

MUNICIPIO DE CUYOTENANGO
DEPARTAMENTO DE SUCHITEPÉQUEZ

“COMERCIALIZACIÓN“ (PANADERÍA) Y
PROYECTO: “PRODUCCIÓN DE CHAMPÚ DE CHOCOLATE”

GUSTAVO ADOLFO ORDÓÑEZ GAMARRO

TEMA GENERAL

“DIAGNÓSTICO SOCIOECONÓMICO, POTENCIALIDADES PRODUCTIVAS
Y PROPUESTA DE INVERSIÓN”

MUNICIPIO DE CUYOTENANGO
DEPARTAMENTO DE SUCHITEPÉQUEZ

TEMA INDIVIDUAL

“COMERCIALIZACIÓN“ (PANADERÍA) Y
PROYECTO: “PRODUCCIÓN DE CHAMPÚ DE CHOCOLATE

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
2018

2018

(c)

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

CUYOTENANGO – VOLUMEN 4

2-80-15-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“ (PANADERÍA) Y
PROYECTO: ” PRODUCCIÓN DE CHAMPÚ DE CHOCOLATE”

MUNICIPIO DE CUYOTENANGO
DEPARTAMENTO DE SUCHITEPÉQUEZ

INFORME INDIVIDUAL

Presentado a la Honorable Junta Directiva y al

Comité Director

del

Ejercicio Profesional Supervisado de

la Facultad de Ciencias Económicas

por

GUSTAVO ADOLFO ORDÓÑEZ GAMARRO

previo a conferírsele el título

de

ADMINISTRADOR DE EMPRESAS

en el Grado Académico de

LICENCIADO

Guatemala, abril de 2018

**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 27 de abril de 2018, según Acta No. 13-2018 Punto QUINTO inciso 4.3 subinciso 4.3.56 la Junta Directiva de la Facultad conoció y aprobó el Informe Individual del Ejercicio Profesional Supervisado, que con el título "COMERCIALIZACIÓN (PANADERÍA) Y PROYECTO: PRODUCCIÓN DE CHAMPÚ DE CHOCOLATE", municipio de Cuyotenango, departamento de Suchitepéquez.

Presentó

GUSTAVO ADOLFO ORDÓÑEZ GAMARRO

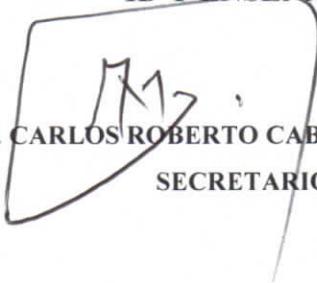
Para su graduación profesional como: ADMINISTRADOR DE EMPRESAS

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 los nueve días del mes de mayo de dos mil dieciocho.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


LIC. CARLOS ROBERTO CABRERA MORALES
SECRETARIO



M.CH.

DEDICATORIA

- A DIOS:** Por darme la oportunidad de lograr cada meta trazada, por estar conmigo en cada paso que doy, por demostrarme día a día que, con fe, perseverancia y en su tiempo todo es perfecto.
- A MIS PADRES:** José Armando Ordóñez Herrera y Ada Lucrecia Gamarro Montero por darme la vida, la oportunidad de estudiar y poder ser lo que yo siempre desee, hoy su esfuerzo se ve recompensado, en especial a mi madre por ser una mujer esforzada y que me ha dado el mejor legado, confianza en Dios.
- A MI TÍO:** Samuel Benjamín Gamarro Montero (Q.E.D), porque hoy por vos llegue a la meta que siempre soñaste, aunque no estés físicamente tu recuerdo siempre está presente, gracias por enseñarme el valor del trabajo y que se vale soñar en grande.
- A MIS ABUELOS:** Benjamín Gamarro de León y Alicia Montero Burgos, por amarme como un hijo, por apoyarme y ser un ejemplo de vida, los amo.
- A MI FUTURA ESPOSA:** Consuelo Victorina Chomo Solórzano, porque nuestra carrera nos permitió conocernos y tener la historia más hermosa de nuestras vidas, gracias por estar a mi lado y creer en mí, te amare siempre.
- A MIS HERMANOS:** José Benjamín Ordoñez Gamarro y Alys Lucrecia Ordoñez Gamarro, por tenderme la mano siempre y ser un pilar importante en mi vida.
- A FAMILIA EN GENERAL:** A mis tatas, Edgar y Adaljisa por ser ese apoyo incondicional para mi vida, familia Zuleta López, tío Walter, Valentina, Camila, gracias por sus muestras de cariño y apoyo.
- A MIS AMIGOS:** Por su compañía, entusiasmo y apoyo, en especial a: Monica, Byron, Yeison y Claudia porque la amistad a perdurado. Noemi, Gustavo, Odelis, Mary y Armando gracias por sus muestras de apoyo hasta el último día.
- A MI CASA DE ESTUDIO:** Universidad de San Carlos de Guatemala, en especial a la Facultad de Ciencias Económicas, por darme los conocimientos y la oportunidad de alcanzar mis objetivos.

ÍNDICE GENERAL

	Descripción	Página
	INTRODUCCIÓN	i
	CAPÍTULO I	
	CARACTERÍSTICAS SOCIOECONÓMICAS DEL MUNICIPIO	
1.1	MARCO GENERAL	1
1.1.1	Antecedentes históricos del Municipio	1
1.1.2	Localización y extensión	2
1.1.3	Clima	3
1.1.4	Orografía	3
1.1.5	Aspectos culturales y deportivos	4
1.2	DIVISIÓN POLÍTICA Y ADMINISTRATIVA	5
1.2.1	División política	5
1.2.2	División administrativa	5
1.2.2.1	Concejo Municipal	6
1.2.2.2	Alcaldías Auxiliares	6
1.2.2.3	Concejo Municipal de Desarrollo –COMUDE-	6
1.3	RECURSOS NATURALES	7
1.3.1	Agua	7
1.3.2	Bosques	8
1.3.2.1	Tipos de bosques	8
1.3.3	Suelos	9
1.3.3.1	Tipos de suelo	10
1.3.4	Fauna	11
1.3.5	Flora	12
1.4	POBLACIÓN	12
1.4.1	Población total número de hogares y tasa de crecimiento	12
1.4.2	Población según género, área geográfica, grupo étnico y edad	13
1.5	ESTRUCTURA AGRARIA	15
1.5.1	Tenencia de la tierra	15
1.5.2	Concentración de la tierra	16
1.6	SERVICIOS BÁSICOS Y SU INFRAESTRUCTURA	16
1.6.1	Educación	16
1.6.1.1	Inscripción de alumnos por nivel educativo, sector y área	17
1.6.2	Salud	19
1.6.2.1	Cobertura de salud	19
1.6.3	Cobertura de servicios básicos	20
1.6.3.1	Agua	21
1.6.3.2	Drenajes	22

1.6.3.3	Energía eléctrica	22
1.6.4	Letrinas y otros servicios sanitarios	23
1.6.5	Sistemas de recolección de basura	24
1.6.6	Sistemas de tratamiento de aguas servidas	24
1.6.7	Sistemas de tratamiento de desechos sólidos	25
1.6.8	Cementerios	25
1.7	INFRAESTRUCTURA PRODUCTIVA	25
1.7.1	Vías de acceso	25
1.7.2	Puentes	26
1.7.3	Unidades de riego	26
1.7.4	Mercados	27
1.7.5	Energía eléctrica comercial e industrial	27
1.7.6	Telecomunicaciones	27
1.7.7	Transporte	27
1.7.8	Rastros	28
1.8	ORGANIZACIÓN SOCIAL Y PRODUCTIVA	28
1.9	ENTIDADES DE APOYO	29
1.10	FLUJO COMERCIAL Y FINANCIERO	29
1.10.1	Flujo comercial	30
1.10.2	Flujo financiero	30
1.11	RESUMEN DE ACTIVIDADES PRODUCTIVAS Y GENERACIÓN DE EMPLEO	31

CAPÍTULO II DIAGNOSTICO DE LAS PANADERÍAS

2.1	CARACTERÍSTICAS TECNOLÓGICAS	33
2.2	VOLUMEN Y VALOR DE LA PRODUCCIÓN	34
2.3	RESULTADOS FINANCIEROS	35
2.3.1	Costo directo de producción	35
2.3.2	Estado de resultados	37
2.3.3	Rentabilidad	39
2.3.4	Financiamiento	39
2.4	COMERCIALIZACIÓN	40
2.4.1	Mezcla de mercadotecnia	40
2.4.1.1	Producto	40
2.4.1.2	Precio	42
2.4.1.3	Plaza	43
2.4.1.4	Promoción	44
2.4.2	Canales de comercialización	45
2.4.3	Márgenes de comercialización	46
2.5	ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL	47
2.5.1	Estructura organizacional por tamaño de empresa	47

2.6	GENERACIÓN DE EMPLEO	49
2.7	PROBLEMATICA ENCONTRADA	49
2.8	PROPUESTA DE SOLUCIÓN	49

**CAPÍTULO III
PROYECTO: PRODUCCIÓN DE CHAMPU DE
CHOCOLATE**

3.1	DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	51
3.2	JUSTIFICACIÓN	52
3.3	OBJETIVOS	52
3.3.1	General	52
3.3.2	Específicos	53
3.4	ESTUDIO DE MERCADO	53
3.4.1	Oferta	53
3.4.2	Demanda	55
3.4.3	Precio	51
3.4.4	Comercialización	58
3.5	ESTUDIO TÉCNICO	58
3.5.1	Localización	58
3.5.2	Tamaño	59
3.5.3	Volumen y valor de la producción	59
3.5.4	Flujograma del proceso productivo	59
3.5.5	Requerimientos técnicos	61
3.6	ESTUDIO ADMINISTRATIVO – LEGAL	63
3.6.1	Organización propuesta	63
3.6.2	Base legal	64
3.7	ESTUDIO FINANCIERO	65
3.7.1	Inversión fija	65
3.7.2	Capital de trabajo y total	67
3.7.3	Estados financieros	69
3.7.4	Costos de producción	71
3.7.5	Estado de resultados	72
3.7.6	Evaluación financiera	74
3.8	IMPACTO SOCIAL	76

**CAPÍTULO IV
COMERCIALIZACIÓN
PROYECTO: PRODUCCIÓN DE CHAMPÚ DE
CHOCOLATE**

4.1	COMERCIALIZACIÓN PROPUESTA	77
4.2	MEZCLA DE MERCADOTECNIA	77
4.2.1	Producto	77

4.2.1.1	Descripción del producto	78
4.2.1.2	Características y usos	78
4.2.1.3	Nombre de la marca	79
4.2.1.4	Empaque	80
4.2.1.5	Embalaje	81
4.2.2	Precio	81
4.2.3	Plaza	82
4.2.3.1	Canal de comercialización	82
4.2.3.2	Márgenes de comercialización	84
4.2.4	Promoción	86

CONCLUSIONES
RECOMENDACIONES
BIBLIOGRAFÍA
ANEXOS

ÍNDICE DE CUADROS

	Descripción	Página
1	Municipio de Cuyotenango, departamento de Suchitepéquez Población Según Género, Área Geográfica, Grupo Étnico y Edad Años: 1994, 2002 y 2015	13
2	Municipio de Cuyotenango, departamento de Suchitepéquez Número de Alumnos Inscritos, Años: 2013, 2014 y 2015	17
3	Municipio de Cuyotenango, departamento de Suchitepéquez Cobertura de Salud, Según Tipo de Institución, Año: 2015	19
4	Municipio de Cuyotenango, departamento de Suchitepéquez Cobertura de Servicios Básicos, Años: 1994, 2002 y 2015	20
5	Municipio de Cuyotenango, departamento de Suchitepéquez Cobertura de Servicio Sanitario, Años: 2002 y 2015	23
6	Municipio de Cuyotenango, departamento de Suchitepéquez, Resumen de Actividades Productivas, Año: 2015	31
7	Municipio de Cuyotenango, departamento de Suchitepéquez, Producción Artesanal Panadería, Volumen y Valor de la Producción Año: 2015	34
8	Municipio de Cuyotenango, departamento de Suchitepéquez, Producción Artesanal Panadería, Estado de Costo Directo de Producción, Pequeño artesano, del 01 de enero al 31 de diciembre de 2015.	36
9	Municipio de Cuyotenango, departamento de Suchitepéquez, Producción Artesanal Panadería, Estado de Resultados, por Tamaño de Empresa y Producto, del 01 de enero al 31 de diciembre de 2015	38
10	Municipio de Cuyotenango, departamento de Suchitepéquez, Producción Artesanal Panadería, Márgenes de Comercialización, Pequeño Artesano de Panadería, Año 2015	46
11	Municipios de Cuyotenango, San Antonio y San Felipe departamento de Suchitepéquez y Retalhuleu, Oferta Histórica y Proyectada de Productos Sustitutos*, Período: 2011-2020	54

12	Municipios de Cuyotenango, San Antonio y San Felipe departamento de Suchitepéquez y Retalhuleu, Demanda Potencial Histórica y Proyecto de Champú de Chocolate Período: 2011-2020	55
13	Municipios de Cuyotenango, San Antonio y San Felipe departamento de Suchitepéquez y Retalhuleu, Consumo Aparente Histórico y Proyecto de Producto Sustituto, Período: 2011-2020	56
14	Municipios de Cuyotenango, San Antonio y San Felipe departamento de Suchitepéquez y Retalhuleu, Demanda Insatisfecha Histórica y Proyecto de Champú de Chocolate Período: 2011-2020	57
15	Municipio de Cuyotenango, departamento de Suchitepéquez, Proyecto: Producción de Champú de Chocolate, Volumen y Valor de la Producción, Años: 1 - 5	59
16	Municipio de Cuyotenango, departamento de Suchitepéquez, Proyecto: Producción de Champú de Chocolate, Requerimientos Técnicos, Año: 1	61
17	Municipio de Cuyotenango, departamento de Suchitepéquez, Proyecto: Producción de Champú de Chocolate, Inversión Fija, Año: 1	68
18	Municipio de Cuyotenango, departamento de Suchitepéquez. Proyecto: Producción de Champú de Chocolate, Inversión en Capital de Trabajo, Año: 1	67
19	Municipio de Cuyotenango, departamento de Suchitepéquez, Proyecto: Producción de Champú de Chocolate, Estados Financieros, del 01 de enero al 31 de diciembre de cada año	69
20	Municipio de Cuyotenango, departamento de Suchitepéquez, Proyecto: Producción de Champú de Chocolate, Estado de Costo Directo de Producción Proyecto, Del 01 de enero al 31 de diciembre de cada año.	71
21	Municipio de Cuyotenango, departamento de Suchitepéquez, Proyecto: Producción de Champú de Chocolate, Estado de Resultados Proyecto, del 01 de enero al 31 de diciembre de cada año.	73

- | | | |
|----|--|----|
| 22 | Municipio de Cuyotenango, departamento de Suchitepèquez, Proyecto: Producciòn de Chamou de Chocolate, Evaluaciòn Financiera Proyectada. | 75 |
| 23 | Municipio de Cuyotenango, Departamento de Suchitepèquez, Proyecto: Producciòn de Champù de Chocolate, Márgenes de Comercializaciòn de Cuyotenango, Año: 2015 | 85 |

ÍNDICE DE GRÁFICAS

	Descripción	Página
1	Municipio de Cuyotenango, departamento de Suchitepéquez, Producción Artesanal Panadería Canal de Comercialización, Año: 2015.	45
2	Municipio de Cuyotenango, departamento de Suchitepéquez, Producción Artesanal Panadería, Estructura Organizacional, Según Tamaño de Artesano, Año: 2015.	48
3	Municipio de Cuyotenango, departamento de Suchitepéquez, Proyecto: Producción de Champú de Chocolate, Flujograma del Proceso Productivo, Año: 2015.	60
4	Municipio de Cuyotenango, departamento de Suchitepéquez, Proyecto: Producción de Champú de Chocolate, Organigrama Nominal, Asociación de Productores "ASOPROCH", Año: 2015.	64
5	Municipio de Cuyotenango, Departamento de Suchitepéquez, Proyecto: Producción de Champú de Chocolate, Canal de Comercialización, Año: 2015.	83

ÍNDICE DE TABLAS

	Descripción	Página
1	Municipio de Cuyotenango, departamento de Suchitepéquez, Producción Artesanal Panadería, Características Tecnológicas Por Tamaño de Empresa y Producto, Año: 2015	34
2	Municipio de Cuyotenango, departamento de Suchitepéquez Producción Artesanal Panadería, Mezcla de Mercadotecnia, Año: 2015	41
3	Municipio de Cuyotenango, departamento de Suchitepéquez Producción artesanal panadería, Mezcla de Mercadotecnia, Año: 2015.	42
4	Municipio de Cuyotenango, departamento de Suchitepéquez Producción Artesanal Panadería, Mezcla de Mercadotecnia, Año: 2015.	43
5	Municipio de Cuyotenango, departamento de Suchitepéquez Producción artesanal panadería, Mezcla de Mercadotecnia, Año: 2015.	44

ÍNDICE DE FIGURAS

	Descripción	Página
1	Municipio de Cuyotenango, Departamento de Suchitepéquez, Proyecto: Producción de Champú de Chocolate, Logotipo, Año: 2015	79
2	Municipio de Cuyotenango, Departamento de Suchitepéquez, Proyecto: Producción de Champú de Chocolate, Empaque y presentación, Año 2015	80
3	Municipio de Cuyotenango, Departamento de Suchitepéquez, Proyecto: Producción de Champú de Chocolate, Etiqueta, Año 2015	81
4	Municipio de Cuyotenango, Departamento de Suchitepéquez, Proyecto: Producción de Champú de Chocolate , Afiche Año: 2015	86

INTRODUCCIÓN

La Universidad de San Carlos de Guatemala, como un aporte a la sociedad y en cumplimiento a las leyes y reglamentos de la Facultad de Ciencias Económicas, ha dado origen a que se realice el ejercicio profesional supervisado. Todo ello derivado de la situación económica que vive el país en sus esferas sociales y estructurales, pero con mayor intensidad en el área rural.

La Facultad de Ciencias Económicas permite el desarrollo del presente informe denominado “Comercialización (Panadería) y proyecto: Producción de Champú de Chocolate”, que integra parte del tema general: “Diagnóstico Socioeconómico, Potencialidades Productivas y Propuestas de Inversión en el municipio de Cuyotenango, Suchitepéquez”, investigación llevada a cabo en el mes de octubre de 2015, la misma pretende el aprovechamiento al máximo de los recursos con los que cuentan los pobladores del Municipio para alcanzar los beneficios, tanto económicos como sociales de toda la región. Así mismo se pretende incrementar las fuentes de empleo al diversificar productos para el consumidor final, además el presente documento tiene como objetivo principal la creación de una propuesta de inversión desde su comercialización, organización y financiamiento.

El objetivo general de la presente investigación consiste en la determinación de las causas y efecto como factores principales de la situación actual del nivel socio-económico del Municipio, reconocer las potencialidades productivas en busca de un desarrollo comercial de los habitantes, por medio del presente informe se identifica la propuesta de inversión.

El presente informe consta de cuatro capítulos y un anexo conformados de la manera siguiente:

Contiene los antecedentes generales del Municipio, en su contexto nacional, departamental y municipal, con el estudio del marco general, división político administrativa, recursos naturales, población, estructura agraria, servicios básicos e infraestructura, infraestructura productiva, organización social y productiva, entidades de apoyo, análisis de riesgos, flujo comercial y financiero y por último un resumen de actividades productivas que se estará en el capítulo I

Se sigue el desarrollo del informe, en el cual el capítulo II describe la situación actual de las panaderías pequeño artesano que representa la principal actividad de la población y que la misma es realizada por la mayor parte de personas que conforman el grupo familiar, utilizan niveles tecnológicos básicos.

Como propuesta de inversión se presenta el proyecto de producción de Champú de Chocolate, que está desarrollado en el capítulo III el cual contiene lo siguiente; descripción del proyecto, justificación, objetivos, estudio de mercado, la identificación del producto, la oferta y la demanda, además del precio para el mismo, canales de comercialización, estudio técnico, localización, tamaño, volumen y superficie de la producción, proceso productivo, requerimientos técnicos, estudio administrativo legal, denominación, estructura organizacional, estudio financiero, inversión fija y de capital de trabajo, financiamiento, estados financieros y evaluación financiera e impacto social. Con el fin de dar a conocer a la población otras fuentes de aprovechamiento de los recursos que posee y contribuir con el desarrollo socioeconómico del Municipio.

Se hace una propuesta para comercializar la producción de Champú de Chocolate con base en el estudio de mercado que muestra la demanda de Champú para que dicha actividad sea rentable, a través de la mezcla de mercadotecnia esta información está desarrollada en el capítulo IV del informe.

Para llevar a cabo la presente investigación fue necesaria la aplicación de las fases indagadora, demostrativa y expositiva correspondientes al método científico, asimismo se utilizó el método inductivo-deductivo.

Es necesario mencionar, que para realizar el informe se presentaron factores que incidieron en determinado momento en su desarrollo, como el tiempo, mismo que fue superado hasta lograr su culminación.

Finalmente se exponen las conclusiones y recomendaciones generadas por el estudio en sus diversas fases, los anexos y bibliografías utilizadas.

Un agradecimiento al señor Alcalde Municipal y sus concejales, Alcaldes Auxiliares de las diferentes aldeas y caseríos, y a la población en general del Municipio por su desinteresada colaboración en la presente investigación.

CAPÍTULO I

CARACTERÍSTICAS SOCIOECONÓMICAS DEL MUNICIPIO

En el presente capítulo se efectúa un análisis de las características económicas y sociales del municipio de Cuyotenango, del departamento de Suchitepéquez con la finalidad de conocer aspectos importantes.

1.1 MARCO GENERAL

Integrado por una breve descripción del contexto nacional y departamental, con el objeto de comprender el entorno socioeconómico del País; da a conocer información relevante del municipio de Cuyotenango, tales como los antecedentes históricos, localización y extensión, clima, orografía y aspectos culturales y deportivos.

1.1.1 Antecedentes históricos del Municipio

“La historia de Cuyotenango se remonta a la época colonial. En el año 1524 las tropas españolas comandadas por don Pedro de Alvarado sostuvieron su primer combate con un asentamiento Quiché. La pelea duró tres días y se conoce con el nombre de “Batalla de Zapotitlán. Este combate se desarrolló en el lugar conocido como el Zambo o Yzampoj, que en esa época pertenecía a Cuyotenango, actualmente forma parte del municipio de San Francisco Zapotitlán, también municipio de Suchitepéquez”.¹

“Al Municipio se le conocía originalmente como Yabacoh o Yabaccoj, que en lengua Quiché significa: León (puma americano) Enfermo. Debido a que los españoles venían acompañados por indígenas mexicanos Olmecas y Náhuatl, éstos últimos le cambiaron el nombre original por el de Coyolt-Tenan-Co, que en Olmeca y Náhuatl significa “Cerco o Muralla del Coyote”. Fue durante el paso de los españoles que da inicio la época colonial para Cuyotenango, pero fue hasta el año 1567 que llegó a contar con la infraestructura necesaria de la época: una plaza de armas, su cabildo o

¹.Deguate, consultado en línea el 19 de septiembre del 2015. Disponible en: http://www.deguate.com/municipios/pages/suchitepequez/cuyotenango/historia.php#.VgBFVizlv_U.

ayuntamiento y todos los medios para hacer gobierno. Es de esta forma que los españoles dan inicio al sometimiento de los indígenas de la región”.²

“Cuyotenango es conocido como un pueblo de mucha importancia en la historia colonial de Guatemala, debido a que en dicha región se desarrolló el primer enfrentamiento entre españoles e indígenas Quichés. Durante la época Precolombina, las etnias que conformaban el área de Yabacoj se repartían en pequeños grupos familiares, resultaba difícil para los españoles su sometimiento, control y conversión a la fe católica”.³

El original del decreto 63 de la Asamblea Constituyente del 29 de octubre de 1825 elevó a la categoría de Villa. “Dicho decreto fue pasado por el Consejo Representativo del Estado el 10 de noviembre de 1825 y publicado en la sesión pública de la Asamblea Constituyente el día siguiente 11 de noviembre de 1825.”⁴

El decreto número 7-2014 de fecha 12 de febrero de 2014, publicado el 3 de marzo de 2014, por medio del cual se crea el municipio de San José La Máquina en jurisdicción del departamento de Suchitepéquez cuyo territorio deberá segregarse del municipio de Cuyotenango, el cual contaba con una extensión de 238 km². Los centros poblados La Máquina Centro Urbano 1 y La Máquina forman parte del municipio San José la Máquina, convirtiéndose así en el número 21 del departamento de Suchitepéquez y 340 de Guatemala con 147 km² de extensión territorial y los 91 km² restantes pertenecen a Cuyotenango.

1.1.2 Localización y extensión

El municipio de Cuyotenango está situado en la Región VI o Región sur occidental del departamento de Suchitepéquez, a ocho kilómetros de la Cabecera Departamental, a una altura de 334 metros sobre el nivel del mar, con una latitud de 14°32'31” y una longitud de 91°34'20”, anteriormente su extensión territorial era de

² Ídem

³ ídem

⁴ Instituto Geográfico Nacional -IGN-. 2000. Diccionario Geográfico de Guatemala. Guatemala. Tomo No.1.s.n. Página 588.

238 km² pero derivado a la segregación del municipio de San José La Máquina, ahora tiene una extensión territorial de 91 Km² el cual representa el 4% del total del departamento. Para llegar al Municipio desde la ciudad de Guatemala se toma la ruta CA-2 (ruta al pacífico), en dirección a Escuintla tramo totalmente pavimentado con cuatro carriles hasta llegar a Cocales, municipio de Patulul, Suchitepéquez, de allí en adelante la carretera se reduce a dos carriles siempre pavimentados. Se encuentra localizado a 168 kilómetros de la ciudad capital, interconecta con la cabecera departamental, el municipio de San José La Máquina por la carretera SHC-07 y con San Andrés Villaseca por la SCH-08 de segunda categoría y departamental que se encuentra asfaltada.

1.1.3 Clima

El clima del Municipio es cálido, cuenta con una época seca y otra lluviosa. La temperatura media anual: 26°C, la máxima promedio 34°C, la mínima promedio 21°C. La precipitación de lluvia total anual es de 1250 mm a 4327 mm.

“Los vientos fuertes pueden alcanzar de 5-19 km/h los cuales se dan desde el mes de noviembre a marzo, las corrientes leves van de 5-12 km/h, los cuales ocurren de abril a octubre”⁵.

En la parte alta del Municipio se encuentra bosque húmedo subtropical, las lluvias se manifiestan a principio de abril y culminan regularmente en la primera quincena de noviembre. La parte baja se caracteriza por tener zona de vida de bosque seco, dicha zona la época de lluvia comienza en el mes de mayo a octubre.

1.1.4 Orografía

La topografía de los terrenos de Cuyotenango, van desde planos hasta accidentados, la elevación varía desde 80 a 500 metros sobre el nivel del mar, en el Municipio no existen montañas o cerros, aunque posee una variedad de climas debido a su

⁵Meteoblue, consultado en línea el 28 de febrero de 2017. Disponible en: https://www.meteoblue.com/es/tiempo/pronostico/semana/cuyotenango_guatemala_359_7750.

topografía, su suelo es naturalmente fértil, inmejorable para toda clase de cultivos.

1.1.5 Aspectos culturales y deportivos

En Cuyotenango por las características que han perdurado dentro de las costumbres heredadas de la época colonial, la religión católica aun converge hacia los mismos fines y en cierta forma han experimentado algún divisionismo especialmente en la forma de practicar los ritos. Varias personas han mantenido cierta independencia, celebran procesiones y actos festivos en los días religiosos que marca el calendario, de acuerdo con las imágenes que hasta la fecha ellos consideran como propias.

- Costumbres y tradiciones: a partir que el Municipio era conocido como “Cuyotenango de los Santos Reyes”, se celebra pomposamente la fiesta de “Reyes” entre las fechas del cinco al siete de enero de cada año, con actos litúrgicos y folklóricos.

Además, se celebra la festividad de la imagen del “Señor de Esquipulas, Cristo Negro” del 13 al 17 de enero, las autoridades como la iglesia la reconocen como la verdadera festividad titular del Municipio donde las personas se organizan en cofradías.

- Idioma: el idioma que predomina es el español pero también se habla el Quiché.
- Folklore: se practican bailes como el de la Conquista, los Moros y cristianos, la Danza del Venado, Baile de Mexicanos y los Gigantes Cabezones.
- Religión: la población en su mayoría practica la religión evangélica y cercana a ella la católica.
- Deportes: para la práctica de diferentes disciplinas deportivas el Municipio cuenta con un estadio polideportivo con cancha de fútbol, básquetbol y pista de atletismo. Además, existe un gimnasio municipal techado utilizado también para actividades sociales.
- Comidas típicas: los platillos típicos que Cuyotenango tiene son; el Pepián con arroz, el Chojín y la bebida de panela.

- Leyendas: entre las leyendas del Municipio se puede mencionar: El Cadejo, La Posa Encantada, El Sombraron y la Llorona.

1.2 DIVISIÓN POLITICA - ADMINISTRATIVA

La división política trata de cómo se encuentra el Municipio en cuanto a su ordenamiento territorial y la división administrativa, identifica a las autoridades de la localidad que velan por el patrimonio municipal.

1.2.1 División política

Es el ordenamiento territorial del Municipio, son los centros poblados que en la actualidad conforman Cuyotenango; derivado de la separación con el municipio de San José la Máquina se crearon nuevos centros poblados, los cuales fueron catalogados conforme lo adjudicado por cada comunidad sin respetar los requisitos que establece el Código Municipal, Decreto No. 12-2002. El Instituto Nacional de Estadística –INE-, en el año 2015 no cuenta con datos actualizados de dichos centros poblados con respecto a sus categorías, motivo por el cual la información presentada fue obtenida a través de entrevistas a las autoridades municipales.

Al pasar de los años los centros poblados que conforman al Municipio han presentado variaciones de datos los cuales esta presentados en los censos de 1994 y 2002, así como lo investigado en el año 2015; los cambios más significativos se observan en los censos que van de 1994 y 2002 en el cual se encontraron agregados doce, esto debido a que en el primer censo se contabilizaban 27 fincas que albergaban población y en el año 2002 existe una disminución a 23 fincas y agregados 8 centros. En el año 2015 se tuvo una variación de cuatro centros poblados, cabe resaltar que la cabecera municipal es la Villa de Cuyotenango la cual se encuentra conformada por la Calle del Balsamito Cantón Tululá, Calle de la estación, y Cantón Parroquia.

1.2.2 División administrativa

“Es la forma como se realiza el gobierno del área, ya sea a través de alcaldía, alcaldías auxiliares, mayordomos, alguaciles, etc. además la categoría que tiene la

municipalidad o la corporación que administre todos estos aspectos, tiende a cambiar con el transcurrir del tiempo”⁶

1.2.2.1 Concejo Municipal

El Código Municipal regula: “El Concejo Municipal es el órgano colegiado superior de deliberación y de decisión de los asuntos municipales, cuyos miembros son solidaria y mancomunadamente responsables por la toma de decisiones y tiene su sede en la cabecera de la circunscripción municipal.”⁷

El Concejo Municipal está integrado por el Alcalde, Síndico I, Síndico II y un Síndico Suplente, Concejal titular I, Concejal titular II, Concejal titular III, Concejal titular IV, Concejal titular V, y Concejal suplente I, Concejal suplente II, de conformidad con el número de habitantes del Municipio, según lo establece el Artículo 206 de la Ley Electoral y de Partidos Políticos.

1.2.2.2 Alcaldías auxiliares

Las alcaldías auxiliares son creadas como vínculos entre los vecinos y la municipalidad para brindar atención a consultas y problemáticas; en años anteriores el municipio de Cuyotenango contaba con una alcaldía auxiliar ubicada en San José La Máquina, en la actualidad debido a la separación que existió, se convirtió en la Municipalidad de dicho Municipio. Es por esto que para el año 2015 no se cuenta en Cuyotenango con alcaldía auxiliar. Los COCODES existentes en el Municipio son la línea de comunicación directa entre la municipalidad y la población.

1.2.2.3 Consejo Municipal de Desarrollo –COMUDE-

La Ley de los Consejos de Desarrollo Urbano y Rural (Decreto 11-2002), indica en el Artículo 1, Naturaleza lo siguiente: “El sistema de Consejos de Desarrollo es el medio

⁶ Aguilar Catalán, J. A. 2015 Método para la Investigación del Diagnóstico Socioeconómico (Pautas para el desarrollo de las regiones en países que han sido mal administrados) .Guatemala, Renacer, Vásquez Vásquez Industrial Litográfica editorial, 3ra. Edición, Página 43.

⁷ Congreso de la República de Guatemala. Decreto Número 12-2002. Código Municipal y su reforma. Artículo 9. Guatemala, 2009. Librería Jurídica. Página 4.

principal de participación de planificación democrática del desarrollo, se toma en cuenta principios de unidad nacional, multiétnica, pluricultural y multilingüe de la población guatemalteca”⁸.

En Cuyotenango para darle cumplimiento a la Ley de los Consejos de Desarrollo Urbano y Rural y participación a población en el desarrollo del Municipio existe un -COMUDE- el cual se encuentra integrado por el Alcalde Municipal, Sindico I, Sindico II, Concejal I, Concejal II, Concejal III, Concejal IV, Concejal V, Secretario Municipal, Jefe de la Policía Nacional Civil, representante de los Bomberos Municipales, -CONALFA-, C.A.P., Oficina Municipal de la Mujer, Zona Militar, Delegado de la Sede Municipal, y representantes de 33 -COCODE-, quienes tienen reuniones una vez al mes en un lugar establecido para tocar temas de importancia para el desarrollo del Municipio

1.3 RECURSOS NATURALES

Son los elementos de la naturaleza incorporables a las actividades económicas, tales como: hídricos, bosques, suelos, flora y fauna. La riqueza y los recursos naturales con que cuenta el Municipio, están amenazados por una creciente presión demográfica, a continuación se mencionan los más importantes dentro del Municipio.

1.3.1 Agua

Con la finalidad de presentar datos que reflejen la panorámica del estado de los recursos hidrológicos naturales y el ambiente en el área geográfica del municipio de Cuyotenango, se han identificado 12 ríos y dos riachuelos. Entre los más importantes y caudalosos están el Icán y Sis.

Según información recabada mediante la investigación de campo realizada se logró determinar que el 71% de los ríos que atraviesan el Municipio, tienen en promedio un grado de contaminación del 60%, dado que la población los utiliza como basureros y

⁸ Congreso de la República de Guatemala. Decreto Número 11-2002. Ley de los Consejos de Desarrollo Urbano y Rural. Artículo 1.

vertederos de aguas negras (drenajes). El 29% que no está contaminado y que se recomiendan para sistema de riego, cultivo de peces y labores diarias, son: Sis, Los Coches, Aguacapa y San Gabriel.

Como se menciona anteriormente, los ríos y riachuelos del Municipio, se encuentran contaminados debido a que sufren un deterioro progresivo, se detallan algunas posibles causas de contaminación:

- Inadecuado sistema de disposición de la basura.
- Desechos agroquímicos por parte de las fincas, haciendas y parcelas.
- El servicio de drenaje que se proporciona en la cabecera municipal, algunos cantones y lotificaciones, desembocan en los ríos aledaños que se unen al río Icán, lo que genera el deterioro del mismo.

Debido a la importancia de los ríos y riachuelos que se tienen dentro del municipio de Cuyotenango como parte de su riqueza natural es significativo mencionar el deterioro que ha sufrido cada uno de ellos.

1.3.2 Bosques

“El recurso forestal lo integra la variedad de especies boscosas que se utiliza para la satisfacción de las necesidades humanas. Los beneficios que se derivan de los bosques pueden agruparse en directos e indirectos. Los primeros están limitados a los propietarios del recurso forestal (leña, carbón, frutos, etc.), o por la de ingresos derivados de sus ventas (fruto); en tanto que los beneficios indirectos se extienden en la totalidad de la economía a un sector más amplio.”⁹

1.3.2.1 Tipos de bosques

Se constató que existen tres tipos de bosques con una extensión total de 43.38 hectáreas según el Instituto Nacional de Estadística - INE -, que corresponden al

⁹ Piloña Ortiz, Gabriel Alfredo. 1975. Recursos Económicos de Guatemala y Centroamérica. Segunda edición. Guatemala. s.n. Página 21.

género de: latifoliados con un 78% del área, coníferas 19% y manglar 3%. “A continuación se presenta la descripción de cada uno”.¹⁰

- Bosques Latifoliados: con una extensión de 33.84 hectáreas, son árboles de hojas redondas como caoba, cedro, hormigo, etc., que son oriundas de la zona sur-este. Sin embargo, estos han disminuido dentro del Municipio y se teme que si no se toman acciones pertinentes a corto plazo se llegue a considerar como una zona improductiva derivado de una tala inmoderada e incontrolada, así como la expansión de nuevas fincas.
- Bosques de Coníferas: aunque no es muy representativo en este sector, cuenta con 8.24 hectáreas de extensión, debido a que se da más en clima frío y húmedo, sin embargo, se observan al sur-este del Municipio.
- Bosques de Manglar: posee una extensión de 1.30 hectáreas, forma una franja discontinua que es interrumpida por la actividad humana, sustituido por paisajes agrícolas. Sin embargo, es posible observar remanentes de bosque, en algunos ríos que recorren la región, como el Río Ican y Río Sis. Las principales especies que se encuentran en este tipo de bosque son: selvas caducifolias, perennifolias, sabanas y manglares: *Rhizophora mangle* (mangle rojo), *Avicennia germinans* (mangle negro), *Laguncularia racemosa* (mangle blanco) y *Conocarpus erecta* (botoncillo).

1.3.3 Suelos

En lo que corresponde a la capacidad productiva y uso de la tierra, de acuerdo al Manual de Clasificación de Tierras por Capacidad de Uso del Instituto Nacional de Bosques – INAB-, el municipio de Cuyotenango se ubica en la región definida como “Tierras de la Llanura Costera del Pacifico”.

¹⁰ Compendio estadístico ambiental de Guatemala –INE-, consultado el 01 Mar. 2017 https://www.google.com.gt/?gfe_rd=cr&ei=hyi7WKzsNNSw8weQk6S4Cw&gws_rd=ssl#q=extensión+de+bosques+latifoliados+coníferas+mangle+en+cuyotenango.

1.3.3.1 Tipos de suelo

Según la clasificación de reconocimiento de suelos en la República de Guatemala, elaborada por el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación -MAGA-, a través del Instituto Agropecuario Nacional, el Municipio cuenta con diversos grupos de suelo:

- “Ixtán (Ix): suelos bien drenados con pendientes de menos del 10% el cual agrupa bajo un uso intensivo, adaptables a cosechas anuales y permanentes, 45.3 Km² de extensión territorial de esta serie de suelos y los centros poblados que se encuentran en este territorio son: La Tejanita, Las Palmeras, El Progreso 1, Comunidad El Progreso y La Franja.
- Chocó (Cho): son suelos profundos desarrollados sobre materiales volcánicos en relieve inclinado, color café oscuro de textura franco limosa o arcillosa. Contiene un valor de ph de 6.25 y una profundidad de 150 cm., ocupan pendientes suavemente inclinadas a elevaciones moderadamente bajas al sur de Guatemala. El Municipio cuenta con 22.9 Km² de esta serie de suelos y los centros poblados que los atraviesan son: Cantón Ican El Delirio, Candelaria, Concepción La Ceiba, Guachipilín No. 1, La Trinidad, Camelias, Primavera, Brisas de Xulá Parte Alta, Brisas de Xulá Parte Baja, Colonia Los Llanos y Los Arcos.
- Cuyotenango (Cg): son profundos, bien o moderadamente drenados, desarrollados sobre depósitos viejos de ceniza volcánica, hay 18.3 Km² de esta serie de suelos en el Municipio. A continuación, se mencionan los centros poblados que atraviesan estos suelos: Chacalte Zona 2 Sector Las Flores, Guachipilín No. 2, Cañaverales Aceituno, Cabecera Municipal de Cuyotenango, Chacalte Zona 2, Chacalte Aparicio Zona 1, Chacalte Aparicio Zona 1 El Matapalo, Chacalte Sis El Capulíar La Ronda, Santa Teresa Campo de la Feria, Los Arcos, El Marquesote, Santa Teresa Pepsi, El Amparo, San Juan, San Rafael Quixquil, Chacalte Sis San Luis La Ronda.
- Mazatenango (Mz): son suelos profundos, están bien drenados, fértiles y muy productivos, desarrollados sobre materiales volcánicos de color claro en relieve

suavemente inclinado. La clasificación taxonómica es Ustepts-Udands-Udalfs. El Municipio cuenta con 4.50 Km² de esta serie de suelos Los centros poblados que tienen este tipo de suelos son: Chacalte Sis, Cantón Ican Lotificación La Paz, Cantón Tzulá Calle De La Cruz, Sican, Los Arcos, Villa La Esperanza, Guadalupe.

Los suelos que conforman el Municipio están clasificados como aptos para la agricultura. Y por encontrarse sobre la altiplanicie central, tienen una alta fertilidad natural.

1.3.4 Fauna

“Ésta se ha reducido considerablemente derivado a la tala de bosques, lo cual destruye el hábitat de las distintas especies de animales”.¹¹

Existen algunas especies que aún sobreviven, pero que están en peligro de extinción y que es necesario proteger y conservar:

- Mamíferos silvestres: murciélago, armado, tigrillo, coyote, coche de monte, mapache, venado, cabrito, micoleón, comadreja, ocelote, conejo, pizote, tacuazín, zorrillo, nutria y ardilla.
- Aves: perico, loro, guacamaya, gallo, paloma de castilla, tórtola, jilguero, colibrí, pijije, gansos, pato chiflador, pato real, pato común, chacha, pájaro carpintero y ziguamonta.
- Reptiles: cutete, iguana verde, cantil, víbora, víbora de árbol, bejuquillo, mazacuata, coral, ratonera, cascabel, lagarto, tortuga.
- Otros: tapalcúa, tarántula.

¹¹ Consejo Nacional de Áreas Protegidas –CONAP-. Guatemala. Consultado en línea el 01 Oct. 2015. Disponible en: <http://www.conap.gob.gt/index.php/diversidad-biologica/fauna.html>

1.3.5 Flora

Dentro de las especies vegetales que subsisten en el municipio de Cuyotengo, predominan los árboles frutales tales como: cacao, mandarina, chico, caimito y papaya y entre los árboles maderables los siguientes: Guayacán (*Tabebuia guayacan*), Cedro (*Cedrela odorata* L.), Caoba (*Swietenia macrophylla* King), Conacaste (*Enterolobiumcyclocarpum*), Palo volador (*Terminalia amazonia*), Tapalcuite (*Platymiscium dimorphandrum*), Madrecacao o Cacahuanance (*Diphysa americana*), Guachipelín (*Diphysa americana*), Hule (*Hevea brasiliensis*), Palo blanco (*Cybistaxdonnell-smithii* (Rose) Seibert).

Entre las plantas ornamentales más comunes se encuentran las siguientes: Nardo (*Poliantha tuberosa*), Cola de gallo (*Neomarica longifolia*), Antorcha (*Etilingera elatior*), Mazorca (*Wettinia hirsuta* Burret). Entre las hierbas comestibles existentes están el chipilín, el chufle y el cilantro. Las condiciones adversas, el deterioro acelerado y constante de los bosques, la contaminación de las fuentes hídricas y la caza incontrolada, son algunos de los principales destructores, causantes de la extinción de la flora y fauna del Municipio.

1.4 POBLACIÓN

Es el principal recurso con el que cuenta el Municipio, es el objetivo primario del diagnóstico socioeconómico, para analizar esta variable es necesario mencionar aspectos cuantitativos y cualitativos a través de indicadores demográficos como: Población por sexo, edad, grupo étnico, urbana y rural, población económicamente activa, niveles de ingreso y pobreza, empleo y migración.

1.4.1 Población total, número de hogares y tasa de crecimiento

“Según datos de los censos de población realizados por el –INE- de los años 1994 el Municipio registró 31,465 habitantes y 6,293 hogares, para el 2002 se estableció 41,217 y 8,243 consecutivamente; para el año de investigación 2015 con base a las proyecciones de –INE- asciende a 26,722 y 5,344 respectivamente, la reducción de la población se debe a la separación del nuevo municipio de San José La Máquina

conformado por el decreto 7-2014 del Congreso de la República de Guatemala”¹². El municipio de Cuyotenango presenta una tasa de crecimiento anual de 2.19% según estimaciones del –INE- respecto al censo 2002.

La población del municipio de Cuyotenango ha sufrido drásticos cambios a partir del año 2014 donde se separa del municipio de San José la Maquina, comparados con el censo del -INE- del 2002, se ha reducido en un 35.16% la población por lo anteriormente mencionado, la división política a partir de este suceso ha sufrido cambios significativos, creándose nuevos centros poblados de los cuales al momento de la investigación no se contaba con datos de población proyectados del -INE- ni de la municipalidad únicamente del COCODE de cada nuevo centro poblado, los centros poblados marcados con asterisco son los nuevos encontrados al año de investigación 2015.

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

A continuación se presenta el cuadro que detalla la población por género, edad, pertenencia étnica y área geográfica según los censos poblacionales del año 1994, 2002 y proyección de población al año 2015.

Cuadro 1
Municipio de Cuyotenango, departamento de Suchitepéquez
Población Según Género, Área Geográfica, Grupo Étnico y Edad
Años: 1994, 2002 y 2015

Categoría	Censo 1994	Censo 2002	Proyección 2015
	Habitantes	Habitantes	Habitantes
Población por genero			
Hombres	15,685	20,517	13,301
Mujeres	15,780	20,700	13,421
Total	31,465	41,217	26,722
Población por edad			
00-06	7,190	8,546	5,540
07-14	7,258	9,479	6,146
15-64	15,925	21,470	13,919

Continúa en la página siguiente

¹² Periódico Prensa Libre, Año LXIII, No. 20,875, Página número 4. Guatemala, jueves 13 de febrero de 2014.

Viene de la página anterior

Categoría	Censo 1994	Censo 2002	Proyección 2015
	Habitantes	Habitantes	Habitantes
65+	1,092	1,722	1,117
Total	31,465	41,217	26,722
Población por pertenencia étnica			
Indígena	15,775	13,865	8,989
No indígena	15,690	27,352	17,733
Total	31,465	41,217	26,722
Población por área geográfica			
Urbana	11,311	9,068	5,879
Rural	20,154	32,149	20,843
Total	31,465	41,217	26,722

Fuente: elaboración propia, con base en datos de los Censos Nacionales X de Población y V de Habitación de 1994, XI de Población y VI de Habitación de 2002, Proyección de Población 2008-2020 del Instituto Nacional de Estadística –INE–.

La población del Municipio se redujo significativamente a partir de la separación del nuevo municipio de San José la Máquina, a pesar de ello, comparado con los censos del año de 1994 y 2002, respecto a las variables de población por género, área geográfica, por edad y pertenencia étnica, la variación en cada uno de los períodos se ha mantenido constante, a continuación se detalla cada una de ellas en porcentajes para datos exactos, se muestran en el cuadro anterior.

- Población según género y área geográfica

Se observó que para el año 2002 la población total creció 33% respecto al censo de 1994 y para el año 2015 descendió en un 35.16% con relación al año 2002 por la separación con el municipio de San José la Máquina.

En el año 2015 el 78% de la población se concentra en el área rural y el 22% en el área urbana, debido a que la mayoría de centros poblados son considerados parte del área rural, aunque la distancia al casco urbano es mínima.

- Población por edad

La población infantil (0-6 años), para el año 1994 representó el 22%, en el año 2002 el 20% y la proyección de 2015 es de 20%, se observa que la tendencia es a disminuir

en un promedio 2%. En años 1994, 2002 y 2015 la población joven (7–14 años) se mantiene constante en 23% en cada uno de los tres períodos evaluados.

El rango de edad de 15 a 64 años es el que más crecimiento representa, en promedio el 52% de total, se ha incrementado en 1% en cada año evaluado, es el grupo más dinámico porque constituye la población económicamente activa del Municipio. El mismo porcentaje de crecimiento conlleva a los mayores de 65 años, donde aumenta la población adulta, y disminuye la de jóvenes y niños.

- Población por grupo étnico

Puede observarse que para el año 1994 el 49% de la población es indígena y el 51% no lo es. Para el año 2002, la primera disminuyó en un 14% y la no indígena en un 16% existe un aumento significativo entre estos dos períodos de análisis, y para las proyecciones al año 2015, la tendencia se mantiene en el aumento de los no indígenas con un 66%, esto es provocado por la falta de identidad y la migración a otros puntos del país por trabajo y el 44% representa a personas indígenas dentro del Municipio.

1.5 ESTRUCTURA AGRARIA

Surge porque hay actividad agraria, que se desarrolla en un contexto histórico, social, político y económico. La estructura agraria es influida por factores naturales o sociales que pueden interrumpirlas o alterarlas. Es un conjunto de elementos interrelacionados del sector de la agricultura las partes que intervienen son los propietarios y la producción de la tierra en un lugar determinado. Posee tres componentes básicos, tenencia, uso y concentración de la tierra.

1.5.1 Tenencia de la tierra

El régimen principal es la propiedad privada representada por un 66%, un porcentaje representativo es en arrendamiento donde esta es una forma particular del municipio de Cuyotenango representada por el 33% de total de tierras, esto debido por el tipo

de cultivos extensivos los cuales como la caña de azúcar y el palo de hule donde los propietarios de fincas conforme a los años migran a dar a ingenios azucareros y empresas privadas para generar otro medio de ingresos.

1.5.2 Concentración de la tierra

Se muestra una disminución de concentración de tierra en el año 2015, en comparación a los resultados obtenidos según los censos elaborados en los años 1979 y 2003, como consecuencia de la separación del centro poblado San José La Máquina del municipio de Cuyotenango estableciéndose como Municipio, realizado en el mes de febrero del año 2014. Motivo de reducción de cada tamaño de finca donde las microfinca, subfamiliares, familiares y multifamiliares.

1.6 SERVICIOS BÁSICOS Y SU INFRAESTRUCTURA

La situación de los servicios básicos y su infraestructura en el Municipio ha mostrado una leve mejora para el año 2015, con relación a los censos poblacionales realizados en los años 1994 y 2002. A continuación, se analiza la situación de cada una de las sub-variables de los servicios básicos: educación, salud, agua, drenajes y alcantarillado, energía eléctrica, letrinas y otros servicios sanitarios, sistemas de recolección de basura, sistemas de tratamiento de aguas servidas, sistemas de tratamiento de desechos sólidos y cementerios.

1.6.1 Educación

Es uno de los servicios básicos más importantes con el cual debe de contar la población, para el aprendizaje y el proceso multidireccional. Esta debe abarcar todos los niveles educativos, sectores socioeconómicos y grupos étnicos, según el artículo 71 y 72 de la Constitución Política de la República de Guatemala, los cuales garantizan la libertad de enseñanza y de criterio docente, tienen como fin primordial el desarrollo de la persona humana.

1.6.1.1 Inscripción de alumnos por nivel educativo, sector y área

A continuación, se muestra la situación de alumnos inscritos por nivel educativo, sector y área de los años 2013 al 2015.

Cuadro 2
Municipio de Cuyotenango, departamento de Suchitepéquez
Número de Alumnos Inscritos
Años: 2013, 2014 y 2015

Sector								
Niveles	Publico	%	Privado	%	Cooperativa	%	Total	%
Año 2013								
Preprimaria	1,991	17	68	5	0		2,059	16
Primaria	8,282	72	307	20	0		8,589	66
Básico	1,054	9	423	28	0		1,477	11
Diversifica-do	164	2	710	47	0		874	7
Total	11,491	100	1,508	100	0		12,999	100
Año 2014								
Preprimaria	1,911	17	74	5	0		1,985	15
Primaria	7,864	72	292	21	0		8,156	61
Básico	1,025	9	406	29	1,070	100	2,501	19
Diversifica-do	168	2	638	45	0		806	5
Total	10,968	100	1,410	100	1070	100	13,448	100
Año 2015								
Preprimaria	1,328	21	43	10	0		1,371	19
Primaria	4,305	67	144	32	0		4,449	61
Básico	675	11	121	27	454	100	1,250	17
Diversifica-do	75	1	138	31	0		213	3
Total	6,383	100	446	100	454	100	7,283	100
Área								
Niveles			Urbana	%	Rural	%	Total	
Año 2013								
Preprimaria			532	13	1,527	17	2,059	
Primaria			1,870	46	6,719	75	8,589	
Básico			958	23	519	6	1,477	
Diversificado			734	18	140	2	874	
Total			4,094	100	8,905	100	12,999	
Año 2014								
Preprimaria			548	13	1,437	15	1,985	
Primaria			1,794	43	6,362	68	8,156	
Básico			1,115	28	1,386	16	2,501	
Diversificado			674	16	132	1	806	
Total			4,131	100	9,317	100	13,448	

Continúa en la página siguiente

Viene de la página anterior

Niveles	Área				Total
	Urbana	%	Rural	%	
Año 2015					
Preprimaria	516	16	855	22	1,371
Primaria	1,653	50	2,796	70	4,449
Básico	943	28	307	8	1,250
Diversificado	213	6	0	0	213
Total	3,325	100	3,958	100	7,283

Fuente: elaboración propia, con base a datos históricos del Anuario Estadístico 2013, 2014 y datos estadísticos preliminares 2015 de la Dirección Departamental del Ministerio de Educación (MINEDUC).

El porcentaje de alumnos inscritos tiene variaciones porcentuales positivas entre los años 2013 y 2014, caso contrario en el año 2015 solo el nivel preprimario tiene un incremento del 4%, en el nivel primario prevalece un 61%, disminuye un 2% en el básico, así también tiene una disminución del 1% en diversificado en comparación al año 2014.

La inscripción de alumnos en el municipio de Cuyotenango, indica que gran parte de los niños acuden a institutos del sector público. Se determinó durante la encuesta realizada y mediante el análisis de las cifras estadísticas, que el número de alumnos inscritos disminuyó considerablemente al año 2015 con respecto al 2014; el sector público se redujo en 4,585, privado 964 y por cooperativa 616 alumnos, debido a la separación que tuvo el municipio de Cuyotenango con el actual municipio de San José La Máquina durante el año 2014.

En cuanto a la inscripción de alumnos por área, las cifras muestran que para el año 2013, 31% de la población se ubica en establecimientos del área urbana y 69% en la rural ya que gran parte reside fuera del casco urbano. El año 2014 prevalecen los porcentaje con respecto al 2013. Según registros estadísticos al año 2015 en el área rural la inscripción de alumnos disminuye 15 puntos porcentuales, mimo que se suma al área urbana en comparación al 2014.

1.6.2 Salud

En lo que respecta al tema de salud el municipio de Cuyotenango cuenta con servicios médicos públicos y privados que únicamente brindan atención en salud de tipo primaria. La mayor concentración de los servicios de salud se ubica en el centro urbano. En el casco del área urbana, su cercanía con la ciudad de Mazatenango le permite tener acceso rápido a servicios médicos, no sólo de tipo primario sino también especializado.

1.6.2.1 Cobertura de salud

En el siguiente cuadro se presenta la información detallada del tipo de institución que presta el servicio de salud, así como los casos atendidos y el porcentaje de cobertura de cada uno de ellos.

Cuadro 3
Municipio de Cuyotenango, departamento de Suchitepéquez
Cobertura de Salud, Según Tipo de Institución
Año: 2015

Tipo de institución	No. Casos	Cobertura 2015
Centro de atención permanente	18,171	68
Clínicas Particulares	5,077	19
Otros	2,672	10
Centro de Convergencia	802	3
Total	25,920	100

Fuente: elaboración propia Grupo EPS, segundo semestre 2015, con base a Sistema de Información -SIGSA-, datos según confirmación de unidades de salud.

De acuerdo a la investigación realizada, las diversas instituciones públicas y privadas, centros de atención permanentes, centros de convergencia y clínicas particulares existentes en el Municipio no satisface la demanda de la población, ni poseen total abastecimiento necesaria en cuanto a equipos y medicinas.

En cuanto a la cobertura de salud, según tipo de institución, se demuestra que el Centro de Atención Permanente atiende el mayor número de casos anuales a nivel municipal, éstos representan el 68% del total, existe también un Centro de Convergencia ubicado en el Cantón Sicán el cual apoya a la atención de la población

en un porcentaje menor que representa el 3%, adicionalmente existen clínicas particulares y otras instituciones que contribuyen a la cobertura del servicio.

1.6.3 Cobertura de servicios básicos

Los servicios básicos desempeñan un papel importante en el desarrollo económico y social del Municipio. De forma conjunta el gobierno central y local son los responsables de garantizar el acceso a los servicios. A continuación, se muestra la cobertura de servicios básicos con base a los censos de 1994, 2002 y los datos obtenidos de la encuesta del 2015 y entrevista a COCODE.

Cuadro 4
Municipio de Cuyotenango, departamento de Suchitepéquez
Cobertura de Servicios Básicos
Años: 1994, 2002 y 2015

Hogares	Censo 1994	%	Censo 2002	%	Encuesta 2015	%	Entrevista (COCODE)	%
Agua								
Área urbana	2,517	40	3,709	45	239	40	2,138	40
Con servicio	2,014	32	2,782	34	191	32	1,496	28
Sin servicio	503	8	927	11	48	8	642	12
Área rural	3,776	60	4,533	55	357	60	3,206	60
Con servicio	2,832	45	2,720	33	268	45	2,084	39
Sin servicio	944	15	1,813	22	89	15	1,122	21
Total del municipio	6,293	100	8,243	100	596	100	5,344	100
Con servicio	4,846	77	5,502	67	459	77	3,580	67
Sin servicio	1,447	23	2,741	33	137	23	1,764	33
Drenajes								
Área urbana	2,517	40	3,709	45	239	40	2,138	40
Hogares								
Con servicio	1,888	30	2,782	34	155	26	1,603	30
Sin servicio	629	10	927	11	83	14	534	10
Área rural	3,775	60	4,534	55	358	60	3,206	60
Con servicio	3,209	51	3,627	44	186	31	1,539	29
Sin servicio	566	9	907	11	172	29	1,667	31
Total del municipio	6,293	100	8,243	100	596	100	5,344	100
Con servicio	5,097	81	6,409	78	341	57	3,142	59
Sin servicio	1,196	19	1,834	22	255	43	2,202	41
Energía eléctrica								
Área urbana	2,517	40	3,709	45	239	40	2,138	40
Con servicio	1,762	28	2,930	36	191	32	1,561	29
Sin servicio	755	12	779	9	48	8	577	11

Continúa en la página siguiente

Viene de la página anterior

	Censo 1994	%	Censo 2002	%	Encuesta 2015	%	Entrevista (COCODE)	%
Área rural	3,776	60	4,533	55	358	60	3,207	60
Con servicio	1,699	27	1,813	22	161	27	1,315	25
Sin servicio	2,077	33	2,720	33	197	33	1,892	35
Total del municipio	6,293	100	8,243	100	596	100	5,344	100
Con servicio	3,461	55	4,744	58	352	59	2,875	54
Sin servicio	2,832	45	3,499	42	244	41	2,469	46

Fuente: elaboración propia, con base en datos del Sistema de Información -SIGSA- 2014, 2015.

En el cuadro anterior se puede observar dos datos relevantes respecto al agua comparado con el censo del año 2002 ha incrementado el servicio al año 2015, este un elemento importante para la población en general, en contra parte el área que tiene disminución al año de investigación es la de drenajes, donde este es un factor importante para el saneamiento y salud del municipio de Cuyotenango.

1.6.3.1 Agua

A través de la investigación de campo realizada en el Municipio, con base a las 596 encuesta, se determinó que el 32% (191 hogares) del área urbana cuenta con servicio de agua potable y el área rural posee una cobertura del 45% (268 hogares). Cabe mencionar que el servicio es irregular en esta área, pues se provee de forma racionada en horarios y días, por lo cual también se abastecen por medio de un pozo artesanal. Esto refleja que existe una cobertura de 459 hogares de los 596 encuestados.

Los centros poblados que cuentan con servicio irregular son: Aldea Concepción La Ceiba, Cantón Candelaria, Cantón Ican El Delirio, Cantón Ican Lotificación La Paz, Cantón Cañaverales Aceituno, Cantón Tululá Calle de la Cruz, Cantón Chacalte Aparicio zona 1, Finca Camelias, Finca La Tejanita, Finca La Trinidad, Finca Palmeras, Finca San Rafael Quixquil, Finca Chacalte Sis, Labor La Franja. Esta situación podría mejorar si existiera un comité pro-mejoramiento de agua dentro del Municipio, encargado de velar que las autoridades municipales se interesen por optimizar la cobertura.

1.6.3.2 Drenajes

Por medio de la encuesta se comprobó que las aguas servidas desembocan en los ríos y fosas sépticas, agregándole que los pobladores botan la basura en los mismos y otros contaminantes que contribuyen a deteriorar aceleradamente el ambiente.

Se determinó que el servicio disminuyó la cobertura en comparación al año 2002 debido a que para el año 2015 según la información obtenida por medio de las 596 encuestas realizadas, existe un total de 483 hogares que cuentan con el servicio, se observó que los usuarios no tienen un sistema de alcantarilla, estas aguas son expulsadas a los ríos y fosas sépticas, lo cual pone en riesgo la salud de los pobladores.

Los centros poblados que no cuentan con sistema de drenajes son: Aldea Concepción La Ceiba, Cantón Candelaria, Cantón Ican El Delirio, Cantón Cañaverales Aceituno, Cantón Tululá Calle de la Cruz, Cantón Chacalte Aparicio zona 1, Cantón Chacalte Sis, Cantón Chacalte zona 2, Cantón Santa Teresa.

1.6.3.3 Energía eléctrica

La generación y el servicio de energía eléctrica son proporcionados por el Instituto Nacional de Electrificación –INDE-. La distribución y comercialización corresponde a la empresa Distribuidora de Occidente, Sociedad Anónima –DEOCSA-. Los porcentajes siguientes son con base a las 596 encuestas realizadas durante la investigación.

- Domiciliar

Para el año 2015 la cobertura de este servicio es del 59% equivalente a 352 hogares, de los 596 encuestados, en comparación a los años 1994 y 2002 de la cual existe una tendencia al alza. Se toma en cuenta el porcentaje anterior, se determinó que el 41% restante no cuenta con el servicio lo que equivale a 244 hogares.

- Alumbrado público

Para el año 2015 se estima que en el Municipio existe el servicio de alumbrado público en un 98%, pero en algunas colonias, lotificaciones y caseríos los pocos postes del alumbrado se encuentran muy distantes uno del otro, situación que ocasiona inseguridad por las noches.

1.6.4 Letrinas y otros servicios sanitarios

A continuación se presenta el cuadro de cobertura del servicio sanitario según el censo realizado en el año 2002 y la información recopilada en la investigación de campo al año 2015.

Cuadro 5
Municipio de Cuyotenango, departamento de Suchitepéquez
Cobertura de Servicio Sanitario
Años: 2002 y 2015

Hogares	Censo 2002 (hogares)	%	Encuesta 2015	%	(COCODE) 2015	%
Conectado a red de drenaje	2,024	26	246	41	3,240	45
Conectado a fosa séptica	468	6	41	6	0	
Excusado lavable	368	5	42	7	0	
Letrina o pozo ciego	2,572	34	44	8	3,634	51
Sin servicio	2,243	29	223	38	298	4
Total	7,675	100	596	100	7,172	100

Fuente: elaboración propia, con base en datos del censo habitacional 2002 del Instituto Nacional de Estadística -INE- e investigación de campo Grupo EPS, segundo semestre 2015; entrevista realizada a Consejos Comunitarios de Desarrollo -COCODE-.

El censo 2002 indica que la cobertura del servicio sanitario era del 71%, situación que al año 2015 de acuerdo a la información recolectada en la entrevista al COCODE refleja una cobertura de 96% lo cual indica que la mejora del servicio ha tenido avances en los últimos años. Así mismo se comprobó que las personas que no cuentan con el servicio, utilizan como baño los cultivos que se encuentran alrededor de las comunidades del Municipio.

Según la información recolectada en las encuestas, el 41% de los hogares está conectado a la red de drenajes, 8% hace uso de las letrinas y el 38% de hogares no cuenta con el servicio, el restante utiliza excusado lavable y fosa séptica equivalentes al 13%.

1.6.5 Sistemas de recolección de basura

La actividad de recolección de los residuos sólidos generados por los habitantes del Municipio proporciona como un servicio municipal, se lleva a cabo por medio de un camión y una cuadrilla de personas que realizan la limpieza, el tren de aseo se realiza dos días a la semana.

Este servicio no tiene un alcance óptimo, ya que no logra cubrir todos los centros poblados, entre ellos el Cantón Iacán Lotificación La Paz, Cañaverales Aceituno, y Cantón Tululá, según la investigación sólo el 39% de los hogares cuenta con el mismo ubicados en el área urbana, el 61% restante se encuentra en el área rural. Lo anterior provoca molestia pública, ya que la basura invade los caminos, resta estética y emite olores desagradables, de igual forma la salud pública se puede ver afectada.

La falta de una adecuada recolección y eliminación de los desechos sólidos en las áreas rurales provoca que los habitantes utilicen otras alternativas para deshacerse de los mismos, el 69% de los hogares encuestados quema la basura, el 16% la tira a los ríos, el 8% la deposita en basureros clandestinos y el 7% la entierra. Lo anterior ocasiona impactos ambientales como la contaminación de la calidad de suelo, aguas superficiales y mantos freáticos.

1.6.6 Sistemas de tratamiento de aguas servidas

Cuyotenango no cuenta con un servicio de tratamiento de aguas servidas, para minimizar el impacto de la contaminación provocada por las aguas provenientes de todo el Municipio, que en su mayoría son depositadas a los ríos, esto contribuye a la contaminación del medio ambiente y de los sistemas ecológicos, y afecta de igual

forma a la salud de los habitantes que dependen directamente de los recursos hídricos que poseen.

1.6.7 Sistemas de tratamiento de desechos sólidos

El Municipio no cuenta con un servicio de tratamiento de desechos sólidos, para disminuir el riesgo de producir contaminación y proteger la salud de los habitantes, esto contribuye a la mala conservación del medio ambiente y de los sistemas ecológicos.

1.6.8 Cementerios

En el Municipio de Cuyotenango existen dos cementerios; uno está ubicado en el área urbana, posee una extensión de cinco manzanas de tierra y ha alcanzado el máximo de su capacidad al haber otorgado el total de sus terrenos; y otro en el área rural situado dentro del centro poblado de Chacalte Sis, San Luis la Ronda.

1.7 INFRAESTRUCTURA PRODUCTIVA

En esta variable se analiza el estado de la infraestructura productiva que existe en el municipio de Cuyotenango como vías de acceso, puentes, unidades de riego, centros de acopio, mercados, energía eléctrica comercial e industrial, telecomunicaciones, transporte y rastros.

1.7.1 Vías de acceso

La principal vía de acceso es la ruta CA-2, de la carretera centroamericana en dirección a occidente. El recorrido que atraviesa Cuyotenango viene desde Mazatenango y sale hacia San Andrés Villa Seca, departamento de Retalhuleu de donde proviene tránsito de la frontera con México o del departamento de Quetzaltenango.

La red vial que tiene el municipio hacia los centros poblados se encuentra en estado óptimo con los más cercanos al casco urbano, en el área rural se deteriora su acceso convirtiéndose en terracería, más adelante se detallan dichos estados, dentro del

Municipio las vías de acceso a los centros poblados en un 54% están adoquinados y en buen estado, en un 34% son de terracería por lo cual se dificulta el ingreso y un 12% cuentan con asfalto para ingresar a la comunidad.

1.7.2 Puentes

La carretera centroamericana que atraviesa el casco urbano del Municipio cuenta con puentes vehiculares elaborados de acero con una superficie asfáltica; adicionalmente tiene a un costado un puente peatonal de una estructura de acero para los peatones, los puentes ubicados a lo largo del casco urbano, las infraestructuras presentan falta de mantenimiento y mejoras para prolongar su vida útil.

En el área urbana del Municipio la construcción de los puentes es de concreto y acero, tienen la función del paso vehicular y peatonal, estos no cuentan con barandas a los costados, por lo tanto presentan inseguridad en el paso.

En el área rural la existencia de puentes es escasa y los materiales para la construcción es el concreto con varillas de hierro, en su mayoría tienen daños ocasionados tanto por las inclemencias climáticas como por la falta de mantenimiento y el deterioro que han acumulado con el paso del tiempo, por lo tanto esto genera un alto riesgo para la población.

1.7.3 Unidades de riego

En el municipio las extensiones de tierra reservadas para la producción de los distintos cultivos cuentan con dos tipos de riego; por lluvia que es uno de los sistemas fundamentales utilizados por las distintas actividades productivas, algunos estratos cuentan solo con este tipo de riego para sus cultivos.

También poseen el tipo de riego por gravedad que es utilizado por algunas de las fincas dedicadas al cultivo de árboles de hule por medio de tanques que realizan la distribución, adicionalmente los ríos aledaños a los cultivos son manipulados para llevar a cabo este tipo de riego; en algunos casos por medio de pozos, a través de una bomba mecánica se realiza la extracción del agua para su distribución.

1.7.4 Mercados

El Municipio cuenta con un mercado ubicado frente al parque municipal, con un tamaño aproximado de 1,000 m², abierto todos los días de seis de la mañana a seis de la tarde, mismo que cuenta con locales construidos formalmente dentro de las instalaciones que pagan renta a la municipalidad, también existen puestos informales colocados en el exterior donde se colocan champas para su protección del clima, pero que también pagan permisos diarios a la municipalidad para su funcionamiento.

Dentro de las instalaciones se ubican tiendas que ofrecen artículos de consumo para satisfacer necesidades básicas de la población, en especial alimentación; se comercializan verduras, frutas, productos de origen mexicano y nacional; pollerías, marranerías y carnicerías que ofrecen a la población distintas opciones de carnes.

1.7.5 Energía eléctrica comercial e industrial

El servicio de energía eléctrica es proporcionado por la empresa Distribuidora de Occidente, Sociedad Anónima –DEOCSA- en el Municipio, la totalidad de los comercios en el casco urbano cuentan con el servicio, en el área rural se tiene una cobertura del 75% del servicio de energía para el área comercial.

1.7.6 Telecomunicaciones

La telefonía en el municipio es celular, un 80% se beneficia del servicio y un 20% no cuentan con el mismo. En el caso de los hogares que no tienen el servicio móvil, se ven en la necesidad de utilizar seis teléfonos monederos ubicados en el parque municipal o alquilar teléfono residencial en algunos comercios.

1.7.7 Transporte

El transporte comercial que transita el casco urbano, es de importancia para las actividades productivas que existen no solo dentro del municipio sino también para los municipios o departamentos aledaños, que están obligados a transitar por la misma vía. Se observó tanto pesado como de vehículos ligeros.

El transporte utilizado en la producción en cualquiera de sus ramas; son vehículos tipo pick-up para la movilización de mercancías, y los fletes que es más común observar.

El transporte público que circula por la carretera centroamericana CA-02, utilizan los buses extraurbanos locales, se denomina así a los microbuses y camionetas que comunican a la cabecera municipal Mazatenango y el casco urbano de San Andrés Villa Seca. El valor del pasaje es de Q.2.50, la duración del viaje 15 a 30 minutos, la frecuencia de viajes es cada 15 minutos en horas hábiles y la longitud del recorrido es de 8 a 11 km.

1.7.8 Rastros

El Municipio cuenta con un rastro municipal, ubicado a 500 metros del casco urbano a un costado del río Ican, el cual es arrendado, posee una extensión de dos cuerdas, su infraestructura es una galera de media cuerda del terreno, el lugar no cuenta con drenajes ni desagües por lo cual el residuo del destace es desechado al río, en el área rural se ven en la necesidad de acudir a este sitio para realizar operaciones de destace de ganado bovino.

1.8 ORGANIZACIÓN SOCIAL Y PRODUCTIVA

Es la forma como se organiza un grupo de personas con el propósito de mejorar las condiciones de bienestar social de la comunidad, así mismo contribuyen a su desarrollo integral a través de actividades productivas y se considera la participación de instituciones y organizaciones de carácter gubernamental, no gubernamental y privado a continuación se enlista cada una de ellas:

- Organizaciones sociales
 - Consejo municipal de desarrollo -COMUDE-
 - Consejos comunitarios de desarrollo -COCODE-
 - Comité de padres de familia
 - Iglesias

- Organizaciones productivas
 - Asociación de mujeres

1.9 ENTIDADES DE APOYO

Se refiere a las instituciones creadas específicamente para asistir a las comunidades y familias más necesitadas, así como para promover el bienestar y desarrollo social de la población, a continuación, se enlista cada una de ellas:

- Estatales
 - Juzgado de Paz
 - Sub-estación Policía Nacional Civil –PNC-
 - Delegación del Registro Nacional de las Personas –RENAP-
 - Ejército de Guatemala 4ta Brigada de Infantería Justo Rufino Barrios
 - Centro de salud del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social
 - Centro de Convergencia
- Municipales
 - Bomberos Municipales
- Organización privada
 - Banco del Desarrollo Rural S.A. –BANRURAL-
 - Banco Agromercantil S.A. –BAM-
 - Banco Reformador S.A. –BAC/REFORMADOR-
 - Banco G&T Continental, S.A.

1.10 FLUJO COMERCIAL Y FINANCIERO

El municipio de Cuyotenango, se caracteriza por ser productor de bienes, entre las actividades económicas de mayor importancia, están las agrícolas, pecuarias, artesanales, comerciales y de servicios por la cantidad de ingresos que aportan a sus propietarios.

1.10.1 Flujo comercial

La actividad comercial es importante para el desarrollo de la economía, ya que ofrece bienes producidos por las unidades agrícolas, pecuarias, artesanales, agroindustriales y alimenticias. Dentro de las mercaderías que se comercializan en el Municipio, en un 70% son importadas de poblaciones aledañas y 30% son producidas y vendidas en el Municipio. A nivel local el mercado municipal ubicado frente al parque central, realiza la mayoría de sus transacciones comerciales los días sábados y domingos.

- Principales productos de importación

Se refiere al movimiento comercial que ingresa al Municipio. En Cuyotenango las importaciones son provenientes de Mazatenango, San José la Máquina, Retalhuleu y de la ciudad capital; entre los productos se encuentran gas propano, abarrotes, artículos de peltre, útiles escolares y de oficina, semillas mejoradas, carnes, productos de ferretería, ropa y zapatos, artículos de plástico, artículos de limpieza, granos básicos, frutas, verduras, materiales de construcción, hilos, vestuario e insumos agrícolas, aparatos eléctricos, combustibles, maquinarias, vehículos, medicinas y fertilizantes.

- Principales productos de exportación

Se define al movimiento comercial que sale del municipio. Los productos exportados del Municipio son el hule y la caña de azúcar a Estados Unidos, a Mazatenango cerdos, a Retalhuleu caña de azúcar y pollo a Municipios vecinos (San José la Máquina, Patulul, san Andrés Villaseca, entre otros).

1.10.2 Flujo financiero

Son las entradas de dinero en un período determinado, es la acumulación neta de activos líquidos y por lo tanto constituye un indicador importante de la liquidez que se puede tomar en cuenta para evaluar la capacidad que se tiene para el ingreso de dinero. En el municipio de Cuyotenango las remesas del exterior constituyen un elemento importante de ingresos, que provienen de los guatemaltecos que han

migrado al extranjero, para poder brindar un mejor futuro o nivel de vida a sus familiares que se quedan en el país.

En el Municipio se ubican agencias bancarias para atender las necesidades financieras de la población. De acuerdo a la información proporcionado por el Banco de Desarrollo Rural -BANRURAL-, para el año 2014 obtuvieron un total de remesas de \$7,770.00 que equivale a Q.58,426.67 con el tipo de cambio a Q.7.51952 las cuales han bajado por la separación que tuvo dicho municipio de la Máquina.

1.11 RESUMEN DE ACTIVIDADES PRODUCTIVAS Y GENERACIÓN DE EMPLEO

Son las actividades que generan un bien y/o servicio. En el municipio de Cuyotenango, departamento de Suchitepéquez, las más representativas son: agrícola, pecuaria, artesanal, agroindustrial y las generadas por el comercios y servicios.

A continuación, se presenta con detalle el valor de la producción y la generación de empleo por actividad.

Cuadro 6
Municipio de Cuyotenango, departamento de Suchitepéquez
Resumen de Actividades Productivas
Año: 2015

Actividad	Valor de la producción Q	%	Generación de empleo			
			Jornales*/ días**	%	Personas	%
Agrícolas	5,796,422	4	1,208	44	151	11
Pecuarias	30,542,918	19	480	18	60	4
Artesanales	4,966,800	3	464	17	58	4
Agroindustrial	116,507,020	74	584	21	73	5
Comercio y Servicios	--	--	--	--	1,073	76
Total	157,813,160	100		100	1,415	100

*Agrícolas y pecuarias son jornales trabajados.

**Artesanales, agroindustrial, comercio y servicio son días trabajados.

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

La actividad productiva con mayor desarrollo económico en el municipio es la agroindustrial, esto se debe a que los productos de caña de azúcar y hule son

exportados a nivel nacional e internacional (Estados Unidos), donde representa un margen de ganancia mayor. La segunda actividad es la pecuaria en cuanto a valor de la producción, especialmente por la crianza y engorde de pollo en el Municipio que posteriormente se vende a los municipios aledaños como Mazatenango y San José la Máquina por mencionar algunos.

La actividad que genera mayor fuente de empleo en el Municipio es el comercio y servicio, debido a que existe un total de 605 establecimientos formales e informales donde predominan tiendas, abarroterías, ventas de verduras, frutas, bares, cantinas y distribuidores de licor, tortillerías y ventas de leña, que resultada en un mayor número de puestos de trabajo; sin embargo el dato de volumen y valor de la producción no fue colocado debido a la negativa de información proporcionada por los habitantes. La segunda actividad con un alto número de generación de empleo es la agrícola, que se debe al cultivo de caña de azúcar en el Municipio por parte de ingenios azucareros y proveen trabajo jornal en época de zafra.

CAPÍTULO II

DIAGNOSTICO DE LAS PANADERÍAS

Como producción artesanal la panadería tiene mayor participación dentro de la economía local, la cual genera el mayor número de unidades productivas y de empleos, en comparación con otras actividades artesanales del Municipio.

Existen 10 panaderías productoras, ubicadas en el área urbana, la función principal de estas es satisfacer la demanda existente dentro del Municipio, hogares, tiendas de artículos de primera necesidad, aldeas y caseríos.

En el análisis realizado a las panaderías existentes dentro del Municipio, se estableció por medio de las características que poseen, estar clasificadas como pequeños artesanos, los cuales se caracterizan por un volumen de producción bajo, obtienen materia prima y materiales de calidad, la maquinaria que utilizan no es de alta tecnología, compuesta por hornos de barro, la mano de obra es familiar y asalariada, no se encuentra implementada una división de trabajo, contratan entre dos y tres empleados por panadería con experiencia en la elaboración.

2.1 CARACTERÍSTICAS TECNOLÓGICAS

La actividad de panadería en el Municipio tiene características de pequeño artesano. La clasificación se realiza con base en la información proporcionada por los productores como: insumos, mano de obra, herramientas, maquinaria, procedimientos y asistencia financiera, entre otros.

En la tabla siguiente se presentan las características tecnológicas de la producción del pequeño artesano en donde se encuentra ubicada la panadería:

Tabla 1
Municipio de Cuyotenango, departamento de Suchitepéquez
Producción Artesanal Panadería
Características por Tamaño de Empresa y Producto
Año: 2015

Producto	Características
Pequeño artesano	
Panadería	Es una actividad donde la mano de obra es familiar y asalariada, existe división de funciones en virtud que trabaja el panadero y los ayudantes en la producción de pan; el equipo y las herramientas que se utilizan son manuales y algunas eléctricas entre ellas están: horno de leña, carro bandejero, mesón, balanza, amasadora y mesa de trabajo. El financiamiento utilizado es el interno.

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

Dentro de la actividad de panaderías pequeñas se observa que se utiliza herramientas rudimentarias como el horno de leña, además tiene distribución de labores por empleado y el capital de trabajo disponible para la producción es propio por lo cual no se dispone de suficientes ingresos para mejorar la tecnología de las herramientas.

2.2 VOLUMEN Y VALOR DE LA PRODUCCIÓN

A continuación, se presenta el cuadro de volumen y valor de la producción de panadería en el Municipio.

Cuadro 7
Municipio de Cuyotenango, departamento de Suchitepéquez
Producción Artesanal Panadería
Volumen y Valor de la Producción
Año: 2015

Tamaño/ Producto	Unidades productivas	Unidad de medida	Volumen	Precio unitario Q	Valor Q
Pequeño artesano Panadería	10		5,075,000		2,538,000
Pan Francés		Unidad	2,970,000	.05	1,485,000
Pan dulce		Unidad	2,106,000	.05	1,053,000

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

Del total de ingresos anuales generados por las actividades artesanales del Municipio, la panadería es la que tiene más representación y crecimiento, en comparación de otras actividades artesanales desarrolladas por la población.

La elaboración de pan constituye una fuente de ingresos a los propietarios para hacer frente a las necesidades. El precio de venta es de Q 0.50 por unidad. La negociación es de forma directa entre los productores y el consumidor final o intermediario.

2.3 RESULTADOS FINANCIEROS

Los resultados finales anuales obtenidos de la actividad económica artesanal panadería en el municipio de Cuyotenango, se presentan a través del sistema de directo en el cual intervienen tres elementos: materia prima, mano de obra y los indirectos variables que en conjunto representan el monto en el que incurren los artesanos en la producción.

El estado de resultados determina la ganancia o pérdida que resulta de la elaboración y venta de cada producto, la rentabilidad y fuentes de financiamiento necesarias para ejecutar la actividad artesanal que da como resultado la ganancia neta obtenida tanto en los datos encuestados como imputados en el Municipio.

2.3.1 Costo directo de producción

Son los cargos por concepto de material, de mano de obra y de gastos, correspondientes directamente a la fabricación o producción de un artículo determinado o de una serie de artículos o de un proceso de manufactura con el fin de determinar el costo unitario del producto final,

En el cuadro siguiente se muestra los costos del producto artesanal panadería del Municipio.

Cuadro 8
Municipio de Cuyotenango, departamento de Suchitepéquez
Producción Artesanal Panadería
Estado de Costo Directo de Producción
Pequeño artesano
del 01 de enero al 31 de diciembre de 2015
(cifras en quetzales)

Tamaño/producto	Pequeño artesano panadería	
	Encuesta	Imputados
Elementos del costo		
Panadería		
Pan francés		
Materia prima	669,676	669,676
Harina dura	574,200	574,200
Levadura	9,900	9,900
Sal	2,970	2,970
Azúcar	5,544	5,544
Manteca	77,062	77,062
Mano de obra	59,400	146,600
Panadero	59,400	109,157
Bonificación incentivo		16,500
Séptimo día		20,943
Costos indirectos variables	49,500	105,729
Cuota patronal		16,484
Prestaciones laborales		39,746
Leña	49,500	49,500
Costo directo de producción	778,576	922,005
Producción	2,970,000	2,970,000
Costo unitario	0.26	0.31
Panadería		
Pan dulce		
Materia prima	644,401	644,401
Harina suave	407,160	407,160
Levadura	7,020	7,020
Sal	527	527
Huevo	33,696	33,696
Azúcar	117,936	117,936
Manteca	78,062	78,062
Mano de obra	42,120	103,947
Panadero	42,120	77,403
Bonificación incentivo		11,695
Séptimo día		14,850
Costos indirectos variables	35,100	74,971

Continúa en la página siguiente

Viene de la página anterior

Tamaño/producto	Pequeño artesano panadería	
	Encuesta	Imputados
Elementos del costo		
Cuota patronal		11,688
Prestaciones laborales		28,183
Leña	35,100	35,100
Costo directo de producción	721,621	823,320
Producción	2,106,000	2,106,000
Costo unitario	0.34	0.39

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

El estado de costo de producción refleja los costos incurridos por el pequeño artesano en la elaboración de pan, donde existe variaciones en los datos encuestados e imputados debido a que la información recabada en la encuesta refleja que los artesanos pagan la mano de obra por quintal de harina elaborado donde está menor a lo establecido en el Acuerdo Gubernativo Número 765-2003, el cual indica que el pago corresponde a Q55.13.

Cabe mencionar que los pequeños artesanos pagan a los panaderos Q30.00, por quintal de harina producida.

2.3.2 Estado de resultados

Estado financiero que refleja la pérdida o ganancia obtenida durante un período determinado, resultado de las ventas obtenidas menos los costos y gastos realizados en la actividad artesanal panadería.

A continuación se presenta el cuadro con el resultado de la producción artesanal en el Municipio.

Cuadro 9
Municipio de Cuyotenango, departamento de Suchitepéquez
Producción Artesanal Panadería
Estado de Resultados
por Tamaño de Empresa y Producto
del 01 de enero al 31 de diciembre de 2015
(cifras en quetzales)

Tamaño/producto Elementos del costo	Pequeño	
	Encuesta	Imputados
Panadería		
Ventas	2,538,000	2,538,000
Pan frances	1,485,000	1,485,000
Pan dulce	1,053,000	1,053,000
(-) Costo directo de producción	1,500,197	1,745,325
Pan frances	778,576	922,005
Pan dulce	721,621	823,320
Contribución a la ganancia	1,037,803	792,675
(-) Gastos variables de venta	59	59
Bolsas plásticas	59	59
Ganancia marginal	1,037,744	792,616
(-) Costos y gastos fijos	18,000	18,000
Alquiler de bodega	18,000	18,000
(-) Gastos de administración	-	44,150
Sueldo administrador	-	28,732
Bonificación	-	3,000
Cuotas patronales	-	3,640
Prestaciones laborales	-	8,778
Ganancia antes del ISR	1,019,744	730,466
(-) ISR 25%	254,936	182,617
Ganancia neta	764,808	547,850
Rentabilidad		
Ganancia neta / ventas netas	0.30	0.22
Ganancia neta / costos + gastos	0.50	0.30

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

El presente estado financiero refleja que en la actividad de panadería las ventas corresponden un 59% al pan francés y 41% al dulce, esta genera mayor cantidad de ingresos anuales a los artesanos debido a que el consumo es diario en las familias y los costos en los que se incurre para su elaboración no son elevados, también crea mayores fuentes de trabajo para la población.

2.3.3 Rentabilidad

Da a conocer los beneficios económicos que se obtienen de las ventas anuales realizadas por los artesanos, en relación a lo invertido, este se representa en porcentajes, se analizan los índices de rentabilidad sobre ingresos, costos y gastos incurridos, con el fin de determinar el beneficio de cada actividad artesanal.

En relación a la ganancia neta sobre ventas netas según los datos encuestados de la actividad artesanal de panadería en los pequeños artesanos, se refleja que se obtiene el 30% de rentabilidad sobre las ventas, es decir que cada Q. 1.00 vendido genera Q. 0.30 de ganancia.

Al analizar la ganancia neta sobre el costo de producción de los datos encuestados se define que se tiene una utilidad del 50% en panadería.

2.3.4 Financiamiento

Consiste en los recursos monetarios que son utilizados para el funcionamiento y desarrollo de una actividad productiva, su importancia radica en que permite realizar las actividades que han sido planificadas en tiempo oportuno dividiéndose en dos grupos: internos o propios y externos o ajenos.

Los internos son los recursos propios, como los ahorros, con que los artesanos cuentan para financiar el desarrollo de sus actividades productivas, a diferencia de los externos que son los que se obtienen de terceras personas como las entidades bancarias, prestamistas u otras instituciones que otorgan créditos con el fin de satisfacer las necesidades que genera la actividad artesanal.

Según la información que se obtuvo de las encuestas realizadas, se determinó que en el Municipio la obtención de los recursos que son necesarios para el desarrollo de la actividad de panadería, se lleva a cabo a través de lo interno constituido por la mano de obra familiar, reinversión de las utilidades y la venta de los productos al contado diariamente.

2.4 COMERCIALIZACIÓN

Se refiere al conjunto de actividades desarrolladas con el objetivo de facilitar la venta de una determinada mercancía, producto o servicio, es decir, la comercialización se ocupa de aquello que los clientes desean.

Mediante este proceso se analiza la actividad artesanal de la panadería localizada en el Municipio, la cual se encuentra clasificada como pequeños artesanos.

2.4.1 Mezcla de mercadotecnia

La comercialización de la producción artesanal es esencial para la economía de Cuyotenango, principalmente la producción de pan, por lo que cada panificador y artesano debe analizar aspectos como: qué tipo y diversidad de productos elaborar, el precio de cada unidad producida, lugar en el cual lo venderán y establecer la mejor campaña de promoción, que permita atraer a nuevos clientes, con el fin de ser competitivos y generar ingresos para el sustento de las familias de los artesanos.

En el municipio de Cuyotenango los artesanos a través de su experiencia realizan la comercialización de sus productos para llegar al cliente final, en ningún momento aplican técnicas apropiadas para poder vender con mayor eficiencia y generar más mayores ganancias.

Para realizar el análisis de la comercialización de los pequeños artesanos en el Municipio, se basará en la mezcla de mercadotecnia de la cual está conformada de la siguiente manera: producto, precio, plaza y promoción, esto con la finalidad de tener un sustento teórico que ayude a comprender claramente el proceso empleado por los panaderos.

2.4.1.1 Producto

Un producto es un conjunto de atributos tangibles e intangibles que abarcan empaque, color, precio, calidad y marca, además del servicio y la reputación del

vendedor; el producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, una persona o una idea.

A continuación, se detalla la variable producto de la actividad artesanal panaderías.

Tabla 2
Municipio de Cuyotenango, departamento de Suchitepéquez
Producción Artesanal Panadería
Mezcla de Mercadotecnia, (Producto)
Año: 2015

Sub-variables	Actividad artesanal panadería
	Pequeño Artesano
	Pan dulce y francés
Variedad	
Calidad	Los artesanos panificadores basan la calidad de su producto por la materia prima utilizada que adquieren.
Características	Se caracterizan por los diferentes diseños que son elaborados.
Embalaje o empaque	Canastos plásticos para los intermediarios. Bolsas plásticas para el consumidor final, no cuenta con ninguna descripción o características esenciales del producto o marca.
Marca	El producto se identifica por el nombre comercial de la panadería que se encuentra visible, se entrega en bolsas plásticas sin identificación. No poseen una marca registrada.
Tamaño	No existe una diferenciación del tamaño del pan.
Servicios	Dependiente de mostrador para el consumidor final.
Garantías	Cambio de producto o reintegro de dinero.

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

La variedad de productos ofrecidos por el pequeño artesano al consumidor tiene como finalidad establecer estándares de calidad que en el caso de la panadería se basa en distintos factores como la receta utilizada, materia prima, textura, tamaño y peso; la panadería ofrece una diversidad de diseños en relación al pan dulce: Tostado, gusanitos y cachitos. Pan francés y existe otra variedad llamada desabrido o renovado que es un pan sin sabor.

Como puede observarse en la tabla anterior los artesanos panaderos en el Municipio de Cuyotenango, no poseen una diferenciación entre cada uno de ellos de los productos elaborados para el consumidor, el cliente no observar las distintas calidades o características del producto, es importante resaltar que al no tener esta cualidad el cliente no tenga una afinidad para alguno de ellos, esto perjudica las ganancias de los artesanos y no aporta para el crecimiento económico que se puede lograr donde se tiene un producto diferenciado y lograr abarcar un mercado meta mayor.

2.4.1.2 Precio

El precio es el valor monetario que se le asigna a un producto o servicio al momento de ofrecerlo a los consumidores y, por lo tanto, el valor monetario que los consumidores están dispuestos a pagar a cambio de obtener dicho producto o servicio.

A continuación, se detalla la variable precio que los artesanos panificadores asignan a sus diferentes productos.

Tabla 3
Municipio de Cuyotenango, departamento de Suchitepéquez
Producción Artesanal Panadería
Mezcla de Mercadotecnia, (Precio)
Año: 2015

Sub-variables	Actividad artesanal panadería
	Pequeño Artesano
Precio de lista	Consumidor final: Pan francés Q. 0.50 y pan dulce Q 0.50 para intermediarios: Pan francés Q 0.40 y pan dulce Q0.40.
Tipo de precio	De paridad
Descuentos	No utiliza
Período de pago	Contado

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

Los precios que los panaderos asignan a sus productos lo realizan de manera empírica, los cuales se basan en la competencia, por ende, todos los productores

del Municipio manejan igualdad de precio, el margen de ganancia generado por las ventas le permita mejorar y mantener la microempresa aun sin implementar estrategias de precio apropiadas que determinen un crecimiento adecuado en las ganancias.

2.4.1.3 Plaza

Representa lo que el productor realiza para que el producto esté al alcance del mercado meta, también es el lugar físico en el que se lleva a cabo la transacción de compra-venta, este intercambio generalmente se realiza donde se produce el pan o casa de habitación del productor, y en algunos casos en locales alquilados.

A continuación, se detalla la variable plaza.

Tabla 4
Municipio de Cuyotenango, departamento de Suchitepéquez
Producción Artesanal Panadería
Mezcla de Mercadotecnia, (Plaza)
Año: 2015

Sub-variables	Plaza
Canales	El canal de comercialización utilizado es un 30% al minorista y un 70% al consumidor final.
Cobertura	Casco urbano, centros poblados: Parroquia, los Arcos, Cantón Tzululá Calle de la Cruz, Calle de la Estación, Calle del Balsamito Cantón Tzululá. Casco urbano y todos los centros poblados del municipio.
Ubicación	El 80% de las panaderías están ubicadas estratégicamente y se encuentran identificadas con el nombre del negocio, el cual está a la vista de los clientes.
Transporte	Los productores no realizan ninguna entrega, son los minoristas quienes recolectan el producto en la sala de ventas del productor.
Logística	Están separados por ambientes como horno, bodega y salsa de ventas. No cuentan con vehículos destinados para la comercialización de productos.

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

Los productores de pan no llevan el producto a los minoristas, son ellos quienes lo recolectan, el costo del transporte es a cuenta de ellos, por medio de pick-up,

bicicletas o tuc-tuc de reparto que se dirigen a las comunidades donde venden el producto con el mismo medio de transporte, también cuentan con sala de ventas para el consumidor final.

Por medio de la guía de observación se estableció que 80% de las panaderías están ubicadas en una de las calles principales que conducen al casco urbano y se encuentran identificadas con el nombre del negocio.

Para la elaboración de pan, los artesanos dividen sus áreas conforme a lo aprendido a lo largo de los años, sin tener una tecnificación que ayude a lograr una mejor eficiencia de tiempo y costos en la producción, esto perjudica a lograr ganancias mayores para cada uno de ellos.

2.4.1.4 Promoción

La promoción es una herramienta o variable de la mezcla de mercadotecnia, consiste en incentivos de corto plazo, a los consumidores, a los miembros del canal de distribución o a los equipos de ventas, que buscan incrementar la compra o la venta de un producto.

A continuación se detalla cada una de las sub-variables del elemento promoción:

Tabla 5
Municipio de Cuyotenango, departamento de Suchitepéquez
Producción Artesanal Panadería
Mezcla de Mercadotecnia, (Promoción)
Año: 2015

Sub-variables	Promoción
Variedad	Pan dulce y francés
Publicidad	Se determinó por medio de entrevista al artesano que 20% es de boca en boca, 70% es por la referencia a la calidad del producto y el 10% por rótulos en el local de venta.
Venta personal	Se realiza en forma directa; los clientes visitan al artesano para adquirir el producto.
Promoción	Únicamente el 10% de las panaderías obsequia para el mes de diciembre calendarios con la información de sus productos.

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

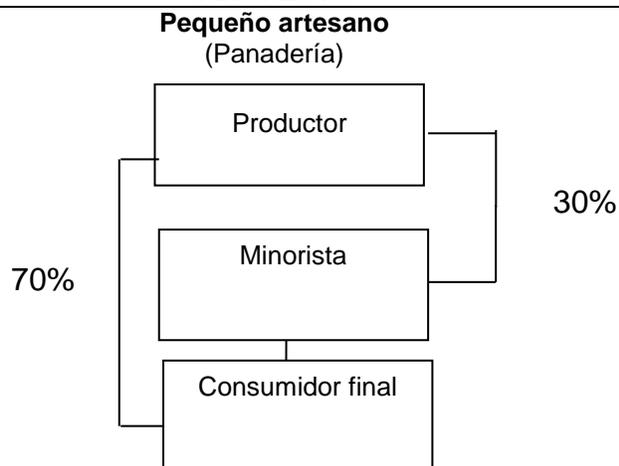
Las panaderías ubicadas en el Municipio, no cuentan con publicidad que genere mayor tráfico de personas para lograr su objetivo que es aumentar las ventas el único método que se realiza es colocar el nombre del negocio a la vista, al efectuar la encuesta se verifico que consideran un gasto innecesario y que sus ganancias no permitirían realizar esta inversión.

2.4.2 Canales de comercialización

Etapas por las cuales deben pasar los bienes en el proceso de transferencia entre el productor y consumidor final.

A continuación se presenta la gráfica, que muestra el canal de comercialización, entre productor y consumidor final, para la actividad artesanal del Municipio.

Gráfica 1
Municipio de Cuyotenango, departamento de Suchitepéquez
Producción Artesanal Panadería
Canal de Comercialización
Año: 2015



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

En la gráfica anterior se observa el canal de comercialización utilizado por los artesanos del municipio de Cuyotenango, en la cual es importante resaltar que gran parte de su producción está dirigida al consumidor final, de esta manera obtener mayores ganancias y tener un contacto directo con el cliente, tan solo un

30% de su producción va hacia los minoristas, de la cual se obtiene una menor ganancia pero los volúmenes de producción son más altos, y de esta manera lograr un equilibrio en las utilidades.

2.4.3 Márgenes de comercialización

El margen de comercialización es la diferencia que ta entre el precio que paga el consumidor final por un producto y el precio recibido por el productor artesano.

A continuación, se presenta el cuadro donde se establecen los márgenes brutos y netos de la comercialización del pequeño artesano de la producción de pan del Municipio, debido a que es la única actividad artesanal que hace uso de un intermediario.

Cuadro 10
Municipio de Cuyotenango, departamento de Suchitepéquez
Producción Artesanal Panadería
Márgenes de Comercialización, Pequeño Artesano de Panadería
Año: 2015

Participante	Precio de venta Q.	Margen bruto Q.	Costos de mercado Q.	Margen neto Q.	Rendimiento sobre inversión %	Participación %
Productor	0.40					80
Minorista	0.50	0.10	0.030	0.07	17.5	20
Embalaje			0.014			
Flete			0.016			
Consumidor final						
Total		0.10	0.030	0.07		100

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

Se determinó que en la comercialización de pan por cada quetzal que el consumidor final paga, el productor tiene una participación del 80% y 20% restante lo obtiene el minorista; esto se debe a que es quien absorbe los gastos de producción. Respecto a cada unidad vendida al consumidor final, el minorista obtendrá una ganancia neta de Q. 0.07 con un rendimiento del 17.5% el cual se considera favorable para su inversión.

2.5 ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

Se estableció que los productores de pan realizan sus actividades de manera rutinaria y la creación de las empresas individuales ha sido por iniciativa propia, sin poseer cierto tipo de preparación organizacional.

Esta organización es lineal, es decir el propietario es la mayor autoridad y la comunicación, así como las funciones son trasladadas directamente hacia los trabajadores de forma verbal.

El pequeño artesano planifica, organiza, dirige y supervisa en forma empírica las actividades que se desarrollan en la organización. No poseen normas y procedimientos escritos, sólo los conocen verbalmente.

La toma de decisiones está centralizada en el jefe de familia que por lo general es el propietario de la organización.

2.5.1 Estructura organizacional por tamaño de empresa

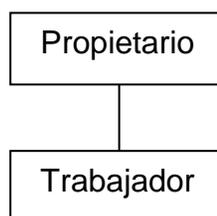
Es una disposición intencional de roles, en la que cada persona asume un papel que se espera que cumpla con el mayor rendimiento posible. La finalidad de una estructura organizacional es establecer un sistema de papeles que han de desarrollar los miembros de una entidad para trabajar juntos de forma óptima y que se alcancen las metas fijadas en la planificación.

A continuación, se presenta la estructura organizacional identificada para los productores de las panaderías.

Gráfica 2
Municipio de Cuyotenango, departamento de Suchitepéquez
Producción Artesanal Panadería
Estructura Organizacional, Según Tamaño de Artesano
Año: 2015

Pequeño artesano

(panaderías)



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

Dentro de la estructura de pequeño artesano panadero, la mayor autoridad es el propietario; existe la centralización de la toma de decisiones y delegación de tareas directamente hacia los trabajadores, se usa mano de obra familiar.

Una de las ventajas de la estructura organizacional para los pequeños artesanos es que las líneas de comunicación son cortas y directas en lo que se refiere a la recepción y emisión de instrucciones.

Entre las desventajas del mismo, es que al momento de no encontrarse presente el jefe y exista la necesidad de tomar decisiones, estas no puedan ser ejecutadas.

En cuanto a los recursos, el propietario o jefe de familia es el encargado de definir qué es lo que se necesita para el taller, a su vez es él quien contrata al personal necesario para la producción, basado en la confianza y la experiencia que pueda tener la persona, derivado de que el proceso de esta actividad artesanal no requiere de una tecnificación para su desarrollo, y se realiza empíricamente trasladado de generación en generación.

2.6 GENERACIÓN DE EMPLEO

Se establece que la producción artesanal genera 33 empleos de los cuales el 15.2% se concentra en el pequeño artesano, en virtud de que los pequeños artesanos son propietarios del negocio y hacen uso de la mano de obra familiar y en pocas ocasiones contratan personal.

2.7 PROBLEMÁTICA ENCONTRADA

Al realizar la investigación de campo en el Municipio, se observó que la problemática que presentan las unidades artesanales que elaboran pan es la siguiente:

- Falta de capacitación en procedimientos para elaborar el pan.
- El desconocimiento de las herramientas de mercadotecnia para dar a conocer los productos a clientes actuales y potenciales en la comunidad, derivado de esto dificulta el crecimiento en las ventas y desarrollo de los talleres.
- El acceso limitado a fuentes de financiamiento y la falta de tecnología adecuada, detiene el desarrollo de las unidades productivas artesanales.
- Carecen de mano de obra calificada que ayude a mejorar la calidad e incrementar el volumen de producción.
- Actualmente los productores de pan no están asociados en gremiales, a través de las cuales pudieran obtener las materias primas con un precio más favorable; cada uno de ellos de forma aislada establece contacto con los propietarios de depósitos y pactan el precio de los materiales, estos pueden variar de acuerdo a la cantidad que se adquiera y la frecuencia con que se compre.

2.8 PROPUESTA DE SOLUCIÓN

Las alternativas de solución para enfrentar los problemas encontrados en las unidades artesanales que elaboran pan se describen a continuación.

- Crear talleres de capacitación para mejorar las técnicas, mediante la agrupación de los artesanos para compartir el conocimiento, así como diversificar la línea de productos y crear la mezcla de los mismos.
- Utilizar la mercadotecnia para ampliar la cobertura del mercado, como por ejemplo promocionar los productos por medio de volantes, para que los distintos clientes conozcan quienes son, la calidad y variedad de los productos que se elaboran o establecer políticas crediticias y descuentos para los intermediarios y para clientes que compren cantidades significativas lo cual influirá en la decisión de compra.
- Conocer las opciones de financiamiento disponibles para esta actividad artesanal del Municipio, con el fin de mejorar las técnicas y herramientas tecnológicas de producción.
- Contratar a personal calificado que ayude a mejorar la producción y calidad de los artesanos en panadería.
- Crear una gremial de productores panificadores que cumplan con los objetivos que beneficien a los minoristas.

CAPÍTULO III

PROYECTO: PRODUCCIÓN DE CHAMPÚ DE CHOCOLATE

Durante el proceso de investigación de campo, se observó la existencia de potencialidades productivas que pueden ser aprovechadas por los habitantes del Municipio de Cuyotenango.

De acuerdo a la documentación recabada se plantea la propuesta de inversión con un producto propio del Municipio, el cual servirá para la producción de champú de chocolate y que permitirá aprovechar las potencialidades detectadas y así poder generar empleo.

El propósito de la producción y envasado de champú de chocolate, surge con la idea de beneficiar a los pobladores que integran la asociación ASOPROCH y apoyar el desarrollo económico del Municipio. El proyecto se realizará en el municipio de Cuyotenango, departamento de Suchitepéquez para utilizar la materia prima que se produce en el mismo.

Para la implementación del proyecto se desarrollarán los estudios siguientes: de mercado, técnico, administrativo legal y financiero, que permitirán determinar si es factible su realización.

3.1 DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Nace la idea de utilizar el chocolate como la principal materia prima que al ser complementada con una composición química, dará como resultado un champú de chocolate con el nombre de CHOCOLA-T.

El proyecto se realizará en el casco urbano del Municipio, en un local de 60 metros cuadrados; tendrá una duración de cinco años con una producción anual de 157,554 unidades en presentación de 30 ml. al consumidor final, envase plástico de polietileno. Se descarta el 1% de pérdidas por rebalse o residuos adheridos a los toneles de donde se obtiene un lote neto de 155,978 unidades al año, las que

se pretenden vender a un precio de Q. 2.50 por unidad. El volumen total de producción será comercializado a los detallistas, por lo que la venta al consumidor final se dará a través del intermediario (detallista).

La inversión total de Q. 136,682.00 El financiamiento se dará por los aportes iniciales de cada uno de los integrantes de la asociación por un monto de Q. 5,936.83; y a través de un préstamo por un monto de Q. 65,440.00 con garantía fiduciaria a una tasa del 18% anual que se solicitará al Banco G&T Continental, S.A. para poder llevar a cabo la puesta en marcha del proyecto.

3.2 JUSTIFICACIÓN

Se busca obtener un análisis de todos aquellos factores que puedan afectar el desarrollo de la propuesta de inversión, por ende, se realizarán las bases para ejecutar el proyecto en el Municipio, con el fin de crear desarrollo económico y comercial. El producto de champú de chocolate lo realizará la asociación llamada ASOPROCH, que está integrada por 12 personas que pondrán en marcha la producción en el municipio de Cuyotenango, departamento de Suchitepéquez, y su comercialización en los municipios de San Antonio Suchitepéquez, Cuyotenango y San Felipe Retalhuleu. El proyecto se realizará a mediano plazo con el fin de sentar las bases adecuadas para su realización y mejor ejecución; se tomaron en cuenta los gustos y preferencias, así como el nivel de ingreso de la población de los tres municipios. Cabe indicar que no existen productores de champú dentro del Municipio, por lo que esto da lugar a generar nuevos proyectos que beneficien la diversidad de productos de uso diario.

3.3 Objetivos

Los logros que se desean alcanzar son los siguientes:

3.3.1 General

Implementar el proyecto de inversión “Producción Champú de Chocolate” que permita contribuir al desarrollo social y económico del Municipio, a través de la transformación de la producción de cacao existente, así como la utilización del

recurso humano y financiero disponible para aumentar los ingresos familiares que contribuyan a mejorar la calidad de vida de la población que esté relacionada directa e indirectamente.

3.3.2 Específicos

- Generar cinco fuentes de empleo para las personas que se involucren en el proceso de producción y comercialización.
- Cubrir parte de la demanda insatisfecha generada de Champú en el mercado y optimizar el flujo comercial del Municipio.
- Facilitar el acceso a las fuentes de financiamiento que requiera la ejecución del proyecto.
- Obtener asistencia técnica a través de la capacitación de los asociados acerca de nuevas formas de producción, para así, incrementar la productividad del champú.

3.4 Estudio de mercado

Es el conjunto de acciones que se ejecutan para saber la respuesta del mercado donde se analiza la oferta y la demanda, así como los precios y los canales de comercialización, se determina al obtener una visión clara de las características del producto de champú de chocolate que se pretende introducir en el mercado. Se determina la distribución geográfica, perfil del consumidor, cuál ha sido históricamente el comportamiento de la demanda y qué proyección se espera, análisis de precios y la evolución de los distintos competidores. Se enfoca en hombres y mujeres entre las edades de 15 a 50 años, que gusten de un champú con componentes naturales, el perfil de ingresos económicos al que va dirigido es medio-bajo.

3.4.1 Oferta

El análisis del comportamiento de la oferta total histórica y proyectada del producto, se realiza con el propósito de establecer pronósticos sobre su comportamiento futuro. Además, permite identificar y analizar las consecuencias

positivas y negativas que afecten a esta; es la base del estudio de mercado, donde se determina la oferta total que se presenta en los diferentes municipios en donde se comercializará. El análisis de la oferta total de los tres municipios se realizó con base al producto sustituto de champú en presentación de 30 ml. de diferentes marcas existentes en el mercado, el cual fue el más representativo en las ventas de las diferentes tiendas y abarroterías.

Cuadro 11
Municipios de Cuyotenango, San Antonio y San Felipe departamento de
Suchitepéquez y Retalhuleu
Oferta Histórica y Proyectada de Productos Sustitutos*
Período: 2011-2020
(en unidades de 30 ml)

AÑO	PRODUCCIÓN	IMPORTACIONES	OFERTA TOTAL
2011	-	127,286	127,286
2012	-	134,642	134,642
2013	-	142,423	142,423
2014	-	150,654	150,654
2015	-	159,360	159,360
2016	-	166,921	166,921
2017	-	174,937	174,937
2018	-	182,953	182,953
2019	-	190,969	190,969
2020	-	198,985	198,985

Fuente: investigación de campo Grupo EPS, segundo semestre 2015. El método de mínimos cuadrados donde $a = 142,872.88$ $b = 8,015$ y $x =$ año de estudio año base 2013.

La oferta total de champú que ha existido en los últimos años, únicamente se da por importaciones que se realizan en los municipios, las cuales se determinaron por el número de tiendas, abarroterías, lugares de abastecimiento en el casco urbano y el inventario de comercios existentes en cada Municipio objeto de estudio; posteriormente se realizó un promedio de compras mensuales por tienda con el fin de determinar las importaciones y su consumo anual. Para el cálculo de la oferta proyectada se realizó por medio del método de mínimos cuadrados con base a las importaciones históricas determinadas con anterioridad, al no existir una producción en el Municipio inmediatamente las importaciones se convierten en oferta total.

3.4.2 Demanda

Por falta de datos estadísticos que permitan establecer el consumo por persona de champú a nivel nacional como local, se tomó como base la estimación de población total por municipio, período 2008-2020 del INE del cual fueron delimitadas por el 20% que compran el producto.

- Demanda Potencial

La demanda potencial histórica y proyectada del comportamiento actual y pasado del producto, así como de las variables que influyen en dicha conducta, es utilizada para efectuar un pronóstico de la demanda. Donde se toma factores como la población total, delimitada y el uso ideal, se logra determinar la demanda potencial en los tres municipios.

Cuadro 12
Municipios de Cuyotenango, San Antonio y San Felipe departamento de
Suchitepéquez y Retalhuleu
Demanda Potencial Histórica y Proyecta de Champú de Chocolate
Período: 2011-2020

AÑO	POBLACIÓN TOTAL	POBLACIÓN DELIMITADA 20%	USO IDEAL (UNIDADES DE 30 ML AL AÑO)	DEMANDA POTENCIAL
2011	125,436	25,087	40	1,003,488
2012	128,668	25,734	40	1,029,344
2013	131,980	26,396	40	1,055,840
2014	135,149	27,030	40	1,081,192
2015	108,617	21,723	40	651,702
2016	111,405	22,281	40	891,240
2017	114,249	22,850	40	913,992
2018	117,127	23,425	40	937,016
2019	120,021	24,004	40	960,168
2020	122,909	24,582	40	983,272

Fuente: elaboración propia, con base en estimación de población total por Municipio período 2008-2020 del Instituto Nacional de Estadística -INE-, y uso ideal con base a estilista profesional con estudios en Instituto Centros de Usos Múltiples -CUM-

La población disminuyó en un 14% del año 2014 al año 2015 por la separación entre el municipio de Cuyotenango y San José la Máquina esto afecta la proyección de la demanda que disminuye al año 2015. Al delimitar la población se tomó en cuenta hombres y mujeres, edades comprendidas entre los 15 y 50 años,

que gusten de un champú con componentes naturales, así como el nivel de ingreso medio-bajo; el uso ideal es de 1.5 litros anuales y al realizar la conversión se tomó como base 40 frascos de 30 ml anuales, la multiplicación del uso ideal por la población delimitada, da como resultado la demanda potencial que existe.

- Consumo aparente

Son los bienes o servicios que se adquieren por las personas de acuerdo a gustos, edad, poder adquisitivo, con el fin de satisfacer una necesidad. Permite identificar la cantidad de un producto, que fue consumido en años anteriores, así como lo que se espera para los años del proyecto; se obtiene de la suma de la producción, más las importaciones y restadas las exportaciones.

Por la falta de productores locales de champú, se encontró que el consumo aparente es igual a las importaciones, como se presenta en el siguiente cuadro.

Cuadro 13
Municipios de Cuyotenango, San Antonio y San Felipe departamento de
Suchitepéquez y Retalhuleu
Consumo Aparente Histórico y Proyectado de Producto Sustituto
Período: 2011-2020
(en unidades de 30 ml)

AÑO	PRODUCCIÓN	IMPORTACIONES	EXPORTACIONES	OFERTA TOTAL
2011	-	127,286	-	127,286
2012	-	134,642	-	134,642
2013	-	142,423	-	142,423
2014	-	150,654	-	150,654
2015	-	159,360	-	159,360
2016	-	166,921	-	166,921
2017	-	174,937	-	174,937
2018	-	182,953	-	182,953
2019	-	190,969	-	190,969
2020	-	198,985	-	198,985

Fuente: elaboración propia, con base en datos obtenidos del cuadro 11

El consumo aparente corresponde a productos importados y de consumo masivo, reconocidos por el consumidor final inmediatamente, en el Municipio no se encuentra producción alguna de algún producto sustituto por lo tanto únicamente se toma en cuenta las importaciones, el comportamiento es ascendente, lo que

indica una demanda creciente de Champú de Chocolate en los años que cubrirá el proyecto.

- Demanda insatisfecha

La demanda insatisfecha histórica y proyectada representa la cantidad de producto que aún no consume la población, lo que permite determinar si existe un mercado no satisfecho, con el fin de establecer qué porcentaje de éste mercado cubrirá el proyecto.

Cuadro 14
Municipios de Cuyotenango, San Antonio y San Felipe departamento de
Suchitepéquez y Retalhuleu
Demanda Insatisfecha Histórica y Proyectada de Champú de Chocolate
Período: 2011-2020
(en unidades de 30 ml)

AÑO	DEMANDA POTENCIAL	USO APARENTE	DEMANDA INSATISFECHA
2011	1,003,488	127,286	876,202
2012	1,029,344	134,642	894,702
2013	1,055,840	142,423	913,417
2014	1,081,192	150,654	930,538
2015	651,702	159,360	492,342
2016	891,240	166,921	724,319
2017	913,992	174,937	739,055
2018	937,016	182,953	754,063
2019	960,168	190,969	769,199
2020	983,272	198,985	784,287

Fuente: elaboración propia, con base en datos obtenidos del cuadro 12 y 13.

Como se puede observar en el cuadro anterior existe un mercado no cubierto en los tres municipios, lo cual hace factible comercializar el producto ya que existe una demanda positiva para los tres destinos, se pretende cubrir únicamente un 32% de la demanda insatisfecha, esto acoplado a la inversión inicial de cada uno de los socios y de esta manera llevar acabo el producto.

3.4.3 Precio

El precio de venta del producto sustituto es de Q1 en presentación de 10 ML.

3.4.4 Comercialización

La comercialización se divide en fases, desde la introducción inicial del producto a través de su producción en masa y la adopción. Tiene en cuenta el apoyo a la producción, distribución, comercialización, ventas y cliente necesario para lograr el éxito comercial. Como estrategia, la comercialización requiere que una empresa desarrolle un plan de marketing que determine cómo el producto será suministrado al mercado y anticipar obstáculos para el éxito. En el capítulo cuatro se desarrolla con mayor amplitud.

3.5 ESTUDIO TÉCNICO

Esta segunda etapa permite analizar el funcionamiento y operatividad del proyecto, que contempla aspectos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción del champú de chocolate y en el cual se analiza la determinación del tamaño óptimo de las instalaciones, localización y proceso productivo.

La importancia de este estudio deriva de la posibilidad de llevar a cabo una valorización económica de las variables técnicas del proyecto, que permitan una apreciación de los recursos necesarios para llevarlo a cabo; además de proporcionar información de utilidad al estudio económico-financiero.

3.5.1 Localización

Al determinar el área geográfica donde se establecerá el proyecto, se tomaron en consideración los siguientes aspectos: vías de acceso asfaltadas, distancia de mercado, disponibilidad de mano de obra, transporte, energía eléctrica, entre otros.

La macro-localización se ubicará en el departamento de Suchitepéquez que se encuentra a 167 kms. de la ciudad capital y la micro-localización tendrá como lugar en el municipio de Cuyotenango en el casco urbano, en donde se encontrarán ubicadas las instalaciones, ya que presentan las condiciones adecuadas para la producción de champú de chocolate.

3.5.2 Tamaño

El proyecto comprende la producción anual de 787,770 envases sin merma de 30 ml de champú de chocolate a un precio de venta de Q.2.50

3.5.3 Volumen y valor de la producción

A continuación se presenta el cuadro de volumen y valor para producir champú de chocolate durante la vida útil del proyecto el cual. tendrá una duración de cinco años y se pretende obtener un ingreso total de Q.1,949,725.00 durante su vida útil.

Cuadro 15
Municipio de Cuyotenango, departamento de Suchitepéquez
Proyecto: Producción de Champú de Chocolate
Volumen y Valor de la Producción
Años: 1 - 5

Año	Producción en unidades de 30 ml	Merma 1%	Volumen de producción neta	Precio de venta Q.	Valor Q.
1	157,554	1,576	155,978	2.50	389,945
2	157,554	1,576	155,978	2.50	389,945
3	157,554	1,576	155,978	2.50	389,945
4	157,554	1,576	155,978	2.50	389,945
5	157,554	1,576	155,978	2.50	389,945
Total	787,770	7,880	779,890		1,949,725

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

La merma contemplada del uno por ciento corresponde a pérdidas por rebalse o residuos, por lo que se obtendrá un lote total de 155,978 unidades al año, las que se pretenden vender a un precio de Q. 2.50 la unidad.

3.5.4 Flujograma del proceso productivo

Está conformado por una serie de pasos a seguir para la elaboración del producto, desde la preparación de la mezcla hasta el embalaje

Se pretende que cada una de las actividades que se llevarán a cabo cuente con supervisión constante, ya que de esa manera se podrá controlar el progreso de cada colaborador involucrado en el proceso.

A continuación, la gráfica muestra el flujograma que describe las actividades determinadas.

Gráfica 3
Municipio de Cuyotenango, departamento de Suchitepéquez
Proyecto: Producción de Champú de Chocolate
Flujograma del Proceso Productivo
Año: 2015

Flujograma	Actividades
Inicio	Inicio del proceso.
Limpieza del lugar y separación de los ingredientes	Se procede a limpiar el área y los utensilios necesarios que servirán para la producción y elaboración del champú de chocolate. Se continúa con el pesado por separado de los ingredientes.
Mezclar los ingredientes	Agregar al agua desmineralizada la mitad de la medida de cloruro de sodio, la base para champú, betaína, ácido cítrico, edta, sálica mm, hasta disolver con chocolate, dietanolamida de coco espeso colorante y fragancia.
Obtener la consistencia y calificar mezcla	Ajustar la consistencia deseada, agregando lentamente la mitad de cloruro de sodio que quedó pendiente y calificar la mezcla con el objeto de garantizar el producto.
Envasar	Llenado de envases plásticos con la mezcla de champú de chocolate en envases plásticos de 30 ml.
Etiquetado	El etiquetado del producto se realizará de forma manual por el cual es de suma importancia colocarlos de la manera precisa.
Control de calidad y embalaje	Se realiza la supervisión del producto, tomando una muestra aleatoria por lote de tres envases verificando que tanto la cantidad, como la calidad de la consistencia de cada envase sea la correcta, para luego embalar el producto en cajas de cartón de doce unidades cada una para su distribución.
Traslado a bodega	Traslado del producto a bodega caja por caja por el personal.
Fin	Fin del proceso productivo.

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

La información presentada anteriormente, muestra el orden de ejecución y el proceso que se debe llevar a cabo para la elaboración del champú de chocolate. Así como el método que se desea establecer en cada una de las fases descritas y poder garantizar la calidad del producto final.

3.5.5 Requerimientos técnicos

Para llevar a cabo el proyecto de producción de champú de chocolate, es necesario contar con los recursos necesarios que se describen a continuación, los cuales están calculados y presupuestados para cubrir un año de operaciones.

Cuadro 16
Municipio de Cuyotenango, departamento de Suchitepéquez
Proyecto: Producción de Champú de Chocolate
Requerimientos Técnicos
Año: 1

Descripción	Unidad de medida	Cantidad
Materia prima		
Base para champú	Litro	52
Dietanolamida de coco	Litro	6
Betaina	Litro	10
Ácido cítrico	Libra	0.48
Edta	Libra	0.48
Fragancia	Litro	0.48
Cloruro de sodio	Libra	17
Colorante	Libra	1
Salicat MM	Litro	0.48
Chocolate	Libra	17
Agua desmineralizada	Litro	412
Mano de obra		
Separar los ingredientes	Jornal	4
Mezclar los ingredientes	Jornal	5
Obtener la consistencia y calificar mezcla	Jornal	5
Envasar	Jornal	6
Control de calidad y embalaje	Jornal	2
Traslado a bodega	Jornal	2
Bonificación incentivo		25

Continúa en la página siguiente

Viene de la página anterior

Descripción	Unidad de medida	Cantidad
Materia prima		
Séptimo día		-
Costos indirectos variables		
Etiquetas adhesivas	Unidad	13,130
Envases 30ml	Unidad	13,130
Cajas de cartón	Unidad	1,094
Tangible		
Equipo de producción		
Tonel	Unidad	4
Embudo	Unidad	6
Paletas	Unidad	12
Licuada	Unidad	3
Tazas	Unidad	8
Cubeta plástica	Unidad	6
Mesas y sillas	Unidad	6
Troquet	Unidad	2
Vehículos		
Pick Up	Unidad	1
Instalaciones		
Alquiler de local	Mensual	1
Costos fijos de producción		
Sueldo encargado de producción	Mensual	1
Gastos de administración		
Agua, luz y teléfono	Mensual	1

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

Los requerimientos de inversión son parte del proceso de producción, que incluye todas las erogaciones que se efectuarán en activos fijos tangibles e intangibles durante el desarrollo del proyecto

- Mano de obra

Estará constituida por un administrador/contador, un encargado del departamento de producción y un ejecutivo de ventas, los cuales estarán a cargo de velar por cada uno de los procesos que les correspondan.

- Recursos financieros

Conformado por aporte de doce integrantes de la asociación, donde se invierte cada uno Q. 5,936.83 y un préstamo de Q. 64,872.00, el cual se solicitará al Banco G&T Continental, S.A. a una tasa de interés del 18% anual fiduciario.

3.6 Estudio administrativo legal

Este estudio permitirá identificar los elementos administrativos y legales a considerar para llevar a cabo el proyecto. Consistirá en determinar la organización que la empresa debe considerar para su establecimiento y buen funcionamiento.

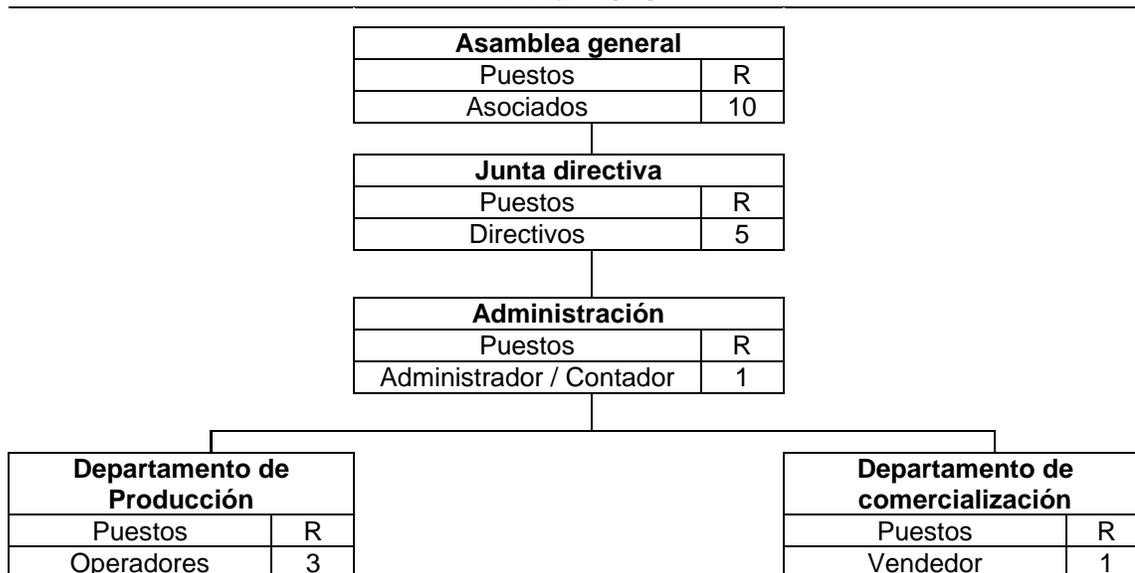
3.6.1 Organización propuesta

Se desea crear una asociación civil, conformada, administrada y dirigida por miembros de la comunidad e integrada por 12 asociados.

Dicha organización funcionará bajo la denominación de “Asociación de productores de champú de chocolate de Cuyotenango”, que abreviado se conocerá en el municipio con el nombre de – ASOPROCH –.

A continuación se presenta el organigrama nominal propuesto para la Asociación en mención.

Gráfica 4
Municipio de Cuyotenango, departamento de Suchitepéquez
Proyecto: Producción de Champú de Chocolate
Organigrama Nominal
Asociación de Productores “ASOPROCH”
Año: 2015



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

El organigrama anterior es la representación gráfica de la estructura propuesta para la Asociación “ASOPROCH”, en la cual se muestran las relaciones existentes entre los diferentes puestos y cargos. Esto ayudará a que no haya duplicidad de actividades tanto administrativa como operativamente y también concretar la cantidad de personas que conformarán el proyecto.

3.6.2 Base legal

Las leyes y normas que regularán el funcionamiento y organización, se citan a continuación:

- Normas internas
 - Acta de constitución.
 - Políticas de la organización.
 - Manual de normas y procedimientos.
 - Requisitos de las convocatorias a Asamblea General.

- Normas externas
 - Constitución Política de la República de Guatemala, Artículo 34, 43 y 130.
 - Acuerdo Gubernativo 512-98, inscripción de asociaciones civiles.
 - Código Civil, Artículos 15, 16, 18 y 19.
 - Decreto Número 12-2002 del Congreso de la República de Guatemala, Código Municipal.
 - Decreto Número 1441 del Congreso de la República de Guatemala, Código de Trabajo.
 - Decreto Número 27-92 del Congreso de la República de Guatemala, Ley del Impuesto al Valor Agregado.
 - Ley de Actualización Tributaria, Libro I, Impuesto Sobre la Renta, Decreto Número 10-2012.

3.7 Estudio financiero

Proceso que establece la inversión inicial del proyecto, las fuentes de su financiamiento, los estados financieros proyectados y la evaluación financiera.

3.7.1 Inversión fija

Está formada por todos los activos tangibles e intangibles indispensables para el inicio de operaciones de carácter permanente del proyecto, esta etapa comprende la fase productiva durante los primeros años de vida del proyecto.

A continuación, se presenta el cuadro donde se detalla la inversión fija.

Cuadro 17
Municipio de Cuyotenango, departamento de Suchitepéquez
Proyecto: Producción de Champú de Chocolate
Inversión Fija
Año: 1

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Precio unitario Q.	Total Q.
Tangible				112,970
Equipo de producción				12,550
Tonel	Unidad	4	500	2,000
Embudo	Unidad	6	35	210
Paletas	Unidad	12	20	240
Licuadora	Unidad	3	1,500	4,500
Tazas	Unidad	8	25	200
Cubeta plástica	Unidad	6	50	300
Mesas y sillas	Unidad	3	700	2,100
Troquet	Unidad	2	1,500	3,000
Vehículos				75,000
Pick up	Unidad	1	75,000	75,000
Mobiliario y equipo				10,820
Escritorios	Unidad	3	660	1,980
Silla secretarial	Unidad	3	350	1,050
Archivo de metal pequeño	Unidad	2	700	1,400
Estantería	Unidad	6	1,000	6,000
Sumadoras	Unidad	2	120	240
Teléfono	Unidad	1	150	150
Equipo de computación				14,600
Computadora	Unidad	2	5,500	10,100
UPS	Unidad	2	1,000	2,000
Impresora	Unidad	1	2,500	2,500
Gastos de organización				7,000
Constitución e inscripción		1	5,000	5,000
Autorización de libros contables		1	1,400	1,400
Licencia sanitaria		1	600	600
Total de la inversión fija				112,970

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

Para llevar a cabo el proyecto se necesita de una inversión fija de Q. 112,970, de la cual constituye la mayor parte de los recursos financieros necesarios para cubrir los gastos generados en la fase operativa del proyecto, se considera el mayor

gasto en vehículos ya que es pieza fundamental para lograr cubrir con mayor eficiencia la demanda en los tres municipios.

3.7.2 Capital de trabajo y total

El capital de trabajo, es muy importante para poner en marcha el proyecto, el cual consiste en la adquisición de insumos, mano de obra, costos indirectos variables, gastos fijos y de venta.

A continuación, se detallan todos los requerimientos que integran la inversión en capital de trabajo, y la sumatoria de inversión fija que da como resultado la inversión total del proyecto.

Cuadro 18
Municipio de Cuyotenango, departamento de Suchitepéquez
Proyecto: Producción de Champú de Chocolate
Inversión en Capital de Trabajo

Año: 1				
Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario Q.	Total Q.
Materia prima				872
Base para champú	Litro	52	2.25	117
Dietanolamida de coco	Litro	6	2.00	12
Betaina	Litro	10	3.00	30
Ácido cítrico	Libra	0.48	1.50	1
Edta	Libra	0.48	2.30	1
Fragancia	Litro	0.48	3.00	1
Cloruro de sodio	Libra	17	3.50	60
Colorante	Libra	1	1.20	1
Salicat MM	Litro	0.48	6.00	3
Chocolate	Libra	17	15.00	255
Agua desmineralizada	Litro	412	0.95	391
Mano de obra				2,437
Separar los ingredientes	Jornal	4	78.72	315
Mezclar los ingredientes	Jornal	5	78.72	394
Obtener la consistencia y calificar mezcla	Jornal	5	78.72	394

Continúa en la página siguiente

Viene de la página anterior

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario Q.	Total Q.
Envasar	Jornal	6	78.72	472
Control de calidad y embalaje	Jornal	2	78.72	157
Traslado a bodega	Jornal	2	78.72	157
Bonificación incentivo		24	8.33	200
Séptimo día		-		348
Costos indirectos variables				5,157
Cuota patronal	%	2237	0.1267	283
Prestaciones laborales	%	2237	0.3055	683
Etiquetas adhesivas	Unidad	13130	0.04	525
Envases 30ml	Unidad	13130	0.25	3,283
Cajas de cartón	Unidad	1094	0.35	383
Costos fijos de producción				4,378
Alquiler de local	Mensual	1	700.00	700
Sueldo encargado de producción	Mensual	1	2,394.00	2,394
Bonificación incentivo	Mensual	1	250.00	250
Cuota patronal	%	2,394	0.1267	303
Prestaciones laborales	%	2,394	0.3055	731
Gastos de administración				2,400
Honorarios administrador / contador	Mensual	1	1,800.00	1,800
Agua, luz y teléfono	Mensual	1	500.00	500
Papelería y útiles	Mensual	1	100.00	100
Total de inversión en capital de trabajo				15,244
Total de inversión fija				120,870
Inversión total				136,114

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

Para llevar a cabo el proyecto se necesita invertir la cantidad de Q. 136,114.00, la inversión fija constituye la mayor parte de los recursos financieros necesarios para cubrir los gastos generados en la fase operativa del proyecto, equivalente a 89% del total de la inversión, mientras que la inversión en capital de trabajo que consiste en el desembolso por adquisición de materia prima, mano de obra y costos indirectos variables, representa el 11% de la inversión total.

El financiamiento se dará por los aportes iniciales de cada uno de los integrantes de la asociación; y a través de un préstamo con garantía fiduciaria a una tasa del 18% anual que se solicitará al Banco G&T Continental, S.A. para poder llevar a cabo la puesta en marcha del proyecto.

3.7.3 Estados financieros

Son informes anuales utilizados con el fin de revelar la situación económica y financiera de una empresa a una fecha determinada. Se integran por el estado de costo de producción, de resultados, de situación financiera y presupuesto de caja.

A continuación, el cuadro muestra los estados financieros por los cinco años de vida útil del proyecto.

Cuadro 19
Municipio de Cuyotenango, departamento de Suchitepéquez
Proyecto: Producción de Champú de Chocolate
Estados Financieros
Del 01 de enero al 31 de diciembre de cada año
(cifras en quetzales)

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Estado de costo directo de producción proyectado					
Materia prima	10,464	10,464	10,464	10,464	10,464
Mano de obra	29,244	29,244	29,244	29,244	29,244
Costos indirectos variables	61,884	61,884	61,884	61,884	61,884
Total costo directo de producción	101,592	101,592	101,592	101,592	101,592
Producción en unidades	157,554	157,554	157,554	157,554	157,554
Costo directo de un envase 30 ml.	0.6448	0.6448	0.6448	0.6448	0.6448
Estado de resultados proyectado					
Ventas	389,945	389,945	389,945	389,945	389,945
(-) Costo directo de producción	101,592	101,592	101,592	101,592	101,592
Contribución a la ganancia	288,353	288,353	288,353	288,353	288,353
Gastos variables de venta	14,400	14,400	14,400	14,400	14,400
Ganancia marginal	273,953	273,953	273,953	273,953	273,953
(-) Costos fijos de producción	55,046	55,046	55,046	55,046	55,046
(-) Gastos de venta	45,344	45,344	45,344	45,366	45,366
(-) Gastos de administración	52,530	52,530	52,530	47,364	47,364
Ganancia en operación	121,041	121,041	121,041	126,207	126,207

Continúa en la página siguiente

Viene de la página anterior

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Estado de costo directo de producción proyectado					
(-) Gastos financieros	11,515				
Ganancia antes del ISR	109,364	121,041	121,041	126,207	126,207
(-) ISR 25%	27,341	30,260	30,260	31,552	31,552
Ganancia neta	82,023	90,781	90,781	94,655	94,655

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

En el estado de costo directo de producción, el cual se integra por tres elementos que son: materia prima, mano de obra y costos indirectos variables, se observa que durante los cinco años proyectados los costos serán constantes con relación a la producción de champú en unidades de 30 ml. y a un costo de Q. 0.6448 cada unidad.

El estado de resultados proyectado a cinco años, refleja que la propuesta de inversión será viable en cuanto a la obtención de utilidades netas, la cual en el segundo y cuarto año se incrementará considerablemente, mientras que en el tercer y quinto año se mantiene constante.

En el primer año se efectuará la compra de todos los activos tangibles e intangibles necesarios para la puesta en marcha del proyecto. Posterior al año uno, los egresos en que se incurrirán son únicamente costos y gastos de producción. El saldo neto de fondos generado al final de cada período, refleja que existe disponibilidad para cubrir ciertos gastos que puedan surgir de forma imprevista durante el desarrollo y funcionamiento de las actividades con relación a la producción del champú de 30 ml.

El activo está integrado por la disponibilidad monetaria y los activos fijos con que cuenta la asociación para llevar a cabo cada una de las actividades correspondientes al proyecto; el rubro de pasivo está representado por las obligaciones a favor de terceros, entre ellos el impuesto determinado por los ingresos anuales, el cual corresponde pagar al fisco según cada período determinado; el patrimonio conformado por las aportaciones de los doce

integrantes de la asociación y las utilidades acumuladas generadas al final de cada ejercicio.

3.7.4 Costos de producción

Son los materiales, la mano de obra y los costos indirectos de fabricación, estos son los componentes que suministran la información necesaria para la medición del ingreso y la fijación del precio del producto.

A continuación, se muestran los costos de producción implícitos en el proyecto.

Cuadro 20
Municipio de Cuyotenango, departamento de Suchitepéquez
Proyecto: Producción de Champú de Chocolate
Estado de Costo Directo de Producción Proyectado
Del 01 de enero al 31 de diciembre de cada año
(cifras en quetzales)

Descripción	Años				
	1	2	3	4	5
Materia prima	10,464	10,464	10,464	10,464	10,464
Base para champú	1,404	1,404	1,404	1,404	1,404
Dietanolamida de coco	144	144	144	144	144
Betaina	360	360	360	360	360
Ácido cítrico	12	12	12	12	12
Edta	12	12	12	12	12
Fragancia	12	12	12	12	12
Cloruro de sodio	720	720	720	720	720
Colorante	12	12	12	12	12
Salicat MM	36	36	36	36	36
Chocolate	3,060	3,060	3,060	3,060	3,060
Agua desmineralizada	4,692	4,692	4,692	4,692	4,692
Mano de obra	29,244	29,244	29,244	29,244	29,244
Separar los ingredientes	3,780	3,780	3,780	3,780	3,780
Mezclar los ingredientes	4,728	4,728	4,728	4,728	4,728
Obtener la consistencia y calificar mezcla	4,728	4,728	4,728	4,728	4,728
Envasar	5,664	5,664	5,664	5,664	5,664
Control de calidad y embalaje	1,884	1,884	1,884	1,884	1,884
Traslado a bodega	1,884	1,884	1,884	1,884	1,884

Continúa en la página siguiente

Viene de la página anterior

Descripción	Años				
	1	2	3	4	5
Bonificación incentivo	2,400	2,400	2,400	2,400	2,400
Séptimo día	4,176	4,176	4,176	4,176	4,176
Costos indirectos variables	61,884	61,884	61,884	61,884	61,884
Cuota patronal	3,396	3,396	3,396	3,396	3,396
Prestaciones laborales	8,196	8,196	8,196	8,196	8,196
Etiquetas adhesivas	6,300	6,300	6,300	6,300	6,300
Envases 30ml	39,396	39,396	39,396	39,396	39,396
Cajas de cartón	4,596	4,596	4,596	4,596	4,596
Total costo directo de producción	101,592	101,592	101,592	101,592	101,592
Producción envase de 30ml	157,554	157,554	157,554	157,554	157,554
Costo directo de un envase 30ml	0.6448	0.6448	0.6448	0.6448	0.6448

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

Para lograr el objetivo de producir con la máxima eficacia económica posible, el nivel de producción y ganancia hay que tomar en consideración que las utilidades totales de una empresa dependen de la relación entre los costos de producción, el ingreso total alcanzado. El nivel óptimo dependerá del uso de los factores de producción dentro de los límites de la capacidad productiva de la empresa. En el cuadro anterior se puede observar que unos de los costos de producción más representativo son los costos indirectos variables que representan el 60% de costos de producción.

3.7.5 Estado de resultados

A continuación el cuadro muestra los ingresos por concepto de ventas, los costos y gastos en que se incurrió y la utilidad generada como resultado de las operaciones del proyecto durante su vida útil:

Cuadro 21
Municipio de Cuyotenango, departamento de Suchitepéquez
Proyecto: Producción de Champú de Chocolate
Estado de Resultados Proyectado
Del 01 de enero al 31 de diciembre de cada año
(cifras en quetzales)

Descripción	Años				
	1	2	3	4	5
Ventas	389,945	389,945	389,945	389,945	389,945
(-) Costo directo de producción	101,592	101,592	101,592	101,592	101,592
Contribución a la ganancia	288,353	288,353	288,353	288,353	288,353
Gastos variables de venta	14,400	14,400	14,400	14,400	14,400
Combustible	14,400	14,400	14,400	14,400	14,400
Ganancia marginal	273,953	273,953	273,953	273,953	273,953
(-) Costos fijos de producción	55,046	55,046	55,046	55,046	55,046
Alquiler de local	8,400	8,400	8,400	8,400	8,400
Sueldo encargado de producción	28,728	28,728	28,728	28,728	28,728
Bonificación incentivo	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
Cuota patronal	3,636	3,636	3,636	3,636	3,636
Prestaciones laborales	8,772	8,772	8,772	8,772	8,772
Depreciación equipo de producción	2,510	2,510	2,510	2,510	2,510
(-) Gastos de venta	45,336	45,336	45,336	45,336	45,336
Sueldo de vendedor	28,728	28,728	28,728	28,728	28,728
Bonificación incentivo	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
Cuota patronal	3,636	3,636	3,636	3,636	3,636
Prestaciones laborales	8,772	8,772	8,772	8,772	8,772
Publicidad	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200
(-) Gastos de administración	52,530	52,530	52,530	47,364	47,364
Honorarios administrador / contador	21,600	21,600	21,600	21,600	21,600
Agua, luz y teléfono	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000
Papelería y útiles	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200
Depreciación vehículos	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000
Depreciación Mobiliario y equipo	2,164	2,164	2,164	2,164	2,164
Depreciación Equipo de computación	5,166	5,166	5,166	0	0
Amortización Gastos de organización	1,400	1,400	1,400	1,400	1,400
Ganancia en operación	121,041	121,041	121,041	126,207	126,207
(-) Gastos financieros	11,677	-	-	-	-
Intereses sobre préstamo	11,677	-	-	-	-
Ganancia antes del ISR	109,364	121,041	121,041	126,207	126,207
(-) ISR 25%	27,341	30,260	30,260	31,552	31,552
Utilidad neta	82,023	90,781	90,781	94,655	94,655

Fuente: investigación de campo Grupo EPS, segundo semestre 2015

El estado de resultados proyectado a cinco años, refleja que la propuesta de inversión será viable en cuanto a la obtención de utilidades netas, la cual año con año se incrementará no significativamente.

3.7.6 Evaluación financiera

El objetivo es medir el impacto económico del proyecto donde se evaluará el efecto que tiene el tiempo en el dinero invertido, y se debe a la pérdida de valor adquisitivo que sufre durante cada año, mide los resultados del proyecto o determina su rentabilidad.

Porcentaje de ganancia marginal

$$\% \text{ G.M.} = \frac{\text{Ganancia marginal}}{\text{Ventas}} = \frac{267,137}{389,945} = \mathbf{0.685063}$$

Punto de equilibrio en valores:

$$\text{P.E.V.} = \frac{\text{Gastos fijos}}{\% \text{ de ganancia marginal}} = \frac{167,191}{0.685063} = \mathbf{Q \ 244,052}$$

Punto de equilibrio en unidades:

$$\text{P.E.U.} = \frac{\text{Punto de equilibrio en valores}}{\text{Precio de venta}} = \frac{244,052}{2.50} = \mathbf{97,621}$$

Punto de equilibrio en valores:

$$\text{P.E.V.} = \frac{\text{Gastos fijos}}{\% \text{ de ganancia marginal}} = \frac{167,191}{0.685063} = \mathbf{Q. \ 244,052}$$

El punto de equilibrio en valores representa el monto que debe de venderse para cubrir los gastos fijos del proyecto. El punto de equilibrio en unidades refleja que para no ganar ni perder en el primer año productivo, se debe vender 97,621 unidades de 30 ml. de champú a un precio de venta de Q. 2.50 cada unidad.

- Herramientas complejas

A continuación, el siguiente cuadro muestra los resultados que corresponden al flujo neto de fondos –FNF-, valor actual neto –VAN-, relación beneficio costo –RBC-, tasa interna de retorno –TIR- y el período de recuperación de la inversión –PRI-; los cuales en su conjunto integran las herramientas complejas por los cinco años de vida útil del proyecto.

Cuadro 22
Municipio de Cuyotenango, departamento de Suchitepéquez
Proyecto: Producción de Champú de Chocolate
Evaluación Financiera Projectada
(cifras en quetzales)

Descripción	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
<u>Flujo neto de Fondos -FNF-</u>							
Ingresos		389,945	389,945	389,945	389,945	389,945	
Egresos		288,746	279,911	279,911	281,203	281,203	
Total		101,199	110,034	110,034	108,742	108,742	
<u>Valor actual neto -VAN-</u>							
Flujo neto de fondos	(136,682)	101,199	110,034	110,034	108,742	108,742	
Factor de actualización 20%	1.00000	0.83333	0.69444	0.57870	0.48225	0.40188	
Valor actual neto -VAN-	(136,682)	84,332	76,412	63,677	52,441	43,701	183,881
<u>Relación Beneficio Costo -RBC-</u>							
Ingresos actualizados		324,953	270,793	225,661	188,051	156,711	,166,169
Egresos actualizados	136,682	240,621	194,381	161,984	135,610	113,010	982,288
Ingresos/egresos							1.19
<u>Tasa interna de retorno -TIR-</u>							
Flujo neto de fondos	(136,682)	101,199	110,034	110,034	108,742	108,742	
Factor de actualización	1.00000	.560987	.314706	.176546	.099040	.055560	
TIR 72.3777%	(136,682)	58,708	37,031	21,482	12,316	7,145	(0)

Continúa en la página siguiente

Viene de la página anterior

Descripción	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
<u>Período de recuperación de la inversión -PRI-</u>							
Valor actual neto – VAN-	136,682	84,332	76,412	63,677	52,441	43,701	
Valor actual neto acumulado		84,332	160,744	224,421	276,862	320,563	
<u>Período de recuperación de la Inversión: Un año 8 meses y 6 días</u>							

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

Se establece un flujo neto de fondos -FNF- positivo en el desarrollo del proyecto luego de aplicar el 20% TREMA, año con año la vida útil del proyecto se considera favorable financieramente.

Al finalizar el proyecto el valor actual neto es positivo; lo que significa que el proyecto se considera aceptable y se obtiene una ganancia de 0.21 centavos por cada quetzal invertido.

El proyecto genera una tasa interna de retorno la cual se considera aceptable, ya que permite establecer que se genera rentabilidad debido a que el resultado es mayor a la TREMA. Se obtiene un período de recuperación de un año, seis meses y 23 días, por lo que el desarrollo del proyecto se considera favorable.

3.8 Impacto social

La ejecución del proyecto en el municipio de Cuyotenango, departamento de Suchitepéquez, repercute de forma positiva en el desarrollo socioeconómico de la comunidad y coadyuva a mejorar la calidad de vida de los involucrados en el proyecto a través de la creación de tres fuentes de empleo, así como una alternativa de ingreso para los 10 representantes que conformen la Asociación propuesta.

CAPÍTULO IV COMERCIALIZACIÓN PROYECTO: PRODUCCIÓN DE CHAMPÚ DE CHOCOLATE

La comercialización es un conjunto de actividades que se desarrollan con el objetivo de facilitar la venta de un producto o servicio, es decir, los procedimientos para introducirlos eficazmente en el sistema de distribución y satisfacer la necesidad de los clientes donde se obtiene un medio para llegar al consumidor final en el momento y lugar oportuno.

4.1 COMERCIALIZACIÓN PROPUESTA

El análisis de este producto se elaboró con base al sistema comercial que ha de partir del estudio de los distintos elementos que lo componen. Deben conocerse quienes son sus protagonistas, qué características les definen, como se clasifican y qué comportamientos llevan a cabo en el desarrollo de la relación de intercambio.

4.2 MEZCLA DE MERCADOTECNIA

Es el conjunto de actividades que desarrolla la empresa y que están enfocadas a satisfacer a los clientes, para lograr los objetivos de la organización. Los esfuerzos empleados deben enfocarse a satisfacer las necesidades de los clientes, las personas que trabajan en la empresa, los accionistas y la sociedad.

La comercialización del proyecto de champú de chocolate, se analizarán desde el punto de vista de la mezcla de mercadotecnia, constituida por las variables: producto, precio, plaza y promoción.

4.2.1 Producto

Es el bien y/o servicio que se ofrece para satisfacer la necesidad del consumidor final. El producto tiene que ser atractivo tanto en forma, tamaño, aroma y color.

Se producirá el champú de chocolate de 30 ml que contiene una composición química adecuada para el cuidado del cabello. Se consideraron gustos, preferencias y precios, así como también tamaño, olor y textura que demanda el cliente objetivo.

El producto tiene una vida útil de 12 meses aproximadamente, de acuerdo al manejo y forma de almacenamiento.

4.2.1.1 Descripción del producto

Para describir el producto objeto de estudio (Champú de Chocolate), es necesario exponer la principal materia prima que se necesita en la producción, es el fruto de Cacao del cual se produce chocolate.

El champú limpia el sebo del cabello. El sebo es un aceite segregado por las glándulas sebáceas, que a su vez es expulsado al exterior mediante los folículos pilosos (invaginaciones en la dermis). El sebo es fácilmente absorbido por los cabellos donde se forma una capa protectora. El sebo protege de daños externos la estructura proteínica del cabello, pero tiene un coste asociado: el sebo tiende a atrapar la suciedad, las escamas del cuero cabelludo (caspa) y los productos que se suelen añadir al cabello (perfumes, gomina, geles, etc). Los surfactantes del champú separan el sebo de los cabellos y se arrastra la suciedad con él.

El chocolate ha sido uno de los productos que ha revolucionado la cosmética en los últimos años gracias a sus múltiples propiedades, se ha descubierto que es muy beneficiosa para nutrir el cabello, especialmente para los secos y dañados, el cacao aportará un aspecto saludable y aterciopelado.

4.2.1.2 Características calidad y uso del producto

El champú de chocolate tiene como principales características, el color, olor y consistencia, el tratamiento natural hace que los compuestos actúen sobre la raíz

del cabello y tenga un efecto sedoso y brillante, el resultado de esto es por los ingredientes de primera calidad utilizados para la fabricación como el chocolate natural producido en el Municipio y otros compuestos.

El uso que se le da a este producto es básicamente para aseo personal, puede ser utilizado por hombres, mujeres y niños mayores de 3 años.

4.2.1.3 Nombre de la marca

El nombre comercial del producto de champú será "CHOCOLA - T", y el slogan a utilizar es "Porque tu cabello lo merece" el cual describe dentro del mismo el principal uso y atributos del producto.

Las cajas donde se distribuirá el producto será de 12 unidades y en forma de rectángulo que estarán identificadas por una etiqueta la cual estará adherida en la parte de mayor tamaño que es la lateral, para especificar el slogan y el nombre comercial del producto, e indicaciones de uso.

A continuación, se presenta el logotipo que se utilizará para identificar el producto.

Figura 1
Municipio de Cuyotenango, Departamento de Suchitepéquez
Proyecto: Producción de Champú de Chocolate
Logotipo
Año: 2015



El logotipo recuerda elementos que representan cultura organizacional, simple de entender para el mercado meta, donde a primera vista resalta el ingrediente principal del producto y el tipo de producto que es champú.

4.2.1.4 Empaque

Se utilizará un frasco de polipropileno transparente con capacidad de 30 ml, con rosca para preservar el producto en óptimas condiciones, esto permite un uso fácil y práctico.

La siguiente figura muestra el empaque y presentación del producto al consumidor final.

Figura 2
Municipio de Cuyotenango, Departamento de Suchitepéquez
Proyecto: Producción de Champú de Chocolate
Empaque y Presentación
Año: 2015



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

El frasco a utilizar llevará adherida una etiqueta donde identifique el logotipo, marca, ingredientes y la cantidad de producto.

Cada frasco de 30 ml de Champú estará identificado, a continuación se presenta la etiqueta a utilizar.

Figura 3
Municipio de Cuyotenango, Departamento de Suchitepéquez
Proyecto: Producción de Champú de Chocolate
Etiqueta
Año: 2015



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

La etiqueta es una parte importante del producto que puede estar visible en el empaque y/o adherida al producto mismo y cuya finalidad es la de brindarle al cliente útil información que le permita en primer lugar, identificar el producto mediante su nombre, marca y diseño.

4.2.1.5 Embalaje

El embalaje del producto será en cajas de cartón con capacidad de 12 unidades, cada frasco de champú ira colocado de manera que el producto llegue al consumidor final en óptimas condiciones.

4.2.2 Precio

Es el valor en dinero que se da a cambio de un producto; este se determina por los precios predominantes en el mercado y los costos implícitos de la producción, la calidad del producto, la cantidad demandada y la cantidad ofertada.

La producción de Champú de Chocolate que se espera será vendida por el productor al minorista a un precio de Q2.50 la unidad y la caja de 12 unidades

tendrá un valor de Q30.00 y el precio sugerido para el consumidor final será de Q3.00 la unidad. Este precio pretende mantener un equilibrio entre oferta-demanda existente en el mercado. Se utiliza una estrategia de igualar el precio real de la competencia con el propósito de posicionarlo en el mercado.

4.2.3 Plaza

El producto será destinado al consumo de la población de los municipios de San Felipe Retalhuleu, San Antonio y Cuyotenango Suchitepéquez, y se expenderá en las diferentes tiendas de barrio de los municipios en mención, así como a visitantes que quieran adquirir champú de chocolate elaborados en Cuyotenango.

La entrega de pedidos se realizará por medio de la venta personal en el municipio de Cuyotenango a través de un vehículo lo que permitirá la rápida movilización y entrega a los intermediarios minoristas, para la entrega de pedidos en los municipios de San Felipe Retalhuleu, San Antonio Suchitepéquez, los intermediarios cubrirán los costos de transporte en un 100%, esto con el objetivo de mantener un margen de ganancia óptimo, por consiguiente generar un mayor ingreso por ventas, la distribución a los Municipios será a través del servicio de transporte público que circula entre cada Municipio.

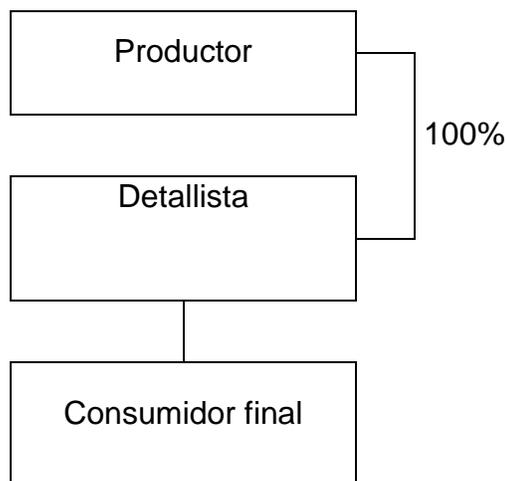
4.2.3.1 Canal de comercialización

Se proyecta la implementación de un canal de comercialización, en los cuales intervienen el productor, minoristas.

En el proceso de comercialización participa un intermediario minorista para trasladar el producto al consumidor final.

El canal de distribución de la producción de Champú de chocolate se muestra en la siguiente gráfica:

Gráfica 5
Municipio de Cuyotenango, Departamento de Suchitepéquez
Proyecto: Producción de Champú de Chocolate
Canal de Comercialización
Año: 2015



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

Según lo establecido en el canal de comercialización para el champú de chocolate los participantes son los siguientes:

Productor: La asociación ASOPROCH se encargará del proceso de producción, control de calidad, empaque y comercialización del producto, para lo cual deben informar al detallista de las cualidades que posee, difundir ventajas de su implementación

Detallista: Éstas personas tendrán acceso al productor con quienes negociarán lo relacionado a volúmenes y precios, los volúmenes que manejarán serán bajos, ellos serán quien tengan relación directa con el consumidor final, lo conformarán las tiendas de barrio de los diferentes municipios en el cual será comercializado.

Consumidor final: Último miembro del canal de comercialización integrado por la población de los distintos municipios en el cual será comercializado el champú de chocolate.

Se recomienda éste canal debido a que, con la participación del productor y el detallista, se optimizará costos de distribución a los Municipios establecidos como mercado meta, para lograr una rentabilidad que ayude al desarrollo de los asociados.

4.2.3.2 Márgenes de comercialización

Presenta la forma en que se comporta el precio del producto o la diferencia que existe entre el precio que paga el consumidor final por un producto y el recibido por el productor.

Respecto a cada caja vendida al consumidor final el minorista obtendrá una ganancia neta de Q5.64 con un rendimiento del 26% el cual se considera favorable para su inversión para el Municipio de Cuyotenango, para los dos restantes por cada caja vendida al consumidor final el minorista obtendrá una ganancia neta de Q5.40.

A continuación, se presenta el cuadro con los márgenes de comercialización del proyecto de Champú de chocolate para los minoristas ubicados en los municipios de Cuyotenango, San Antonio Suchitepéquez y San Felipe Retalhuleu detallados individualmente para observar la participación y rendimiento de la inversión.

Cuadro 23
Municipio de Cuyotenango, Departamento de Suchitepéquez
Proyecto: Producción de Champú de Chocolate
Márgenes de Comercialización de Cuyotenango
Año: 2015

Participante	Precio Venta unidad Q.	Margen Bruto Q.	Costo de Mercadeo Q.	Margen Neto Q.	Rendimiento %	Participación %
Municipio de Cuyotenango						
Productor	2.50					77
Detallista	3.00	0.5	.03	0.47	26	23
Alquiler local			.03			
Consumidor Final						
Total		0.5	.03	0.47		100
Municipio de San Antonio Suchitepéquez.						
Productor	2.50					77
Detallista	3.00	0.5	.06	0.44	24	23
Costo de transporte			.03			
Alquiler local			.03			
Consumidor Final						
Total		0.5	.03	0.44		100
Municipio de San Felipe Retalhuleu						
Productor	2.50					77
Detallista	3.00	0.5	.06	0.44	24	23
Costo de transporte			.03			
Alquiler local			.03			
Consumidor Final						
Total		0.5	.03	0.44		100

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

Con base en los datos que se presentan en el cuadro anterior, se determinó que en la comercialización del proyecto de champú de chocolate dentro del municipio de Cuyotenango, por cada quetzal que el consumidor final pague 77% corresponde a la participación del productor y 23% restante lo cubrirá el minorista,

esto se deberá a que el productor es quien financiará los gastos de producción y transporte, el detallista únicamente cubrirá el gasto de alquiler de local.

En los municipios de San Felipe Retalhuleu y San Antonio Suchitepéquez, se determinó que por cada quetzal que el consumidor final pague, el productor obtendrá una participación del 77% y 23% restante lo cubrirá el minorista; esto se debe a que el productor es quien financiara los gastos de producción, pero el detallista cubrirá el costo del transporte y alquiler de local.

4.2.4 Promoción

Se identificará el lugar de producción a través de la colocación de un rótulo con el nombre comercial “Chocola – T”- y el slogan a utilizar, el cual encierra dentro del mismo el uso principal y atributos del producto. Se colocarán afiches en los diferentes comercios en los cuales se distribuye el producto con el objetivo de darles a conocer el proyecto.

A continuación, se observa el afiche que utilizará cada detallista para promocionar el producto.

Figura 4
Municipio de Cuyotenango, Departamento de Suchitepéquez
Proyecto: Producción de Champú de Chocolate
Afiche
Año: 2015



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

Como se puede observar en el diseño del afiche, resalta los ingredientes a utilizar en el producto, en conjunto con el logotipo y el empaque que se utilizará, donde este diseño es atractivo y resalta de la competencia.

CONCLUSIONES

Derivado del estudio socioeconómico efectuado en el municipio de Cuyotenango del departamento de Suchitepéquez durante el mes de Octubre a Noviembre del año 2015, se presentan las siguientes conclusiones:

1. Se constató que el uso incorrecto de los recursos naturales como la tala inmoderada de los bosques es uno de los mayores problemas que afecta al Municipio. La falta y condiciones de una vivienda adecuada en las aldeas, fincas y caseríos, han llevado a los habitantes a deforestar utilizando dichos recursos para leña y materiales de construcción, sin que la Municipalidad y -COCODE- se preocupen por detener esta práctica y/o divulgar la necesidad de reforestar.
2. La actividad comercial ha demostrado ser una de las más importantes en la estructura económica y social del Municipio. Dentro de la diversidad de productos, no se les prestan atención para que puedan ser aprovechables para su comercialización, los cuales poseen una aceptación en el mercado local e internacional como la materia prima de chocolate, papaya, etc. esto se debe a la falta de capacitación técnica y desconocimiento de otros mercados, por lo que la diversidad comercial se limita a productos importados. Por ende, la población del Municipio consume más productos importados que elaborados localmente.
3. El acceso limitado a los servicios básicos como salud, educación, vivienda, las insuficientes fuentes de empleo, bajos niveles de ingresos, falta de diversificación de cultivos, repercuten en el crecimiento de la marginación, exclusión social y vulnerabilidad de los sectores con más limitaciones económicas.
4. El proceso productivo de la actividad de pequeño artesano utiliza mano de

obra no calificada y no posee financiamiento externo. En la etapa de comercialización existen deficiencias técnicas y estratégicas que dificulta la obtención óptima de utilidad y no existe organización en las unidades productivas.

5. Los centros poblados, en especial dentro del área rural, requieren de inversiones sociales y productivas, con énfasis en apoyo referente a capacitación y tecnología, que ayuden al mejoramiento de las condiciones actuales de las comunidades.

6. Actualmente no existe productor directo de Champú de Chocolate en el Municipio, por lo que tanto los intermediarios como consumidores finales se proveen de productores externos.

RECOMENDACIONES

De acuerdo a las conclusiones descritas se presentan las siguientes recomendaciones:

1. Que los presidentes de -COCODE- de cada centro poblado juntamente con la Municipalidad se organicen y soliciten al Instituto Nacional de Bosques -INAB- y al Consejo Nacional de Áreas Protegidas -CONAP- programas de reforestación para el Municipio, para que estos proporcionen los recursos necesarios y las capacitaciones de concientización dirigidas a la población, con el fin de erradicar las malas prácticas.
2. Qué los habitantes de Cuyotenango en coordinación con los COCODES, se apoyen en los diagnósticos socioeconómicos e identificación de potencialidades productivas y evaluación de proyectos, realizados por los practicantes del Ejercicio Profesional Supervisado, de la Universidad de San Carlos de Guatemala en las comunidades del Municipio, para que desarrollen proyectos de inversión, que representen rentabilidad y aceptación en los mercados respectivos y permitan la diversificación comercial.
3. Que los integrantes del Concejo Municipal deben generar en el mediano y largo plazo, estrategias y políticas locales, que aseguren a la población el libre acceso a los servicios básicos, así como, diversificar la producción agrícola con énfasis a reducir los índices de pobreza y pobreza extrema para los habitantes de Cuyotenango que son víctimas de la desigualdad de oportunidades.
4. Que los productores de las actividades artesanales, generen tipos de

organización y que a través de éstas se provean de controles contables, administrativos, capacitación técnica y asistencia financiera, necesarias para hacer más rentables sus actividades productivas.

5. Que la población por medio de las autoridades municipales, gestionen en conjunto con entidades públicas y privadas de carácter nacional o internacional, como: Secretaría de Planificación y Programación de la Presidencia -SEGEPLAN-, proyectos sostenibles apoyen las propuestas de inversión, tendientes para ayudar a la generación de empleo e ingresos, mediante la productividad de la población del Municipio.
6. Que los pobladores interesados en implementar el proyecto de Champú de Chocolate se integren en una asociación, donde cada uno de los miembros cumpla con lo siguiente: obtención de los requerimientos técnicos, cumplimiento con cada uno de los procesos productivos, aportación de capital, financiamiento, aplicación de la estructura organizacional propuesta, distribución y venta del producto por medio de los canales de comercialización propuestos.

BIBLIOGRAFÍA

Aguilar Catalán, J. A. 2015 Método para la Investigación del Diagnóstico Socioeconómico (Pautas para el desarrollo de las regiones en países que han sido mal administrados) .Guatemala, Renacer, Vásquez Vásquez Industrial Litográfica editorial, 3ra. Edición, Página 43.

Congreso de la República de Guatemala. Decreto Número 12-2002. Código Municipal y su reforma. Artículo 9. Guatemala, 2009. Librería Jurídica. Página 4.

Congreso de la República de Guatemala. Decreto Número 11-2002. Ley de los Consejos de Desarrollo Urbano y Rural. Artículo 1.

Compendio estadístico ambiental de Guatemala –INE-, consultado en línea el 1 de Marzo del 2017.https://www.google.com.gt/?gfe_rd=cr&ei=hyi7WKzsNNSw8w eQk6S4Cw&gws_rd=ssl#q=extensión+de+bosques+latifoliados+coníferas+mangl e+en+cuyotenango.

Consejo Nacional de Áreas Protegidas –CONAP-. Guatemala. Consultado en línea el 01 Oct. 2015. Disponible en: <http://www.conap.gob.gt/index.php/diversidad-biologica/fauna.html>.

Deguate, consultado en línea el 19 de septiembre del 2015. Disponible en: <http://www.deguate.com/municipios/pages/suchitepequez/cuyotenango/historia.php#VgBFVlzlU>.

Dicc.Hegoa.Ehu, consultado en línea el 1 de marzo del 2017. Disponible en: <https://dicc.hegoa.ehu.es/listar/mostrar/172>.

Instituto Geográfico Nacional -IGN-. 2000. Diccionario Geográfico de Guatemala. Guatemala. Tomo No.1.s.n. Página 588.

Meteoblue, consultado en línea el 28 de febrero de 2017. Disponible en: https://www.meteoblue.com/es/tiempo/pronostico/semana/cuyotenango_guatemala_3597750.

Piloña Ortiz, Gabriel Alfredo. 1975. Recursos Económicos de Guatemala y Centroamérica. Segunda edición. Guatemala. s.n. Página 21.

Secretaría General de Planificación – SEGEPLAN – 2009. Modelo de Desarrollo Territorial Cuyotenango. Suchitepéquez. Guatemala. s.n. Página 10.

Unicef, Consultado en línea el 01 de marzo del 2017. Disponible en: https://www.unicef.org/lac/glosario_malnutricion.pdf. Consultado el 01 de marzo de 2017.

ANEXOS

ANEXO 1

MANUAL DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS

ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE CHAMPÚ DE CHOCOLATE

MUNICIPIO DE CUYOTENANGO, SUCHITEPÉQUEZ

ÍNDICE MANUAL DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS

No.		Página
	INTRODUCCIÓN	i
1.	DEFINICIÓN	1
2.	JUSTIFICACIÓN	1
3.	OBJETIVOS DEL MANUAL	1
4.	CAMPO DE APLICACIÓN	2
5.	NORMAS GENERALES	2
6.	SIMBOLOGÍA DEL DIAGRAMA DEL PROCESO	3
	Procedimiento 1	4
	Procedimiento 2	7

INTRODUCCIÓN

El presente instrumento administrativo, denominado Manual de Normas y Procedimientos ha sido elaborado con el objeto de proporcionar a los miembros de la “Asociación de Productores CHOCOLA-T”, del municipio de Cuyotenango, departamento de Suchitepéquez una herramienta técnica que les sirva de guía y orientación en el desempeño de las funciones asignadas, mediante lineamientos ilustrados y descritos, que deberán ejecutar al momento de implementar el proyecto de producción de Champú de Chocolate.

El manual incluye: objetivos, campo de aplicación, así como la secuencia lógica de las actividades a realizar en cada procedimiento y los diagramas de flujo respectivos, cuya finalidad es simplificar, organizar y sistematizar las funciones para su adecuada administración.

1. DEFINICIÓN DE MANUAL DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS

Un manual de normas y procedimientos es un instrumento administrativo de carácter informativo, en el mismo se presenta en forma de secuencia, los pasos para la ejecución de las actividades por realizar de cada unidad administrativa. Su principal objetivo es, limitar su campo de aplicación, facilitar la toma de decisiones y regular las obligaciones de cada puesto de trabajo.

2. JUSTIFICACIÓN

En toda organización es necesario que se cuente con un manual de normas y procedimientos, el cual debe constituirse en un instrumento administrativo que cumpla la función de guiar al personal en el desarrollo de las actividades y funciones de cada puesto.

Ejemplificar los procesos que conlleva las diferentes actividades de las secciones que integran el manual para la asociación, donde posean un documento que permita a los asociados realizar sus tareas e Instituir los procedimientos que indiquen las diferentes responsabilidades de cada integrante de la asociación, quien será directamente el que utilice el manual de normas y procedimientos propuesto.

3. OBJETIVOS DEL MANUAL

- Proporcionar a la “Asociación de Productores CHOCOLA-T”, un instrumento técnico que establezca de manera uniforme lineamientos, que le permitan desarrollarse de una manera organizada y efectiva.
- Que los empleados cuenten con una guía técnica que los oriente hacia la forma de como ejecutar y realizar las atribuciones propias de su puesto de trabajo y en las que participan de manera indirecta.

- Proveer a todo el personal del instrumento técnico básico para aplicarlo a sus labores, para ayudar a establecer condiciones uniformes de comportamiento laboral y entendimiento operativo.
- Facilitar la coordinación y supervisión de los procedimientos de trabajo, para evitar la duplicidad de funciones en el proceso productivo.

4. CAMPO DE APLICACIÓN

El Manual de Normas y Procedimientos será utilizado por los diferentes puestos creados y los procedimientos administrativo y operativo de la “Asociación de Productores CHOCOLA-T”, del municipio de Cuyotenango, departamento de Suchitepéquez.

5. NORMAS GENERALES

El presente documento debe ser conocido y aplicado por el personal de la “Asociación de Productores CHOCOLA-T”, para que conozcan los pasos a seguir en el desarrollo de los diferentes procedimientos.

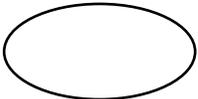
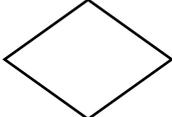
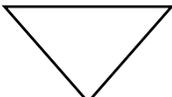
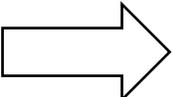
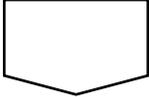
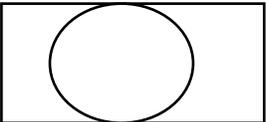
El Manual de Normas y Procedimientos deberá ser revisado y actualizado periódicamente, con el fin de que sea ajustado a las necesidades y requerimientos de la asociación y debe darse a conocer a cada uno de sus integrantes.

Luego de ser actualizado y complementado, el Manual tiene que seguir flexible de manera que pueda adaptarse fácilmente a los cambios que las situaciones demanden.

6. SIMBOLOGÍA DEL DIAGRAMA DEL PROCESO

Para una mejor interpretación y manejo de actividades, se presenta a través de flujogramas, que permiten lograr fluidez y eficiencia administrativa en el desarrollo de las actividades de la organización.

Es necesario definir la simbología utilizada, por lo cual se detalla a continuación:

Símbolo	Significado
	Inicio o final Indica el inicio o fin de un procedimiento
	Operación Se utiliza para realizar una acción
	Documento Corresponde a la utilización de un formulario, libro o folleto
	Decisión Indica si un procedimiento continúa o no
	Archivo Simboliza el archivo de un documento o expediente
	Transporte Se utiliza donde en el proceso interviene otra sección o departamento
	Conector Enlaza actividades y puestos de trabajo en el mismo proceso
	Revisión/operación Indica que ambas acciones se hacen simultáneamente
	Inspección o revisión Para examinar o comprobar algo del trabajo que se ejecuta.



ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE CHAMPÚ "CHOCOLA-T" MUNICIPIO DE CUYOTENANGO, DEPARAMENTO DE SUCHUTEPÉQUEZ	MANUAL DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS	ELABORADO POR: Gustavo Adolfo Ordoñez Gamarro Fecha: Enero 2016	PÁGINA 1/3
PROCEDIMIENTO: Compra de insumos			
Inicia: Operador		Termina: Operador	
<p>DEFINICIÓN DEL PROCEDIMIENTO</p> <p>Consiste en comprar la materia prima que se utiliza durante el desarrollo del proceso de producción de champú de chocolate.</p> <p>OBJETIVOS</p> <ul style="list-style-type: none">• Proveer al personal de insumos necesarios para el desarrollo de las actividades de producción.• Establecer el proceso adecuado para la adquisición de materia prima solicitada. <p>NORMAS</p> <ul style="list-style-type: none">• Comprobar la necesidad de la materia prima solicitada contra la producción planificada.• Que la materia prima solicitada llenen los requerimientos o atributos necesarios.• Que cada compra sea autorizada por la persona responsable.			



ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE CHAMPÚ "CHOCOLA-T" MUNICIPIO DE CUYOTENANGO, DEPARAMENTO DE SUCHUTEPÉQUEZ	MANUAL DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS	ELABORADO POR: Gustavo Adolfo Ordoñez Gamarro Fecha: Enero 2016	PÁGINA 2/3
PROCEDIMIENTO: Compra de insumo			
Inicia: Operador		Termina: Operador	
Responsable	No. pasos	Actividad	
Operador	01	Determinar la necesidad de insumos y que cantidad se debe comprar.	
	02	Cotiza con varios proveedores	
	03	Entrega cotización a administrador	
Administrador/contador	04	Recibe cotización y realiza revisión	
	4.1	Si aprueba cotización, se continúa el proceso, pasa al paso no. 5	
	4.2	Si no aprueba cotización, regresa al paso no. 2	
	05	Autoriza cotización y extiende la forma de pago para los insumos al encargado	
Operador	06	Se traslada a jefe de producción orden autorizada	
	07	Recibe y hace el pedido a proveedor	
	08	Entrega factura y documentación de compra administrador/contador	
	09	Archiva documentación	
	10	Recibe pedido, y firma de recibido	
		11 Almacena los insumos para su entrega posterior	
Fin del proceso			



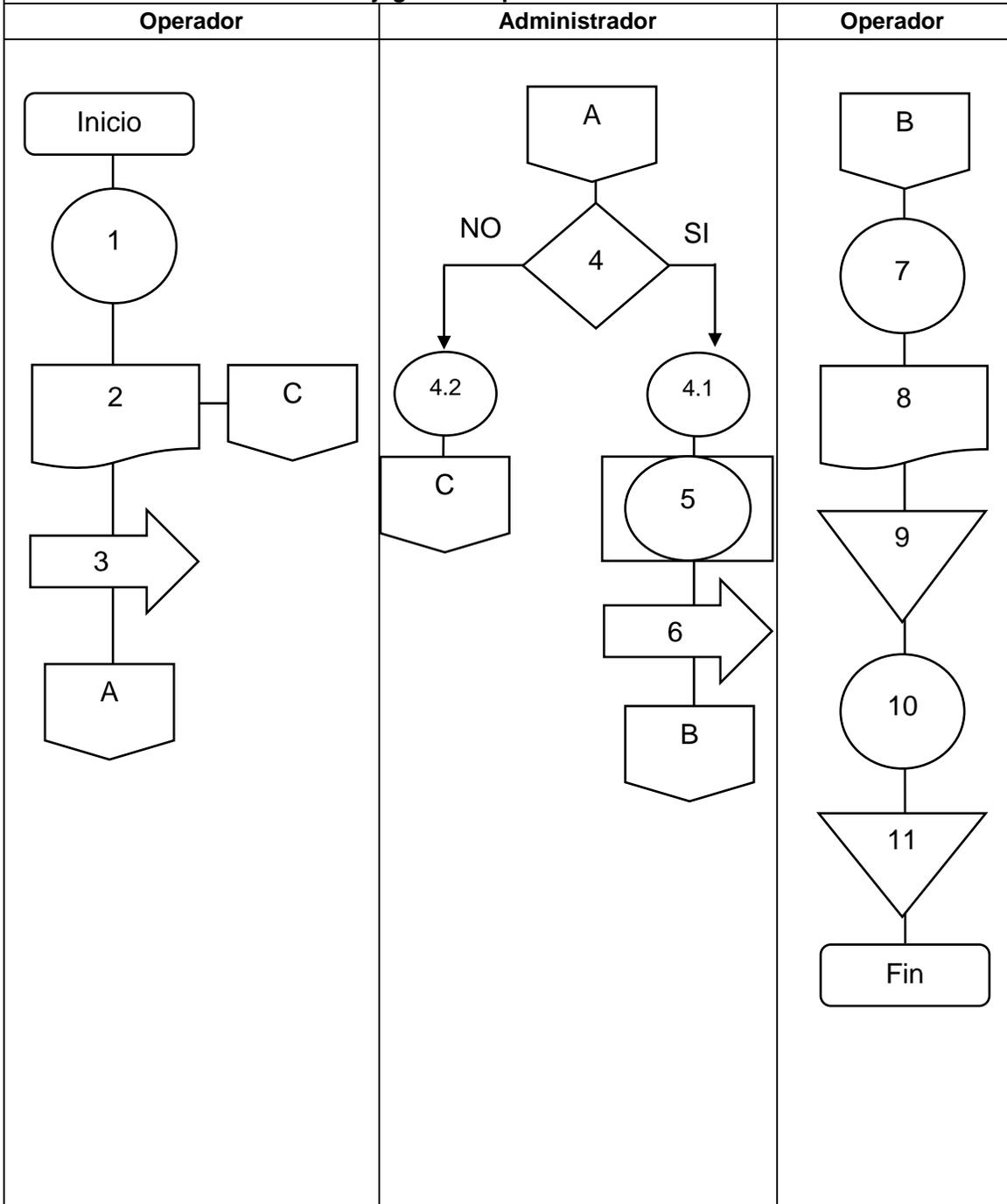
ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE CHAMPÚ "CHOCOLA-T" MUNICIPIO DE CUYOTENANGO, DEPARAMENTO DE SUCHUTEPÉQUEZ	MANUAL DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS	ELABORADO POR: Gustavo Adolfo Ordoñez Gamarro	PÁGINA 3/3
		Fecha: Enero 2016	

PROCEDIMIENTO: Compra de insumo

Inicia: Operador

Termina: Operador

Flujograma de procedimientos

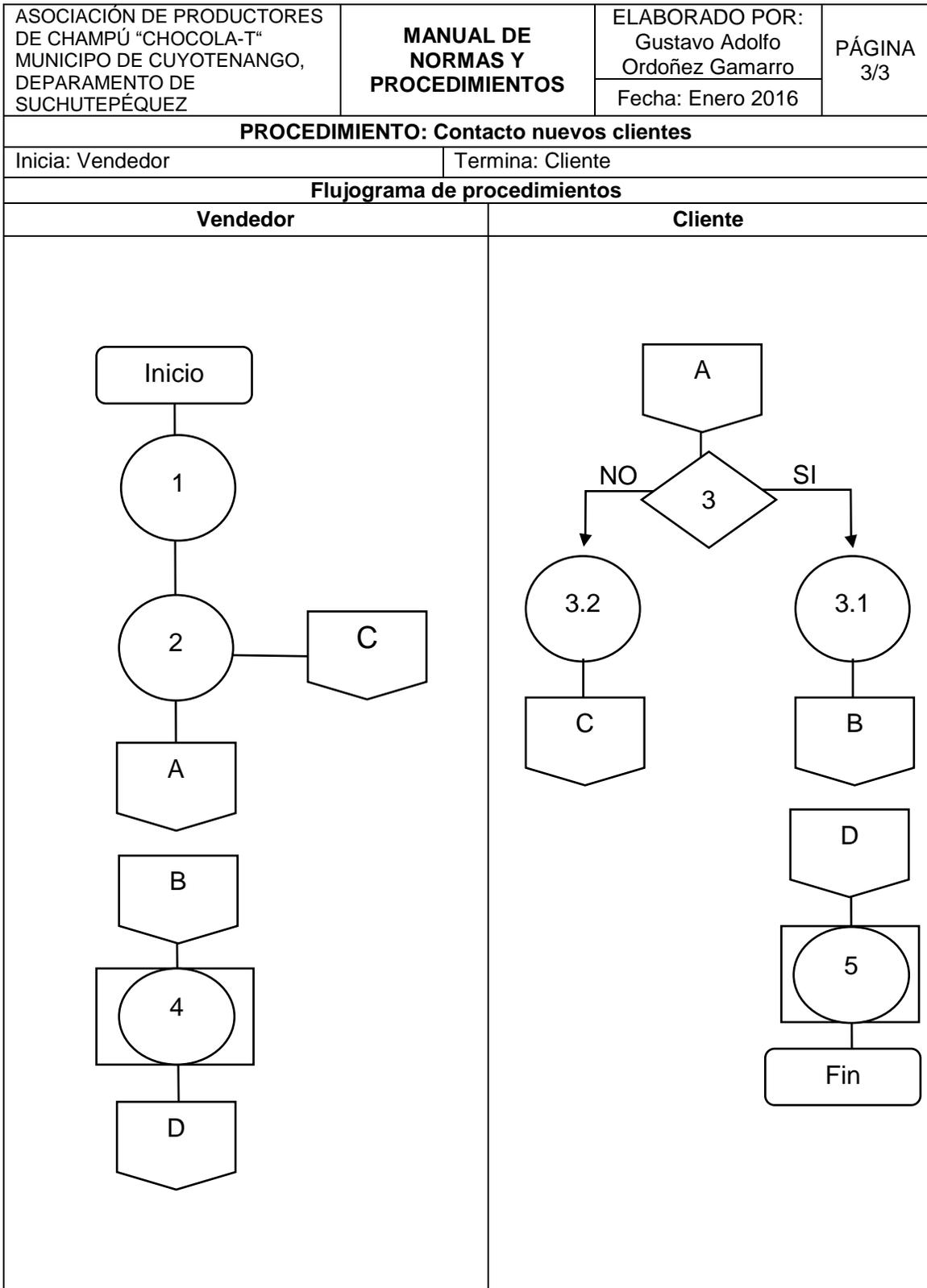




ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE CHAMPÚ "CHOCOLA-T" MUNICIPIO DE CUYOTENANGO, DEPARAMENTO DE SUCHUTEPÉQUEZ	MANUAL DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS	ELABORADO POR: Gustavo Adolfo Ordoñez Gamarro Fecha: Enero 2016	PÁGINA 1/3
PROCEDIMIENTO: Contacto nuevos compradores			
Inicia: Vendedor		Termina: Cliente	
<p>DEFINICIÓN DEL PROCEDIMIENTO</p> <p>El departamento de comercialización será el encargado de contactar a los intermediarios quienes revisaran una muestra del producto de champú de chocolate y así determinar la calidad del mismo para realizar la venta.</p> <p>OBJETIVOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Establecer los canales de comercialización más adecuados. • Satisfacer la necesidad del cliente de ser atendido en forma inmediata y de manera cordial. <p>NORMAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • El jefe de comercialización, deberá atender de inmediato al cliente. • Es el responsable de resolver los problemas que se presenten durante la entrega del producto. • Deberá elaborar un reporte de las actividades realizadas en la comercialización y presentarlo a la junta directiva. 			



ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE CHAMPÚ "CHOCOLA-T" MUNICIPIO DE CUYOTENANGO, DEPARAMENTO DE SUCHUTEPÉQUEZ		MANUAL DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS		ELABORADO POR: Gustavo Adolfo Ordoñez Gamarro		PÁGINA 2/3	
				Fecha: Enero 2016			
PROCEDIMIENTO: Contacto de nuevos compradores							
Inicia: Vendedor				Termina: Cliente			
Responsable		No. pasos		Actividad			
Vendedor		01		Realiza listado de compradores potenciales			
		02		Contactar compradores			
Cliente		03		Decide sobre compra del producto			
		3.1		Si lo aprueba, se continúa al proceso, pasa al paso no. 4			
		3.2		Si no lo aprueba se regresa al paso no. 2			
Vendedor		04		Realiza pedido correspondiente, se llena formulario y se informa a comprador la forma de pago. Se establece con el cliente día y hora que se entregara pedido.			
		5		Efectúa el pago, Recibe pedido y lo revisa			
Cliente							
Fin del proceso							



ANEXO 2

Base Uso Ideal Champú