - Con bancos del sistema. <p>4 Autoridad</p> <ul style="list-style-type: none"> - Únicamente en su división, pero no directamente sobre otro órgano. <p>5 Responsabilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> - Custodia directa de los valores del comité. <p>6 Requisitos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ser miembro de comité. - Proporcionar su fuerza de trabajo en el proceso productivo. - Honestidad indiscutible y responsabilidad. <p>7 Salario</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cargo desempeñado ad-honorem 	

3.5 División de Producción

Es una unidad de carácter administrativo en donde todos los miembros del comité deben de involucrarse directamente en el proceso de producción.

La división de producción será la encargada de coordinar la producción desde la preparación de la tierra hasta la cosecha, estimar los insumos necesarios en cada proceso y coordinar la participación de todos los miembros del comité en el proceso productivo.

El comité dentro de sus miembros deberá de elegir a la persona quien será el encargado del departamento de producción. Debe ser una persona que tenga un amplio conocimiento o experiencia del el cultivo de maíz en el Municipio, su cargo será realizado ad-honorem.

DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL CARGO	
TÍTULO:	ENCARGADO DE PRODUCCIÓN
UBICACIÓN:	DIVISIÓN DE PRODUCCIÓN
INMEDIATO SUPERIOR:	GERENTE
INMEDIATO INFERIOR:	NINGUNO
<p>1 NATURALEZA DEL Cargo Las funciones son de carácter operacional; es el ente encargo de controlar y planificar la producción</p> <p>2 ATRIBUCIONES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Coordinar las actividades necesarias para realizar la producción. - Determinar cantidades de insumos a utilizar. - Informar a los miembros de comité en que momento participarán en el proceso productivo. <p>3 Relaciones de Trabajo</p> <ul style="list-style-type: none"> - Con todos los miembros de la organización. <p>4 Autoridad</p> <ul style="list-style-type: none"> - Únicamente en su división, pero no directamente sobre otro órgano. <p>5 Responsabilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> - Control de todo el proceso productivo. <p>6 Requisitos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ser miembro de comité. - Proporcionar su fuerza de trabajo en el proceso productivo. <p>7 Salario</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cargo desempeñado ad-honorem 	

3.6 División de Comercialización

Se debe de nombrar a un encargado de esta unidad administrativa, deberá reportar a la presidencia a finanzas y a la asamblea cuando esta lo requiera.

Será el encargado de buscar el mercado ideal para la venta del producto a un precio justo que genere la rentabilidad deseada y debe llevar a cabo todo el proceso de venta en informar cuando se de la venta; pero será la asamblea en decidir al final cuando sea el momento de vender la producción siempre que el precio por quintal no sea menor a Q60.00, de lo contrario no se alcanzarían lo márgenes de comercialización deseados.

DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL CARGO	
TÍTULO:	ENCARGADO DE COMERCIALIZACIÓN
UBICACIÓN:	DIVISIÓN DE COMERCIALIZACIÓN
INMEDIATO SUPERIOR:	GERENTE
INMEDIATO INFERIOR:	NINGUNO
<p>1 NATURALEZA DEL Cargo La función principal de este puesto es vender y desarrollar las ventas.</p> <p>2 ATRIBUCIONES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Coordinar las actividades necesarias para lograr la venta. - Buscar nuevos mercados para incrementar el volumen de ventas. - Preparar un plan de comercialización anual. - Informar periódicamente sobre sus actividades. <p>3 Relaciones de Trabajo</p> <ul style="list-style-type: none"> - Con todos los miembros de la organización. <p>4 Autoridad</p> <ul style="list-style-type: none"> - Únicamente en su división, pero no directamente sobre otro órgano. <p>5 Responsabilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vender la producción. <p>6 Requisitos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ser miembro de comité. - Proporcionar su fuerza de trabajo en el proceso productivo. <p>7 Salario</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cargo desempeñado ad-honorem 	

ANEXO II
MANUAL DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS
MUNICIPIO YUPILTEPEQUE – DEPARTAMENTO DE JUTIAPA

INTRODUCCIÓN

El presente manual de normas y procedimientos será un instrumento de carácter informativo en el que se presenta la secuencia procedimental para la ejecución de las actividades de los órganos que integran el comité agrícola.

El manual está constituido por cinco partes, los objetivos que se pretenden alcanzar en el manual, el campo de aplicación, normas y procedimientos de aplicación general, glosario de la simbología utilizada en los flujogramas y por último la descripción de los procedimientos.

1. OBJETIVOS

Los resultados que se desean alcanzar, se plasman en los siguientes objetivos:

1.1 General

Que todos los miembros del comité cuenten con una guía técnica que los oriente hacia la forma de cómo ejecutar y realizar las actividades relacionadas con su puesto en la mejor forma posible.

1.2 Específicos

- Hacer eficiente los procesos para ahorrar tiempo en el desarrollo de las actividades.
- Servir de guía administrativa para facilitar las actividades de carácter operativo.
- Que cada miembro que integra el comité realice sus actividades con responsabilidad y eficiencia.

2 CAMPO DE APLICACIÓN

Las disposiciones que contiene el manual de normas y procedimientos serán de observancia general para todos los miembros que integren el comité y por ende a los nuevos integrantes.

3 NORMAS GENERALES


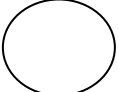
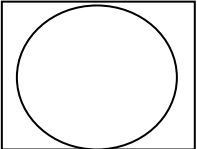
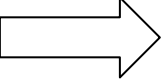

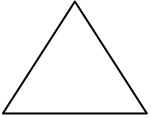
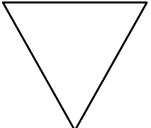
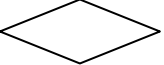
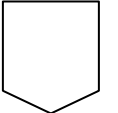

Es responsabilidad de presidencia, motivar el interés y cumplimiento de los procedimientos estipulados en el manual.

Debido a los constantes cambios a los cuales se esta sujeto, es necesario revisar el manual con la participación de todos los órganos que integren la organización.

Considerando el desarrollo y crecimiento de la organización obviamente al manual beben de hacerse algunas modificaciones, para tal efecto deberá de observarse la estructura del mismo.

Todos los miembros de la organización deberán observar y someterse a las disposiciones del presente manual de normas y procedimientos.

4 GLOSARIO DE SIMBOLOGÍA EN FLUJOGRAMAS

SIMBOLOGÍA	INDICACIÓN	ACTIVIDAD REALIZADA
	Inicio o Fin	Indica el inicio o final de un procedimiento.
	Operación	Se utiliza para representar cualquier acción que se ejecute.
	Actividad Combinada	Indica varias actividades ejecutadas al mismo tiempo por una misma persona en un mismo lugar.
	Transporte	Es cuando un documento u objeto es cambiado de un sitio a otro.
	Inspección	Se utiliza para indicar todo trabajo relacionado con una revisión o examen ejecutado en el proceso.
	Archivo Temporal	Se utiliza cuando un documento o material permanece en un lugar por minino tiempo.
	Archivo Final	Ocurre cuando un material o una fase del procedimiento se frena totalmente.
	Decisión	Indica la toma de una decisión dentro de un procedimiento.
	Conector	Se utiliza cuando finalizan las actividades en un puesto de trabajo y se pasa a otra distinta.
	Documento	Es la representación en la utilización de, folletos, formularios, libros, etc.

5 DESCRIPCIÓN DE PROCEDIMIENTOS

La descripción de los procedimientos se detallan en los flujogramas que a continuación de presentan:

NOMBRE DEL PROCEDIMIENTO: SOLICITUD DE INGRESO AL COMITÉ	ELABORADO POR EDGAR A. GUERRA
No. 1 No. De pasos 14	Hoja: 1 de 3 Fecha: Enero 2005
Inicia: Interesado	Termina: Presidencia
<p>DEFINICIÓN DEL PROCEDIMIENTO</p> <p>Consiste en realizar el trámite correspondiente por parte de un productor que desea ingresar al comité.</p> <p>OBJETIVOS</p> <ol style="list-style-type: none">1 Llevar control de las personas que soliciten ingresar al comité.2 Determinar la conveniencia o no de que el solicitante ingrese a la organización.3 Captar el número ideal de socios productores para el desarrollo de la organización. <p>NORMAS</p> <ol style="list-style-type: none">1 El solicitante debe comprobar que no pertenece a otra asociación similar.2 Debe ser una persona dedicada a la agricultura.3 El solicitante debe mostrar Interés en colaborar para el logro de los objetivos.4 Debe garantizar su mano de obra para realizar el proceso de producción.	

NOMBRE DEL PROCEDIMIENTO: SOLICITUD DE INGRESO AL COMITÉ		ELABORADO POR EDGAR A. GUERRA
No. 1 No. De pasos 14		Hoja: 2 de 3 Fecha: Enero 2005
Inicia: Interesado		Termina: Presidencia
REALIZADO POR	PASO No.	ACTIVIDAD
Interesado / productor	01	Solicita y llena formulario.
	02	Traslada formularios a gerencia.
Gerente	03	Revisa el formulario.
	04	Traslada formulario a Junta Directiva
Junta Directiva	05	Autoriza o rechaza el ingreso del solicitante. 5.1 Se acepta el ingreso 5.2 No se acepta el ingreso
	06	Traslada formulario a Gerente
	07	Registra al nuevo miembro
	08	Envía formulario a encargado de comercialización
Encargado de comercialización	09	Recibe aportación del nuevo socio y le entrega copia de formularios.
	10	Traslada a finanzas el recibo y aporte en efectivo.
Finanzas	11	Recibe copia del recibo y dinero en efectivo.
	12	Deposita efectivo al banco.
	13	Archiva documentación.
	14	Fin del procedimiento.

NOMBRE DEL PROCEDIMIENTO: SOLICITUD DE INGRESO AL COMITÉ			ELABORADO POR EDGAR A. GUERRA	
No. 1 No. De pasos 14			Hoja: 2 de 3 Fecha: Enero 2005	
Inicia: Interesado			Termina: Finanzas	
INTERESADO	GERENTE	JUNTA DIRECTIVA	ENCARGADO DE COMERCIALIZACION	ENCARGADO DE FINANZAS

NOMBRE DEL PROCEDIMIENTO: COMPRA DE INSUMOS	ELABORADO POR EDGAR A. GUERRA
No. 2 No. De pasos 14	Hoja: 1 de 3 Fecha: Enero 2005
Inicia: Producción	Termina: Producción

DEFINICIÓN DEL PROCEDIMIENTO

Este proceso consiste en la compra de insumos que son necesarios para realizar el proceso productivo.

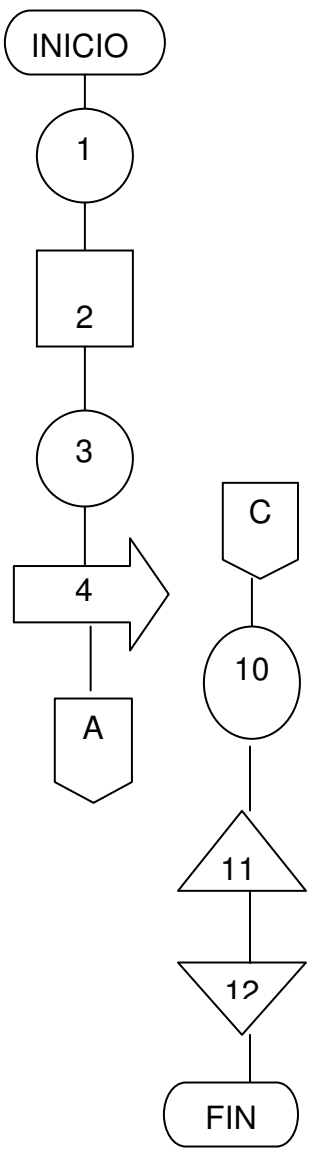
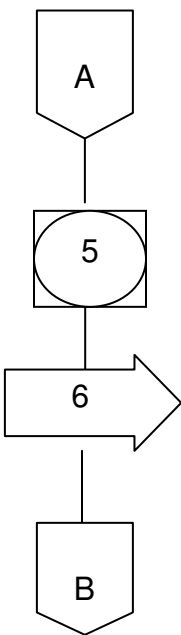
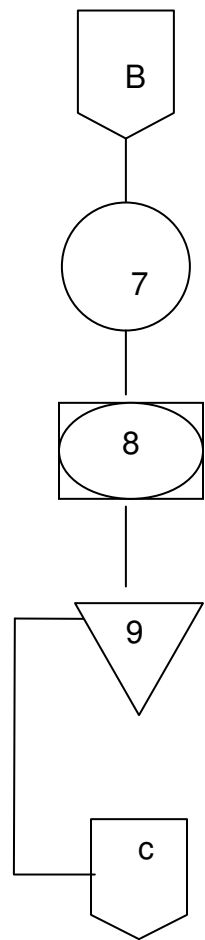
OBJETIVOS

- 1 Realizar la compra de insumos a tiempo.
- 2 Obtener insumos de calidad al mejor precio.

NORMAS

- 1 El encargado de compras deberá presentar a finanzas tres cotizaciones.
- 2 Deberá llevar un control de existencias.

NOMBRE DEL PROCEDIMIENTO: COMPRA DE INSUMOS		ELABORADO POR EDGAR A. GUERRA
No. 2 No. De pasos 14		Hoja: 2 de 3 Fecha: Enero 2005
Inicia: Producción		Termina: Producción
REALIZADO POR	PASO No.	ACTIVIDAD
Encargado de producción	01	Efectúa inventario de insumos
	02	Determina la cantidad de insumos necesarios
	03	Cotiza los insumos que se necesitan.
	04	Traslada cotizaciones a gerente.
Gerente	05	Analiza y procede a autorizar.
	06	Traslada cotizaciones a finanzas.
Encargado de Finanzas	07	Procede a realizar la compra.
	08	Traslada insumos a producción y fotocopia de los documentos que ampara la compra.
	09	Archiva documentos.
Encargado de Producción	10	Recibe insumos y firma.
	11	Almacena los insumos.
	12	Archiva copias documento de compra.
		Fin

NOMBRE DEL PROCEDIMIENTO: COMPRA DE INSUMOS		ELABORADO POR EDGAR A. GUERRA			
No. 2 No. De pasos 14		Hoja: 3 de 3 Fecha: Enero 2005			
Inicia: Producción		Termina: Producción			
Encargado de Producción		Gerente			
Encargado de Finanzas					
 <pre> graph TD INICIO([INICIO]) --> 1((1)) 1 --> 2[2] 2 --> 3((3)) 3 --> 4[4] 4 --> A1{{A}} A1 --> 10((10)) 10 --> 11{11} 11 --> 12{12} 12 --> FIN([FIN]) </pre>		 <pre> graph TD A1{{A}} --> 5[5] 5 --> 6[6] 6 --> B1{{B}} </pre>		 <pre> graph TD B1{{B}} --> 7((7)) 7 --> 8[8] 8 --> 9{9} 9 --> c1{{c}} c1 --> 9 </pre>	

NOMBRE DEL PROCEDIMIENTO: CONTROL DE VENTAS	ELABORADO POR EDGAR A. GUERRA
No. 3 No. De pasos 11	Hoja: 1 de 3 Fecha: Enero 2005
Inicia: Comercialización	Termina: Producción

DEFINICIÓN DEL PROCEDIMIENTO

Consiste realizar el proceso de venta de la producción.

OBJETIVOS

- 1 Llevar control de la ventas.
- 2 Que el proceso de ventas sea ordenado y eficiente.

NORMAS

- 1 Por toda venta el encarado de comercialización debe de entregar recibo de caja.
- 2 Deberá un control de existencias.
- 3 Producción de despachar únicamente contra recibo de caja cancelado.
- 4 Comercialización debe de reportar el ingreso por ventas a finanzas y presidencia.
- 5 Producción por su parte debe de reportar a presidencia el total despachado.
- 6 Finanzas de enviar a depositar los ingresos por concepto de ventas.

NOMBRE DEL PROCEDIMIENTO: CONTROL DE VENTAS		ELABORADO POR EDGAR A. GUERRA
No. 3 No. De pasos 11		Hoja: 2 de 3 Fecha: Enero 2005
Inicia: Comprador		Termina: Producción
REALIZADO POR	PASO No.	ACTIVIDAD
Comprador	01	Solicita por escrito producto a comercialización.
Comercialización	02	Recibe solicitud.
	03	Realiza cobro del producto.
Comprador	04	Paga el producto.
Comercialización	05	Recibe pago y entrega nota de despacho.
	06	Reporta ingresos a finanzas y a presidencia por concepto ventas.
Comprador	07	Entrega a producción nota de despacho y comprobante de pago.
Producción	08	Recibe nota de despacho y verifica total.
	09	Prepara y entrega el producto.
	10	Reporta total de despacho a finanzas
	11	Archiva documentos

NOMBRE DEL PROCEDIMIENTO: CONTROL DEL VENTAS		ELABORADO POR EDGAR A. GUERRA	
No. 3 No. De pasos 11		Hoja: 3 de 3 Fecha: Enero 2005	
Inicia: Comprador		Termina: Producción	
COMPRADOR		Encargado de Comercialización	
<pre> graph TD INICIO([INICIO]) --> 1((1)) 1 --> A{A} A --> 4((4)) A --> 7((7)) 4 --> C{C} 7 --> E{E} </pre>		Encargado de Producción	
		<pre> graph TD E{E} --> 8((8)) 8 --> 9[9] 9 --> 10((10)) 10 --> Merge{...} Merge --> FIN([FIN]) </pre>	

BIBLIOGRAFÍA

- AGUILAR CATALÁN, JOSE ANTONIO. Método para la Investigación del Diagnóstico Socioeconómico. (Pautas para el Desarrollo de las Regiones en Países que han sido mal Administrados). Editorial Praxis. Guatemala 2005. 177 Páginas.
- B.J, HODGE W. P. ANTHONY, L.M, GALES. Teoría de la Organización. Quinta edición, España Grafilles. 2001. 467 páginas.
- FUNDACIÓN PARA EL DESARROLLO DEL SUR Y ORIENTE FUNDESOR, Diagnóstico Municipal y Plan de Desarrollo Integral. Primera edición Municipio de San Juan Yupiltepeque. Departamento de Jutiapa, diciembre del 2000, 218 páginas.
- INSTITUTO GEOGRÁFICO NACIONAL. Diccionario Geográfico de Guatemala, tomo III. Compilación crítica Francis Gras. Guatemala, 1980, 665 Páginas.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA III Censo Nacional Agropecuario Guatemala 1979. 1326 páginas.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA X Censo Nacional de Población y V de habitación por departamento y Municipio. Guatemala 1994. 1501 páginas.
- KOTLER, PHILIP, GARY ARMSTRONG, Marketing. Sexta edición. México Pearson Educación, 2001. 689 páginas.

- MENDOZA, GILBERTO. Compendio de Mercadeo de Productos Agropecuarios. Primera edición, San José Costa Rica. IICA. 1982. 343 páginas.

- MINISTERIO DE AGRICULTURA GANADERÍA Y ALIMENTACIÓN. Precios más recientes de los Productos Agropecuarios. Guatemala, 2002. 6 páginas.
- REYES PONCE, AGUSTIN. Administración Moderna. Editorial Limusa S.A. de C.V. México duodécima edición. 2002. 480 páginas.

- SECRETARÍA GENERAL DEL CONSEJO NACIONAL PLANIFICACIÓN ECONÓMICA Formulación y evaluación de proyectos. Primera edición, Guatemala, 1,993. 195 páginas.

- SIMMONS, CHARLES S., JOSE MANUEL TÁRANO T.,Clasificación de Reconocimiento de los suelos de la Republica de Guatemala, Edición en español por Pedro Tirado Sulsona, Editorial del Ministerio de Educación, Guatemala C.A. 1955, 1375 Páginas.