

MUNICIPIO DE RETALHULEU
DEPARTAMENTO DE RETALHULEU

“COMERCIALIZACIÓN (CRIANZA Y ENGORDE DE GANADO BOVINO) Y
PROYECTO: PRODUCCIÓN DE CHAMPÚ DE SANDÍA”

DORIS ANDREA PAZ GARCÍA

TEMA GENERAL

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

MUNICIPIO DE RETALHULEU
DEPARTAMENTO DE RETALHULEU

TEMA INDIVIDUAL

“COMERCIALIZACIÓN (CRIANZA Y ENGORDE DE GANADO BOVINO) Y
PROYECTO: PRODUCCIÓN DE CHAMPÚ DE SANDÍA”

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
2017

2017

(c)

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

RETALHULEU – VOLUMEN 4

2-80-20-AE-2015

Impreso en Guatemala, C.A.

Se hace la observación que el autor de este informe es el único responsable de su contenido, con base en el Capítulo II, Artículo 8º. Inciso 8.3 del Reglamento del Ejercicio Profesional Supervisado, de la Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de San Carlos de Guatemala.

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

“COMERCIALIZACIÓN (CRIANZA Y ENGORDE DE GANADO BOVINO) Y
PROYECTO: PRODUCCIÓN DE CHAMPÚ DE SANDIA”

MUNICIPIO DE RETALHULEU
DEPARTAMENTO DE RETALHULEU

INFORME INDIVIDUAL

Presentado a la Honorable Junta Directiva y al

Comité Director

del

Ejercicio Profesional Supervisado de
la Facultad de Ciencias Económicas

por

DORIS ANDREA PAZ GARCÍA

previo a conferírsele el título

de

ADMINISTRADORA DE EMPRESAS

en el Grado Académico de

LICENCIADA

Guatemala, noviembre de 2017

**HONORABLE JUNTA DIRECTIVA
DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**

Decano:	Lic. Luis Antonio Suárez Roldán
Secretario:	Lic. Carlos Roberto Cabrera Morales
Vocal Primero:	Lic. Carlos Alberto Hernández Gálvez
Vocal Segundo:	MSc. Byron Giovanni Mejía Victorio
Vocal Cuarto:	P.C. Marlon Geovani Aquino Abdalla
Vocal Quinto:	P.C. Carlos Roberto Turcios Pérez

**COMITÉ DIRECTOR DEL
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO**

Decano:	Lic. Luis Antonio Suárez Roldán
Coordinador General:	Lic. MSc. Felipe de Jesús Pérez Rodríguez
Director de la Escuela de Economía:	Lic. William Edgardo Sandoval Pinto
Director de la Escuela Contaduría Pública y Auditoría:	Lic. Felipe Hernández Sincal
Director de la Escuela de Administración de Empresas:	Lic. Carlos Alberto Hernández Gálvez
Director del IIES:	Lic. Franklin Roberto Valdez Cruz
Jefe del Depto. de PROPEC:	Lic. Hugo Rolando Cuyán Barrera
Delegado Estudiantil Área de Economía:	
Delegado Estudiantil Área de Contaduría Pública y Auditoría:	
Delegado Estudiantil Área de Administración de Empresas:	



FACULTAD DE CIENCIAS
ECONOMICAS

Edificio "S-8"

Ciudad Universitaria, Zona 12
GUATEMALA, CENTROAMERICA

El Infrascrito Secretario de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de San Carlos de Guatemala, **HACE CONSTAR**: Que en sesión celebrada el día 9 de febrero de 2018, según Acta No. 02-2018 Punto QUINTO inciso 5.3, subinciso 5.3.29 la Junta Directiva de la Facultad conoció y aprobó el Informe Individual del Ejercicio Profesional Supervisado, que con el título de "COMERCIALIZACIÓN (CRIANZA Y ENGORDE DE GANADO BOVINO) Y PROYECTO: PRODUCCIÓN DE CHAMPÚ DE SANDÍA", municipio de Retalhuleu, departamento de Retalhuleu.

Presentó

DORIS ANDREA PAZ GARCÍA

Para su graduación profesional como: **ADMINISTRADORA DE EMPRESAS**

Previo a la aprobación por parte de Junta Directiva de la Facultad, el trabajo citado sufrió el trámite de evaluación correspondiente, de acuerdo al Reglamento vigente del Ejercicio Profesional Supervisado, autorizándose su impresión.

Se extiende la presente, en la ciudad de Guatemala, a dieciséis días del mes de febrero de dos mil dieciocho.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

LIC. CARLOS ROBERTO CABRERA MORALES
SECRETARIO



Smp.

ACTO QUE DEDICO

- A DIOS Por cada día que me permite vivir, por guiarme, cuidarme y por todas sus bendiciones.
- A MI PAPI Mario Rene Paz Noriega, por todo su esfuerzo, sus sacrificios, atenciones y sobre todo por su amor. Gracias papi por siempre estar para mí, por darme la fuerza y seguridad que necesito día a día y por apoyarme en todo momento. Te amo con todo mi corazón, le doy gracias a Dios por tu vida.
- A MI MAMI Ludim Patricia García Ávalos, por ser la mujer más importante en mi vida, por dedicarse siempre a nuestra familia y por brindarme el amor más puro e incondicional hasta el último día. Aunque físicamente no estés conmigo, tú siempre estarás en mi corazón, mi mente y mis oraciones. Gracias por todo mami linda, sin ti nada de esto sería posible. Te amo y extrañare por siempre.
- A MIS HERMANOS Karin Patricia Paz García y Jorge Mario Paz García, por ser mi ejemplo y mi apoyo incondicional. Los amo mis hermanos mayores.
- A MIS SOBRINOS Marian, Dylan, Jorgito y Sebastian, por ser la alegría de nuestro hogar.
- A MIS AMIGOS Los de toda la vida, los mi trabajo, los que estuvieron en cada semestre y los del EPS, gracias por todo su cariño, apoyo y enseñanzas.
- A MI UNIVERSIDAD La Gloriosa Universidad San Carlos de Guatemala, por acogerme todos estos años.

ÍNDICE GENERAL

	Página
INTRODUCCIÓN	i
CAPÍTULO I	
CARACTERÍSTICAS SOCIOECONÓMICAS DEL MUNICIPIO	
1.1 MARCO GENERAL	1
1.1.1 Contexto nacional	1
1.1.2 Contexto departamental	2
1.1.3 Antecedentes históricos del Municipio	3
1.1.4 Localización y extensión territorial	3
1.1.5 Clima	3
1.1.6 Orografía	4
1.1.7 Aspectos culturales y deportivos	4
1.2 DIVISIÓN POLÍTICA Y ADMINISTRATIVA	4
1.2.1 División política	5
1.2.2 División administrativa	5
1.3 RECURSOS NATURALES	6
1.3.1 Agua	6
1.3.2 Bosques	6
1.3.3 Suelos	7
1.3.4 Fauna	7
1.3.5 Flora	8
1.3.6 Minas y canteras	9
1.4 POBLACIÓN	9
1.4.1 Población total por centro poblado, número de hogares y tasa de crecimiento	9
1.4.2 Población según género, área geográfica, grupo étnico y edad	9
1.4.3 Población económicamente activa -PEA-	10
1.4.4 Densidad poblacional	10
1.4.5 Vivienda	10
1.4.6 Migración	11
1.4.7 Ocupación y salarios	12
1.4.8 Niveles de ingreso	12
1.4.9 Pobreza	12
1.4.10 Desnutrición	13
1.4.11 Empleo	13
1.5 ESTRUCTURA AGRARIA	14
1.5.1 Tenencia de la tierra	14
1.5.2 Uso de la tierra	15

1.5.3	Concentración de la tierra	15
1.6	SERVICIOS BÁSICOS Y SU INFRAESTRUCTURA	16
1.6.1	Educación	16
1.6.2	Salud	18
1.6.3	Agua	19
1.6.4	Drenajes y alcantarillado	19
1.6.5	Energía eléctrica	19
1.6.6	Letrinas y otros servicios sanitarios	20
1.6.7	Sistemas de recolección de basura	20
1.6.8	Sistemas de tratamiento de aguas servidas	20
1.6.9	Sistemas de tratamiento de desechos sólidos	20
1.6.10	Cementerios	21
1.7	INFRAESTRUCTURA PRODUCTIVA	21
1.7.1	Vías de acceso	21
1.7.2	Puentes	22
1.7.3	Unidades de riego	22
1.7.4	Centros de acopio	22
1.7.5	Mercados	22
1.7.6	Energía eléctrica comercial e industrial	22
1.7.7	Telecomunicaciones	23
1.7.8	Transporte	23
1.7.9	Rastros	23
1.8	ORGANIZACIÓN SOCIAL Y PRODUCTIVA	24
1.8.1	Organizaciones sociales	24
1.8.2	Organizaciones productivas	24
1.9	ENTIDADES DE APOYO	25
1.10	REQUERIMIENTOS DE INVERSIÓN SOCIAL Y PRODUCTIVA	26
1.11	ANÁLISIS DE RIESGO	27
1.11.1	Matriz de identificación de riesgos	28
1.11.2	Matriz de vulnerabilidades	28
1.11.3	Historial de desastres	29
1.12	FLUJO COMERCIAL Y FINANCIERO	29
1.12.1	Flujo comercial	29
1.12.2	Flujo financiero	29
1.13	INVENTARIO DE COMERCIO Y SERVICIOS Y GENERACIÓN DE EMPLEO	30
1.14	RESUMEN DE ACTIVIDADES PRODUCTIVAS Y GENERACIÓN DE EMPLEO	30
1.14.1	Producción agrícola	30
1.14.2	Producción pecuaria	30
1.14.3	Producción artesanal	31

1.14.4	Producción industrial	31
1.14.5	Comercio	31
1.14.6	Servicios	31
1.14.7	Turismo	31

CAPÍTULO II

SITUACIÓN ACTUAL DE LA CRIANZA Y ENGORDE DE GANADO BOVINO

2.1	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	32
2.1.1	Descripción genérica	32
2.1.2	Variedades	33
2.1.3	Usos	34
2.2	PRODUCCIÓN	34
2.2.1	Proceso productivo	34
2.2.2	Volumen y valor de la producción	35
2.3	CARACTERÍSTICAS TECNOLÓGICAS	36
2.4	COSTOS	38
2.4.1	Costo directo de mantenimiento de ganado bovino	38
2.4.2	Costo directo de ventas	40
2.4.3	Venta de ganado bovino	43
2.4.4	Estado de resultados	44
2.5	Rentabilidad	46
2.5.1	Rentabilidad sobre ventas	46
2.5.2	Rentabilidad costos y gastos	47
2.6	FINANCIAMIENTO	47
2.7	COMERCIALIZACIÓN	48
2.7.1	Proceso de comercialización por producto	48
2.7.1.1	Concentración	49
2.7.1.2	Equilibrio	49
2.7.1.3	Dispersión	49
2.7.2	Análisis de comercialización	49
2.7.2.1	Análisis estructural de la comercialización por producto	50
2.7.2.2	Análisis funcional	50
2.7.2.3	Análisis institucional	52
2.7.3	Operaciones de comercialización	53
2.7.3.1	Canales de comercialización	53
2.7.3.2	Márgenes de comercialización	54
2.7.3.3	Factores de diferenciación	56
2.8	ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL	57
2.8.1	Estructura organizacional	57
2.9	GENERACIÓN DE EMPLEO	59

2.10	PROBLEMÁTICA ENCONTRADA Y PROPUESTA DE SOLUCIÓN	59
2.10.1	Problemática encontrada	59
2.10.2	Propuesta de solución	60

CAPÍTULO III
PROYECTO: PRODUCCIÓN DE CHAMPÚ DE SANDÍA

3.1	DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	61
3.2	JUSTIFICACIÓN	61
3.3	OBJETIVOS	62
3.3.1	General	62
3.3.2	Específicos	62
3.4	ESTUDIO DE MERCADO	63
3.4.1	Identificación del producto	63
3.4.1.1	Mercado objetivo	64
3.4.2	Oferta	65
3.4.2.1	Oferta histórica y proyectada	65
3.4.3	Demanda	66
3.4.3.1	Demanda potencial histórica y proyectada	66
3.4.3.2	Consumo aparente histórico y proyectado	68
3.4.3.3	Demanda insatisfecha histórica y proyectada	69
3.4.4	Precio	70
3.4.5	Comercialización	70
3.5	ESTUDIO TÉCNICO	71
3.5.1	Localización	71
3.5.1.1	Macrolocalización	71
3.5.1.2	Microlocalización	71
3.5.2	Tamaño	71
3.5.3	Volumen y valor de la producción	72
3.5.4	Proceso productivo	73
3.5.5	Buenas prácticas de manufactura	75
3.5.6	Requerimientos técnicos	76
3.5.6.1	Materia prima	76
3.5.6.2	Mano de obra	77
3.5.6.3	Costos indirectos variables	77
3.5.6.4	Inmueble	77
3.5.6.5	Mobiliario y equipo	77
3.5.6.6	Equipo de producción	77
3.5.6.7	Equipo de computación	77
3.6	ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL	79
3.6.1	Tipo y denominación	79

3.6.2	Nombre comercial	79
3.6.3	Localización	80
3.6.4	Justificación	80
3.6.5	Marco jurídico	80
3.6.5.1	Normativa externa	80
3.6.5.2	Normativa interna	81
3.6.6	Objetivos	82
3.6.6.1	Objetivo general	83
3.6.6.2	Específicos	83
3.6.7	Funciones generales de la organización propuesta	83
3.6.8	Estructura organizacional	84
3.6.8.1	Diseño estructural	84
3.6.8.2	Sistema de organización	85
3.6.8.3	Funciones básicas de las unidades administrativas	86
3.6.9	Recursos necesarios	89
3.6.9.1	Humanos	89
3.6.9.2	Financieros	90
3.6.9.3	Materiales	90
3.6.10	Proyección de la organización	90
3.6.10.1	Económica	90
3.6.10.2	Social	90
3.6.10.3	Cultural	91
3.6.11	Aplicación del proceso administrativo	91
3.6.11.1	Planeación	91
3.6.11.2	Organización	91
3.6.11.3	Integración	91
3.6.11.4	Dirección	92
3.6.11.5	Control	92
3.7	ESTUDIO FINANCIERO	92
3.7.1	Inversión fija	93
3.7.2	Inversión en capital de trabajo	94
3.7.3	Inversión total	97
3.7.4	Financiamiento	98
3.7.4.1	Fuentes internas	98
3.7.4.2	Fuentes externas	98
3.7.4.3	Amortización del financiamiento	99
3.7.5	Estados financieros	100
3.7.5.1	Costo directo de producción proyectado	100
3.7.5.2	Estado de resultados proyectado	102
3.7.5.3	Presupuesto de caja proyectado	103
3.7.5.4	Estado de situación financiera proyectado	104

3.7.6	Evaluación financiera	106
3.7.6.1	Punto de equilibrio	106
3.7.6.2	Flujo neto de fondos	109
3.7.6.3	Valor actual neto	110
3.7.6.4	Relación beneficio costo	110
3.7.6.5	Tasa interna de retorno	111
3.7.6.6	Período de recuperación de la inversión	113
3.8	IMPACTO SOCIAL	114

CAPÍTULO IV COMERCIALIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE CHAMPÚ DE SANDÍA

4.1	MEZCLA DE MERCADOTECNIA	115
4.1.1	Producto	115
4.1.1.1	Nombre y marca	115
4.1.1.2	Logotipo	116
4.1.1.3	Eslogan	117
4.1.1.4	Usos y beneficios	117
4.1.1.5	Presentación	118
4.1.1.6	Tamaño y peso	119
4.1.1.7	Fecha de vencimiento	119
4.1.1.8	Etiqueta	120
4.1.2	Precio	121
4.1.3	Plaza	121
4.1.3.1	Canales de comercialización	121
4.1.3.2	Márgenes de comercialización	122
4.1.3.3	Unidades en consignación	123
4.1.4	Promoción	123
	CONCLUSIONES	126
	RECOMENDACIONES	128
	BIBLIOGRAFÍA	130
	ANEXOS	

ÍNDICE DE CUADROS

No.	Contenido	Página
1	Municipio de Retalhuleu, Departamento de Retalhuleu, Crianza y Engorde de Ganado Bovino, Volumen y Valor de la Producción, Años 2015	35
2	Municipio de Retalhuleu, Departamento de Retalhuleu, Crianza y Engorde de Ganado Bovino, Costo Directo de Mantenimiento, Del 01 de enero al 31 de diciembre de 2015	38
3	Municipio de Retalhuleu, Departamento de Retalhuleu, Crianza y Engorde de Ganado Bovino, Costo Directo de Ventas, Del 01 de enero al 31 de diciembre de 2015	41
4	Municipio de Retalhuleu, Departamento de Retalhuleu, Crianza y Engorde de Ganado Bovino, Venta de Ganado, Del 01 de enero al 31 de diciembre de 2015	43
5	Municipio de Retalhuleu, Departamento de Retalhuleu, Crianza y Engorde de Ganado Bovino, Estado de Resultados, Por Tamaño de Finca y Producto, Del 01 de enero al 31 de diciembre de 2015	45
6	Municipio de Retalhuleu, Departamento de Retalhuleu, Crianza y Engorde de Ganado Bovino, Financiamiento, Año 2015	47
7	Municipio de Retalhuleu, Departamento de Retalhuleu, Crianza y Engorde de Ganado Bovino, Márgenes de Comercialización, Años 2015	54
8	Municipios Retalhuleu y Champerico, Departamento de Retalhuleu y Municipio Mazatenango Departamento de Suchitepéquez, Oferta Total Histórica y Proyectada de Productos Substitutos, Período 2011-2020	65
9	Municipios Retalhuleu y Champerico, Departamento de Retalhuleu y Municipio Mazatenango Departamento de Suchitepéquez, Demanda Potencial Histórica y Proyectada de Champú de Sandía, Período 2011-2020	67

10	Municipios Retalhuleu y Champerico, Departamento de Retalhuleu y Municipio Mazatenango Departamento de Suchitepéquez, Consumo Aparente Histórico y Proyectado de Productos Substitutos, Período 2011-2020	68
11	Municipios Retalhuleu y Champerico, Departamento de Retalhuleu y Municipio Mazatenango Departamento de Suchitepéquez, Demanda Insatisfecha Histórica y Proyectada de Champú de Sandía, Período 2011-2020	69
12	Municipio de Retalhuleu, Departamento de Retalhuleu, Proyecto: Producción de Champú de Sandía, Volumen y Valor de la Producción Proyectado, Años 1-5	73
13	Municipio de Retalhuleu, Departamento de Retalhuleu, Proyecto: Producción de Champú de Sandía, Inversión Fija, Año Uno	93
14	Municipio de Retalhuleu, Departamento de Retalhuleu, Proyecto: Producción de Champú de Sandía, Inversión en Capital de Trabajo, Año Uno	94
15	Municipio de Retalhuleu, Departamento de Retalhuleu, Proyecto: Producción de Champú de Sandía, Inversión Total, Año Uno	97
16	Municipio de Retalhuleu, Departamento de Retalhuleu, Proyecto Producción de Champú de Sandía, Fuentes de Financiamiento, Año Uno	99
17	Municipio de Retalhuleu, Departamento de Retalhuleu, Proyecto: Producción de Champú de Sandía, Amortización del Préstamo, Año Uno	100
18	Municipio de Retalhuleu, Departamento de Retalhuleu, Proyecto: Producción de Champú de Sandía, Estado de Costo Directo de Producción Proyectada, Del 01 de enero al 31 de diciembre de 2015	100

19	Municipio de Retalhuleu, Departamento de Retalhuleu, Proyecto: Producción de Champú de Sandía, Estado de Resultados Proyectados, Del 01 de enero al 31 de diciembre de 2015	102
20	Municipio de Retalhuleu, Departamento de Retalhuleu, Proyecto: Producción de Champú de Sandía, Presupuesto de Caja, Al 31 de cada año	104
21	Municipio de Retalhuleu, Departamento de Retalhuleu, Proyecto: Producción de Champú de Sandía, Estado de Situación Financiera Proyectado, Al 31 de cada año	105
22	Municipio de Retalhuleu, Departamento de Retalhuleu, Proyecto: Producción de Champú de Sandía, Flujo Neto de Fondos, Años 1-5	109
23	Municipio de Retalhuleu, Departamento de Retalhuleu, Proyecto: Producción de Champú de Sandía, Valor Actual Neto, Años 1-5	110
24	Municipio de Retalhuleu, Departamento de Retalhuleu, Proyecto: Producción de Champú de Sandía, Relación Beneficio Costo, Años 1-5	111
25	Municipio de Retalhuleu, Departamento de Retalhuleu, Proyecto: Producción de Champú de Sandía, Tasa Interna de Retorno, Años 1-5	112
26	Municipio de Retalhuleu, Departamento de Retalhuleu, Proyecto: Producción de Champú de Sandía, Período de Recuperación de la Inversión Proyectado, Años 1-5	113
27	Municipios Retalhuleu y Champerico, Departamento de Retalhuleu y Municipio Mazatenango Departamento de Suchitepéquez, Proyecto: Producción de Champú de Sandía, Márgenes de Comercialización, Año 2015	122

ÍNDICE DE TABLAS

No.	Contenido	Página
1	Municipio de Retalhuleu, Departamento de Retalhuleu, Crianza y Engorde de Ganado Bovino, Características Tecnológicas, Año 2015	37
2	Municipio de Retalhuleu, Departamento de Retalhuleu, Crianza y Engorde de Ganado Bovino, Canales de Comercialización, Año 2015	53
3	Municipio de Retalhuleu, Departamento de Retalhuleu, Crianza y Engorde de Ganado Bovino, Estructura Organizacional, Año 2015	58
4	Municipios de Retalhuleu y Champerico, Departamento de Retalhuleu y Municipio de Mazatenango, Departamento de Suchitepéquez, Champú de 750 ml, Segmentación de Mercado, Año 2015	64
5	Municipio de Retalhuleu, Departamento de Retalhuleu, Proyecto: Producción de Champú de Sandía, Requerimientos Técnicos, Año Uno	78
6	Municipio de Retalhuleu, Departamento de Retalhuleu, Proyecto: Producción de Champú de Sandía, Descripción del Logotipo del Producto, Año 2015	117

ÍNDICE DE GRÁFICAS

No.	Contenido	Página
1	Municipio de Retalhuleu, Departamento de Retalhuleu, Proyecto: Producción de Champú de Sandía, Flujograma del Proceso de Producción, Año 2015	74
2	Municipio de Retalhuleu, Departamento de Retalhuleu, Proyecto: Producción de Champú de Sandía, Organigrama Estructural Presupuesto, Cooperativa Integral de Productores de Champú de Sandía La Unión de Retalhuleu Responsabilidad Limitada COUR, R.L., Año 2015	85
3	Municipio de Retalhuleu, Departamento de Retalhuleu, Proyecto: Producción de Champú de Sandía, Punto de Equilibrio, Año Uno	108
4	Municipios Retalhuleu y Champerico, Departamento de Retalhuleu y Municipio Mazatenango Departamento de Suchitepéquez, Proyecto: Producción de Champú de Sandía, Canales de Comercialización, Año 2015	121

ÍNDICE DE IMÁGENES

No.	Contenido	Página
1	Municipio de Retalhuleu, Departamento de Retalhuleu, Proyecto: Producción de Champú de Sandía, Nombre del Producto, Año 2015	115
2	Municipio de Retalhuleu, Departamento de Retalhuleu, Proyecto: Producción de Champú de Sandía, Logotipo del Producto, Año 2015	116
3	Municipio de Retalhuleu, Departamento de Retalhuleu, Proyecto: Producción de Champú de Sandía, Diseño Frontal y Posterior del Producto, Año 2015	118
4	Municipio de Retalhuleu, Departamento de Retalhuleu, Proyecto: Producción de Champú de Sandía, Diseño Frontal y Posterior de la Etiqueta, Año 2015	120
5	Municipio de Retalhuleu, Departamento de Retalhuleu, Proyecto: Producción de Champú de Sandía, Afiche del Producto, Año 2015	125

ÍNDICE DE ANEXOS

No.	Contenido
1	Municipio de Retalhuleu, Departamento de Retalhuleu, Carta de Cosmetóloga, Proyecto Producción de Champú de Sandía
2	Municipio de Retalhuleu, Departamento de Retalhuleu, Procesos Básicos para la Producción de Champú de Sandía
3	Cooperativa Integral de Productores de Champú de Sandía La Unión De Retalhuleu Responsabilidad Limitada "COUR, R.L", Manual de Normas y Procedimientos, Proyecto: Producción De Champú De Sandía, Municipio de Retalhuleu, Departamento de Retalhuleu
4	Glosario

INTRODUCCIÓN

La Universidad de San Carlos de Guatemala por medio de la Facultad de Ciencias Económicas ha creado el Ejercicio Profesional Supervisado -EPS- como forma de evaluación final para los estudiantes de las carreras de Administración de Empresas, Contaduría Pública y Auditoría y Economía, con el fin que el practicante se identifique con la realidad socioeconómica del país y plantee soluciones que contribuyan al desarrollo de la población del Municipio asignado, dicho estudio se realiza previo a otorgar el título en el Grado Académico de Licenciado(a).

El presente informe se denomina “Comercialización (Crianza y Engorde de Ganado Bovino) y Proyecto: Producción de Champú de Sandía”, derivado del tema general “Diagnóstico Socioeconómico, Potencialidades Productivas y Resumen de Propuestas de Inversión”, el cual fue llevado a cabo en el segundo semestre del año 2015 dentro del municipio de Retalhuleu, departamento de Retalhuleu.

La hipótesis plantea que la comercialización de la crianza y engorde de ganado bovino en el Municipio se desarrolla de forma adecuada en los diversos estratos de finca, por este motivo el objetivo general del informe es conocer la situación actual de la comercialización y proponer una solución a la problemática que pueda encontrarse, así como presentar una propuesta de inversión que promueva el desarrollo socioeconómico de sus habitantes.

El método científico fue el utilizado para la elaboración del informe por medio de las fases indagadora, demostrativa y expositiva, así como también diversos procedimientos lógicos: inductivo-deductivo, analítico-sintético y estadístico.

Previo a la investigación se cursaron diferentes fases que integran el Ejercicio Profesional Supervisado; la primera denominada “Seminario General”, donde el estudiante es dotado de conocimientos básicos del proceso de investigación y de temas de interés nacional; en la segunda fase llamada “Seminario Especifico”, se integran grupos de estudiantes de la misma carrera en donde se estudian y analizan las variables socioeconómicas que se utilizaron en el trabajo de campo.

Finalmente se da paso a la tercera fase, la cual consta del trabajo de campo y gabinete, para lo cual se realiza una planificación de las actividades que se realizarán directamente en el Municipio asignado tanto para la visita preliminar como para el trabajo de investigación final.

Para dicha investigación se elaboraron herramientas e instrumentos como las boletas de encuesta, guías de observación y cuestionarios de entrevista, que tienen como fin, obtener la mayor cantidad y calidad de información para dar soporte al documento.

El presente informe está conformado por cuatro capítulos los cuales se detallan a continuación:

Capítulo I: se describen las características socioeconómicas del Municipio; marco general, división política y administrativa, recursos naturales, características de la población, estructura agraria, servicios básicos, infraestructura productiva, organización social y productiva, entidades de apoyo, requerimientos de inversión social y productiva, análisis de riesgo, flujo comercial y financiero, inventario de comercios y servicios así como un resumen de las actividades productivas del Municipio y generación de empleo.

Capítulo II: se desarrolla la situación actual de la crianza y engorde de ganado bovino dentro Municipio en los estratos microfinca, subfamiliar y multifamiliar grande; por medio de la descripción del producto, producción, características tecnológicas, costos, rentabilidad, financiamiento, comercialización, organización empresarial y generación de empleos, así como un resumen de la problemática encontrada con su respectiva solución.

Capítulo III: se presenta el proyecto producción de champú de sandía, desarrollado bajo los estudios de mercado, técnico, administrativo legal y financiero, los cuales permiten a las instituciones o persona individuales interesadas poseer bases para su implementación.

Capítulo IV: hace referencia a la propuesta de comercialización del proyecto de producción de champú de sandía en presentación de 750 ml.

Se reconoce la colaboración de las autoridades municipales, las diversas entidades sociales y la población en general que con el apoyo que brindaron se logró alcanzar los objetivos propuestos en la investigación.

De esta manera, se presenta el documento siguiente que es producto del análisis de la temática contenida en cada uno de los capítulos que lo conforman, se exponen así mismo, las conclusiones, recomendaciones y los documentos bibliográficos utilizados para darle soporte.

CAPÍTULO I

CARACTERÍSTICAS SOCIOECONÓMICAS DEL MUNICIPIO

Este capítulo comprende un análisis general de la situación en el municipio de Retalhuleu, a través de las variables e indicadores del diagnóstico socioeconómico, el enfoque principal es dar a conocer las condiciones económicas y sociales de los habitantes, para que sirva de soporte en la toma de decisiones y así generar desarrollo en el lugar.

1.1 MARCO GENERAL

Presenta una breve descripción y análisis del contexto nacional, departamental y municipal, enfocado durante el trabajo de campo, a través del cual se pudo obtener información escrita, verbal y visual, cuyos resultados se presentan en este apartado con el objetivo de situar al lector en el lugar donde se desarrolló la investigación.

1.1.1 Contexto nacional

Guatemala es un país multicultural con biodiversidad de recursos naturales, así como las diferentes formas de producción que sobreviven en un modelo económico mixto que incluye avanzados procesos productivos y formas rudimentarias. El proceso de cambio en Guatemala se ha visto empañado por la criminalidad, corrupción y desigualdad en la distribución de la riqueza, que mantiene entre otras cosas, una situación de miseria y marginalidad social a la población.

Su ubicación radica entre los paralelos 13° 44' a 18° 30' latitud norte y entre los meridianos 87° 24' a 92° 14' longitud oeste.¹ Su extensión territorial es de

¹ Enciclopedia de Guatemala, 2011 "Principales aspectos geográficos". Editorial Océano, Volumen I, p. 11.

108,889 kilómetros cuadrados, presenta dos estaciones al año, invierno y verano, su clima es variado de acuerdo a su topografía, por lo tanto puede ir de cálido a templado y excepcionalmente muy frío.

El país está dividido en ocho regiones, 22 departamentos y 340 municipios que son autónomos² según el ámbito social, de acuerdo al censo del año 2002, la población total de Guatemala era de 11,237,196; y para el año 2015 la proyección de la población se estima en un total 16,176,133 habitantes, de los cuales se dividen en indígenas y no indígenas dispersos dentro de todo el territorio.

1.1.2 Contexto departamental

El departamento de Retalhuleu se encuentra situado en la región VI o región sur occidental, su cabecera departamental es Retalhuleu, se encuentra a una distancia de 187.22 kilómetros de la Ciudad Capital de Guatemala por la ruta CA-9 Sur, CA-2 Occidente. La extensión territorial consta de 1,856 kilómetros cuadrados. Geográficamente limita al norte con Quetzaltenango, al sur con el océano Pacífico, al este con Suchitepéquez y al oeste con San Marcos y Quetzaltenango. Según proyecciones del Instituto Nacional de estadística para el año 2015 la población es 332,815 personas.

El Departamento posee con nueve municipios, los cuáles son Retalhuleu, San Sebastián, Santa Cruz Muluá, San Martín Zapotitlán, San Felipe, San Andrés Villa Seca, Champerico, Nuevo San Carlos y El Asintal. El idioma oficial es el español y el Quiché heredado por sus ancestros. Dentro de sus atractivos naturales, posee varios lugares como Playa Grande, Playa La Verde, Lago Ocosito, Playa Río Samalá, Playas de Champerico, Laguna El Tigre, Ruinas de San Juan Noj, entre otros.

² Ministerio de Ambiente y Recursos Naturales –MARN- 2009. “informe ambiental del Estado de Guatemala” Guatemala, p. 39.

1.1.3 Antecedentes históricos del Municipio

El municipio de Retalhuleu es la cabecera del departamento de Retalhuleu. El nombre de Retalhuleu, proviene de las voces etimológicas Kichés; Retal: Señal, Hul: Hoyo y Huleu de la tierra, que significa, “señal de hoyos en la tierra”. Por la influencia religiosa que trajo consigo la conquista, a esta ciudad se le nombró San Antonio Retalhuleu hasta la independencia; desde entonces fue reconocida solamente como Retalhuleu.

A este Municipio se le ha nombrado de varias maneras debido a las características especiales que posee, entre ellos sobresalen: Perla del Pacífico, Tierra de Promisión, Capital del Mundo y Ciudad de las Palmeras. La feria titular se celebra del seis al doce de diciembre de cada año, en honor a la Inmaculada Concepción de María.

1.1.4 Localización y extensión territorial

El municipio de Retalhuleu se encuentra en la parte sur del territorio nacional y representa la cabecera del Departamento; situado a una altura de 239.39 metros sobre el nivel del mar, ubicado entre los ríos Xulá y Bolas; en la latitud de 14° 32'07" del Ecuador y a una longitud de 91°40'42" del meridiano de Greenwich. Limita al norte con los municipios de San Felipe, San Sebastián, Nuevo San Carlos y El Asintal, departamento de Retalhuleu; con los municipios de Coatepeque, Génova y Quetzaltenango, departamento de Quetzaltenango; al sur con el municipio de Champerico y el océano Pacífico; al oeste con los municipios de Ocos y La Blanca, departamento de San Marcos; y al este con los municipios de Santa Cruz Muluá y San Andrés Villa Seca.

1.1.5 Clima

El clima del Municipio se caracteriza por ser cálido. Alcanza una temperatura media anual de 27.2°C, la máxima de 35.0°C y con una mínima de 23.2°C, marzo y abril son los meses más cálidos; la humedad relativa es de 89%

aproximadamente. La velocidad promedio de los vientos es de 6.1 kilómetros por hora. El perfil climático del municipio de Retalhuleu, consta de tres zonas de vida, zona seca subtropical, zona húmeda subtropical cálida y zona muy húmeda subtropical cálida.

1.1.6 Orografía

Se refiere a la descripción y conocimiento de las montañas. Dentro del Municipio se carece de montañas volcánicas, su elevación máxima es alrededor de 1,050 msnm en la parte más alta del territorio, la pendiente general de la planicie en la parte norte es alrededor de 15%.

1.1.7 Aspectos culturales y deportivos

En el Municipio existe una mezcla cultural cuya caracterización se resume en tradiciones religiosas, con rituales de origen maya y español, que convergen con la influencia del catolicismo europeo. De esta composición étnica deriva una riqueza cultural llena de tradición y folklore, se cuenta con lugares de espiritualidad maya o pueblos coloniales preservados legalmente para mantener su historia cultural. El día más importante del Municipio es el ocho de diciembre en honor a la Purísima Virgen María Concepción.

Dentro del ámbito deportivo se cuenta con un estadio municipal de fútbol, donde entrena el equipo Deportivo Retalhuleu, un complejo deportivo donde se practica deporte federado, además existen canchas sintéticas privadas para que la población y en especial los jóvenes puedan practicar fútbol y ciclismo.

1.2 DIVISIÓN POLÍTICA Y ADMINISTRATIVA

Permite analizar todos los cambios que pueden existir en un área, la división política se refiere a la estructura de los diferentes centros poblados del municipio

de Retalhuleu y la división administrativa comprende la forma de dirigir la gestión de gobierno.

1.2.1 División política

Según datos de la investigación de campo, el Municipio posee 88 centros poblados en el año 2015, de los cuáles la mayor parte se encuentran categorizados como aldeas. La división política ha tenido cambios significativos, para el año 2015 el área urbana que corresponde a la ciudad de Retalhuleu ha anexado 26 centros poblados y por esa razón la división política ha disminuido en seis centros poblados en relación al XI Censo Nacional de Población y VI de Habitación 2002 donde se registraron siete divisiones en categorías.

1.2.2 División administrativa

Se refiere a la actividad que desempeñan los funcionarios y colaboradores a través de la gobernación departamental que se encuentra situada en el Palacio Municipal del Municipio de Retalhuleu, como también por la gestión del Concejo Municipal, quienes ejercen como máximo órgano de gobierno municipal y se encargan de planificar, ejecutar y dar seguimiento a los programas y proyectos del Municipio con el Gobierno Central. El Concejo Municipal está integrado por: Alcalde Municipal, Síndico I, Síndico II, Síndico suplente, Concejal I, Concejal II, Concejal III, Concejal IV, Concejal V, Concejal VI, Concejal VII, Concejal suplente I, Concejal suplente II, Concejal suplente III, quienes ejercen autoridad en representación de los habitantes y tienen la responsabilidad de tomar la decisión de los asuntos municipales. Existe una alcaldía auxiliar.

El COMUDE está integrado por 85 COCODE registrados legalmente, esto ha permitido formar los COCODE de segundo nivel. Se conforma de acuerdo a la necesidad que presenta el Municipio, con el fin de priorizar proyectos, planes y programas que beneficien a la población.

1.3 RECURSOS NATURALES

“Son todos aquellos bienes que ofrece la naturaleza, los cuales pueden ser objeto de manejo, explotación y aprovechamiento por parte del ser humano, razón por la cual se convierten en bienes económicos”³.

1.3.1 Agua

Dentro de los recursos hídricos con los que se benefician los centros poblados del Municipio se encuentran los ríos siguientes: Ocosito o Tilapa, Samalá, Bolas, Poxolá, Ixpatz y Tzununá; todos estos desembocan en el océano Pacífico. Las lagunas son las siguientes: El Castaño, Cotuza, El Húmedo, Chagüitón y El Tomatal. Así mismo se cuenta la Playa El Manchón y el Estero El Bebedero.

1.3.2 Bosques

En el Municipio existen tres zonas de vida: bosque seco subtropical, bosque húmedo subtropical (cálido) y bosque muy húmedo subtropical (cálido).

Para el 2015 hubo un incremento de los bosques plantados debido a los programas de concientización que han realizado las instituciones encargadas para la conservación y uso sostenible de los mismos.

La cobertura del bosque manglar en el año 2015 se cuantificó 77 kilómetros cuadrados, incrementándose con respecto a los años 1988,1995, 2000 y 2008. Después del año 1995 se observó más estabilidad y en 1998 el Manchón fue declarado área de protección especial, a raíz de esto se tuvo control de estas áreas. Esta reserva funciona como pulmón de la costa suroccidental, al llenar de vida el área y drenar la suciedad hacia los manglares, que funcionan como filtros naturales.

³ Aguilar Catalán, J. A. 2012 “Método para la Investigación del Diagnostico Socioeconómico”. Guatemala, Editorial Renacer, 4ta. Edición, p. 39.

1.3.3 Suelos

Por cuestiones de topografía y profundidad, los suelos del Municipio son eminentemente agrícolas, pero han sufrido erosión por el uso inadecuado de la maquinaria para la preparación del suelo, la siembra de cultivos a favor de la pendiente, falta de barreras vivas o muertas, lluvias torrenciales, entre otras. Las series han sido clasificados en tres amplios grupos: I. Suelos profundos sobre materiales volcánicos, en terrenos inclinados y arenosos, II. Suelos bien drenados de textura pesada, mal drenados de textura pesada y arenosos, y III. arena de playa de mar y suelos aluviales.

La mayor parte del suelo se utiliza para cultivos de maíz, ajonjolí de exportación, caña de azúcar y papaya. Otro uso importante es en pastos cultivados para la alimentación del ganado.

1.3.4 Fauna

Dentro las especies animales que existen en el Municipio, se pueden mencionar la variedad de aves que son utilizadas como mascotas, entre las que se encuentran: loros, pericas, guacamayas, cotorros, entre otros. También existe variedad de fauna doméstica, como las aves de corral, que son utilizadas para consumo familiar y comercio en una pequeña porción.

Asimismo, con relación a la fauna silvestre existen variedad de aves, entre las que se encuentran pajuiles, cayayas, cachajinas, espumillas, tortolitas, zanates, clarineros, gorriones, chorchas, chachas, garzas, cenizontles, guardabarrancos, garzas, pájaros carpintero, chepilllos, gavilanes, gaviotas, zopilotes, guzmas, quebrantahuesos, martín pescador, pijije, pato real, garza negra, chepitos, búhos e insectos que viven e incluso juegan un importante papel en la producción agrícola.

La fauna ha sufrido depredación hasta el peligro de extinción de las siguientes especies de animales silvestres, tales como: iguanas, culebras, armadillos, tacuazines, venados, gatos de monte, mapaches y pizotes, entre otros; debido a la caza ya sea por diversión, decoración, deporte, consumo alimenticio, venta de mascotas y por el uso intensivo del suelo.

1.3.5 Flora

La composición florística del Municipio, está influenciada por las tres zonas de vida: en la parte baja, en el estero: mangle, palmas, cocoteros, palo lagarto, icaco; en la parte media: especies forestales como: mulato, Ceiba (Ceiba pentandra), pata de mula, laurel, guayacán, palo de hule, corozo; y en la parte alta: palo blanco, canoj, chonte, volador, palo jote, guarumo, cedro, madre cacao, jobo, palo de pito, aguacate, guachipilín y otros.⁴

Así mismo en el municipio de Retalhuleu existen plantas o especies vegetales tales como: mango, banano, almendra, aguacate, naranja, limón mandarina, carambola, pepino dulce, caimito, zapote, chico, papaya, sandía, banano, jocote, plátano, palma africana, cultivo de coco, moringa, caña de azúcar, ajonjolí, piña, maíz y frijol.

Cabe mencionar que en el Municipio se encuentra la reserva de Mangle más grande de Guatemala en el área del Manchón Guamuchal con 17.78 kilómetros cuadrados de reservas naturales; 13.93 kilómetros cuadrados son de manglar y 2.01 de bosque secundario arbustal. De estas reservas 1.33 kilómetros cuadrados son áreas de protección especial y 16.45 de reserva natural privada.⁵

⁴ Secretaría de Planificación y Programación de la Presidencia -SEGEPLAN- 2011-2021. Plan de desarrollo municipal. Municipio de Retalhuleu, departamento de Retalhuleu. p. 42.

⁵ Instituto de Agricultura, Recursos Naturales y Ambiente. Universidad Rafael Landívar. Perfil Ambiental de Guatemala. 2004.

1.3.6 Minas y canteras

Para el año 2015 se pudo observar la extracción de arena en el río Ixpatz, que se encuentra ubicado en la aldea Las Pilas y río Samalá, lo cual genera un impacto negativo sobre el ecosistema.

1.4 POBLACIÓN

Está constituida por el conjunto de personas que habitan un lugar determinado, representa el principal recurso de la sociedad. Para conocer mejor este recurso es importante analizar aspectos cualitativos y cuantitativos que lo describen y agrupan como: género, edad, grupo étnico, vivienda, religión, nivel de ingresos, densidad poblacional, población económicamente activa y educación, con el fin de mostrar la capacidad y expectativas de desarrollo socioeconómico del Municipio.

1.4.1 Población total por centro poblado, número de hogares y tasa de crecimiento

De acuerdo a los datos del X Censo Nacional de Población y V de Habitación del Instituto Nacional de Estadística -INE- del año 1,994, la población total del Municipio ascendió a 57,123 habitantes, dividida en 11,425 hogares. Según el año 2002 la población fue de 70,470 habitantes, concentrada en 14,094 hogares.

La población estimada en el año 2015 es de 91,439 habitantes, distribuidos en 18,288 hogares, según Estimaciones de la Población Total por Municipio, periodo 2008-2020 del Instituto Nacional de Estadística -INE-.

1.4.2 Población según género, área geográfica, grupo étnico y edad

Según proyección de población elaborada por el Institución Nacional de Estadística -INE- para el año 2015, la población se distribuye de la manera

siguiente: por género existe equivalencia entre ambos, a cada uno le corresponde el 50%; por área geográfica no existe diferencia significativa, concentrándose el 53% de la población en el área urbana y el 47% en el área rural; respecto al grupo étnico el 91% se cataloga como no indígena y únicamente el 9% como indígena; por último la población por edad se distribuye 17%, 21%, 57% y 5% para personas de 0 a 9 , 10 a 19, 20 a 64 y más de 65 años respectivamente.

1.4.3 Población económicamente activa -PEA-

Esta constituida por hombres y mujeres que aportan fuerza de trabajo necesaria para la producción de bienes y generación de comercio y servicios.

Para el año 2015 la -PEA- se distribuye de la manera siguiente: por género el 70% le corresponde al masculino y el 30% al femenino; según área geográfica el 57% se encuentra en la urbana y el 43% en la rural; por último, de acuerdo a su actividad productiva la mayor proporción se dedica al sector servicio con un 43%, seguido por la agrícola con un 27%, al contrario, la menor cantidad de población labora en el sector artesanal e industrial.

1.4.4 Densidad poblacional

Para el Municipio de acuerdo al censo 1994 la densidad poblacional es 72, para el censo 2002 de 89 y según proyecciones 2015 asciende a 114, lo que indica que la población aumentó y requiere mayor infraestructura de los servicios básicos y mejores condiciones de vida para su desarrollo.

1.4.5 Vivienda

De conformidad con datos del XI Censo Nacional de Población, VI de Habitación del año 2002 realizado por el Instituto Nacional de Estadística -INE- y la investigación de campo, la vivienda propia prevalece dentro del Municipio con el

69%, con un incremento de 8% para el año 2015. El tipo de construcción predominante es casa formal, para el año 1994 un 72%, en el año 2002 un 88% y para el año 2015 asciende a 91%. El uso de block ha incrementado en el transcurso de los años, llegando hasta un 71% para el año 2015, la lámina es el material que prevalece en los techos de las viviendas con 77% en el 2015.

Cabe agregar que el piso de cemento y tierra sobresalen en las construcciones en los años 1994 y 2002, sin embargo para el año 2015 el piso de cemento disminuyó 12% y el de tierra 9%, debido a que se inició a utilizar el piso de granito y el de cerámica aumento un 8%.

1.4.6 Migración

El Municipio en el contexto de la migración forma parte de la historia de los migrantes, porque sus habitantes se han visto en la necesidad de migrar ya sea dentro del mismo, de un poblado a otro e incluso hasta salir de los límites geográficos del País, en busca de mejores condiciones económicas para sus familias.

Referente a la inmigración, la mayor parte son provenientes de otros departamentos con un 54%, le sigue en su orden, del exterior con un 19%, otros municipios con 19% y de la ciudad capital con un 8%; las causas que predomina para su inmigración es el matrimonio con pobladores del Municipio y en busca de mejores oportunidades de trabajo. Respecto a la emigración en el Municipio es de un 8.43% equivalente a 243 personas de las 2,881 que fueron encuestadas, el 15% salió al extranjero para encontrar fuentes de trabajo que aporten mejores condiciones socioeconómicas para sus familias, el 57% a los departamentos, el 8% a la ciudad capital para realizar sus estudios y por último el 20% hacia los municipios cercanos.

1.4.7 Ocupación y salarios

La población en el área urbana se dedica principalmente a la prestación de servicios con 43%, seguido por la actividad agrícola con 27% y el comercio en un 20%, el restante 10% está distribuido entre otras actividades productivas y el servicio doméstico; cabe resaltar que la actividad agrícola prevalece en el área rural.

Dentro del Municipio el valor del jornal aplicado a la actividad agrícola, pecuaria y artesanal oscila entre Q 55.00 y Q 65.00 inferior al mínimo establecido, factor que incide en las condiciones de vida de la población.

1.4.8 Niveles de ingreso

El 46% de la población del Municipio deja de percibir el salario mínimo establecido, el 15% percibe el salario mínimo y el 39% lo sobrepasa, evidenciando así el bajo nivel de ingresos de la mayor parte de la población.

Los ingresos son destinados principalmente en alimentación, pago de servicios básicos, cubrir gastos por enfermedades, educación, transporte, mantenimiento de vivienda, y un porcentaje poco significativo a recreación y ahorro.

1.4.9 Pobreza

Los niveles de pobreza en el departamento de Retalhuleu de acuerdo a estimaciones de ENCOVI año 2011, reflejaron un 46.57% para pobreza no extrema y un 12.67% de pobreza extrema del porcentaje total de pobreza.

La pobreza extrema en el Municipio ha tenido un aumento del 27% desde el año 2002, durante el 2015 se estima que el 31.77% de la población vive en esta situación. Las consecuencias de estos porcentajes se reflejan en las precarias

condiciones de vida de los habitantes, falta de acceso a la educación, salud y empleo lo que provoca que se detenga el desarrollo de la población.

Para el año 2015 se estima que el 38.97% de la población del Municipio vive pobreza no extrema. Aunque estas personas tienen ingresos que les permiten cubrir parte de sus necesidades alimenticias, aún carecen de las condiciones óptimas para salir de la pobreza.

Según investigación de campo, la pobreza total del municipio de Retalhuleu es de 70.74% de la población encuestada. Derivado de estos datos se concluye que la población no pobre corresponde a un 29.26%.

1.4.10 Desnutrición

La desnutrición a nivel de Municipio, afecta principalmente a los niños. De acuerdo a información proporcionada por el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, los casos de desnutrición han incrementado de la siguiente manera: en el año 2012 se reportaron 30 casos, equivalentes al 0.24% de la población total de niños menores de cinco años que sumaban 12,501; en el año 2013 fueron reportados 174 casos, equivalentes al 1.38% de los 12,573 niños; en el año 2014 la cantidad de casos reportados fue de 570, correspondiente al 4.51% de los 12,628 niños y en el año 2015 se reportaron 621 casos, representados con el 4.90% de los 12,667 niños.

1.4.11 Empleo

De la población del Municipio el 92% pertenece a la Población Económicamente Activa –PEA-, lo cual indica que son generadores de ingresos para sus familias. Del total de las personas encuestadas el 69% trabaja de manera permanente y el 31% es de forma temporal.

El subempleo en el Municipio comprende a las personas que trabajan en su mayoría de manera temporal en distintas actividades, las cuales ocupan un 31% de los 639 hogares encuestados. Los claros ejemplos del subempleo en Retalhuleu, es donde las personas se ocupan en actividades de servicios y comercio por temporadas y en la agricultura, porque son empleados cuando inicia la siembra de los cultivos y luego hasta el tiempo de la cosecha.

El 8% de la población encuestada del Municipio se encuentra desempleada. Las causas más comunes del desempleo son: limitado acceso a fuentes de empleo, falta de preparación académica, conformismo y la cultura machista imperante en la región, ya que se tiene la idea que las mujeres no deben trabajar y solamente dedicarse a la realización de los oficios domésticos.

1.5 ESTRUCTURA AGRARIA

El municipio de Retalhuleu cuenta con una de las tierras más fértiles de la región sur occidente del país, la misma presenta una disparidad muy marcada entre los latifundios y minifundios. La investigación muestra que la mayoría de la población dedicada a la actividad agrícola posee poca extensión de tierra, las grandes cantidades del terreno productivo dentro del Municipio pertenecen principalmente a empresas privadas.

La situación de la estructura agraria se muestra de la siguiente forma:

1.5.1 Tenencia de la tierra

Las formas de tenencia de la tierra más comunes en Guatemala pueden ser propias, arrendadas, en colonato, en usufructo o bien en forma mixta como una combinación de dos o más formas.

En el municipio de Retalhuleu se determinó que la tenencia de la tierra tiene mucha representatividad la forma propia y arrendada; aunque en el año 2015 la forma propia se ha reducido, debido a que las personas se han visto en la necesidad de arrendar terrenos para realizar sus actividades.

1.5.2 Uso de la tierra

Los diversos usos a los que se encuentra destinada la tierra del Municipio representa el sustento económico de sus habitantes, que en su mayoría se dedican a la agricultura, crianza y engorde de ganado; la tierra ha sido destinada en gran proporción al cultivo de pasto y el resto se encuentra distribuido en diversos tipos de siembras anuales y temporales, las actividades más importantes a las que está destinada la tierra son la siembra de caña de azúcar, el maíz y el ajonjolí como siembras temporales, por su parte la producción de hule es el cultivo permanente más significativo

1.5.3 Concentración de la tierra

Dentro del Municipio se observa una marcada tendencia de concentración de tierra en el estrato de fincas multifamiliares, así mismo, en los últimos años se ha reducido la cantidad de este tipo de fincas, debido a que han aumentado en superficie al unirse varias de ellas, lo cual reduce el número de fincas pero aumenta la superficie de las mismas. Esta situación puede observarse con los datos del Censo Nacional Agropecuario del año 1979, en donde, 102 fincas Multifamiliares ocupaban el 83% de la superficie del Municipio, mientras que, en el año 2015, 7 fincas Multifamiliares ocupan el 93% de la superficie del territorio. Lo anterior denota que el Municipio se caracteriza por ser latifundista, debido a la gran extensión que ocupan las fincas Multifamiliares en el Municipio, lo que determina que la tierra se encuentre distribuida en forma desigual, en donde la mayoría de las personas son propietarias de una pequeña parte de la tierra, 7%

de la superficie, y una minoría de personas o empresas son dueños de las grandes extensiones de tierra del municipio de Retalhuleu.

1.6 SERVICIOS BÁSICOS Y SU INFRAESTRUCTURA

Mejorar y ampliar la prestación de los servicios básicos es un componente clave para lograr la calidad de vida y desarrollo de la población. A continuación se detalla la situación actual de cada servicio.

1.6.1 Educación

El municipio de Retalhuleu brinda el servicio de educación a través del sector oficial, privado, cooperativa y telesecundaria, los cuáles atienden alumnos del nivel preprimario, primario, primario de adultos, básicos y diversificado, distribuidos en el área urbana y rural.

La mayor cantidad de establecimientos educativos corresponden al nivel preprimario y primario del sector oficial, distribuidos en elevada proporción en el área rural. Respecto al nivel básico en el sector oficial, son insuficientes para cubrir la demanda de la población adolescente, sin embargo, existen establecimientos por cooperativa y telesecundaria que apoyan a una parte de la población del área rural para continuar sus estudios básicos, así mismo el sector privado apoya en el área urbana. En promedio el 90% del nivel diversificado es atendido por el sector privado, y de este porcentaje únicamente el 11% le corresponde al área rural.

De los años 2008 al 2015 se ha mantenido la tendencia que una elevada proporción de alumnos inscritos corresponden al nivel primario del sector oficial en el área rural; lo contrario del nivel básico y diversificado, donde se tiene el menor número de inscripciones en el sector oficial, debido a la falta de establecimientos educativos. El sector privado atiende principalmente los niveles

básico y diversificado en el área urbana, porque el poder adquisitivo es mayor; el área rural es atendida por las cooperativas y telesecundarias, pero solo el nivel básico, se carece del nivel diversificado.

La cobertura educativa en todos los niveles es aceptable, el inconveniente es que gran parte de los alumnos inscritos están fuera de las edades ideales, factor que contribuye a la deserción y repitencia; en estos aspectos en el año 2015 la tasa mayor corresponde al sector oficial en el nivel básico, donde 9 alumnos por cada 100 desertan y 27 por cada 100 deben repetir el grado, esto es atribuido a la falta de recursos económicos que imposibilitan continuar con los estudios y los obliga a incorporarse en la actividad laboral y doméstica.

De acuerdo a los resultados obtenidos en la investigación de campo, se verificó que el 46.69% de la población estudió únicamente en los primeros grados del nivel primario, el 22.96% en diversificado, el 18.13% en básico y el resto corresponde a los que están fuera del sistema educativo, preprimaria y estudios superiores.

El grado de preprimaria es el que presenta mayor aprobación; primaria de niños, primaria de adultos y diversificado obtienen resultados satisfactorios en más del 85%. El nivel básico es donde se muestran las tasas más altas de repitencia, con un promedio de 30% distribuido de forma equitativa entre hombres y mujeres.

Con base al Artículo dos del Acuerdo Ministerial 40-25-2012 que indica el número de alumnos por maestro, se pudo comprobar que en el Municipio el personal docente que labora en los establecimientos del lugar atiende de forma proporcional al número de alumnos inscritos.

En referencia a la población que no puede leer ni escribir, según el censo de 1994 el índice es 33.28%, en el 2002 es 23.42 y según resultados obtenidos de investigación de campo el año 2015 es 11.97%; esto refleja mejoras en los índices de alfabetismo. Es importante mencionar que se identificó que el mayor índice de analfabetismo se encuentra en las madres, seguido por los padres de familia.

1.6.2 Salud

El Municipio cuenta con tres líneas de intervención dentro del sector salud, la primera se refiere a la que presta el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social -MSPAS- con una cobertura del 85%, la segunda proveniente del Instituto Guatemalteco de Seguridad Social -IGSS-, institución que atiende únicamente personas afiliadas, con una cobertura del 8% y una tercera que se compone de clínicas, sanatorios y farmacias particulares, con una cobertura del 3%. La población que carece del acceso a los servicios de salud equivale al 4%.

El sector público posee un hospital nacional y dos distritos de salud, el primero es en el casco urbano de Retalhuleu que tiene a su cargo un centro y tres puestos de salud y el segundo en el parcelamiento Caballo Blanco con un centro y cuatro puestos de salud. Cada uno de estos servicios de salud posee recurso humano y equipamiento insuficiente para cubrir las necesidades de la población Retalteca.

De acuerdo a información proporcionada por el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, para el año 2015 las tasas en salud por cada mil habitantes dentro del Municipio son: morbilidad infantil 1,158.60 esta refleja que existen más casos de enfermedades que población de niños, lo que quiere decir que un niño en el año se enferma en más de una ocasión, y la morbilidad general es 547.62; siendo las principales causas las enfermedades del sistema respiratorio,

debido principalmente al cambio climático y estilos de vida poco saludables. Respecto a la mortalidad infantil es 5.88 siendo la causa más común las neumonías, y la mortalidad general es 3.17 causada principalmente por la diabetes mellitus. La tasa de natalidad es 9.59, lo que representa que por cada 1,000 personas ocurrieron en promedio 10 nacimientos.

1.6.3 Agua

La que se distribuye en el Municipio es proveída por las corrientes del río Tzununá y es captada en una presa y procesada en la finca Xelajú. Es importante mencionar que se cuenta con una cobertura del servicio en el 94% del Municipio; del 6% de la población que no tiene acceso, un 2% se encuentra en el área urbana mientras que el 4% en el área rural. Se logró determinar que las condiciones para el acceso al agua han mejorado del año 2002 a la fecha, especialmente en el área rural, donde un 40% no contaba con tal servicio.

1.6.4 Drenajes y alcantarillado

El servicio de drenajes se presta en un 43% a los hogares en el área urbana, un 6% en el área rural y un 51% no cuentan con este servicio. Dentro del Municipio se carece del sistema de alcantarillado.

1.6.5 Energía eléctrica

Es suministrada por la Empresa Municipal de Energía Eléctrica de Retalhuleu – EMEER- en un 85% al área urbana del Municipio; mientras que en el área rural la energía eléctrica es proporcionada por una empresa privada.

El 91% de la población cuenta con alumbrado público dentro de su localidad, esto se da principalmente en el área urbana, mientras que el 9% restante se localiza en comunidades rurales.

1.6.6 Letrinas y otros servicios sanitarios

Dentro del municipio se poseen servicios sanitarios, esto específicamente en el área urbana, mientras que en el área rural, el servicio es por medio de letrinas y fosas sépticas. Según el censo habitacional y poblacional del año 2002, únicamente el 5% de la población carecía del servicio sanitario y para el año 2015 la investigación de campo reflejó que ningún hogar se encuentra sin este servicio.

1.6.7 Sistemas de recolección de basura

El Municipio posee un tren de aseo municipal y cuatro privados que prestan el servicio en el área urbana, los cuales depositan los desechos en un terreno que es arrendado por la Municipalidad. El área rural carece de este servicio, por esta razón se han creado basureros clandestinos; en la mayoría de casos la basura es quemada en cada hogar y esto es considerado un grave problema que afecta la salud de la población, porque eleva el riesgo de sufrir enfermedades respiratorias.

1.6.8 Sistemas de tratamiento de aguas servidas

Para el tratamiento de las aguas servidas tanto negras, grises como pluviales, se carece de una planta de tratamiento, la falta de la misma provoca la contaminación en los ríos, porque los desechos son descargados en ellos.

1.6.9 Sistemas de tratamiento de desechos sólidos

Los desechos que son recolectados por los trenes de limpieza, son enviados hacia una fosa en un terreno que arrenda la Municipalidad, en este lugar se da el tratamiento de la basura. Es importante mencionar que esto es dentro del área urbana del Municipio, debido a que en el área rural, como se indicó anteriormente, la basura es quemada en los patios de las casas de habitación.

1.6.10 Cementerios

En el área urbana del Municipio existen dos cementerios, uno privado y uno administrado por la Municipalidad. En el área rural también existen pequeños cementerios locales.

1.7 INFRAESTRUCTURA PRODUCTIVA

Esta constituida por los recursos necesarios con los que debe contar una población para su desarrollo.

1.7.1 Vías de acceso

El área urbana cuenta con calles pavimentadas y adoquinadas, sin embargo, el 60% aún posee calles de terracería y en algunos casos en mal estado; en relación al área rural, la mayoría de vías que conducen a los centros poblados como aldeas, caseríos y fincas, son de terracería y con deterioro por el socavamiento que producen las lluvias.

El 62% es de terracería con 32 carreteras en estado regular, 16 en mal estado y 16 en buen estado; 23% de asfalto con 14 vías en buen estado, ocho en estado regular y dos en mal estado; 14% pavimentadas de las cuales ocho presentan un estado regular, seis en buen estado y solo se registra una carretera de adoquín que presenta un estado regular.

Existen vías de comunicación terrestre y aérea, entre las terrestres están las carreteras que conducen a Champerico, Mazatenango, Coatepeque y Quetzaltenango. Se poseen pistas para aterrizaje y despegue de avionetas, así como con la pista de la base aérea del sur. La línea férrea se encuentra fuera de servicio.

1.7.2 Puentes

Existen 38 puentes que comunican al Municipio, dentro de los cuales 99% en promedio se encuentra en buen estado y el uno por ciento en mal estado, es intrascendente para interferir en la comunicación y desarrollo de sus habitantes.

1.7.3 Unidades de riego

Las comunidades poseen diferentes sistemas de riego, los cuáles son riego por bomba mecanizada, mini goteo, goteo, aspersión, mini aspersión mecanizado y gravedad, así mismo otros agricultores únicamente utilizan la lluvia para el riego de sus cultivos.

1.7.4 Centros de acopio

Existe el silo INDECA, ubicado en la Colonia Bosques, zona seis, el mismo posee capacidad de almacenamiento de 300,000 quintales de maíz seco. Los pequeños agricultores de las diferentes comunidades cuentan con pequeños silos familiares, en los cuales almacenan su producción que destinan para el autoconsumo.

1.7.5 Mercados

Dentro del Municipio existen tres instalaciones: el mercado municipal, ubicado en La Terminal de buses, es el más importante porque es allí donde convergen más personas, todos los días mantienen actividad comercial. Los otros dos son mercados cantonales, estos se reconocen como: El Mercadito o San Martín de Porres y San Nicolás o La Galera.

1.7.6 Energía eléctrica comercial e industrial

Es distribuida por la Empresa Eléctrica Municipal de Retalhuleu y la empresa Energía Eléctrica de Guatemala, S.A., también existe la planta Hidroeléctrica de Ocosito ubicada en el cantón Concepción. El servicio comercial tiene un costo

de Q. 1.73 por kilovatio y un cargo fijo de Q. 9.75. Para la energía industrial la tarifa por demanda es de Q. 0.56 por kilovatio y un cargo fijo de Q. 80.21.

1.7.7 Telecomunicaciones

Se tiene disponible el servicio de telecomunicaciones y correos exclusivamente en el área urbana, en algunas comunidades se cuenta con teléfono comunitario y en cada hogar poseen como mínimo un radio que es el medio por el cual se enteran de acontecimientos locales y nacionales.

Se identificó que la mayoría de la población dispone del servicio de telefonía móvil, con una cobertura del 90.2% que es proporcionada por las tres empresas que tienen popularidad en el país. El servicio comercial está representado por el 9.8%.

1.7.8 Transporte

Se dispone del servicio de transporte público que comunica a diario con la Ciudad Capital. El servicio de transporte se divide es: extraurbano, pesado, asociación de picoperos y microbuseros del pacífico, transporte aéreo y acuático. Cabe mencionar que para ingresar a las aldeas lejanas únicamente pueden acceder a través de pickup de doble tracción, debido al mal estado de las carreteras. En las aldeas El Chico, Tres Cruces y El Lagartero, además del transporte terrestre, se utiliza el canal de El Manchón para trasladarse vía acuática por medio de lanchas.

1.7.9 Rastros

El Municipio posee un rastro habilitado para el destace de ganado bovino y porcino, sus condiciones son inapropiadas, debido a la carencia de lozas para colocar las reses y porque no cumple con las normas de higiene mínimas para un destace apropiado.

1.8 ORGANIZACIÓN SOCIAL Y PRODUCTIVA

En este apartado se describen las organizaciones o instituciones que dentro del Municipio promueven la participación de la población, a fin de lograr bienestar social y avance económico en las comunidades, a través de las agrupaciones pro-mejoramiento y organizaciones productivas establecidas.

1.8.1 Organizaciones sociales

El sistema de participación ciudadana está regulado por la ley ordinaria del Sistema de Consejos de Desarrollo Urbano y Rural, decreto 11-2002, consiste en una estructura que va desde lo comunitario hasta lo nacional.

En el año 2015 los centros poblados estuvieron representados por 85 COCODE inscritos. Hay COCODE que representan a más de un centro poblado, existiendo 22 comunidades sin representación, debido a falta de organización y creencia de la participación.

Los COCODE de segundo nivel en el Municipio son 10, obteniendo representación en un 95% de los centros poblados del área urbana y rural dentro del Municipio.

Con el fin de apoyar a las comunidades, existen grupos de organización y participación ciudadana, dentro de los cuáles se mencionan los siguientes: Asociación de Vecinos Retaltecos, Comité de Seguridad Ciudadana, Asociación de Jóvenes Adventistas, Sindicato de trabajadores municipales, Oficina Municipal de la Mujer, Organización Nacional de la Mujer

1.8.2 Organizaciones productivas

La constitución de las organizaciones productivas existentes dentro del Municipio ha contribuido al desarrollo, con el propósito de beneficiar a la población de la

comunidad, están formadas por cooperativas con finalidades de crédito e inserción de programas agrícolas y artesanales.

Dentro de las organizaciones agrícolas se encuentran: Semilla Nueva, Integración de Consumo El Dorado R.L., Cooperativa Agrícola Integral del Sur R.L., Cooperativa Agrícola Integral La Blanquita R.L., Cooperativa Agrícola Integral Caballo Blanco R.L., Cooperativa Agrícola Integral Santa Fe R.L., Cooperativa Agrícola Integral La Montaña R.L. Así mismo se pueden mencionar las siguientes organizaciones artesanales: Asociación Civil Guatemalteca para el Desarrollo Integral (AS DESARROLLO) y Centro de Capacitación y Promoción San Antonio de Padua (CECYPSA).

1.9 ENTIDADES DE APOYO

Éstas son instituciones gubernamentales y no gubernamentales que prestan apoyo a la población.

1.9.1 Instituciones estatales

Dentro del Municipio se encuentran las siguientes: Comité Nacional de Alfabetización (CONALFA), Centros de Salud, Instituto Guatemalteco de Seguridad Social (IGSS), Hospital Nacional, Policía Nacional Civil (PNC), Resguardo Militar, Juzgado de Paz, Ministerio Público (MP), Procuraduría General de la Nación (PGN), Procuraduría de los Derechos Humanos (PDH), Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación (MAGA), Fondo de Inversión Social (FIS), Fondo Nacional de la Paz (FONAPAZ), Instituto Nacional de Bosques (INAB), Ministerio de Ambiente y Recursos Naturales (MARN), Consejo Nacional de Áreas Protegidas (CONAP), Coordinación Nacional para la Reducción de Desastres (CONRED), Zona Vial Caminos, Registro Nacional de las Personas (RENAP), Sub-delegación Tribunal Supremo Electoral (TSE),

1.9.2 Instituciones municipales

En este apartado se puede mencionar a la Municipalidad del municipio de Retalhuleu y a la Policía Municipal de Tránsito (PMT).

1.9.3 Organizaciones no gubernamentales -ONG'S-

Dentro del Municipio existen las siguientes: Fundación INCIDE, CONIC, ACSUR-CPDL, Estación de Bomberos Voluntarios, Agua del Pueblo y ASIAPRODI (ADP ASF), FM. ASECSA, CEIPA, Integración de Consumo El Dorado R.L., Integral Agrícola Del Sur R.L., Agrícola Integral Montaña R.L., Integral Agrícola La Blanquita R.L., Agrícola Integral Santa Fe R.L., Agrícola Integral Caballo Blanco R.L.

1.9.4 Entidades privadas

Dentro de estas instituciones se encuentran las entidades de servicio financiero, las cuales se enlistan a continuación: Banco Industrial, Banco Inmobiliario, Banco de Oriente -BANCOR-, Banco Granai & Tonwson -G&T Continental-, Banco Crédito Hipotecario, Banco Azteca, Citibank, Banco de los Trabajadores, Banco de Desarrollo Rural -BANRURAL-, Banco Agromercantil -BAM-, Banco Internacional, Cooperativa Santiago de Coatepeque, Génesis Empresarial, AS Desarrollo, Fundación para el desarrollo integral de programa socio económico -FUNDAP-.

1.10 REQUERIMIENTOS DE INVERSIÓN SOCIAL Y PRODUCTIVA

Está conformada por las necesidades sociales y productivas que pueda tener la población para lograr una adecuada calidad de vida. A continuación se detallan las necesidades sociales y productivas que presentó el municipio de Retalhuleu en el año 2015:

✓Requerimientos de inversión social

- Mejoramiento de alumbrado público.
- Abastecimientos de medicina en centros de salud.
- Agua potable.
- Alcantarillados y drenajes.
- Tratamiento de aguas servidas.
- Tratamiento desechos sólidos.
- Mejorar infraestructura en las escuelas públicas.
- Creación de cementerio.
- Educación a nivel básico y diversificado.
- Habilitar áreas de recreación.
- Creación y mejoramiento en la extracción de basura.
- Administración de limpieza.
- Lavaderos públicos.
- Mejorar infraestructura de escuelas públicas.

✓Requerimientos de inversión productiva

- Centros de acopio.
- Creación y mejoramiento de rastro.
- Mejora del transporte.
- Mejoramiento de vías en mal estado.
- Mejoramiento de puentes.
- Mercados.
- Mejoramiento de transporte.

1.11 ANÁLISIS DE RIESGO

“Estudia las posibilidades de ocurrencia de daños naturales, socionaturales y antrópicos derivados de la información de desastres que han sucedido en un determinado lugar. Los desastres provocan mayor daño cuando la población

carece de la capacidad de prevenir o reaccionar adecuadamente al mismo. Identificar y analizar las circunstancias que hacen vulnerables a los habitantes de la región se hace imprescindible para disminuir la inseguridad a la que está expuesta la población”.⁶

1.11.1 Matriz de identificación de riesgos

Dentro de los riesgos naturales en el Municipio están las sequias, sismos, inundaciones y desbordamientos de ríos, deslizamientos de tierra, huracanes y tormentas. Los riesgos socionaturales son: construcción de casas a orillas de ríos y barrancos, deforestación por la ampliación de la frontera agrícola, desechos que causan plagas o epidemias. Los riesgos antrópicos son: la delincuencia, alcoholismo, contaminación por aguas negras, basura en las calles, ríos y barrancos.

1.11.2 Matriz de vulnerabilidades

Los mayores problemas que afectan al municipio de Retalhuleu están relacionados con el manejo de desechos sólidos y aguas servidas, para el año 2015 únicamente el área urbana contaba con drenajes, sin alcantarillado para aguas pluviales, aunado a las malas prácticas sociales de quema o depósito de basuras cerca de los cuerpos de agua, provocan problemas de salud y contaminación del medio ambiente. Este fenómeno se amplía aún más en el área rural donde carecen de alcantarillado y drenajes.

Además, la deforestación es un tema importante de mencionar ya que en los últimos años, el crecimiento de la frontera agrícola ha aumentado y con ello, la pérdida de bosques latifoliados y manglares en todo el Municipio especialmente en las zonas costeras.

⁶ Chardon, A.C.; González, J. L. (2002), Amenaza, vulnerabilidad, riesgo, desastre, mitigación, prevención; Colombia, (en línea). Consultado en febrero 2016. Disponible en: <http://idea.unalmzI.edu.co/documentos/Anne-Catherine%20fase%20I.pdf>

1.11.3 Historial de desastres

Dentro de los desastres que han afectado en los últimos años al municipio de Retalhuleu se encuentran: Tormenta Tropical Stan, desbordamiento del Río Xulá, Tormenta Tropical Agatha, Depresión Tropical Alex, fuertes sismos, desplazamiento de bocabarra, erupción volcánica del Volcán Santiaguito y mortandad de peces.

1.12 FLUJO COMERCIAL Y FINANCIERO

El Municipio se caracteriza por tener una diversidad de intercambios de producción tanto comercial como financiera, formada por las exportaciones e importaciones que se realizan diariamente.

1.12.1 Flujo comercial

Son todos los bienes que ingresan y egresan del Municipio, los cuales generan una actividad comercial que da como resultado la compra y venta de bienes y servicios entre los pobladores.

Los productos que más se importan son: maquinaria, equipo y herramientas para la producción agrícola, electrodomésticos, medicina, baterías para carro, entre otros. Los productos que más se exportan son: granos básicos, carne y productos avícolas.

1.12.2 Flujo financiero

Está constituido por el flujo monetario que se realiza hacia dentro y hacia afuera de determinado lugar, para sostenimiento y desarrollo de sus habitantes; el mismo, está constituido por las remesas familiares que se reciben de exterior y las instituciones financieras que brindan servicios como: depósitos y retiros monetarios ya sea en efectivo o en línea, cajeros automáticos, emisión de tarjetas de crédito, préstamos, casas de cambio, entre otros.

1.13 INVENTARIO DE COMERCIO Y SERVICIOS Y GENERACIÓN DE EMPLEO

Existen 579 comercios que brindan a la población 1,255 oportunidades de empleo, de los cuales predominan las tiendas con un 37% y generan 264 fuentes de empleo.

En el área de servicios existen 431 establecimientos, estos generan 1,557 empleos al Municipio. Dentro de los principales servicios están: 53 salones de belleza, 45 centros educativos, 40 talleres de mecánica y 22 bancos del sistema.

1.14 RESUMEN DE ACTIVIDADES PRODUCTIVAS Y GENERACIÓN DE EMPLEO

A continuación se detalla de forma resumida cada actividad productiva desarrollada dentro del Municipio:

1.14.1 Producción agrícola

Comprende al sector primario de la economía. La producción de caña de azúcar es la más representativa en el Municipio en cuanto al valor y volumen. En cuanto a la generación de empleo existen 754 jornales que representan el 67.68% de todo el Municipio.

1.14.2 Producción pecuaria

Se distribuye en producción de ganado bovino, porcino y avícola. La crianza y engorde de ganado bovino es la actividad pecuaria que predomina en el Municipio y donde existe mayor producción. En el tema de la generación de empleo que existen dentro del Municipio se encuentran 360 jornales que representan el 32.32%.

1.14.3 Producción artesanal

En el Municipio se desarrolla la actividad productiva de tipo artesanal a gran escala, específicamente a nivel individual y familiar. La panadería es la actividad artesanal más representativa del Municipio. En referencia al tema de la generación de empleo existen 38 personas que se dedican a esta producción y que representan el 1.31%.

1.14.4 Producción industrial

La producción industrial se refiere a productos transformados. Se posee únicamente con la información de una empresa grande que envasa agua, la cual genera nueve empleos en total y representan el 0.31% de todo el Municipio.

1.14.5 Comercio

El municipio de Retalhuleu se caracteriza por tener gran cantidad de comercio, especialmente en el área urbana; que genera 1,255 fuentes de empleo, las cuales representan el 43.14%.

1.14.6 Servicios

Existe una serie de servicios implementados en el Municipio para alcanzar desarrollo con eficiencia y competitividad, dentro de los cuales sobresalen bancos, clínicas médicas, consultorías y asesorías, comedores, imprentas e internet; estos generan un total de 1,557 empleos, los cuales representan el 53.52%.

1.14.7 Turismo

Es poco explotado, a pesar que existe diversidad de centros recreativos y culturales para toda la familia; el mayor atractivo turístico es una reserva natural de mangle llamada El Manchón de Guamuchal. Esta actividad genera 50 empleos que representan el 1.72%.

CAPÍTULO II

SITUACIÓN ACTUAL DE LA CRIANZA Y ENGORDE DE GANADO BOVINO

En el municipio de Retalhuleu, departamento de Retalhuleu, la producción principal dentro del sector pecuario comprende la crianza y engorde del ganado bovino, desarrollado en los estratos de finca: microfinca, subfamiliar y multifamiliar grande. La microfinca es la más representativa en la población por su extensión de terreno; sin embargo, el mayor volumen de ganado le pertenece a la multifamiliar grande.

En el presente capítulo se analiza la comercialización de la crianza y engorde de ganado bovino dentro del Municipio.

2.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

Dentro del Municipio la actividad ganadera se ha constituido como una de las producciones importantes para su economía, debido a que una parte de la población se dedica a la misma como un medio de vida.

2.1.1 Descripción genérica

Las vacas tienen un periodo de gestación de aproximadamente nueve meses, al finalizar nacen las terneras y los terneros, transcurrido aproximadamente 8 meses se les conoce como novillas y novillos, estas primeras que son las hembras si tienen crías se denominan vacas y los segundos que son los machos si se utilizan como sementales se conocen como toros.

El ganado bovino es necesario alimentarlo con pasto natural, zacate picado, forraje, concentrado, sales minerales, agua, sal u otros, así mismo vacunarlos y desparasitarlos para lograr una sanidad óptima.

2.1.2 Variedades

Para la crianza y engorde del ganado bovino, se utiliza la raza criolla y Brahman, tanto pura como cruzada.

✓Criolla

Los estratos de finca microfincas y subfamiliares producen animales de esta raza, que no es más que el cruce de semental de raza pura principalmente Brahman, cruzada con novilla del estrato, esto da como resultado la raza criolla, misma que alcanza una estatura baja por su engendro.

Parámetros en raza criolla:

- Las terneras y terneros pueden alcanzar un peso de 240 a 350 libras
- Las novillas y novillos su peso oscila desde los 12 meses a tres años entre 550 a 850 libras.
- La vaca puede llegar a pesar entre las 900 a 1,000 libras, estos parámetros se dan por el tamaño no muy grande que caracteriza a este tipo de ganado.

✓Brahman

Para la crianza y engorde de ganado bovino en la finca multifamiliar, se utiliza esta raza, tanto pura como cruzada. Dentro de los aspectos favorables al uso del Brahman, son que sus crías al nacer pesan en promedio 75 libras, son terneras y terneros que pueden llegar a pesar entre los ocho y diez meses 300 a 400 libras. El novillo y novilla entre los 12 meses a tres años varía entre las 550 y 1,500 libras. Los reproductores Brahman superan los 12 años y sirven a un mayor número de hembras.

Los parámetros de la raza Brahman son:

- La vaca pesa entre 1,200 a 1,450 libras y el del toro es de 2,200 libras.
- El peso de los terneros al nacer oscila entre 65 y 85 libras.
- La edad al primer parto se enmarca entre los 36 a 40 meses.
- El rendimiento en canal en promedio es del 58%.
- La longevidad de la vaca supera los 12 años.

No existe producción de leche de la vaca Brahman y criolla, es utilizada únicamente para la crianza de terneros y por su depreciación al ordeño, repercute en la baja calidad de carne y peso, por lo tanto es la cría quien aprovecha la leche de la vaca, después del destete queda la recuperación de su peso para la venta o su próxima cría; así se obtienen crías en excelentes condiciones y con buen peso para comercializar a partir de los ocho meses de edad.

2.1.3 Usos

Al momento que el ganado bovino ha alcanzado el tamaño y peso adecuado, se vende para el consumo de su carne y vísceras, así también para la utilización del cuero.

2.2 PRODUCCIÓN

La crianza y engorde de ganado bovino se realiza con fines de comercialización; el animal en pie se vende a los abastecedores de carne para su destace, que son los dueños de carnicerías, posteriormente se distribuye al consumidor final la carne y vísceras, así como el cuero para la utilización en distintos procesos de producción artesanal.

2.2.1 Proceso productivo

La crianza y engorde del ganado bovino inicia desde el nacimiento o compra de terneros, la alimentación adecuada, la prevención de enfermedades por medio

de la vacunación y desparasitación y finaliza con la comercialización del animal engordado.

2.2.2 Volumen y valor de la producción

Se utiliza para contabilizar el valor total de la producción y de las ventas en función del producto. En el cuadro siguiente se muestra la producción de la crianza y engorde de ganado bovino del Municipio por número de unidades, volumen, precio unitario y valor de la producción, según el tamaño de finca.

Cuadro 1
Municipio de Retalhuleu, Departamento de Retalhuleu
Crianza y Engorde de Ganado Bovino
Volumen y Valor de la Producción
Año 2015

Estrato producto	Unidades Productivas	Unidad de Medida	Volumen total	Precio Unitario Q.	Valor de la producción Q.
Microfinca					
Bovino	86	Cabezas	208		1,610,638
Crianza y engorde					
Terneras			2	2,763	5,526
Vacas			199	7,863	1,564,737
Terneros			5	2,975	14,875
Toros			2	12,750	25,500
Subfamiliares					
Bovino	48	cabezas	398		2,077,639
Crianza y engorde					
Terneras			80	2,763	221,040
Novillas 1 año			27	4,873	131,571
Novillas 2 años			33	5,998	197,934
Novillas 3 años			16	7,122	113,952
Vacas			74	7,863	581,862
Terneros			78	2,975	232,050
Novillos 1 año			25	5,060	126,500
Novillos 2 años			36	6,185	222,660
Novillos 3 años			22	7,310	160,820

Continúa en la página siguiente...

...viene de la página anterior

Estrato producto	Unidades Productivas	Unidad de Medida	Volumen total	Precio Unitario Q.	Valor de la producción Q.
Toros			7	12,750	89,250
Multifamiliares grandes					
Bovino	6	cabezas	4,110		21,206,975
Crianza y engorde					
Terneras			750	2,763	2,072,250
Novillas 1 año			365	4,873	1,778,645
Novillas 2 años			505	5,998	3,028,990
Vacas			830	7,863	6,526,290
Terneros			700	2,975	2,082,500
Novillos 1 año			370	5,060	1,872,200
Novillos 2 años			560	6,185	3,463,600
Toros			30	12,750	382,500
Total General	140		4,716		24,895,252

Fuente: investigación de campo Grupo EPS, segundo semestre 2015.

La actividad pecuaria del Municipio que genera mayor ingreso a la población es la crianza y engorde de ganado bovino, con el 89.06% sobre el total del volumen y valor de la producción.

En el estrato de microfinca la mayor parte de la población cuenta con dos o tres cabezas de ganado que destinan para la venta, esto generan ingreso para sus hogares. En las fincas subfamiliares la participación asciende al 84.61% del total de ingresos anuales. Las fincas multifamiliares grandes en el Municipio se dedican a la crianza y engorde de ganado bovino, según encuesta se pudo determinar la existencia de seis fincas de este nivel de donde se obtiene la mayor producción de ganado bovino.

2.3 CARACTERÍSTICAS TECNOLÓGICAS

Es el grado de conocimientos, técnicas y herramientas que se aplican en la actividad pecuaria, se establecen mediante la tecnificación utilizada en la

producción, tipo de raza, alimentación proporcionada a los animales, mano de obra, asistencia técnica y financiamiento.

A continuación, la tabla de características tecnológicas de la crianza y engorde de ganado bovino del Municipio.

Tabla 1
Municipio de Retalhuleu, Departamento de Retalhuleu
Crianza y Engorde de Ganado Bovino
Características Tecnológicas
Año: 2015

Estrato	Características
Microfincas	Raza criolla; no utiliza asistencia técnica; la alimentación es pasto natural, forraje, sal común, no cuentan con acceso al financiamiento.
Fincas Subfamiliares	Raza criolla; utiliza asistencia técnica del Estado; la alimentación es pasto natural, forraje, sal común, sales minerales; cuentan con acceso al financiamiento en una mínima parte.
Fincas Multifamiliares Grandes	Raza cruzada y pura Brahman, utiliza asistencia técnica; la alimentación es pasto natural, forraje, concentrado, sal, sales minerales; cuentan con acceso al financiamiento.

Fuente: investigación de campo Grupo EPS, segundo semestre 2015.

Como se puede observar el desarrollo de la crianza y engorde de ganado bovino es de manera empírica. Las microfincas se caracterizan por producir animales de raza criolla, la alimentación para los bovinos consiste en pasto natural, forraje, concentrado y sales minerales; las instalaciones son rústicas, carecen de asistencia técnica y tienen dificultad para acceder al financiamiento, por lo que el grado de tecnología es bajo. Las características que diferencian a las fincas subfamiliares radica en la asistencia técnica proporcionada por el Estado y pueden obtener microcréditos.

Para la finca multifamiliar, se utiliza la raza Brahman pura y cruzada, ya que esta soporta las inclemencias del tiempo y es un ganado para producción de carne.

2.4 COSTOS

Es importante determinar los costos en la crianza y engorde de ganado bovino, para obtener los resultados financieros y la rentabilidad generada en relación a las ventas efectuadas. El costo de producción se realizó por medio del sistema de costeo directo, se tomaron en cuenta los datos según encuesta e imputados con el objeto de realizar un análisis de las variaciones entre ambos.

2.4.1 Costo directo de mantenimiento de ganado bovino

Se refiere a los costos que se incurren para mantener el ganado. Los costos de mantenimiento de ganado incluyen los gastos por concepto de insumos, mano de obra y costos indirectos.

En el siguiente cuadro se presentan los costos de producción de la crianza y engorde de ganado bovino.

Cuadro 2
Municipio de Retalhuleu, departamento de Retalhuleu
Crianza y Engorde de Ganado Bovino
Costo Directo de Mantenimiento
Del 01 de enero al 31 de diciembre de 2015
(cifras en quetzales)

Descripción	Microfincas		Subfamiliares		Multifamiliares grandes	
	Encuesta	Imputados	Encuesta	Imputados	Encuesta	Imputados
Crianza y engorde ganado bovino						
Insumos	48,788	48,788	86,186	86,186	807,232	807,232
Sal Común	4,455	4,455	13,898	13,898	133,721	133,721
Sales minerales	13,289	13,289	21,668	21,668	201,884	201,884
Forraje	5,360	5,360	8,740	8,740	81,432	81,432
Vacunas	8,934	8,934	14,567	14,567	135,720	135,720
Vitaminas	6,700	6,700	10,925	10,925	101,790	101,790
Desparasitantes	10,050	10,050	16,388	16,388	152,685	152,685
Mano de obra	-	47,224	-	76,880	264,675	360,101
Vaqueros	-	36,605	-	59,591	264,675	277,803

Continúa en la página siguiente...

...viene de la página anterior

Descripción	Microfincas		Subfamiliares		Multifamiliares grandes	
	Encuesta	Imputados	Encuesta	Imputados	Encuesta	Imputados
Bonificación						
Incentivo	-	3,873	-	6,306	-	30,855
Séptimo día	-	6,746	-	10,983	-	51,443
Costos Indirectos variables	-	18,303	-	29,796	111,746	139,008
Cuota patronal IGSS	-	5,059	-	8,236	30,888	38,423
Prestaciones laborales	-	13,244	-	21,560	80,858	100,585
Costo anual de mantenimiento	48,788	114,315	86,186	192,862	1,183,653	1,306,341
Existencias ajustadas + ventas ajustadas *	223.34	223.34	364.17	364.17	3,393.00	3,393.00
Costo unitario anual mant. por cabeza CUAMPC-	218.45	511.84	236.66	529.59	348.85	385.01

*Al total de las existencias ajustadas se les suma las ventas ajustadas, lo que cambia el CUAMPC

Fuente: investigación de campo Grupo EPS, segundo semestre 2015.

En el cuadro anterior se puede determinar los tres elementos del costo como lo son insumos y mano de obra, se verificó que sólo en la finca multifamiliar grande se paga Q.75.00 de mano de obra según encuesta juntamente con las cuotas patronales IGSS y prestaciones laborales, además los gastos indirectos variables, estos vienen aunar los gastos en que incurre el productor en la crianza y engorde de ganado bovino en sus diferentes estratos anualmente, cabe resaltar que a los gastos anuales por estrato se divide el resultado de las existencias ajustadas que salieron luego de compras, nacimientos, defunciones y ventas; cuyo resultado es el costo unitario anual de mantenimiento por cabeza o bien lo que el productor invierte a cada animal durante el año, incrementándose al momento de realizar la venta.

Además se puede evidenciar las columnas con datos según encuesta e

imputados por cada estrato, las cuales surgen, una por la toma de datos en el área de investigación y la otra no es más que la aplicación de la legislación con sus parámetros establecidos, lo que denota una diferencia en el CUAMPC.

2.4.2 Costo directo de ventas

Se conoce como costo de ganado vendido, la suma de erogaciones o inversiones que se hacen para llevar el ganado hasta el consumidor final; para establecer este elemento es necesario conocer el valor del ganado declarado en el inventario inicial y también el costo unitario anual de mantenimiento por cabeza –CUAMPC- ya con esta información se considera el precio de venta.

En el siguiente cuadro se detallan los costos de ventas de la crianza y el engorde de ganado bovino.

Cuadro 3
Municipio de Retalhuleu, departamento de Retalhuleu
Crianza y Engorde de Ganado Bovino
Costo Directo de Ventas
Por Tamaño de Finca
Del 01 de enero al 31 de diciembre 2015
(cifras en quetzales)

No.	Concepto	Costo	Microfinca		Subfamiliar		Multifamiliar	
			Encuesta	Imputados	Encuesta	Imputados	Encuesta	Imputados
21	Terneras	1,518	31,878	31,878	-	-	-	-
11	Vacas	6,509	71,599	71,599	-	-	-	-
23	Terneros	1,649	37,927	37,927	-	-	-	-
	CUAMPC según encuesta por	-	-	-	-	-	-	-
	No. de animales(12.83 x 218.45)	-	2,803	-	-	-	-	-
	CUAMPC según imputados por	-	-	-	-	-	-	-
	No. de animales (12.83 x 511.84)	-	-	6,567	-	-	-	-
	Total costo de lo vendido	-	144,207	147,971	-	-	-	-
09	Terneras	1,518	-	-	13,662	13,662	-	-
08	Novillas 2 años	2,104	-	-	16,,832	16,,832	-	-
17	Novillas 3 años	2,453	-	-	41,701	41,701	-	-
19	Vacas	6,509	-	-	123,671	123,671	-	-
20	Terneros	1,649	-	-	32,980	32,980	-	-
09	Novillos 2 años	2,216	-	-	19,944	19,944	-	-
17	Novillos 3 años	2,584	-	-	43,928	43,928	-	-
	CUAMPC según encuesta por	-	-	-	-	-	-	-
	No. de animales (39.83 x 236.66)	-	-	-	9,426	-	-	-
	CUAMPC según imputados por	-	-	-	-	-	-	-
	No. de animales (39.83 x 529.59)	-	-	-	-	21,094	-	-
	Total costo de lo vendido	-	-	-	302,144	313,812	-	-

Continúa en la página siguiente...

...viene de la página anterior

No.	Concepto	Costo	Microfinca		Subfamiliar		Multifamiliar	
			Encuesta	Imputados	Encuesta	Imputados	Encuesta	Imputados
54	Novillas 1 año	1,886	-	-	-	-	101,844	101,844
50	Novillas 2 años	2,104	-	-	-	-	105,200	105,200
82	Vacas	6,509	-	-	-	-	533,738	533,738
82	Novillos 1 año	1,998	-	-	-	-	163,836	163,836
92	Novillos 2 años	2,216	-	-	-	-	203,872	203,872
06	Toros	10,418	-	-	-	-	62,508	62,508
	CUAMPC según encuesta por	-	-	-	-	-	-	-
	No. de animales (183 x 348.85)	-	-	-	-	-	63,840	-
	CUAMPC según imputados por	-	-	-	-	-	-	-
	No. de animales (183 x 384,48)	-	-	-	-	-	-	70,360
366	Total costo de lo vendido	-	-	-	-	-	1,234,838	1,241,358

Fuente: investigación de campo Grupo EPS, segundo semestre 2015.

En el cuadro anterior sobresalen las fincas multifamiliares, se considera que el costo anual de mantenimiento por cabeza (CUAMPC), incrementa los costos del ganado al momento de la venta, refleja siempre la mayor cantidad en datos imputados, es aquí donde debe aplicarse lo que la legislación dicta, en las microfincas y subfamiliares el productor no toma en cuenta la totalidad de los costos de mantenimiento.

2.4.3 Venta de ganado bovino

Las negociaciones se realizan en la finca del productor, para evitar incurrir en gastos adicionales. En el siguiente cuadro se detallan las ventas en los diferentes tipos de finca:

Cuadro 4
Municipio de Retalhuleu, departamento de Retalhuleu
Crianza y Engorde de Ganado Bovino
Venta de Ganado
Del 01 de enero al 31 de diciembre 2015
(cifras en quetzales)

Unidades	Ganado	Precio de venta	Total ventas
Microfincas			212,941
21	Teneras	2,763	58,023
11	Vacas	7,863	86,493
23	Terberos	2,975	68,425
Subfamiliares			582,757
9	Teneras	2,763	24,867
8	Novillas 2	5,998	47,984
17	Novillas 3	7,122	121,074
19	Vacas	7,863	149,397
20	Terberos	2,975	59,500
9	Novillos 2	6,185	55,665
17	Novillos 3	7,310	124,270
Multifamiliares grande			2,268,248
54	Novillas 1	4,873	263,142
50	Novillas 2	5,998	299,900
82	Vacas	7,863	644,766
82	Novillos 1	5,060	414,920
92	Novillos 2	6,185	569,020
6	Toros	12,750	76,500
Total			3,063,946

Fuente: investigación de campo Grupo EPS, segundo semestre de 2015.

En el cuadro anterior se utilizó el precio promedio de Q.8.50 en pie del ganado que los productores manejan en sus fincas, se estipuló la media para obtener un precio estándar, convirtiéndose éste en el precio de mercado, además se detallan los precios de venta del ganado bovino, esto se pudo determinar por las encuestas realizadas a los productores, en las fincas: microfincas, subfamiliares y multifamiliares grandes del Municipio, por lo que se determinó que la producción principal es el engorde de novillos y novillas producto más rentable, quedó en segundo plano la venta de vacas y toros.

2.4.4 Estado de resultados

Se conoce también como estado de pérdidas y ganancias. Es el resultado de la crianza y engorde de ganado bovino, donde muestra los resultados económicos en cada estrato de finca, relaciona la acumulación de las cuentas de productos devengados con los costos y gastos incurridos durante un periodo determinado no mayor a un año, conforme la legislación guatemalteca.

A continuación, se presenta el estado de resultados de la crianza y engorde de ganado bovino.

Cuadro 5
Municipio de Retalhuleu departamento de Retalhuleu
Crianza y Engorde de Ganado Bovino
Estado de Resultados
Por Tamaño de Finca y Producto
Del 01 de enero al 31 de diciembre 2015
(cifras en quetzales)

Estrato/producto Concepto	Microfincas		Subfamiliares		Multifamiliares	
	Encuesta	Imputado	Encuesta	Imputado	Encuesta	Imputado
Ganado bovino						
Ventas	212,941	212,941	582,757	582,757	2,268,248	2,268,248
(-) Costo directo de Producción	144,207	147,971	302,144	313,812	1,234,838	1,241,358
Ganancia marginal	68,734	64,970	280,613	268,945	1,033,410	1,241,455
(-) Gastos de Administración					99,600	1,026,793
Sueldos administrativos					93,600	139,118
Bono Incentivo					6,000	93,600
Cuota Patronal IGSS (11.67%)					-	6,000
Prestaciones Laborales (30.55%)					-	10,923
Ganancia antes del ISR	68,734	64,970	280,613	268,945	933,810	28,595
(-) ISR 25%	17,184	16,243	70,153	67,236	233,453	887,675
Ganancia / Pérdida neta	51,550	48,727	210,460	201,709	700,357	221,919
Análisis de rentabilidad						
Ganancia neta / Ventas netas	0.24	0.23	0.36	0.35	0.31	0.29
Ganancia neta / Costos + gastos	0.36	0.33	0.70	0.64	0.52	0.48

Fuente: investigación de campo Grupo EPS, segundo semestre 2015.

En el cuadro anterior se puede observar que en las fincas subfamiliares y multifamiliares grandes se obtiene la mayor ganancia sobre la crianza y engorde del ganado bovino.

Cabe resaltar que con los datos obtenidos en la encuesta, se determinó que los productores obtienen más ganancia, al no aplicar los costos en que incurre el mantenimiento de ganado, así mismo la cuota patronal IGSS y las prestaciones laborales exigidas en ley.

2.5 Rentabilidad

Es todo lo que se vincula con los costos e ingresos de la explotación; determina en su conjunto el nivel y rentabilidad de los capitales invertidos, por lo cual es necesario que se incremente la productividad técnica para elevar el índice del rendimiento.

2.5.1 Rentabilidad sobre ventas

Es el análisis de la ganancia neta dividida entre las ventas netas, que indica que por cada quetzal vendido se tiene un margen de utilidad, en el cual ya se deducen los costos y gastos totales si existiesen.

En el margen de utilidad con base en datos encuestados de la crianza y engorde de ganado bovino, en las microfincas por cada quetzal vendido la ganancia es de Q. 0.24, en las fincas subfamiliares Q. 0.36 y las multifamiliares grandes es de Q. 0.31, se denota menos porcentaje de ganancia en la microfinca porque estas no ponen mayor interés en su crianza y engorde de ganado, además no realizan ningún tipo de erogación adicional a su producción por la situación de cada familia.

2.5.2 Rentabilidad costos y gastos

Esto refleja los costos de producción y gastos que el productor realiza en la crianza y engorde de ganado, apoyándose en el análisis de la ganancia neta dividida entre los costos y gastos, lo que indica que en la crianza y engorde de ganado bovino por cada quetzal que se eroga, se obtiene una ganancia de Q.0.36, Q. 0.70 y Q. 0.52 para microfincas, fincas subfamiliares y fincas multifamiliares grandes respectivamente.

2.6 FINANCIAMIENTO

Es la actividad financiera a través de la cual se obtienen los recursos necesarios para iniciar o tecnificar los procesos productivos en las unidades pecuarias. Es por ello, que las fuentes internas y externas de financiamiento son importantes porque brindan al productor liquidez para desarrollar eficientemente su actividad.

A continuación, se detallan el cuadro de financiamiento de los estratos de fincas dedicadas a la crianza y engorde de ganado bovino dentro del Municipio.

Cuadro 6
Municipio de Retalhuleu, Departamento de Retalhuleu
Crianza y Engorde de Ganado Bovino
Financiamiento
Por Tamaño de Finca
Año: 2015
(cifras en quetzales)

Estrato/producto	Interno	Externo	Total
Microfincas	48,788	-	48,788
Insumos	48,788	-	48,788
Mano de obra	-	-	-
Costos indirectos variables	-	-	-
Costos y gastos fijos	-	-	-
Subfamiliares	77,567	8,619	86,186
Insumos	77,567	8,619	86,186
Mano de obra	-	-	-
Costos indirectos variables	-	-	-

Continúa en la página siguiente...

...viene de la página anterior

Estrato/producto	Interno	Externo	Total
Costos y gastos fijos	-	-	-
Multifamiliares grandes	1,110,632	172,621	1,283,253
Insumos	645,786	161,446	807,232
Mano de obra	264,675	-	264,675
Costos indirectos variables	100,571	11,175	111,746
Costos y gastos fijos	99,600	-	99,600
Total	1,236,987	181,240	1,418,227

Fuente: investigación de campo Grupo EPS, segundo semestre 2015.

Se determinó que se utiliza asistencia financiera del sistema bancario en las unidades multifamiliares grandes en un 10%, las cuales están sujetas a créditos revolventes, dependientes a resultados de la producción y con garantías hipotecarias; un 20% crédito de proveedores en insumos y el otro 70% lo representan las fuentes internas. El financiamiento de los estratos subfamiliares se da en un 90% de fuentes internas dígame reinversión de utilidades, mano de obra familiar, ahorros o remesas y un 10% de fuentes externas cooperativas, asociaciones o proveedores; por último las microfincas funcionan en un 100% de fuentes internas.

2.7 COMERCIALIZACIÓN

En relación a la crianza y engorde de ganado bovino, se detallan aspectos del proceso de comercialización para los estratos de fincas: microfinca, subfamiliar y multifamiliar grande.

2.7.1 Proceso de comercialización por producto

Se realiza a través de tres etapas: concentración, equilibrio y dispersión. El proceso de comercialización de la crianza y engorde de ganado bovino es variante entre los estratos de fincas, como a continuación se describe.

2.7.1.1 Concentración

El ganado se sitúa en corrales y potreros ubicados cerca de la entrada principal de la finca del productor, en este mismo lugar se reúnen para la venta, donde el comprador puede seleccionarlo y comprarlo según la raza y peso.

2.7.1.2 Equilibrio

El equilibrio existe únicamente en el estrato multifamiliar grande, derivado que durante el año se tiene disponibilidad de ganado y es proporcional a la demanda del mercado local, al contrario de la microfinca y subfamiliar que no producen la cantidad suficiente, debido a que los productores prefieren venderlo al finalizar el invierno e iniciar el verano para ofrecerlos con mejores precios; de acuerdo al desequilibrio, la demanda local se satisface a través de las fincas multifamiliares grandes y por importaciones.

2.7.1.3 Dispersión

El productor dueño del ganado no incide en gastos de traslado, debido a que los compradores provienen del mismo Municipio y otros aledaños, así como del altiplano del país, visitan su finca o vivienda para seleccionar el producto y realizar la compra directa, luego transportarlo por medio de camiones o pickups.

Es importante hacer mención que la mayor parte del ganado bovino comercializado dentro del Municipio proviene del departamento de Petén debido a que los precios son más bajos, mientras que la producción de ganado local se exporta a municipios aledaños y al altiplano del país.

2.7.2 Análisis de comercialización

Para comprender de una mejor manera el proceso de comercialización de la crianza y engorde de ganado bovino, es necesario estudiar cada uno de los

procesos que participan en dicha actividad a través de los análisis: Estructural, funcional e institucional del mercado.

2.7.2.1 Análisis estructural de la comercialización por producto

A continuación se detalla el análisis estructural de la crianza y engorde de ganado bovino.

✓ Conducta del mercado

Existe gran número de vendedores y compradores de ganado bovino, el precio del ganado lo determina el productor de acuerdo al peso y el de la libra es acorde al mercado. Durante el verano se incrementan los precios debido a que la oferta baja y la demanda permanece estable, esto se debe a que en esta época el ganado pierde peso por la falta de pasto a consecuencia de la sequía provocada por la falta de lluvia en la región. El comportamiento del mercado refleja una competencia perfecta.

✓ Estructura del mercado

El productor comercializa el ganado bovino con el abastecedor de carne y éste directamente con el consumidor final.

✓ Eficiencia del mercado

Únicamente existe eficiencia en la comercialización de la crianza y engorde de ganado bovino en las multifamiliares grandes, por la suficiente producción del mismo durante todo el año; se logra satisfacer además de la demanda local, exportar a otros municipios aledaños y al altiplano del país como Quetzaltenango.

2.7.2.2 Análisis funcional

Este análisis hace referencia a las actividades de compraventa, ejecutadas a través de la realización de las funciones físicas, de intercambio y auxiliares.

✓ **Funciones físicas**

Son las actividades relacionadas a las transferencias y modificaciones físicas e incluso fisiológicas de los productos, éstas se realizan por medio del almacenamiento, acopio, transporte y empaque.

- Almacenamiento: el ganado bovino se resguarda en potreros y/o corrales de acuerdo al estrato de finca.
- Acopio: el ganado bovino se concentra en potreros y/o corrales ubicados en la entrada principal o lugar aledaño dentro de la finca, en este mismo lugar se realiza la venta.
- Transporte: este es cubierto por el comprador (abastecedor de carne), el cual se dirige a la finca a seleccionar su ganado. Dentro del Municipio se utilizan pickups para el traslado del ganado bovino.
- Empaque: Dadas las características del ganado bovino y la venta en pie, en la comercialización no existe la función de empaque.

✓ **Funciones de intercambio**

Son las actividades relacionadas con la transferencia de derechos de propiedad de ganado bovino mediante el proceso de compra-venta.

- Compra-venta: la compra venta del ganado bovino dentro del Municipio se realiza a través del método de inspección, donde el comprador se dirige a la finca para seleccionar su producto y si éste cumple sus expectativas puede adquirirlo.

- Determinación de precios: el precio lo determina el productor de acuerdo a la raza y peso del bovino, el precio de la libra es acorde al mercado local.

✓ **Funciones auxiliares**

Son las actividades que facilitan el proceso de comercialización, dentro de estas se consideran: la clasificación y estandarización, financiamiento y consideración de riesgos.

- Clasificación y estandarización: el ganado bovino se clasifica de acuerdo a su raza y peso, que son los factores que permiten estandarizar el precio de venta.
- Financiamiento: la compra venta del ganado bovino se realiza con pago al contado, no existe ningún tipo de financiamiento.
- Consideración de riesgo: dentro del proceso de comercialización del ganado bovino, el comprador es quien asume los riesgos.

2.7.2.3 Análisis institucional

En esta etapa se analizan las instituciones de mercado que intervienen en las relaciones económicas y sociales para la comercialización del ganado bovino.

- ✓ Productor: es la persona que realiza todas las actividades necesarias para lograr la crianza y engorde de ganado bovino.
- ✓ Minorista: conocido dentro del Municipio como abastecedor de carne, esté funge como enlace entre el productor y consumidor final.

- ✓ Consumidor final: es el último participante en el proceso de comercialización, éste adquiere el ganado posterior a su transformación.

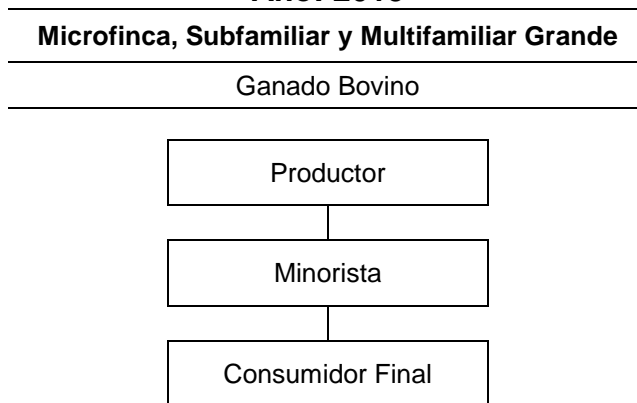
2.7.3 Operaciones de comercialización

Las operaciones que se realizan en el Municipio se detallan a continuación.

2.7.3.1 Canales de comercialización

La tabla siguiente, muestra los canales de comercialización de la crianza y engorde del ganado bovino.

Tabla 2
Municipio de Retalhuleu, Departamento de Retalhuleu
Crianza y Engorde del Ganado Bovino
Canales de Comercialización
Año: 2015



Fuente: investigación de campo Grupo EPS, segundo semestre 2015.

Existe un único canal de comercialización en los tres estratos de fincas identificados dentro del Municipio, en el cual interviene el minorista conocido en esta actividad como abastecedor de carne, quien adquiere toda la producción y funge de enlace entre el productor y consumidor final.

Es importante hacer mención, que por ser la comercialización una combinación de actividades que inician desde el productor hasta llegar al consumidor final, en el presente capítulo se menciona a este último ente únicamente para una mayor comprensión, aunque el mismo no intervenga directamente en la crianza y engorde del ganado bovino.

2.7.3.2 Márgenes de comercialización

En el cuadro que a continuación se presenta, se detalla los márgenes de comercialización de la crianza y engorde del ganado bovino según estrato de finca.

Cuadro 7
Municipio de Retalhuleu, Departamento de Retalhuleu
Crianza y Engorde de Ganado Bovino
Márgenes de Comercialización
Año: 2015

Instituciones	Precio de venta Q	Margen bruto Q	Costos de mercadeo Q	Margen neto Q	% Rendimiento sobre inversión	% de participación
Subfamiliares y Multifamiliares Grandes						
Novillas 1 año						
Productor	4,873					58
Minorista	8,366	3,493	94	3,399	70	42
Transporte			80			
Destace			14			
Consumidor final			-			
Totales		3,493	94	3,399		100
Novillos 1 año						
Productor	5,060					59
Minorista	8,641	3,581	94	3,487	69	41
Transporte			80			
Destace			14			
Consumidor final			-			
Totales		3,581	94	3,487		100
Novillas 2 años						
Productor	5,998					60
Minorista	10,021	4,023	94	3,929	65	40
Transporte			80			
Destace			14			

Continúa en la página siguiente...

...viene de la página anterior

Instituciones	Precio de venta Q	Margen bruto Q	Costos de mercadeo Q	Margen neto Q	% Rendimiento sobre inversión	% de participación
Consumidor final				-		
Totales		4,023	94	3,929		100
Novillos 2 años						
Productor	6,185					60
Minorista	10,296	4,111	94	4,017	65	40
Transporte			80			
Destace			14			
Consumidor final				-		
Totales		4,111	94	4,017		100
Subfamiliares						
Novillas 3 años						
Productor	7,122					61
Minorista	11,674	4,552	94	4,458	63	39
Transporte			80			
Destace			14			
Consumidor final				-		
Totales		4,552	94	4,458		100
Novillos 3 años						
Productor	7,310					61
Minorista	11,950	4,640	94	4,546	62	39
Transporte			80			
Destace			14			
Consumidor final				-		
Totales		4,640	94	4,546		100
Microfincas, Subfamiliares y Multifamiliares Grandes						
Vacas						
Productor	7,863					62
Minorista	12,763	4,900	94	4,806	61	38
Transporte			80			
Destace			14			
Consumidor final				-		
Totales		4,900	94	4,806		100

Fuente: investigación de campo Grupo EPS, segundo semestre 2015.

Las novillas y novillos se venden en los estratos de fincas subfamiliar y multifamiliar grande, dentro del proceso interviene el minorista quien es el encargado de comprar el ganado bovino y posteriormente venderlo al consumidor final, él obtiene en promedio un 66% de ganancia sobre su inversión y un 40% de participación durante la comercialización, mientras que el productor

un 60%, confirma así que este último obtiene las mayores utilidades sobre la producción.

En los estratos de microfinca, subfamiliar y multifamiliar grande se comercializan las vacas, en este proceso el minorista alcanza ganancia sobre su inversión y participación de 61% y 38% respectivamente, mientras que el productor obtiene una mayor participación con el 62%.

2.7.3.3 Factores de diferenciación

A continuación se detallan los aspectos para añadir valor, facilitar el acceso y mejorar la eficiencia del proceso de comercialización de la crianza y engorde de ganado bovino.

✓Utilidad de lugar

Los abastecedores de carne a través de las carnicerías satisfacen la necesidad de alimentación porque ofrecen el producto en el lugar adecuado y accesible al consumidor final.

✓Utilidad de forma

A través de las carnicerías los abastecedores ofrecen la carne y las vísceras en diferentes presentaciones para satisfacer los distintos gustos y preferencias del consumidor.

✓Utilidad de tiempo

En la comercialización de la carne bovina, especialmente lo producido a través del estrato multifamiliar grande, se logra tener durante todo el año la disponibilidad adecuada para el consumidor.

✓ **Utilidad de posesión**

Para cubrir la necesidad básica de alimentación, apoyar al consumidor en mantener una dieta equilibrada y para su crecimiento y desarrollo, la carne bovina aporta valiosos nutrientes, como proteínas, vitaminas, minerales y micronutrientes esenciales.

2.8 ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

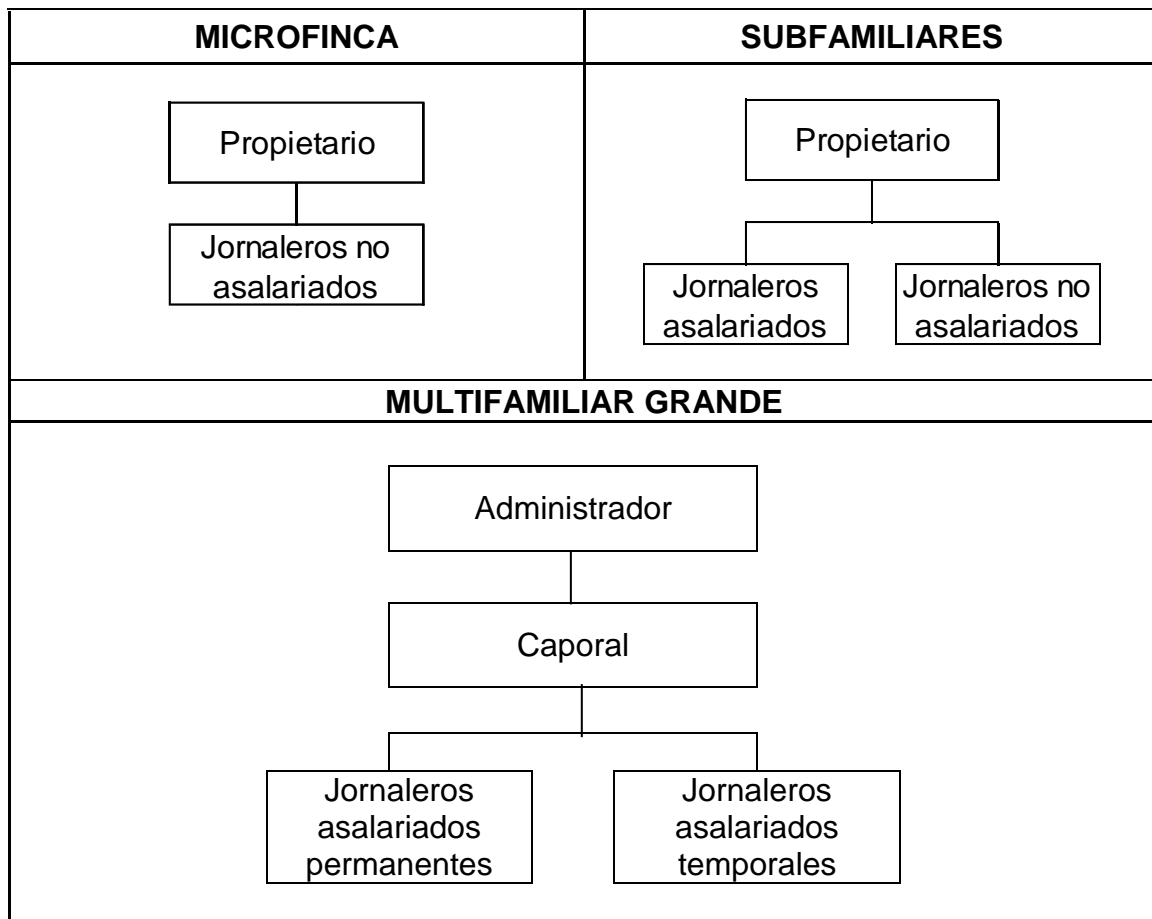
A continuación, se desarrolla la situación actual de la organización empresarial pecuaria en sus distintas actividades.

2.8.1 Estructura organizacional

Se identificaron tres estratos de finca cada una con estructura organizacional diferente, lo cual refleja su capacidad productiva y desarrollo.

La siguiente tabla ilustra la estructura organizativa en las unidades productivas del Municipio.

Tabla 3
Municipio de Retalhuleu, Departamento de Retalhuleu
Crianza y Engorde de Ganado Bovino
Estructura Organizacional
Año: 2015



Fuente: investigación de campo Grupo EPS, segundo semestre 2015.

Como se puede observar, en las microfincas y la subfamiliares en cuanto al nivel estratégico figura el propietario o administrador de la producción; en las fincas subfamiliares en el nivel operativo además de contar con mano de obra familiar adhieren algunos jornaleros asalariados temporales. Su organización es tradicional y carece de la estructura organizacional formal para alcanzar sus objetivos de forma eficiente.

La forma de organización en las fincas multifamiliares grandes es lineal, el dueño realiza el rol de administrador, en el nivel táctico contrata al caporal que supervisa las actividades del nivel operativo, donde se encuentra la mano de obra asalariada permanente.

2.9 GENERACIÓN DE EMPLEO

La crianza y engorde de ganado bovino dentro del Municipio contribuye a la generación de empleo para los habitantes. Según la muestra de la investigación de campo, se reportan 360 empleos entre permanentes y temporales. Se determinó que la principal actividad pecuaria es la crianza y engorde de ganado bovino, que contribuye con el 89% de la producción total.

2.10 PROBLEMÁTICA ENCONTRADA Y PROPUESTA DE SOLUCIÓN

Referente a las unidades económicas del Municipio en estudio, dedicadas a la comercialización de la crianza y engorde de ganado bovino, se detalla a continuación la problemática detectada y la propuesta de solución.

2.10.1 Problemática encontrada

De acuerdo a la investigación de campo realizada, se identificó que el principal problema respecto a la comercialización, es que la mayor parte de ganado bovino consumido dentro del Municipio proviene del departamento de Petén, a pesar que el municipio de Retalhuleu produce suficiente ganado para abastecer el mercado local durante todo el año; esto se debe a que los precios del ganado importado son más bajos.

Según lo indican los ganaderos del municipio de Retalhuleu, el ganado proveniente de Petén, no cumple con las características de calidad necesarias ni se logra obtener la cantidad de libras de carne negociadas.

2.10.2 Propuesta de solución

Ante la problemática encontrada se presenta las siguientes propuestas, la aplicación dependerá de los mismos productores de ganado bovino del Municipio.

- ✓ Continuar con la estrategia de exportación de ganado bovino a municipios aledaños y al altiplano del país, así mismo exportar a nuevos municipios donde la producción de ganado sea insuficiente o nula.

- ✓ Crear relaciones con los abastecedores de carne del mercado local, donde se les explique los beneficios del ganado bovino producido dentro del Municipio; para que conozcan que a pesar que el precio del animal en pie es mayor, la calidad y el aprovechamiento de la carne compensan y hasta superan el mismo.

- ✓ Implementar campañas informativas locales, donde se dé a conocer a la población los beneficios de consumir carne de res y las ventajas socioeconómicas que tiene el Municipio si se adquiere producción local, además de la calidad insuperable del ganado bovino retalteco.

CAPÍTULO III

PROYECTO: PRODUCCIÓN DE CHAMPÚ DE SANDÍA

Durante la investigación de campo se identificó la sandía dentro de la actividad agrícola en el municipio de Retalhuleu, departamento de Retalhuleu, su producción puede ser aprovechada para crear el proyecto denominado producción de champú de sandía.

Se analizó bajo los estudios: de mercado, técnico, administrativo-legal y financiero, los cuales permiten determinar que el proyecto generará fuentes de empleo y mejorará el nivel de vida de la población del Municipio.

3.1 DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Para la producción de champú de sandía, se propone una Cooperativa que pueda llevar a cabo la ejecución del proyecto, lo cual contribuirá a la economía del Municipio.

Se estima que la duración del proyecto será de cinco años y contará con un local arrendado para la producción anual de 21,622 botellas de 750 ml cada una, distribuidas en cajas de 12 unidades; la comercialización estará enfocada hacia el mercado regional que incluye los municipios de Retalhuleu y Champerico, departamento de Retalhuleu y el municipio de Mazatenango, departamento de Suchitepéquez, de esta manera se logrará el abastecimiento del mercado interno y se podrá cubrir parte de la demanda insatisfecha.

3.2 JUSTIFICACIÓN

La producción de champú de sandía no es parte de la diversidad de productos agroindustriales que produce el municipio de Retalhuleu, la producción se centra

en los granos básicos y caña de azúcar; sin embargo, se observó algunas siembras de sandía.

Derivado de lo anterior, se pretende que el proyecto de producción de champú de sandía en el Municipio utilice un 17% del volumen de producción de la misma, lo cual contribuirá a la rentabilidad de las pequeñas siembras de sandía y a la generación de fuentes de empleo.

3.3 OBJETIVOS

Son los fines o propósitos que se persiguen con el proyecto de producción de champú de sandía, se clasifican en general y específicos.

3.3.1 General

Fortalecer el desarrollo socioeconómico del Municipio al generar fuentes de empleo formal, mediante el proyecto producción de champú de sandía, con fundamento en los estudios de mercado, técnico, financiero y administrativo legal.

3.3.2 Específicos

- ✓ Establecer la demanda insatisfecha de champú, para determinar la viabilidad del proyecto.
- ✓ Determinar el proceso de comercialización adecuado para penetrar en el mercado local y regional.
- ✓ Definir si existen los recursos y condiciones para la producción de champú de sandía dentro del municipio de Retalhuleu.
- ✓ Establecer una organización que permita producir de manera eficiente champú de sandía.
- ✓ Identificar los costos y fuentes de financiamiento para el desarrollo del proyecto propuesto.

- ✓ Generar fuentes de empleo formal para fortalecer el desarrollo socioeconómico del Municipio.

3.4 ESTUDIO DE MERCADO

“La finalidad del estudio de mercado es probar que existe un número suficiente de individuos, empresas u otras entidades económicas que, dadas ciertas condiciones, presentan una demanda que justifica la puesta en marcha de un determinado programa de producción, de bienes o servicios, en un cierto período. El estudio debe incluir así mismo las formas específicas que se utilizarán para llegar a esos demandantes”.⁷

Planteado de otra manera, el estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que serán analizados y procesados mediante herramientas estadísticas para determinar la aceptación o rechazo, así como las complicaciones de un producto dentro del mercado.

En el presente estudio se realizan las investigaciones que constituyen el punto de partida para la producción de champú de sandía, se tiene como finalidad determinar los gustos y preferencias del consumidor, establecer el mercado potencial y comprobar la demanda insatisfecha para conocer la factibilidad de llevar a cabo el proyecto en los municipios de Retalhuleu y Champerico, departamento de Retalhuleu y en el municipio de Mazatenango, departamento de Suchitepéquez; así como el desarrollo de la mezcla de mercadotecnia para el producto propuesto.

3.4.1 Identificación del producto

El champú de sandía es un producto que elimina grasa, suciedad y residuos en

⁷ Arboleda Vélez, G. 2014. Proyectos: identificación, formulación, evaluación y gerencia. 2a. ed. México, Alfaomega, p. 84.

todo tipo de cabello; a la vez, humecta, limpia, le da brillo, belleza, docilidad y además deja un extraordinario aroma a sandía.

3.4.1.1 Mercado objetivo

Es el segmento de mercado donde va dirigido el producto. Para la determinación del mercado objetivo del champú de sandía se tomó en consideración la capacidad de compra, edad, gustos y preferencias de la población de los municipios de Retalhuleu y Champerico, departamento de Retalhuleu y en el municipio de Mazatenango, departamento de Suchitepéquez.

A continuación, se presenta el detalle de los elementos de la población y el porcentaje de exclusión:

Tabla 4
Municipios de Retalhuleu y Champerico, Departamento de Retalhuleu y
Municipio de Mazatenango, Departamento de Suchitepéquez
Champú en Presentación de 750 ml
Segmentación de Mercado
Año: 2015

Característica	% Excluido
100% Extrema pobreza	5.37
50% Pobreza	20.97
100% Niños menores 3 años	8.57
50% Gustos y Preferencias	50.00

Fuente: elaboración propia, con base en el Plan de Desarrollo Municipal Retalhuleu, Retalhuleu 2011 – 2025 – SEGEPLAN –, 2011.

Para definir el porcentaje de la población que cumple con las características necesarias y considerarse como mercado meta se aplicó la fórmula siguiente:

$$\text{Fórmula: } 0.94633 \times 0.79033 \times 0.91435 \times 0.50000 = \mathbf{34.19\%}$$

A través de la aplicación de la fórmula anterior, se determinó que se debe delimitar la población en un 34.19%, la cual sirvió de base para proyectar la demanda potencial e insatisfecha.

3.4.2 Oferta

“El estudio de la oferta se refiere al comportamiento de la misma y la definición de las cantidades que ofrecen o pueden proporcionar quienes tienen dentro de sus actividades proveer de bienes o servicios similares al del proyecto”.⁸

3.4.2.1 Oferta histórica y proyectada

La oferta histórica se refiere a la cantidad de producto que estuvo a disposición del consumidor final en años anteriores y la oferta proyectada a la cantidad de producción e importaciones para años futuros que estarán disponibles.

A continuación, se presenta el cuadro que contiene los datos de la oferta histórica y proyectada de champú de sandía en presentación de 750 ml.

Cuadro 8
Municipios de Retalhuleu y Champerico, Departamento de Retalhuleu y
Municipio de Mazatenango, Departamento de Suchitepéquez
Oferta Total Histórica y Proyectada de Productos Substitutos
Período: 2011 – 2020
(cifras en unidades de botellas de 750 ml)

Año	Producción	Importaciones	Oferta total
2011	-	99,665	99,665
2012	-	102,278	102,278
2013	-	104,959	104,959
2014	-	107,717	107,717
2015	-	110,520	110,520
2016	-	113,173	113,173
2017	-	115,887	115,887
2018	-	118,602	118,602
2019	-	121,317	121,317
2020	-	124,032	124,032

Fuente: investigación de campo Grupo EPS, segundo semestre 2015, proyección realizada con el método de mínimos cuadrados cuya fórmula es $Y_c = a + bx$; donde $a = 105,027.80$, y $b = 2,714.90$ para las importaciones, año base 2015. Las marcas de los productos sustitutos son Pantene, Palmolive, Head & Sholders, Herbal Essences, Sedal, Pert Plus, Naturals, entre otras.

⁸ Ibid. p. 88

En el año de la investigación dentro de los Municipios objeto de estudio, no existe producción de champú, la oferta total existente corresponde al 100% de las importaciones de champú en la categoría de productos sustitutos; se encontraron las marcas siguientes: Pantene, Palmolive, Head & Shoulders, Herbal Essences, Sedal, Pert Plus, Naturals, entre otras, todas distribuidas desde la ciudad de Guatemala; datos que fueron extraídos del trabajo de campo a través de entrevistas en las tiendas de barrio o detallistas del lugar, con base a ventas actuales promedio y la cantidad de puntos de venta.

3.4.3 Demanda

“Es la expresión de la forma en la cual una comunidad desea utilizar sus recursos con el objeto de satisfacer sus necesidades, se buscan maximizar su utilidad, bienestar y satisfacción”.⁹

3.4.3.1 Demanda potencial histórica y proyectada

Es la cantidad de productos y servicios adquiridos con anterioridad y que también es probable en los años futuros.

El champú por ser un producto utilizado por toda la familia, cuenta con datos históricos y es posible obtener una proyección de su demanda. Los cálculos para la determinación de la demanda fueron aplicados al total de la población de los tres municipios, dividido en cinco integrantes en promedio que tiene cada familia.

A continuación, se presenta el cuadro que contiene los datos de la demanda potencial por familia.

⁹ Ibid. p. 86

Cuadro 9
Municipios de Retalhuleu y Champerico, Departamento de Retalhuleu y
Municipio de Mazatenango, Departamento de Suchitepéquez
Demanda Potencial Histórica y Proyectada de Champú de Sandía
Período: 2011 – 2020

Año	Población	Familias	Familias delimitadas 34.19%	Consumo por familia de botellas de champú en presentación de 750 ml	Demanda potencial por familia
2011	210,521	42,104	14,395	18	259,110
2012	216,050	43,210	14,773	18	265,914
2013	221,720	44,344	15,161	18	272,898
2014	227,490	45,498	15,556	18	280,008
2015	233,317	46,663	15,954	18	287,172
2016	239,231	47,846	16,359	18	294,462
2017	245,259	49,052	16,771	18	301,878
2018	251,359	50,272	17,188	18	309,384
2019	257,488	51,498	17,607	18	316,926
2020	263,603	52,721	18,025	18	324,450

Fuente: elaboración propia, con base en datos de las Estimaciones de la Población total por municipio, período 2008-2020, del Instituto Nacional de Estadística -INE-, 2008. El consumo per cápita fue el recomendado por la profesional en cosmetología Zoila Estefany Villeda. (Ver anexo 1).

Para el consumo de champú se delimitaron las familias a un 34.19%, lo cual se obtuvo al excluir a toda la población que vive en pobreza extrema, a la mitad que vive en pobreza y a todos los niños menores de tres años, asimismo a la mitad de la población por gustos y preferencias.

El consumo por familia se obtuvo del parámetro de la higiene personal de cada miembro de la familia con fundamento en información proporcionada por la profesional en cosmetología Zoila Estefany Villeda, un champú en presentación de 750 ml es utilizado por cinco miembros de la familia, cada uno usa en promedio 7.5 ml diarios, equivalente a 3.65 botellas por integrante y 18 en

promedio por familia al año. (Ver anexo 1). Con la delimitación realizada y el consumo se pudo obtener la demanda potencial por familia.

El cuadro demuestra la existencia de una amplia demanda potencial para el champú de sandía, la cual incrementa de acuerdo al crecimiento interanual de la población según las proyecciones del INE, que oscila entre el 2.37 y 2.63%.

3.4.3.2 Consumo aparente histórico y proyectado

Están representados por la producción local más las importaciones, restándoles las exportaciones que ocurren en los Municipios estudiados; para efecto del presente proyecto no se cuenta con producción local ni exportaciones, por este motivo el consumo aparente únicamente lo integran las importaciones de champú, como se muestra en el cuadro siguiente.

Cuadro 10
Municipios de Retalhuleu y Champerico, Departamento de Retalhuleu y
Municipio de Mazatenango, Departamento de Suchitepéquez
Consumo Aparente Histórico y Proyectado de Productos Substitutos
Período: 2011 – 2020
(cifras en unidades de botellas de 750 ml)

Año	Producción	Importación	Exportación	Consumo aparente
2011	-	99,665	-	99,665
2012	-	102,278	-	102,278
2013	-	104,959	-	104,959
2014	-	107,717	-	107,717
2015	-	110,520	-	110,520
2016	-	113,173	-	113,173
2017	-	115,887	-	115,887
2018	-	118,602	-	118,602
2019	-	121,317	-	121,317
2020	-	124,032	-	124,032

Fuente: elaboración propia, con base en el cuadro 8.

El consumo aparente de los Municipios objeto de estudio está sujeto al 100% de las importaciones que realizan los comerciantes en esta categoría de productos, en la actualidad se establece que la población no participa en la elección de la marca, presentación y calidad de los productos que se ofertan para su consumo.

3.4.3.3 Demanda insatisfecha histórica y proyectada

Se refiere a los productos y servicios que no han sido accesibles para la población o bien no satisfacen las necesidades de los consumidores. Ésta se obtiene al restar el consumo aparente de la demanda potencial.

A continuación, se presenta el cuadro de demanda insatisfecha histórica y proyectada de champú dentro de los Municipios estudiados.

Cuadro 11
Municipios de Retalhuleu y Champerico, Departamento de Retalhuleu y
Municipio de Mazatenango, Departamento de Suchitepéquez
Demanda Insatisfecha Histórica y Proyectada de Champú de Sandía
Período: 2011 – 2020
(cifras en unidades de botellas de 750 ml)

Año	Demanda potencial	Consumo aparente	Demanda insatisfecha
2011	259,110	99,665	159,445
2012	265,914	102,278	163,636
2013	272,898	104,959	167,939
2014	280,008	107,717	172,291
2015	287,172	110,520	176,652
2016	294,462	113,173	181,289
2017	301,878	115,887	185,991
2018	309,384	118,602	190,782
2019	316,926	121,317	195,609
2020	324,450	124,032	200,418

Fuente: elaboración propia, con base en los cuadros 9 y 10.

De acuerdo a lo reflejado en los datos anteriores, el consumo aparente únicamente corresponde al 38% de la demanda potencial, se encontró una

demanda insatisfecha del 62%, por lo que se puede afirmar que existe una alta probabilidad de aceptación dentro de los gustos y preferencias del consumidor.

Se determina la viabilidad del proyecto de champú de sandía y permite continuar con la propuesta planteada, a la vez motiva a buscar una participación de mercado más amplia conforme se acredite el producto. La demanda insatisfecha se estableció conforme la oferta de los productos sustitutos, para el presente proyecto se pretende cubrir de la misma el 12% promedio.

3.4.4 Precio

“El precio es el valor, expresado en dinero, de un bien o servicio ofrecido en el mercado. Es uno de los elementos fundamentales de la estrategia comercial en la definición de rentabilidad del proyecto, pues es el que define en última instancia el nivel de ingresos”.¹⁰

Debido a que en el año de investigación dentro de los Municipios objeto de estudio no existe producción de champú de sandía, se identificó un precio promedio de Q. 50.00 en la categoría de productos similares. Por lo cual, se establecerá un precio menor al mismo para que sea atractivo y competitivo dentro del mercado.

3.4.5 Comercialización

Es el proceso mediante el cual el producto llega desde el productor hasta el consumidor final en el tiempo, sitio y forma como este último lo desee. Este inicia cuando el producto se coloca a la venta y finaliza al ser adquirido por el consumidor final. Por ser el champú de sandía un producto agroindustrial, el tema de comercialización se desarrollará a través de la mezcla de mercadotecnia en el capítulo IV del presente informe.

¹⁰ Ibid. p. 88

3.5 ESTUDIO TÉCNICO

Permite realizar el análisis de la factibilidad del proyecto ya que presenta los principales elementos de su producción, así como obtener una efectiva utilización de los recursos en la producción, costos y factibilidad técnica de la producción de champú.

3.5.1 Localización

Para el desarrollo del proyecto se tomará como base la facilidad de acceso a la materia prima, insumos, mano de obra y comercialización del producto, donde logre generar la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital aportado por los asociados.

3.5.1.1 Macrolocalización

El proyecto se llevará a cabo en el municipio de Retalhuleu, departamento de Retalhuleu el cual se encuentra situado en la región VI o región Sur Occidental, limita al norte con Quetzaltenango, al sur con el Océano Pacífico, al este con Suchitepéquez y al oeste con San Marcos y Quetzaltenango.

3.5.1.2 Microlocalización

La ubicación específica para la producción de champú de sandía será la Cabecera Municipal. Para el efecto, las instalaciones se ubicarán en la sexta calle y cuarta avenida zona uno del municipio de Retalhuleu, ideal para la cantidad que se pretende producir, debido a que el recurso humano, materia prima y las herramientas rudimentarias necesarias que se utilizarán en el proceso productivo se encuentran concentrados en esta área.

3.5.2 Tamaño

Para determinar el tamaño del proyecto se hizo un análisis sobre la demanda no cubierta, de la mano de obra y la disponibilidad de materia prima. El estudio del

tamaño del proyecto permite determinar el monto de las inversiones y el nivel de operación que, a su vez, permitirá cuantificar los costos de funcionamiento y los ingresos proyectados. El volumen de producción de champú de sandía durante los cinco años de vida útil del proyecto es de 108,110 unidades.

3.5.3 Volumen y valor de la producción

Para llevar a cabo el proyecto deberá tomarse en consideración la proyección de producción y venta del producto a desarrollar, así como la existencia de las materias primas fundamentales. Para la producción de champú de sandía deberá utilizarse ingredientes químicos, sandías grandes y maduras que se tendrá a bien comprar en la localidad; para ello se evaluó la existencia de los ingredientes necesarios.

Se identificó una unidad productora de sandía, que genera una producción anual de 10,000 sandías; lo que garantiza el abastecimiento de la materia prima base para su transformación.

Para la producción de champú de sandía es necesario utilizar dos sandías por cada 25 botellas de champú; para cumplir con la proyección de producción se tiene un requerimiento de 1,716 sandías maduras y grandes, lo que representa el 17% del volumen de producción de sandía identificado en el municipio de Retalhuleu.

En este apartado se hace la proyección de la producción para los cinco años de vida que se consideran para el proyecto, esto quiere decir que la viabilidad se estudiará para este período, pero la producción puede durar más tiempo, siempre que mantenga sus condiciones de rentabilidad mínima aceptada.

A continuación, se presenta el volumen y valor de la producción proyectada de champú de sandía.

Cuadro 12
Municipio de Retalhuleu, Departamento de Retalhuleu
Proyecto: Producción de Champú de Sandía
Volumen y Valor de la Producción Proyectado
Años: 1-5

Año	Producción anual en unidades	Merma 1%	Volumen en unidades	Precio de venta Q.	Valor Q
1	21,622	216	21,406	26.00	556,556
2	21,622	216	21,406	26.00	556,556
3	21,622	216	21,406	26.00	556,556
4	21,622	216	21,406	26.00	556,556
5	21,622	216	21,406	26.00	556,556
Totales	108,110	1,080	107,030		2,782,780

Fuente: investigación de campo Grupo EPS, segundo semestre 2015.

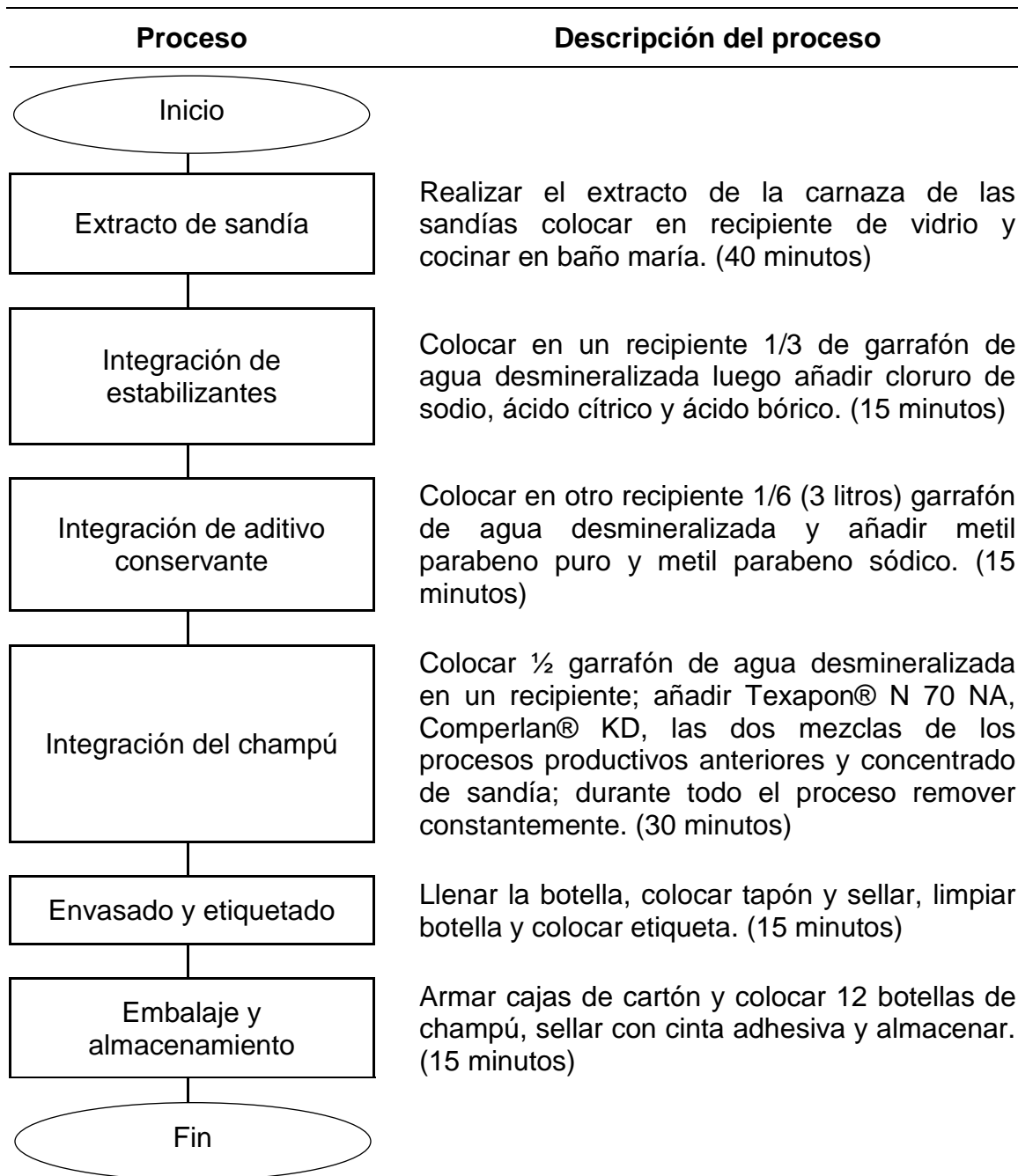
En el cuadro anterior se da a conocer la producción en unidades proyectada para cinco años, se muestra que se ha considerado una merma del uno por ciento, así como el precio de venta de Q. 26.00 la unidad, dirigido a distribuidores detallistas.

3.5.4 Proceso productivo

Detalla la secuencia de actividades que se deberán realizar en el proceso de producción de champú de sandía, que permita la buena realización de cada uno de los pasos necesarios para la obtención del producto terminado.

A continuación, se muestra en forma gráfica para una mejor comprensión los pasos y procesos desde el inicio hasta la finalización de la producción del producto.

Gráfica 1
Municipio de Retalhuleu, Departamento de Retalhuleu
Proyecto: Producción de Champú de Sandía
Flujograma del Proceso Productivo
Año: Uno



Fuente: elaboración propia, con base en las Normas ANSI según Franklin, E. B. libro de Organización de Empresas, Análisis, Diseño y Estructura, 1998. p. 193. E investigación realizada en el portal de los ingenieros químicos en español, fórmula para fabricar champú.

Este flujograma ha sido diseñado con el objetivo de guiar a los operarios durante el proceso productivo, éste indica cada actividad de forma detallada y el tiempo en minutos que se tiene para realizarse, el proceso productivo es por ciclo y la producción diaria contempla tres ciclos, cada uno de 130 minutos, con un total de 390 minutos que equivale a seis horas cincuenta minutos de tiempo efectivo de trabajo, se contempla una hora cincuenta minutos de tiempo de holgura por cualquier imprevisto en el día; con una producción diaria de 75 unidades. Este flujograma debe ser entregado y explicado al momento de la inducción y capacitación del puesto de trabajo.

Es importante mencionar que los dos operarios realizan los seis procesos básicos para la producción de champú de sandía. (Ver anexo 2).

3.5.5 Buenas prácticas de manufactura

Con el fin de apoyar en la obtención de un producto de calidad y mantener un lugar de trabajo seguro y minimizar el riesgo de accidentes laborales dentro de las instalaciones de la Cooperativa, durante la producción de champú SandiPlus, los operarios deberán cumplir estrictamente con lo siguiente:

- ✓ Portar bata de trabajo.
- ✓ Usar redecilla para cubrir todo el cabello.
- ✓ Utilizar lentes protectores para seguridad de los ojos.
- ✓ Usar guantes desechables.
- ✓ Portar ropa limpia.
- ✓ Usar calzado limpio y apropiado.
- ✓ Mantener en todo momento manos limpias y desinfectadas.
- ✓ Reportar heridas o cortadas al administrador.

Asimismo, quedará estrictamente prohibido lo siguiente:

- ✓ Usar aretes, tanto mujeres como hombres.

- ✓ Comer o tomar en el espacio físico de producción.
- ✓ Fumar dentro de las instalaciones.
- ✓ Usar perfumes.
- ✓ Usar anillos, pulseras y relojes.
- ✓ Uso de uñas largas y/o esmalte.
- ✓ Uso de celular durante el proceso.

En contribución con las buenas prácticas de manufactura, también se tendrá un botiquín de emergencia que estará a disposición de los trabajadores durante la jornada laboral, el cual tendrá todos los insumos necesarios que permitan realizar procedimientos sencillos que ayuden a brindar primeros auxilios en caso de accidentes.

3.5.6 Requerimientos técnicos

Se refieren a la estimación de recursos como, mano de obra que se debe tomar en cuenta para llevar a cabo el proyecto, considerar la capacidad y los objetivos de la producción que se tenga contemplado en el mismo.

A continuación, se detalla cada uno de los recursos que se utilizarán para la producción de champú de sandía.

3.5.6.1 Materia prima

Son los ingredientes necesarios a utilizar en el proceso que serán manipulados y transformados para la producción de champú de sandía, tales como: sandía, agua desmineralizada, Texapon® N-70 NA, Comperlan® KD, metil parabeno puro, metil parabeno sódico, cloruro de sodio, ácido cítrico y ácido bórico.

3.5.6.2 Mano de obra

Es el recurso humano que interviene para iniciar y finalizar el proceso de producción, la cual estará conformada por dos operarios del departamento de producción, quienes tendrán la responsabilidad de todo el proceso de producción, desde el inicio hasta el empaque del producto.

3.5.6.3 Costos indirectos variables

Son los elementos complementarios para el proceso productivo del champú de sandía, tales como: botella PVC blanca 42GR de 750 ml, tapa flip top, etiqueta plástica adherible, tiras reactivas PH, cajas de cartón y gas propano.

3.5.6.4 Inmueble

Es el lugar e instalaciones donde se llevará a cabo el proceso de producción, la cual estará ubicada en la sexta calle y cuarta avenida zona uno del municipio de Retalhuleu.

3.5.6.5 Mobiliario y equipo

Son los bienes muebles donde se desarrollará la actividad administrativa de la Cooperativa, conformado por un escritorio y una silla secretarial.

3.5.6.6 Equipo de producción

Es el equipo necesario donde se desarrollará el proceso productivo, tales como dos mesas de trabajo, estantería, balanza, olla de 16 litros, estufa industrial, cilindro de gas y sus accesorios, indispensables para la producción del champú.

3.5.6.7 Equipo de computación

Conformado por una computadora de escritorio y una impresora donde se desarrollará el trabajo administrativo, fundamental para lograr la producción, promoción, distribución y venta del champú.

A continuación, se presenta el cuadro con el detalle de los requerimientos necesarios para el desarrollo del proceso productivo de la producción de champú de sandía para el primer mes.

Tabla 5
Municipio de Retalhuleu, Departamento de Retalhuleu
Proyecto: Producción de Champú de Sandía
Requerimientos Técnicos
Año: Uno

Descripción	Unidad de medida	Cantidad
Materia Prima		
Sandía	Unidad	143.00
Agua desmineralizada	Garrafón 18.9 lts	72.00
Texapon® N 70 NA	Kilogramo	135.17
Comperlan® KD	Galón	78.73
Metil parabeno puro	Kilogramo	0.83
Metil parabeno sódico	Kilogramo	0.83
Cloruro de sodio	Kilogramo	56.33
Ácido cítrico	Kilogramo	0.50
Ácido bórico	Kilogramo	0.33
Mano de obra		
Extracto de sandía	Días	16.00
Integración de estabilizantes	Días	6.00
Integración de aditivo conservante	Días	6.00
Integración de champú	Días	12.00
Envasado y etiquetado	Días	6.00
Embalaje y almacenamiento	Días	6.00
Costos indirectos variables		
Tiras reactivas PH	Caja	1.00
Botella 750 ml	Unidad	1,802.00
Tapón	Unidad	1,802.00
Etiqueta	Unidad	1,802.00
Cajas de cartón	Unidad	150.00
Gas propano	Cilindro 25 lbs	1.00
Inmueble		
Arrendamiento de inmueble	Mes	1.00
Mobiliario y equipo		
Escritorio	Unidad	1.00
Silla secretarial	Unidad	1.00
Equipo de producción		
Mesa de trabajo	Unidad	2.00

Continúa en la página siguiente...

...viene de la página anterior

Descripción	Unidad de medida	Cantidad
Estantería	Unidad	3.00
Balanza	Unidad	1.00
Olla 16 litros	Unidad	1.00
Estufa industrial 2 hornillas	Unidad	1.00
Cilindro de gas y accesorios	Unidad	1.00
Equipo de computación		
Computadora de escritorio	Unidad	1.00
Impresora	Unidad	1.00

Fuente: elaboración propia, con base en investigación realizada en el portal de los ingenieros químicos en español, fórmula para fabricar champú.

En el cuadro anterior se detallan los requerimientos técnicos necesarios para la producción de champú; tales como: materia prima, mano de obra, costos indirectos variables, inmueble, mobiliario y equipo, equipo de producción y equipo de computación, a utilizar para el funcionamiento del proyecto.

3.6 ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

Consiste en determinar los aspectos organizativos que deberá considerar una cooperativa para su establecimiento.

3.6.1 Tipo y denominación

Dicha organización estará integrada por 20 asociados, los cuales serán los beneficiados del crecimiento individual que se obtenga, la organización propuesta es una cooperativa de producción de sandía denominada Cooperativa Integral de Productores de Champú de Sandía La Unión de Retalhuleu Responsabilidad Limitada COUR, R.L se fundamentará en la Ley de Cooperativas Artículo 3, 6 y 7, Decreto 82-78.

3.6.2 Nombre comercial

Como nombre comercial se designó el siguiente: Cooperativa Integral de Productores de Champú de Sandía La Unión de Retalhuleu Responsabilidad Limitada COUR, R.L.

3.6.3 Localización

El proyecto se desarrollará en el municipio de Retalhuleu, departamento de Retalhuleu, debido a la accesibilidad de las materias primas, insumos, mano de obra, comercialización y distribución en los municipios de Champerico y Mazatenango.

3.6.4 Justificación

La Cooperativa Integral de Productores de Champú de Sandía La Unión de Retalhuleu Responsabilidad Limitada COUR, R.L, surge con el propósito de promover el desarrollo de las microfincas y fincas subfamiliares productoras de sandía de las diferentes comunidades del municipio de Retalhuleu, del departamento de Retalhuleu, bajo los principios de compromiso, eficiencia, productividad y perseverancia, con la finalidad de aprovechar las cosechas independientes en beneficio de los pobladores, generar fuentes de empleo y disponer de garantías para obtener recursos financieros para los asociados de la Cooperativa.

3.6.5 Marco jurídico

La Cooperativa estará regulada en su organización y funcionamiento a través de normas externas e internas, las que permitirán que la organización tenga base legal adecuada para iniciar sus operaciones.

3.6.5.1 Normativa externa

Indican los aspectos jurídicos que deberán regir la Cooperativa, necesarios para su formación y ejecución. Para que la Cooperativa goce de personalidad jurídica y pueda realizar actividades operativas, será necesario cumplir con la normativa vigente, que se menciona a continuación:

- ✓ Ley General de Cooperativas, Decreto Legislativo Número 82-78 y su reglamento Acuerdo Gubernativo Número M. de E. 7-79.
- ✓ Código de Comercio, Decreto 2-70.
- ✓ Código de Trabajo, Decreto 1441.
- ✓ Ley de Actualización Tributaria, Decreto 10-2012.
- ✓ Ley del Impuesto al Valor Agregado 27-92 y su reforma Decreto 4-2012.
- ✓ Ley Orgánica del Instituto Guatemalteco de Seguridad Social, Decreto 295.
- ✓ Ley de Aguinaldos, Decreto 76-78.
- ✓ Ley de Bonificación e Incentivo Anual, Decreto 37-2001.
- ✓ Código de Salud, Decreto 90-97, del Congreso de la República de Guatemala.
- ✓ Reglamento de Salud y Seguridad Ocupacional, Acuerdo Gubernativo 229-2014 y sus reformas Acuerdos Gubernativos 51-2015 y 199-2015.

3.6.5.2 Normativa interna

Las normas internas de la organización serán dictaminadas por la Asamblea General de la Cooperativa, las cuales tendrán que detallarse en los diferentes manuales y reglamentos de la Cooperativa, tales como:

- ✓ Reglamento interno, en el cual se establecen las instrucciones básicas para el funcionamiento administrativo.
- ✓ Políticas, disposiciones para la toma de decisiones en cuanto a establecer los precios y créditos.
- ✓ Manuales administrativos de organización, contiene información detallada referente a los antecedentes, legislación, atribuciones, estructura orgánica, funciones, organigrama, nivel jerárquico, grado de autoridad y responsabilidad, así como los canales de comunicación y coordinación de la organización.

- ✓ Manual de normas y procedimientos, son los medios a través de los cuales se transmitirá de forma ordenada y sistemática la información y las instrucciones a seguir por el personal involucrado en las actividades.
- ✓ Manual de organización, es un instrumento técnico de trabajo que se utiliza con el fin de mejorar la gestión de la administración de recursos humanos, permite fundamentar los procesos de reclutamiento y selección de personal, orienta a los jefes del tipo de tareas que deben realizarse en los diferentes puestos y procesos de trabajo.

A continuación, se describen algunas disposiciones internas y externas que regirán a la cooperativa COUR, R.L.

- ✓ Procurar el mejoramiento social y económico de sus miembros mediante el esfuerzo común.
- ✓ Ser de duración indefinida y de capital variable, formado por aportaciones nominativas de igual valor, transferibles sólo entre los asociados.
- ✓ Funcionar conforme a los principios de libre adhesión, retiro voluntario, interés limitado al capital, neutralidad política y religiosa e igualdad de derechos y obligaciones de todos sus miembros.
- ✓ Conceder a cada asociado un solo voto, cualquiera que sea el número de aportaciones que posea. El ejercicio del voto podrá ser delegado, cuando así lo establezcan los Estatutos.
- ✓ Distribuir los excedentes y las pérdidas, en proporción a la participación de cada asociado en las actividades de la Cooperativa.
- ✓ Establecer un fondo de reserva irrepartible entre los asociados.

3.6.6 Objetivos

Dentro de los objetivos que se pretenden alcanzar con la creación de la Cooperativa Integral de Productores de Champú de Sandía La Unión de

Retalhuleu Responsabilidad Limitada COUR, R.L, se puede mencionar los siguientes:

3.6.6.1 Objetivo general

Planificar, dirigir, organizar y desarrollar el proyecto de producción de champú de sandía, con ello promover el desarrollo para las familias del municipio de Retalhuleu, departamento de Retalhuleu, que realizan siembras de sandía de forma individual o independiente y no cuentan con una estructura para su comercialización.

3.6.6.2 Específicos

- ✓ Contribuir al desarrollo socioeconómico de los miembros de la Cooperativa e incrementar la capacidad de ayuda a través del esfuerzo productivo y el trabajo en equipo entre los asociados.
- ✓ Crear fuentes de trabajo para el Municipio que permitan mejorar el nivel de vida de los interesados y de la comunidad en general.
- ✓ Establecer los mecanismos necesarios para la correcta administración de la organización y sus recursos.

3.6.7 Funciones generales de la organización propuesta

Las Cooperativas debidamente constituidas, son asociaciones titulares de una cooperativa económica al servicio de sus asociados, que se rigen en su organización y funcionamiento por las disposiciones de la Ley General de Cooperativas. Tiene personalidad jurídica propia y distinta de la de sus asociados, al estar inscritas en el Registro de Cooperativas.

La función general de COUR, R. L. es la producción y comercialización de champú de sandía, en botella de 750 ml, con la intención de generar empleo para los habitantes del Municipio y utilidades a los asociados.

3.6.8 Estructura organizacional

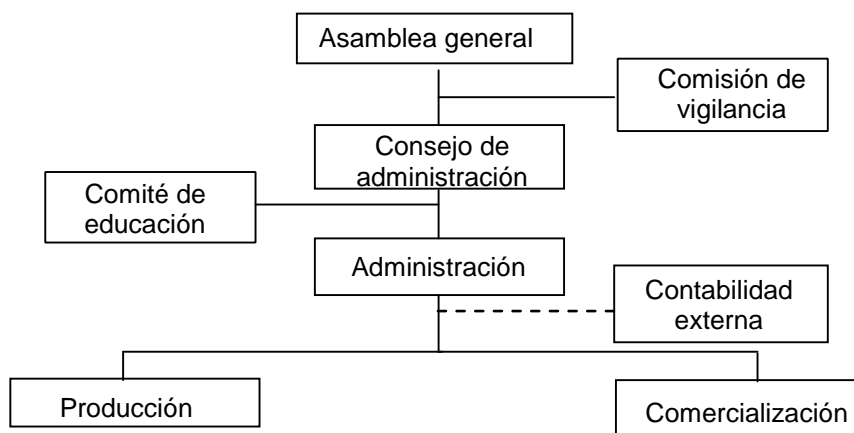
Se refiere al tipo legal de organización más conveniente para el proyecto de inversión que se propone.

El propósito de una estructura organizacional es establecer el rol que han de desarrollar los miembros de una entidad, para ocuparse juntos de forma eficiente y así alcanzar las metas fijadas. En tal sentido, una adecuada estructura y forma de diseño para la Cooperativa, conllevará al cumplimiento óptimo de las funciones y actividades del proyecto; de igual manera a la adaptación de nuevos proyectos y necesidades futuras.

3.6.8.1 Diseño estructural

Consiste en determinar la estructura orgánica dentro de una organización; esta labor le corresponde a los altos mandos del nivel estratégico, los cuales se encargan del diseño idóneo de la organización, quienes toman en cuenta la actividad económica y el giro del negocio. Para la ejecución del proyecto se contempló la integración de una Cooperativa de productores de sandía precedida por una asamblea general de asociados, para lo cual la estructura recomendada es la siguiente:

Gráfica 2
Municipio de Retalhuleu, Departamento de Retalhuleu
Proyecto: Producción de Champú de Sandía
Organigrama Estructural Propuesto
Cooperativa Integral de Productores de Champú de Sandía La Unión de
Retalhuleu Responsabilidad Limitada COUR, R.L.
Año: 2015



Fuente: elaboración propia, con base en el Artículo 12 de Ley General de Cooperativas, Decreto Legislativo Número 82-78 y Artículo 3 de su Reglamento Acuerdo Gubernativo Número 7-79.

Esta estructura se adecua al régimen administrativo según artículo 12 de la Ley General de Cooperativas y artículo 3 de su Reglamento, donde indica que las cooperativas tendrán como órganos sociales: la asamblea general, el consejo de administración, la comisión de vigilancia y un comité de educación.

3.6.8.2 Sistema de organización

Es una combinación de organización lineal y funcional. Lineal porque la responsabilidad y autoridad se transmite a través de un sólo jefe para cada función especial como lo es el caso de la Asamblea General, quien emana las instrucciones a seguir. Funcional, la especialización de cada actividad en una función, para esta Cooperativa serán Administración, Producción y Comercialización.

3.6.8.3 Funciones básicas de las unidades administrativas

A continuación, se describen las funciones básicas de las unidades administrativas propuestas:

✓ Asamblea general

Es la autoridad suprema de la Cooperativa. Sus acuerdos obligan a todos los socios, presentes y ausentes. Dentro de las principales funciones están las siguientes:

- Aprueba, modifica e interpreta el Estatuto.
- Elige y remueve a los miembros de consejos y comités.
- Examina la gestión administrativa, financiera y económica.
- Establece el aporte mínimo que debe suscribir el socio.
- Dispone investigaciones y auditorías.
- Resuelve reclamos de los socios.
- Impone sanciones a directivos y delegados.
- Acuerda transformación, fusión o disolución.

✓ Comisión de vigilancia

Representa los intereses de todos los asociados, dentro de las principales funciones están las siguientes:

- Vigilar que la administración de los recursos y los gastos, así como las operaciones, se hagan de acuerdo con el marco jurídico que regula la Cooperativa.
- Practicar la auditoría de los estados financieros y comprobar, cuando lo estime conveniente, los avalúos de los bienes materia de operación de la Cooperativa.

- Proponer a la Asamblea y al Consejo de Administración, en su caso, las medidas que juzgue convenientes para mejorar el funcionamiento de la Cooperativa.
- La comisión de vigilancia no podrá intervenir en los actos del Consejo de Administración y del Administrador.
- En los casos que a su juicio lo ameriten, citar a Asamblea General.

✓ **Consejo de administración**

El consejo de administración tiene a su cargo la administración superior de los negocios, representa judicial y extrajudicialmente a la Cooperativa para el cumplimiento del objeto social, sin perjuicio de la representación que compete al administrador. Principales funciones:

- Elaborar planes y proyectos para el desarrollo de las actividades económicas y sociales de la Cooperativa.
- Elaborar el presupuesto de ingresos y gastos del ejercicio económico para el cual ha sido elegido.
- Reglamentar de acuerdo con los Estatutos:
 - Las sesiones del Consejo.
 - Los servicios de la Cooperativa.
 - Las ventas a crédito.
 - La inversión de fondos.
 - Las medidas de seguridad para los trabajadores socios o no socios.
 - La inversión de fondos.
 - La fiscalización económica por parte de los socios.
 - Determina el sueldo del administrador y demás empleados.
 - Convoca Asamblea General, ordinaria o extraordinaria.
 - Dicta las resoluciones y acuerdos de la Cooperativa.
 - Supervisa el desempeño del personal y equipo de la Cooperativa.

✓ **Comité de educación**

En toda cooperativa es obligatorio el Comité de Educación, tiene la responsabilidad de impulsar permanentemente la capacitación integral de todos los socios de la Cooperativa y de los miembros de la comunidad donde funciona; esta capacitación y formación debe contemplar todos los aspectos necesarios para el desarrollo y fortalecimiento de la misma, como cooperativa económica de interés social y administración democrática.

✓ **Administración**

La administración, estará a cargo de un administrador, quien será el ejecutor de los acuerdos y órdenes del Consejo de Administración, representará legalmente a la Cooperativa. Entre sus principales funciones están:

- Negociación y compra de materiales e insumos.
- Control e inventario de materia prima, insumos y accesorios.
- Entregar materiales e insumos.
- Llevar el control de caja y bancos.
- Realizar un informe semanal de:
 - Inventarios de materias primas y producto terminado.
 - Facturación, compras y cuentas por pagar.

✓ **Contabilidad externa**

Se utilizará los servicios de un contador autorizado en la SAT; de forma externa para llevar la operación contable de acuerdo a la legislación vigente. Sus principales funciones son:

- Mantener los registros contables actualizados de forma permanente.
- Brindar asesoría tributaria a la medida del giro del negocio.
- Atender en forma personalizada las citaciones y auditorías de la SAT.

- Promover el cumplimiento en la práctica de los principios básicos que rigen toda cooperativa.
- Promover la integración de la Cooperativa con la comunidad.
- Promover la integración económica y social de la Cooperativa con otras cooperativas, entidades similares y organismos auxiliares del cooperativismo.

✓ **Departamento de producción**

Estará integrado por un encargado de producción y dos operarios, quienes realizarán las actividades con base a los procesos establecidos. El departamento será coordinado y supervisado por el encargado de producción.

✓ **Departamento de comercialización**

El proceso comercial estará a cargo de un vendedor quien hará la labor de preventa y entrega del producto con su propio vehículo. Asimismo, será responsable de realizar un reporte rutinario de ventas y de las actividades promocionales del producto.

3.6.9 Recursos necesarios

Estos son todos los componentes humanos, físicos y financieros necesarios para la producción de champú de sandía, entre estos se encuentran los siguientes:

3.6.9.1 Humanos

La Cooperativa se integrará por 20 asociados, un administrador, un encargado de producción, dos operarios y un vendedor; también contará con un contador externo. (Ver organigrama estructural propuesto, gráfica 2, página 85).

3.6.9.2 Financieros

El recurso financiero necesario asciende a la cantidad de Q. 60,589.00, el 30% corresponde a la inversión fija y 70% corresponde a capital de trabajo; con la aportación de los asociados y financiamiento bancario se obtendrán los recursos financieros. (Ver inversión total, cuadro 15, página 97).

3.6.9.3 Materiales

Los recursos materiales están integrados por equipo de producción, cómputo y mobiliario; representa el 62% de la inversión fija. (Ver inversión fija, cuadro 13, página 93).

3.6.10 Proyección de la organización

Son los alcances que se pretenden con el funcionamiento de la organización, al desarrollarse el proyecto se beneficiará a los integrantes de la Cooperativa, así como al municipio de Retalhuleu.

3.6.10.1 Económica

Al estar organizados en una cooperativa, les permitirá tener mayores beneficios económicos, derivado que podrán contar con mayor capital propio y acceso a financiamiento con el cual podrán generar mayor utilidad.

3.6.10.2 Social

La organización de los productores es de beneficio para la comunidad, porque los objetivos de la Cooperativa están encaminados al mejoramiento social, fomentar la participación, búsqueda del mejoramiento y el desarrollo del Municipio, ayudará a incrementar las fuentes de trabajo y mejorar las condiciones de vida.

3.6.10.3 Cultural

El comité de educación tiene la responsabilidad de impulsar permanentemente la capacitación integral de todos los socios de la Cooperativa y de los miembros de la comunidad, de esa manera habrá un crecimiento cultural en el Municipio.

3.6.11 Aplicación del proceso administrativo

El proceso administrativo está integrado por la planeación, organización, integración, dirección y control. Si la Cooperativa aplica los elementos del proceso administrativo tendrá un desempeño proyectado, uso adecuado de los recursos, crecimiento y las utilidades esperadas para los asociados.

3.6.11.1 Planeación

En este documento se presentan las bases para desarrollar un adecuado proceso de planeación, lo importante es definir con claridad los principales objetivos y propósitos de la Cooperativa, definir los recursos necesarios, establecer procedimientos y políticas para el desarrollo de todas las actividades.

3.6.11.2 Organización

Establece la forma y estructura de cómo participarán todos y cada uno de los miembros de la Cooperativa y su función durante determinado periodo, aquí se establecen los niveles de jerarquía y responsabilidad.

3.6.11.3 Integración

Se refiere a la función que desarrollará cada miembro de la Cooperativa, ya sea asociado o colaborador, durante la integración se desarrollan los perfiles de cada cargo y puesto de trabajo con base a las necesidades y objetivos de cada área.

3.6.11.4 Dirección

Dentro del proceso administrativo se define a las personas que deberán ejercer la función de dirección, en toda cooperativa debe existir un consejo de administración integrado por cinco socios, son ellos los responsables del cumplimiento del objeto social, elaborar planes, proyectos y presupuestos para el desarrollo de las actividades económicas y sociales de la Cooperativa.

3.6.11.5 Control

Es la herramienta que permite evaluar si las actividades que se desarrollan están encaminadas al cumplimiento de objetivo social y económico que la Cooperativa estableció al momento de su fundación. Consiste en medir y corregir el desempeño individual y organizacional para garantizar el cumplimiento de lo planificado. Debe aplicarse controles administrativos y financieros, que permitan evaluar de forma objetiva el trabajo de cada área, con el propósito de mejorar, corregir o formular nuevos planes.

Dentro la estructura organizacional diseñada con base a Ley de Cooperativas existe una comisión de vigilancia que representa los intereses de todos los asociados, con el objetivo de realizar las actividades de control que establece las leyes del país.

3.7 ESTUDIO FINANCIERO

“El estudio financiero brinda un panorama inicial de los ingresos y egresos con respecto a la inversión a realizar en un proyecto de inversión”.¹¹ Pretende determinar el total de la inversión, el análisis de los aspectos contables y financieros con el fin de establecer índices de riesgo. Sirve de base para decidir sobre la inversión, establecer la necesidad de financiamiento interno o externo.

¹¹ Casia, M. 2009. Guía para la Preparación y Evaluación de Proyectos con un enfoque Administrativo. 4a. ed. Guatemala, Corporación JASD, p. 52.

3.7.1 Inversión fija

Son los activos tangibles e intangibles necesarios para llevar a cabo el proyecto, los cuales forman parte de la inversión. A continuación, se muestra el detalle de los activos que se utilizarán para realizar las actividades administrativas y productivas.

Cuadro 13
Municipio de Retalhuleu, Departamento de Retalhuleu
Proyecto: Producción de Champú de Sandía
Inversión Fija
Año: Uno
(cifras en quetzales)

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Precio unitario	Total
Tangible				11,269
Mobiliario y equipo				775
Escritorio	Unidad	1	550	550
Silla secretarial	Unidad	1	225	225
Equipo de Producción				8,744
Mesa de trabajo	Unidad	2	1,100	2,200
Estantería	Unidad	3	800	2,400
Balanza	Unidad	1	299	299
Olla 16 litros	Unidad	1	685	685
Estufa industrial 2 hornillas	Unidad	1	2,850	2,850
Cilindro de gas y accesorios	Unidad	1	310	310
Equipo de computación				1,750
Computadora de escritorio	Unidad	1	1,500	1,500
Impresora	Unidad	1	250	250
Intangible				7,000
Gastos de organización	Asociado	20	100	2,000
Gastos de legalización		1	5,000	5,000
Total				18,269

Fuente: investigación de campo Grupo EPS, segundo semestre 2015.

La inversión fija corresponde a Q. 18,269.00 de la cual el 62% es de activos tangibles y el 38% restante a los gastos de legalización y organización de la Cooperativa. Del equipo de producción únicamente se requiere el descrito, sin

embargo, es importante mencionar que más adelante se detallará una cuenta llamada herramientas y utensilios de producción (tonel con dispensador de líquido, bowl de vidrio, cuchillos, cucharón, juego de tablas, medidor de líquidos y paletas), los cuales se utilizarán durante el proceso de producción, pero no se consideran bienes que se puedan depreciar, por lo que se reflejan directamente en los costos fijos de producción.

3.7.2 Inversión en capital de trabajo

Es el aporte adicional a la inversión fija, gastos necesarios para la ejecución del proyecto, dentro de los que se pueden mencionar: materia prima, mano de obra y cualquier otro gasto que se efectúe, el cual será necesario para terminar el proyecto. A continuación, se detalla el cuadro de inversión en capital de trabajo para el primer mes.

Cuadro 14
Municipio de Retalhuleu, Departamento de Retalhuleu
Proyecto: Producción de Champú de Sandía
Inversión en Capital de Trabajo
Año: Uno
(cifras en quetzales)

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Total
Materia prima				12,731
Sandía	Unidad	143.00	10.00	1,430
Agua desmineralizada	Garrafón 18.9 lts	72.00	15.00	1,080
Texapon® N 70 NA	Kilogramo	135.17	19.66	2,657
Comperlan® KD	Galón	78.73	90.00	7,086
Metil parabeno puro	Kilogramo	0.83	57.74	48
Metil parabeno sódico	Kilogramo	0.83	70.84	59
Cloruro de sodio	Kilogramo	56.33	6.41	361
Ácido cítrico	Kilogramo	0.50	11.26	6
Ácido bórico	Kilogramo	0.33	13.14	4
Mano de obra				5,280
Extracto de sandía	Días	16.00	78.72	1,260
Integración de estabilizantes	Días	6.00	78.72	472
Integración de aditivo conservante	Días	6.00	78.72	472

Continúa en página siguiente...

...viene de la página anterior

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Costo unitario	Total
Integración de champú	Días	12.00	78.72	945
Envasado y etiquetado	Días	6.00	78.72	472
Embalaje y almacenamiento	Días	6.00	78.72	472
Bonificación incentivo		52.00	8.33	433
Séptimo día				754
Costos indirectos variables				5,087
Cuotas patronales	Mes	4,847.00	12.67%	614
Prestaciones laborales	Mes	4,847.00	30.55%	1,481
Tiras reactivas PH	Caja	1.00	220.00	220
Botella 750 ml	Unidad	1,802.00	0.75	1,352
Tapón	Unidad	1,802.00	0.25	451
Etiqueta	Unidad	1,802.00	0.30	541
Cajas de cartón	Unidad	150.00	2.25	338
Gas propano	Cilindro 25 lbs	1.00	90.00	90
Costos fijos de producción				7,859
Encargado de producción	Mes	1.00	2,500.00	2,500
Bonificación incentivo	Mes	1.00	250.00	250
Cuotas patronales	Mes	2,500.00	12.67%	317
Prestaciones laborales	Mes	2,500.00	30.55%	764
Arrendamiento de inmueble	Mes	1.00	1,200.00	1,200
Energía eléctrica	Mes	1.00	250.00	250
Agua	Mes	1.00	75.00	75
Herramientas y utensilios de producción	Mes	1.00	1,752	1,752
Equipo de seguridad industrial	Mes	1.00	751.00	751
Gastos de ventas				5,537
Vendedor	Mes	1.00	2,394.40	2,394
Bonificación incentivo	Mes	1.00	250.00	250
Cuotas patronales	Mes	2,394.40	12.67%	303
Prestaciones laborales	Mes	2,394.40	30.55%	731
Publicidad	Mes	1.00	1,859.00	1,859
Gastos de administración				5,826
Sueldos administrador	Mes	1.00	3,000.00	3,000
Bonificación incentivo	Mes	1.00	250.00	250
Cuotas patronales	Mes	3,000.00	12.67%	380
Prestaciones laborales	Mes	3,000.00	30.55%	917
Honorarios contador	Mes	1.00	300.00	300
Internet y teléfono	Mes	1.00	199.00	199
Suministros de limpieza y oficina	Mes	1.00	200.00	200
Mantenimiento de equipo	Mes	1.00	350.00	350
Papelería y útiles	Mes	1.00	230.00	230
Total				42,320

Fuente: investigación de campo Grupo EPS, segundo semestre 2015.

El cuadro anterior muestra la inversión que deberá realizarse en capital de trabajo, la cual ha sido considerada para un mes de producción, refleja los costos y gastos en que se incurrirán para la producción y comercialización, cuya composición está integrada por un 30.08% en materias primas, 12.48% en mano de obra directa y 12.02% en costos indirectos variables, 18.57% costos fijos de producción, 13.08% gastos de ventas y 13.77% gastos de administración.

En los costos indirectos variables se encuentran las tiras reactivas de PH, se comprará sólo una caja al año y se hará en la primera producción; costos fijos de producción: la cuenta herramientas y utensilios de producción integrada por tonel con dispensador de líquido, bowl de vidrio, cuchillos, cucharón, juego de tablas, medidor de líquidos y paletas los cuales se adquirirán una vez al año en el primer mes; y la cuenta equipo de seguridad industrial formada por guantes desechables, redecillas, batas y anteojos protectores se obtendrá de forma semestral.

En los gastos de administración existen las cuentas suministros de limpieza y oficina integrada por basurero, escoba, pala, papel higiénico, lavaplatos, esponja verde, cepillo plástico con mango, cepillo para inodoro, jabón en gel, detergente, limpiador en polvo, cloro, limpiador de superficie, desinfectante, bolsas medianas y grandes, toallas para trapear, pastillas para inodoro y aromatizantes; la compra de esto se hará en forma mensual y se variarán los suministros de acuerdo a las necesidades, se tiene estimado un presupuesto de Q200.00 mensuales. Asimismo, mantenimiento de equipo: lavado de silla, reparación de mesa de trabajo, ajuste balanza, revisión de estufa industrial, limpieza de computadora de escritorio e impresora, ajustes de tornillos en ollas y afilar cuchillos, esto se realizará de forma semestral. La compra de papelería y útiles se hará únicamente durante los tres primeros meses del año y de forma variada de acuerdo a las necesidades (engrapadora, perforador, calculadora, tabla shanón,

tinta para impresora, papel bond tamaño carta, cinta selladora, sacagrapas, cuadernos, sobres y fólder manila carta, ganchos para fólder, goma en barra, lapiceros, lápiz, grapas y corrector).

3.7.3 Inversión total

Se obtiene de sumar la inversión fija y capital de trabajo, cantidad necesaria para la producción inicial del proyecto sin ningún contratiempo. Se considera necesario contar con el capital de trabajo de un mes de producción, porque durante este periodo no habrá ingresos por ventas y/o cobros. A continuación, se presenta la inversión total.

Cuadro 15
Municipio de Retalhuleu, Departamento de Retalhuleu
Proyecto: Producción de Champú de Sandía
Inversión Total
Año: Uno
(cifras en quetzales)

Descripción	Parcial	Total	%
Inversión fija		18,269	30
Mobiliario y equipo	775		
Equipo de producción	8,744		
Equipo de computación	1,750		
Gastos de organización	2,000		
Gastos de legalización	5,000		
Inversión en capital de trabajo		42,320	70
Materia prima	12,731		
Mano de obra	5,280		
Costos indirectos variables	5,087		
Costos fijos de producción	7,859		
Gastos de ventas	5,537		
Gastos de administración	5,826		
Total		60,589	100

Fuente: investigación de campo Grupo EPS, segundo semestre 2015.

La inversión fija tiene la menor representación con el 30%, debido a que el proyecto se caracteriza por ser agroindustrial con tecnología artesanal y requiere

de mayor inversión en materia prima. La inversión en capital de trabajo para el primer mes de operación asciende a 70%.

3.7.4 Financiamiento

Puede ser monetario o no monetario, con éste se da marcha a un proyecto o una actividad productiva. Se puede obtener a través de fuentes internas o externas.

3.7.4.1 Fuentes internas

Integrada por los aportes efectuados por 20 asociados de la Cooperativa Integral de Productores de Champú de Sandía La Unión de Retalhuleu Responsabilidad Limitada COUR, R.L de Q. 1,779.45 cada uno, para una inversión total en fuentes internas de Q. 35,589.00; que cubren el 58.74% del requerimiento de inversión inicial.

3.7.4.2 Fuentes externas

Se recurrirá a fuentes externas de financiamiento de Q. 25,000.00, por medio del Banco de Desarrollo Rural, S. A. -BANRURAL-, a través de una garantía fiduciaria, con una tasa del 18% anual, pagado en su totalidad al final del primer año; para cubrir el 41.26% de la inversión total.

A continuación, se presenta el cuadro con la información de las fuentes de financiamiento.

Cuadro 16
Municipio de Retalhuleu, Departamento de Retalhuleu
Proyecto: Producción de Champú de Sandía
Fuentes de Financiamiento
Año: Uno
(cifras en quetzales)

Descripción	Recursos propios	Recursos ajenos	Inversión total
Inversión fija	18,269	-	18,269
Mobiliario y equipo	775	-	775
Equipo de producción	8,744	-	8,744
Equipo de computación	1,750	-	1,750
Gastos de organización	2,000	-	2,000
Gastos de legalización	5,000	-	5,000
Inversión en capital de trabajo	17,320	25,000	42,320
Materia prima	12,731	-	12,731
Mano de obra	4,589	691	5,280
Costos indirectos variables	-	5,087	5,087
Costos fijos de producción	-	7,859	7,859
Gastos de ventas	-	5,537	5,537
Gastos de administración	-	5,826	5,826
Total	35,589	25,000	60,589

Fuente: investigación de campo Grupo EPS, segundo semestre 2015.

Se observa que el proyecto utilizará financiamiento externo el cual representa 41.26% y el 58.74% restante estará compuesto por las aportaciones de los asociados. El financiamiento externo será utilizado para financiar el 59.07% de la inversión de capital de trabajo en el primer mes productivo.

3.7.4.3 Amortización del financiamiento

En el siguiente cuadro se detalla el plan de amortización del préstamo que se efectuará en el Banco de Desarrollo Rural, S.A. –BANRURAL-, que incluye el 18% de intereses a pagar por la adquisición del préstamo.

Cuadro 17
Municipio de Retalhuleu, Departamento de Retalhuleu
Proyecto: Producción de Champú de Sandía
Amortización del Préstamo
Año: Uno
(cifras en quetzales)

Año	Amortización a capital	Tasa de Interés 18%	Total	Saldo de Capital
0				25,000
1	25,000	4,500	29,500	-
Total	25,000	4,500	29,500	-

Fuente: investigación de campo Grupo EPS, segundo semestre 2015.

Al finalizar el primer año de amortización del préstamo, la Cooperativa habrá pagado Q. 4,500.00 en concepto de intereses, por el préstamo de Q. 25,000.00.

3.7.5 Estados financieros

Proporcionan información sobre el resultado de la operación de una cooperativa en un período determinado, así mismo, la situación financiera.

3.7.5.1 Costo directo de producción proyectado

Está integrado por la materia prima, la mano de obra y los gastos indirectos de fabricación; para poder convertirla en un producto final.

Cuadro 18
Municipio de Retalhuleu, Departamento de Retalhuleu
Proyecto: Producción de Champú de Sandía
Estado de Costo Directo de Producción Proyectado
Del 1 de enero al 31 de diciembre de cada año
(cifras en quetzales)

Descripción	Años				
	1	2	3	4	5
Materia prima	152,772	152,772	152,772	152,772	152,772
Sandía	17,160	17,160	17,160	17,160	17,160
Agua desmineralizada	12,960	12,960	12,960	12,960	12,960
Texapon® N 70 NA	31,884	31,884	31,884	31,884	31,884
Comperlan® KD	85,032	85,032	85,032	85,032	85,032

Continúa en la página siguiente...

...viene de la página anterior

Descripción	Años				
	1	2	3	4	5
Metil parabeno puro	576	576	576	576	576
Metil parabeno sódico	708	708	708	708	708
Cloruro de sodio	4,332	4,332	4,332	4,332	4,332
Ácido cítrico	72	72	72	72	72
Ácido bórico	48	48	48	48	48
Mano de obra	63,366	63,366	63,366	63,366	63,366
Extracto de sandía	15,120	15,120	15,120	15,120	15,120
Integración de estabilizantes	5,664	5,664	5,664	5,664	5,664
Integración de aditivo conservante	5,664	5,664	5,664	5,664	5,664
Integración de champú	11,340	11,340	11,340	11,340	11,340
Envasado y etiquetado	5,664	5,664	5,664	5,664	5,664
Embalaje y almacenamiento	5,664	5,664	5,664	5,664	5,664
Bonificación incentivo	5,198	5,198	5,198	5,198	5,198
Séptimo día	9,052	9,052	9,052	9,052	9,052
Costos indirectos variables	58,624	58,624	58,624	58,624	58,624
Cuotas patronales	7,370	7,370	7,370	7,370	7,370
Prestaciones laborales	17,770	17,770	17,770	17,770	17,770
Tiras reactivas PH	220	220	220	220	220
Botella 750 ml	16,224	16,224	16,224	16,224	16,224
Tapón	5,412	5,412	5,412	5,412	5,412
Etiqueta	6,492	6,492	6,492	6,492	6,492
Cajas de cartón	4,056	4,056	4,056	4,056	4,056
Gas propano	1,080	1,080	1,080	1,080	1,080
Total costo directo	274,762	274,762	274,762	274,762	274,762
Producción en unidades	21,622	21,622	21,622	21,622	21,622
Costo directo por unidad	12.708	12.708	12.708	12.708	12.708

Fuente: investigación de campo Grupo EPS, segundo semestre 2015.

Se muestra el costo directo de producción proyectado a cinco años, el cual asciende a Q. 274,762.00, correspondiente a 21,622 unidades de champú cada año, a razón de doce quetzales con setenta y un centavos (Q. 12.71) cada unidad.

Es importante mencionar que de las tiras reactivas de PH únicamente se comprará una caja al inicio de año, debido a que ésta trae 1,000 unidades; lo cual es suficiente ya que al día se hacen tres producciones y se utiliza una por cada producción. En una semana se usan 18 tiras y en 52 semanas serían 936 unidades para medir el PH durante el proceso de producción anual de champú.

3.7.5.2 Estado de resultados proyectado

Es un reporte financiero que con base a un período determinado muestra de manera detallada los ingresos obtenidos, los gastos en el momento que se producen y el beneficio o pérdida que ha generado a la Cooperativa en dicho período de tiempo.

A continuación, se presenta el estado de resultados proyectado a cinco años con base a la producción y venta que se pretende realizar para cubrir el 12% de la demanda insatisfecha a partir del primer año. Véase cuadro siguiente:

Cuadro 19
Municipio de Retalhuleu, Departamento de Retalhuleu
Proyecto: Producción de Champú de Sandía
Estado de Resultados Proyectado
Del 1 de enero al 31 de diciembre de cada año
(cifras en quetzales)

Descripción	Años				
	1	2	3	4	5
Ventas	556,556	556,556	556,556	556,556	556,556
(-) Costo directo de producción	274,762	274,762	274,762	274,762	274,762
Ganancia marginal	281,794	281,794	281,794	281,794	281,794
(-) Costos fijos de producción	69,269	69,269	69,269	69,269	69,269
Encargado de producción	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000
Bonificación incentivo	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
Cuotas patronales	3,801	3,801	3,801	3,801	3,801
Prestaciones laborales	9,165	9,165	9,165	9,165	9,165
Arrendamiento de inmueble	14,400	14,400	14,400	14,400	14,400
Energía eléctrica	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
Agua	900	900	900	900	900
Herramientas y utensilios de producción	1,752	1,752	1,752	1,752	1,752
Equipo de seguridad industrial	1,502	1,502	1,502	1,502	1,502
Depreciación equipo de producción	1,749	1,749	1,749	1,749	1,749
(-) Gastos de ventas	66,452	66,452	66,452	66,452	66,452
Sueldo vendedor	28,728	28,728	28,728	28,728	28,728
Bonificación incentivo	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
Cuotas patronales	3,640	3,640	3,640	3,640	3,640
Prestaciones laborales	8,776	8,776	8,776	8,776	8,776
Publicidad	22,308	22,308	22,308	22,308	22,308
(-) Gastos de administración	66,475	66,475	66,475	65,892	65,892
Sueldo administrador	36,000	36,000	36,000	36,000	36,000
Bonificación incentivo	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
Cuota patronal	4,561	4,561	4,561	4,561	4,561

Continúa en la página siguiente...

...viene de la página anterior

Descripción	Descripción				
	1	2	3	4	5
Prestaciones laborales	10,998	10,998	10,998	10,998	10,998
Honorarios contador	3,600	3,600	3,600	3,600	3,600
Internet y teléfono	2,388	2,388	2,388	2,388	2,388
Suministros de limpieza y oficina	2,400	2,400	2,400	2,400	2,400
Mantenimiento de equipo	700	700	700	700	700
Papelería y útiles	690	690	690	690	690
Depreciación mobiliario y equipo	155	155	155	155	155
Depreciación equipo de computación	583	583	583	-	-
Amortización gastos de organización	400	400	400	400	400
Amortización gastos de legalización	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
Ganancia antes operación	79,598	79,598	79,598	80,181	80,181
(-) Gastos financieros	4,500	-	-	-	-
Intereses sobre préstamo	4,500	-	-	-	-
Ganancia antes del ISR	75,098	79,598	79,598	80,181	80,181
(-) ISR 25%	18,775	19,900	19,900	20,045	20,045
Utilidad neta	56,323	59,698	59,698	60,136	60,136

Fuente: investigación de campo Grupo EPS, segundo semestre 2015.

Se presentan los ingresos y gastos proyectados para la venta de 21,406 unidades de champú a Q. 26.00 la unidad. Las ventas, costos de producción y gastos de ventas se mantienen durante los cinco años de vida del proyecto, a excepción de los gastos de administración muestran una variación por las depreciaciones. Por último se refleja una ganancia marginal del 21% sobre el total de las ventas.

La compra de suministros se realizará una vez al año, la adquisición del equipo de seguridad industrial y el servicio de mantenimiento de equipo es semestral, la obtención de los suministros de limpieza y oficina será de forma mensual y la compra de papelería y útiles se hará durante los primeros tres meses del año. Es importante mencionar que esto se detalla mejor en la explicación del cuadro inversión en capital de trabajo.

3.7.5.3 Presupuesto de caja proyectado

Es la acumulación neta de activos líquidos en un período determinado y por lo tanto constituye un indicador importante en la liquidez de una cooperativa.

Cuadro 20
Municipio de Retalhuleu, Departamento de Retalhuleu
Proyecto: Producción de Champú de Sandía
Presupuesto de Caja
Del 1 de enero al 31 de diciembre de cada año
(cifras en quetzales)

Descripción	Años				
	1	2	3	4	5
Ingresos	617,145	652,861	717,571	781,156	844,741
Saldo inicial	-	96,305	161,015	224,600	288,185
Aportación de los asociados	35,589	-	-	-	-
Préstamos	25,000	-	-	-	-
Ventas	556,556	556,556	556,556	556,556	556,556
Egresos	520,840	491,846	492,971	492,971	493,116
Mobiliario y equipo	775	-	-	-	-
Equipo de producción	8,744	-	-	-	-
Equipo de computación	1,750	-	-	-	-
Gastos de organización	2,000	-	-	-	-
Gastos de legalización	5,000	-	-	-	-
Costo directo de producción	274,762	274,762	274,762	274,762	274,762
Costos fijos de producción	67,520	67,520	67,520	67,520	67,520
Gastos de ventas	66,452	66,452	66,452	66,452	66,452
Gastos de administración	64,337	64,337	64,337	64,337	64,337
Amortización del préstamo	25,000	-	-	-	-
Intereses	4,500	-	-	-	-
Impuesto sobre la renta	-	18,775	19,900	19,900	20,045
Saldo final	96,305	161,015	224,600	288,185	351,625

Fuente: investigación de campo Grupo EPS, segundo semestre 2015.

Como se puede observar, en este cuadro se detallan los movimientos de efectivo, es decir los ingresos menos los egresos de los cinco años que dura el proyecto.

3.7.5.4 Estado de situación financiera proyectado

Es la situación financiera de una cooperativa en un momento determinado, por lo cual, el estado financiero más importante para conocer cómo se encuentra la cooperativa. El mismo muestra contablemente los activos que la organización posee, los pasivos y la diferencia entre estos que es el patrimonio neto.

Cuadro 21
Municipio de Retalhuleu, Departamento de Retalhuleu
Proyecto: Producción de Champú de Sandía
Estado de Situación Financiera Proyecto
Al 31 de diciembre de cada año
(cifras en quetzales)

Descripción	Años				
	1	2	3	4	5
Activo					
Activo corriente	96,305	161,015	224,600	288,185	351,625
Caja y bancos	96,305	161,015	224,600	288,185	351,625
Activo no corriente	14,382	10,495	6,608	3,304	-
Mobiliario y equipo	775	775	775	775	775
(-) Depreciación acumulada	(155)	(310)	(465)	(620)	(775)
Equipo de producción	8,744	8,744	8,744	8,744	8,744
(-) Depreciación acumulada	(1,749)	(3,498)	(5,247)	(6,996)	(8,744)
Equipo de computación	1,750	1,750	1,750	-	-
(-) Depreciación acumulada	(583)	(1,166)	(1,749)	-	-
Gastos de organización	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
(-) Amortización acumulada	(400)	(800)	(1,200)	(1,600)	(2,000)
Gastos de legalización	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
(-) Amortización acumulada	(1,000)	(2,000)	(3,000)	(4,000)	(5,000)
Total activo	100,479	152,950	204,296	256,224	308,008
Pasivo y patrimonio					
Pasivo corriente	18,775	19,900	19,900	20,045	20,045
ISR por pagar	18,775	19,900	19,900	20,045	20,045
Pasivo no Corriente	-	-	-	-	-
Préstamo	-	-	-	-	-
Patrimonio	91,912	151,610	211,308	271,444	331,580
Aportaciones de los socios	35,589	35,589	35,589	35,589	35,589
Utilidad del ejercicio	56,323	59,698	59,698	60,136	60,136
Utilidad no distribuida	-	56,323	116,021	175,719	235,855
Total pasivo y patrimonio	110,687	171,510	231,208	291,489	351,625

Fuente: investigación de campo Grupo EPS, segundo semestre 2015.

El cuadro anterior demuestra que se mantendrá una liquidez constante en el transcurso de los cinco años de ejecución del proyecto, refleja incrementos interanuales en el patrimonio y el pasivo corriente que corresponde únicamente al Impuesto sobre la renta -ISR-.

3.7.6 Evaluación financiera

Para la evaluación financiera se examinará el punto de equilibrio para el proyecto de inversión y se utilizarán las herramientas complejas de análisis financiero y de rentabilidad, estas son: flujo neto de fondos, valor actual neto, relación beneficio costo, tasa interna de retorno y período de recuperación de la inversión.

La evaluación financiera nos ayuda a poder medir el rendimiento en las inversiones realizadas, por medio del capital propio y en la deuda obtenida.

3.7.6.1 Punto de equilibrio

Es establecer la cantidad necesaria de las ventas que permiten cubrir los costos y gastos. Éste se determinará en el momento en que la Cooperativa logre cubrir sus costos y obtenga un beneficio igual a cero, es decir, no gana ni pierde.

✓ Punto de equilibrio en valores

Es el nivel de ventas necesario para la recuperación de los costos y gastos del período.

Porcentaje de ganancia marginal

$$\% \text{ G.M.} = \frac{\text{Ganancia marginal}}{\text{Ventas}} = \frac{281,794}{556,556} = 0.506317$$

Punto de equilibrio en valores

$$\text{P.E.V.} = \frac{\text{Gastos fijos}}{\% \text{ de ganancia marginal}} = \frac{206,696}{0.506317} = \mathbf{Q408,234}$$

El punto de equilibrio encontrado indica que las ventas durante el primer año deben ser equivalentes a Q. 408,234.00.

✓ Punto de equilibrio en unidades

Es importante conocer el volumen de las ventas en unidades para cubrir los costos y gastos fijos del proyecto.

Punto de equilibrio en unidades

$$\text{P.E.U.} = \frac{\text{Punto de equilibrio en valores}}{\text{Precio de venta}} = \frac{408,234}{26.00} = 15,701.31$$

En el primer año el proyecto alcanzará su punto de equilibrio en unidades al vender 15,701 unidades de champú SandiPlus.

Prueba del punto de equilibrio

Ventas en punto de equilibrio	15,701.31	x	26.00000	408,234
(-) Costo variable neto en punto de equilibrio	15,701.31	x	12.83575	<u>201,538</u>
Ganancia marginal				206,696
(-) Costos y gastos fijos				<u>206,696</u>
Utilidad neta				<u>-</u>

Costo variable neto

$$\frac{\text{Costo directo de producción}}{\text{Producción neta}} = \frac{274,762}{21,406} = 12.83575$$

✓ Porcentaje de margen de seguridad

Es la cantidad que excede el monto vendido al punto de equilibrio. Este margen indica cuánto pueden disminuir las ventas, sin llegar a tener pérdida. Para establecerlo se resta a las ventas el punto de equilibrio.

Margen de seguridad

Fórmula: MS= Ventas - punto de equilibrio

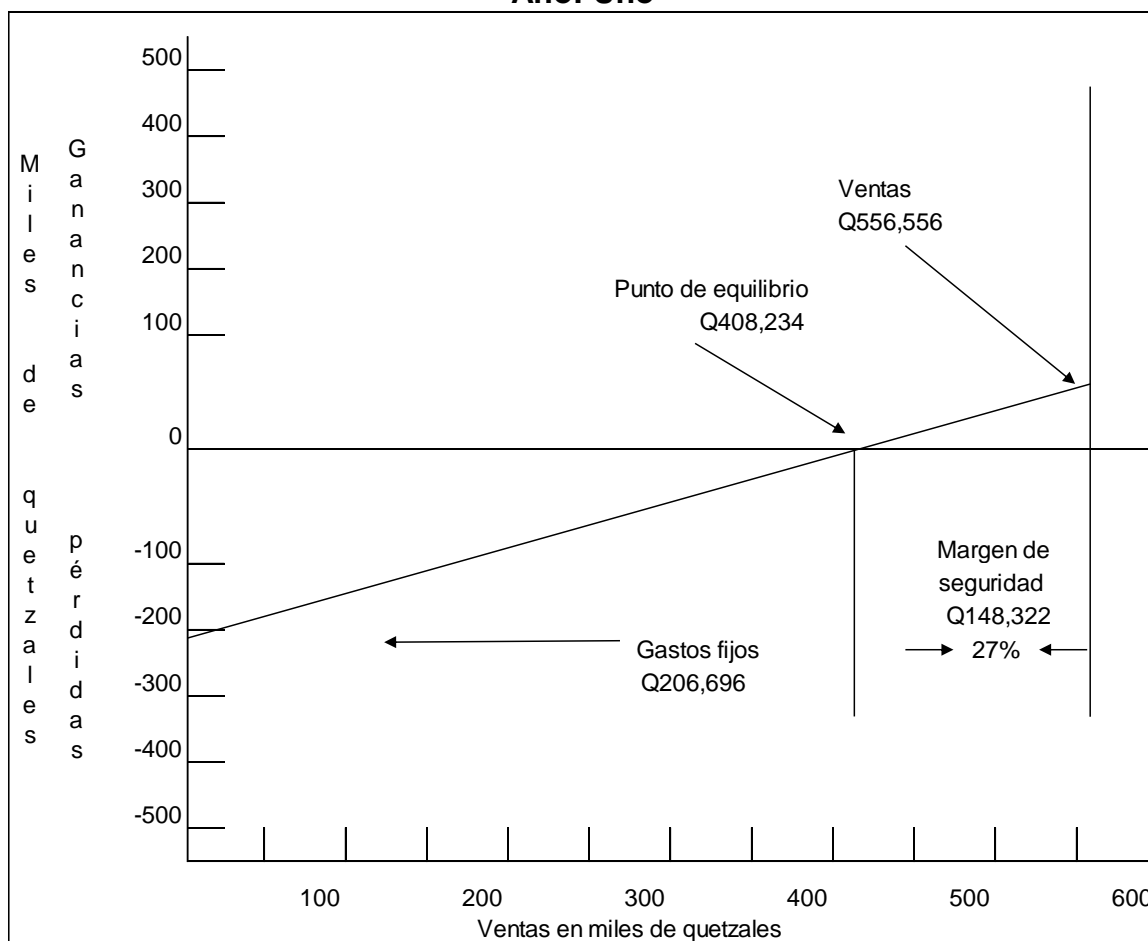
Ventas	556,556	100%
(-) Punto de equilibrio	<u>408,234</u>	<u>73%</u>
(=) Margen de seguridad	148,322	27%

Con base a las proyecciones de ventas se encontró un margen de seguridad del 27% en relación al punto de equilibrio, sin tener pérdidas o desventajas económicas.

✓ Gráfica del punto de equilibrio

Representa la cantidad de ventas que se deben realizar para no tener pérdidas ni ganancias.

Gráfica 3
Municipio de Retalhuleu, Departamento de Retalhuleu
Proyecto: Producción de Champú de Sandía
Punto de Equilibrio
Año: Uno



Fuente: investigación de campo Grupo EPS, segundo semestre 2015.

En la gráfica donde se interceptan las líneas de ventas y gastos fijos se localiza el punto de equilibrio para el primer año, este se alcanzará con una venta de Q. 408,234.00; donde la Cooperativa no obtiene pérdidas ni ganancias y cubre sus gastos fijos. Se establece la ganancia de acuerdo a las ventas totales y el margen de seguridad del proyecto.

3.7.6.2 Flujo neto de fondos

Es la diferencia entre los ingresos y los desembolsos netos descontados a la fecha de aprobación de un proyecto inversión, con la técnica de valor presente.

Cuadro 22
Municipio de Retalhuleu, Departamento de Retalhuleu
Proyecto: Producción de Champú de Sandía
Flujo Neto de Fondos
Años: 1-5
(cifras en quetzales)

Descripción	Años				
	1	2	3	4	5
Ingresos	556,556	556,556	556,556	556,556	556,556
Ventas	556,556	556,556	556,556	556,556	556,556
Egresos	496,346	492,971	492,971	493,116	493,116
Costo directo de producción	274,762	274,762	274,762	274,762	274,762
Costos fijos de producción	67,520	67,520	67,520	67,520	67,520
Gastos de ventas	66,452	66,452	66,452	66,452	66,452
Gastos de administración	64,337	64,337	64,337	64,337	64,337
Gastos financieros	4,500	-	-	-	-
Impuesto sobre la renta	18,775	19,900	19,900	20,045	20,045
Flujo neto de fondos	60,210	63,585	63,585	63,440	63,440

Fuente: investigación de campo Grupo EPS, segundo semestre 2015.

En este cuadro se puede observar el flujo monetario con el que cuenta la Cooperativa para continuar año con año y descontar a los ingresos todos los egresos.

3.7.6.3 Valor actual neto

Es traer el dinero del futuro al presente por medio de una tasa de descuento.

Cuadro 23
Municipio de Retalhuleu, Departamento de Retalhuleu
Proyecto: Producción de Champú de Sandía
Valor Actual Neto
Años: 1-5
(cifras en quetzales)

Año	Inversión	Ingresos	Egresos	Flujo neto de fondos	Factor de actualización 25%	Valor actual neto
0	60,589		60,589	(60,589)	1.00000	(60,589)
1		556,556	496,346	60,210	0.80000	48,168
2		556,556	492,971	63,585	0.64000	40,694
3		556,556	492,971	63,585	0.51200	32,556
4		556,556	493,116	63,440	0.40960	25,985
5		556,556	493,116	63,440	0.32768	20,788
Total	60,589	2,782,780	2,529,109	253,671		107,602

Fuente: investigación de campo Grupo EPS, segundo semestre 2015.

En el cuadro anterior se puede observar por medio de la proyección anual, qué valor tendrá la inversión sumándole los ingresos y restándole los egresos, al aplicar un factor de actualización. Asimismo, al traer el dinero del futuro al presente por medio de una tasa de descuento (TREMA), y al actualizar los flujos de efectivo a una tasa de descuento del 25%, se puede observar que el proyecto sobrepasa el porcentaje de riesgo para inversión, por lo que se puede decir que el proyecto financieramente es factible.

3.7.6.4 Relación beneficio costo

Es un indicador que mide el grado de desarrollo y bienestar que un proyecto puede generar. Proporciona un control de los ingresos y egresos efectuados sobre el cual aplica un factor de actualización para determinar los beneficios que se tendrán durante cada año. En el siguiente año se presenta la relación beneficio costo para el proyecto.

Cuadro 24
Municipio de Retalhuleu, Departamento de Retalhuleu
Proyecto: Producción de Champú de Sandía
Relación Beneficio Costo
Años: 1-5
(cifras en quetzales)

Año	Inversión	Ingresos	Egresos	Factor de actualización 25%	Ingresos actualizados	Egresos actualizados
0	60,589		60,589	1.00000		60,589
1		556,556	496,346	0.80000	445,245	397,077
2		556,556	492,971	0.64000	356,196	315,501
3		556,556	492,971	0.51200	284,957	252,401
4		556,556	493,116	0.40960	227,965	201,980
5		556,556	493,116	0.32768	182,371	161,584
Total	60,589	2,782,780	2,529,109		1,496,734	1,389,132

Fuente: investigación de campo Grupo EPS, segundo semestre 2015.

Como se puede observar en los cuadros anteriores, la relación beneficio costo es un método de evaluación que indica cuánto gana la Cooperativa en relación a los costos totales de la operación. Para ello, se requiere dividir los ingresos actualizados Q. 1,496,734.00 entre los egresos actualizados Q. 1,389,132.00, lo cual da como resultado que el proyecto es aceptable porque generará Q. 1.08 centavos.

3.7.6.5 Tasa interna de retorno

Es la tasa efectiva anual, ésta hace que el valor actual neto de todos los flujos de efectivo determinados en la inversión sea igual a cero.

Cuadro 25
Municipio de Retalhuleu, Departamento de Retalhuleu
Proyecto: Producción de Champú de Sandía
Tasa Interna de Retorno
Años: 1-5
(cifras en quetzales)

Año	Flujo neto de fondos	Tasa de descuento 98.76%	Flujo neto de fondos actualizado	Tasa de descuento 98.78%	Flujo neto de fondos actualizado	Tasa de descuento 98.77%	TIR
0	(60,589)	1.00000	(60,589)	1.00000	(60,589)	1.00000	(60,589)
1	60,210	0.50312	30,293	0.50307	30,290	0.50309	30,291
2	63,585	0.25313	16,095	0.25308	16,092	0.25310	16,093
3	63,585	0.12735	8,098	0.12732	8,096	0.12733	8,096
4	63,440	0.06407	4,065	0.06405	4,063	0.06406	4,064
5	63,440	0.03224	2,045	0.03222	2,044	0.03223	2,045
	253,671		7.00		(4.00)		-

Fuente: investigación de campo Grupo EPS, segundo semestre 2015.

A continuación, se presenta el cálculo de la tasa interna de retorno.

$$\begin{aligned}
 \text{TIR} &= 0.9876 + 0.00020 \left\{ \frac{7.00}{7.00 - (4.00)} \right\} \\
 \text{TIR} &= 0.9876 + 0.00020 \left\{ \frac{7.00}{11.00} \right\} \\
 \text{TIR} &= 0.9876 + 0.00020 \left\{ 0.64 \right\} \\
 \text{TIR} &= 0.9876 + 0.000128 \\
 \text{TIR} &= 0.9877 \% \\
 \text{TIR} &= 98.77 \%
 \end{aligned}$$

Como se puede observar, este método determina la rentabilidad que tendrá la inversión en el proyecto. Con base a los cálculos realizados se establece que se

obtendrá una rentabilidad del 98.77%, la cual es mayor a la tasa de descuento establecida inicialmente y con ello se puede concluir que el proyecto es factible.

3.7.6.6 Período de recuperación de la inversión

Se refiere a las anualidades que deben transcurrir para recuperar la inversión del dinero; calculadas por medio de la tasa de descuento.

Cuadro 26
Municipio de Retalhuleu, Departamento de Retalhuleu
Proyecto: Producción de Champú de Sandía
Período de Recuperación de la Inversión Projectado
Años: 1-5
(cifras en quetzales)

Año	Inversión	Valor actual neto -VAN-	Valor actual neto acumulado
0	60,589		-
1		48,168	48,168
2		40,694	88,862
3		32,556	121,418
4		25,985	147,403
5		20,788	168,191

Fuente: investigación de campo Grupo EPS, segundo semestre 2015.

Inversión total		60,589	1 años
(-) Recuperación al segundo año		48,168	3 meses
(=) Monto pendiente de recuperar		12,421	20 días
12,421	/	40,694	= 0.30523
0.30523	X	12	= 3.66276 meses
0.66276	X	30	= 19.88280 días

Se toman en cuenta los flujos actualizados para determinar que la inversión se recupera en un año, tres meses y veinte días.

3.8 IMPACTO SOCIAL

Se refiere a los factores (económicos, naturales, legales) que intervienen en la comunidad para la ejecución del proyecto. Puede ser el resultado positivo que genera ciertos procesos o bien cambios para beneficiar a la población.

El principal aporte será la generación de empleo para los habitantes del Municipio con un salario mínimo de Q. 2,394.40 (Q. 78.72 al día), más Q. 250.00 de bonificación mensual y prestaciones de ley.

Por otro lado, las utilidades que obtendrán los asociados, como resultado de la organización técnica, mercadológica, administrativo legal y financiera, en cuanto a la producción de champú de sandía, representa una posibilidad de aprovechar los recursos del lugar y mejorar las condiciones en el nivel de vida de quienes participen.

El propósito principal es el bienestar en el entorno físico, social y económico del Municipio, con respeto a las normas y regulaciones emitidas por las autoridades competentes.

CAPÍTULO IV

COMERCIALIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE CHAMPÚ DE SANDÍA

4.1 MEZCLA DE MERCADOTECNIA

La mezcla de mercadotecnia se define como “el conjunto de herramientas tácticas controlables de mercadotecnia que la empresa combina para producir una respuesta deseada en el mercado meta. La mezcla de mercadotecnia incluye todo lo que la empresa puede hacer para influir en la demanda de un producto”.¹² La componen cuatro variables controlables, denominadas las cuatro P's, estas son: producto, precio, plaza y promoción.

4.1.1 Producto

El producto propuesto para el presente proyecto es un champú de sandía, sus principales características son las siguientes:

4.1.1.1 Nombre y marca

Se propone para la comercialización del champú de sandía el nombre SandiPlus, el cual hace referencia a la fruta utilizada y procesada, representada en un producto natural y excepcional.

Imagen 1
Municipio de Retalhuleu, Departamento de Retalhuleu
Proyecto: Producción de Champú de Sandía
Nombre del Producto
Año: 2015



Fuente: investigación de campo Grupo EPS, segundo semestre 2015.

¹² Kotler, P. y Armstrong, G. 2003. Fundamentos de Marketing. 6a. ed. México, Pearson Educación, p. 63.

Por ser el nombre seleccionado corto, fácil de pronunciar y de recordar, se pretende que el mismo se penetre en la mente de los consumidores y sea la principal opción de compra al momento de necesitar un champú.

4.1.1.2 Logotipo

Para que el consumidor final identifique gráficamente el champú SandiPlus, se diseñó el logotipo siguiente.

Imagen 2
Municipio de Retalhuleu, Departamento de Retalhuleu
Proyecto: Producción de Champú de Sandía
Logotipo del Producto
Año: 2015



Fuente: investigación de campo Grupo EPS, segundo semestre 2015.

Para comprender el significado del logotipo anterior, a continuación, se describe lo que representa cada uno de los elementos que lo conforman.

Tabla 6
Municipio de Retalhuleu, Departamento de Retalhuleu
Proyecto: Producción de Champú de Sandía
Descripción del Logotipo del Producto
Año: 2015

ELEMENTO DEL LOGOTIPO	SIGNIFICADO DEL ELEMENTO
	Esta silueta representa la siembra, el proceso y el trabajo desde el cultivo hasta obtener el fruto; que será la materia prima para elaborar el champú.
	Esta silueta representa el recurso humano en el proceso de la producción de la sandía, puntualmente representa a las familias que cultivan y viven de estas siembras; padre, madre e hijos.
	La silueta del círculo representara al fruto, en este caso la sandía; utilizada como materia prima para realizar el champú.
	Este tipo de letra es representar al cabello, sus trazos son curvos y cursivos para representar la delicadeza y el cuidado que brindará el champú al cabello de los consumidores.

Fuente: investigación de campo Grupo EPS, segundo semestre 2015.

4.1.1.3 Eslogan

El lema publicitario para identificar el champú de sandía SandiPlus será: Tan saludable como lo natural. Define así, los principales atributos del champú SandiPlus, derivado de la sandía como componente natural.

4.1.1.4 Usos y beneficios

- ✓ Limpia y nutre el cabello profundamente.
- ✓ Protege el cabello.
- ✓ Aporta brillo natural al cabello.
- ✓ Brinda suavidad y sedosidad.
- ✓ Extraordinario aroma natural a sandía.
- ✓ Promueve el crecimiento del cabello.

4.1.1.5 Presentación

Por ser un producto dirigido a toda la familia y para apoyar a su economía, el champú de sandía SandiPlus se hará en presentación familiar con botella plástica de 750 mililitros. A continuación, se presenta el diseño que tendrá el champú de sandía.

Imagen 3
Municipio de Retalhuleu, Departamento de Retalhuleu
Proyecto: Producción de Champú de Sandía
Diseño Frontal y Posterior del Producto
Año: 2015



Fuente: investigación de campo Grupo EPS, segundo semestre 2015.

En la imagen anterior, se visualiza la parte frontal del champú de sandía, lado del cual se muestra el tipo de producto, la marca, logo, cantidad que contiene, lote y fecha de vencimiento del mismo. También, la parte posterior se muestra

las propiedades, modo de uso, ingredientes, advertencia y su respectivo código de barras.

Así mismo se puede visualizar que sobresalen algunos colores, que de acuerdo a la psicología del color su significado es el siguiente:

- **Verde hoja**

Este color inspira, naturaleza, bienestar, fertilidad, salud, equilibrio, vida, armonía y descanso. Lo que se pretende transmitir es que el producto es realizado con componentes naturales.

- **Verde lima**

Este color inspira, juventud, frescura, alegría. Lo que se pretende es destacar los beneficios del producto, por ejemplo, la limpieza y la nutrición profunda para el cabello.

- **Rojo brillante**

Este color inspira, energía, positivismo, estímulo, unión, poder, aventura, diversión.

4.1.1.6 Tamaño y peso

El tamaño de la botella plástica es de 23 centímetros de alto y 22 centímetros de diámetro, con un contenido de 750 mililitros, esta presentación es amigable y duradera para toda la familia.

4.1.1.7 Fecha de vencimiento

El período de vida del producto es de cuatro años en condiciones adecuadas de almacenamiento.

4.1.1.8 Etiqueta

Permite identificar el producto y diferenciarlo del resto, el consumidor reconoce de inmediato el nombre, la marca, características del producto, fecha de vencimiento, propiedades e instrucciones de la forma de uso, así como la información del productor y distribuidor. Con el objetivo de dar a conocer al consumidor todos los beneficios que obtiene al adquirir el producto e incentivar su compra, la etiqueta de SandiPlus será como a continuación se muestra.

Imagen 4
Municipio de Retalhuleu, Departamento de Retalhuleu
Proyecto: Producción de Champú de Sandía
Diseño Frontal y Posterior de la Etiqueta
Año: 2015



Fuente: investigación de campo Grupo EPS, segundo semestre 2015.

En la imagen anterior, se visualiza la parte frontal y posterior del diseño de las etiquetas que tendrá el producto, con la información necesaria para distinguir y diferenciar el champú al momento de la compra.

4.1.2 Precio

El método para fijar el precio será con base a los costos, se considera que debe ser inferior al precio promedio de mercado. Se manejarán dos precios, uno para detallista y un sugerido para consumidor final. El precio de la comercialización de la botella de champú de sandía en presentación de 750 mililitros para el detallista será Q. 26.00, el margen bruto sugerido para el detallista es de Q. 6.50, lo cual representa un precio para el consumidor final de Q. 32.50.

4.1.3 Plaza

La comercialización de SandiPlus se realizará de la manera siguiente.

4.1.3.1 Canales de comercialización

Se implementará un canal de distribución indirecto con los siguientes entes: productor, detallista y consumidor final. Véase la gráfica siguiente.

Gráfica 4
Municipios de Retalhuleu y Champerico, Departamento de Retalhuleu y
Municipio de Mazatenango, Departamento de Suchitepéquez
Proyecto: Producción de Champú de Sandía
Canales de Comercialización
Año: 2015



Fuente: investigación de campo Grupo EPS, segundo semestre 2015.

Se propone la participación de tres entes importantes para la comercialización del champú de sandía SandiPlus en los Municipios estudiados. El productor se

encargará de tomar el pedido en cada puesto y posteriormente hacer la entrega del pedido. El segundo ente lo componen los detallistas que comprenden los puestos en el mercado y las tiendas populares o de barrio de los tres Municipios, quienes finalmente lo venden al consumidor final.

4.1.3.2 Márgenes de comercialización

Por tener un canal de comercialización con un intermediario, se presenta a continuación la participación que tendrá cada integrante y sus márgenes correspondientes.

Cuadro 27
Municipios de Retalhuleu y Champerico, Departamento de Retalhuleu y
Municipio de Mazatenango, Departamento de Suchitepéquez
Proyecto: Producción de Champú de Sandía
Márgenes de Comercialización
Año: 2015

Instituciones	Precio de venta Q	Margen bruto Q	Costos de mercadeo Q	Margen neto	% Rendimiento sobre inversión	% Participación
Productor	26.00					80
Detallista	32.50	6.50	2.00	4.50	17.31	20
Empaque			0.25			
Alquiler			1.00			
Servicios generales			0.75			
Consumidor final						
Totales		6.50	2.00	4.50		100

Fuente: investigación de campo Grupo EPS, segundo semestre 2015.

Dentro del proceso de comercialización se venderá el 100% de producción a los detallistas ubicados dentro de los tres Municipios, el precio para ellos será de Q. 26.00 por unidad, quien venderá al consumidor final a un precio sugerido de Q. 32.50, por lo que obtendría un margen neto de Q. 4.50 por champú vendido, lo que representa un 17.31% de rendimiento sobre su inversión, mayor a la tasa pasiva bancaria del 5.45% en el año 2015, según Banco de Guatemala. El

mayor porcentaje de participación estará para el productor con un 80%, debido a que es quien invierte en recursos para la producción de champú de sandía.

4.1.3.3 Unidades en consignación

Para lograr la aceptación del champú SandiPlus por parte de los detallistas, se utilizará la estrategia de entregar unidades en consignación, lo que se refiere a que todo el producto que se proporcione para la venta, el título de propiedad lo conserva COUR, R.L.; de esta manera se garantiza que el detallista no tendrá pérdidas si por algún motivo no logra vender el mismo. El presupuesto asignado para cubrir estos costos es de Q. 1,872.00, esto forma parte del presupuesto anual de mercadeo.

4.1.4 Promoción

Es la coordinación de todas las actividades que inicia el vendedor para establecer canales de información y convencimiento encaminados a la venta de bienes y servicios o a impulsar una idea, la comunicación de una entidad con el mercado tiene lugar como parte de un programa de promoción planeado y controlado con minuciosidad.

Para promover la aceptación y compra de champú de sandía SandiPlus en los tres Municipios, se cuenta con Q. 22,308.00 de presupuesto anual para mercadeo, el cual se utilizará para la implementación de las herramientas mercadológicas siguientes: publicidad de bajo costo, marketing directo, promoción de ventas, relaciones públicas y ventas personales. Estas herramientas serán implementadas a través de las estrategias de comercialización que a continuación se describen.

Debido al alto costo de los medios de televisión y radio, para dar a conocer el champú SandiPlus y lograr la aceptación del consumidor final, los mensajes

publicitarios serán por medio material P.O.P. y materiales promocionales, como a continuación se detalla:

✓ **Punto de Compra, Material P.O.P por sus siglas en inglés (Point of Purchase)**

Se imprimirán y colocarán estratégicamente 10,000 afiches de forma periódica en puntos de venta del detallista, donde puedan ser visibles para el consumidor final. Las visitas y revisiones de afiches se realizarán catorcenalmente y se cambiará según se identifique la necesidad. Se tiene presupuestado Q. 5,700.00 anuales para la impresión de afiches, lo que equivale a Q. 0.57 por cada uno.

✓ **Materiales promocionales**

Se realizarán activaciones promocionales BTL (bajo costo alto impacto) periódicamente a los puntos de ventas estratégicos; por medio de impulsadoras, se dará a conocer los beneficios de utilizar el champú SandiPlus, donde por cada compra se entregará a los consumidores finales regalos con el nombre de la marca, tales como lapiceros, bolsas de mercado y playeras. Esto se realizará de acuerdo a la coordinación con detallistas de alto impacto. El presupuesto asignado para estas actividades es de Q. 14,736.00 anuales.

A continuación, se muestra el material P.O.P. a utilizar:

Imagen 5
Municipio de Retalhuleu, Departamento de Retalhuleu
Proyecto: Producción de Champú de Sandía
Afiche del Producto
Año: 2015



Fuente: investigación de campo Grupo EPS, segundo semestre 2015.

La imagen anterior muestra el diseño del afiche que será colocado en las tiendas de conveniencia, para lograr que los consumidores conozcan el producto e incentivar su compra.

CONCLUSIONES

Como resultado de la investigación realizada en el municipio de Retalhuleu, se confirma la hipótesis únicamente en el estrato de finca Multifamiliar Grande, debido a que es el único con los recursos necesarios para la crianza y engorde de ganado bovino, lo cual les permite comercializarlo durante todo el año.

A continuación se presentan las conclusiones de la investigación:

1. La población tiene dificultad para acceder a los servicios básicos como: salud, drenajes y alcantarillado, recolección de basura, tratamiento de aguas servidas, desechos sólidos y cementerios, principalmente en el área rural, lo que repercute en el bienestar de sus habitantes, ocasionándoles inestabilidad y enfermedades infecciosas por estar expuestos a elevada contaminación.
2. Se determinó que la población del área rural del Municipio, completa sus estudios hasta nivel primario; sin embargo persiste un elevado índice de deserción debido a la falta de recursos económicos que los imposibilita continuar con los estudios y los obliga a incorporarse en la actividad laboral y doméstica; los niveles básico y diversificado presentan un índice por debajo de lo requerido, debido a la falta de establecimientos educativos, lo que provoca que la población no tenga una profesión o especialización que le permita optar por una oportunidad de empleo y mejorar su nivel de vida.
3. La mayor cantidad de ganado bovino comercializado dentro del municipio de Retalhuleu, es proveniente del departamento de Peten, a pesar que la producción local es suficiente para cubrir el mercado.

4. Durante el verano se incrementa el precio del ganado bovino, debido a que la oferta baja y la demanda permanece estable, esto se debe a que en esta época el ganado pierde peso por la falta de pasto a consecuencia de la sequía provocada por la falta de lluvia de la región.
5. Existe una cantidad considerable de demanda insatisfecha de champú en presentación de 750 ml, lo que representa una alta probabilidad de aceptación dentro de los gustos y preferencias del consumidor, así mismo se posee los recursos y condiciones necesarios dentro del Municipio para la producción de champú de sandía; por lo que se determina la viabilidad del proyecto.
6. Para promover la aceptación y compra del champú de sandía dentro de los tres Municipios, es necesario se implementen estrategias de comercialización.
7. La implementación del proyecto: producción de champú de sandía, representa una oportunidad de mejora en el desarrollo socioeconómico del Municipio, al generar fuentes de empleo formal y mejorar los ingresos de los productores de sandía.

RECOMENDACIONES

En relación a cada conclusión planteada, se presentan las respectivas recomendaciones:

1. Que las autoridades municipales prioricen los requerimientos de servicios básicos en el área rural, que asignen presupuesto para mejorar los servicios ineficientes e implementar los inexistentes, con el fin de crear estabilidad y mejorar las condiciones de vida de los habitantes.
2. Que por medio de los COCODE y de la Municipalidad se solicite al Ministerio de Educación la construcción de establecimientos educativos que impartan los niveles básico y diversificado en el área rural del Municipio, con el objetivo de proporcionarles educación a toda la población escolar que no tiene acceso a estos niveles educativos.
3. Que los productores pecuarios creen relaciones con los abastecedores de carne del mercado local, donde se les explique los beneficios del ganado bovino producido dentro del Municipio; para que conozcan que a pesar que el precio del animal en pie es mayor que el proveniente de Peten, la calidad y el aprovechamiento de la carne compensan y hasta superan el mismo.
4. Que los ganaderos de las microfincas y fincas subfamiliares, busquen apoyo en organizaciones sociales y privadas que les apoyen a implementar mecanismos para tener almacenado concentrado y forraje, que permita alimentar al ganado bovino en tiempo de sequía y así logren continuar con la comercialización del mismo.

5. Que por medio de un grupo de interés en el proyecto de producción de champú de sandía, se tome como base el presente informe para la ejecución del mismo.
6. Que la comercialización del champú de sandía se realice a través de un canal de distribución indirecto con los siguientes entes: productor, detallista y consumidor final. Para promover la aceptación y compra del champú en los tres Municipios debe implementarse las herramientas mercadológicas siguientes: publicidad de bajo costo, marketing directo, promoción de ventas, relaciones públicas y ventas personales, tomando como base el presente informe.
7. Que los pobladores como grupo de interés en el proyecto de producción de champú de sandía, se organicen formalmente con la creación de COUR R.L. para generar fuentes de empleo formal y mejorar los ingresos de los productores de sandía.

BIBLIOGRAFÍA

- ✓ Aguilar Catalán, J. A. 2015. Método para la investigación diagnóstico socioeconómico: (Pautas para el desarrollo de las regiones, en países que han sido mal administrados). 4ª. ed. Guatemala, Vásquez Industrial Litográfica. 126 p.
- ✓ Arboleda Vélez, G. 2014. Proyectos: (Identificación, formulación, evaluación y gerencia). 2ª. ed. México, Alfaomega. 822 p.
- ✓ Casia, M. 2009. Guía para la preparación y evaluación de proyectos con un enfoque administrativo. 4ª. ed. Guatemala, Corporación JASD. 196 p.
- ✓ Chardon, A.C. y González, J.L. 2002. Amenaza, vulnerabilidad, riesgo, desastre, mitigación, prevención (en línea). Colombia. Consultado el 20 feb. 2016. Disponible en: <http://idea.unalmzl.edu.co/documentos/AnneCatherine%20fase%20I.pdf>
- ✓ Congreso de la República de Guatemala. Código Civil. Decreto. Ley 106. Jefe de Gobierno de la República de Guatemala.
- ✓ _____. 2002 Código Municipal. Decreto Número 12-2002 y sus reformas Decreto Número 22-2010.
- ✓ _____. 1961. Código de Trabajo. Decreto 1441.
- ✓ _____. 2002. Ley de Consejos de Desarrollo Urbano y Rural, Decreto Número 11-2002.

- ✓ _____. 1992. Ley del Impuesto al Valor Agregado. Decreto Número 27-92.
- ✓ _____. 1992. Ley de Impuesto sobre la Renta. Decreto Número 26-92.
- ✓ _____. 1946. Ley orgánica del Instituto Guatemalteco de Seguridad Social. Decreto 295.
- ✓ _____. 1986. Ley de Protección y Mejoramiento al Medio Ambiente, Decreto 68-86.
- ✓ _____. 1978. Reglamento de la Ley General de Cooperativas, Decreto 82-78. Acuerdo Gubernativo número 7-79.
- ✓ Deguate.com. 2015. Turismo, paraíso natural, reserva natural Manchón Guamuchal. (en línea). Guatemala. Consultado el 5 de nov. 2016. Disponible en: <http://www.deguate.com>
- ✓ Dirección de Planificación Educativa del Ministerio de Educación. Anuario Estadístico 2008 - 2015.
- ✓ El Portal de Ingenieros Químicos en Español. 2008. Fórmula para fabricar Champú. (en línea). España. Consultado el 9 de sept. 2016. Disponible en: <http://www.ingenieriaquimica.net/foros/4-apuntes-trabajos-practicas-examenes/12839-formula-para-fabricar-shampoo>
- ✓ Enciclopedia de Guatemala, 2011. Principales aspectos geográficos. Editorial Océano, Volumen I, 472 p.
- ✓ ENCOVI (Encuesta Nacional sobre Condiciones de vida, GT). 2006 y 2011.

- ✓ Franklin, E. B. 1998. Organización de empresas: Análisis, diseño y estructura. 1ª. ed. México, McGraw-Hill Interamericana Editores. 341 p.
- ✓ IARNA (Instituto de Agricultura, Recursos Naturales y Ambiente, GT). 2004. Perfil Ambiental de Guatemala, Universidad Rafael Landívar.
- ✓ INE (Instituto Nacional de Estadística, GT). 1979. III Censo Nacional Agropecuario.
- ✓ _____. 2003. IV Censo Nacional Agropecuario.
- ✓ _____. 1994. X Censo Nacional de Población y IV de Habitación.
- ✓ _____. 2002. XI Censo Nacional de Población y VI de Habitación.
- ✓ _____. 2015. Proyecciones de Población por municipio 2008-2020. (en línea). Consultado el 06 de enero. 2015. Disponible en: <http://web.archive.org/web/20131113144755/http://www.ine.gob.gt/np/poblacion/index.htm>
- ✓ Kotler, P. y Armstrong, G. 2003. Fundamentos de Marketing. 6a. ed. México, Pearson Educación. 589 p.
- ✓ MARN (Ministerio de Ambiente y Recursos Naturales, GT). 2009. Informe Ambiental del Estado de Guatemala, 286 p.
- ✓ Mendoza, G. 1980. Compendio de Mercadeo de Productos Agropecuarios San José, Costa Rica. IICA 276 p.

- ✓ Prensa Libre. 2015. Viaje a Guatemala, guía de Guatemala, Retalhuleu. (en línea). Guatemala. Consultado el 5 de nov. 2016. Disponible en: <http://www.viajeaguatemala.com>

- ✓ SEGEPLAN (Secretaría de Planificación y Programación de la Presidencia, GT). 2011. Plan de Desarrollo Municipal 2011-2021. Municipio de Retalhuleu departamento de Retalhuleu, 88 p.

Anexo 1
Municipio de Retalhuleu, Departamento de Retalhuleu
Carta de Cosmetóloga
Proyecto: Producción de Champú de
Sandía

A QUIEN INTERESE:

Por este medio extendiendo la presente carta de recomendación de consumo de Champú; para apoyar una correcta higiene personal, es necesario que se lave el cabello con una cantidad adecuada de champú, debido a que genera beneficios como: limpieza, nutrición, protección, brillo natural, sedosidad y un extraordinario aroma.

Por lo explicado anteriormente, es aconsejable se utilice una cantidad de champú proporcional al largo y volumen del cabello de cada persona, en promedio es 7.5 ml diarios de champú, es decir, si la botella es de 750 ml, entonces el consumo per cápita anual es de 3.65 botellas y para una familia de cinco integrantes son necesarias 18 botellas en promedio.

Para los usos que los interesados requieran, se extiende este documento a los once días del mes de noviembre del año dos mil dieciséis.



Zoila Estefany Villeda
Cosmetóloga
DPI 1574425780108
Tel. 5049-7881

ANEXO 2

**Municipio Retalhuleu, Departamento de Retalhuleu
Procesos Básicos para la Producción de Champú de Sandía**

Cooperativa Integral de Productores de Champú de Sandía La Unión de Retalhuleu Responsabilidad Limitada "COUR, R.L"		Procedimiento: 1	Fecha: 01/03/2016
Extracto de sandía		No. de pasos: 13	Hoja: 1/1
		No. de forma: 1	Elaboró: Doris Paz
PUESTO	PASO No.	ACTIVIDAD	
P01	1	Poner olla con agua (tres litros) al fuego.	
P01	2	Recibir ocho sandías de bodega de materia prima.	
P01	3	Llevar las ocho sandías al área de trabajo.	
P01	4	Cortar dos sandías en trozos.	
P01	5	Quitar semillas a los trozos de las dos sandías.	
P01	6	Extraer carnaza de los trozos de las dos sandías.	
P01	7	Colocar sandía en recipiente de vidrio.	
P01	8	Introducir recipiente de vidrio No. 1 en olla con agua hervida.	
P01	9	Dejar hervidor por quince minutos.	
P01	10	Remover mezcla cada tres minutos, en paralelo realizar los pasos 3 al 7.	
P01	11	Retirar recipiente de vidrio, tapar con film plástico y colocar en estantería de concentrados.	
P01	12	Introducir recipiente de vidrio No. 2 en olla con agua hervida.	
P01	13	Repetir el proceso hasta tener listo el concentrado de las 8 sandías en 4 recipientes de vidrio.	
		Fin	

Cooperativa Integral de Productores de Champú de Sandía La Unión de Retalhuleu Responsabilidad Limitada "COUR, R.L"		Procedimiento: 2	Fecha: 01/03/2016
Integración de estabilizantes (A)		No. de pasos: 3	Hoja: 1/1
		No. de forma: 2	Elaboró: Doris Paz
PUESTO	PASO No.	ACTIVIDAD	
P02	1	Colocar en recipiente 1/3 de garrafón de agua desmineralizada.	
P02	2	Añadir cloruro de sodio, ácido cítrico y ácido bórico.	
P02	3	Mezclar con paleta de madera.	
		Fin	

Cooperativa Integral de Productores de Champú de Sandía La Unión de Retalhuleu Responsabilidad Limitada "COUR, R.L"		Procedimiento: 3	Fecha: 01/03/2016
Integración de aditivo conservante (B)		No. de pasos: 3	Hoja: 1/1
		No. de forma: 3	Elaboró: Doris Paz
PUESTO	PASO No.	ACTIVIDAD	
P02	1	Colocar 1/6 (3 litros) garrafón de agua desmineralizada.	
P02	2	Añadir metilparabeno puro y metilparabeno sódico.	
P02	3	Mezclar con paleta de madera.	
		Fin	

Cooperativa Integral de Productores de Champú de Sandía La Unión de Retalhuleu Responsabilidad Limitada "COUR, R.L"		Procedimiento: 4	Fecha: 01/03/2016
Integración del shampoo y envasado (C)		No. de pasos: 10	Hoja: 1/1
		No. de forma: 4	Elaboró: Doris Paz
PUESTO	PASO No.	ACTIVIDAD	
P02	1	Colocar ½ garrafón de agua desmineralizada en olla de peltre.	
P02	2	Añadir Texapon® N 70 NA.	
P02	3	Mezclar hasta lograr homogeneidad.	
P02	4	Añadir Comperlan® KD.	
P02	5	Mezclar con paleta de madera.	
P02	6	Integrar las dos mezclas de los procesos productivos A y B.	
P02	7	Colocar concentrado de sandía.	
P02	8	Mezclar con paleta de madera hasta lograr homogeneidad.	
P02	9	Llenado de envases.	
P02	10	Colocar tapón y sellar.	
		Fin	

Cooperativa Integral de Productores de Champú de Sandía La Unión de Retalhuleu Responsabilidad Limitada "COUR, R.L"		Procedimiento: 5	Fecha: 01/03/2016
Etiquetado, embalaje y almacenamiento		No. de pasos: 10	Hoja: 1/1
		No. de forma: 5	Elaboró: Doris Paz
PUESTO	PASO No.	ACTIVIDAD	
P01	1	Limpiar botella.	
P01	2	Colocar etiqueta.	
P01	3	Armar caja de cartón.	
P01	4	Armar separador de cartón.	
P01	5	Colocar 12 unidades de una caja.	
P01	6	Sellar caja con cinta adhesiva.	
P01	7	Hacer envío de traslado.	
P01	8	Trasladar a bodega de producto terminado.	
P01	9	Almacenar en estantería.	
P01	10	Entregar.	
		Fin	

ANEXO 3

**COOPERATIVA INTEGRAL DE PRODUCTORES DE CHAMPÚ DE SANDÍA LA
UNIÓN DE RETALHULEU RESPONSABILIDAD LIMITADA “COUR, R.L”**

**MANUAL DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS
PROYECTO: PRODUCCIÓN DE CHAMPÚ DE SANDÍA**

**MUNICIPIO DE RETALHULEU
DEPARTAMENTO DE RETALHULEU**

ÍNDICE

Introducción	i
1. Objetivos del manual	1
2. Campo de aplicación	1
3. Normas de aplicación general	1
4. Simbología utilizada	2
Procedimiento 1: Búsqueda de clientes potenciales	3
Procedimiento 2: Proceso de venta a detallistas	6
Procedimiento 3: Impresión y colocación de afiches	9
Procedimiento 4: Publicación en redes sociales	12
Procedimiento 5: Activaciones promocionales	15

INTRODUCCIÓN

El presente documento es un instrumento administrativo, que describe de forma lógica, ordenada y formal los pasos a seguir para la comercialización del champú de sandía, a través de las unidades que conforman la Cooperativa Integral de Productores de Champú de Sandía la Unión de Retalhuleu –COUR-. El mismo tiene la finalidad de optimizar tiempos y aprovechar al máximo los recursos: humanos, físicos y financieros.

El manual de normas y procedimientos esta estructurado en las secciones siguientes: objetivos del manual, campo de aplicación, normas de aplicación general, simbología y procedimientos.

Cada uno de los procedimientos se presenta en forma descriptiva con sus respectivos objetivos, normas de aplicación y representación gráfica para facilitar la visualización del mismo.

1. OBJETIVOS DEL MANUAL

Los objetivos que se desean lograr con el presente manual son los siguientes:

- ✓ Establecer de manera clara y concisa procedimientos que apoyen el desarrollo de las actividades de comercialización.
- ✓ Optimizar el tiempo de la comercialización del champú de sandía.
- ✓ Facilitar la coordinación de procesos de comercialización para evitar duplicidad de funciones.
- ✓ Aprovechar al máximo los recursos disponibles, simplificando las actividades en los procedimientos.
- ✓ Determinar la normativa para el cumplimiento efectivo de los procedimientos.

2. CAMPO DE APLICACIÓN

El presente manual esta elaborado para uso interno de la Cooperativa Integral de Productores de Champú de Sandía la Unión de Retalhuleu Responsabilidad Limitada “COUR, R.L.” del municipio de Retalhuleu, departamento de Retalhuleu.

3. NORMAS DE APLICACIÓN GENERAL


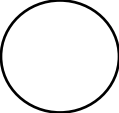

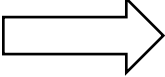


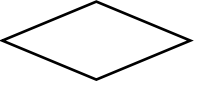
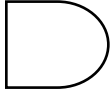

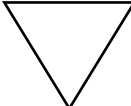
Con el propósito de lograr la efectividad en la implementación del presente manual, se han considerado las siguientes normas de aplicación general:

- ✓ El manual debe estar al alcance de todo el personal de la cooperativa.
- ✓ Todos están obligados a utilizar el presente manual como base para el desarrollo de actividades de comercialización.
- ✓ Se debe cumplir y respetar los pasos establecidos en cada procedimiento; si se comete omisión a lo planteado será responsabilidad de la persona encargada de su realización.

- ✓ De acuerdo a los cambios del mercado o cuando se considere pertinente, se debe revisar y actualizar el presente documento.

1.SIMBOLOGÍA UTILIZADA

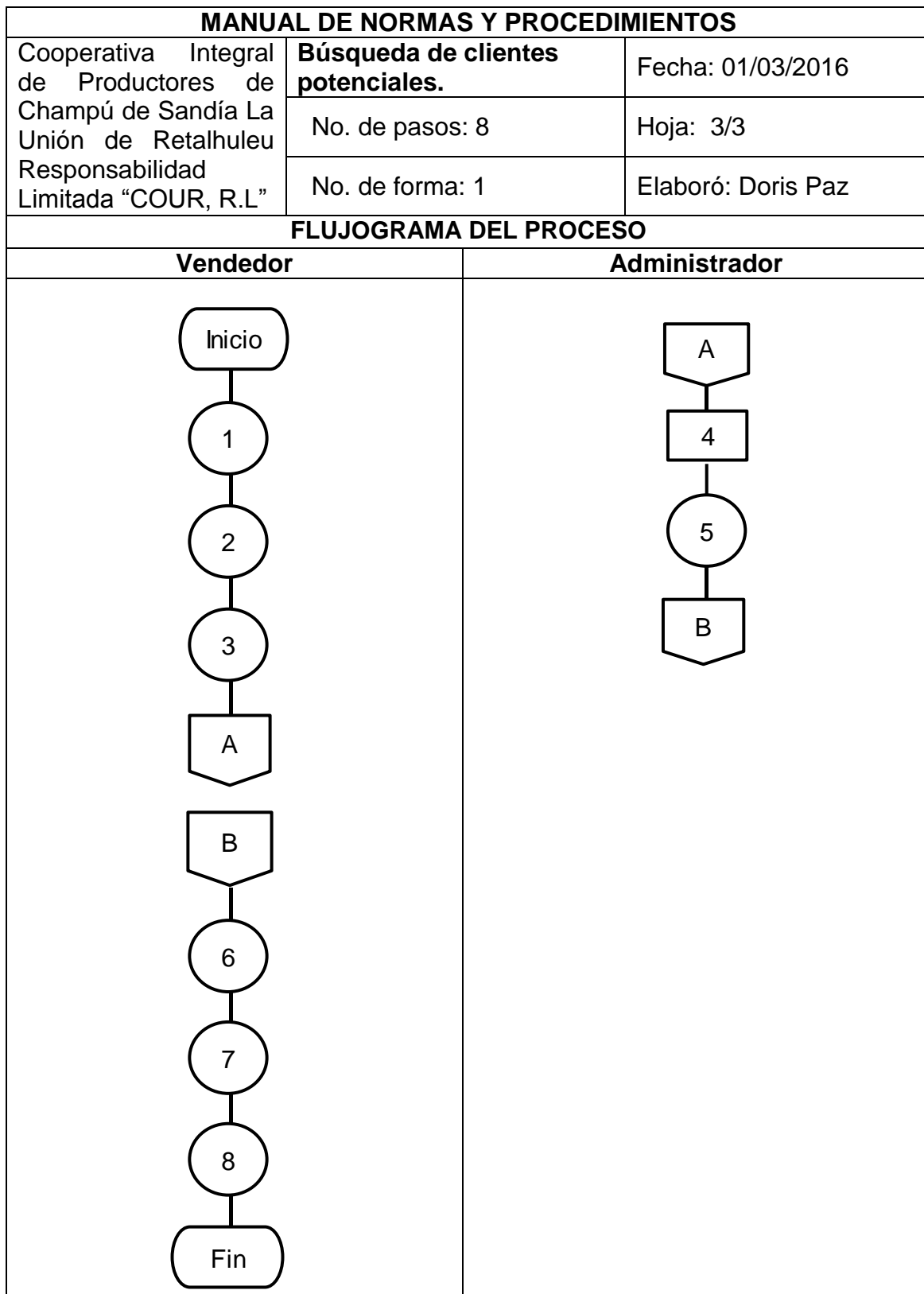
Para facilitar la comprensión y aplicación de los procedimientos descritos en el manual, se utilizará la simbología siguiente:

SÍMBOLO	DESCRIPCIÓN
	INICIO Y FIN: Indica el inicio y fin de un procedimiento.
	OPERACIÓN: Ocurre cuando hay acción, se invierte esfuerzo físico y mental, representa los pasos más importantes de un procedimiento.
	INSPECCIÓN: Ocurre cuando se examina y comprueba algo del trabajo ejecutado; antes de autorizar la consecución de otro paso.
	TRASLADO: Se utiliza cuando en el flujo de proceso se traslada algo de un puesto a otro.
	CONECTOR: Sirve para indica la continuación de la gráfica en otra página.
	DOCUMENTO: Significa la utilización de documentos, libros, folletos, formularios impresos, etc., dentro de un procedimiento.
	DECISIÓN: Hay que tener presente que, a la derecha se coloca la acción positiva y hacia la izquierda la negativa.
	DEMORA: Es el tiempo que se necesita antes de iniciar otra operación.
	ARCHIVO TEMPORAL: simboliza que guarda un documento de forma temporal.
	ARCHIVO DEFINIDO: simboliza que guarda un documento de forma permanente.

Fuente: elaboración propia, con base en la Norma ASME según Franklin, E. B. libro de Organización de Empresas, Análisis, Diseño y Estructura, 1998. p. 192

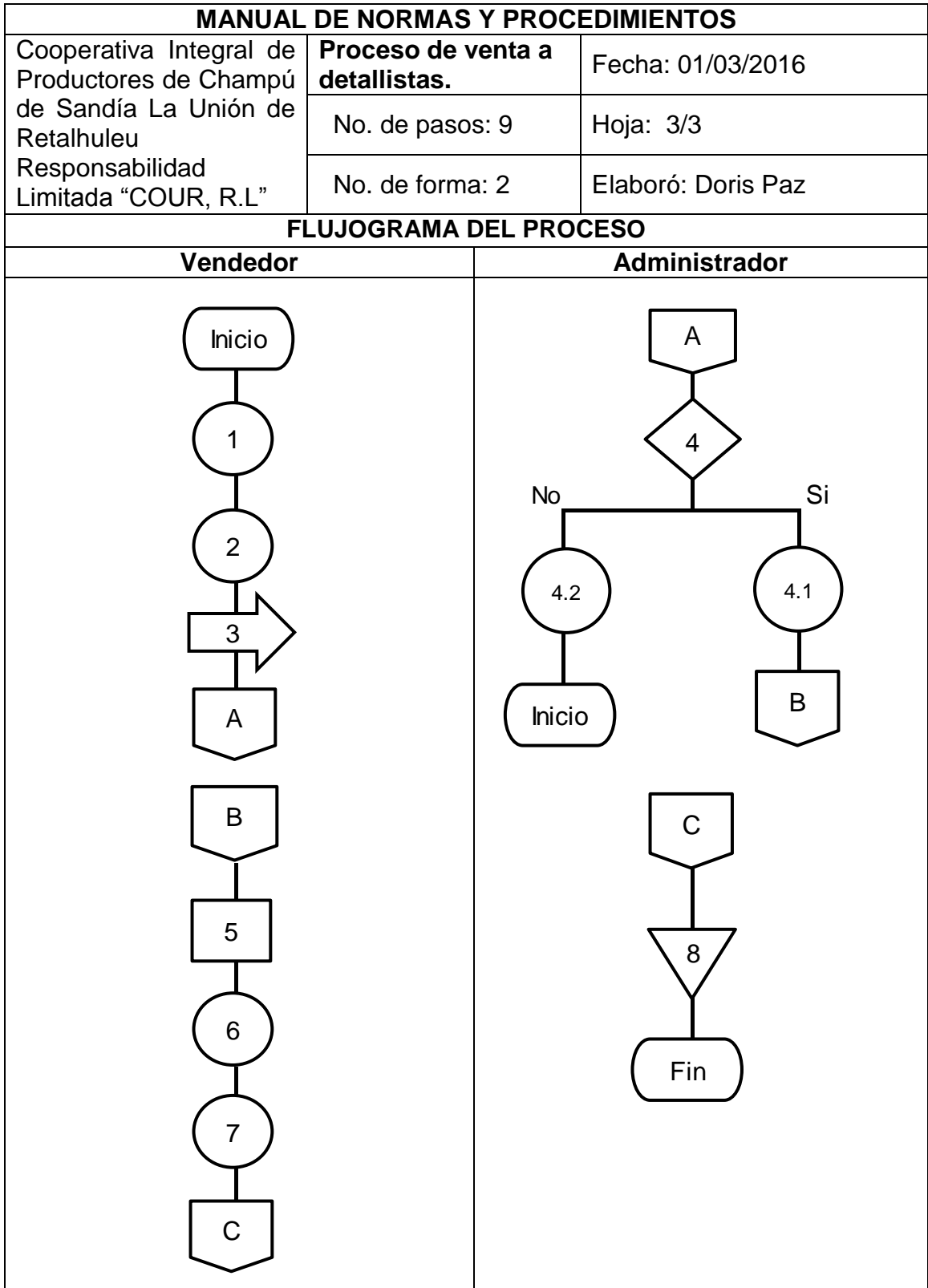
MANUAL DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS		
Cooperativa Integral de Productores de Champú de Sandía La Unión de Retalhuleu Responsabilidad Limitada "COUR, R.L"	Búsqueda de clientes potenciales.	Fecha: 01/03/2016
	No. de pasos: 8	Hoja: 1/3
	No. de forma: 1	Elaboró: Doris Paz
<p>DEFINICIÓN DEL PROCEDIMIENTO:</p> <p>Consiste en obtener nuevos clientes para la comercialización del Champú de Sandía.</p>		
<p>OBJETIVO DEL PROCEDIMIENTO:</p> <p>Buscar nuevos clientes para la comercialización del Champú de Sandía.</p>		
<p>NORMAS DEL PROCEDIMIENTO:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Es necesario que los clientes cuenten con un espacio físico adecuado para la comercialización del Champú de Sandía. ▪ La comunicación directa con el cliente la debe tener el departamento de comercialización. ▪ El cliente debe cumplir los lineamientos brindados por la Cooperativa. 		

MANUAL DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS		
Cooperativa Integral de Productores de Champú de Sandía La Unión de Retalhuleu Responsabilidad Limitada "COUR, R.L"	Búsqueda de clientes potenciales.	Fecha: 01/03/2016
	No. de pasos: 8	Hoja: 2/3
	No. de forma: 1	Elaboró: Doris Paz
DESCRIPCIÓN DEL PROCESO		
Responsable	Paso No.	Actividad
Vendedor	1	Elabora documento con las especificaciones necesarias para la selección de los clientes.
	2	Analiza los posibles clientes que existen.
	3	Se presenta listado de los clientes con las ventajas que cada uno presenta.
Administrador	4	Se evalúa las opciones de clientes que existen.
	5	Se proceden a la selección de los clientes.
Vendedor	6	Prepara la documentación necesaria para la negociación.
	7	Fija la fecha de entrevista con el cliente.
	8	Procede a la negociación con el cliente, fija la forma de entrega y pago del producto.



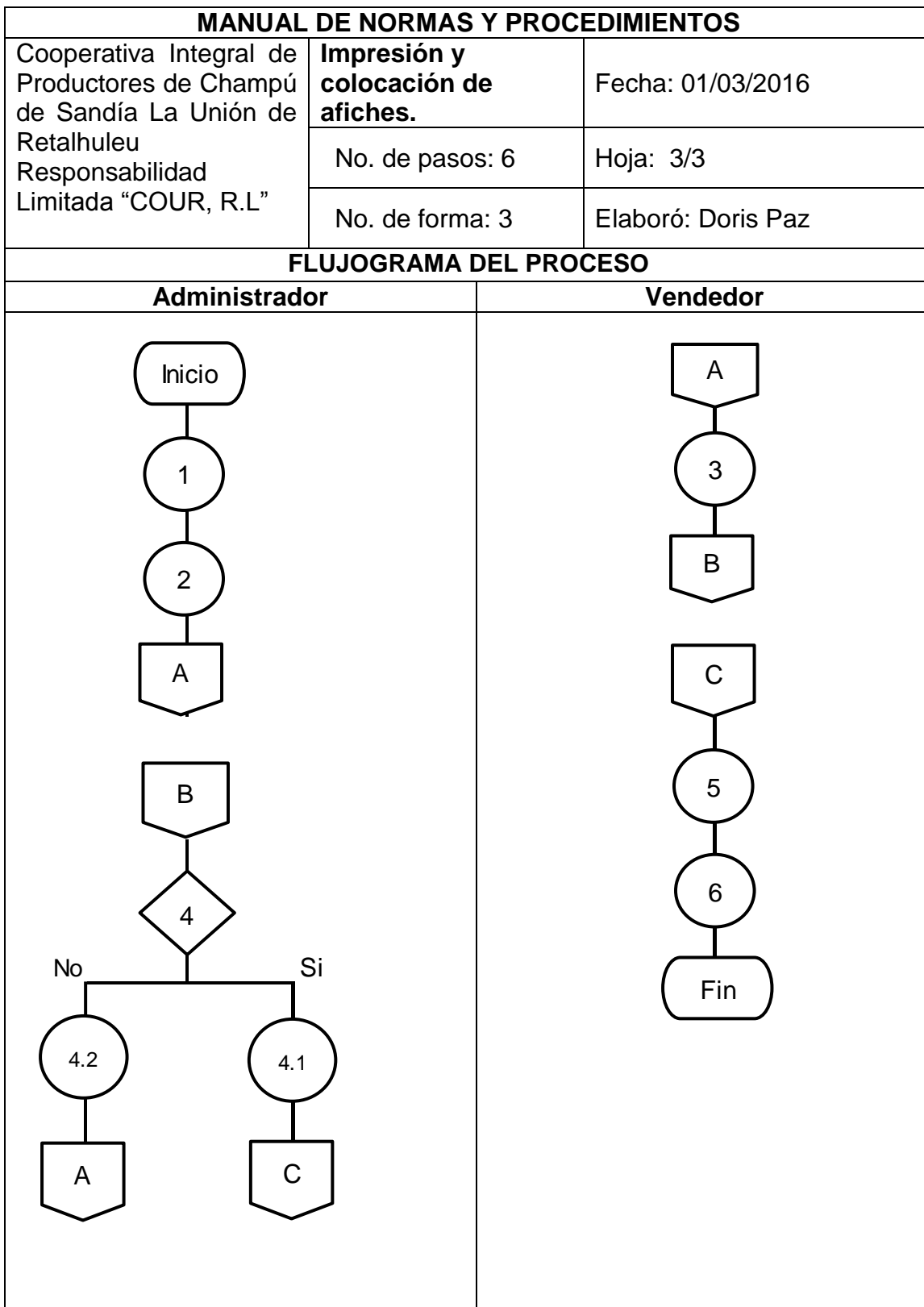
DESCRIPCIÓN DEL PROCESO		
Cooperativa Integral de Productores de Champú de Sandía La Unión de Retalhuleu Responsabilidad Limitada "COUR, R.L"	Proceso de venta a detallistas.	Fecha: 01/03/2016
	No. de pasos: 9	Hoja: 1/3
	No. de forma: 2	Elaboró: Doris Paz
<p>DEFINICIÓN DEL PROCEDIMIENTO: Consiste en vender el Champú de Sandía directamente a los clientes (detallistas).</p>		
<p>OBJETIVO DEL PROCEDIMIENTO: Comercializar adecuadamente el Champú de Sandía con los detallistas, para que este a la disposición del cliente final.</p>		
<p>NORMAS DEL PROCEDIMIENTO:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Se dará producto en consignación, considerando lo establecido por la Cooperativa. ▪ Para despachar el producto, es necesario previamente realizar el pedido, el cual debe ser autorizado por el administrador. 		

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO		
Cooperativa Integral de Productores de Champú de Sandía La Unión de Retalhuleu Responsabilidad Limitada "COUR, R.L"	Proceso de venta a detallistas.	Fecha: 01/03/2016
	No. de pasos: 9	Hoja: 2/3
	No. de forma: 2	Elaboró: Doris Paz
Responsable	Paso No.	Actividad
Vendedor	1	Tomar pedido de cliente.
	2	Elabora informe de pedido, detallando cliente, precios y cantidad solicitada.
	3	Traslada información de clientes al Administrador.
Administrador	4	Autorizar despacho.
	4.1	Si esta de acuerdo con el pedido, continúa el proceso.
	4.2	Si no esta de acuerdo con el pedido, regresa al paso No. 2
Vendedor	5	Confirma volumen, precio y fecha de entrega del producto a los compradores.
	6	Entrega el producto.
	7	Extender factura de venta.
Administrador	8	Almacena documentación.



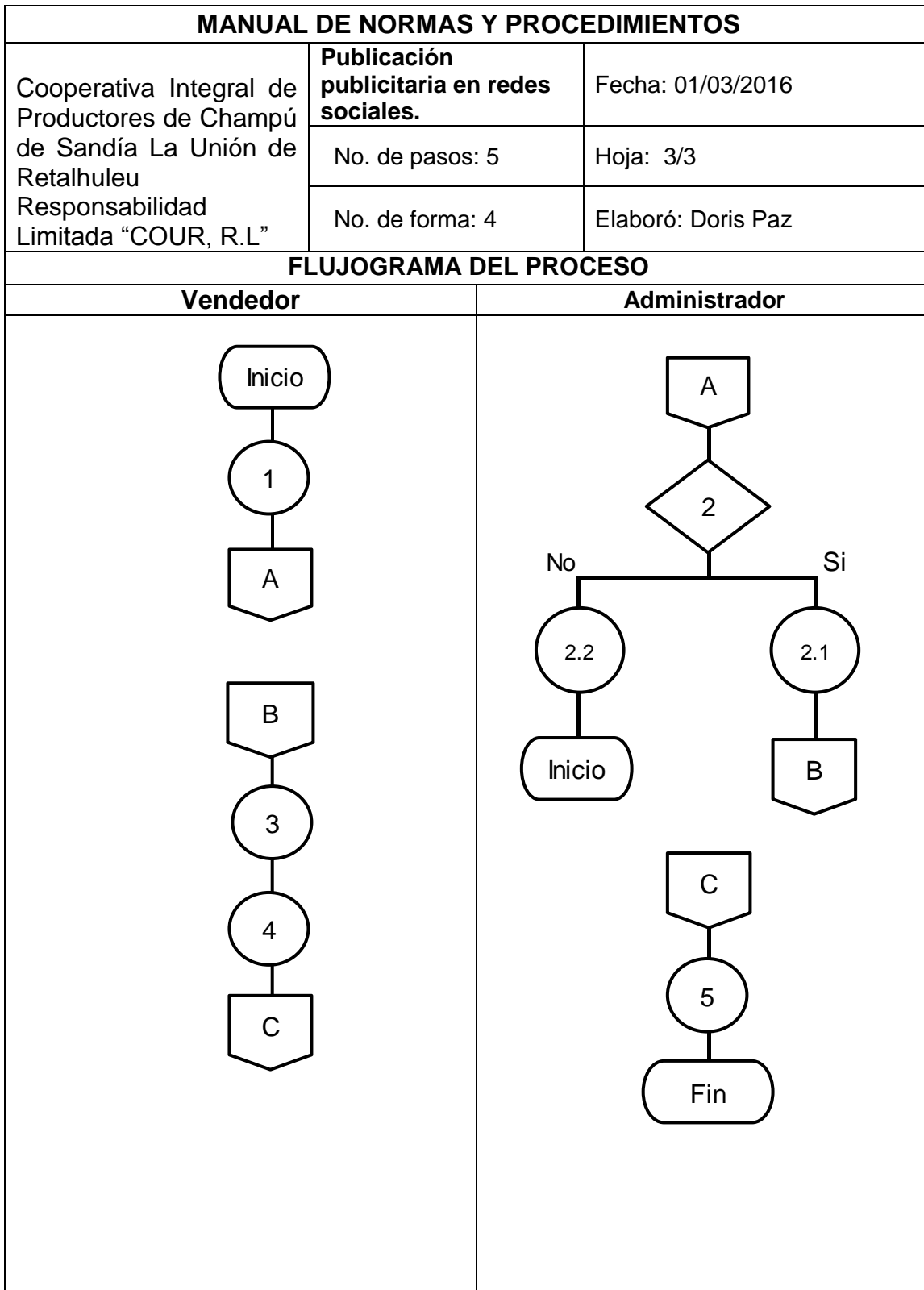
DESCRIPCIÓN DEL PROCESO		
Cooperativa Integral de Productores de Champú de Sandía La Unión de Retalhuleu Responsabilidad Limitada "COUR, R.L"	Impresión y colocación de afiches.	Fecha: 01/03/2016
	No. de pasos: 6	Hoja: 1/3
	No. de forma: 3	Elaboró: Doris Paz
DEFINICIÓN DEL PROCEDIMIENTO: Consiste en imprimir y colocar estratégicamente afiches publicitarios		
OBJETIVO DEL PROCEDIMIENTO: Dar a conocer a los clientes finales el Champú de Sandía, para que puedan adquirirlo con su detallista favorito.		
NORMAS DEL PROCEDIMIENTO: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Se deben realizar como mínimo dos cotizaciones, antes de contratar los servicios de una empresa para la impresión de afiches. ▪ Se deben colocar los afiches en lugares visibles para el consumidor final. 		

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO		
Cooperativa Integral de Productores de Champú de Sandía La Unión de Retalhuleu Responsabilidad Limitada "COUR, R.L"	Impresión y colocación de afiches.	Fecha: 01/03/2016
	No. de pasos: 6	Hoja: 2/3
	No. de forma: 3	Elaboró: Doris Paz
Responsable	Paso No.	Actividad
Administrador	1	Cotización de afiches
	2	Adquisición de afiches
Vendedor	3	Propuesta de colocación de afiches en lugares estratégicos.
Administrador	4	Autorización de sitios de colocación de afiches.
	4.1	Si esta de acuerdo con la propuesta, continúa el proceso.
	4.2	Si no está de acuerdo con la propuesta, regresa al paso No. 3
Vendedor	5	Comunicación con los clientes para dar a conocer aspectos relevantes de los afiches.
	6	Colocación de afiches periódicamente.



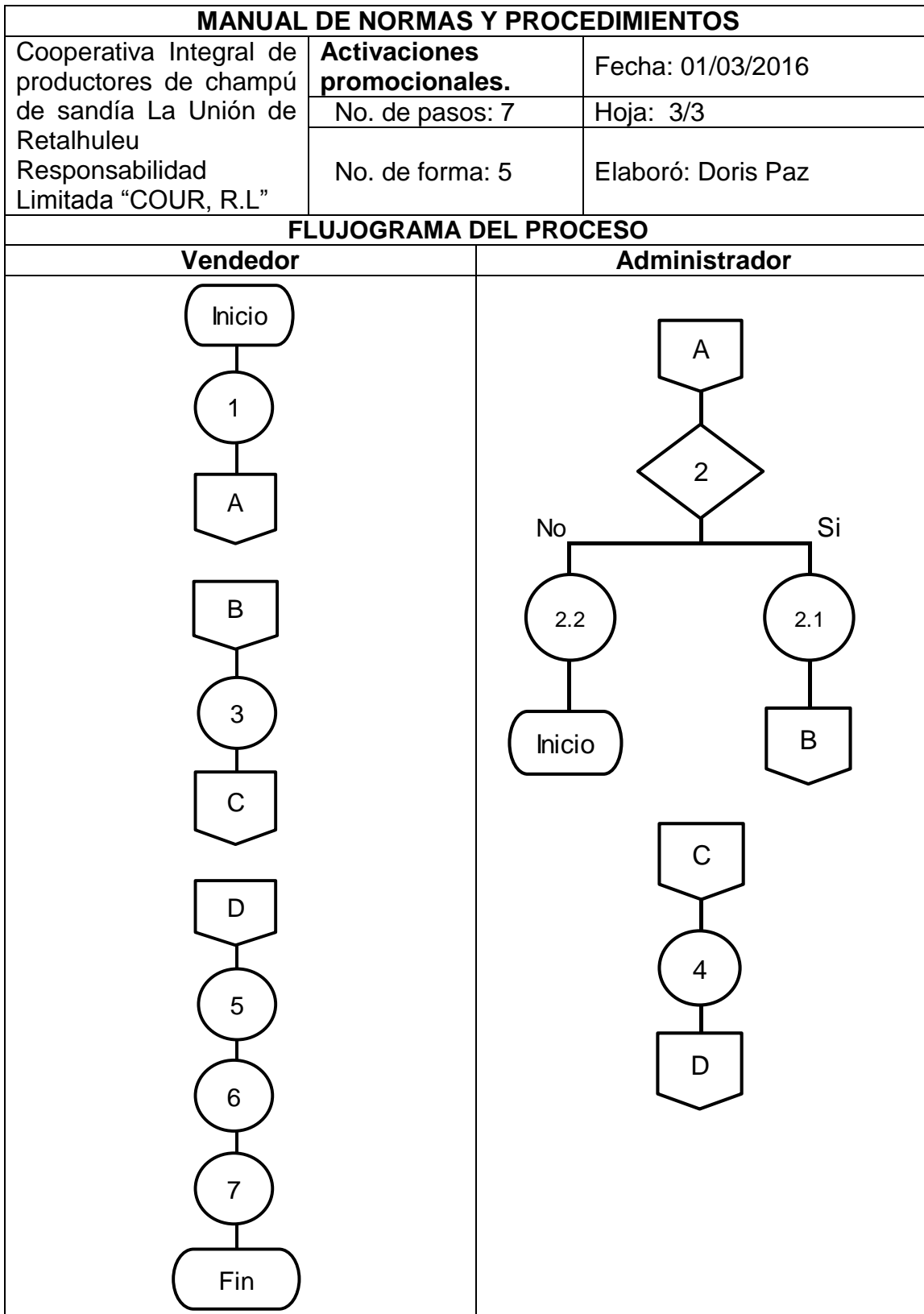
DESCRIPCIÓN DEL PROCESO		
Cooperativa Integral de productores de champú de sandía La Unión de Retalhuleu Responsabilidad Limitada "COUR, R.L"	Publicación publicitaria en redes sociales.	Fecha: 01/03/2016
	No. de pasos: 5	Hoja: 1/3
	No. de forma: 4	Elaboró: Doris Paz
<p>DEFINICIÓN DEL PROCEDIMIENTO:</p> <p>Consiste en dar a conocer los beneficios del Champú de Sandía a través de las redes sociales.</p>		
<p>OBJETIVO DEL PROCEDIMIENTO:</p> <p>Dar a conocer a los clientes finales usuarios de redes sociales el Champú de Sandía, para que puedan adquirirlo con su detallista favorito.</p>		
<p>NORMAS DEL PROCEDIMIENTO:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Se debe realizar como mínimo una publicación diaria dando a conocer los beneficios de usar el Champú de Sandía. ▪ Se debe dar respuesta a todas las dudas de los clientes y dar seguimiento a los malos comentarios. 		

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO		
Cooperativa Integral de Productores de Champú de Sandía La Unión de Retalhuleu Responsabilidad Limitada "COUR, R.L"	Publicación publicitaria en redes sociales.	Fecha: 01/03/2016
	No. de pasos: 5	Hoja: 2/3
	No. de forma: 4	Elaboró: Doris Paz
Responsable	Paso No.	Actividad
Vendedor	1	Propuesta de publicación, una diaria.
Administrador	2	Autorización de publicación.
	2.1	Si esta de acuerdo con publicación, continúa el proceso.
	2.2	Si no está de acuerdo con publicación, regresa al paso No. 1
Vendedor	3	Publicación diaria.
	4	Responder dudas en redes sociales de los clientes.
Administrador	5	Comunicarse directamente con clientes con comentarios negativos, para procurar solventar la situación.



DESCRIPCIÓN DEL PROCESO		
Cooperativa Integral de Productores de Champú de Sandía La Unión de Retalhuleu Responsabilidad Limitada "COUR, R.L"	Activaciones promocionales.	Fecha: 01/03/2016
	No. de pasos: 7	Hoja: 1/3
	No. de forma: 5	Elaboró: Doris Paz
<p>DEFINICIÓN DEL PROCEDIMIENTO:</p> <p>Consiste en dar a conocer los beneficios del Champú de Sandía a través de impulsadoras directamente en los puntos de ventas.</p>		
<p>OBJETIVO DEL PROCEDIMIENTO:</p> <p>Dar a conocer a los clientes finales los beneficios del Champú de Sandía, para que puedan adquirirlo con su detallista favorito.</p>		
<p>NORMAS DEL PROCEDIMIENTO:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Se contratarán impulsadoras por día y con esta temporalidad será el pago. ▪ Es indispensable que el vendedor capacite a las impulsadoras antes de que las mismas se dirijan a las tiendas de los detallistas. ▪ Se deben considerar los detallistas más representativos o bien donde se requiera impulsar el Champú de Sandía. 		

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO		
Cooperativa Integral de Productores de Champú de Sandía La Unión de Retalhuleu Responsabilidad Limitada "COUR, R.L"	Activaciones promocionales.	Fecha: 01/03/2016
	No. de pasos: 7	Hoja: 2/3
	No. de forma: 5	Elaboró: Doris Paz
Responsable	Paso No.	Actividad
Vendedor	1	Realizar propuesta de calendario detallando fechas, horarios y clientes seleccionados.
Administrador	2	Autorización de propuesta de calendario.
	2.1	Si esta de acuerdo con la propuesta, continúa el proceso.
	2.2	Si no está de acuerdo con la propuesta, regresa al paso No. 1
Vendedor	3	Convocar a personal para trabajo por día de impulsadoras.
Administrador	4	Selección de personal para impulsadoras.
Vendedor	5	Capacitación de impulsadoras sobre beneficios del producto.
	6	Brindar material necesario a impulsadoras.
	7	Realizar las activaciones promocionales con impulsadoras según calendarización.



ANEXO 4

Glosario

Acopio	Es reunir concentrar. En mercadeo se entiende por acopio la función física de reunir la producción procedente de distintas unidades de producción haciendo lotes homogéneos para facilitar el transporte y otras funciones de la comercialización.
Actividad agrícola	Se denomina producción agrícola al resultado de la práctica de la agricultura. La producción agrícola es aquella que consiste en generar vegetales para consumo humano.
Actividad artesanal	Actividades para la fabricación de productos con instrumentos rudimentarios.
Actividad productiva	Cada una de las agrupaciones en que pueden dividirse las empresas, según los distintos productos y/o servicios que ofrecen.
Aguas servidas	Un tipo de agua que está contaminada con sustancias fecales y orina, procedentes de desechos orgánicos humanos o animales. Su importancia es tal que requiere sistemas de canalización, tratamiento y desalojo.
Almacenamiento	Es la función de mantener el producto en depósito por un tiempo, con el propósito de ajustar la oferta a los requerimientos de la demanda.

Análisis de comercialización	Estudia los entes que participan en la comercialización, a través de los análisis institucional, funcional y estructural.
Análisis estructural de la comercialización	Es el espacio físico como condicionante del mercado, para acentuar el papel que juegan los productores, los consumidores y los intermediarios en su condición de participantes del mismo. Está compuesta por la conducta, estructura y eficiencia de mercado.
Análisis funcional	Son instituciones de comercialización, las empresas públicas y privadas que intervienen en las compras, ventas o regulación del mercadeo; las agroindustrias que compran materias primas para procesarlas; los exportadores e importadores y por último, el subsector de la intermediación.
Análisis institucional	Estudia las instituciones de mercado que nacen por la acción de la norma y la ley y que surgen de las relaciones económicas y sociales.
Análisis por producto	El análisis por producto es, en cierta medida, un análisis micro y tiene la cualidad de ser más específico y encontrar las diferencias y características propias de cada producto a agrupación de productos.
Área geográfica	Espacio en que se produce determinado fenómeno o que se distingue por ciertos caracteres geográficos, botánicos, zoológicos y económicos.

Área protegida	Son espacios creados por la sociedad en su conjunto, articulando esfuerzos que garanticen la vida animal y vegetal en condiciones de bienestar, es decir, la conservación de la biodiversidad, así como el mantenimiento de los procesos ecológicos necesarios para su preservación y el desarrollo del ser humano.
Área rural	Es la definición que se le da a todos aquellos lugares poblado en Guatemala que no siendo cabeceras municipales, colonias o condominios, tienen más de 2000 habitantes, pero el 49% de sus hogares carece de energía eléctrica y agua por tubería. En un contexto relativo al campo, se denomina así a la parte geográfica cuyas actividades de trabajo son dependientes de la tierra y artesanía.
Área urbana	Son las ciudades, villas, pueblos u otros lugares en Guatemala que aunque tengan la categoría de colonia o condominio, cuenten con más de 2000 habitantes, siempre que en ellos el 51 por ciento o más de los hogares dispongan de alumbrado con energía eléctrica y de agua por tubería –chorro- dentro de sus locales de habitación.
Calidad del producto	Capacidad del producto para desarrollar sus funciones, que influye la duración general de producto, su fiabilidad, su precisión, la facilidad, su precisión, la facilidad de utilización y reparación del mismo, y otros atributos de gran importancia.

Canales de comercialización	Son las etapas por las cuales deben pasar los bienes en el proceso de transformación entre el producto y el consumidor final.
Caserío	Conjunto de casas en el campo que no constituyen un pueblo.
Censo	Lista oficial de los habitantes de una población o de un estado, con indicación de sus condiciones sociales, económicas, etc.
Centro poblado	Una concentración de mínimo veinte (20) viviendas contiguas, vecinas o adosadas entre sí, ubicada en el área rural de un municipio o de un Corregimiento Departamental. Dicha concentración presenta características urbanas tales como la delimitación de vías vehiculares y peatonales.
Clasificación y normalización	Consiste en separar los productos para reunirlos en lotes homogéneos a fin de facilitar su comercialización.
Cobertura educativa	Es un indicador que muestra el déficit de demanda existente en un sistema educativo, es decir que parte de la población se encuentra por fuera del sistema escolar o no tiene acceso a él.
Comercialización	Es una combinación de actividades en virtud de la producción, se preparan para el consumo y llegan al consumidor final en forma conveniente en el momento y

lugar oportuno. Incluye por lo tanto acopio, transporte, selección, limpieza, almacenamiento, búsqueda de mercados, etc.

Competencia perfecta	Se presenta un mercado de competencia perfecta bajo la ocurrencia de condiciones como: la existencia de gran número de compradores y vendedores en el mercado; los compradores y los vendedores, en su totalidad, conocen las condiciones del mercado, el lugar donde comprar o vender, el comportamiento de los precios y demás factores; hay libre entrada y salida de compradores al mercado y no hay condiciones o pacto alguno entre unos y otros; los productores son homogéneos y nadie puede diferenciar unos de otros, ni influir en los precios, ni en la compra o venta de determinados productos.
Compra-venta	Los participantes en los procesos de mercadeo: productores, intermediarios y consumidores compran y/o venden los productos agropecuarios por inspección por muestra y por descripción.
Concentración	Con el acopio inicia la reunión de la producción que llega a su máximo grado de concentración en el mercado mayorista.
Conducta de mercado	Son los patrones de comportamiento que adopten los participantes en relación con las políticas de fijación de precios, con los volúmenes, los productos y los servicios

que se obtienen, con los medios y sistemas para promover las ventas, que pueden llevar acuerdos de precios y de volúmenes que se venderán por empresa en el mercado o a ejercer libre competencia e incluso guerra de precios; o por el contrario, a establecer acuerdos de exclusión y tácticas depredatorias en el mercado.

Consideración de riesgos	En el mercado agrícola existen dos clases de riesgos los de pérdida física de la mercancía y los financieros.
Consumidor final	Es el último eslabón en el canal de mercadeo.
Cooperativa	Es una asociación autónoma de personas unidas con voluntad para formar una organización democrática cuya administración y gestión debe llevarse a cabo de la forma que acuerden los socios.
Costo directo	Se refiere al conjunto de las erogaciones en las que incurre cualquier empresa sin importar el giro de esta.
Costo variable	Son aquellos que se modifican de acuerdo con el volumen de producción, es decir, si no hay producción no hay costos variables.
Costos fijos	Son aquellos en los que el costo fijo total permanece constante dentro de un rango relevante de producción.
Demanda	Es la relación que muestra distintas cantidades de una mercancía que los compradores desearían y serían

capaces de adquirir a precios alternativos posibles durante un período dado de tiempo, suponiendo que todas las demás cosas permanecen constantes.

Desechos sólidos	Son aquellos materiales no peligrosos, que son descartados por la actividad del ser humano o generados por la naturaleza y que no teniendo una utilidad inmediata para su actual poseedor se transforma en indeseables.
Desempleo	Situación de la persona que está en condiciones de trabajar pero no tiene empleo o lo ha perdido.
Deserción educativa	Se trata de aquella situación en la que el alumno después de un proceso acumulativo de separación o retiro, finalmente, comienza a retirarse antes de la edad establecida por el sistema educativo sin obtener un certificado impulsado.
Desnutrición	Pérdida de reservas o debilitación de un organismo por recibir poca o mala alimentación.
Determinación de precios	Puede ser libre o regida por normas oficiales, se hace mención solamente de las ventajas de dos sistemas de determinación de precios en condiciones de concurrencia precio con regateo y la subasta pública.
Dispersión	Es el proceso de transferencia desde el productor y finaliza con la entrega del producto al consumidor final.

Eficiencia de mercado	Es el resultado al cual se llega de acuerdo con la implementación de las líneas de conducta que seleccionen los participantes.
Empaque	La función empaque cumple con los objetivos de preservar el producto, de hacer lotes homogéneos para su manipulación y de dividirlo con el fin de facilitar la distribución.
Empleo	Es el rol ocupacional social (trabajo) realizado en virtud de un contrato formal o de hecho, individual o colectivo, por el que se recibe una remuneración o salario.
Equilibrio	Es la interrelación entre la oferta y la demanda de acuerdo al producto.
Erosión eólica	Es el desgaste de las rocas o la remoción del suelo debido a la acción del viento.
Erosión hídrica	Es el proceso de sustracción de masa sólida al suelo o a la roca de la superficie llevado a cabo por un flujo de agua que circula por la misma.
Estado de Costo Directo	Es la valoración monetaria del uso de factores y servicios complementarios con el fin de obtener bienes económicos complementarios.
Estado de costo directo de	Este incluye todos los costos que tienen relación directa con procesos productivos, así como otros gastos, por Ej.

producción	Materias primas e insumos, la mano de obra directa, indirecta y otros gastos generales.
Estado de resultados	Nos muestra el comportamiento de las utilidades en los años de vida del proyecto, además nos permite conocer la bondad económica del mismo, a través de los diferentes criterios de evaluación.
Estado de situación financiera	Muestra la estructura financiera de la empresa, es decir el valor de la empresa en el mercado, ya que en él se determina el desarrollo que se pretende alcanzar en la empresa en el transcurso del tiempo.
Estados financieros	Son un conjunto completo de estados financieros de una entidad, tales como estado de costo directo de producción, estado de situación financiera, estado de resultados y estado de flujos de efectivo.
Estructura de mercado	Se señala lo relativo a las características propias de su organización que son determinantes de las relaciones entre los participantes. La estructura del mercado es la que determina las relaciones entre compradores y vendedores; entre los vendedores; entre los compradores; entre los participantes ya establecidos y los que podrán entrar al mercado.
Estructura organizacional	La estructura organizacional puede ser definida como las distintas maneras en que puede ser dividido el trabajo dentro de una organización, para alcanzar la

coordinación del mismo, orientándolo al logro de los objetivos.

Estudio administrativo legal	Debe plantearse la organización estructural, funcional y presupuestaria para llevar a cabo los procesos administrativos, así como los requerimientos de equipo y dotación de insumos para el funcionamiento administrativo adecuado.
Estudio financiero	Ordena y sistematiza la información de carácter monetario y elabora los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica.
Estudio técnico	Es el análisis de la viabilidad financiera de un proyecto, el estudio técnico tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes a esta área.
Etiqueta del producto	Describe la marca y los aspectos del producto, quien lo ha fabricado, el lugar de fabricación, la fecha de fabricación, su contenido y la forma de uso adecuada.
Evaluación financiera	Tiene por objeto estudiar la factibilidad de un proyecto con base en sus resultados financieros. Se evalúa la medida de rentabilidad de los recursos que se incorporan al proyecto o rendimiento de capital, cualesquiera que sean las fuentes de financiamiento.
Financiamiento	Obligaciones contraídas por la empresa o el ente

generador de un proyecto con terceros y que vencen en un plazo mayor a 5 años.

Financiamiento externo	En este caso existen numerosas variantes que pueden utilizarse siempre y cuando el agente económico sea confiable, puede darse mediante los créditos de los bancos o tarjetas de crédito.
Financiamiento Interno	Dinero obtenido de los activos propios del negocio o las ganancias reservadas en la empresa.
Flujo neto de fondos	Lo constituyen los ingresos, el valor residual y los egresos que se originan de las operaciones normales de un proyecto, en cada uno de los años de vida útil estimada, se analiza con el propósito de establecer la diferencia entre los ingresos y egresos lo que da origen al Flujo neto de fondos y sirve de base para evaluar financieramente un proyecto al tomar en cuenta el valor del dinero en el tiempo.
Folklore	Es la expresión de la cultura de un pueblo: artesanía, bailes, chistes, costumbres, cuentos, historias, orales, leyendas, música, proverbios, supersticiones y demás, común a una población concreta, incluyendo las tradiciones de dicha cultura, subcultura o grupo social.
Funciones auxiliares	Son las que tienen Información de precios y mercados; financiamiento; aceptación de riesgos.

Funciones de intercambio	Compra y venta; determinación de precios.
Funciones físicas	Se denominan funciones físicas a las que se relacionan con la transferencia física y con modificaciones físicas incluso fisiológicas (ejemplo: grado de madurez) de los productos.
Gráfica del punto de equilibrio	Indica el punto o nivel de ventas en que cesan las pérdidas y empiezan las utilidades. Cualquier unidad de ventas o ingresos superior al punto de equilibrio, representará beneficios y por el contrario ingresos inferiores, significará que el proyecto incurrirá en pérdidas. Éste índice se le conoce con el nombre punto muerto y umbral de rentabilidad.
Hidrografía	Conjunto de los mares, los ríos, los lagos y otras corrientes de agua de un país o una zona.
Impacto social	Se refiere al cambio efectuado en la sociedad, debido al producto de las investigaciones, es decir, es la consecuencia de los efectos de un proyecto.
Índice de pobreza	Son parámetros desarrollados por las Naciones Unidas para medir el nivel de vida de los países. Según la ONU, los indicadores de pobreza reflejan mejor la cantidad de privación en comparación con el Índice de Desarrollo Humano.

Inmigración	Movimiento de población que consiste en la llegada de personas a un país o región diferente de su lugar de origen para establecerse en él.
Inversión en capital de trabajo	Está representado por el capital adicional (distinto de la inversión de activo fijo y diferido) con que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa; hay que financiar la primera producción antes de recibir ingresos; entonces debe comprarse materia prima, pagar mano de obra directa que la transforme, otorgar crédito en las primeras ventas y contar con cierta cantidad en efectivo para sufragar los gastos diarios de la empresa.
Inversión fija	Comprende la adquisición de todos de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción del capital de trabajo.
Inversión total	Es la realización de un cómputo de los costos correspondientes a la inversión fija, la inversión diferida y el capital de trabajo necesario para la instalación y operación del proyecto.
Investigación de la publicidad	La investigación de la publicidad busca conocer los medios más eficaces que se pueden utilizar para llegar al consumidor, e inducirlo a un cambio de actitud en sus decisiones y preferencias.
Investigación de	Es una herramienta por medio de la cual los productores

mercado	entran en contacto con los compradores de sus productos minimizando las incertidumbres que se derivan de la carencia de información.
Letrina	Es un espacio destinado a defecar. La correcta disposición de las excretas es fundamental para preservar la salud de las comunidades rurales y urbanas.
Logotipo	Es el distintivo formado por letras, abreviaturas, etc., peculiar de una empresa, conmemoración, marca o producto.
Mangle	Árbol o arbusto tropical de ramas largas y extendidas de las cuales nacen unas raíces adventicias que descienden hasta tocar el suelo y arraigar en él; crece en aguas fangosas.
Margen bruto	Referente al de comercialización mide la habilidad de una empresa para comprar y vender, se calcula siempre en relación con el precio final o precio pagado por el último consumidor y se expresa en porcentaje.
Margen de seguridad	Es el porcentaje o valor en que pueden disminuir las ventas sin producir pérdida.
Márgenes de comercialización	Se define como la diferencia que existe entre el precio que paga el consumidor por un producto y el precio recibido por el cultivador. Se conoce también como "margen de precio", margen bruto de comercialización" o

"margen bruto de mercadeo", ya que se calcula con más frecuencia como margen bruto (influidos los costos y los beneficios) que como margen neto.

Margen neto	Referente al de comercialización es el porcentaje sobre el precio final que percibe la intermediación como beneficio neto, al deducir los costos de mercadeo.
Mercado	Lugar donde se reúnen vendedores y compradores para intercambiar bienes o servicios.
Mercado objetivo	Conjunto de compradores que comparten necesidades o características que la empresa decide atender.
Mezcla de mercadotecnia	La mezcla de mercadotecnia o marketing mix es un conjunto de instrumentos de marketing tácticos y controlables que la empresa combina para generar la respuesta deseada en el mercado objetivo.
Minería	Actividad de explotar las minas, extraer minerales.
Morbilidad	Cantidad de personas que enferman en un lugar y un período de tiempo determinados en relación con el total de la población.
Multicultural	El reconocimiento de la coexistencia de grupos culturales diferentes, dentro de un mismo estado nacional.
Nombre y marca del	Cualquier nombre, término, signo, símbolo o diseño, o

producto	cualquier combinación de estos elementos cuyo propósito consiste en identificar los bienes o servicios de uno o varios vendedores y en diferenciarlos de los del resto de competidores.
Oferta	Es la relación que muestran las distintas cantidades de una mercancía que los vendedores estarían dispuesto a, y podrían, poner a la venta a precios alternativos posibles durante un período de tiempo, permaneciendo constantes todas las demás cosas.
Oligopolio	Se presenta cuando hay unos pocos vendedores en el mercado.
Operaciones de comercialización	Son los diferentes pasos que se inician con los canales de comercialización, se cuantifican en los márgenes de comercialización y se comparan respecto a otros productos a través de los factores de diferenciación.
Organización empresarial	Es una estructura determinada conscientemente que se adapta a condiciones internas y externas con actividades de control, diseñadas para encauzar y regular la correspondencia entre las actividades reales y las planeadas.
Orografía	Parte de la geografía física que se encarga del estudio, descripción y representación del relieve terrestre.

Parcelamiento	Es la división simultánea o sucesiva de terrenos en dos o más nuevas parcelas independientes, o cuotas indivisas de los mismos. Si esta división se realiza con el fin manifiesto o implícito de urbanizarlos o edificarlos total o parcialmente se trata de una parcelación urbanística.
Participación en el mercado	Es una medida de la eficiencia, pues se identifica el papel de la empresa en la satisfacción de las necesidades de los consumidores.
Período de recuperación de la inversión	Es el tiempo necesario para recuperar la inversión realizada mediante utilidades obtenidas por un proyecto, es decir, es la acumulación de los flujos netos de fondos actualizados hasta recuperar la inversión.
Plaza	Se refiere a todas las actividades que realiza la empresa para hacer accesible un producto a un público objetivo.
Pobreza	Escasez o carencia de lo necesario para vivir.
Precio	La cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio, o la suma de valores que los consumidores entregan a cambio de los beneficios de poseer o utilizar dicho producto o servicio.
Presupuesto de caja	Constituye uno de los elementos más importantes del estudio de un proyecto, ya que la evaluación del mismo se efectuará sobre los resultados que en ella se determinen. La información básica para realizar esta

proyección está contenida en los estudios de mercado, técnico y organizacional, así como el presupuesto de inversiones.

Proceso de comercialización	Es una etapa de la comercialización compuesta por la concentración o acopio, equilibrio y dispersión.
Producto	Todo aquello que se puede ofrecer en un mercado para su atención, adquisición o consumo, y que satisface un deseo o una necesidad.
Productor	Es el primer participante en el proceso, desde el momento mismo de tomar una decisión sobre su producción.
Promoción	Inventivos a corto plazo para fomentar la compra o venta de un producto o servicio.
Punto de equilibrio	Permite establecer el nivel donde el proyecto no obtiene utilidades, ni pérdidas, es decir un total de ventas o ingresos en el cual todos sus costos están cubiertos por sus ingresos, por lo tanto el proyecto no presenta utilidades pero tampoco pérdidas.
Relación beneficio costo	Se le conoce también con el nombre de índice de deseabilidad (ID), es el resultado de dividir los flujos netos actualizados positivos entre los flujos netos actualizados negativos, incluye la inversión total y permite establecer la eficiencia con que se utilizan los

recursos en un proyecto.

Rentabilidad	Relación existente entre los beneficios que proporcionan una determinada operación o cosa y la inversión o el esfuerzo que se ha hecho, financieramente suele representarse en porcentajes.
Rentabilidad sobre ventas	Mide la eficiencia que alcanza una empresa durante sus operaciones y ayuda a tomar decisiones para mejorarlas.
Resultados financieros	Son un informe escrito que describe cuantitativamente la salud financiera de una empresa acompañados de una explicación y análisis.
Servicio	Cualquier actividad o beneficio, fundamentalmente intangible, que una parte puede ofrecer a otra y que no conlleva propiedad alguna.
Sub empleo	Es la situación que se produce cuando una persona no está capacitada como para una determinada ocupación, cargo o puesto de trabajo, está ocupada plenamente y toma trabajos menores en los que generalmente se gana poco.
Tasa de crecimiento	Aumento o disminución de una población (por los factores de nacimientos, muertes y migración) en un determinado periodo (normalmente se calcula por año).

Tasa interna de retorno	Se define como la tasa de actualización que iguala el valor actual de los flujos netos de fondos con la inversión total de un proyecto, es decir, que es la tasa de actualización que hace que el valor actual de los flujos netos positivos sea igual al valor actual de los flujos netos negativos, incluye la inversión total, su fin es medir la rentabilidad de un proyecto.
Tipos de acopio	Se conocen experiencias de varios países en el estudio y la implantación de centros de acopio, algunos de ellos en proyectos regionales y otros como parte de programas de mercadeo. Los estudios de Perú y Colombia, principalmente han identificado tres tipos de centros de acopio que son: centros primarios, centros secundarios y centros terciarios.
Topografía	Técnica que consiste en describir y representar en un plano la superficie o el relieve de un terreno.
Transporte	Agrega utilidad de lugar a los productos, mediante su traslado de las zonas de producción en donde no poseen dicha utilidad, a los centros de consumo en los cuales se hacen asequibles a la demanda localizada, es decir, que la simple transferencia de un bien, de un lugar en el cual es abundante, a un lugar de escasez significa agregación de valor.
Utilidad de forma	Los productores, intermediarios e industriales crean

utilidad de forma cuando cambian la fisonomía de los productos para facilitar su consumo y dar mayor satisfacción.

Utilidad de lugar Se genera cuando productores o intermediarios transfieren los productos de lugar para hacerlos accesibles a los compradores; esa transferencia le da capacidad de satisfacer necesidades en el lugar donde lo necesita el consumidor.

Utilidad de posesión Se agrega valor a un producto por poseerlo con la intención de transferirlo a quien lo necesita. Con ello se contribuye a satisfacer una necesidad.

Utilidad de tiempo Es la que se agrega a un bien por conservarlo a través del tiempo. Se vincula directamente con el factor tiempo, que agrega valor por el hecho de conservarlo y por las acciones que se realizan para su conservación y almacenamiento. El mercado hace disponible el producto en el momento preciso en que lo requiera el consumidor.

Valor actual neto Consiste en encontrar la diferencia entre el valor actualizado de las corrientes de ingresos y el valor actualizado de las corrientes de egresos, se incluye la inversión total.