

MUNICIPIO DE EL ASINTAL
DEPARTAMENTO DE RETALHULEU

“COMERCIALIZACIÓN (PANADERÍA) Y PROYECTO:
PRODUCCIÓN DE CONSERVA DE MANGO”

EDGAR RAFEL LIMA RUANO

TEMA GENERAL

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

MUNICIPIO DE EL ASINTAL
DEPARTAMENTO DE RETALHULEU

TEMA INDIVIDUAL

“COMERCIALIZACIÓN (PANADERÍA) Y PROYECTO:
PRODUCCIÓN DE CONSERVA DE MANGO”

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

EL ASINTAL – VOLUMEN 8

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 CONSERVA DE MANGO”

MUNICIPIO DE EL ASINTAL
DEPARTAMENTO DE RETALHULEU

INFORME INDIVIDUAL

Presentado a la Honorable Junta Directiva y al
Comité Director
del

Ejercicio Profesional Supervisado de
la Facultad de Ciencias Económicas

por

EDGAR RAFAEL LIMA RUANO

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:	

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE
GUATEMALA



**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 4.3.40 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 CONSERVA DE MANGO", municipio de El Asintal, departamento de Retalhuleu.

Presentó

EDGAR RAFAEL LIMA RUANO

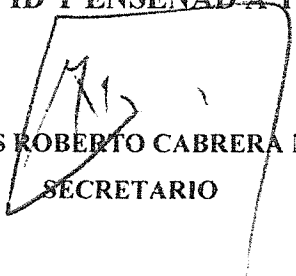
Para su graduación profesional como: ADMINISTRADOR DE EMPRESAS

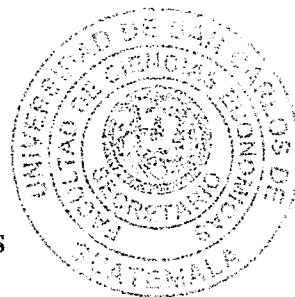
Previo a la aprobación por parte de Junta Directiva de la Facultad, el trabajo citado sufrió el trámite de evaluación correspondiente, de acuerdo al Reglamento vigente del Ejercicio Profesional Supervisado, autorizándose su impresión.

Se extiende la presente, en la ciudad de Guatemala, a los nueve días del mes de mayo de dos mil dieciocho.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAR A TODOS"


LIC. CARLOS ROBERTO CABRERA MORALES
SECRETARIO



M.CH.

ACTO QUE DEDICO

A DIOS:	La luz que me ha llevado por buenos senderos y me permitió con su bondad llegar a este trascendental momento.
A MI ESPOSA:	Telma Maldonado, por acompañarme durante todos estos años y porque me ha sabido comprender y amar.
A MIS HIJOS:	Edgar Javier, Lester Alejandro y Ana Lucía, quienes se sienten muy orgullosos de este triunfo.
A MIS PADRES:	Rafael Lima y Luz Ruano (Q.E.P.D.), quienes me dieron la oportunidad de vivir.
A MIS COMPAÑEROS DE PROMOCIÓN:	Ya que juntos y con perseverancia logramos alcanzar la meta.
A TODOS MIS AMIGOS Y AMIGAS:	Que por el aprecio que me tienen, me dieron sus sabios consejos para seguir adelante y finalizar mi carrera.
A MIS CATEDRÁTICOS:	Por compartir sus conocimientos y experiencias.
A MI CASA DE ESTUDIOS:	Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de San Carlos de Guatemala, que me permitió culminar los estudios universitarios.

ÍNDICE	Página
INTRODUCCIÓN	i
CAPÍTULO I	1
CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL MUNICIPIO	1
1.1.2 Localización y extensión	2
1.1.3 Clima	3
1.2 DIVISIÓN POLÍTICA Y ADMINISTRATIVA	3
1.2.1 División política	4
1.2.2 División administrativa	5
1.2.2.1 Concejo municipal	5
1.2.2.2 Alcaldías auxiliares	6
1.2.2.3 Consejo Comunitario de Desarrollo -COCODE-	6
1.2.2.4 Consejo Municipal de Desarrollo -COMUDE-	6
1.3 RECURSOS NATURALES	6
1.3.1 Agua	6
1.3.1.1 Ríos	7
1.3.2 Bosques	8
1.3.3 Suelos	8
1.3.3.1 Tipos de suelo	9
1.4 POBLACIÓN	10
1.4.1 Población total por centro poblado y número de hogares	10
1.4.2 Población económicamente activa – PEA-	11
1.4.3 Ocupación y salarios	12
1.4.4 Niveles de ingresos	13
1.5 SERVICIOS BÁSICOS Y SU INFRAESTRUCTURA	14
1.5.1 Educación	14
1.5.2 Salud	16
1.5.3 Agua	18
1.5.4 Energía eléctrica	18
1.6 INFRAESTRUCTURA PRODUCTIVA	19

1.6.1	Vías de acceso	19
1.6.2	Otras subvariables	19
1.7	ORGANIZACIÓN SOCIAL Y PRODUCTIVA	20
1.7.1	Organización social	20
1.7.2	Organización productiva	21
1.8	ENTIDADES DE APOYO	21
1.8.1	Instituciones municipales	21
1.8.2	Instituciones estatales	22
1.8.3	Organizaciones no gubernamentales –ONG’S-	22
1.8.4	Entidades privadas	22
1.9	FLUJO COMERCIAL Y FINANCIERO	23
1.9.1	Flujo comercial	23
1.9.1.1	Importaciones	23
1.9.1.2	Exportaciones	24
1.9.2	Flujo financiero	24
1.10	RESUMEN DE ACTIVIDADES PRODUCTIVAS	24
	CAPÍTULO II	27
	DIAGNÓSTICO DE LAS PANADERÍAS	27
2.1	CARACTERÍSTICAS TECNOLÓGICAS	27
2.2	VOLUMEN Y VALOR DE LA PRODUCCIÓN	28
2.3	RESULTADOS FINANCIEROS	29
2.3.1	Costo directo de producción	29
2.3.2	Estado de resultados	32
2.3.3	Rentabilidad	33
2.3.3.1	Rentabilidad de la actividad de panadería	34
2.3.4	Financiamiento	35
2.4	COMERCIALIZACIÓN	35
2.4.1	Mezcla de mercadotecnia	36
2.4.2	Canales de comercialización	38
2.4.3	Márgenes de comercialización	40

2.5	ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL	41
2.5.1	Estructura organizacional	41
2.6	GENERACIÓN DE EMPLEO	43
2.7	RESUMEN DE LA PROBLEMÁTICA ENCONTRADA Y PROPUESTAS DE SOLUCIÓN	43
2.7.1	Problemática encontrada	44
2.7.2	Propuestas de solución	44
	CAPÍTULO III	46
	PROYECTO: PRODUCCIÓN DE CONSERVA DE MANGO	46
3.1	DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	46
3.2	JUSTIFICACIÓN	47
3.3	OBJETIVOS	47
3.4	ESTUDIO DE MERCADO	48
3.4.1	Oferta y demanda	48
3.5	ESTUDIO TÉCNICO	52
3.5.1	Localización del proyecto	52
3.5.2	Tamaño del proyecto	53
3.5.3	Volumen y valor de la producción	54
3.5.4	Flujograma del proceso productivo	54
3.6	ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL	57
3.6.1	Organización propuesta	57
3.6.2	Base legal	58
3.7	ESTUDIO FINANCIERO	59
3.7.1	Inversión fija	59
3.7.2	Inversión en capital de trabajo y total	60
3.7.3	Financiamiento	63
3.7.4	Estados financieros	63
3.7.4.1	Costo de producción	63
3.7.5	Estado de resultados	64

3.8	EVALUACIÓN FINANCIERA	65
3.8.1	Punto de equilibrio en valores	66
3.8.2	Punto de equilibrio en unidades	66
3.8.2.1	Porcentaje de margen de seguridad	66
3.8.3	Evaluación financiera proyectada	66
3.9	IMPACTO SOCIAL	68
	CAPÍTULO IV	69
	COMERCIALIZACIÓN	69
	PROYECTO: PRODUCCIÓN DE CONSERVA DE MANGO	69
4.1	COMERCIALIZACIÓN	69
4.1.1	Mezcla de mercadotecnia	70
4.1.1.1	Producto	71
4.1.1.2	Precio	72
4.1.1.3	Plaza	72
4.1.1.4	Promoción	73
4.1.2	Canales de comercialización	76
4.1.3	Márgenes de comercialización	77
	CONCLUSIONES	79
	RECOMENDACIONES	81
	BIBLIOGRAFÍA	83
	ANEXOS	86

ÍNDICE DE CUADROS

No.	Título	Página
1	Municipio de El Asintal, Departamento de Retalhuleu, Resumen de Centros Poblados por Categoría, Años: 1994, 2002 y 2015.	4
2	Municipio de El Asintal, Departamento de Retalhuleu, Características de los Suelos, Años: 1994, 2002 y 2015	9
3	Municipio de El Asintal, Departamento de Retalhuleu, Población Económicamente Activa -PEA-, por Sexo, Área Geográfica y Actividad Productiva, Años: 1994, 2002 y 2015.	11
4	Municipio de El Asintal, Departamento de Retalhuleu, Infraestructura Educativa y Analfabetismo, Años: 1994, 2002 y 2015	15
5	Municipio de El Asintal, Departamento de Retalhuleu, Resumen de Actividades Productivas, Año: 2015.	25
6	Municipio de El Asintal, Departamento de Retalhuleu, Producción Artesanal Panadería, Volumen y Valor de la Producción, Año: 2015.	28
7	Municipio de El Asintal, Departamento de Retalhuleu, Producción Artesanal Panadería, Estado de Costo Directo de la Producción por Tamaño de Empresa y Producto, del 1 de enero al 31 de diciembre de 2015,(cifras en quetzales).	29
8	Municipio de El Asintal, Departamento de Retalhuleu, 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).	32
9	Municipio de El Asintal, Departamento de Retalhuleu, Producción Artesanal Panadería, Márgenes de Comercialización, Año: 2015.	40
10	Municipio de Nuevo San Carlos, San Sebastián y El Asintal, Departamento de Retalhuleu, Oferta Histórica y Proyectada de Productos Sustitutos, Período: 2010-2019. (en frascos de 16 onzas)	48
11	Municipio de Nuevo San Carlos, San Sebastián y El Asintal, Departamento de Retalhuleu, Proyecto: Producción de Conserva de Mango, Demanda Potencial Histórica y Proyectada, Período: 2010-2019.	49

12	Municipio de Nuevo San Carlos, San Sebastián y El Asintal, Departamento de Retalhuleu, Consumo Aparente Histórico y Proyectado de Productos Sustitutos, Período: 2010-2019. (en frascos de 16 onzas)	50
13	Municipio de Nuevo San Carlos, San Sebastián y El Asintal, Departamento de Retalhuleu, Demanda Insatisfecha Histórica y Proyectada de Conserva de Mango, Período: 2010-2019. (en frascos de 16 onzas)	51
14	Municipio de El Asintal, Departamento de Retalhuleu, Proyecto: Producción de Conserva de Mango, Producción Proyectada, (frascos de 16 onzas), Período: 2010-2019.	53
15	Municipio de El Asintal, Departamento de Retalhuleu, Proyecto: Producción de Conserva de Mango, Volumen y Valor de la producción proyectada, Año: 2015.	54
16	Municipio de El Asintal, Departamento de Retalhuleu, Proyecto: Producción de Conserva de Mango, Inversión Fija, Año. 2015.	60
17	Municipio de El Asintal, Departamento de Retalhuleu, Proyecto: Producción de Conserva de Mango, Inversión en Capital de Trabajo y Total (1 mes), Año. 2015.	61
18	Municipio de El Asintal, Departamento de Retalhuleu, Proyecto: Producción de Conserva de Mango, Estado de Costo Directo de Producción Proyectado, del 1 al 31 de diciembre de cada año. (cifras en quetzales).	63
19	Municipio de El Asintal, Departamento de Retalhuleu, Proyecto: Producción de Conserva de Mango, Estado de Resultados Proyectado, del 1 al 31 diciembre de cada año.	65
20	Municipio de El Asintal, Departamento de Retalhuleu, Proyecto: Producción de Conserva de Mango, Evaluación Financiera Proyectada, Período 2015-2019. (cifras en quetzales).	67
21	Municipio de Nuevo San Carlos, San Sebastián, El Asintal, Departamento de Retalhuleu, Proyecto: Producción de Conserva de Mango, Márgenes de Comercialización, Año: 2015.	77

ÍNDICE DE GRÁFICAS

No.	Título	Página
1	Municipio de El Asintal, Departamento de Retalhuleu, Producción Artesanal Panadería, Canales de Comercialización, Año: 2015.	39
2	Municipio de El Asintal, Departamento de Retalhuleu, Producción Artesanal Panadería, Estructura Organizacional, Año: 2015.	42
3	Municipio de El Asintal, Departamento de Retalhuleu, Proyecto: Producción de Conserva de Mango, Flujograma de Proceso Productivo, Año: 2015	55
4	Municipio de El Asintal, Departamento de Retalhuleu, Proyecto: Producción de Conserva de Mango, Estructura Organizacional Nominal, Año: 2015.	57
5	Municipio Nuevo San Carlos, San Sebastián y El Asintal, Departamento de Retalhuleu, Proyecto: Producción de Conserva de Mango, Canal de Comercialización, Año: 2015	77

ÍNDICE DE TABLAS

No.	Título	Página
1	Municipio de El Asintal, Departamento de Retalhuleu, Producción Artesanal Panadería, Mezcla de Mercadotecnia, Año: 2015.	36
2	Municipio de El Asintal, Departamento de Retalhuleu, Proyecto: Producción de Conserva de Mango, Segmentación de Mercado, Año: 2015.	70

ÍNDICE DE ANEXOS

No.	Título
1	Municipio de El Asintal, departamento de Retalhuleu, Organigrama Municipal, Año 2015.
2	Municipio de El Asintal, departamento de Retalhuleu, Proyecto: Producción de Conserva de Mango, Carta de Consumo Per-cápita, Año 2015.
3	Manual de Normas y Procedimientos de Comercialización, Comité de Productores Artesanos de Conservas de Mango “El Asintal”, Municipio de El Asintal, Departamento de Retalhuleu.

INTRODUCCIÓN

La Universidad de San Carlos de Guatemala, por medio de la Facultad de Ciencias Económicas, a través del programa del Ejercicio Profesional Supervisado -EPS- y como parte de la responsabilidad social que se tiene con la población en general, busca el acercamiento de los estudiantes a las distintas comunidades, con el propósito de apoyar el desarrollo económico y social; el cual es realizado por los estudiantes de la carrera de Administración de Empresas como una forma de poner en práctica los conocimientos adquiridos.

El presente informe contiene como tema específico, un diagnóstico de la situación de la comercialización artesanal de pan dulce y pan francés, así como una propuesta de modificación a la misma, con base a un programa que pueda coadyuvar en su implementación; además se desarrolla un proyecto de producción de conserva de mango, actividades que al ser llevadas a cabo, con el auxilio de las técnicas que proporciona la mezcla de mercadotecnia, contribuyan a que la población involucrada del Municipio, obtenga beneficios económicos y fuentes de trabajo.

El informe está dividido en cinco capítulos, los cuales se enumeran a continuación:

El Capítulo I, describe las características generales del Municipio, marco general, división política y administrativa, recursos naturales, población, servicios básicos y su infraestructura, infraestructura productiva, organización social y productiva, entidades de apoyo, flujo comercial y financiero, resumen de actividades productivas.

Capítulo II, contiene el diagnóstico de la producción de pan francés y pan dulce, donde se desarrollan las características tecnológicas, volumen y valor de la

producción, resultados financieros, comercialización, organización empresarial, generación de empleo, resumen de la problemática encontrada y propuestas de inversión.

En el Capítulo III, se presenta el proyecto de producción de conserva de mango, con la descripción del proyecto, justificación, objetivos, estudio de mercado, estudio técnico, estudio administrativo legal, estudio financiero, evaluación financiera e impacto social.

El Capítulo IV, detalla la comercialización para el proyecto que se plantea, se analiza el proceso de comercialización, la comercialización propuesta y las operaciones de comercialización.

Al final, se indican las conclusiones, recomendaciones, la bibliografía y se integra el anexo manual de normas y procedimientos ligados con la comercialización.

Es importante mencionar la valiosa colaboración de las autoridades municipales así como todo su personal, líderes comunitarios, policía nacional civil y la población que colaboró con la facilitación de datos que permiten estructurar la información. La investigación contempla que las autoridades pertinentes tengan una herramienta que les proporcione una visión global del Municipio, por lo que se espera que este documento sirva de guía para que las personas interesadas puedan orientarse, a fin de invertir y mejorar la actividad de comercialización de los productos artesanales relacionados.

CAPÍTULO I

CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL MUNICIPIO

El presente capítulo contiene el conjunto de variables que determinan las condiciones de una sociedad, considerada en términos económicos, por tal razón se desarrollan los temas de marco general, división política y administrativa, los recursos naturales, la población, los servicios básicos y su infraestructura, infraestructura productiva, organización social y productiva, entidades de apoyo, flujo comercial y financiero y al final un resumen de actividades productivas.

1.1 MARCO GENERAL

En este apartado se especifican los antecedentes históricos del Municipio, su localización y extensión, así como el clima.

1.1.1 Antecedentes históricos del Municipio

El municipio de El Asintal fue creado según Acuerdo Gubernativo del 12 de junio de 1928, cuando pertenecía al poblado de Colomba del departamento de Quetzaltenango; conformado por aldeas, cantones, fincas, entre otros, así como la cabecera del mismo; además se ordenó elaborar el plano respectivo, en el cual se señalaron los lugares donde se situarían los edificios públicos.

El 8 de abril de 1940 se fijaron los límites y se aprueba el respectivo deslinde. También dispone la citada orden del Ejecutivo, que los municipios de El Asintal y Nuevo San Carlos dejen de pertenecer al departamento de Quetzaltenango y se anexasen a Retalhuleu. Respecto al nombre del Municipio, el mismo se deriva “de una planta silvestre que crecía en la región, parecida a la que hoy en día se

conoce como caña de cristo, en idioma Mam Sintil significa "lugar entre laderas". Proviene de Nahuatl, Attzintiali, ladera de agua, de Att agua y Tzintiali; ladera"¹.

Las circunstancias que obligaron a crear el Municipio fueron: su extensión territorial, el crecimiento del número de habitantes, la modernización que alcanzaba y la necesidad de lograr un mejor desarrollo, tanto económico como social para sus habitantes.

1.1.2 Localización y extensión

El Municipio colinda al norte con Colomba, Quetzaltenango; al sur con Retalhuleu; al este con Nuevo San Carlos, Retalhuleu; y al oeste con Génova y Colomba del departamento de Quetzaltenango.

Se localiza en la latitud 14° 35' 48" y en la longitud 91° 43' 35"; tiene una extensión territorial de 112 km², un 9.33% con respecto a la del departamento de Retalhuleu.

Así mismo, tiene una altitud de 398.17 metros sobre el nivel del mar en la parte central, tanto hacia el este como al oeste; mientras en la parte norte posee elevaciones de hasta 1,200 metros, con pendientes máximas de 25% de inclinación.

Para llegar al lugar se debe transitar por la carretera al Pacífico CA-2 del lado sur, desde la Cabecera Departamental hasta alcanzar al kilómetro 190.25, donde se cruza a la derecha para recorrer la carretera asfaltada 6W de cuatro kilómetros, que conduce a la municipalidad del pueblo. Tiene un acceso

¹Consejo Municipal de Desarrollo de El Asintal, Retalhuleu y Secretaría General de Planificación y Programación de la Presidencia -SEGEPLAN-, 2010. Plan de Desarrollo El Asintal, Retalhuleu 2011-2025. Guatemala, p.13.

secundario que consiste en un camino estrecho de terracería que procede de Colomba, Quetzaltenango.

1.1.3 Clima

El Municipio es de clima cálido; la temperatura mínima es de 19 y la máxima de 32 grados centígrados, ambas en promedio durante año.”² En la investigación de campo, se observó que por la inclinación del terreno y presencia de zonas boscosas, tiene sectores con pequeñas variaciones de temperatura; en la zona norte se percibe el clima un poco templado debido a la altura y cantidad de árboles del lugar que ayudan a oxigenar y refrescar el ambiente.

La humedad relativa es de 75%³; la precipitación pluvial anual es de 3,011 milímetros⁴; los vientos que soplan no son muy fuertes y se estima que la velocidad promedio es de 15 kilómetros por hora.”⁵

1.2 DIVISIÓN POLÍTICA Y ADMINISTRATIVA

Indica la forma en que está dividido territorialmente el Municipio según sus centros poblados y la categoría de los mismos, así como la organización de las autoridades para realizar la función administrativa que a cada una les corresponde.

²Instituto Nacional de Sismología, Vulcanología, Meteorología e Hidrología -Insivumeh-. (en línea). Guatemala. Consultado el 22 de mayo de 2017. Disponible en: <http://www.insivumeh.gob.gt/meteorologia/estadisticas.htm>.

³Loc.cit.

⁴Loc.cit.

⁵El tiempo en el Asintal, Retalhuleu. (en línea). España. Consultado el 22 de mayo de 2017. Disponible en: <https://www.eltiempo.es/el-asintal.html?q=el-asintal&c=prediction>.

1.2.1 División política

La división política muestra los cambios territoriales realizados. De acuerdo con censos poblacionales y trabajo de campo de EPS se determinó una variación de 17% en la cantidad de centros poblados entre el censo del año 1994 y el 2002, generados por elevación de categoría de caserío a aldea. Principalmente para el 2015 aumentaron 82% respecto al 2002 y 112% en relación a 1994, en todos los casos producto de desmembraciones y cambios de categoría. Lo relacionado se observa en el cuadro resumen siguiente:

Cuadro 1
Municipio de El Asintal, departamento de Retalhuleu
Resumen de Centros Poblados por Categoría
Años: 1994, 2002 y 2015

Categoría	Censo 1994	Censo 2002	Investigación 2015
Pueblo	1	1	1
Colonia	0	0	5
Aldea	1	5	4
Caserío	7	6	4
Finca	15	15	22
Hacienda	0	0	2
Lotificación	0	1	3
Cantón	0	0	3
Barrio	0	0	1
Sector	0	0	6
TOTAL	24	28	51

Fuente: elaboración propia, con base a datos del X Censo Nacional de Población y V de Habitación, año 1994; XI Censo Nacional de Población y VI de Habitación, año 2002 del Instituto Nacional de Estadística -INE- e investigación de campo Grupo EPS, segundo semestre 2015.

El pueblo se encuentra dividido en zonas para su administración y constituye la Cabecera Municipal; alrededor del mismo, se sitúan cinco colonias, que en conjunto forman el casco urbano, estas surgieron de la separación de caseríos y aldeas, situación que también explica la disminución de éstos últimos como se observa en el cuadro comparativo.

El aumento de fincas se origina del fraccionamiento de las mismas, principalmente por repartición de herencias; mientras que las haciendas, lotificaciones, cantones, barrios y sectores corresponden a desmembraciones de aldeas.

1.2.2 División administrativa

“Es la manera como se realiza la gestión del gobierno del área”⁶. En el Municipio, la conforma el Concejo Municipal, Alcaldías Auxiliares y Consejo Municipal de Desarrollo -COMUDE-.

1.2.2.1 Concejo municipal

Según el artículo 33 del Código Municipal, Decreto Número 12-2002, le corresponde el ejercicio del gobierno del Municipio, velar por la integridad del patrimonio y los intereses de la población.

Se estableció que la falta de presupuesto limita las posibilidades de cumplir su propósito, que es velar por los intereses de los pobladores, al tener que posponer la ejecución de proyectos que promuevan el desarrollo de las comunidades.

En el organigrama municipal, se aprecia la forma en que está integrada la estructura organizacional para llevar a cabo la gestión que por mandato legal le corresponde; además muestra las dependencias que están bajo supervisión del alcalde y los concejales, quienes son responsables de la administración de las mismas, reciben el apoyo de auditoría interna y supervisión de proyectos

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). 4ª. Ed. Guatemala, Vásquez Industrial Litográfica, p. 38.

municipales. Es importante indicar que la estructura del organigrama es incorrecta, debido a que actualmente se utiliza el lineal, sin embargo, mezcla puestos y unidades. (Ver anexo 1).

1.2.2.2 Alcaldías auxiliares

La función es servir de enlace entre las distintas comunidades y el Concejo Municipal, derivado a que las representan en toma de decisiones en la comuna y formulan solicitudes para satisfacer las diversas necesidades básicas de la población.

1.2.2.3 Consejo Comunitario de Desarrollo -COCODE-

Forma parte del sistema de consejos de desarrollo de acuerdo al Decreto 11-2002 del Congreso de la República, se integra por la asamblea comunitaria y el órgano de coordinación. Tienen como fin primordial velar por el desarrollo de la población que representan, a través de formulación de proyectos y solicitudes de apoyo de diversa índole ante el Concejo Municipal.

1.2.2.4 Consejo Municipal de Desarrollo -COMUDE-

Se rige por la Ley de Desarrollo Urbano y Rural, Decreto Número 11-2002 y el fin es velar por el desarrollo del Municipio por medio de acciones que busquen la descentralización, la priorización de necesidades, obtención de financiamiento, participación en la formulación, aprobación, ejecución y seguimiento de proyectos, entre otras.

1.3 RECURSOS NATURALES

En esta variable, se describirán los principales recursos que tiene el Municipio. Se clasifican en renovables: agua, bosques, y no renovables: suelos.

1.3.1 Agua

Este es uno de los recursos naturales más importantes para la sobrevivencia de

los seres vivos y en el Municipio se observa en los ríos que recorren la población.

1.3.1.1 Ríos

Los ríos pertenecen a las cuencas Samalá y Ocosito que conforman la vertiente del litoral Pacífico de Guatemala, el caudal de estos disminuye en verano debido a las altas temperaturas de la región y de la mayoría se extrae materiales que sirven para la construcción como piedra y arena. A continuación una breve descripción de los que posee el Municipio:

- Nil: en su curso es lindero parcial con los municipios de Génova Costa Cuca en el departamento de Quetzaltenango, El Asintal y Nuevo San Carlos de Retalhuleu. Se origina al sur del volcán Chicabal en Quetzaltenango. Tiene potencial para la actividad pesquera y no es aprovechado con ese propósito, también es una fuente de abastecimiento de agua destinada al consumo.
- Xab: recorre los municipios de Colomba y El Asintal. Posee potencial hidroeléctrico y se usa como riego de pastos y cultivos agrícolas.
- Talcaché: se forma al lado oeste de la cabecera, corre de norte a sur. No tiene ningún potencial por los desechos sólidos y aguas servidas que arrojan en él.
- Nimá: se origina en la Finca San Isidro Piedra Parada. Su curso es de noreste a suroeste. Se usa en el riego de cultivos de las fincas por donde corre.
- Sibaná: se origina al noroeste de la cabecera en la finca Santa Rita. Su caudal corre de norte a sur. Éste tiene potencial pesquero deportivo, se utiliza para riego de cultivos de la aldea que lleva el mismo nombre y para la pesca artesanal.
- Ayal: en su recorrido transita al este de la aldea Xab y se une después en el

río Nil. Se encuentra contaminado debido a que tiran desechos sólidos y las viviendas vierten las aguas servidas en él, por ello no tiene potencial. Su uso está limitado en riegos de cultivos que se encuentran en la aldea el Xab.

1.3.2 Bosques

Es un recurso natural renovable, usado por el hombre para subsistir y obtener ingresos para el hogar. La zona de vida de los bosques del Municipio es de tipo muy húmedo subtropical (cálido). Esta área es la más significativa de Guatemala, abarca una franja de 40 a 50 kilómetros de ancho, que va desde México hasta la frontera con El Salvador. El régimen de lluvias es de mayor duración, aspecto que influye en la composición florística de los bosques y la vegetación en general.

Se encuentran dos zonas protegidas que resguardan buena parte de los bosques del Municipio y contribuyen a la conservación de la flora y fauna del lugar, se localizan en el área norte. La primera es Takalik Abaj, sitio arqueológico declarado patrimonio cultural; la segunda se localiza en la finca Buenos Aires, de igual modo se halla la finca Dolores Hidalgo, tienen una extensión de 11, 105 y 95 manzanas, respectivamente.

Según datos del III y IV Censo Nacional Agropecuario de los años 1979 y 2003 del Instituto Nacional de Estadística -INE-, también del Compendio Estadístico Ambiental 2011 del INE e investigación de campo, la cobertura de bosques para el año 1979 era de 3,539 manzanas, para el 2003 de 3,012, en 2011 fue de 2,562 mientras que en 2015 son 2,185.

1.3.3 Suelos

Por su ubicación geográfica y topografía son muy productivos, derivado que se encuentran en las zonas más fértiles de Guatemala.

1.3.3.1 Tipos de suelo

“Pertenecen a la serie: Chócola, Chuva, Ixtán, Ixtán Franco Limoso, Mazatenango, Retalhuleu y Suchitepéquez”⁷. El cuadro siguiente muestra la variedad de suelos del lugar y las principales características técnicas de los mismos.

Cuadro 2
Municipio de El Asintal, departamento de Retalhuleu
Características de los Suelos
Año: 2015

Suelos	Declive %	Drenaje	Abastecimiento humedad	Peligro de erosión	Fertilidad	%	Hectáreas
Chocolá	3-6	Moderado	Alta	Regular	Alta	13	1,231.77
Chuva	15-20	Muy Rápido	Muy Baja	Muy alta	Baja	3	298.84
Ixtán	1-2	Lento	Alta	Leve	Alta	6	539.30
Ixtán Franco Limoso	1-3	Lento	Alta	Leve	Alta	6	540.83
Mazatenango	2-5	Moderado	Alta	Leve	Alta	32	2,977.35
Retalhuleu	2-5	Moderado	Alta	Leve	Baja	32	3,019.17
Suchitepéquez	4-8	Rápido	Muy Alta	Moderado	Alta	8	755.79
Total						100	9,363.05

Fuente: elaboración propia con base a Simmons et al. Clasificación de suelos de la República de Guatemala.

Los suelos Ixtán e Ixtán Franco Limoso en la parte baja del municipio clase II A, se destinan para pastos y cultivos limpios como ajonjolí, arroz y maíz; cuenta con más presencia en el Municipio.

Los centros poblados por tipo de suelo se dividen así: Chuva, se encuentran las fincas: Esperancita, Guadalupe, Dolores; Chócola, las fincas: Matasano, Montes Elíseos, Buenos Aires, El Olivo, Margarita, Santa Fé, Aurora; Suchitepéquez, Mazatenango, Retalhuleu, se hallan las fincas: Aurora, El Silencio, Santa Elena, los cantones: El Centro, Dolores, San Ramón, Iotificadora La Marina, los

⁷Consejo Municipal de Desarrollo de El Asintal, Retalhuleu y Secretaría de Planificación y Programación de la Presidencia- SEGEPLAN-, Op. Cit. p.32.

sectores: Corcho, Entre Ríos, las colonias: San Rafael, España, San Carlos, Santa Elena, así también la hacienda Mangales y otros centros poblados como Paraje Nil y Concepción Nil. En Limoso y Franco Limoso están las aldeas: San José Nil Chiquito, Tierra Blanca, Sibaná, Xab, finca San Nicolás, colonia Santa Elena Sur y hacienda Doña Olga.

1.4 POBLACIÓN

Está constituida por la cantidad de habitantes que integran un país y es la variable más importante del diagnóstico socioeconómico, porque alrededor de la misma giran todas las demás. El análisis de este tema cubre los indicadores demográficos, como población total por centro poblado y número de hogares, PEA, ocupación y salarios, así como también niveles de ingresos.

1.4.1 Población total por centro poblado y número de hogares

Según proyecciones del Instituto Nacional de Estadística -INE-, en el año 2015 el total de la población del Municipio es de 44,235 habitantes, equivalente a 8,847 hogares, en comparación con lo mostrado en el XI Censo Nacional de Población del 2002 que refleja 27,812 que representa 5,855 hogares; constituye un aumento en la población de 59% en los últimos 13 años transcurridos.

En el plan de desarrollo municipal, se ha observado que existe un incremento en la población, esto se debe a la falta de un programa de planificación familiar que conlleve a determinar responsablemente el número de hijos que tendrá cada hogar, acorde a las necesidades y al nivel de vida a la que se aspira tener; otros de los factores que propician el aumento desmedido de habitantes son los niveles de pobreza extrema y la falta de educación general para los pobladores.

1.4.2 Población económicamente activa – PEA-

Se integra por el grupo de personas que participan en la producción económica, que durante el período en referencia censal ejercieron una ocupación o la buscan activamente, así como aquellos que ya han trabajado y estén desempleados.

Se observa una tendencia creciente de participación en los años del 2,002 al 2,015, lapso en el que se sumaron 13,941 personas más al ámbito laboral; demuestra que existen oportunidades e interés en trabajar, también que algunos forman parte de este indicador por quedarse desempleados. El siguiente cuadro muestra la tendencia de la -PEA- entre los años 1994, 2002 y 2015.

Cuadro 3
Municipio de El Asintal, departamento de Retalhuleu
Población Económicamente Activa -PEA-
Por Sexo, Área Geográfica y Actividad Productiva
Años: 1994, 2002 y 2015
(habitantes)

Indicadores	1994	2002	2015
Sexo	3,577	7,169	21,130
Hombres	2,943	5,496	16,198
Mujeres	634	1,673	4,932
Área geográfica	3,577	7,169	21,130
Urbana	337	448	1,320
Rural	3,240	6,721	19,810
Actividad productiva	3,577	7,169	21,130
Agrícola	2,076	4,045	11,922
Pecuaria	119	247	729
Artesanal	88	177	524
Agroindustrial	25	71	209
Industrial	27	67	197
Servicios	819	1,681	4,953
Comercio	229	489	1,441
Doméstico	30	70	207
Otros	164	322	948

Fuente: elaboración propia, con base a datos del X Censo Nacional de Población y V de Habitación, año 1994; XI Censo Nacional de Población y VI de Habitación, del 2002 del Instituto Nacional de Estadística -INE- e investigación de campo Grupo EPS, segundo semestre 2015.

La -PEA- representa 47% del total de la población en el año 2015, que demuestra poca participación en el ámbito laboral, está compuesta por 81% hombres y 19% mujeres según los datos obtenidos a través de la investigación de campo.

Con base en el censo de 1994, estaba conformada por 634 mujeres, cantidad que llegó a 1,673 conforme el de 2002, lo cual refleja entre dichos años una participación creciente de población femenina. Para el año 2015 se observa que 4,932 habitantes de la población femenina forman parte de este indicador. Puede inferirse que las necesidades de completar el ingreso del hogar para mantener a la familia, haya causado el incremento.

Se observa que la concentración laboral ha crecido en comparación a los censos del año 1994 y 2002, se establece que 94% es para el área rural y 6% corresponde a la urbana en el año de investigación, sobre el total de la PEA.

Debido al entorno laboral en que se encuentra el Municipio, se estima la participación de la agricultura para el año 2015 en 56% y el 44% está integrado por el sector servicios, comercio, doméstico, así como otros y actividad pecuaria, artesanal, agroindustrial e industrial.

1.4.3 Ocupación y salarios

Con base a la investigación de campo realizada en el período 2015 se establecen las diferentes ocupaciones remuneradas a las que se dedican los habitantes del Municipio, así también, la contribución en la generación de empleo según sea la importancia para la economía.

Se observó que el número de trabajadores asciende a 21,130 habitantes al año 2015, en comparación a los censos de 1994 y 2002 se refleja una tendencia creciente en las diferentes actividades productivas.

La ocupación principal de la población es la agricultura con una participación de 59%, se integra por 12,499 personas dedicadas al cultivo de hule líquido, café, cacao, maíz blanco, frijol negro, pastos, entre otros; sin embargo, esta actividad representa en muchos casos un trabajo temporal debido a los períodos de cosecha.

La segunda actividad importante es la pecuaria representa 3%, en la que se desarrolla la crianza de aves de corral, engorde de cerdos y de ganado bovino. Seguida de la artesanal en donde se encuentran los oficios de panadería, carpintería, sastrería, talabartería, entre otros; contribuye un 2% en la generación de empleo.

Es posible identificar que la situación del período de estudio comparada a los años anteriores, presenta cambios ligeros en cuanto a la participación de las diferentes actividades de la población, situación reflejada en los porcentajes de la actividad agrícola, así como en la de comercio, servicios y otros, donde se observa que en los años 1994, 2002 y 2015 apenas varían un punto porcentual, por lo que muestran que la tendencia se mantiene. Los salarios se encuentran determinados por el tiempo y lugar de trabajo, de manera que en fincas grandes obtienen el salario mínimo en época de cultivo y cosecha, mientras que en otros sitios reciben un ingreso que oscila entre Q30.00 a Q50.00 el día trabajado sin prestaciones laborales.

1.4.4 Niveles de ingresos

La clasificación de los ingresos por hogar para el año 2015 se determinó con base en la investigación de campo realizado y además se logró establecer los parámetros de salarios.

Durante la misma, se comprobó la parte representativa de los niveles de ingresos mensuales; 27% está compuesto por el rango de Q.616.00 a

Q.1,230.00 que percibe la mayoría de hogares, mientras que la categoría más baja oscila de Q.1.00 a Q.615.00 y lo obtiene 25%, lo descrito con anterioridad refleja la dificultad para acceder y satisfacer las necesidades básicas que requiere una familia para sobrevivir.

Por otra parte, del total de los hogares encuestados 5% obtienen los ingresos necesarios para cubrir el costo de la canasta básica, cabe resaltar que la remuneración más alta es percibida en gran parte de la actividad agrícola y en ocasiones de manera temporal.

1.5 SERVICIOS BÁSICOS Y SU INFRAESTRUCTURA

Se estableció la infraestructura de servicios básicos en las comunidades, tanto en el área urbana como rural; se identificó las zonas que carecen de ellos según información obtenida a través de entrevistas realizadas a los representantes de COCODE y del trabajo de campo por medio de la encuesta. Las variables más relevantes son: educación, salud, agua, energía eléctrica, lo cual se expone a continuación.

1.5.1 Educación

Es tener las condiciones físicas necesarias como equipo, mobiliario, edificio y personal capacitado para mejorar la calidad educativa. En el área rural del Municipio existen escuelas que carecen de lo antes mencionado, condición que limita el aprendizaje en los estudiantes del sector público.

Estas circunstancias precarias se presentan desde el censo del año 2002 al período de investigación, en estos años ha aumentado la cantidad de escuelas pero no son suficientes para cubrir la demanda que existe. Para el año de investigación existió un aumento del 28% en los establecimientos del sector público en comparación con los datos del 2002; equivalente a tres de preprimaria, dos de primaria, seis de nivel medio.

El alfabetismo sirve como indicador de conocimientos de un país, al obtener la habilidad de leer y escribir por medio de la enseñanza. Por el contrario, la persona analfabeta es la que no obtuvo participación en la educación y por consiguiente no tiene esa capacidad. En el siguiente cuadro, se muestra la división de la infraestructura educativa y analfabetismo para los años 1994, 2002 y 2015.

Cuadro 4
Municipio de El Asintal, departamento de Retalhuleu
Infraestructura Educativa y Analfabetismo
Años: 1994, 2002 y 2015

INFRAESTRUCTURA EDUCATIVA												
Niveles	Sector								Área			
	Oficial	%	Privado	%	Cop.	%	Total	%	Urbana	%	Rural	%
Año 1994												
Preprimaria	5	17	1	12	0	0	6	15	1	12	5	15
Primaria	18	62	3	38	0	0	21	50	3	38	18	55
Medio	6	21	4	50	4	100	14	35	4	50	10	30
Básicos	4	14	2	25	2	50	8	20	2	25	6	19
Diversificado	2	7	2	25	2	50	6	15	2	25	4	11
Total	29	100	8	100	4	100	41	100	8	100	33	100
Año 2002												
Preprimaria	6	16	1	11	0	0	7	14	1	11	6	15
Primaria	22	60	3	34	0	0	25	50	3	34	22	53
Medio	9	24	5	55	4	100	18	36	5	55	13	32
Básicos	6	16	3	33	2	50	11	22	3	33	8	20
Diversificado	3	8	2	22	2	50	7	14	2	22	5	12
Total	37	100	9	100	4	100	50	100	9	100	41	100
Año 2015												
Preprimaria	9	19	1	8	0	0	10	15	1	8	9	18
Primaria	24	50	5	38	0	0	29	45	5	38	24	46
Medio	15	31	7	54	4	100	26	40	7	54	19	36
Básicos	10	21	4	31	2	50	16	25	4	31	12	23
Diversificado	5	10	3	23	2	50	10	15	3	23	7	13
Total	48	100	13	100	4	100	65	100	13	100	52	100
ANALFABETISMO												
Población	Censo 1994	%	Censo 2002	%	Investigación 2015	%						
Alfabeta	6,277	62	14,689	68	1,624	79						
Analfabeta	3,883	38	6,793	32	439	21						
Total	10,160	100	21,482	100	2,063	100						

Fuente: elaboración propia con base a datos del X Censo Nacional de Población y V de Habitación, de 1994; XI Censo Nacional de Población y VI de Habitación, del 2002 y documento de planificación educativa proporcionado por la Supervisión Educativa del departamento de Retalhuleu, Ministerio de Educación año 2015.

En el cuadro anterior se observa que los centros educativos oficiales van en aumento, según censos del año 1994, 2002 e información, proporcionada por la Supervisión de Educativa del departamento de Retalhuleu, esto se debe a la demanda por parte de familias que no cuentan con los recursos necesarios para optar a la educación privada.

Las instituciones privadas tuvieron incremento de cuatro colegios y por cooperativa no sufrió cambio entre los mismos parámetros de comparación anteriores. En el área urbana hubo un incremento del 44% para el año 2015, el cambio más significativo lo presenta la rural con 66% de los centros educativos.

El porcentaje de población analfabeta disminuyó, debido a que hay mayor cobertura por parte del MINEDUC y el apoyo otorgado por el Comité Nacional de Alfabetización -CONALFA- y se cuenta con personal mejor capacitado, situación que aumenta el nivel de alfabetismo en el año 2015 en 11% en comparación del año 2002 y 6% con el año 1994.

Para el año de investigación existió un aumento del 28% en los establecimientos del sector público en comparación con los datos del 2002; equivalente a tres de preprimaria, dos de primaria, seis de nivel medio.

Las instituciones privadas tuvieron incremento de cuatro colegios y por cooperativa no sufrió cambio entre los mismos parámetros de comparación anteriores. En el área urbana hubo un incremento del 44% para el año 2015, el cambio más significativo lo presenta la rural con 66% de los centros educativos.

1.5.2 Salud

El servicio de salud en el Municipio lo presta el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social -MSPAS- a través del distrito No. 9 de Salud Pública está conformado por un Centro de Salud CAP (Centro de Atención Permanente) en la

cabecera municipal; dos puestos de salud; uno en la Aldea El Xab y otro en la Aldea Sibaná.

Por medio de la observación, se verificaron las condiciones de las instalaciones del Centro de Atención Permanente El Asintal que se encuentra ubicado en la Cabecera, se determinó que con el paso de los años se ha visto afectado por los cambios climáticos y por la falta de programas de mantenimiento preventivo y correctivo.

El equipo médico de cada centro de salud es escaso por falta de presupuesto para adquirir los instrumentos adecuados y así brindar un mejor servicio. Lo anterior afecta de forma negativa la salud de la población, en especial de las áreas rurales.

Según la encuesta realizada, la cobertura de atención por entes estatales a nivel local es 46%, el Hospital Nacional de Retalhuleu 26%, médicos particulares 17% e Instituto Guatemalteco de Seguridad Social -IGSS- 4% mientras que 7% utilizan métodos alternativos por falta de recursos económicos o aspectos culturales.

Es importante describir la preparación del personal que atiende cada uno de los puestos de salud. Se estableció que las personas contratadas que laboran en estos puestos de atención poseen un nivel técnico en enfermería, así mismo en ocasiones cuentan con apoyo de practicantes del Ejercicio Profesional Supervisado de la Facultad de Medicina de la Universidad de San Carlos de Guatemala; los médicos empleados son profesionales universitarios debidamente colegiados.

Se observaron pocos centros de atención médica con número reducido de personal con relación a la cantidad de habitantes y distancia entre poblados, situación que dificulta la satisfacción de necesidades de salud de la comunidad.

1.5.3 Agua

El resultado de la encuesta mostró que los pobladores no cuentan con una entidad que provea el vital líquido tratado para que sea potable. Se estableció que en la mayor parte de las viviendas, el servicio de agua se obtiene de tres formas principales: la primera que se utiliza en las áreas urbana y rural, es a través de pozos, por lo regular perforados de forma artesanal, con abundancia en época de invierno y secándose casi por completo durante la temporada de verano, este porcentaje asciende a 66% según datos de encuesta.

La segunda mayor fuente de abastecimiento para el área urbana, es servicio de agua entubada, cuyo porcentaje asciende a 18%. Es suministrado por parte del Comité de Campesinos -CODECA- y cobra un promedio de Q.5.00 al mes en los centros poblados de Sector Aguilar, Colonias El Abrigo y España, Aldea El Xab Centro y cabecera municipal.

Por último se encuentra para el área rural, el restante 16%, que incluye acarreo desde ríos y riachuelos, donde también realizan lavado de ropa e higiene personal.

1.5.4 Energía eléctrica

La compañía encargada de proveer energía eléctrica a las viviendas del casco urbano del Municipio, es la Empresa Municipal de Energía Eléctrica de Retalhuleu -EMEER-. En el área rural, es suministrado por la empresa ENERGUATE, antes llamada Distribuidora de Electricidad de Oriente, S.A. -DEORSA- y Distribuidora de Electricidad de Occidente, S.A. -DEOCSA- cuya sucursal se encuentra en la cabecera municipal de Retalhuleu, aspecto que

dificulta la atención al cliente.

En relación a la cobertura, en el área urbana del año 2002 al 2015, hay tendencia decreciente de cobertura por 14 %, significa que aumentó el número de viviendas, pero no la capacidad de cubrir la demanda. En el área rural se observa la misma tendencia.

1.6 INFRAESTRUCTURA PRODUCTIVA

Son todos los elementos materiales y servicios que están a disposición de la sociedad para que esta pueda desenvolver eficientemente sus actividades productivas. Esta variable determina y evidencia el nivel de desarrollo en que se encuentra el Municipio en su funcionamiento económico y social. Las principales subvariables se explican a continuación.

1.6.1 Vías de acceso

Las vías de acceso hacia los centros poblados rurales están en mal estado, cuentan con tramos cortos contruidos de concreto y el resto es de adoquín y terracería.

Las principales aldeas Sibaná y El Xab, se asientan a la orilla de la carretera CA-2 y sus sectores y caseríos se distribuyen al norte y al sur de la misma, es en esos caminos internos donde hay dificultad para movilizarse en época de lluvia, esto derivado a que se deteriora la vía no asfaltada.

1.6.2 Otras subvariables

De la misma forma, se desarrollan otras subvariables diagnosticadas sobre la infraestructura productiva como lo son:

- Puentes: Con base a la observación directa realizada en cada centro poblado, se determinó que la condición es crítica, son inseguros porque no

cuentan con baranda y banqueta para paso peatonal.

- Mercados: solo existe uno en el casco urbano, construido de concreto, de una planta y con techo de lámina, donde venden toda clase de productos, el cual es frecuentado por el 44% del los hogares.
- Energía eléctrica: solo existe servicio domiciliario, carece de electricidad industrial, no hay corriente trifásica para maquinaria y equipo de alto voltaje.
- Transporte: circulan vehículos tipo Pick-up, microbuses, taxis comunitarios. Los mototaxis son el método más práctico para la movilización, pero por su forma de construcción no garantizan seguridad.

Con base a la investigación de campo, se determina que la infraestructura productiva necesaria no se encuentra en condiciones óptimas para el progreso de actividades productivas artesanales que benefician a la población, esto impide un desarrollo socioeconómico sostenible. Al invertir en estas instalaciones, se mejora la calidad de vida de los habitantes y promueve el avance local.

1.7 ORGANIZACIÓN SOCIAL Y PRODUCTIVA

Se diagnosticó que la población se encuentra organizada con el fin de obtener un bienestar social y económico, con la implementación de proyectos eficientes; realizándose a través de instituciones sociales y productivas.

1.7.1 Organización social

Son todos aquellos grupos que se integran con el propósito predeterminado de mejorar las condiciones de bienestar para su comunidad.

En el Municipio existen las organizaciones siguientes: Consejos Comunitarios de Desarrollo -COCODE-; Comités Pro-mejoramiento; Organización social de mujeres; así como otras organizaciones sociales.

1.7.2 Organización productiva

Las organizaciones productivas son complementarias a las de tipo social y constituyen la base para un desarrollo integral del Municipio.

En la Cabecera Municipal se encuentra la Cooperativa Integral Agrícola El Asintal, R.L., entidad que trabaja con fondos del Banco Interamericano de Desarrollo -BID- para apoyar al micro y mediano empresario para impulsar la actividad agropecuaria con la obtención de distintos cultivos, el cual brinda asistencia financiera, asesorías técnicas con relación al proceso productivo adecuado, evaluaciones de mercado e intermediación para la venta entre el productor y el consumidor. También se encuentra la Asociación de Apicultores y la Asociación de Productores de Cacao.

1.8 ENTIDADES DE APOYO

Están a disposición de la comunidad, promueven el desarrollo económico y social; se clasifican en instituciones de Gobierno, la municipalidad, organizaciones no gubernamentales, organismos internacionales e incluso algunas entidades privadas que dan asistencia al desenvolvimiento de las capacidades humanas y así transformar las condiciones de la población.

1.8.1 Instituciones municipales

Es conocido como el gobierno local, se encarga de la administración de los intereses de las comunidades que lo integran. Tiene como máximo representante al alcalde electo.

La Municipalidad tiene las atribuciones de formular y coordinar políticas, planes y programas relativos al abastecimiento domiciliario de agua, alcantarillado, alumbrado público, mercados, autorización de cementerios, mercado, limpieza y ornato, regulación de transporte y gestión de biblioteca. Todo en beneficio de la población.

Dentro de su organización cuenta con la oficina municipal de la mujer, donde se atienden asuntos relacionados con este sector de la población, para que participe en la realización de propuestas que le beneficien. También cuenta con la dirección municipal de planificación que realiza planes y proyectos para el desarrollo del Municipio.

1.8.2 Instituciones estatales

Se encargan de realizar gestiones en nombre del Estado, rigen el funcionamiento de la localidad y; están al servicio y asistencia de la población. El Municipio cuenta con las siguientes: Sub-estación 34-32 de la Policía Nacional Civil -PNC-; Oficina Auxiliar del Registro Nacional de las Personas -RENAP-; Juzgado del Organismo Judicial; Supervisión Educativa Municipal, del MINEDUC, sector 11-09-01; Subcoordinadora de Comisión Nacional de Alfabetización -CONALFA-; Subdelegación Municipal Registro de Ciudadanos del Tribunal Supremo Electoral -TSE-.

1.8.3 Organizaciones no gubernamentales –ONG'S-

No tiene afán lucrativo, en el Municipio estas entidades son de beneficio social y con fines humanitarios que intentan mejorar ciertos aspectos de la comunidad. Existen: Centro Educativo Regional del Sur “Ruth Villa de León de Ralda”, Centro Ecuménico de Integración Pastoral –CEIPA-, PROCAP's –Programa de Capacitación a Docentes, Universidad del Valle-.

1.8.4 Entidades privadas

Prestan servicios a la localidad; el principal objetivo es generar ganancias para el propietario o accionistas, también generan fuentes de empleo para la población, entre estas se mencionan: El Correo y Mini Agencia del Banco de Desarrollo Rural –BANRURAL-.

1.9 FLUJO COMERCIAL Y FINANCIERO

Se refiere a las transacciones de carácter mercantil y financiero que tiene el Municipio, incluye las importaciones y exportaciones de productos y servicios en el ámbito del flujo comercial.

En el aspecto financiero, se consideran las remesas familiares, tanto a nivel nacional como internacional, principalmente de Estados Unidos de América y la ciudad capital de Guatemala.

1.9.1 Flujo comercial

Se observan comercios y servicios formalmente constituidos entre los que se enumeran: hoteles, cooperativa agrícola, farmacias, ferreterías, gasolineras, librerías, zapaterías, aceiteras, abarroterías, molinos nixtamal, centros fotográficos, mueblerías, talleres automotrices y de motocicletas, barberías, restaurantes, panaderías y carnicerías.

El comercio informal incluye a los vendedores ambulantes. Lo conforma: carretillas de granizadas, tortillerías, verdulerías entre otros. Para complementar este tema, se deben considerar las importaciones y exportaciones del Municipio.

1.9.1.1 Importaciones

Es la totalidad de bienes y servicios trasladados de otra localidad al Municipio; son realizadas porque la localidad no cuenta con infraestructura y condiciones socioeconómicas necesarias para satisfacer la demanda realizada por los consumidores. Los comerciantes facilitan de esta forma satisfacer las necesidades de la población. La mayoría de importaciones corresponde a artículos industrializados como medicamentos, equipo tecnológico, maquinaria y herramientas.

1.9.1.2 Exportaciones

Es la totalidad de bienes y servicios transportados hacia otra localidad. Según el estudio realizado se determina que el Municipio únicamente exporta productos de cultivo agrícola como café, maíz y caña de azúcar; así mismo, café pergamino del sector agroindustrial.

Las exportaciones están constituidas en un alto porcentaje por productos agrícolas, aspecto que convierte a este sector el principal generador económico del lugar.

1.9.2 Flujo financiero

Se desarrolla a través de una mini agencia bancaria de Banrural, donde destacan las remesas familiares enviadas del exterior para ayudar con el sustento de algunos pobladores.

Según muestreo realizado, quince hogares reciben este beneficio, el monto mensual estimado que generan las divisas asciende a Q.9,000.00, lo cual representa un ingreso promedio de Q.600.00 para cada uno.

1.10 RESUMEN DE ACTIVIDADES PRODUCTIVAS

Las principales en su orden son la agrícola, pecuaria y la artesanal, por lo que a continuación se detallan las mencionadas actividades productivas del Municipio, conforme el aporte económico por actividad y la generación de empleo de las mismas.

Para visualizarlas, se presenta el cuadro siguiente:

Cuadro 5
Municipio de El Asintal, departamento de Retalhuleu
Resumen de Actividades Productivas
Año: 2015

Actividad productiva	Valor de la producción Q.	Generación de empleo			
		Jornales	%	Trabajadores	%
Agrícola	55,692,208	112,932	97	10,846	93
Pecuaria	34,687,140	3,990	3	274	2
Artesanal	1,404,640	-	-	35	1
Agroindustrial	4,785,000	-	-	163	1
Comercio	-	-	-	281	2
Servicios	-	-	-	103	1
Totales	96,568,988	116,922	100	11,702	100

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

La actividad con mayor producción es la agrícola, como cultivo principal se encuentra el hule líquido, así también se cultiva maíz blanco, frijol negro, café uva, lichas o rambután. Según el estrato de finca, la multifamiliar grande es la más importante en cuanto al aporte realizado a la economía del lugar. El nivel tecnológico empleado es muy bajo, no cuenta con herramienta y maquinaria moderna, únicamente en los estratos grandes de fincas tienen mejor tecnología debido a que poseen un volumen alto de producción.

La actividad productiva pecuaria ocupa el segundo lugar en importancia en la generación de fuentes de empleo y las actividades identificadas son: engorde de pollos y tilapia; producción de miel y crianza y engorde de ganado bovino y porcino.

El tercer lugar lo tiene la producción artesanal la cual se realiza de forma manual sin el auxilio de maquinaria o automatizaciones. De principio a fin el proceso de fabricación implica la pericia del obrero que utiliza una herramienta de uso rústico. Existen diversos productos que van desde los comestibles hasta artículos para el hogar.

La actividad agroindustrial es la tercera en importancia por el valor de la producción, la cual consiste en café pergamino y madera realizada en empresas medianas. La tecnología utilizada corresponde a la de una mediana empresa, pues no cuentan con equipo adecuado para la automatización y tecnificación del proceso productivo.

La actividad comercial es una de las más rentables del Municipio, presenta atractivas tasas de rentabilidad, que hace posible financiar las operaciones con fondos propios. Las empresas dedicadas a esta actividad son de tipo formal.

Por último está la de servicios, existe acceso a señal de telefonía celular de las tres operadoras que trabajan en Guatemala, también una agencia bancaria de Banrural, además en los principales centros poblados se tiene la facilidad de televisión por cable. Entre otros servicios, destacan las barberías, talleres automotrices, funeraria y hoteles.

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO DE LAS PANADERÍAS

En el presente capítulo, se muestran las características tecnológicas, volumen y valor de la producción, resultados financieros, comercialización, organización empresarial, generación de empleo, así como resumen de la problemática encontrada y propuestas solución.

2.1 CARACTERÍSTICAS TECNOLÓGICAS

Esta actividad lleva a cabo los procesos productivos de forma manual apoyados con herramientas y máquinas, por lo regular rudimentarias y simples, sin ningún tipo de automatización. El artesano aprende el oficio de manera empírica, en talleres familiares donde realiza trabajos como aprendiz para luego instalar su propio centro productivo, solo un número reducido recibe capacitación en institutos técnicos.

Conforme la investigación de campo efectuada, se presentan éstas por tamaño de artesano en la forma siguiente:

- Pequeños artesanos: produce pan francés y pan dulce. Utiliza materias primas de calidad requerida para elaboración de alimentos; la mano de obra empleada es familiar sin aplicar división de trabajo; utilizan hornos de gas; no cuentan con utensilios eléctricos; el proceso de elaboración del producto es completamente manual; aprendieron el oficio de forma empírica; no tienen acceso a capacitación técnica ni a financiamiento.
- Medianos artesanos: produce pan francés y pan dulce. La materia prima es de calidad aceptable; combina mano de obra familiar y asalariada; utilizan hornos que consumen gas y electricidad con respaldo de planta generadora;

el proceso de producción es manual con cierto grado de división del trabajo; aprendieron el oficio de forma empírica y con asistencia técnica.

2.2 VOLUMEN Y VALOR DE LA PRODUCCIÓN

Lo constituye la cantidad y precio de venta de productos elaborados en períodos de un año por las unidades económicas artesanales.

En el siguiente cuadro, se presenta el valor y volumen de la producción artesanal de pan francés y pan dulce, según tamaño de empresa y producto.

Cuadro 6
Municipio de El Asintal, Departamento de Retalhuleu
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	4		936,000		468,000
Pan francés		Unidad	468,000	0.50	234,000
Pan dulce		Unidad	468,000	0.50	234,000
Mediano artesano					
Panadería	1		561,600		280,800
Pan francés		Unidad	468,000	0.50	234,000
Pan dulce		Unidad	93,600	0.50	46,800
Totales	5		1,497,600		748,800

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

Se observa que el volumen de producción total anual es de 1,497,600, equivale a 4,103 unidades diarias, que resulta en un ingreso diario de Q.2,051.51 y puede considerarse como una cantidad segura de obtenerse, porque son productos de consumo diario dentro del Municipio. Además, la actividad de panadería es la

que tiene mayor valor y volumen de producción del ramo artesanal, con base a la investigación de campo se determinó que la misma es la que posee más número de unidades económicas del lugar.

2.3 RESULTADOS FINANCIEROS

En el presente apartado se presenta el costo directo de producción, estado de resultado, rentabilidad y financiamiento de la producción artesanal de pan francés y pan dulce, clasificados de acuerdo con el tipo de producto y al tamaño de empresa.

2.3.1 Costo directo de producción

Es la inversión necesaria para la elaboración de los productos en la actividad de panadería. Se integra por insumos y/o materias primas, mano de obra directa y costos variables de producción.

Se detalla en el cuadro siguiente:

Cuadro 7
Municipio de El Asintal, departamento de Retalhuleu
Producción Artesanal Panadería
Estado de Costo Directo de Producción
por Tamaño de Empresa y Producto
del 01 de enero al 31 de diciembre de 2015
(cifras en quetzales)

Tamaño/producto Elementos del costo	Pequeña		Mediana	
	Encuesta	Imputados	Encuesta	Imputados
Panadería				
Pan francés				
Materiales	114,847	114,847	114,847	114,847
Harina dura	90,480	90,480	90,480	90,480
Manteca	10,140	10,140	10,140	10,140
Levadura	3,744	3,744	3,744	3,744
Agua	4,368	4,368	4,368	4,368

Continúa en la página siguiente...

...viene de la página anterior

Tamaño/producto Elementos del costo	Pequeña		Mediana	
	Encuesta	Imputados	Encuesta	Imputados
Azúcar	5,803	5,803	5,803	5,803
Sal	312	312	312	312
Mano de obra	17,201	23,101	17,201	26,134
Panadero	17,201	17,201	8,758	8,758
Ayudante	-	-	8,443	8,443
Bono incentivo	-	2,600	-	5,200
Séptimo día panadero	-	3,300	-	1,893
Séptimo día ayudante	-	-	-	1,840
Costos indirectos variables	24,768	33,628	18,921	27,968
Cuota patronal (12.67%)	-	2,597	-	2,652
Prestaciones laborales (30.55%)	-	6,263	-	6,395
Bolsa empaque 5 libras	531	531	-	-
Bolsa empaque 10 libras	944	944	1,624	1,624
Gas propano	23,293	23,293	12,979	12,979
Energía eléctrica	-	-	3,838	3,838
Combustible planta	-	-	480	480
Costo directo de producción	156,816	171,576	150,969	168,949
Producción de pan francés	468,000	468,000	468,000	468,000
Costo directo unitario de un pan francés	0.34	0.37	0.32	0.36
Pan dulce				
Materiales	121,329	121,329	24,292	24,292
Harina suave	60,840	60,840	12,168	12,168
Huevo	11,653	11,653	2,340	2,340
Manteca	24,336	24,336	4,867	4,867
Azúcar	20,311	20,311	4,062	4,062
Canela	1,404	1,404	281	281
Royal	819	819	164	164
Agua	1,966	1,966	410	410
Mano de obra	12,900	17,325	2,580	3,920
Panadero	12,900	12,900	1,314	1,314
Ayudante	-	-	1,266	1,266
Bono incentivo	-	1,950	-	780
Séptimo día panadero	-	2,475	-	284
Séptimo día ayudante	-	-	-	276
Costos indirectos variables	18,945	25,590	2,980	4,337

Continúa en la página siguiente...

...viene de la página anterior

Tamaño/producto Elementos del costo	Pequeña		Mediana	
	Encuesta	Imputados	Encuesta	Imputados
Cuota patronal (12.67%)	-	1,948	-	398
Prestaciones laborales (30.55%)	-	4,697	-	959
Bolsa empaque 5 libras	531	531		
Bolsa empaque 10 libras	944	944	336	336
Gas propano	17,470	17,470	1,996	1,996
Energía eléctrica			576	576
Combustible planta			72	72
Costo directo de producción	153,174	164,244	29,852	32,549
Producción de pan dulce	468,000	468,000	93,600	93,600
Costo directo unitario de un pan dulce	0.33	0.35	0.32	0.35

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

En el cuadro anterior se muestra el costo de producción anual y unitaria de pan francés y pan dulce artesanales elaborados en el Municipio. En lo que respecta a los pequeños artesanos, no existe diferencia en el valor de adquisición de materiales para datos de encuesta e imputados.

En cuanto a los costos variables de producción, se consideran los bienes que indirectamente son necesarios para el proceso productivo, sin embargo, en el total de este rubro, también existe discrepancia entre datos obtenidos en encuesta e imputados por el cálculo de prestaciones de ley, como lo son: aguinaldo, bono 14, vacaciones, indemnización y cuotas patronales derivados de la mano de obra no considerada por el productor como parte de las erogaciones requeridas.

Para el mediano artesano, se da una situación similar en cuanto a las variaciones registradas en cada elemento de costo, con el agregado de contar con ayudantes aprendices.

En ambos casos el pago de la mano de obra es a destajo por quintal de harina trabajado, únicamente hay diferencias por prestaciones laborales.

2.3.2 Estado de resultados

Es el estado financiero que muestra la pérdida o ganancia obtenida en la operación realizada en un período determinado de las diversas actividades artesanales realizadas; se compone de ventas, costos de producción y gastos.

A continuación se muestra el estado de resultados según el tamaño de la empresa y producto para el año 2015.

Cuadro 8
Municipio de El Asintal, departamento de Retalhuleu
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	Pequeña		Mediana	
	Encuesta	Imputados	Encuesta	Imputados
Panadería				
Pan francés				
Ventas	234,000	234,000	234,000	234,000
(-) Costo directo de producción	156,816	171,576	150,969	168,949
Ganancia marginal	77,184	62,424	83,031	65,051
(-) Costos y gastos fijos	1,740	8,492	6,000	29,051
Renta de local	1,140	1,140	-	-
Energía eléctrica	240	240	120	120
Sueldo vendedor	-	-	4,680	11,206
Bonificación vendedor	-	-	-	1,170
Cuota patronal (12.67%)	-	-	-	1,420
Prestaciones laborales (30.55%)	-	-	-	3,423
Depreciación equipo	-	6,072	-	10,000
Depreciación mobiliario	-	680	-	512
Ganancia antes de ISR	75,444	53,932	77,031	36,000
(-) ISR 25%	18,861	13,483	19,258	9,000

Continúa en la página siguiente..,

...viene de la página anterior

Tamaño/producto	Pequeña		Mediana	
	Encuesta	Imputados	Encuesta	Imputados
Ganancia neta	56,583	40,449	57,773	27,000
Pan dulce				
Ventas	234,000	234,000	46,800	46,800
(-) Costo directo de Producción	153,174	164,244	29,852	32,549
Ganancia marginal	80,826	69,756	16,948	14,251
(-) Costos y gastos fijos	1,650	6,714	1,260	5,409
Renta local	1,140	1,140	-	-
Energía eléctrica	240	240	120	120
Sueldo vendedor	-	-	960	2,299
Bonificación Vendedor	-	-	-	240
Cuota patronal (12.67%)	-	-	-	291
Prestaciones laborales (30.55%)	-	-	-	702
Depreciación equipo	-	4,554	-	1,500
Depreciación mobiliario	-	510	-	77
Ganancia antes de ISR	79,176	63,042	15,688	8,842
(-) ISR 25%	19,794	15,761	3,922	2,210
Ganancia neta	59,382	47,281	11,766	6,632

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

En el cuadro anterior se muestra el resultado según encuesta e imputados, en el cual existe una variación respecto a la utilidad obtenida, donde el primero reporta ganancia en todos los casos mientras el segundo, un margen menor o pérdida en la operación. Esta situación se deriva por la diferencia en costos generada por la exclusión de la mano de obra y costos variables derivados de obligaciones patronales con los trabajadores y el seguro social, así como la inclusión en datos imputados de gastos no contemplados, por depreciaciones a maquinaria, herramienta y mobiliario, de igual manera prestaciones y sueldo mínimo de personal de ventas.

2.3.3 Rentabilidad

En el presente apartado se analiza el rendimiento de cada producto,

determinada sobre ventas y costos, según el tamaño de la empresa artesanal.

Rentabilidad de la actividad de panadería

A continuación se analiza este indicador tanto en pequeña como en mediana empresa, en los distintos productos que elabora.

- Pequeño artesano:

La elaboración de pan francés, por cada quetzal en ventas se obtiene un rendimiento de Q0.24 según datos encuesta, mientras que para imputados por la inclusión de gastos de depreciación y prestaciones laborales genera únicamente Q0.17. En cuanto costos y gastos, cada quetzal invertido produce una utilidad de Q0.36 y Q0.22 según encuesta e imputados respectivamente, que lo convierte en el producto artesanal más rentable en este tamaño de empresa.

Para el pan dulce los resultados de la evaluación financiera son similares al producto anterior, el rendimiento por cada quetzal de venta es de Q0.25 según encuesta; mientras que para imputados Q0.20. En costos y gastos, por cada quetzal invertido se obtiene un margen de Q0.38 y Q0.28 para encuesta e imputados respectivamente, por lo que es el segundo más rentable.

- Mediano artesano

Para el producto de pan francés, se obtiene por cada quetzal de venta un rendimiento de Q0.25 y Q0.12 según datos de encuesta e imputados respectivamente. En relación con costos y gastos por cada quetzal invertido en su elaboración se recibe un margen de Q0.37 de acuerdo con datos de encuesta y Q0.14 para datos imputados.

Respecto al pan dulce, se determinó que por cada quetzal de venta se obtiene Q0.25 de ganancia según datos de encuesta, mientras que con imputados es de Q0.14. En cuanto al análisis de costos y gastos, se concluye que por cada quetzal en este rubro Q0.38 y Q0.17 contribuyen a la utilidad respectivamente.

De acuerdo a la investigación, se estableció que la actividad artesanal más rentable del Municipio es la panadería con la elaboración de pan francés y dulce por ser parte de la canasta básica.

2.3.4 Financiamiento

Constituye los recursos monetarios necesarios para realizar una actividad productiva artesanal. Se determinó que los pequeños artesanos no cuentan con este beneficio de origen, utilizan capital propio, producto de las ventas efectuadas para cubrir los costos y gastos.

Lo anterior es porque este tamaño de empresa no tiene acceso a asistencia financiera o el volumen de producción no demanda mayor inversión, debido a que en muchos casos no es la única fuente de ingresos para el artesano, que combina esta labor con trabajo remunerado o con otras actividades comerciales. En cuanto a los medianos artesanos, tienen mayor facilidad para obtener este apoyo, sin embargo, no lo utilizan de ninguna institución,.

2.4 COMERCIALIZACIÓN

Es un proceso mediante el cual el producto que cada artesano elabora, llega al consumidor final en el tiempo, sitio y forma como éste último lo desee. Busca facilitar el contacto entre vendedores y compradores.

Para analizarlo en la actividad artesanal, es necesario utilizar las herramientas de mezcla de mercadotecnia, canales de comercialización y márgenes de comercialización.

2.4.1 Mezcla de mercadotecnia

Representa el conjunto de herramientas que son controlables y que permiten una combinación de los cuatro elementos a analizar: producto, precio, plaza y promoción, para producir la respuesta deseada en el mercado meta.

Se debe tomar en cuenta que en el producto se encuentran los atributos tangibles e intangibles dentro de los que se mencionan el sabor, el color, precio, prestigio del fabricante, servicios, usos y beneficios que los caracteriza.

Los productos que se analizan para determinar la mezcla adecuada de las variables son el pan francés y el pan dulce, por tal razón se debe indicar en forma pormenorizada todos los atributos, lo cual se expone en la tabla que aparece a continuación.

Tabla 1
Municipio de El Asintal, departamento de Retalhuleu
Producción Artesanal Panadería
Mezcla de Mercadotecnia
Año: 2015

Subvariables	Pan francés y pan dulce
	Producto
Calidad	Ingredientes adecuados para la producción, que le proporciona sabor, color y textura, aceptables por parte del consumidor.
Presentación	La unidad del pan francés tiene tamaño de cinco pulgadas de largo y el dulce un diámetro de dos pulgadas y media.
Características	El pan francés se elabora con harina dura, manteca, levadura, agua, azúcar y sal. El dulce, con una mezcla de harina suave, huevo, manteca, azúcar, canela, royal, y agua.
Garantía	Por ser productos perecederos se da con base a su elaboración, presentación y precio.

Continúa en la página siguiente...

...viene de la página anterior

Subvariables		Pan francés y pan dulce
		Precio
Descuentos	Se ofrece únicamente a detallistas y revendedores.	
Concesiones	No se otorga porque los productos son perecederos.	
		Plaza
Cobertura	Solo dentro del Municipio.	
Inventario	No se manejan existencias ya que son de consumo diario, también se trabajan contra pedido.	
		Promoción
Publicidad	Frecuencia de radio municipal y de boca en boca.	
Venta personal	Si es aplicado, visita a los compradores.	

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

En la actividad artesanal es indispensable analizar la mezcla de mercadotecnia y para ello se estudian los productos como tales. Se estableció que en la panadería se utiliza harina dura y suave, huevos, manteca, agua, azúcar, sal, levadura.

Los productores no usan marcas o etiquetas debido al nivel de producción e ingresos generados por éstos, situación que no les permite incurrir en costos y gastos que puedan elevar el precio de los artículos elaborados, además esto afectaría en el margen de ganancias esperadas.

La producción es comercializada únicamente dentro del Municipio y la venta es realizada directamente en los locales donde se elabora a los consumidores finales, como es el caso de panaderías.

Los productores artesanales no manejan ningún tipo de promoción para dar a conocer los productos, la publicidad utilizada es de boca a oído, debido a la poca capacidad económica con la que cuentan.

Sin embargo, un mediano artesano dedicado a la panadería manifestó que

utilizó una de las frecuencias de radio a nivel municipal, pero debido a que la emisora dejó de funcionar, en la actualidad emplea publicidad de persona a persona para captar nuevos clientes y generar mayores ingresos.

2.4.2 Canales de comercialización

Están conformados por las distintas etapas que recorren los bienes durante la transferencia de dominio al consumidor final.

Se debe conocer que es muy difícil para el fabricante hacer por sí solo la distribución de sus mercancías sin la intervención de intermediarios, los cuales son el medio para que pueda ser el proveedor de los clientes y a la vez el comprador de los productos.

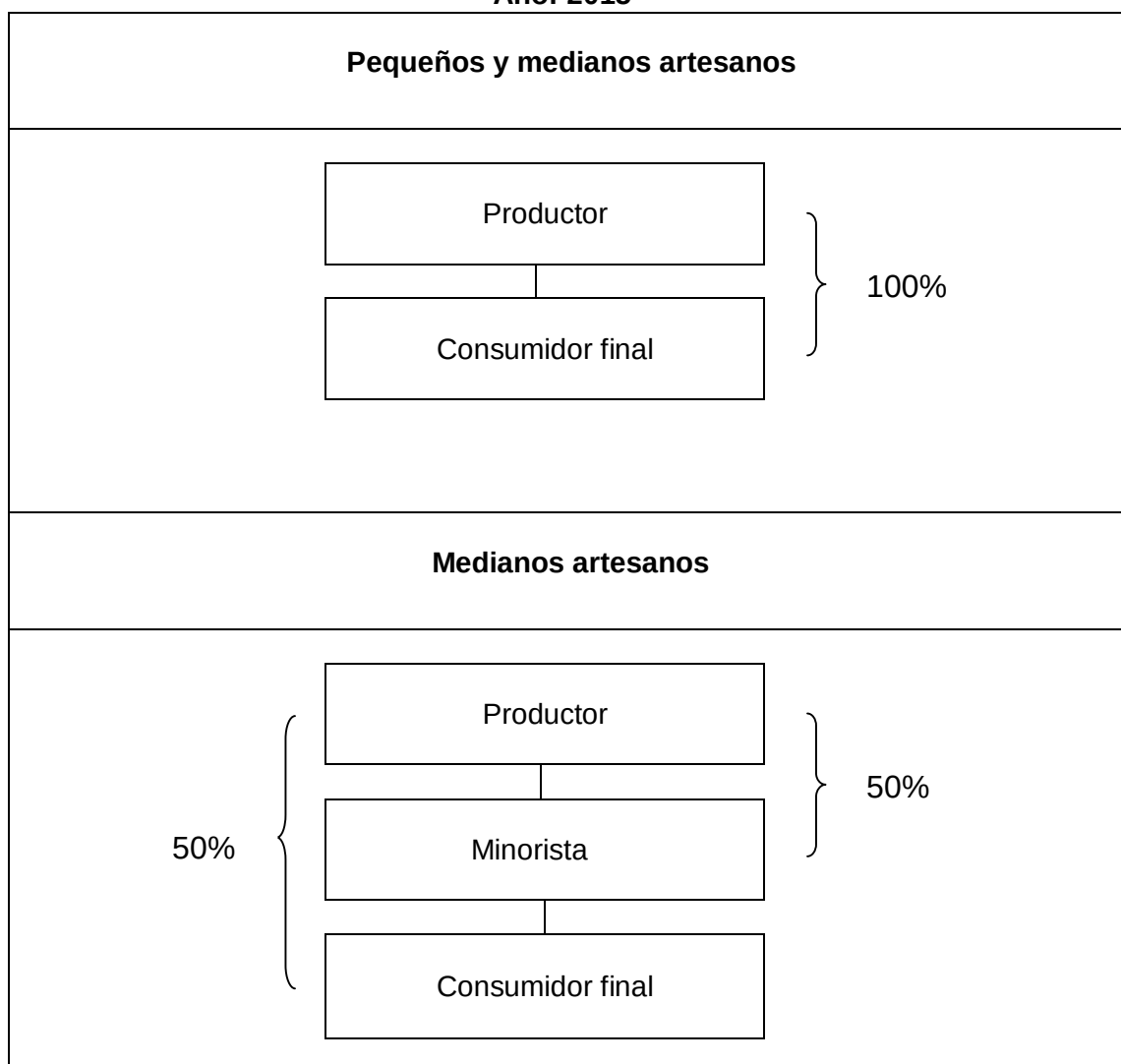
Por la experiencia y costumbre se eligen los medios para hacer llegar el producto al consumidor final. Se aprovecha la distribución dentro del taller de elaboración, también lo hacen con detallistas.

Por tradición sólo venden dentro del municipio a consumidores finales y tiendas, no se aprovecha la celebración de ferias, donde puede el producto ser conocido y adquirido por potenciales clientes.

Además, no se hace uso de redes sociales tan populares hoy en día y además gratuitas como facebook, twitter o whatsapp, aprovechables como apoyo para acercarse a intermediarios y compradores.

En la gráfica siguiente se muestra la estructura de los que se utilizan dentro del Municipio.

Gráfica 1
Municipio de El Asintal, departamento de Retalhuleu
Producción Artesanal Panadería
Canales de Comercialización
Año: 2015



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

La gráfica indica que la actividad panadera utiliza los dos tipos de canal de comercialización. El directo, evidencia que parte de la producción de pan es vendida directamente al consumidor final. En tanto, el mediano artesano emplea el indirecto, donde parte del producto pasa por la intermediación de un minorista para que el mismo llegue al cliente que reside en zonas rurales más alejadas.

2.4.3 Márgenes de comercialización

Para el cálculo de los mismos, se deben analizar los índices que determinan los porcentajes de rendimiento y participación sobre la inversión, además los precios de venta por unidad. Se incluyen los gastos necesarios para hacer llegar el producto al consumidor final por medio de intermediarios, los cuales también incurren en gastos para su distribución. El cuadro siguiente contiene los cálculos que determinan cuál es el margen de comercialización entre el productor y minoristas en el área de panadería.

Cuadro 9
Municipio de El Asintal, departamento de Retalhuleu
Producción Artesanal Panadería
Márgenes de Comercialización
Año: 2015

Institución	Precio de venta unidad Q.	Margen bruto Q.	Costos de mercadeo Q.	Margen neto Q.	Rendimiento sobre inversión %	Participación %
Pan francés y dulce		Panadería				
Productor	0.50					83
Minorista	0.60	0.10	0.03	0.07	14	17
Transporte			0.02			
Almacenamiento			0.01			
Consumidor final						
Total		0.10	0.03	0.07		100

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

El cuadro anterior muestra los márgenes de comercialización que existen en la actividad de panadería. El productor vende el pan francés y el dulce al minorista a Q.0.50, éste a su vez lo mercadea al consumidor final a Q.0.60.

El productor es quien tiene mayor participación en el proceso de comercialización con un porcentaje del 83%, mientras que el minorista obtiene solo 17%, aspectos que indican una relación y participación eficiente; en cuanto al rendimiento sobre inversión, el minorista tiene un margen neto de

comercialización de Q.0.07 porque posee costos de mercadeo.

La mayoría de los artesanos elaboran y venden los productos directamente al consumidor final y una mínima parte se entregan a minoristas que compran el producto y lo comercializan en lugares donde no existen panaderías, esto permite revender el mismo a precios competitivos y percibir una ganancia aceptable. Los puntos de venta regularmente son los talleres de elaboración, debido a que no cuentan con suficiente capital para invertir en otros gastos para comercializarlos.

2.5 ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

La importancia de aplicarla, radica en que es el medio a través del cual se establece la manera para alcanzar los objetivos, suministra métodos y procedimientos que permiten desempeñar las actividades de forma eficiente y con menor esfuerzo. Lo antes descrito evita la duplicidad de labores, al establecer las funciones y responsabilidades que cada integrante de la organización debe desarrollar.

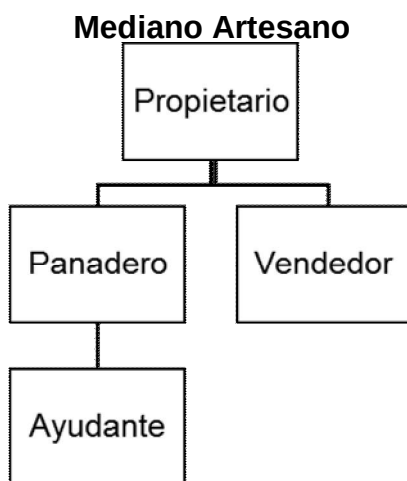
Se determinó que los productores artesanales del Municipio no cuentan con una organización empresarial de tipo formal, la administración de la actividad a la que se dedican es empírica y la toma de decisiones es realizada en la mayoría de los casos por el propietario.

2.5.1 Estructura organizacional

En el Municipio existe la actividad artesanal de panadería; se divide en pequeño y mediano artesano, determinado por el número de trabajadores, materiales, herramientas, maquinaria, recursos económicos y la división de trabajo empleados durante el proceso de producción.

En la siguiente gráfica se aprecia la estructura organizacional utilizada por los medianos artesanos:

Gráfica 2
Municipio de El Asintal, departamento de Retalhuleu
Producción Artesanal Panadería
Estructura Organizacional
Año: 2015



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

En la gráfica anterior se presenta un organigrama lineal de la panadería en el cual se define el puesto que desempeña el empleado, también se determina que está dividido en niveles: estratégico, táctico y operativo. El primero lo ocupa el propietario quien representa la máxima autoridad; en el táctico se encuentran el panadero y el vendedor quienes representan los mandos medios y son personas asalariadas. Finalmente, se encuentra las funciones operativas, que las ejerce el ayudante.

En cuanto a la complejidad de la organización, se estableció que existe división del trabajo, definido con base al volumen de producción del pan francés y dulce, donde se necesita personal a cargo de la preparación de la materia prima utilizado en la fabricación del producto.

No se cuenta con manuales y formularios de procedimientos; existe delegación de funciones por parte del propietario, misma que cumplen el panadero y vendedor quienes son los que tienen la labor de supervisar el proceso productivo del pan, con base a esto se concluye que el sistema organizacional es lineal.

Por otra parte, se determinó que los pequeños artesanos del Municipio no cuentan con una estructura organizacional, situación que impide realizar una gráfica; la autoridad, decisiones y responsabilidades están a cargo del propietario, la administración está basada en costumbres y experiencia adquirida. En cuanto a la complejidad, la misma no existe debido a que no cuenta con división de trabajo. Además, por la carencia de mano de obra, no se utilizan manuales y formularios de organización.

2.6 GENERACIÓN DE EMPLEO

Las diferentes actividades productivas representan fuentes de ingresos y oportunidades de trabajo para cada uno de los pobladores. A través de la investigación de campo se estableció la generación de empleo con que la actividad artesanal contribuye a la economía de los habitantes del Municipio.

En la producción de panadería al año 2015, se generan 16 fuentes de empleo, los pequeños artesanos 8 y los medianos 8. Esta es la principal actividad en cuanto al aporte al valor de la producción. La forma de remuneración es medido con base a quintal trabajado, es decir a destajo.

2.7 RESUMEN DE LA PROBLEMÁTICA ENCONTRADA Y PROPUESTAS DE SOLUCIÓN

Conforme la investigación de campo, se observó la forma en que se produce y comercializa la producción de panadería, por lo que se resume a continuación la problemática y las soluciones.

2.7.1 Problemática encontrada

No se aprecia una innovación a la presentación del producto ya que se conserva la misma que existe desde hace muchos años, lo que impide buscar nuevos mercados.

Existe carencia de conocimientos que se relacionan con las herramientas de comercialización, como lo es la mezcla de mercadotecnia, que no permite se busquen nuevos mercados para incrementar las ventas e impide crear más fuentes de trabajo.

Después de analizar esta situación, a continuación se hace una propuesta con el fin de mejorar las condiciones de mercadeo que hasta ahora se tienen.

2.7.2 Propuestas de solución

Para aplicarlas, primero es necesario enfocar el esfuerzo en el cambio de mentalidad de los entes involucrados en la producción de pan francés y pan dulce.

Con el correr de los años, las personas se han acostumbrado de tal manera que consideran imposible hacer algún cambio, porque en apariencia es la forma que mejor resultados les ha dado y desconfían de los que se puedan obtener al hacer modificaciones.

También se debe obtener la colaboración de instituciones como el –INTECAP- para capacitar a los artesanos, con el fin de crear nuevas líneas de productos y así ampliar el mercado donde se comercializan.

Es ineludible implementar el uso de servicios contables por medio de un contador externo, con el fin de llevar un control adecuado de los ingresos y

egresos, además para que las instituciones de crédito tengan elementos técnicos para otorgarles financiamiento, con ello adquirir mejor tecnología y equipo para agilizar la elaboración del pan, así como para diversificar la producción, a fin de crear nuevas presentaciones y surtido de productos.

Por medio de profesionales conocedores de la materia, se les imparta capacitación en el conocimiento y el uso adecuado de la herramientas de comercialización como la mezcla de mercadotecnia, con el objetivo de incrementar las ventas, y crear más fuentes de trabajo.

Se analizaron detenidamente las causas de los problemas que se detectaron, se buscaron soluciones técnicas para elaborar una guía dirigida a los miembros del comité, así como al personal administrativo.

CAPÍTULO III

PROYECTO: PRODUCCIÓN DE CONSERVA DE MANGO

De acuerdo a la investigación realizada con el fin de crear una fuente de ingresos para personas que habitan en el municipio de El Asintal, se presenta el “Proyecto: Producción de Conserva de Mango”.

3.1 DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

La propuesta de inversión consiste en elaborar y envasar de forma artesanal conserva de mango, que permitirá la diversificación de producción de dicha área, el aprovechamiento del fruto y generará fuentes de empleo.

Se ejecutará en el Municipio debido a la existencia de materia prima y mano de obra necesaria para la producción, de manera que se cubrirá la demanda existente.

Se comercializará tanto en el lugar, como en Nuevo San Carlos y San Sebastián a un precio de Q.17.50 por unidad para los intermediarios y de Q.19.50 para el consumidor final, importe similar a otros productos de la competencia.

El proyecto se ejecutará en el casco urbano para facilitar su distribución en un local arrendado, con el nivel tecnológico básico que requiere una empresa artesanal pequeña, razón por la cual la producción se realizará en un período de cuatro meses comprendido de marzo a junio, cuando se efectúa la cosecha del fruto, misma que se estima en 121,200 frascos durante los cinco años de duración del proyecto, dentro de los cuales está incluida la merma.

Para la ejecución, se organizarán a los participantes en un comité legalmente constituido que será integrado por 15 personas. El financiamiento será interno en su totalidad y cada miembro aportará Q.3,534.20.

3.2 JUSTIFICACIÓN

Debido a la escasez de fuentes de empleo y desaprovechamiento de los recursos en el Municipio, se determinó la necesidad de diversificar la producción artesanal.

Se propone la elaboración de esta conserva por la capacidad de producción; disponibilidad del fruto, del cual el departamento es el principal productor, así como la facilidad de transformar el mango en un producto con valor agregado y con un alto valor nutritivo, que además responda a la capacidad adquisitiva de la población al que está dirigido.

Con el proyecto se pretende crear nuevas fuentes de ingresos que permita la comercialización de un nuevo producto que favorecerá al crecimiento económico.

3.3 OBJETIVOS

Se presentan a continuación los objetivos que se pretenden alcanzar con la realización del proyecto.

- **Objetivo general**

Promover la diversificación de la actividad productiva artesanal para atender la demanda que existe, a fin de mejorar las condiciones de vida de las personas que estarán involucradas en el proyecto de conserva de mango y con ello elevar el poder adquisitivo de las mismas.

- **Objetivos específicos**

- ✓ Ofrecer un producto de calidad a través del valor agregado que se otorga a la materia prima para cubrir la demanda insatisfecha que existe y posicionarlo en el mercado meta con precio accesible de acuerdo a la capacidad adquisitiva.

- ✓ Realizar un estudio técnico que permita el diseño operacional óptimo para la elaboración y distribución del producto final.
- ✓ Crear una adecuada organización, constituida en comité la cual es requerida para la ejecución efectiva y eficiente en los procesos de producción, comercialización, administrativos y financieros.
- ✓ Determinar la rentabilidad y sostenibilidad financiera del proyecto para los primeros cinco años del mismo, para garantizar los rendimientos esperados por cada uno de los socios del comité.

3.4 ESTUDIO DE MERCADO

Establece si un proyecto de inversión es viable, se hace uso del análisis de oferta y demanda tanto histórico como proyectado, precio de la presente propuesta de inversión.

Oferta y demanda

A continuación se presentan los cuadros que contienen: oferta histórica y proyectada de productos sustitutos, demanda potencial e insatisfecha histórica y proyectada de conserva de mango, para facilitar el análisis.

- Oferta histórica y proyectada

A continuación se presenta un cuadro donde se observan los datos obtenidos.

Cuadro 10
Municipio de Nuevo San Carlos, San Sebastián y El Asintal
departamento de Retalhuleu
Oferta Histórica y Proyectada: Productos Sustitutos*
Período: 2010-2019
(en frascos de 16 onzas)

Año	Producción	Importaciones	Oferta total
2010	0	4,726	4,726
2011	0	4,967	4,967
2012	0	5,219	5,219

Continúa en la página siguiente...

...viene de la página anterior

Año	Producción	Importaciones	Oferta total
2013	0	5,478	5,478
2014	0	5,746	5,746
2015	0	5,993	5,993
2016	0	6,248	6,248
2017	0	6,503	6,503
2018	0	6,758	6,758
2019	0	7,013	7,013

*Para el cuadro de oferta se utilizaron como productos sustitutos: melocotones e higos en almíbar.

Fuente: elaboración propia con base a datos proporcionados por las tiendas de los municipios; proyecciones a través del método de mínimos cuadrados ($Y_c = a + bx$), donde $a = 5,227$ y $b = 255$, año base 2012.

En el cuadro de oferta histórica y proyectada se muestra que la totalidad de los productos sustitutos consumidos en los Municipios objeto de estudio, es importada de otras regiones, esta situación se debe a que no se producen en los mismos. Para el cálculo de los años 2013 y 2014 los datos de obtuvieron en las tiendas comerciales de los municipios; se calculó el incremento de ventas en porcentaje entre los mismos, el cual se aplicó en forma decreciente para el lapso 2012 a 2010.

- Demanda potencial histórica y proyectada

En el cuadro siguiente se aprecia la misma y los cálculos efectuados.

Cuadro 11
Municipio de Nuevo San Carlos, San Sebastián y El Asintal
departamento de Retalhuleu
Proyecto: Producción de Conserva de Mango
Demanda Potencial Histórica y Proyectada
Período: 2010-2019

Año	Población total (familias)	Población delimitada (20%)	Consumo per cápita en frascos	Demanda potencial
2010	19,179	3,836	7	26,852
2011	19,644	3,929	7	27,503

Continúa en la página siguiente...

...viene de la página anterior

Año	Población total (familias)	Población delimitada (20%)	Consumo per cápita	Demanda potencial
2012	20,123	4,025	7	28,175
2013	20,614	4,123	7	28,861
2014	21,112	4,222	7	29,554
2015	21,613	4,323	7	30,261
2016	22,120	4,424	7	30,968
2017	22,635	4,527	7	31,689
2018	23,155	4,631	7	32,417
2019	23,696	4,739	7	33,173

Fuente: elaboración propia, con base a datos de estimaciones de la Población total por Municipio período 2010-2019 del Instituto Nacional de Estadística -INE- y consumo per cápita proporcionado por nutricionista. (Ver anexo 2).

El cuadro de demanda potencial detalla la cantidad de población que no ha tenido acceso a los productos dentro de los tres Municipios mencionados; se estima que existe una delimitación del 20% de las familias, las que consumirán siete frascos al año, esta cantidad se considera adecuada para aplicar al proyecto de conserva de mango.

- Consumo aparente histórico y proyectado

Es necesario establecer si hay producción y exportaciones del producto a fin de determinar la procedencia y la cantidad que se ha vendido de producto sustituto.

Cuadro 12
Municipio de Nuevo San Carlos, San Sebastián y El Asintal
departamento de Retalhuleu
Consumo Aparente Histórico y Proyectado de Productos Sustitutos*
Período: 2010-2019
(en frascos de 16 onzas)

Año	Producción	Importaciones	Exportaciones	Consumo aparente
2010	0	4,726	0	4,726
2011	0	4,967	0	4,967
2012	0	5,219	0	5,219

Continúa en la página siguiente...

...viene de la página anterior

Año	Producción	Importaciones	Exportaciones	Consumo aparente
2013	0	5,478	0	5,478
2014	0	5,746	0	5,746
2015	0	5,993	0	5,993
2016	0	6,248	0	6,248
2017	0	6,503	0	6,503
2018	0	6,758	0	6,758
2019	0	7,013	0	7,013

Fuente: elaboración propia con base en datos del cuadro 10.

En este caso el consumo aparente es igual a la oferta, porque en el Municipio no hay producción, tampoco existe exportación.

- Demanda insatisfecha histórica y proyectada

Para determinarla se efectuaron los cálculos en el cuadro siguiente.

Cuadro 13
Municipio de Nuevo San Carlos, San Sebastián y El Asintal
departamento de Retalhuleu
Demanda Insatisfecha Histórica y Proyectada de Conserva de Mango
Período: 2010-2019
(en frascos de 16 onzas)

Año	Demanda potencial	Consumo aparente	Demanda insatisfecha
2010	26,852	4,726	22,126
2011	27,503	4,967	22,536
2012	28,175	5,219	22,956
2013	28,861	5,478	23,383
2014	29,554	5,746	23,808
2015	30,261	5,993	24,268
2016	30,968	6,248	24,720
2017	31,689	6,503	25,186
2018	32,417	6,758	25,659
2019	33,173	7,013	26,160

Fuente: elaboración propia, con base en datos de los cuadros 11 y 12.

Por último, la demanda insatisfecha indica que una parte de la población no ha obtenido los productos sustitutos, a pesar de tener capacidad de compra o no fue satisfactorio al consumirlo; además, la demanda determinada, está en función de lo que el producto de conserva de mango busca cubrir dentro de la oferta de los productos sustitutos utilizados para el estudio. Demuestra que el proyecto propuesto es viable porque existe demanda insatisfecha que hay que cubrir, la cual se incrementará en el futuro. Con base a lo indicado, se considera factible implementar el proyecto..

- Precio

Por medio del estudio de mercado se establece que el precio de melocotón en almíbar Q.17.50, también que el higo en esta presentación tiene precio de Q.19.50, por lo que el producto propuesto puede competir en el mercado objetivo que existen en los tres municipios que se mencionan.

- Comercialización

El comité será el responsable de comercializar el total del producto a los detallistas, quienes serán los encargados de vender a consumidores finales en las diferentes tiendas y abarroterías que existen en los tres Municipios antes mencionados, este tema se desarrollará en el capítulo IV del presente informe.

3.5 ESTUDIO TÉCNICO

Es una etapa de planificación para constituir de manera técnica la localización, tamaño, volumen y valor de producción, circunstancias necesarias para determinar la factibilidad del proyecto.

3.5.1 Localización del proyecto

Es el lugar donde se ubicará el proyecto, para lo cual debe tomarse en consideración que tenga los servicios básicos, facilidad de acceso y vías de

comunicación adecuados. Comprende los aspectos de: macrolocalización y microlocalización.

- Macrolocalización: Se tiene contemplado que el proyecto deberá situarse en el municipio de El Asintal, departamento de Retalhuleu, República de Guatemala.
- Microlocalización: Se propone un punto de elaboración en el casco urbano del municipio de El Asintal, situado en la 2ª calle 3-50 de la zona 1, con el propósito que la comercialización de los frascos de conserva se realice dentro del mismo y en los mercados de los otros municipios.

3.5.2 Tamaño del proyecto

Determina el monto de las inversiones y el nivel de operación que, a su vez, permitirá cuantificar los costos de funcionamiento y los ingresos proyectados en la producción de conserva de mango.

Cuadro 14
Municipio de El Asintal, departamento de Retalhuleu
Proyecto: Producción de Conserva de Mango
Producción Proyectada
Período: 2015-2019
(frascos de 16 onzas)

Año	Producción anual
2015	24,200
2016	24,200
2017	24,200
2018	24,200
2019	24,200
Total	121,000

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

Se estima una producción de 121,000 frascos, la cual se ha planteado en función de los cálculos proyectados para la elaboración del producto que incluye una merma estimada de 3%.

3.5.3 Volumen y valor de la producción

El valor total de ingresos en relación al volumen de la producción que se proyecta para los cinco años de vida del mismo, asciende a Q.2,053,975.00, lo anterior indica que el proyecto promete ingresos aceptables por medio de la producción y venta de frascos de conserva de mango. Lo indicado, se presenta en el cuadro siguiente.

Cuadro 15
Municipio de El Asintal, departamento de Retalhuleu
Proyecto: Producción de Conserva de Mango
Volumen y Valor de la Producción Proyectada
Año: 2015

Año	Meses producción	Producción en frascos 16 onzas	Merma 3%	Producción neta en frascos 16 onzas	Precio de venta unitario Q.	Total Q.
1	5	24,200	726	23,474	17.50	410,795
2	5	24,200	726	23,474	17.50	410,795
3	5	24,200	726	23,474	17.50	410,795
4	5	24,200	726	23,474	17.50	410,795
5	5	24,200	726	23,474	17.50	410,795
Total		121,000	20,925	117,370		2,053,975

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

Se visualiza que la producción se hará durante los cinco meses de cosecha, también un ajuste en la producción con relación a 3% de merma, al existir la posibilidad de pérdidas del producto al manipularlo durante su comercialización; esto último causado por el manejo, tanto en el proceso de empaque, como en el traslado del punto de elaboración hacia los intermediarios.

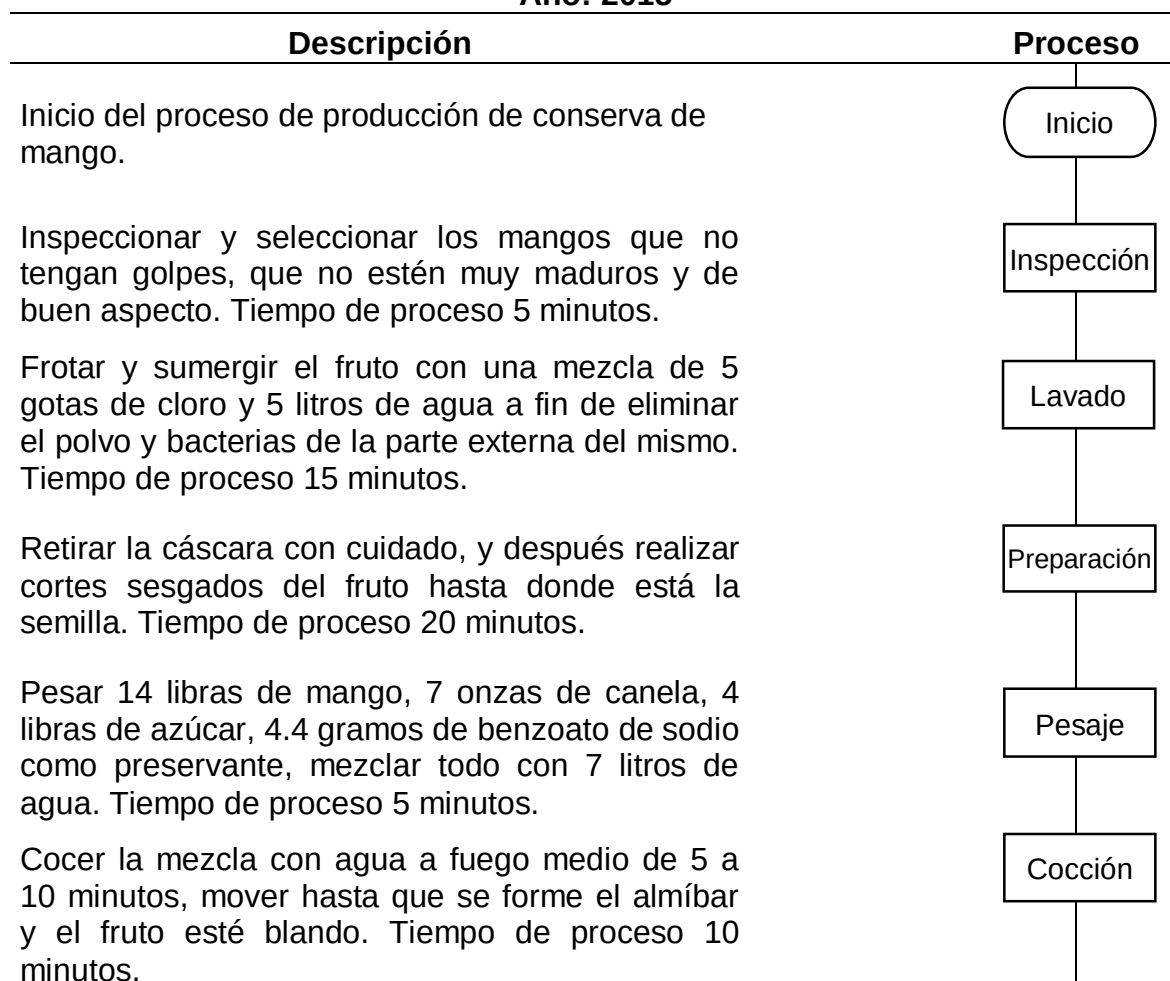
3.5.4 Flujograma del proceso productivo

Después de determinar el lugar donde se trabajará la elaboración, así como también la cantidad de insumos y frascos que será necesario producir, se deben establecer todos los pasos del proceso, con el fin de proporcionar una herramienta al comité, que se encargará de hacer la inversión y llevará el

proyecto a la realidad. Los encargados de hacer la mezcla del producto, tendrán que utilizar el mismo procedimiento e ingredientes, a efecto que la calidad, presentación y sabor sean similares, con el fin de ganar la preferencia del consumidor.

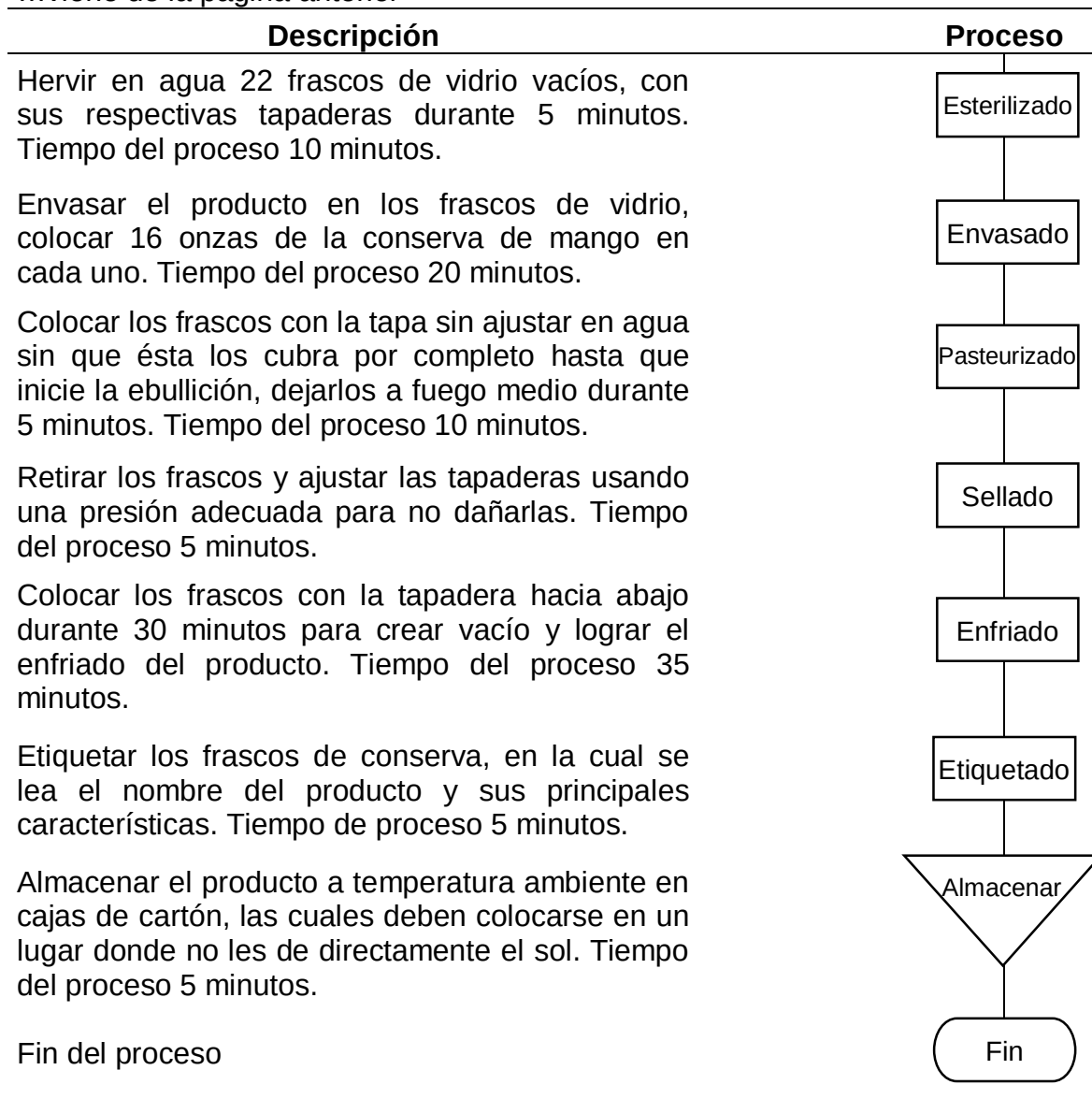
Para poner en práctica el proyecto se plantean las siguientes etapas:

Gráfica 3
Municipio de El Asintal, departamento de Retalhuleu
Proyecto: Producción de Conserva de Mango
Flujograma de Proceso Productivo
Año: 2015



Continúa en la página siguiente...

...viene de la página anterior



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

Como se observa, el proceso productivo facilitará la capacitación del personal que lo llevará a cabo, estará enfocada principalmente a la aplicación de buenas prácticas de manufactura, no requiere un nivel educativo alto. La cantidad de materia prima a utilizar anualmente es: 15,730 libras de mango, 8,059 onzas de canela, 4,490 libras de azúcar, 424 garrafones de agua y 4,840 gramos de benzoato.

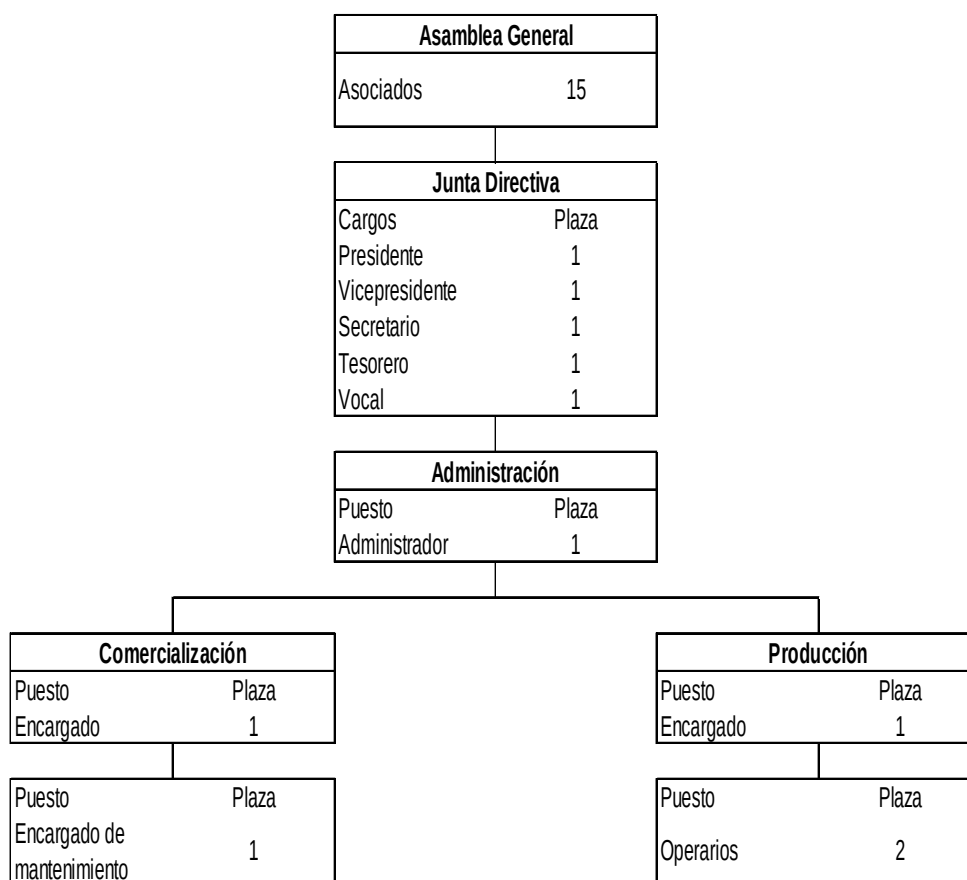
3.6 ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

Este estudio determina los aspectos organizativos que se deben considerar para la realización del proyecto.

3.6.1 Organización propuesta

En la siguiente gráfica se presenta la estructura propuesta para el comité.

Gráfica 4
Municipio de El Asintal, departamento de Retalhuleu
Proyecto: Producción de Conserva de Mango
Estructura Organizacional Nominal
Año: 2015



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

En la gráfica anterior se observa el organigrama nominal que tendrá el comité, la máxima autoridad la ejercerá la Asamblea General, a nivel estratégico se encuentra la Junta Directiva quien tiene a su cargo la toma de decisiones, en el táctico se ubica el Administrador que será el responsable de desarrollar la planeación de las actividades, finalmente, a nivel operativo se hallan los encargados de producción y comercialización, de estos, el primero será responsable de verificar que se cumplan con los estándares de calidad en el proceso productivo durante los primeros cinco meses y el segundo realizará las estrategias de ventas correspondientes para los próximos meses del año.

3.6.2 Base legal

Son todas las leyes, reglamentos, disposiciones y acuerdos, internas o externas a los que debe apegarse cualquier organización. Normas internas serán autorizadas por la Asamblea General.

Normas externas, son las legales y vigentes dentro del país, que regirán el funcionamiento del comité, estas son obligatorias y necesarias. A continuación, se mencionan las siguientes:

- ✓ Constitución Política de la República de Guatemala promulgada el 31 de mayo por la Asamblea Nacional Constituyente en 1985.
- ✓ Código Municipal, Decreto Número 12-2002.
- ✓ Código Tributario, Decreto Número 6-91.
- ✓ Ley de Actualización Tributaria, Decreto Número 10-2012.
- ✓ Código Civil Decreto Ley 106.
- ✓ Reglamento de Inscripción de Asociaciones Civiles, Acuerdo Gubernativo Número 512-98.
- ✓ Código de Comercio, Decreto Número 2-70 del Congreso de la República de Guatemala.

- ✓ Ley de organizaciones no gubernamentales para el desarrollo, Decreto Número 02-2003.

También hay normas internas que se deben cumplir porque están contempladas por el ordenamiento jurídico guatemalteco, entre otras las siguientes:

- ✓ Acta constitutiva del comité
- ✓ Manual de normas y procedimientos
- ✓ Reglamento interno de trabajo
- ✓ Normas de seguridad en el trabajo

3.7 ESTUDIO FINANCIERO

Por medio de este estudio se establecen los elementos necesarios para poner en marcha el proyecto y la forma en que será financiado el mismo, así como para la evaluación de la rentabilidad que se espera obtener.

3.7.1 Inversión fija

Las personas que pueden invertir en nuevos proyectos, porque tienen dinero ahorrado o bien cuentan con efectivo por tener negocios ya establecidos, requieren información que indique la inversión y la rentabilidad de un nuevo negocio para no correr riesgos y perder su capital.

En atención a lo indicado, en el siguiente cuadro se presenta la inversión fija requerida:

Cuadro 16
Municipio de El Asintal, departamento de Retalhuleu
Proyecto: Producción de Conserva de Mango
Inversión Fija
Año: 2015

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Precio unitario Q.	Total Q.
Tangibles				7,220
Equipo producción				3,800
Balanza	Unidad	2	350	700
Estufa industrial	Unidad	2	800	1,600
Cilindro de gas	Unidad	2	250	500
Mesa de trabajo	Unidad	2	500	1,000
Mobiliario y equipo				1,360
Escritorios	Unidad	3	300	900
Sillas	Unidad	6	35	210
Teléfono	Unidad	1	100	100
Estantería para archivo	Unidad	1	150	150
Equipo de cómputo				2,060
Computadora	Unidad	1	1,500	1,500
Impresora	Unidad	1	300	300
UPS	Unidad	1	260	260
Gastos intangibles				2,000
Marcas, patentes y licencia	Unidad	1	2,000	2,000
Total				9,220

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

El rubro principal de la inversión fija son los bienes tangibles, de los cuales 53% son equipo necesario para la producción como balanza, estufa y mesa; mientras que el mobiliario y equipo de cómputo representa 19% y 28% respectivamente; este desembolso se realiza una vez para los cinco años de duración del proyecto.

3.7.2 Inversión en capital de trabajo y total

A continuación se presenta el cuadro donde se detallan todos los componentes necesarios, así como el valor que cada uno tiene.

Cuadro 17
Municipio de El Asintal, departamento de Retalhuleu
Proyecto: Producción de Conserva de Mango
Inversión en Capital de Trabajo y Total (1 mes)
Año: 2015

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario Q.	Total Q.
Materia prima				9,224
Mango	Libra	3,146.00	1.34	4,216
Canela	Onza	1,611.72	1.00	1,612
Azúcar	Libra	898.01	3.00	2,694
Agua	Garrafón	84.75	8.00	678
Benzoato	Gramos	968.00	0.025	24
Mano de obra directa				4,468
Inspección	Día	1.761760	78.72	139
Lavado	Día	4.399560	78.72	346
Preparación	Día	8.799120	78.72	693
Pesaje	Día	2.637800	78.72	208
Cocción	Día	4.399560	78.72	346
Esterilizado	Día	2.202200	78.72	173
Envasado	Día	8.799120	78.72	693
Pasteurizado	Día	3.078240	78.72	242
Sellado	Día	2.202200	78.72	173
Enfriado	Día	1.321320	78.72	104
Etiquetado y almacenaje	Día	4.399560	78.72	346
Bono incentivo		44.000440	8.33	367
Séptimo día				638
Costos indirectos variables				20,127
Cuotas patronales		4,101.00	0.1267	520
Prestaciones laborales		4,101.00	0.3055	1,253
Frasco 16 oz. y tapa	Unidad	4,840.00	3.00	14,520
Etiqueta	Unidad	4,840.00	0.30	1,452
Caja de cartón	Unidad	403.33	1.50	605
Gas propano 25 lbs.	Unidad	8.72	75.00	654
Agua (lavado)	Garrafón	133.10	8.00	1,065
Cloro	Litro	9.68	6.00	58
Costos fijos de producción				5,227
Honorario jefe producción	Mensual	1.00	2,700.00	2,700

Continúa en la página siguiente...

...viene de la página anterior

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario Q.	Total Q.
Alquiler establecimiento	Mensual	1.00	450.00	450
Herramientas y utensilios de producción				
Encendedores	Unidad	2.00	7.00	14
Gabacha	Mensual	2.00	15.00	30
Guantes	Par	88.00	0.08	7
Redecillas para cabello	Ciento	1.00	40.00	40
Limpiadores de tela	Unidad	4.00	4.00	16
Cuchillo inoxidable	Unidad	4.00	20.00	80
Olla industrial	Unidad	6.00	250.00	1,500
Tablas para picar	Unidad	4.00	10.00	40
Paleta de madera	Unidad	1.00	10.00	10
Set de medidores	Unidad	1.00	25.00	25
Medidor de líquido	Unidad	2.00	10.00	20
Recipientes lavado	Unidad	6.00	15.00	90
Calculadora	Unidad	2.00	35	70
Cronómetro	Unidad	3.00	30.00	90
Recipiente para basura	Unidad	3.00	15.00	45
Gastos de administración				4,747
Sueldo administrador	Mensual	1.00	2,700.00	2,700
Bonificación incentivo	Mensual	1.00	250.00	250
Cuotas patronales	Mensual	2,700.00	0.1267	342
Prestaciones laborales	Mensual	2,700.00	0.3055	825
Honorarios contables	Mensual	1.00	500.00	500
Energía eléctrica y teléfono	Mensual	1.00	80.00	80
Papelería y útiles	Mensual	1.00	50.00	50
Total				43,793
Inversión fija				9,220
Total				53,013

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

En lo concerniente a la inversión en capital de trabajo, la mayor erogación la requieren los costos indirectos variables con 46%, por el valor del envase requerido para este producto. La materia prima representa 21% y la mano de obra directa 10%; para concluir con costos fijos de producción y gastos de

administración con 23% en conjunto. Con base a lo anterior, del total de inversión requerida 17% lo constituye la fija y 83% la de capital de trabajo.

3.7.3 Financiamiento

El total a invertir es de Q.53,013.00, que serán cubiertos por los 15 socios que integran el comité, quienes aportarán Q.3,534.20 cada uno para iniciar operaciones. Se financiará en forma interna con los fondos aportados por los miembros del comité. No se contempla financiamiento externo.

3.7.4 Estados financieros

A continuación se detallan para observar el futuro que tendrá el proyecto.

3.7.4.1 Costo de producción

Proporciona información necesaria para realizar la evaluación financiera, el cual se presenta en el siguiente cuadro:

Cuadro 18
Municipio de El Asintal, departamento de Retalhuleu
Proyecto: Producción de Conserva de Mango
Estado de Costo Directo de Producción Proyectado
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
Materia prima	46,120	46,120	46,120	46,120	46,120
Mango	21,080	21,080	21,080	21,080	21,080
Canela	8,060	8,060	8,060	8,060	8,060
Azúcar	13,470	13,470	13,470	13,470	13,470
Agua	3,390	3,390	3,390	3,390	3,390
Benzoato	120	120	120	120	120
Mano de obra directa	22,340	22,340	22,340	22,340	22,340
Inspección	695	695	695	695	695
Lavado	1,730	1,730	1,730	1,730	1,730
Preparación	3,465	3,465	3,465	3,465	3,465
Pesaje	1,040	1,040	1,040	1,040	1,040
Cocción	1,730	1,730	1,730	1,730	1,730
Esterilizado	865	865	865	865	865
Envasado	3,465	3,465	3,465	3,465	3,465

Continúa en la página siguiente...

...viene de la página anterior

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Pasteurizado	1,210	1,210	1,210	1,210	1,210
Sellado	865	865	865	865	865
Enfriado	520	520	520	520	520
Etiquetado y almacenaje	1,730	1,730	1,730	1,730	1,730
Bono incentivo	1,835	1,835	1,835	1,835	1,835
Séptimo día	3,190	3,190	3,190	3,190	3,190
Costas indirectos variables	100,635	100,635	100,635	100,635	100,635
Cuotas patronales	2,600	2,600	2,600	2,600	2,600
Prestaciones laborales	6,265	6,265	6,265	6,265	6,265
Frasco 16 oz. y tapa	72,600	72,600	72,600	72,600	72,600
Etiqueta	7,260	7,260	7,260	7,260	7,260
Caja de cartón	3,025	3,025	3,025	3,025	3,025
Gas propano 25 lbs.	3,270	3,270	3,270	3,270	3,270
Agua (lavado)	5,325	5,325	5,325	5,325	5,325
Cloro	290	290	290	290	290
Total costo directo de producción	169,095	169,095	169,095	169,095	169,095
Producción en unidades	24,200	24,200	24,200	24,200	24,200
Costo por unidad	6.99	6.99	6.99	6.99	6.99

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

El estado de costo directo de producción refleja las erogaciones requeridas para elaborar 24,200 unidades durante los cinco meses a producir cada año porque se cosecha la fruta en el período comprendido de febrero a junio, de los cuales 28% serán materias primas, 13% mano de obra directa y 60% costos variables de producción, principalmente envases.

3.7.5 Estado de resultados

A continuación se observa el mismo, en el cual se calcularon las ganancias netas que se obtendrán durante los cinco años proyectados.

Cuadro 19
Municipio de El Asintal, departamento de Retalhuleu
Proyecto: Producción de Conserva de Mango
Estado de Resultados Proyectado
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
Venta	410,795	410,795	410,795	410,795	410,795
(-) Costo directo de producción	169,095	169,095	169,095	169,095	169,095
Contribución a la ganancia	241,700	241,700	241,700	241,700	241,700
(-) Gastos variables de venta	2,400	2,400	2,400	2,400	2,400
Fletes	2,400	2,400	2,400	2,400	2,400

Continúa en la página siguiente...

...viene de la página anterior

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ganancia marginal	239,300	239,300	239,300	239,300	239,300
(-) Costos fijos de producción	22,045	20,120	21,840	20,325	21,790
Honorario jefe producción	13,500	13,500	13,500	13,500	13,500
Herramientas y utensilios de producción	2,385	460	2,180	665	2,130
Alquiler establecimiento	5,400	5,400	5,400	5,400	5,400
Depreciación equipo de producción	760	760	760	760	760
(-) Gastos de venta	51,300	51,300	51,300	51,300	51,300
Honorarios vendedor	32,400	32,400	32,400	32,400	32,400
Honorarios vendedor*	18,900	18,900	18,900	18,900	18,900
(-) Gastos de administración	122,077	122,077	122,076	121,390	121,390
Sueldo administrador	32,200	32,200	32,200	32	65,923
Sueldo operador (2)**	33,523	33,523	33,523	33,523	33,523
Bonificación incentivo	6,500	6,500	6,500	6,500	6,500
Cuotas patronales	8,353	8,353	8,353	8,353	8,353
Prestaciones laborales	30,382	30,382	30,382	30,382	30,382
Honorarios contables	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000
Energía eléctrica y teléfono	960	960	960	960	960
Papelería y útiles	600	600	600	600	600
Dietas	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
Depreciación mobiliario y equipo	272	272	272	272	272
Depreciación equipo de cómputo	687	687	686	0	0
Amortización gastos de organización	400	400	400	400	400
Ganancia antes de ISR	43,878	45,803	44,084	46,285	44,820
Impuesto Sobre la Renta	10,970	11,451	11,021	11,571	11,205
Ganancia neta del ejercicio	32,908	34,352	33,063	34,714	33,615

* Honorarios vendedor: no figuran en la inversión de capital de trabajo por tratarse del jefe de producción, que funge como vendedor durante los siete meses que no se produce.

** Sueldo operador: no figuran en la inversión de capital de trabajo por tratarse de operarios, que laboran en el área administrativa durante los siete meses que no se produce.

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

En el cuadro anterior se observa la variación en la ganancia a lo largo del proyecto, esto se debe por la depreciación del equipo de cómputo y a la compra de enseres variable cada año.

3.8 EVALUACIÓN FINANCIERA

Permite determinar si el proyecto es rentable al comparar la inversión requerida con los beneficios para cada integrante del comité. A continuación se presentan las herramientas complejas que permitirán realizar la evaluación:

3.8.1 Punto de equilibrio en valores

Es el valor en la cantidad de ingresos por ventas que se debe obtener para que los ingresos sean iguales a los egresos.

$$\text{P.E.V.} = \frac{\text{Gastos Fijos}}{\% \text{ de ganancia marginal}} = \frac{195,422}{0.58252900} = 335,472$$

En este caso se debe vender un monto de Q.335,472 para no ganar ni perder.

3.8.2 Punto de equilibrio en unidades

Es la cantidad de frascos que se deben comercializar en el año para que los ingresos y egresos sean iguales.

$$\text{P.E.U.} = \frac{\text{Punto Equilibrio en Valores}}{\text{Precio de Venta}} = \frac{335,472}{17.50} = 19,170$$

Es necesario que se vendan 19,170 frascos para alcanzar el punto de equilibrio a fin de no generar ganancia ni pérdida.

3.8.2.1 Porcentaje de margen de seguridad

Representa la cantidad que las ventas pueden disminuir, sin llegar al punto de equilibrio donde puede generar pérdida. Las ventas totales son de Q.410,795, al restar el punto de equilibrio de Q.335,472, resulta una diferencia de Q.75,323, equivalente a 18.66%, cantidad que se puede dejar de vender sin que ocasione pérdida.

3.8.3 Evaluación financiera proyectada

Permite determinar si el proyecto es rentable al comparar la inversión requerida con los beneficios para cada integrante del comité.

A continuación, se presenta el cuadro con las herramientas complejas que permitirán realizar la evaluación:

Cuadro 20
Municipio de El Asintal, departamento de Retalhuleu
Proyecto: Producción de Conserva de Mango
Evaluación Financiera Proyectada
Período: 2015-2019
(cifras en quetzales)

Descripción	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Flujo neto de fondos -FNF-							
Ingresos		410,795	410,795	410,795	410,795	410,795	
Egresos		375,768	374,324	375,614	374,649	375,748	
Total		35,027	36,471	35,181	36,146	35,047	
Valor actual neto - VAN-							
Flujo neto de fondos	-53,013	35,027	36,471	35,181	36,146	35,047	
Factor de actualización 15%	1.00000	0.86957	0.75614	0.65752	0.57175	0.49718	
Valor actual neto - VAN-	-53,013	30,458	27,577	23,132	20,666	17,425	66,245
Relación costo beneficio -RCB-							
Ingresos actualizados		357,215	310,619	270,106	234,872	204,239	1,377,051
Egresos actualizados	53,013	326,757	283,041	246,974	214,206	186,814	1,310,805
Ingresos / egresos							1.05
Tasa interna de retorno -TIR-							
Flujo neto de fondos	-53,013	35,027	36,471	35,181	36,146	35,047	
Factor de actualización 60.803772%	1.000000	0.621876	0.386730	0.240498	0.149560	0.093008	
TIR 60.803772%	-53,013	21,782	14,104	8,461	5,406	3,260	
Período de recuperación de la inversión -PRI-							
Valor actual neto - VAN-	53,013	30,458	27,577	23,132	20,666	17,425	
Valor actual neto acumulado		30,458	58,035	81,167	101,833	119,258	
Período de recuperación de la inversión:	1 año, 9 meses y 25 días						

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

Las herramientas complejas se utilizan para evaluar la rentabilidad del proyecto al considerar el valor del dinero en el tiempo. El flujo neto de fondos -FNF- presenta variaciones al incrementar la cifra a pagar de ISR derivado de cambios

en el gasto reportado por la depreciación; no representa riesgos al relacionarlo con la tasa interna de retorno, lo cual se analiza después del párrafo siguiente.

El valor actual neto consiste en actualizar los costos y pagos de un proyecto de inversión, aplica la tasa de rendimiento mínimo aceptado, para la elaboración de conserva de mango es 15% y al ser positivo se confirma que es rentable.

La tasa interna de retorno muestra el valor de recuperación con relación a la inversión efectuada; al aplicarla al FNF se llega a cero, que representa que se cubren los montos requeridos y rendimientos esperados que lo hacen un proyecto viable. Por último, el período de recuperación de la inversión se estima en un año, nueve meses y 25 días, tiempo aceptable al representar solamente 37% del tiempo de vida del proyecto aproximadamente.

3.9 IMPACTO SOCIAL

El proyecto contribuirá con el desarrollo económico y social del Municipio, con el aprovechamiento del fruto, de igual manera con la generación de seis empleos directos y 30 indirectos aproximadamente. Lo anterior les brindará ingresos a la población y miembros del comité, que les permitan cubrir sus necesidades básicas de alimentación, educación, salud y vivienda.

CAPÍTULO IV
COMERCIALIZACIÓN
PROYECTO: PRODUCCIÓN DE CONSERVA DE MANGO

Existen productos que se fabrican con insumos de calidad, también se comprueba que su elaboración es muy rentable, pero si se carece de un adecuado sistema de comercialización, puede fracasar cualquier plan de producción.

Para hacer llegar el producto de conserva de mango al consumidor final, se deben utilizar las técnicas de comercialización y una de ellas es la mezcla de mercadotecnia, en la cual se estudia el producto, la estructura de precios, la plaza o sistema de distribución donde se venderá, así también las actividades de promoción que se necesitarán para dar a conocerlo, por ser un producto nuevo.

4.1 COMERCIALIZACIÓN

El propósito del proceso de la comercialización consiste en llevar un producto de calidad y orientado al consumidor, en el tiempo justo, en el lugar adecuado, con el fin de satisfacer una necesidad. También busca que el productor logre suficientes ventas para obtener una ganancia adecuada.

Para visualizar en mejor forma el proceso, es necesario en primer lugar, segmentar el mercado al que va dirigido el producto, ya que con ello es posible hacer una propuesta de comercialización dirigida a clientes delimitados y proporcionar mejores elementos para programar las diferentes actividades que permitan satisfacer al consumidor.

En la siguiente tabla se describe una segmentación del mercado objetivo, el cual es el resultado de la investigación de campo efectuada en los Municipios.

Tabla 2
Municipio de El Asintal, Departamento de Retalhuleu
Proyecto: Producción de Conserva de Mango
Segmentación de Mercado
Año: 2015

Criterios de Segmentación	Segmento del Mercado
Geográficos	
Región	Municipios de El Asintal, Nueva San Carlos y San Sebastián, del departamento de Retalhuleu.
Extensión total municipios	204 km ²
Población total	108,066 habitantes
Demográficos	
Ingreso mensual	Entre Q616.00 a 1,230.00
Género	Masculino y Femenino
Edad	Entre 5 a 60 años
Perfil consumidor	Familias
Clase social	Clase C (media)
Escolaridad	No requerida
Ocupación	Estudiante, ama de casa y trabajador
Origen étnico	Indígenas y ladinos

Fuente: investigación de campo Grupo EPS, segundo semestre 2015

El producto se considera de consumo popular, por lo que con base en la tabla anterior se cubrirá un segmento de mercado amplio. Se propone introducir la venta de conserva de mango en los municipios de El Asintal, Nuevo San Carlos y San Sebastián.

Mezcla de mercadotecnia

Con el propósito de que el producto sea adquirido y consumido, se debe hacer uso de las herramientas de la mezcla de mercadotecnia: producto, precio, plaza y promoción. Debe observarse que exista una coordinación entre ellas, porque se interrelacionan.

4.1.1.1 Producto

Consiste en la elaboración de conserva de mango, el cual es un postre que aporta un alto valor energético. La materia prima a utilizar es el mango, la cual es una fruta tropical que se cultiva en el municipio de El Asintal, es un fruto pulposo y jugoso, es rico en azúcares, magnesio, fibra, vitamina C, por su alto contenido de vitamina “A” es una de las frutas más antioxidantes y anticancerígenas que existen.

La cosecha de la misma se recoge durante los meses de febrero a mayo. La producción tiene las peculiaridades siguientes:

- Variedad: en la etapa inicial de introducción no se contempla, ya que el producto tendrá una sola presentación en frasco de vidrio transparente, con un peso de 16 onzas y tiene una tapadera de metal fácil de quitar.
- Calidad: para que el consumidor la perciba, se utilizará fruta recién cortada e ingredientes adecuados para su elaboración.
- Características: se deberá contar con una marca y se etiquetará con el nombre de conserva de mango en la cual se indique que a conserva se elabora con mangos adecuados, canela, azúcar, agua y benzoato de sodio como preservante.
- Envase: será de vidrio con tapadera de metal, lo cual facilita al cliente ver el producto, adicional es esterilizado, con el fin de que tenga suficiente tiempo de durabilidad para ser comercializado. Los frascos tienen de alto: 10.8 cm hasta el cuello, 12.7 cm hasta la tapadera, además el diámetro de la tapadera es de 7.2 cm.
- Garantías: es en base a la forma de elaboración y presentación envasada, porque el producto contiene materia prima seleccionada y adecuada, además el sistema de producción y envasado permite que tenga un tiempo de vida de un año.

4.1.1.2 Precio

Es la cantidad que los clientes del mercado tienen que pagar por la conserva, con lo cual la empresa que la produce obtendrá ingresos para cubrir sus costos y obtener ganancias, tiene las particularidades siguientes:

- Descuentos: Durante el inicio del proyecto no es aconsejable otorgarlos, no obstante, en el futuro se tiene contemplado otorgar sólo a los detallistas, para que puedan venderlo a un precio menor o semejante al de la competencia de productos equivalentes, porque no existe en el Municipio un producto similar, con lo cual los mismos obtendrán una utilidad adicional al entregar al comprador final, ya que no se contempla ofrecer en forma directa a los consumidores. Se sugiere que al adquirir tres docenas de frascos, se otorgue un descuento de 3% sobre el valor total.
- Período de pago: se debe cobrar contra entrega del producto.
- Descuento por pronto pago: durante el primer año de operación no se tiene contemplado vender al crédito; sin embargo con la experiencia que se haya tenido y previo análisis, es aconsejable que a partir del segundo año se implemente un régimen de ventas al crédito, con base en un estudio y autorización para comercios que están constituidos en forma legal, con un plazo máximo de pago de treinta días. En el caso que pagaran dentro de los diez días posteriores a la emisión de factura, podrá hacerse un descuento del 2% sobre el total facturado.

4.1.1.3 Plaza

Está compuesta por todas las actividades de la empresa destinadas a llevar el producto hasta el consumidor final, por lo que es necesario hacer uso de las variables siguientes:

- Canales: se usará canal indirecto, por medio de detallistas, formado por numerosas tiendas, quienes serán los intermediarios con el consumidor final.

En la investigación de campo se observó que la comercialización de productos está concentrada en esa clase de negocios.

- Cobertura: se cubrirán los municipios de El Asintal, Nuevo San Carlos y San Sebastián. El producto lo puede consumir toda clase de personas entre las edades de 5 a 60 años, aspecto que hace muy amplio el mercado a cubrir.
- Surtido: no se harán productos diferentes, porque se determinó utilizar únicamente uno en el presente proyecto.
- Inventario: la cosecha de mango no sucede durante todo el año, razón por la cual se debe elaborar en cantidad suficiente y guardar para cubrir la demanda anual.
- Transporte: se considera que el tamaño de los pedidos no será en grandes volúmenes, por ello los vendedores estarán en capacidad de transportar el producto, sin necesidad de adquirir vehículos especiales.
- Logística: los vendedores deberán planificar las visitas a los detallistas de los Municipios en forma escalonada, con el fin de no descuidar la atención personalizada a cada uno.

4.1.1.4 Promoción

Se debe implementar un sistema adecuado de promoción, ya que en nuestra época se requiere algo más que tener un buen producto, fijarle un precio atractivo y ponerlo al alcance de los clientes del mercado meta. Su fin al aplicarla es estimular la demanda.

Durante todo el tiempo que las empresas comercializan sus productos, se requiere que las mismas se comuniquen con los clientes y se ponga atención a lo que dicen, tanto en el aspecto positivo como en lo negativo, con el fin de retroalimentar lo programado.

A fin de analizar y tomar decisiones, es necesario el uso de la mezcla

promocional, cuyos elementos adecuados para el producto propuesto son: la publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, venta personal, los cuales se desarrollan a continuación.

- Publicidad

Es una de las herramientas más importantes para dar a conocer un producto. Algunas veces se presenta el problema de los costos en que se puede incurrir, por lo que se debe efectuar de la forma mas económica y realista. Por lo que, para hacer la publicidad de la conserva de mango se debe tomar en cuenta lo siguiente:

- ✓ Determinación de objetivos: se persigue informar y convencer al intermediario y al consumidor final de los beneficios que el producto ofrece y de consumirlo como un postre. Para lo indicado, la persona encargada de la comercialización debe contar con experiencia en venta de productos similares a fin de capacitar a los vendedores. En ese proceso se debe indicar el cronograma de lugares a visitar para entregar volantes en las entradas de los negocios, además colocar carteles dentro de los mismos y llevar muestras para que prueben el producto. Al hacer estas acciones, lograrán darse a conocer como fuerza de venta ante los potenciales clientes y propietarios de los negocios, con el propósito que los conozcan y se inicie así una relación comercial adecuada. Todo lo anterior permitirá conocer los prejuicios sobre nuevos productos a fin de contrarrestarlos, también crear una buena voluntad hacia el comité productor, haciendo énfasis en la garantía de vida la conserva, así como de sus características, precio y la cantidad de ganancia que se puede obtener al venderlo al consumidor final.
- ✓ Decisiones sobre el presupuesto: lo adecuado es fijar un pequeño porcentaje sobre las ventas proyectadas, con la finalidad de contar con una base en valor y certeza de tener efectivo para pagar.

- ✓ Adopción de mensaje: se puede hacer énfasis en los beneficios del producto como: “El mango es un excelente antioxidante y anticancerígeno”
- ✓ Decisiones sobre los medios que se utilizarán: por las características del mercado, se elaborarán volantes para entregar a los potenciales consumidores finales y carteles para colocar en las tiendas de los detallistas.
- ✓ Evaluación: se debe hacer cada semana para establecer la efectividad alcanzada y hacer las correcciones del caso.

- Promoción de ventas

Incentivos de corto plazo para alentar las ventas de un producto. Persigue estimular a los consumidores, al comercio y a los vendedores de la propia organización. Esta actividad es primordial porque ayuda a que el producto se distinga de la competencia, también persuade al comprador, le proporciona más información, con el propósito que decidan adquirir la conserva.

Existen varios instrumentos de promoción de consumo de la conserva de mango, que conviene utilizar, como lo son:

- ✓ Muestras. Obsequio de una pequeña cantidad de un producto para que los consumidores lo prueben.
- ✓ Devolución de efectivo (rebajas). Precio mayor con rebaja para obtener el precio de venta normal y ligeramente inferior.
- ✓ Promociones en el punto de venta. Exhibiciones o demostraciones en el mismo.

- Relaciones públicas

Para crear relaciones positivas con los diversos públicos, se deberá instruir al personal de ventas y la administración, a fin de tener una lista de rumores, historias o acontecimientos negativos, así manejarlos y aconsejar la forma de enfrentarlos.

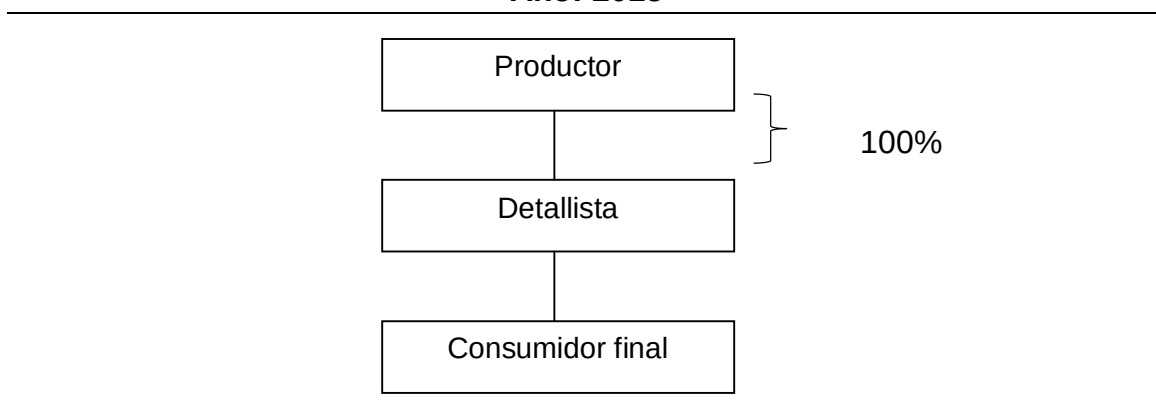
- Venta personal

Esta será la base fundamental en la introducción del producto de conserva, así como también en el mantenimiento e incremento de las ventas. Será necesario buscar personal idóneo y capacitarlo en el conocimiento del producto para que pueda impulsarlo en forma programada. En este proyecto se determinó contratar personas conforme un sueldo mensual y con todas las prestaciones de ley. No se contempla que se pague a base de comisión.

4.1.2 Canales de comercialización

La naturaleza del mercado es el factor que determina la elección de los canales más adecuados para distribuir la conserva. Debe buscarse una coordinación con los mismos porque son clave para llegar con éxito a los consumidores. El comité será el responsable de comercializar el total del producto a los detallistas, quienes serán los encargados de vender a consumidores finales en las diferentes tiendas y abarroterías que existen en los tres Municipios antes mencionados. En la gráfica siguiente se muestra la estructura de los mismos.

Gráfica 5
Municipio de Nuevo San Carlos, San Sebastián y El Asintal,
Departamento de Retalhuleu
Proyecto: Producción de Conserva de Mango
Canal de Comercialización
Año: 2015



Fuente: investigación de campo Grupo EPS, segundo semestre 2015

Se observa que la producción de conserva de mango en su totalidad será trasladada directamente a los detallistas y estos la venderán al consumidor final. Se estima no vender directamente porque los costos pueden elevarse.

4.1.3 Márgenes de comercialización

Los márgenes de comercialización determinan ganancia, participación y rendimiento sobre la inversión que obtienen los intermediarios por la distribución del producto, se calcula entre el precio que presenta el productor y el precio que paga cada canal.

El comité tendrá escasos recursos financieros para distribuir el producto, por lo que es indispensable valerse de intermediarios, los cuales buscan una ganancia adecuada y necesitan información para adquirir y vender la conserva. En los cuadros siguientes se muestran los márgenes que obtendrá cada detallista que adquiera el producto elaborado.

Cuadro 21
Municipio de Nuevo San Carlos, San Sebastián y El Asintal
Departamento de Retalhuleu
Proyecto: Producción de Conserva de Mango
Márgenes de Comercialización
Año: 2015

Institución	Precio de Venta por Frasco	Margen Bruto	Costos de Mercadeo	Margen Neto	% Rendimiento sobre Inversión	% de Participa- ción
Municipio de Nuevo San Carlos						
Productor	17.50					90
Detallista	19.50	2.00	0.22	1.78	10	10
Transporte			0.10			
Almacenamiento			0.08			
Piso de plaza			0.03			
Bolsa plástica			0.01			
Consumidor final						
Total		2.00	0.22	1.78		100

Continúa en la página siguiente...

...viene de la página anterior

Institución	Precio de Venta por Frasco	Margen Bruto	Costos de Mercadeo	Margen Neto	% Rendimiento sobre Inversión	% de Participa- ción
Municipio de San Sebastián						
Productor	17.50					90
Detallista	19.50	2.00	0.17	1.83	10	10
Transporte			0.08			
Almacenamiento			0.06			
Piso de plaza			0.02			
Bolsa plástica			0.01			
Consumidor final						
Total		2.00	0.17	1.83		100
Municipio de El Asintal						
Productor	17.50					90
Detallista	19.50	2.00	0.13	1.87	10	10
Transporte			0.06			
Almacenamiento			0.05			
Piso de plaza			0.01			
Bolsa plástica			0.01			
Consumidor final						
Total		2.00	0.13	1.87		100

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

Respecto a los márgenes de comercialización, los detallistas obtienen un margen bruto de Q.2.00 y al descontar gastos de transporte, almacenamiento, piso de plaza y bolsa plástica, obtiene un margen neto de Q.1.78, Q.1.83, Q.1.87 para los municipios de Nuevo San Carlos, San Sebastián y El Asintal, respectivamente, con un rendimiento de la inversión de 10% para los tres, esto hace sostenible el proyecto. También el porcentaje de participación es satisfactorio para ambos porque en todos los lugares el productor tiene 90% y los detallistas el 10%.

CONCLUSIONES

A continuación, se detallan las conclusiones a las que se llegaron después de realizar la investigación en el año 2015:

1. La cobertura del agua entubada en el año 2015, disminuyó en comparación al año 2002 a raíz del incremento en el número de hogares, aunado a que no se cuenta con la infraestructura necesaria para la adecuada distribución del vital líquido, esto ocasiona deterioro en la salud de la población, por ejemplo: enfermedades de la piel, problemas gastrointestinales, entre otras. Dicho entorno impide que nuevas empresas artesanales se sitúen en el Municipio, porque este recurso es necesario para la actividad productiva de las mismas.
2. En cuanto a la situación de los niveles de pobreza, para el año 2015 muestra un incremento comparado con la Encuesta Nacional de Condiciones de Vida -ENCOVI- 2011, originado por la carencia de fuentes de empleo y bajos ingresos, en tal virtud, la mayoría de las familias no tienen la capacidad de cubrir el costo de la canasta básica. Esta situación origina la necesidad de crear nuevas empresas artesanales que generen ingresos para los inversionistas y se creen fuentes de empleo
3. Con relación al volumen y valor de la producción, una de las actividades más importantes del área artesanal del Municipio, es la elaboración y comercialización de pan francés y pan dulce, además es un producto relevante porque se consume todos los días; sin embargo, en el estudio se comprobó que para su comercialización no se aplica ninguna de las variables de la mezcla de mercadotecnia, lo que impide se incremente la cobertura de ventas, así como su expansión tanto dentro como fuera del Municipio y como consecuencia imposibilita acrecentar las ganancias.

4. Existe en el municipio de El Asintal, la potencialidad de producción de conserva de mango, que no ha sido explotada por medio de ejecución de algún proyecto para el año 2015, esto se debe a que no existe asesoría comercial, técnica, legal y financiera para la puesta en marcha de una propuesta de inversión, como resultado genera desaprovechamiento de recursos, escasas oportunidades de progreso y frena el crecimiento económico.

RECOMENDACIONES

Conforme las conclusiones que se han enumerado, a continuación, se describen las recomendaciones respectivas:

1. Que el Concejal II del Concejo Municipal del municipio de El Asintal, debe formular en el corto plazo la implementación de un proyecto comunitario de agua entubada y así incrementar la cobertura de este servicio para contrarrestar las enfermedades que provoca la falta del vital líquido, con lo cual también se estimulará la creación de nuevas empresas artesanales, al no existir riesgos al utilizar el agua en la elaboración de los productos existentes o nuevos.
2. Que el presidente de la Asamblea del COMUDE solicite al Consejo Municipal del municipio de El Asintal, la elaboración en un plazo que no exceda de seis meses, de un plan de incentivos empresariales, que ofrezca condiciones favorables a empresas artesanales para su instalación en el Municipio, de manera que se incremente la inversión y se generen fuentes de empleo para que las familias tengan acceso a cubrir la canasta básica.
3. Que el Concejal III del Concejo Municipal del municipio de El Asintal, con apoyo de los productores artesanales, gestione anualmente el acceso a asesoría técnica impartida por el Instituto Técnico de Capacitación y Productividad -INTECAP-, con el propósito que se les instruya en el uso de la herramienta de mezcla de mercadotecnia, a fin de utilizar la misma y con ello alcanzar otros mercados que por la falta de conocimientos no lo han podido lograr.

4. Que el Concejal I del Concejo Municipal del municipio de El Asintal, en un plazo no mayor de seis meses, divulgue al gremio artesanal y a todo inversionista interesado, el proyecto: “Producción de Conserva de Mango” desarrollado en este informe, que contiene todas las herramientas necesarias para su implementación. Con el proyecto de inversión relacionado, se podrá impulsar la economía de la localidad a mediano plazo, al aprovechar los recursos existentes, obtener ganancias y generar fuentes de empleo para la población que se involucre en el mismo.

BIBLIOGRAFÍA

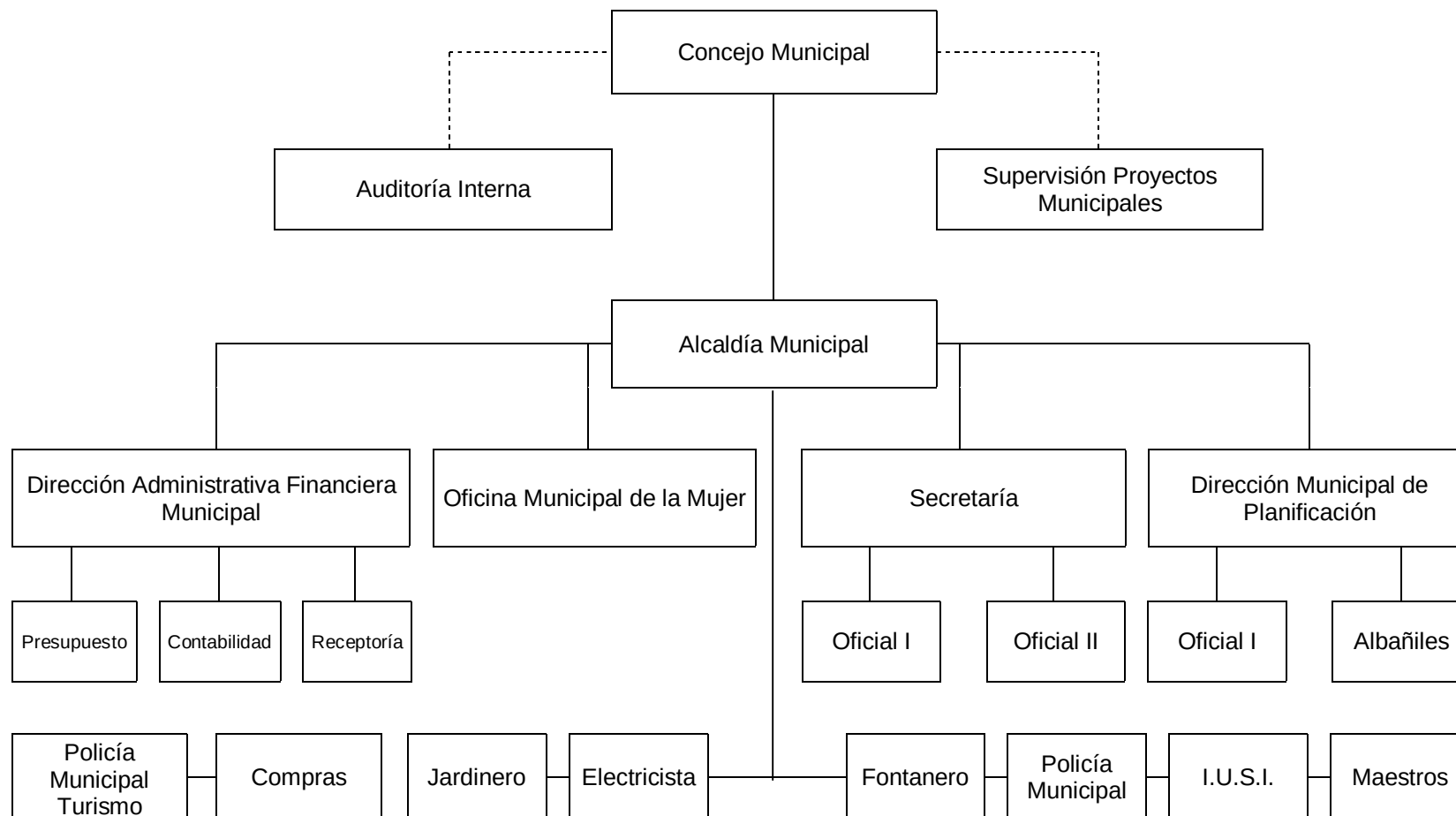
1. Aguilar Catalán, J. A. 2015. Método para la Investigación del Diagnóstico Socioeconómico (Pautas para el desarrollo de las regiones en países que han sido mal administrados). 4ta. Ed. Guatemala, Vásquez Industrial Litográfica. 126 p.
2. Asamblea Nacional Constituyente, GT. 1985. Constitución Política de la República de Guatemala. Guatemala, 76 p.
3. CONALFA (Comisión Nacional de Alfabetización), Guatemala, GT. S.N. 2006. Monografía de El Asintal. Guatemala, 21 p.
4. Congreso de la República de Guatemala, GT. 1978. Decreto No. 82-78 Ley de Cooperativas y su Reglamento. Guatemala, 20 p.
5. _____ GT. 2002. Decreto 11-2002 Ley de los Consejos de Desarrollo Urbano y Rural. Guatemala, 14 p.
6. _____ GT. 2002. Decreto 12-2002 Código Municipal. Guatemala, 48 p.
7. Consejo Municipal de Desarrollo de El Asintal, Retalhuleu y Secretaria de Planificación de la Presidencia Territorial, Guatemala, GT. S.N. 2010. Plan de Desarrollo El Asintal, Retalhuleu. Guatemala, 81 p.

8. García J. 2013 Definición de Educación. México. (en línea) Consultado el 13 de Oct. 2015 disponible en <http://www.significados.com/educacion/>
9. García S. 2013 Definición de educación. Guatemala. (en línea) Consultado el 13 de Oct. 2015. disponible en <http://www.deguate.com/artman/publish/educacion/definicion-de-educacion.shtml#.Vh3YTW5cCJP>.
10. Ministerio de Agricultura Ganadería y Alimentación, Instituto Geográfico Nacional. Diccionario Geográfico Nacional de Guatemala (en línea). Guatemala. Consultado el 30 de sep. 2015. Disponible en <http://www.guatemalapymes.com/geodic.php?keyw=18138>
11. Organismo Judicial. S.P. 2004. (en línea). Guatemala. Consultado el 7 de nov. 2015. Disponible en: http://www.oj.gob.gt/estadisticalaboral/index.php?option=com_content&view=article&id=171&Itemid=207
12. Ronteira I. 2013. Definición de Educación Formal e informal. México. (en línea) Consultado el 13 de Oct. 2015 disponible en <http://maestros.brainpop.com/profiles/blogs/teorizando-sobre-la-educacion-formal-informal-y-no-formal>
13. Sandoval S. 2012 Definición de Educación Preescolar. México. (en línea) Consultado el 14 de Oct. 2015 disponible en <http://es.calameo.com/books/0027202785691c393287d>
14. Stanton, William J. 1986. Fundamentos de Mercadotecnia. 7ª edición. México. Editorial Programas Educativos, S. A. de C. V. 779 pp.

15. Universidad Nacional Abierta y a Distancia Colombia. Clases agrológicas de los suelos, datateca. Consultado el 19 de Oct. de 2015 disponible en http://datateca.unad.edu.co/contenidos/30160/leccin_5_clases_agrolgicas_del_suelo_land_capability_classification.html

ANEXOS

Anexo 1
Municipio de El Asintal, departamento de Retalhuleu
Estructura Organizacional Municipalidad de El Asintal
Año: 2015



Fuente: Dirección Municipal de Planificación -DMP-, Municipalidad de El Asintal.

Anexo 2
Municipio de El Asintal, departamento de Retalhuleu
Proyecto: Producción de Conserva de Mango
Carta de Consumo Per-cápita
Año: 2015

Licenciados Asesores del Ejercicio Profesional Supervisado -EPS-
Universidad de San Carlos de Guatemala
Presentes

Atendiendo la solicitud que presentaron los practicantes de la Universidad de San Carlos de Guatemala, de la Facultad de Ciencias Económicas, que actualmente cursan el Ejercicio Profesional Supervisado –EPS- 2-2015 del municipio de El Asintal, departamento de Retalhuleu, sobre las propiedades nutricionales de la conserva de mango, certifico que: el consumo máximo basado en la ficha técnica proporcionada es de: 0.066 onzas al día en los adultos y en niños mayores de cinco años, el consumo máximo es de: 0.46 onzas a la semana.

Para los usos que a los interesados convenga, extendiendo la presente en la ciudad de Guatemala a los veintiséis días del mes de marzo del año 2018.

 Licda. Lucía de la Roca
Nutricionista
Colegiada No. 4430

Licda. Lucía Isabel De La Roca Estrada
Nutricionista
Colegiado 4430
Teléfono: 4804-8784

Anexo 3

MANUAL DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS

DE COMERCIALIZACIÓN

**COMITÉ DE PRODUCTORES ARTESANOS DE CONSERVAS DE MANGO
“EL ASINTAL”**

Municipio de El Asintal, Departamento de Retalhuleu

ÍNDICE

	Página
INTRODUCCIÓN	1
1 OBJETIVOS DEL MANUAL	1
2 JUSTIFICACIÓN	1
3 CAMPO DE APLICACIÓN	1
4 NORMAS DE APLICACIÓN GENERAL	1
5 SIMBOLOGÍA UTILIZADA	2
6 OBJETIVOS, NORMAS Y FLUJOGRAMAS DE PROCEDIMIENTOS	3
7 PROCEDIMIENTO VENTAS AL CONTADO A DETALLISTAS	4
8 PROCEDIMIENTO ANÁLISIS ESTADÍSTICAS DE COMERCIALIZACIÓN	10
9 PROCEDIMIENTO VENTAS AL CRÉDITO A DETALLISTAS	15

INTRODUCCIÓN

Con la finalidad de orientar a los miembros del comité y de todo el personal, se crea este manual de normas y procedimientos para el área de comercialización, el cual pretende ser una guía para los integrantes del mismo, con el fin de ayudar en la toma de decisiones, las cuales podrán hacerse en el momento si están contenidas en este documento y a la vez, para que aquellas personas de nuevo ingreso conozcan la actividad de dicha área.

Contiene la descripción de los objetivos que se pretende alcanzar, la justificación para implementarlo, campo de aplicación, normas de aplicación general, simbología utilizada, así como también tres procesos de comercialización con sus flujogramas respectivos.

Para llegar a finalizar el presente manual, se tomó como base el estudio de campo efectuado dentro del municipio, lo cual fue muy valioso para preparar este documento técnico.

1 OBJETIVOS DEL MANUAL

- a) Aplicar los procesos descritos en forma uniforme por las personas encargadas.
- b) Lograr que las unidades de la organización puedan coordinar la actividad de cada puesto.
- c) Delegar en forma eficiente las tareas de acuerdo a la responsabilidad que cada unidad tenga.
- d) Conocer a todos los participantes en los procesos de comercialización que contiene este manual.
- e) Contar con un documento que oriente a la administración para realizar la forma de realizar la comercialización del producto

2 JUSTIFICACIÓN

En las organizaciones productivas, es necesario contar con un manual de normas y procedimientos que sean cumplidos en forma coordinada y uniforme por todos los integrantes de la misma, con el fin que los operaciones sean llevados a cabo en forma completa, al contar con una guía para ejecutarlos y también como un medio de control para establecer si se hacen en forma completa y ordenada. También con la implementación del uso de este manual se ahorrará tiempo al efectuar las diversas labores en forma eficiente, con lo cual se logrará ahorrar tiempo y con ello se evitará duplicidad de funciones.

3 CAMPO DE APLICACIÓN

Se pretende que sea aplicado por el administrador, con la aprobación de los miembros de la junta directiva, a todo el personal que interviene en el proceso productivo y en especial a la unidad de comercialización.

4 NORMAS DE APLICACIÓN GENERAL

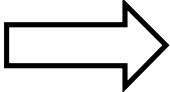
- a) El presente manual será aplicable únicamente a las operaciones de comercialización que se desarrollan más adelante, porque es el propósito

con el que se ha elaborado.

- b) Para tomar decisiones que impliquen beneficio para los ingresos del comité, se debe tener un registro estadístico adecuado que permita planificar, tanto la producción como la comercialización, ya que ambas están íntimamente ligadas.
- c) En el proyecto no se contemplan ventas al crédito durante el primer año, sin embargo si la junta directiva en el futuro decide hacerlo, se deja incluido este procedimiento, con el fin que sirva de guía y se pueda aplicar rápidamente, de preferencia a partir del segundo año de ejecución.
- d) Mantener este manual de normas y procedimientos al alcance de los encargados de la producción y comercialización Si se necesita modificarlo, puede hacerse con el apoyo de la junta directiva del comité.

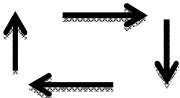
5 SIMBOLOGÍA UTILIZADA

Para cada norma y procedimiento se presenta un flujograma, el cual contiene símbolos con el significado siguiente:

Símbolos	Significado
	Inicio o fin de un procedimiento.
	Indica las operaciones de un procedimiento.
	Sirve para indicar que se inspecciona o revisa.
	Significa que un proceso se traslada a otra unidad.

Continúa en la página siguiente...

...viene de la página anterior

Símbolos	Significado
	Visualiza el uso de documentos, formularios, libros, hojas.
	Conector para visualizar que pasa a otra página o que pasa a otra instancia de un procedimiento.
	Es utilizado cuando un procedimiento se detiene y archiva en forma definitiva.
	Marca la dirección que toma cada proceso u operación.

6 OBJETIVOS, NORMAS Y FLUJOGRAMAS DE PROCEDIMIENTOS

A continuación se detallan los procedimientos de comercialización para orientar al “Comité de Productores Artesanos de Conservas de Mango El Asintal”, Municipio de El Asintal, Departamento de Retalhuleu. Existen muchos procedimientos que tienen relación con la comercialización, sin embargo en este documento se desarrollan los más relevantes, los cuales se seleccionaron por considerarlos de mucha importancia para satisfacer de mejor forma las necesidades que el cliente tenga del producto.

En su orden aparecen los procedimientos de: venta al contado a detallistas, por ser el principal proveedor de ingresos a la organización; después se describe el de análisis estadísticas de comercialización, con el fin de retroalimentar la información y hacer los ajustes necesarios; y al final se expone la venta al crédito a detallistas después de un año de iniciado el proyecto, a efecto de lograr estimular las ventas a los intermediarios.

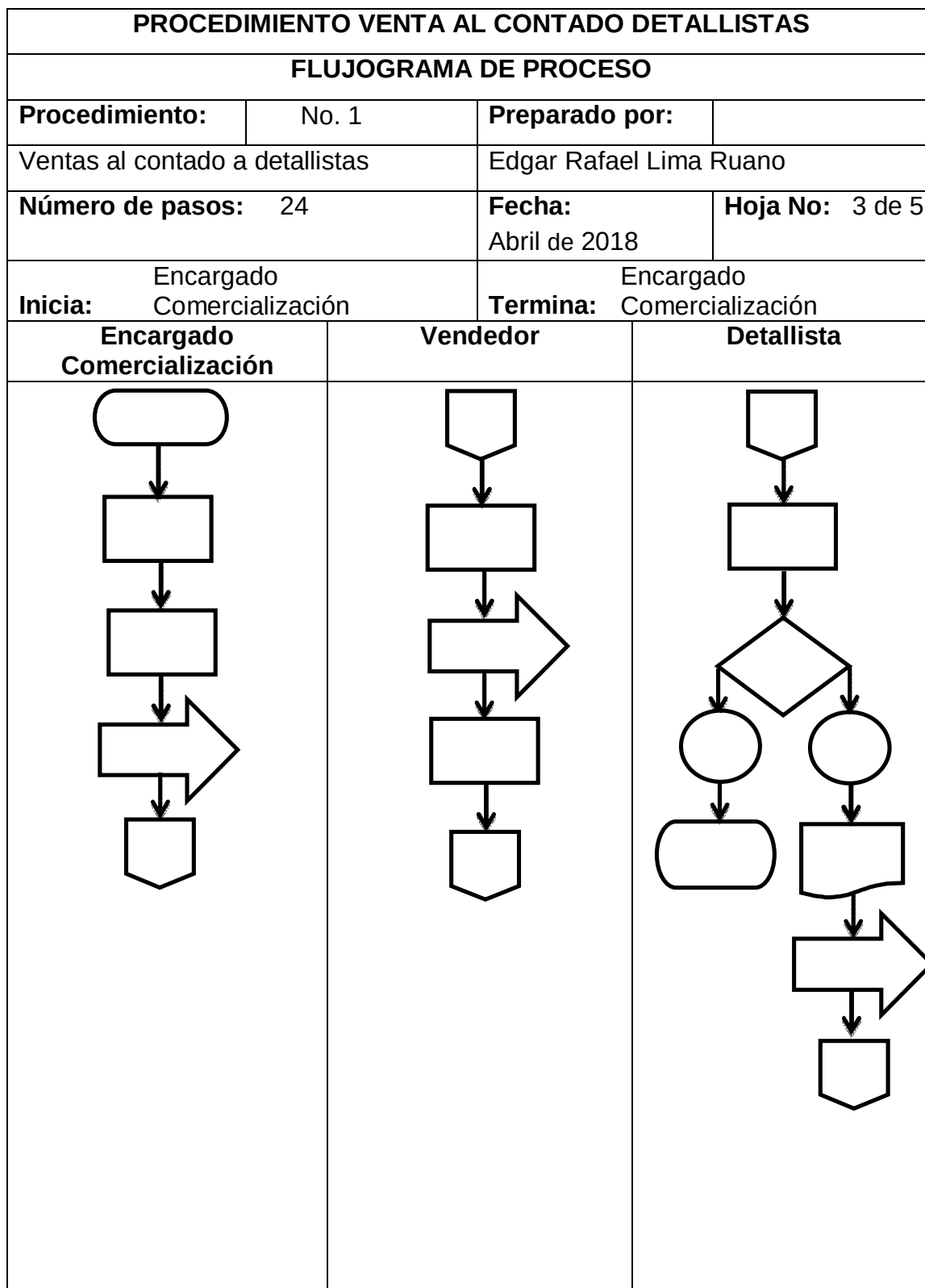
PROCEDIMIENTO VENTA AL CONTADO A DETALLISTAS			
OBJETIVOS Y NORMAS			
PROCEDIMIENTO No. 1		PREPARADO POR:	
Venta al contado a detallistas		Edgar Rafael Lima Ruano	
Número de pasos: 24		Fecha: Abril de 2018 Hoja: 1 de 5	
Encargado		Encargado	
Inicia: Comercialización		Termina: Comercialización	
Definición: -El encargado de la administración necesita llevar un control de las ventas que se realicen, para lo cual es necesario que determine la forma en que los vendedores deben entregar el producto y cobrar por el mismo.			
Objetivos: -Proporcionar al mercado un producto de buena calidad. -Que el precio sea competitivo. Contar con documentos que ayuden a planificar la producción.			
Normas: -Las ventas serán sólo al contado. -La mercadería se entregará al momento de recibir el pago en efectivo. -El vendedor será el encargado de trasladar la mercadería al detallista.			

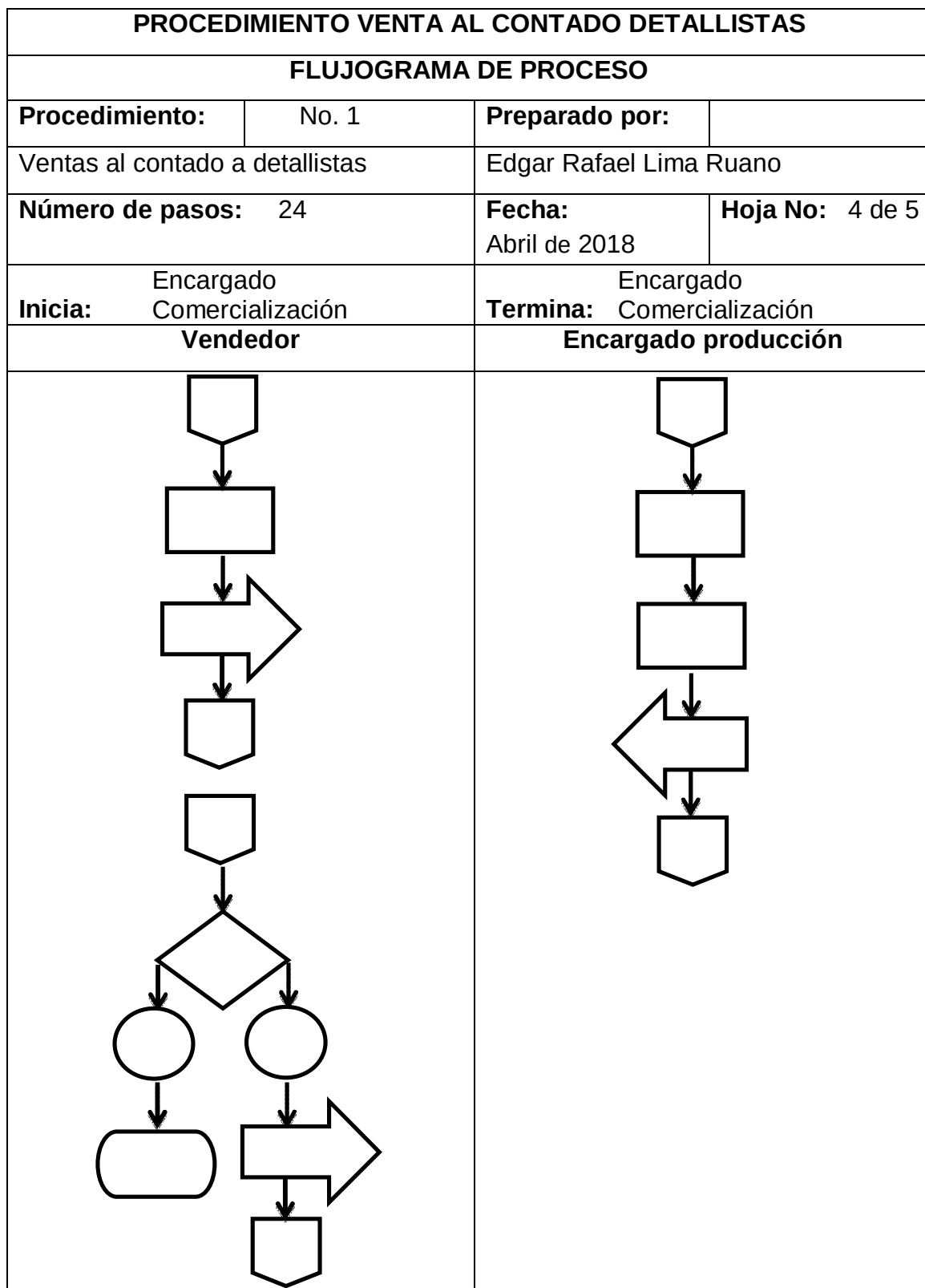
PROCEDIMIENTO VENTA AL CONTADO A DETALLISTAS		
ACTIVIDADES		
PROCEDIMIENTO No. 1 Venta al contado a detallistas		PREPARADO POR: Edgar Rafael Lima Ruano
Número de pasos: 24		Fecha: Abril de 2018 Hoja: 2 de 5
Encargado Inicia: Comercialización		Encargado Termina: Comercialización
Responsable	No. Paso	Actividad
Encargado Comercialización	1	Designa sectores de los Municipios a visitar
	2	Determina la cantidad de muestras
	3	Entrega muestras de la conserva al vendedor
Vendedor	4	Recibe muestras
	5	Se traslada al sector asignado
	6	Realiza plática de venta al detallista
Detallista	7	Revisa muestras para hacer pedido
	8	Toma de decisión
	8.1	Acepta hacer pedido
	8.2	No hace pedido, finaliza el proceso
	9	Llena el formulario de pedido
Vendedor	10	Lo entrega al vendedor
	11	Recibe pedido del detallista
Encargado Producción	12	Traslada pedido a departamento de producción
	13	Recibe pedido que hizo el detallista
	14	Prepara conservas
Vendedor	15	Entrega pedido de conservas a vendedor
	16	Recibe y revisa el envío de conservas
	16.1	El envío está correcto
	16.2	Envío incorrecto, termina el proceso
Detallista	17	Traslada pedido a detallista
	18	Recibe y revisa pedido
	18.1	Si está todo correcto
	18.2	Está incorrecto, termina el proceso

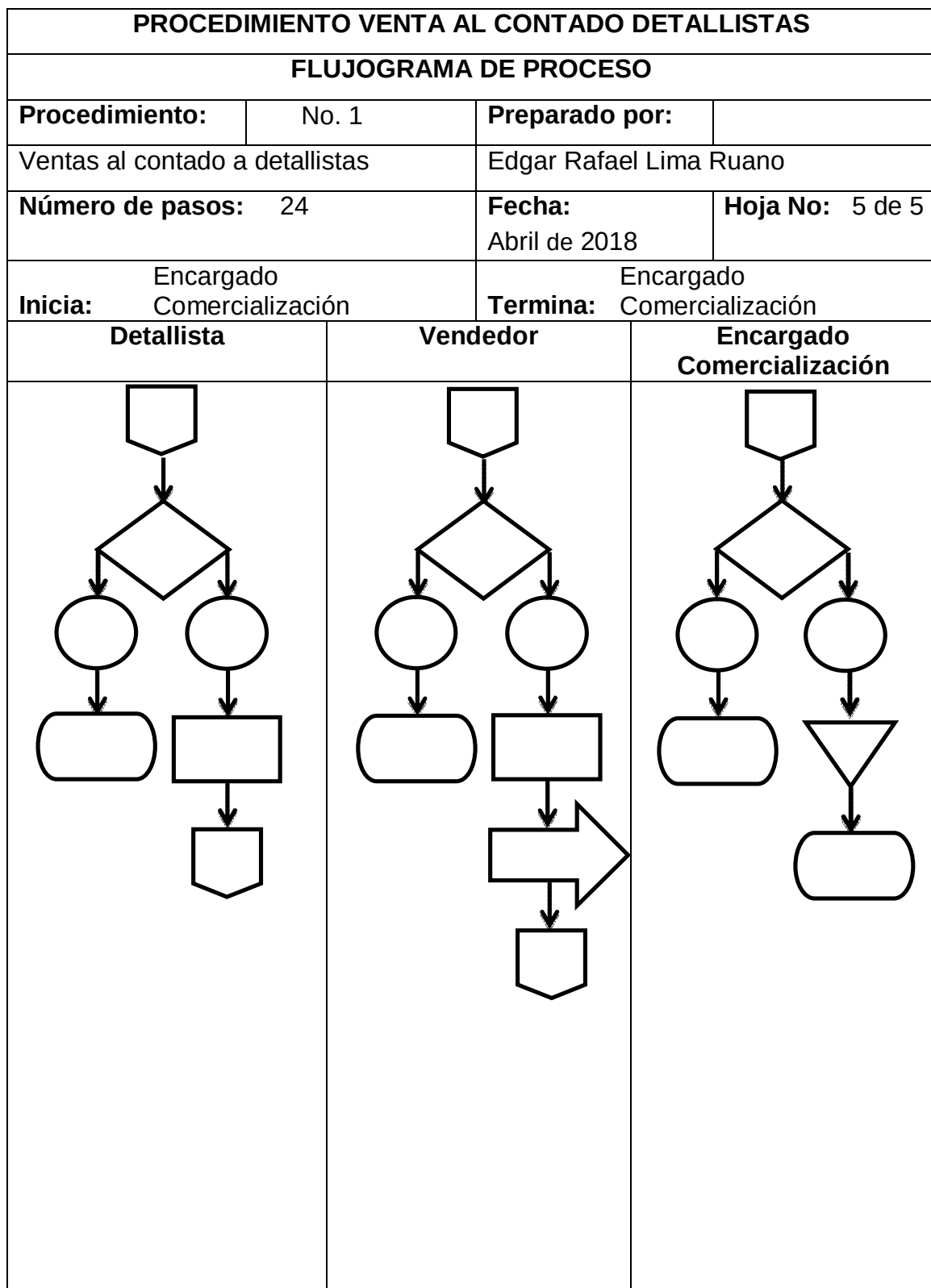
Continúa en la página siguiente...

...viene de la página anterior

Responsable	No. Paso	Actividad
	19	Paga en efectivo el pedido al vendedor
Vendedor	20	Recibe y cuenta el dinero
	20.1	Está completo el dinero
	20.2	No está completo el dinero, finaliza proceso
Vendedor	21	Deposita en la cuenta bancaria del comité
	22	Traslada boleta deposito banco y copia de pedido
Encargado Comercialización	23	Recibe y revisa documentos
	23.1	Toda la documentación está correcta
	23.2	Documentación incorrecta, finaliza proceso
	24	Archiva
		FIN

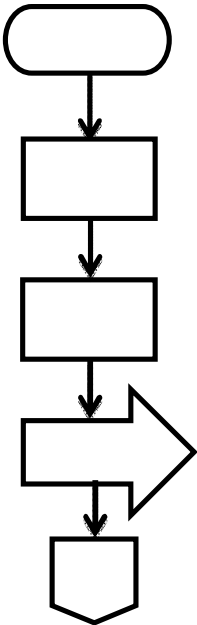
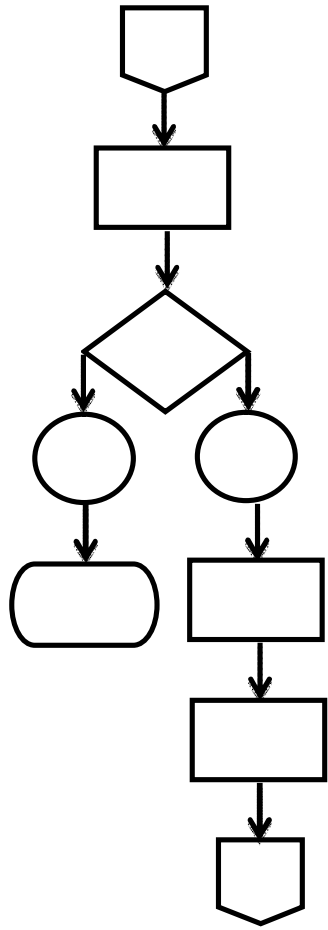


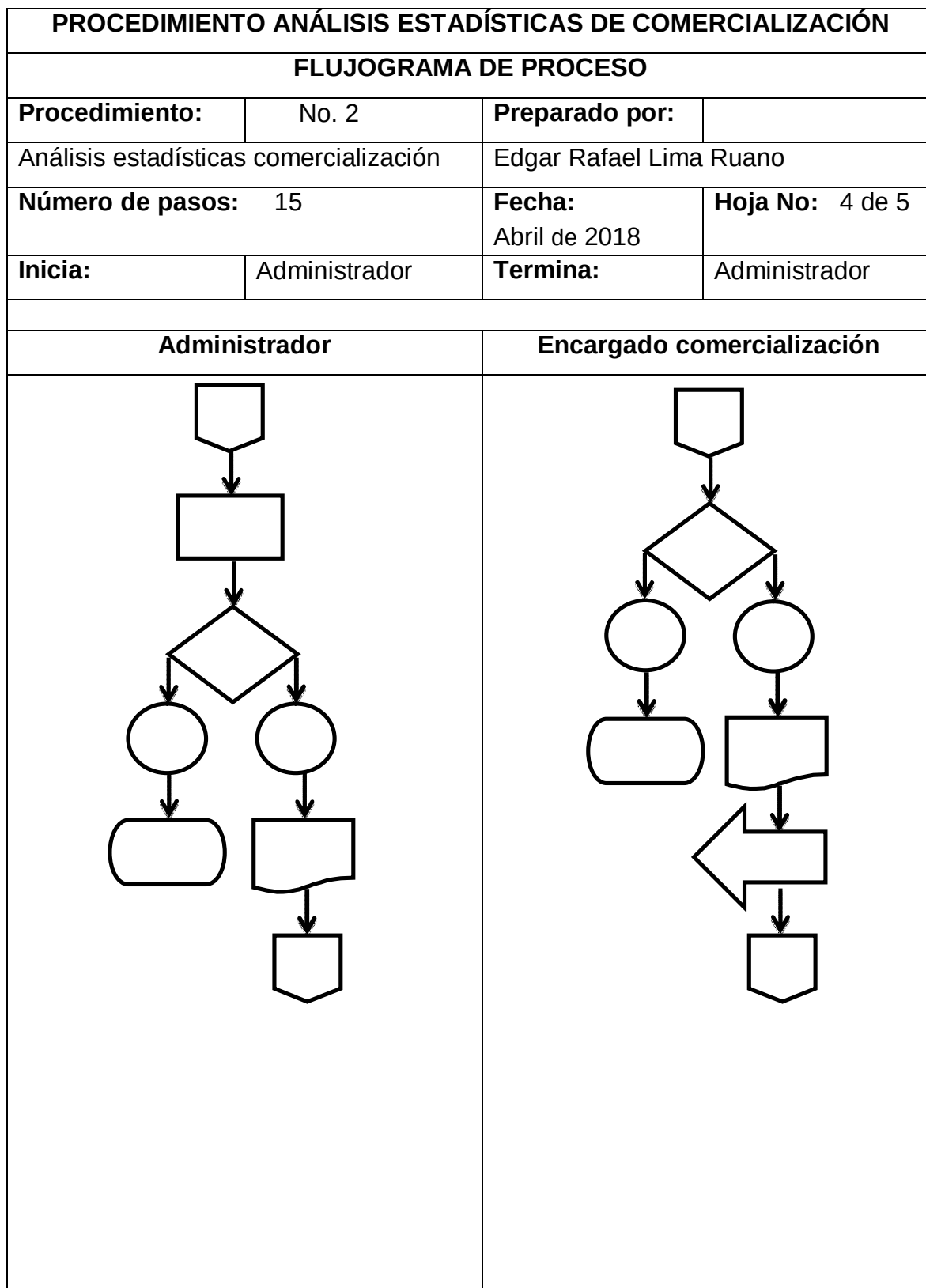




PROCEDIMIENTO ANÁLISIS ESTADÍSTICAS DE COMERCIALIZACIÓN			
OBJETIVOS Y NORMAS			
PROCEDIMIENTO No.	2	PREPARADO POR:	
Análisis estadísticas comercialización		Edgar Rafael Lima Ruano	
Número de pasos:	15	Fecha:	Abril de 2018
		Hoja:	1 de 5
Inicia:	Administrador	Termina:	Administrador
Definición: -El encargado de la administración necesita llevar control, tanto de las ventas como de la producción, con el objetivo de elaborar estadísticas, hacer proyecciones del comportamiento de dichas variables y tomar decisiones. Objetivos: -Proporcionar al comité información para la toma de decisiones. -Que se pueda comprar la cantidad de mango adecuado. Contar con información para planificar la producción. Normas: -Las compras de insumos se harán conforme proyecciones estadísticas. -Todos los departamentos deben proporcionar datos estadísticos a la administración. -Se debe analizar la información cada semana. -Después de cada semana se procederá a dar las instrucciones con el fin de hacer las modificaciones que se determinen.			

PROCEDIMIENTO ANÁLISIS ESTADÍSTICAS DE COMERCIALIZACIÓN		
ACTIVIDADES		
PROCEDIMIENTO No. 2 Análisis estadísticas comercialización		PREPARADO POR: Edgar Rafael Lima Ruano
Número de pasos: 15		Fecha: Abril 2018 Hoja: 2 de 5
Inicia: Administrador		Termina: Administrador
Responsable	No. Paso	Actividad
Administrador	1	Planifica elaboración de estadísticas
	2	Prepara nota para pedir datos a comercialización
	3	Traslada nota a comercialización
Encargado Comercialización	4	Recibe nota petición información
	5	Revisa nota
	5.1	Si tiene datos actualizados
	5.2	No tiene datos actualizados
	6	Prepara la información
	7	Elabora nota preliminar con los datos
	8	Verifica la información contra inventarios físicos
	8.1	Está correcta la información
	8.2	No está correcta la información
	9	Prepara nota con los datos
	10	La envía a la Administración
Administrador	11	Recibe nota con la información
	12	Analiza detenidamente los reportes
	12.1	Si cumple con requerido
	12.2	No cumple con los datos requeridos
	13	Elabora cuadros estadísticos
	14	Analiza si producción logrará cubrir las ventas
	14.1	Si la proyección es la adecuada finaliza el análisis
	14.2	No cubrirá la demanda proyectada
	15	Ordena aumentar la producción
		FIN

PROCEDIMIENTO ANÁLISIS ESTADÍSTICAS DE COMERCIALIZACIÓN			
FLUJOGRAMA DE PROCESO			
Procedimiento:	No. 2	Preparado por:	
Análisis estadísticas comercialización		Edgar Rafael Lima Ruano	
Número de pasos:	15	Fecha: Abril de 2018	Hoja No: 3 de 5
Inicia:	Administrador	Termina:	Administrador
Administrador		Encargado comercialización	
 <pre> graph TD Start([Inicio]) --> T1[] T1 --> T2[] T2 --> T3[] T3 --> End[/Fin/] </pre>		 <pre> graph TD Start[/Inicio/] --> T1[] T1 --> D{ } D --> C1(()) C1 --> R1([Fin]) D --> C2(()) C2 --> T2[] T2 --> T3[] T3 --> End[/Fin/] </pre>	



PROCEDIMIENTO ANÁLISIS ESTADÍSTICAS DE COMERCIALIZACIÓN			
FLUJOGRAMA DE PROCESO			
Procedimiento:	No. 2	Preparado por:	
Análisis estadísticas comercialización		Edgar Rafael Lima Ruano	
Número de pasos:	15	Fecha: Abril de 2018	Hoja No: 5 de 5
Inicia:	Administrador	Termina:	Administrador
Administrador			
<pre> graph TD Start([Pentagon]) --> Decision{Diamond} Decision --> Circle1(()) Decision --> Circle2(()) Circle1 --> Rect[] Rect --> Round1([]) Circle2 --> Round2([]) </pre>			

PROCEDIMIENTO VENTAS AL CRÉDITO A DETALLISTAS			
OBJETIVOS Y NORMAS			
Procedimiento No.	3	Preparado por:	
Venta al crédito a detallistas		Edgar Rafael Lima Ruano	
Número de pasos:	18	Fecha:	Abril de 2018 Hoja: 1 de 4
Encargado			
Inicia:	Comercialización	Termina:	Detallista
Definición: -El encargado de la administración debe contar con un instrumento para cumplir los procedimientos al otorgar crédito, evitará riesgos y tendrá información para el control de las ventas hechas en esta forma. Objetivos: -Proporcionar una guía cuando a futuro se decida vender al crédito. -Estimular al detallista para que compre nuestro producto. -Llevar controles adecuados de las ventas que se efectúen de esta forma. Normas: -Las ventas serán al crédito por un máximo de 30 días. -La mercadería se entregará si existe autorización de crédito. -El producto será trasladado al detallista por medio del vendedor.			

PROCEDIMIENTO VENTAS AL CRÉDITO A DETALLISTAS		
ACTIVIDADES		
Procedimiento No. 3 Ventas al crédito a detallistas	Preparado por: Edgar Rafael Lima Ruano	
Número de pasos: 18	Fecha: Abril de 2018	Hoja: 2 de 4
Inicia: Encargado Comercialización	Termina: Detallista	
Responsable	No. Paso	Actividad
Encargado Comercialización	1	Elabora políticas de ventas al crédito a detallistas
	2	Diseña formulario solicitud de crédito
	3	Entrega formulario e instructivo a vendedor
Vendedor	4	Llena forma, pide a detallista copia: patente y DPI
	5	Entrega formulario al detallista para firma
Detallista	6	Recibe formulario
	7	Lo revisa detenidamente
	7.1	Si está anuente a firmar
	7.2	Lee y no firma
	8	Firma formulario
Vendedor	9	Traslada a vendedor formulario y documentos
	10	Recibe los documentos
	11	Traslada a Encargado Comercialización
Administración	12	Recibe los documentos
	13	Analiza solicitud crédito
	13.1	Si llena requisitos
	13.2	No llena requisitos finaliza el procedimiento
	14	Autoriza crédito
	15	Entrega nota al vendedor
	16	Recibe nota de autorización
Vendedor	17	Entrega nota autorización al detallista
Detallista	18	Recibe nota autorización de crédito FIN

