

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



"DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO DE MERCADEO PARA LA
COMERCIALIZACIÓN DE JALEA ELABORADA A BASE DE MANGO
POR UN GRUPO DE MUJERES RESIDENTES DEL CANTÓN EL
ZAPOTE, MUNICIPIO DE SAN FRANCISCO MENÉNDEZ,
DEPARTAMENTO DE AHUACHAPÁN.
CASO ILUSTRATIVO: ASOCIACIÓN BARRA DE SANTIAGO".

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PRESENTADO POR

FOLGAR CALDERÓN, MÓNICA BEATRIZ
RAMOS HENRÍQUEZ, ESPERANZA CAROLINA
TREJO PERDOMO, MIRIAM LISSETTE

PARA OPTAR AL GRADO DE:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Diciembre de 2007

San Salvador

El Salvador

Centro América

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

Rector : Ing. Rufino Antonio Quezada
Secretario General : Lic. Douglas Vladimir Alfaro Ortiz

Facultad de Ciencias Económicas

Decano : Msc. Roger Armando Arias Alvarado
Secretaria : Licda. Vilma Yolanda Vásquez de Del Cid

Tribunal Evaluador

Docente Director : Msc. Carlos Armando Pineda Landaverde
Coordinador de Seminario: Lic. Rafael Arístides Campos
Docente Observador : Lic. Alfonso Ortiz

Diciembre del 2007

San Salvador

El Salvador

Centro América

AGRADECIMIENTOS

A DIOS TODO PODEROSO, por ser mi fortaleza para lograr alcanzar esta meta y guiarme por el sendero correcto y derramar bendiciones sobre toda mi familia. **A MI MADRE** Morena Henríquez por regalarme la vida y por brindarme su apoyo incondicional en cada momento de mi vida **GRACIAS MADRE, A MIS HERMANOS** Sonia, Héctor y Silvia por ser parte importante de mi vida y porque juntos hemos sabido salir adelante, **A MIS SOBRINOS** Alejandra, Alexandro y Javier, por llenar de alegrías mi vida, **A MIS TIOS** Gonzalo y Rosa por el apoyo que me han brindado a lo largo de mi vida, **A TODOS MIS AMIGOS** Linneth, Alba, Miriam, Mónica, Zonia, Douglas, Luis Mario, Velia, gracias a todos por brindarme su amistad, sus palabras de aliento y apoyo incondicional, por estar en los momentos en los que los necesite y por todas sus oraciones.

Carolina Ramos

A DIOSITO, por darme la sabiduría, perseverancia y sobre todo la vida para llegar hasta este momento de mi vida junto a su bendición. **A MI HIJO** Deivy gracias mi cielo por la paciencia que me has tenido, eres el motor que me ha impulsado para alcanzar esta meta, TE AMO MI AMOR. **A MI TIA** Miriam Godinez, por representar a mi madre, por su amor y bendiciones, la quiero mucho tia. **A MI FAMILIA** mis primas y mis sobrinos, por su apoyo incondicional. **A MIS COMPAÑERAS** Miriam y Carolina, por la experiencia tan bonita que hemos tenido juntas de la cual he aprendido mucho dejenme decirle que las aprecio mucho. **A MIS AMIGOS** Velia, Zonia, Luis Mario, Douglas, Lis, Jaidel, Estefani y a todos aquellos que han estado conmigo por su amistad y apoyo incondicional los quiero mucho, a mis compañeros de trabajo por su apoyo y palabras de aliento. A la familia Ramos Henríquez, en especial a la niña More por su apoyo y atenciones.

Mónica Folgar

A DIOS TODO PODEROSO, por ser mi luz y guía, por la sabiduría en las decisiones más importantes de mi vida y quien fue mi respaldo en los momentos más difíciles. **A MIS PADRES**, Ricardo Trejo Aparicio y Luz Floribel Perdomo por regalarme la vida, por el amor, esfuerzo y el apoyo incondicional en cada momento. **A MIS ABUELOS**, Carlos Trejo y Antonina Aparicio de Trejo, por su amor, consejos y apoyo de siempre durante todos estos años de estudio. **A MIS HERMANOS**, Ricardo, Nelson Alberto, Carlos Rodrigo, José Ricardo, Roxana Esperanza y Luís Ricardo por ser parte importante en mi vida, darme su apoyo y comprensión gracias hermanitos por estar ahí siempre, los quiero. **A MIS SOBRINAS Y TÍAS** por llenar mi vida de felicidad. **A MIS AMIGOS**, Carolina, Mónica, Gloria, Lidia, Zonia, Luis Mario, Douglas, Lis, Jaidel, Blanky, Velia, Beatriz de Castro, Esperanza de Trejo, Carlos, Nelson, Olinda y Vicky por darme cariño, apoyo, consejos y palabras de aliento en los momentos difíciles. Y a la Familia Ramos Henríquez en especial a mamá More por las atenciones y apoyo.

Miriam Trejo

AGRADECIMIENTOS ESPECIALES, a nuestro asesor MSC. Carlos Armando Pineda Landaverde, por sus conocimientos, tiempo y amistad, a MSC. Enriqueta Ramirez por permitirnos desarrollar nuestro trabajo de investigación, al Lic. Campos por su esfuerzo al conducir este seminario, al Lic. Ortiz por su ayuda.

Carolina, Mónica y Miriam

RESUMEN

La realización del Plan Estratégico de Mercadeo es el resultado del trabajo que se ha realizado en conjunto con la Asociación Barra de Santiago, con el objetivo de brindar apoyo al grupo de mujeres de escasos recursos y con deseos de superación tanto económico como social y que de esta manera sean parte del desarrollo del Cantón El Zapote y por consiguiente del país.

Para la realización se utilizaron diferentes herramientas metodológicas tales como: la observación directa, una guía de entrevistas dirigida a la Directora Ejecutiva de la Asociación y al Grupo de mujeres que elabora la jalea de mango, también se elaboró un cuestionario dirigido a los habitantes del Cantón El Zapote y a los turistas que visita La Barra de Santiago.

Los resultados obtenidos de los diagnósticos son: a) La Asociación Barra de Santiago ha realizado una muy buena gestión local debido a que ha apoyado el desarrollo de la zona a través de proyectos y programas que benefician a sus habitantes; b) Un factor que incide negativamente en el desarrollo del proyecto de jalea de mango es que año con año

las integrantes del grupo que son alumnas que estudian noveno grado, deben abandonar el proyecto porque al concluir los estudios en esta escuela ya no les permiten continuar en el y c) A pesar que la jalea de mango que produce el grupo de mujeres posee un buen sabor, color y consistencia, el precio (\$1.00) al que actualmente es vendida no va de acuerdo a la calidad de ésta y no refleja su verdadero valor.

Esta situación puede solventarse con la aplicación del Plan Estratégico de Mercadeo cuyo propósito principal es proveer una guía de cómo comercializar la jalea de mango.

Debido a esto la Asociación Barra de Santiago junto con el grupo de mujeres debe enfocar sus intereses en implementar el proyecto, la época en la que no exista producción se sugiere que el grupo de mujeres se integren a los otros proyectos que ejecuta la Asociación Barra de Santiago como lo son el cultivo de tilapia, flor de jamaica y huertos hidropónicos.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad existen diferentes Asociaciones sin Fines de Lucro que debido a su trayectoria juegan un papel importante en la sociedad ya que contribuyen y promueven el desarrollo de las comunidades priorizando los sectores de más escasos recursos, a través de actividades o proyectos que le permitan ser autosostenibles; es por ello que la elaboración de este trabajo de investigación está orientado al apoyo de los esfuerzos realizados de estas instituciones, por lo que el Plan Estratégico de Mercadeo será de gran utilidad para el grupo de mujeres que elabora jalea de mango.

La investigación está estructurada en tres capítulos de los cuales se da una breve descripción a continuación:

En el Capítulo I se aborda aspectos generales de las Asociaciones sin Fines de Lucro tales como: definición, clasificación, relación con el Estado, misión, propósitos, objetivos y marco legal bajo el cual se rigen. Además se presenta información de la Asociación Barra de Santiago, posteriormente se mencionan aspectos generales de la jalea como lo son: las características y el proceso productivo;

describiendo finalmente conceptos teóricos sobre planeación estratégica, mezcla comercial y estrategias de mercadeo, que servirán de base para los capítulos posteriores.

El Capítulo II contiene un diagnóstico de la situación actual de la Asociación Barra de Santiago, el grupo de mujeres y de la jalea que elaboran; en el que inicialmente se define la metodología de la investigación aplicada, recolectando la información a través de las encuestas a los turistas y a los habitantes de la zona, la guía de entrevistas dirigidas a la Directora Ejecutiva de la Asociación y al grupo de mujeres; además de las visitas de campo realizadas al lugar con el fin de identificar los factores internos y externos en que estas se desenvuelven; así como también la utilización de documentación bibliográfica.

Finalmente en el Capítulo III se diseña una propuesta del Plan Estratégico de Mercadeo para la comercialización de la jalea de mango, en el cual se muestran los objetivos a seguir, el contexto institucional, estrategias de la mezcla de comercialización, métodos para la fijación de precios, propuesta de proceso productivo y la propuesta de financiamiento.

ÍNDICE

	Página
Resumen	i
Introducción	iii
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO SOBRE ASOCIACIONES SIN FINES DE LUCRO, PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE MERCADEO Y MEZCLA COMERCIAL	
A. GENERALIDADES SOBRE LAS ASOCIACIONES SIN FINES DE LUCRO	
1. ANTECEDENTES	1
1.1 Antecedentes Históricos de las Asociaciones Sin Fines de Lucro	1
1.2 Las ONG's en El Salvador	4
1.3 Definición de Asociaciones sin Fines de Lucro (ONG'S)	6
1.4 Clasificación de las Asociaciones sin Fines de Lucro	8
1.5 Principios Básicos de las Asociaciones sin Fines de Lucro	10
1.6 Las Asociaciones sin Fines de Lucro y sus Relaciones con El Estado	11
1.7 Misión, Propósitos y Objetivos de las Asociaciones Sin Fines de Lucro	12
2. MARCO LEGAL	13
B. GENERALIDADES DE LA ASOCIACIÓN BARRA DE SANTIAGO	
1. ANTECEDENTES DE LA ASOCIACIÓN	15
2. ORGANIZACIÓN	16
3. MISIÓN, VISIÓN Y OBJETIVOS DE LA ASOCIACIÓN	17
4. CARTERA DE SERVICIOS	18
5. CLIENTES	20
6. PROVEEDORES	20
7. ESTADOS FINANCIEROS	20
C. ASPECTOS GENERALES DE LA JALEA	
1. ANTECEDENTES	22
2. DEFINICIÓN DE JALEA	23
3. CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO	24
4. PROCESO PRODUCTIVO	24
D. GENERALIDADES SOBRE PLAN ESTRATÉGICO DE MERCADEO	
1. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	29
2. MEZCLA COMERCIAL	34
3. ESTRATEGIAS DE MERCADEO	36

CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO SOBRE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA COMERCIALIZACIÓN DE JALEA DE MANGO ELABORADA POR EL GRUPO DE MUJERES QUE APOYA LA ASOCIACIÓN BARRA DE SANTIAGO

A.	OBJETIVOS	40
1.	GENERAL	40
2.	ESPECÍFICOS	40
B.	HIPÓTESIS	41
1.	GENERAL	41
2.	ESPECÍFICOS	41
C.	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	42
1.	MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN	42
2.	TIPO DE INVESTIGACIÓN	42
3.	TIPO DE DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	43
4.	FUENTES DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	43
4.1	Primaria	43
4.2	Secundaria	44
5.	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS DE LA INFORMACIÓN	44
5.1	Observación Directa.	44
5.2	Entrevista	44
5.3	Encuesta	45
6.	DETERMINACIÓN DEL UNIVERSO Y MUESTRA	45
6.1	Determinación del Universo	45
6.2	Determinación de la Muestra	46
7.	TABULACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	46
D.	ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA ASOCIACIÓN BARRA DE SANTIAGO, DEL GRUPO DE MUJERES Y DE LA JALEA DE MANGO.	47
1.	ANÁLISIS FODA	47
2.	LA JALEA DE MANGO Y SUS 4 P`S	55
2.1	Producto	56
2.2	Precio	57
2.3	Plaza	57
2.4	Promoción	57
3.	CICLO DE VIDA DE LA JALEA DE MANGO	59
4.	ANÁLISIS DEL PROCESO PRODUCTIVO	60
4.1	Recursos utilizados	60
4.2	Proceso Productivo	62
5.	ANÁLISIS DE LOS COSTOS	65
6.	PUNTO DE EQUILIBRIO	69
E.	CONCLUSIONES	74

CAPÍTULO III: PROPUESTA DEL PLAN ESTRATÉGICO DE MERCADEO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE JALEA ELABORADA A BASE DE MANGO POR EL GRUPO DE MUJERES DEL CANTÓN EL ZAPOTE

A.	OBJETIVOS	77
1.	GENERAL	77
2.	ESPECÍFICOS	77
B.	CONTEXTO INSTITUCIONAL DE LAS BARREÑAS	78
1.	IDENTIFICACIÓN DEL GRUPO DE MUJERES	78
1.1	Ubicación geográfica	78
1.2	Producto que ofrece	78
1.3	Misión	78
1.4	Visión	79
1.5	Objetivos	79
1.6	Valores	80
1.7	Estructura Organizativa	80
C.	MEZCLA ESTRATÉGICA DE COMERCIALIZACIÓN PARA LA JALEA "LA BARREÑA"	82
1.	PRODUCTO	82
1.1	Descripción del Producto	82
1.2	Marca	83
1.3	Logotipo	83
1.4	Eslogan propuesto de la marca	84
1.5	Viñeta propuesta del producto	84
1.6	Necesidades que satisface el producto	85
1.7	Políticas	85
1.8	Proyección de la demanda	86
2.	PRECIO	87
2.1	Método de fijación de precio	87
3.	PLAZA	89
4.	PROMOCIÓN	90
5.	ESTRATEGIAS DE LA MEZCLA DE COMERCIALIZACIÓN	92
D.	PLAN DE PRODUCCIÓN	93
1.	PROCESO DE PRODUCCIÓN	93
2.	ESQUEMA DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN PROPUESTO	94
3.	CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN DE LAS BARREÑAS	96
4.	PRESUPUESTO DE UTENSILIOS, MATERIA PRIMA E INSUMOS NECESARIOS PARA LA ELABORACIÓN DE LA JALEA LA BARREÑA.	96
5.	PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA DIRECTA Y OTROS MATERIALES REQUERIDOS PARA LA ELABORACIÓN DE JALEA LA BARREÑA	98
E.	PROPUESTA DE FINANCIAMIENTO	99
1.	FLUJO DE CAJA	101
F.	PUESTA EN MARCHA DEL PROYECTO	105
1.	PRESENTACIÓN DEL PROYECTO	105
2.	ORGANIZACIÓN E IMPLEMENTACIÓN	106

3.	EVALUACIÓN DEL PROYECTO	106
4.	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL PROYECTO	107
5.	ESTIMACIÓN DE COSTOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL PROYECTO	107
6.	BENEFICIOS A OBTENER AL IMPLEMENTAR EL PROYECTO	108
G.	RECOMENDACIONES	111
H.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	112

ANEXOS

- #1.Organigrama Asociación Barra de Santiago
- #2.Estados Financieros Asociación Barra de Santiago, abril 2007.
- #3.Razones Financieras Aplicadas a Estados Financieros de la Asociación Barra de Santiago
- #4.Guía de entrevistas Directora Ejecutiva Asociación Barra de Santiago.
- #5.Guía de Entrevista grupo de mujeres.
- #6.Encuesta Dirigida a los Habitantes del Cantón El Zapote
- #7.Encuesta Dirigida a los Turistas de la Barra de Santiago.
- #8.Determinación de la Muestra de la Investigación
- #9.Tabulación de Encuestas Dirigidas a los Turistas de la Barra de Santiago.
- #10.Tabulación de Encuestas Dirigidas a los Habitantes del Cantón El Zapote
- #11.Cuadro Comparativo Estado de Resultados Asociación Barra de Santiago
- #12.Trámites Legales para Registro de la Marca
- #13.Trámite Legales para Obtener Código de Barra
- #14.Trámite Legales para Obtener Registro Sanitario
- #15.Políticas
- #16.Fórmula de Tasa de Crecimiento
- #17.Proyección de Producción
- #18.Presupuesto de Materia Prima e Insumos para el período 2008-2012

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO SOBRE ASOCIACIONES SIN FINES DE LUCRO, PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE MERCADEO Y MEZCLA COMERCIAL.

En el primer capítulo se presentan las generalidades de las Asociaciones sin fines de lucro: antecedentes históricos, definición de Asociación y Fundación, criterios de clasificación, principios bajo los cuales deben encaminar los proyectos y el marco legal que rigen el funcionamiento de estas Asociaciones.

También se desarrolla información general de la Asociación en la cual se realiza el trabajo de investigación, marco teórico de la jalea y los conceptos básicos sobre plan estratégico de mercadeo.

A. GENERALIDADES SOBRE LAS ASOCIACIONES SIN FINES DE LUCRO

1. ANTECEDENTES

1.1 Antecedentes Históricos de las Asociaciones

Sin Fines de Lucro

Las Asociaciones sin Fines de Lucro nacen como un alivio a las múltiples necesidades que existen en las comunidades

marginadas, quienes por el alto nivel de desempleo que existe en el país, y por la falta de interés del gobierno en fomentar su desarrollo, no alcanzan a tener servicios básicos como: educación, salud, vivienda, alimentación, electrificación, etc. "Dichas organizaciones cubren parte de las áreas deficitarias del gobierno, promoviendo el desarrollo de estas comunidades mediante un proceso organizado, sistemático y participativo en el cual estos sectores toman conciencia de su realidad, la cuestionan y la transforman. Estas Instituciones No Gubernamentales surgen con el apoyo de organismos religiosos, Instituciones Nacionales de carácter privado y Organizaciones Internacionales".¹

Se dice que la existencia de las ONG's no es un hecho nuevo en la historia de El Salvador; han existido desde 1950. En una publicación de esa época (1955) se discutía acerca de las relaciones de las ONG's Salvadoreñas con los organismos especializados y técnicos de las Naciones Unidas.

Podemos citar entre los varios organismos operantes en El Salvador en esa época: "La Asociación Nacional Pro-Infancia",

¹ Pagina web: <http://www.arias.or.cr/documentos/legalong/cap4.htm>

"Cruz Roja Salvadoreña", "Patronato Nacional Antituberculosos", "Cruz Blanca", "Sociedad Benéfica Femenina", "Defensa Social Salvadoreña", algunas de ellas dirigidas por las autoridades eclesiásticas.

Las ONG's descritas anteriormente son clasificadas según su campo de trabajo (salud, beneficencia, asistencia social, modernización de la agricultura, promoción de la cultura, etc); esta misma clasificación nos indica la poca diversificación organizativa de las ONG's.

El surgimiento de las ONG's se da principalmente por tres situaciones como lo son:

1. Las pocas posibilidades por parte de los gobiernos en sustentar todas las necesidades de la población.
2. La extrema pobreza, que se vive actualmente.
3. La crisis ecológica, que ha llevado a crear en la población conciencia sobre este problema.

A lo largo del tiempo surgen distintos tipos de ONG's como respuesta a las necesidades existentes. Actualmente existe una variedad de enfoques para los problemas que se dan; en cada una de las ONG's dependiendo del rubro al que estas se dediquen.

Por estas razones el desarrollo y evolución de las ONG's en América Latina se encuentra ligado al debate sobre el desarrollo de los países Latinoamericanos, puesto que muchas ONG's nacen con el propósito de aportar al desarrollo económico y social.

1.2 Las ONG's en El Salvador

A finales de 1969 la Iglesia Católica Salvadoreña pone en práctica las orientaciones del Vaticano II y Medellín creando la Pastoral Social que trabajaría específicamente por aquellas necesidades urgentes, como también el Secretario Social Arquidiocesano y el Departamento Campesino que más tarde sería la Fundación promotora de Cooperativas (FUNPROCOOP), también en esa misma época la Compañía de Jesús crea otras asociaciones como: la Asociación Fé y Alegría en 1962 y la Fundación Salvadoreña de Vivienda Mínima (FUNDASAL) en 1968.

En esta época las ONG's se diversifican y desarrollan con la aparición de CARITAS de El Salvador y la Fundación Promotora de Cooperativas, en su mayoría con atención al sector de la población marginal.

En 1970 surgen Organizaciones No Gubernamentales orientadas a la defensa de intereses económicos-sociales, con el objetivo de promover el desarrollo lo cual no se pudo lograr debido a que nuestro país se vió envuelto en muchas dificultades económicas llevándolo a graves problemas de pobreza, surgiendo confrontaciones sociales y políticas.

En 1980 se agudiza el Conflicto Armado en nuestro país, situación que llevó a grandes cambios en nuestra sociedad. En esta época se crea el Comité Cristiano Pro-desplazados (CRIPDES) con el objeto de retornar a la población a su lugar de origen, también surgen muchas ONG's orientadas a programas de salud, asistencia técnica, capacitación, defensa de los derechos humanos, desarrollo agrícola y créditos, este trabajo cubría gran parte de las necesidades de la población, como también incluía su participación activa.

En 1992 se da el proceso de Paz generándose instancias de negociación entre el gobierno de El Salvador, ONG's, fuerzas sociales y partidos políticos, siendo las ONG's las encargadas de poner en marcha aquellos programas de compensación social.

Gran número de estas Organizaciones No Gubernamentales fueron orientadas, para fortalecer el desarrollo económico y social de las Alcaldías dentro del proceso de descentralización y desarrollo municipal.

Actualmente las ONG's enfrentan retos, para mejorar la utilización de los recursos y la eficiencia con la que se prestan los servicios, brindando soluciones específicas ante problemas específicos, pues estas organizaciones buscan obtener cambios favorables en las Instituciones Locales e Internacionales para lograr asumir compromisos que obligan a todas las organizaciones no solo de nuestro país si no también a nivel mundial a trabajar de forma integrada y conjunta.

1.3 Definición de Asociaciones sin Fines de Lucro (ONG'S).

Se define como ONG's "Aquellas Organizaciones sin fines de lucro cuyo objetivo es prestar servicios a la sociedad mejorando su calidad de vida, estas organizaciones cuentan

con grupos de personas profesionales capaces, que en ocasiones ofrecen sus conocimientos de forma voluntaria".²

Las ONG's se han definido de muy distinta manera; así el Banco Mundial las tipifica del siguiente modo: "Organizaciones privadas que persiguen actividades para aliviar el sufrimiento, promover los intereses de los pobres, proteger el medio ambiente, brindar servicios sociales básicos o realizar actividades de desarrollo de la comunidad".³

Otra definición con un carácter mas sociológico, es la de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE): "Es una Organización fundada y gobernada por un grupo de ciudadanos privados con un declarado propósito filantrópico y sostenida por contribuciones individuales privadas".

La definición que se considera más apegada a la realidad de las ONG's en El Salvador y que recoge el carácter y los

² Fuente: A partir de la tesis "Análisis de la aplicación y efectos de las normas internacionales de contabilidad sobre los sistemas contables y la presentación de estados financieros de las Organizaciones No Gubernamentales", Funes Morán, Hugo R. Año 2003

³ Pagina web:<http://fuhem.es/cip/educa.htm>

objetivos de las ONG's, es la de Leopoldo Zavala Matulic: "Las ONG's son Organizaciones de carácter social, independientes y autónomas, jurídicamente fundadas y que actúan sin finalidad de lucro. Su acción se orienta hacia la cooperación al desarrollo y hacia la búsqueda de acuerdos de ayuda entre Gobiernos con el objetivo de provocar la solidaridad y promover el desarrollo en los pueblos y sociedades del Tercer Mundo."⁴

Definiremos a las ONG's así: "Son organizaciones que buscan el bienestar social a través de la incorporación de personas de escasos recursos en actividades orientadas al desarrollo de las comunidades locales, promoviendo la autosostenibilidad".⁵

1.4 Clasificación de las Asociaciones sin Fines de Lucro

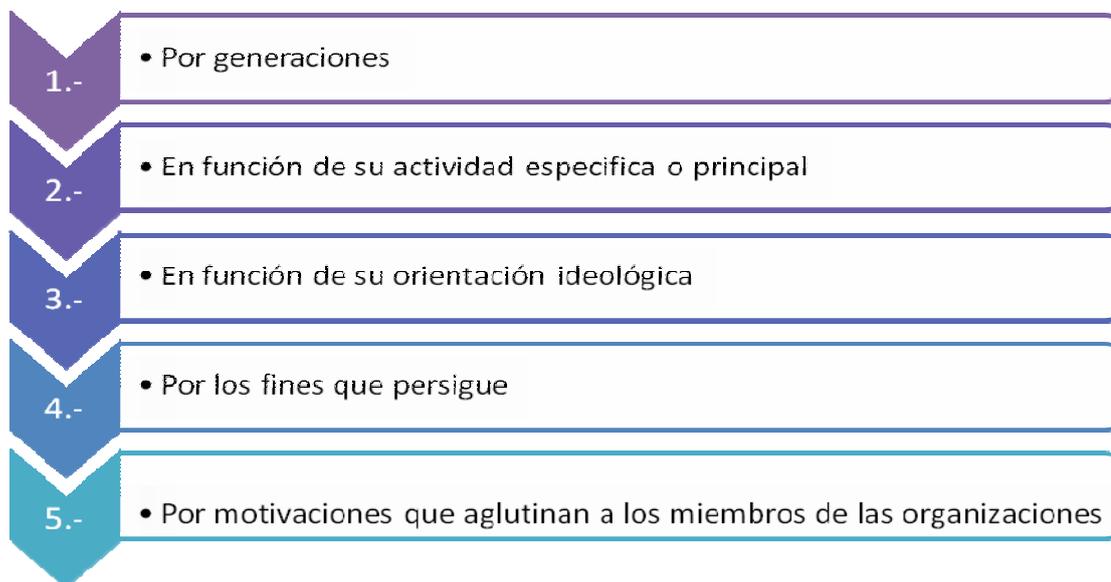
A continuación en la figura No. 1 se presentan los diferentes criterios de clasificación de la ONG's, los cuales se tomarán como base para determinar en cual se ubica la Asociación Barra de Santiago.

⁴ Ibíd 2

⁵ Grupo de tesis

Figura No. 1*

Clasificación de las Asociaciones sin Fines de Lucro



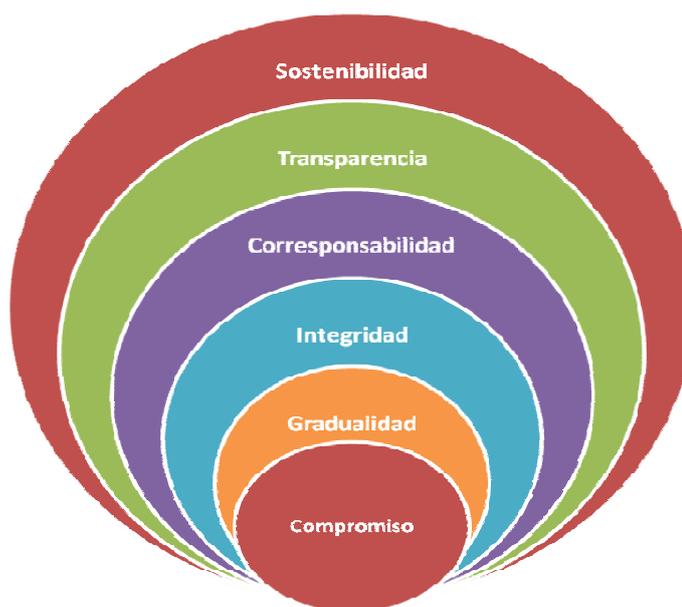
* Fuente: Adaptado por el grupo a partir de la Tesis "Análisis de la aplicación y efectos de las normas internacionales de contabilidad sobre los sistemas contables y la presentación de estados financieros de las Organizaciones No Gubernamentales", Funes Morán, Hugo R. Año 2003

De la figura anterior se puede concluir que la Asociación en estudio se encuentra clasificada de acuerdo a los fines que persigue como una ONG productiva debido a que presta la capacitación necesaria para la elaboración de jalea de mango, y que el grupo de mujeres que la elabora obtenga sus propios ingresos.

1.5 Principios Básicos de las Asociaciones sin Fines de Lucro

En las Asociaciones existen principios básicos que deben estar presentes en todos los proyectos a desarrollarse, los cuales se muestran en la figura No. 2

Figura No. 2*
Principios Básicos de las Asociaciones sin Fines de Lucro



* Fuente: Adaptado por el grupo a partir de la Tesis "Análisis de la aplicación y efectos de las normas internacionales de contabilidad sobre los sistemas contables y la presentación de estados financieros de las Organizaciones No Gubernamentales", Funes Morán, Hugo R. Año 2003

Con la aplicación de los principios mencionados en la figura anterior las Asociaciones buscan contar con la credibilidad tanto de las comunidades donde se desarrollan los proyectos así como también de la sociedad en general; esto podría

derivar además en donaciones de personas naturales o jurídicas, ya sean nacionales o extranjeras.

1.6 Las Asociaciones sin Fines de Lucro y sus Relaciones con El Estado.

Como es frecuente en países subdesarrollados se da un manejo ineficiente de los recursos del Estado, las ONG's buscan canalizar correctamente dichos recursos, se hacen acercamientos a través de grupos gestores, los cuales invitan a carteras del Estado que tengan que ver directamente con cada uno de los proyectos que se piensan realizar para hacer llegar no solo financiamiento sino capacidad técnica que contribuya al fortalecimiento de cada región.

No existe mucha relación directa entre el Estado y las ONG's, la labor de las ONG's va de la mano con los gobierno locales de cada municipio, pero esto no quiere decir que nunca se den acercamientos entre ambos, por el contrario, muchos proyectos se han llevado a cabo exitosamente en tarea conjunta de ONG's y el Estado.

1.7 Misión, Propósitos y Objetivos de las Asociaciones Sin Fines de Lucro.

De forma genérica toda ONG debe basar el desarrollo de sus proyectos, guiarlos y encaminarlos bajo una misión, propósitos y objetivos para los cuales fueron creados, y estos se mencionan a continuación:

a. Misión

Contribuir al fortalecimiento y desarrollo de la comunidad o sector en el cual realiza su actividad principal, a través de programas específicos, según la actividad a la que esta se dedique.

b. Propósitos

Favorecer el desarrollo de servicios y políticas adecuadas para la comunidad por medio de una cooperación e intercambio de experiencias entre las ONG's como también con la participación de Organismos Internacionales o Regionales y de organizaciones de la sociedad civil que trabajen en las áreas de Salud, Microempresas, Capacitación, Educación, Desarrollo Comunitario, Desarrollo Agrícola, Desarrollo Cultural, Desarrollo Sustentable, Medio Ambiente, Desarrollo Urbano y Fortalecimiento Comunitario.

c. Objetivos



Contribuir a fortalecer procesos de desarrollo a nivel nacional y local priorizando a los sectores de más escasos recursos.



Establecer sistemas de cooperación e intercambio con las ONG's Internacionales u otras Asociaciones similares.



Concientizar a la población sobre la importancia de una administración adecuada de los recursos naturales.



Velar para que las actividades del gobierno en el país contribuyan a un mejor desarrollo y fortalecimiento de las ONG's.



Facilitar la accesibilidad a los servicios básicos.



Prestar asistencia técnica mediante el intercambio de profesionales capacitados que complementen y promuevan los esfuerzos de las ONG's.



Mantener un dialogo con otros sectores sociales organizados para articular de modo coherente las distintas iniciativas en materia de solidaridad y cooperación.



Cultivar las buenas relaciones entre los miembros de la Asociación de ONG's como la Información adecuada de sus objetivos.

2. MARCO LEGAL

En El Salvador existen varias Asociaciones y Fundaciones que contribuyen al bienestar económico y social, promoviendo el autosostenimiento y desarrollo de las comunidades, de igual

forma permiten la inserción de la mujer en actividades económicas.

Estas Asociaciones y Fundaciones están regidas por la Ley de Asociaciones y Fundaciones sin Fines de Lucro, creada en Diciembre de 1996 bajo decreto legislativo No. 894, que tiene por objeto establecer un régimen jurídico especial para regular sus actividades y funciones.

En esta ley se describen las capacidades que le otorgan a las Asociaciones y como deben estar representadas, así como la responsabilidad que adquieren tanto con la sociedad como con el Estado.

La Ley define a las Asociaciones y Fundaciones sin fines lucro como:

Art. 11.- Asociaciones son todas las personas jurídicas de derecho privado, que se constituyen por la agrupación de personas para desarrollar de manera permanente cualquier actividad legal.

Art. 18.- Fundaciones son las entidades creadas por una o más personas para la administración de un patrimonio destinado a fines de utilidad pública, que los fundadores establezcan para la consecución de tales fines.

En cuanto a la constitución y registro de las Organizaciones sin Fines de Lucro; las Asociaciones se constituyen por escritura pública y las Fundaciones se constituyen por escritura pública o por testamento y se requiere destinar un patrimonio específico para alcanzar sus fines.

Ambas entidades deben inscribirse en el Registro de Asociaciones y Fundaciones Sin Fines de Lucro, dependencia del Ministerio de Gobernación.

B. GENERALIDADES DE LA ASOCIACIÓN BARRA DE SANTIAGO

1. ANTECEDENTES DE LA ASOCIACIÓN

Ante la problemática ambiental y social del estero Barra de Santiago un grupo de personas comprometidas con el desarrollo del país toman el reto de contribuir en la búsqueda de soluciones integrales que conviertan a los "barreños" en agentes de su propio cambio, contribuyendo así a la restauración ecológica y al manejo de los recursos naturales en la zona. Es así como en el año 2004 se constituye la Asociación Barra de Santiago como una ONG apolítica, no lucrativa, ni religiosa; únicamente comprometida con el

desarrollo sostenible de las comunidades costeras, en especial de la Barra de Santiago.

2. ORGANIZACIÓN

Todas las organizaciones, independientemente de su naturaleza o campo de trabajo, requiere un marco de actuación para funcionar. Ese marco está constituido por la estructura orgánica que es la división ordenada o sistemática de sus unidades de trabajo de acuerdo con el objeto de su creación. Su presentación gráfica se conoce como organigrama que es el método más sencillo para expresar su estructura, jerarquía e interrelación de los órganos que la componen en términos concretos y accesibles.⁶

En la actualidad la Asociación Barra de Santiago no cuenta con un organigrama estructurado por lo que el grupo de tesis lo elaboró de acuerdo a la información proporcionada por la Señorita Enriqueta Ramírez, Directora Ejecutiva de esta Asociación. (Ver anexo No. 1)

⁶ Franklin F, Enrique Benjamín "Organización de Empresas" 2ª. Edición

3. MISIÓN, VISIÓN Y OBJETIVOS DE LA ASOCIACIÓN

a. Misión

Desarrollar planes de conservación y manejo sostenible de los recursos costeros y programas de desarrollo social en la Barra de Santiago a través de la participación de los habitantes de la zona y en coordinación con las autoridades locales.

b. Visión

“Ser una organización que promueva el desarrollo integral de las comunidades y ecosistemas costeros de El Salvador”

c. Objetivos

- Desarrollar programas, proyectos, actividades y acciones orientadas a mejorar la calidad de vida de los habitantes de la Barra de Santiago.
- Promocionar alternativas de solución a la problemática social y ambiental de la Barra de Santiago

4. CARTERA DE SERVICIOS

La Asociación Barra de Santiago comprometida con el desarrollo de las comunidades costeras realiza proyectos, programas, actividades y acciones orientadas a mejorar la calidad de vida de los habitantes, es por ello que tienen definidas las siguientes áreas de acción: educación y salud; agricultura y medio ambiente; emergencias y participación ciudadana.

Entre los programas que ejecutan están:

- 1) Fortalecimiento y organización comunal
- 2) Manejo integral de los desecho sólidos
- 3) Conservación de biodiversidad
- 4) Canalización efectiva y transparente de las donaciones

También se puede mencionar algunos de los proyectos productivos que lleva a cabo la Asociación:

- **Delicias frutales:** se refiere a la producción de jaleas y conservas utilizando frutas de las zonas (mangos, cocos, semillas) que antes no eran utilizadas y se desperdiciaban. Este proyecto está a cargo de un grupo de mujeres jóvenes,

debido a que cuando terminan el noveno grado o el bachillerato sus oportunidades laborales son escasas por lo que la comercialización de estos dulces puede contribuir a su economía familiar.

- **Cultivo de tilapia:** los pescadores coinciden en que hay una disminución en la pesca tanto en el mar como en el estero de la Barra de Santiago; ante lo cual propone experimentar con el cultivo de tilapia, debido a que es de fácil manejo, puede convertirse en una fuente nutricional importante a la comunidad y es de amplia aceptación en el mercado internacional; convirtiéndose así en una opción para generar ingresos en la comunidad.
- **Huertos hidropónicos y lombricultura:** por tercer año consecutivo la Asociación le dará continuidad a los huertos hidropónicos que tendrá como objetivo principal la transformación de huertos en cultivos orgánicos al complementarlos con lombricultura, de esta manera se reduce la dependencia de químicos y se vuelven sostenibles a largo plazo.

5. CLIENTES

En la actualidad la Asociación Barra de Santiago solamente elabora la jalea de mango de manera experimental por lo que los clientes son los padres de los alumnos que asisten a la escuela del Cantón El Zapote.

6. PROVEEDORES

Dado que la Barra de Santiago es una zona costera en la que existen una gran variedad de árboles frutales, entre los cuales se puede mencionar el mango, fruta que es utilizada como materia prima para la elaboración de jalea. El resto de insumos como lo son el azúcar y el limón son proporcionados por la Asociación, los recipientes que se ocupan para el envasado son comprados a la empresa COMAGUI, S.A. de C.V.

7. ESTADOS FINANCIEROS

Para realizar un análisis de la situación de la Asociación Barra de Santiago las razones financieras a evaluar serán: 1) Razones de liquidez y 2) Razones de endeudamiento o apalancamiento; debido a la naturaleza de la Asociación estas

razones son las que se aplican a los Estados Financieros al 30 de abril de 2007 (Ver anexo no. 2), así:

- **Razón de Liquidez**

Este índice nos permite identificar con cuanto cuenta la Asociación en su activo para hacerle frente a las deudas que posee en su pasivo, al realizar este ejercicio se determina que por cada \$1 que tiene en el pasivo cuenta solamente con \$ 0.95 en el activo para cubrir esa deuda. (Ver anexo No. 3)

- **Razón de Endeudamiento**

Este indicador tiene por objeto medir en qué grado y de qué forma participan los acreedores dentro del financiamiento de la empresa. Se define como el total de los pasivos sobre el total de los activos.

Este índice nos muestra que el 104% del total de los activos esta financiado por los acreedores y si la Asociación decide liquidar sus deudas hoy se encontrarían sobregirados, ya que no cuentan con los fondos suficientes para hacerle frente a sus deudas. (Ver anexo No. 3)

C. ASPECTOS GENERALES DE LA JALEA

1. ANTECEDENTES

La conservación de los alimentos fue conocida desde la antigüedad pero durante muchos siglos sólo se aplicaba a nivel casero o artesanal.

Los antiguos chinos conservaban bien sus frutas, cortándolas en trozos, sacaban el hueso y las secaban al horno conservándolas en almíbar o en un buen aguardiente para envasarla en tarros.

Los habitantes de los países fríos usaban la sal, los de los países cálidos disecaban al sol. También se almacenaba nieve durante el invierno, en grandes sótanos o galerías para conservar alimentos con ayuda del frío.

Fue sólo en 1811 cuando empezó la industria de la conservación de frutas. Un confitero de París llamado Charles Nicolás Appert, quiso conservar la pulpa de la fruta para el invierno y se le ocurrió envasarla en tarros de vidrio cerrados herméticamente y hervidos, la pulpa se conservó largo tiempo. Para este procedimiento, aún empírico, eran

necesarios dos factores: el calor que esteriliza y el cierre hermético. Hizo falta esperar más de 50 años para que Luis Pasteur explicase el fenómeno científicamente. Gracias a los descubrimientos de Pasteur referente a la esterilización, la industria de la conservación de frutas tomó el gran desarrollo actual.⁷

2. DEFINICIÓN DE JALEA

Se entiende por Jalea: "La conserva azucarada, transparente y de consistencia gelatinosa, de frutas u otros productos vegetales".⁸

Otra definición más completa es "El producto preparado a partir de frutas de variedades diversas que estén enteras, básicamente sanas, suficientemente maduras y de las que se ha eliminado la materia extraña, envasado con agua o con otro medio de cobertura de líquido adecuado y tratado por el color convenientemente, antes o después de ser cerrado herméticamente en un recipiente para impedir su alteración".⁹

⁷ Fuente: A partir de la Tesis "La producción y la comercialización de jalea industrial en El Salvador", Sánchez Hernández Carlos Alberto, Año 1985

⁸ Enciclopedia Universal Ilustrada.

⁹ Conservación y Procesamiento de frutas tropicales, Programa Centroamericano para el fomento de las Exportaciones. San José, Costa Rica.

3. CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

La jalea como producto alimenticio está bien definida en su aceptación por el público consumidor. Día a día se introduce más en el sector del comercio, dada la diversificación de sabores que se le ha sabido buscar; hay dos clases de jalea en la industria: la jalea de mesa es la que se acompaña con diferentes alimentos o postres, y la jalea industrial que es básicamente utilizada como materia prima por las panaderías y empresas heladeras.

4. PROCESO PRODUCTIVO

El proceso para la fabricación de jaleas por parte de las pequeñas empresas en el país, es básicamente artesanal ya que no utilizan maquinaria sofisticada que les permita incrementar su producción por no contar con suficiente capacidad financiera.

Figura No. 3

Proceso de Elaboración de la Jalea



Fuente: Elaborado por el Grupo a partir de la página
web: <http://www.foro.pulver.com.ar/archive/index.php?t-40.html>

En la figura anterior se muestra en forma resumida el proceso de elaboración de la jalea de frutas, explicando a continuación cada uno de los pasos:

1. Selección de la fruta

La fruta que va a ser utilizada para la preparación de jaleas y otros productos conservados debe tener un sabor y aroma agradables. Los productos de más alta calidad se obtienen solamente de frutas sanas y firmes, esto exige el uso

exclusivo de recipientes limpios, libres de moho y suciedad para la colecta y el transporte de la fruta. La fruta deberá ser recolectada en la etapa de madurez apropiada para la preparación de jugo.

2. Lavado de la fruta

La mayoría de las frutas acumulan cierto grado de polvo en el campo o durante el transporte. Por lo tanto deberán ser enjuagadas a fondo con chorros de agua antes de ser trituradas.

3. Prensado de la fruta.

Tradicionalmente las jaleas caseras se hacían sin compresión de la fruta. La pulpa y el jugo calentados se colocaban en una bolsa de tela para jalea y se dejaban escurrir para obtener un jugo claro. Comercialmente se han utilizado filtro para extraer el jugo de la fruta caliente. Si el jugo es clarificado después de ser extraído debe filtrarse antes de agregar el azúcar, ya que ésta incrementa la viscosidad del jugo y produce dificultad para el filtrado.

4. Procesamiento de la jalea

El jugo clarificado debe ser calentado rápidamente y la pectina disuelta en la cantidad especificada en la receta o formulación. En la actualidad universalmente se agrega pectina a los jugos para jaleas, mermeladas y conservas para mejorar la consistencia y asegurar la obtención de productos de calidad y apariencia uniformes. Esto también permite la producción de jalea sin necesidad de cocción excesiva.

5. Ebullición

La ebullición es uno de los pasos más importantes en la elaboración de jaleas. Su propósito principal es aumentar la concentración de azúcar hasta un punto en donde se de la gelificación. El proceso de ebullición no debe prolongarse debido a la pérdida de sabor y color del producto resultante.

La ebullición se continúa hasta que el producto forme una jalea con la consistencia adecuada al enfriarse. El producto terminado debe tener la consistencia descrita en la definición de la jalea.

El método tradicional para determinar el punto final es permitir que el líquido caiga de una cuchara. El proceso no ha sido completado si el jugo cae de la cuchara como jarabe

líquido. Si se coagula parcialmente y cae de la cuchara dejándola prácticamente limpia, la ebullición ha terminado.

6. Envasado

Las jaleas deben ser herméticamente selladas en envases de vidrio. Los envases que son llenados con la jalea hirviendo no necesitan ser pasteurizados ya que la misma jalea caliente esteriliza el recipiente. Los frascos deben llenarse hasta al menos el 90 por ciento de su capacidad, dejando no más de media pulgada de espacio en la parte superior del frasco. Las tapas hirviendo deben ser colocadas sobre los recipientes inmediatamente después de llenados, y luego apretadas firmemente en espacio de dos o tres minutos. Esto da tiempo para que evacúe el aire del espacio superior. El vapor en el espacio superior se condensa cuando la jalea se enfría, creando un sellado al vacío en el frasco.

D. GENERALIDADES SOBRE PLAN ESTRATÉGICO DE MERCADEO

1. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

Conceptos

a. Planeación

Es la primera etapa del proceso administrativo que se define como: "el proceso de determinar objetivos y definir la mejor manera posible de alcanzarlos".¹⁰

Expresado en una forma más sencilla: "es el proceso donde se determina el camino a tomar para alcanzar los objetivos perseguidos por la compañía".¹¹

b. Planeación Estratégica

El planeamiento estratégico es un proceso cuya esencia es la identificación sistemática de las oportunidades y peligros que surgen en el futuro, los cuales combinados con otros

¹⁰ Stephen P. Robbins. Administración, Teoría y Práctica. Prentice Hall, México, 2002.

¹¹ El grupo

datos importantes proporcionan la base para que una empresa tome mejores decisiones y evitar los posibles peligros.

Cravens Hills define planeación estratégica como, "un proceso continuo que inicia con la evaluación de la situación que la corporación encara. Esto lleva un examen de la misión y los objetivos de la corporación los cuales pueden cambiarse, para responder el análisis de otra situación".¹²

c. Mercadeo

El término Marketing (Comercialización) proviene de la palabra inglesa Market (Mercado), que se puede definir como un grupo de compradores y vendedores (habitualmente productores y consumidores) empeñados en negociar las condiciones del intercambio de bienes y servicios, lo cual se puede realizar "cara a cara", en algún lugar físico; se puede realizar así mismo, de una manera indirecta mediante una compleja red de intermediarios que vinculan a los compradores y vendedores que están separados geográficamente.¹³

¹² Cravens Hills Woodruff, C. (1996). Mercadotecnia, México, D.F., McGraw Hill, Interamericana de México. Segunda reimpresión

¹³ E. Jerome, Mc Carthy y otro, Marketing, El Ateneo, Argentina, 1987.

Mercadeo: "es un sistema, debido a que se encuentra integrado por varias actividades encaminadas a satisfacer las necesidades del cliente que le creará éxito a la empresa".¹⁴

d. Planeación Estratégica de Mercadeo

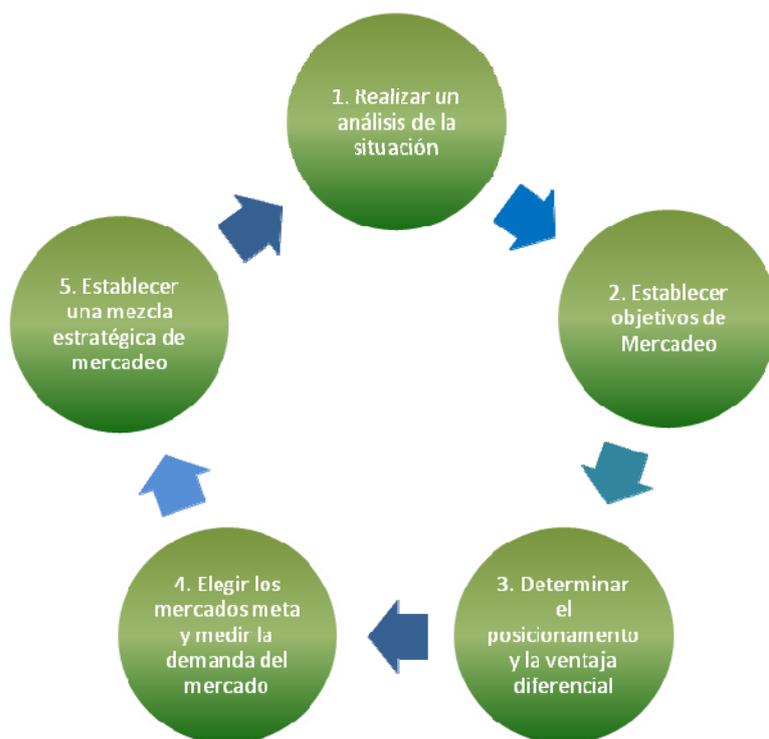
La Planeación Estratégica de Mercadeo está principalmente relacionada con la asignación de recursos que son escasos y de los que se desea obtener un rendimiento o utilidad. Es un proceso de toma de decisiones que relaciona la situación actual de una empresa con la situación deseada para ella en el largo plazo, fijando metas a alcanzar y especificando los mejores caminos para ellos.

Toma como punto de partida la Misión de la Empresa y su Definición de Negocio, los cuales establecen para ella un Campo de Acción, determinado en base a productos y servicios (tecnología), mercados atendidos (clientes) y necesidades satisfechas (beneficios)¹⁵. La planeación estratégica de mercadeo es un proceso administrativo que consta de 5 pasos (Ver figura No. 4):

¹⁴ El grupo

¹⁵ Pagina web: <http://www.gestiopolis.com/Canales4/mkt/plaestrategica.htm>

Figura No. 4
Planeación Estratégica de Mercadeo



Fuente: Elaborado por el Grupo de Tesis a partir de Stanton, William J., Michel J. Etzel y Bruce J. Walker, **Fundamentos de Marketing**, (México D.F.: Mc Graw-Hill/Interamericana Editores, S.A. de C.V., 2001)

En la figura No.4 se muestra la secuencia lógica para ejecutar un plan estratégico de mercadeo que le permita a la compañía el posicionamiento exitoso en el mercado del producto que desee lanzar.

A continuación se desarrollan cada uno de los pasos.

1. Realizar un análisis de la situación.

El análisis de la situación incluye la evaluación de influencias incontrolables, como las condiciones económicas,

los clientes, los competidores, y las capacidades corporativas y sus limitaciones. Deben identificarse las oportunidades y los riesgos que la empresa encara, para después utilizar la información en la preparación e implementación de planes estratégicos.

2. Establecer objetivos de mercadeo.

Los directivos de la empresa, deben de establecer objetivos y tomar en cuenta los problemas que podrían afectarlos. Los objetivos se deben definir como metas a alcanzar y que servirá de guía para la realización de su misión.

3. Determinar el posicionamiento y la ventaja diferencial.

El tercer paso abarca dos decisiones complementarias: la primera es como posicionar un producto en el mercado y la segunda como distinguirlo de sus competidores.

4. Elegir los mercados meta y demanda del mercado

Un mercado se compone de personas u organizaciones que tengan necesidades para satisfacer, dinero para gastar y la disposición para gastarlo.

Por lo regular resulta impráctico para una compañía satisfacer todos los segmentos con diferentes necesidades,

por lo cual se enfocan en un solo segmento que definen como su mercado meta.

5. Diseñar una mezcla estratégica de mercadeo

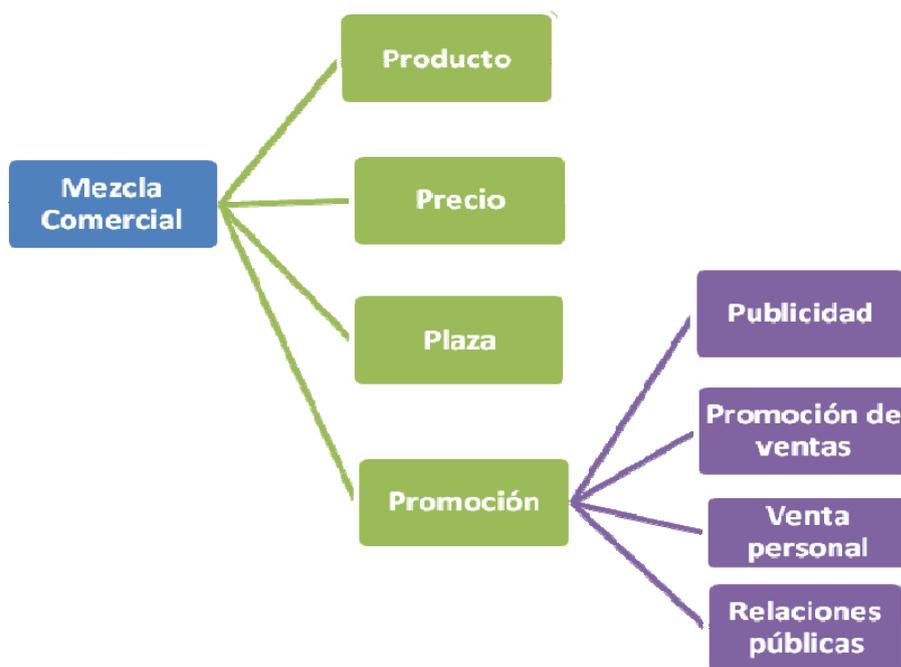
Se refiere a las actividades de seleccionar y describir uno o más mercados meta, y desarrollar y mantener una mezcla de mercadeo que produzca intercambios mutuamente satisfactorios con estos.

2. MEZCLA COMERCIAL

La Mezcla de Mercadeo es la vía por la cual el mercado se compone en una serie de técnicas que combinadas enfatiza los objetivos propuestos por la empresa para compartir el mercado como lo son: el producto, el precio, la plaza y la promoción.

Cada uno de los elementos de la mezcla comercial, cuenta con una serie de parámetros o variables que se deben de tener presentes, al momento de determinar las estrategias que se van a utilizar para hacer llegar el producto hacia el mercado meta.

Figura No. 5
Mezcla Comercial



Fuente: Elaborado por el Grupo de Tesis a partir de Stanton, William J., Michel J. Etzel y Bruce J. Walker, **Fundamentos de Marketing**, (México D.F.: Mc Graw-Hill/Interamericana Editores, S.A. de C.V., 2001)

El producto es todo aquello que se ofrece a la atención de un mercado para su adquisición, uso o consumo y que tiene la capacidad de satisfacer una necesidad; para el caso en estudio el producto se refiere a la jalea elaborada a base de mango que actualmente es vendida a un precio simbólico de \$1.00 a los padres de familia de los alumnos que asisten a la escuela del Cantón el Zapote (plaza), y como es un producto

que se encuentra en la fase de experimentación no se le ha realizado ningún tipo de promoción.

3. ESTRATEGIAS DE MERCADEO

Se refiere a las actividades de seleccionar y describir uno o más mercados meta, desarrollar y mantener una mezcla de mercadeo que produzca intercambios mutuamente satisfactorios con estos.

Las estrategias deben de estar enfocadas hacia las necesidades de los consumidores y hacia las estrategias de sus competidores, a partir de su tamaño y su posición en la industria, la empresa tendrá que elegir la posición que ocupará en relación con la de la competencia a efecto de obtener la mayor ventaja competitiva posible.

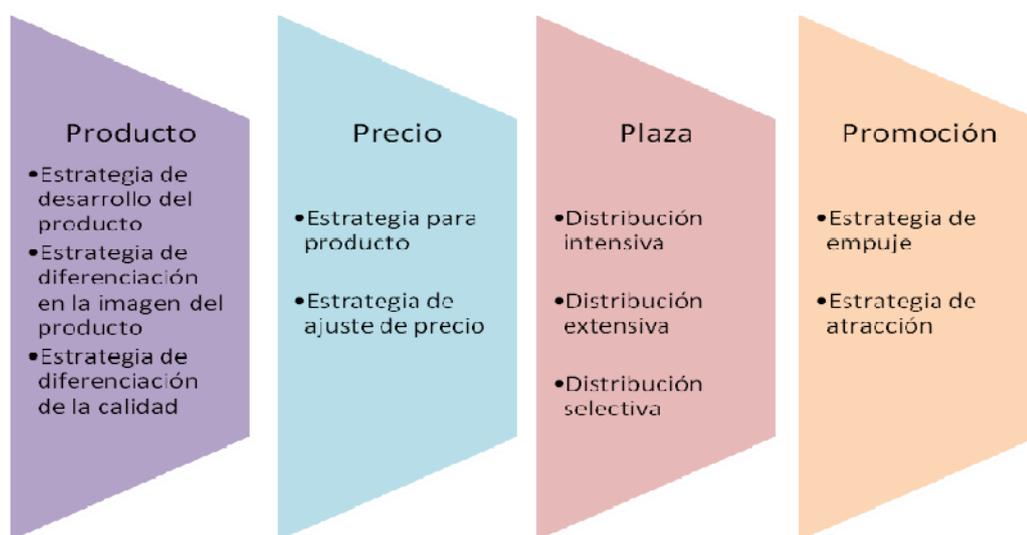
Estrategias de la Mezcla de Mercado

Es la serie de instrumentos tácticos y controlables de la mercadotecnia que mezcla la empresa para obtener la respuesta de qué quiere del mercado hacia el cual se dirige.

La mezcla distintiva de estrategias de producto, precio, plaza (distribución) y promoción, se muestra en la figura No.6:

Figura No. 6

Estrategias de la Mezcla de Mercado



Fuente: Elaborado por el Grupo de Tesis a partir de Stanton, William J., Michel J. Etzel y Bruce J. Walker, **Fundamentos de Marketing**, (México D.F.: Mc Graw-Hill/Interamericana Editores, S.A. de C.V., 2001)

Con la aplicación de las estrategias antes mencionadas para cada una de las variables, la compañía puede lograr la ejecución de planes que le permitan una comercialización exitosa de sus productos.

Después de estudiar los aspectos generales de las Asociaciones sin Fines de Lucro y clasificar a la Asociación Barra de Santiago, como una ONG productiva que proporciona la capacitación y herramientas necesarias al grupo de mujeres del Cantón El Zapote para la elaboración de la jalea; y conociendo los conceptos teóricos en el área de mercadeo se pueda proporcionar una guía para establecer las estrategias específicas que serán aplicadas a la jalea de mango.

CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO SOBRE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA COMERCIALIZACIÓN DE JALEA DE MANGO ELABORADA POR EL GRUPO DE MUJERES QUE APOYA LA ASOCIACIÓN BARRA DE SANTIAGO.

Este capítulo presenta la metodología y situación actual del proyecto de investigación, identificando los factores que forman parte de un plan estratégico de mercadeo adecuado, que contribuya a la comercialización de la jalea de mango.

El capítulo II contiene el Diagnóstico de la situación actual de la comercialización de la jalea de mango elaborada por el grupo de mujeres que residen en el Cantón EL Zapote, el cual ha sido realizado a través de la Técnica FODA, Ciclo de vida del producto y la mezcla comercial, utilizando la entrevista, la encuesta, la observación directa y el uso de técnicas de recolección de datos.

A. OBJETIVOS

1. GENERAL

Realizar un diagnóstico de la situación actual de la comercialización de la jalea de mango que elabora el grupo de mujeres que apoya la Asociación Barra de Santiago; con el propósito de elaborar un plan estratégico de mercadeo que contribuya al desarrollo sostenible del sector.

2. ESPECÍFICOS

- Elaborar un análisis FODA para conocer los factores internos y externos que inciden en la comercialización de jalea de mango.
- Conocer el nivel de aceptación de la jalea de mango para determinar el mercado potencial en el que se comercializará.
- Identificar si existen estrategias para la comercialización de la jalea de mango con el fin de promover nuevas estrategias que contribuyan al Grupo de Mujeres.

B. HIPÓTESIS

1. GENERAL

El diseño de un plan estratégico de mercadeo contribuirá a la comercialización de jalea elaborada a base de mango por un grupo de mujeres residentes en el Cantón El Zapote, Municipio de San Francisco Menéndez, Departamento de Ahuachapán.

2. ESPECÍFICOS

- Diseño de estrategias mercadológicas harán posible el lanzamiento exitoso de la jalea de mango que elabora el grupo de mujeres residentes en el Cantón El Zapote.
- El nivel de aceptación de la jalea de mango determinará el mercado potencial en el que se comercializará dicho producto.
- La proyección de los recursos técnicos, humanos y financieros contribuirá a la ejecución del plan estratégico de mercadeo.

C. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

1. MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN

Para la realización de la investigación "Plan estratégico de mercadeo para la comercialización de jalea elaborada a base de mango por un grupo de mujeres residentes en el Cantón El Zapote, Municipio de San Francisco Menéndez, Departamento de Ahuachapán. Caso Ilustrativo: Asociación Barra de Santiago", se utilizó el método Deductivo; ya que se partió de un análisis general de las variables internas y externas que inciden en la comercialización de la jalea de mango, llegando a lo particular como lo es la mezcla comercial y el ciclo de vida del producto; y a partir de esta información realizar el diagnóstico que permita elaborar la propuesta del plan estratégico de mercadeo.

2. TIPO DE INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación utilizado en el trabajo de investigación "Plan estratégico de mercadeo para la comercialización de jalea elaborada a base de mango por un grupo de mujeres residentes en el Cantón El Zapote, Municipio de San Francisco Menéndez, Departamento de Ahuachapán. Caso

Ilustrativo: Asociación Barra de Santiago", es el descriptivo, ya que permitió describir la problemática de la comercialización de la jalea de mango que elabora el grupo de mujeres en estudio.

3. TIPO DE DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El tipo de diseño de investigación que se utilizó fue el diseño NO EXPERIMENTAL, el cual se basó en una investigación donde no se modificaron de forma intencional las variables independientes, permitiendo observar los fenómenos tal y como se daban en su forma natural.

4. FUENTES DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

4.1 Primaria

La información primaria fue obtenida por medio del contacto que se tuvo a través de la observación directa, entrevista realizada a la Directora Ejecutiva de la Asociación Barra de Santiago, el censo a las mujeres que elaboran la jalea de mango y la encuesta que se les hizo a las Familias del Cantón El Zapote y a los Turistas que visitan la Barra de Santiago.

4.2 Secundaria

Para el desarrollo del tema en estudio, se utilizó fuentes secundarias, que sirvieron para la obtención de los datos requeridos en la investigación, estas fueron: libros de mercadeo y administración, tesis relacionadas con el tema de investigación, websites, documentación proporcionada por la ASOCIACIÓN BARRA DE SANTIAGO y otros documentos que sirvieron de referencia para la investigación.

5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS DE LA INFORMACIÓN

5.1 Observación Directa.

Por medio de la aplicación de esta técnica fue posible conocer el proceso de producción de la jalea, así como también los atributos que esta posee; los cuales serán utilizados en el diseño de estrategias mercadológicas.

5.2 Entrevista

Esta técnica permitió el acercamiento con las personas involucradas en el proyecto de la jalea de mango, como lo son

la Directora Ejecutiva de la Asociación y el grupo de mujeres para conocer el punto de vista acerca del proyecto, con el objeto de tener la información necesaria para la realización de esta investigación. (Ver anexos No. 4 y 5)

5.3 Encuesta

Estas se realizaron mediante un cuestionario dirigido a los habitantes del Cantón El Zapote (Ver anexo No. 6), y además a los turistas que visitan la zona de la Barra de Santiago (Ver anexo No. 7), y tuvo como finalidad conocer las opiniones de estas personas respecto a la jalea de mango.

6. DETERMINACIÓN DEL UNIVERSO Y MUESTRA

6.1 Determinación del Universo

El universo o población de esta investigación estuvo conformada por tres clases: las 20 integrantes del grupo de mujeres del Cantón El Zapote; las 350 familias del Cantón El Zapote y los 37,500 turistas al año que visitan la playa de la Barra de Santiago.

6.2 Determinación de la Muestra

La muestra para los habitantes quedó determinada en 183 familias residentes en el Cantón El Zapote de las cuales se entrevistó a un miembro de cada una de estas, en el caso de los turistas la muestra fue de 96 personas encuestadas. (Ver anexo No. 8)

7. TABULACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Para el procesamiento de los datos que se recopilaron a través de la encuesta (Ver anexo No. 6 y 7), se utilizaron tablas de doble entrada con distribución de frecuencias y porcentajes, además se detalló la pregunta realizada, el objetivo que se quería alcanzar, así como la interpretación de los datos. Los que agrupados y que se presentan en forma gráfica relacionando de esta forma los resultados obtenidos. Después de la interpretación de los datos se procedió a elaborar las conclusiones del estudio.

D. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA ASOCIACIÓN BARRA DE SANTIAGO, DEL GRUPO DE MUJERES Y DE LA JALEA DE MANGO.

Para realizar el análisis de la situación actual de la Asociación Barra de Santiago, del grupo de mujeres y de la jalea de mango fue preciso utilizar técnicas para examinar el entorno y que además son importantes para la investigación, éstas son: Análisis FODA, Ciclo de Vida del Producto y Mezcla de la Mercadotecnia. Cabe mencionar que los porcentajes que se muestran en este análisis son el resultado de la tabulación de los datos obtenidos mediante la encuesta, así como de la información recopilada a través de la observación directa y las entrevistas.

1. ANÁLISIS FODA

Para conocer la situación actual en la que se desarrolla la Asociación Barra de Santiago, el Grupo de Mujeres y la jalea de mango fue necesaria la utilización de la técnica FODA, la cual se resume en los siguientes cuadros:

Cuadro No. 1

Análisis FODA: Asociación Barra de Santiago

ANÁLISIS INTERNO		ANÁLISIS EXTERNO	
FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Contar con la confianza y credibilidad de las personas. • Compromiso por parte de los miembros de la Junta Directiva con los proyectos que existen y la implementación de nuevos proyectos • Desarrollo de proyectos enfocados a la preservación del medio ambiente y superación de los habitantes 	<ul style="list-style-type: none"> • Escaso recurso humano en el desarrollo de los proyectos • No se cuenta con medio de transporte para desplazarse de San Salvador a la Barra de Santiago • No cuenta con los recursos financieros suficientes que le permitan el desarrollo de proyectos 	<ul style="list-style-type: none"> • Formar microempresas exitosas que no dañen el medio ambiente • Posibilidad de apoyo técnico y económico por parte de instituciones internacionales para contribuir al desarrollo de la zona • Generación de más fuentes de empleo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Disolución de la Asociación • Falta de colaboración de los donantes • Desinterés de las instituciones gubernamentales y privadas para el apoyo de los proyectos que se desarrollan

Fuente: Elaborado por el grupo de tesis

Cuadro No. 2

Análisis FODA: Grupo de Mujeres que elabora la Jalea de Mango

ANÁLISIS INTERNO		ANÁLISIS EXTERNO	
FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Cuentan con la capacitación necesaria en la elaboración de jalea de mango • Poseen instrumentos y utensilios necesarios para la producción • Cuentan con el apoyo de la Asociación para la producción de la jalea • Cada una de las integrantes tiene definida las funciones que realizan • Cuentan con un local apropiado para la producción de la jalea 	<ul style="list-style-type: none"> • No existe un programa de producción • No tienen un local adecuado para el almacenamiento de la materia prima y del producto terminado. • No llevan un control de las cantidades producidas 	<ul style="list-style-type: none"> • Aumentar la producción para que este proyecto sea autosostenible • Lograr que el producto sea reconocido por los habitantes del Cantón • Demostrar que el proyecto de jalea es rentable 	<ul style="list-style-type: none"> • No tener una buena cosecha de mango, por lo cual no se pueda producir la jalea • Que la Asociación deje de apoyar el proyecto de elaboración de jalea de mango.

Fuente: Elaborado por el grupo de tesis

Cuadro No. 3
Análisis FODA: Área de Mercadeo y Comercialización de la Jalea de Mango

ANÁLISIS INTERNO		ANÁLISIS EXTERNO	
FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • La jalea de mango cuenta con un buen sabor, color y textura de acuerdo a las personas que han tenido la oportunidad de consumirla • Es un producto 100% natural, sin químicos • Disponibilidad de materia prima a nivel local 	<ul style="list-style-type: none"> • No tienen un precio establecido para la jalea • No cuentan con una marca y viñeta que identifique su producto • No tienen un local adecuado para la comercialización de la jalea • El grupo de mujeres no realiza actividades de promoción de la jalea • El abastecimiento de materia prima depende de los ciclos estacionales 	<ul style="list-style-type: none"> • Incremento de las ventas al mejorar la presentación de la jalea • Reconocimiento de la jalea al crearle una marca • Lograr que el proyecto de jalea sea autosostenible con el incremento de las ventas 	<ul style="list-style-type: none"> • Los productos competidores cuentan con un mejor posicionamiento en el mercado • Existen productos sustitutos para la jalea, como lo son: la miel, mermelada, entre otros.

Fuente: Elaborado por el grupo de tesis

- **Asociación Barra de Santiago**

Luego de aplicar el análisis FODA a la Asociación Barra de Santiago (ver cuadro No.1), se puede mencionar que una de las fortalezas con las que cuenta es que existe confianza y credibilidad por parte de las personas que son beneficiadas con los proyectos que se ejecutan actualmente; lo que hace que la Asociación se comprometa y vele por obtener fondos para la ejecución de más proyectos en beneficio de los habitantes de la zona. Si bien es cierto que la Asociación cuenta con muchas fortalezas no se puede dejar a un lado el hecho de que refleje debilidades como el de no tener suficiente personal que ayude al desarrollo de proyectos, y el no contar con el equipo de transporte necesario para que el personal pueda trasladarse.

Actualmente la Asociación Barra de Santiago desarrolla otros proyectos a parte del proyecto de Jalea de Mango en beneficio de los "barreños", dentro de los que podemos mencionar: el cultivo de tilapia y huertos hidropónicos en beneficio de los alumnos de la Escuela del Cantón el Zapote.¹⁶

¹⁶ Fuente: Boletín Informativo Asociación Barra de Santiago

Es importante mencionar que la Asociación Barra de Santiago cuenta con Misión, Visión y Objetivos los cuales son la guía para establecer programas de trabajo dirigidos a un área específica; entre los programas que ejecutan están: el fortalecimiento y organización comunal, manejo integral de los desechos sólidos, conservación de biodiversidad y la canalización efectiva y transparente de las donaciones.

A pesar que la Asociación tiene poco tiempo de constitución (20-mayo-2004)¹⁷ podemos mencionar los resultados obtenidos luego de la implementación de los programas antes mencionados:

- Campañas oftalmológicas y dotación de lentes (77 beneficiarios).
- Jornada Odontológica (50 beneficiarios)
- Liberación de 2000 tortugas marinas
- Capacitación a mujeres sobre elaboración de jaleas y piñatas; entre otros.-¹⁸

El último proyecto puesto en marcha en conjunto con la Universidad Tecnológica fue la realización de un censo para conocer el nivel de analfabetismo en las personas mayores de

¹⁷ Fuente: Escritura de Constitución de la Asociación.

¹⁸ Fuente: Entrevista Directora Ejecutiva Asociación Barra de Santiago

15 años de la zona; los resultados de este censo permitirá la elaboración de una campaña de alfabetización.

En referencia a los Estados Financieros de la Asociación podemos mencionar que los ingresos por donaciones han sufrido una disminución en comparación al año 2006 (Ver anexo No. 8), situación que limita la asignación de recursos para los proyectos que se encuentran en marcha.

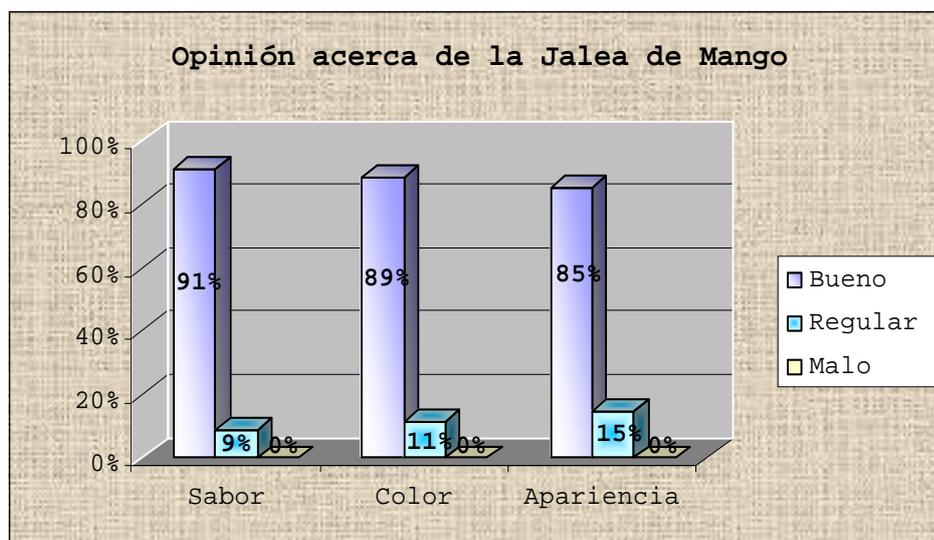
- **Grupo de Mujeres**

En cuanto al grupo de mujeres que elabora la jalea de mango; se puede hacer referencia que se encuentran lo suficientemente capacitadas para elaborarla esto se ve reflejado en que cada una de las integrantes tiene definidas sus funciones dentro del grupo; además de contar con el total apoyo de la Asociación debido a que esta les ofrece los instrumentos y utensilios necesarios para la producción. (Ver Cuadro No.2)

- **Jalea de Mango**

Una característica muy relevante del proyecto de jalea de mango, es que este es un producto 100% natural que cuenta con la aprobación de las personas que han tenido la oportunidad de probarla, se puede observar en la gráfica No. 1 que el mayor porcentaje coincide que la jalea tiene un buen sabor, color y una buena apariencia.

Gráfica No. 1



Otra fortaleza que se puede destacar es el ahorro en la adquisición de la materia prima ya que es una fruta que se cosecha en la zona, lo que permite colocar un precio

accesible al consumidor de la jalea de mango; aunque también esto sea una debilidad ya que dependen de las cosechas que se den año con año; a esto se suma el no contar con un local apropiado para el almacenamiento del producto terminado.

Una de las oportunidades que la Asociación espera lograr es que el proyecto de jalea de mango se vuelva autosostenible y con esto apoyar otros proyectos.¹⁹

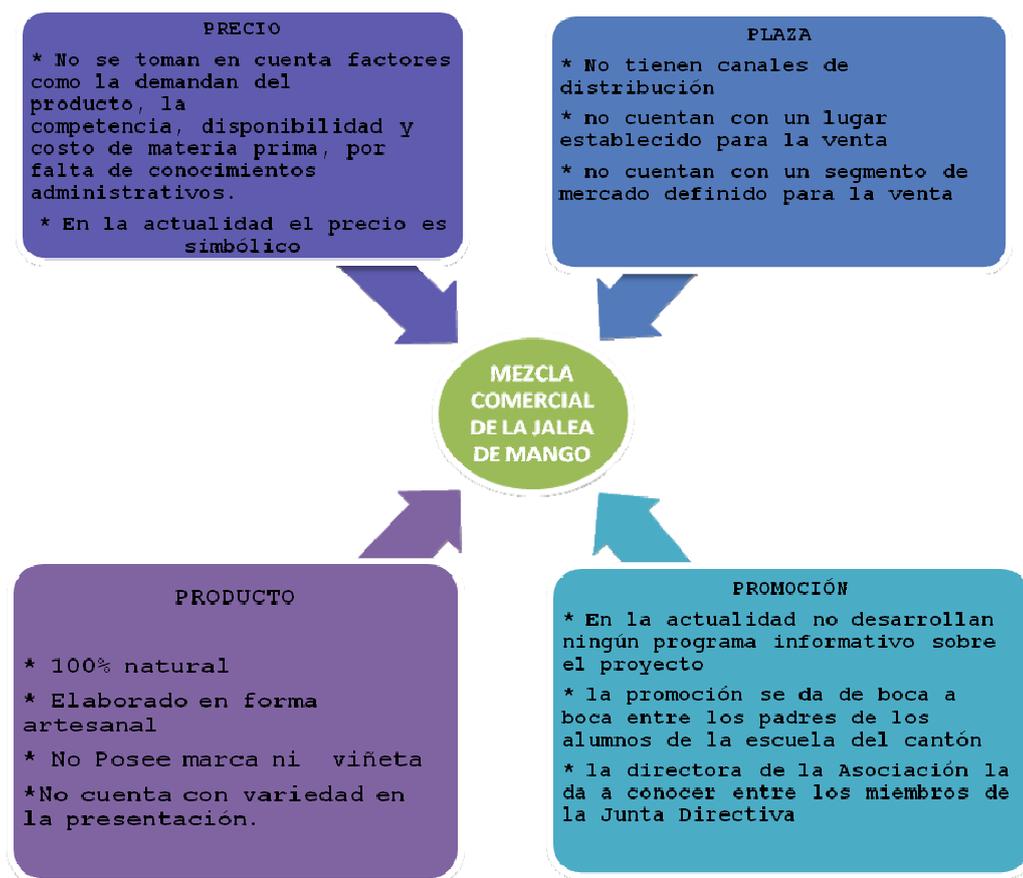
Debido a que la jalea de mango no es un sabor que está dentro de las preferencias de las personas que consumen jalea, se enfrenta al reto de posicionarse en el mercado y competir con jaleas de sabores tradicionalmente preferidos (Ver Anexo No.9, pregunta No. 9)

2. LA JALEA DE MANGO Y SUS 4 P`S

El análisis de la mezcla comercial de la Jalea de Mango es el resultado de las entrevistas realizadas a la Directora Ejecutiva de la Asociación Barra de Santiago y a las mujeres que elaboran la jalea. Por lo que a continuación se menciona la situación de la Mezcla Comercial actual de la Jalea de Mango.

¹⁹ Fuente: Entrevista realizada a la Señorita Enriqueta Ramírez

Figura No. 7
La Jalea de Mango y sus 4 P`s



Fuente: Elaborado por el Grupo de Tesis.

2.1 Producto

Un atributo que podemos mencionar de la jalea de mango, es que es un producto elaborado artesanalmente sin químicos ni preservantes.

Por otra parte, la presentación de la jalea actualmente es solo en frascos de 400 gramos, que no posee marca ni viñeta.

2.2 Precio

En el caso de la jalea de mango el precio de venta es de \$1.00 el cual es accesible al consumidor; sin embargo, no se toman en cuenta factores como la demanda del producto, la competencia, disponibilidad y costo de la materia prima, debido a la falta de conocimientos Administrativos por parte del grupo.

2.3 Plaza

La jalea de mango en la actualidad sólo se comercializa entre los padres de los alumnos de la escuela del Cantón El Zapote y los directivos de la Asociación Barra de Santiago.

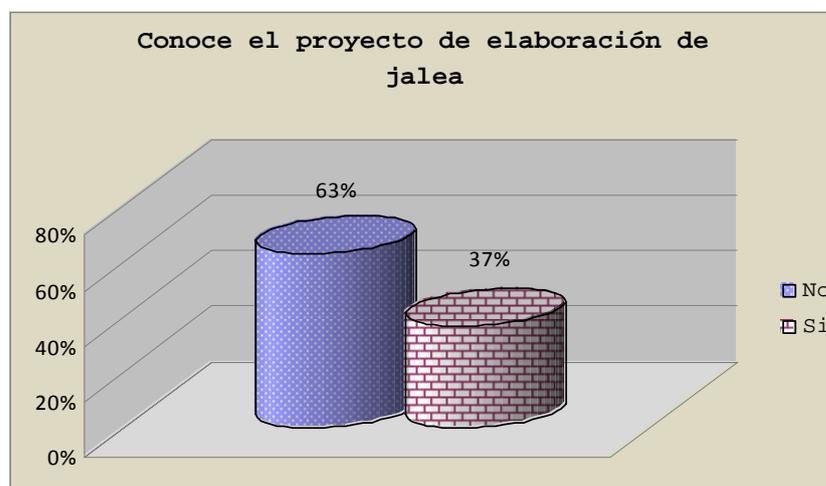
2.4 Promoción

Actualmente no se realizan actividades que den a conocer la existencia de la jalea que se produce en El Cantón El Zapote,

pues éste es relativamente un proyecto nuevo que se implementó en la escuela del cantón a partir del año 2006.

Es importante mencionar que este proyecto es únicamente del conocimiento de los padres de familia de los niños que asisten a la escuela, de acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta realizada a los habitantes de la zona un mínimo porcentaje conoce de este proyecto, lo cual se muestra en la gráfica No. 2:

Gráfica No. 2



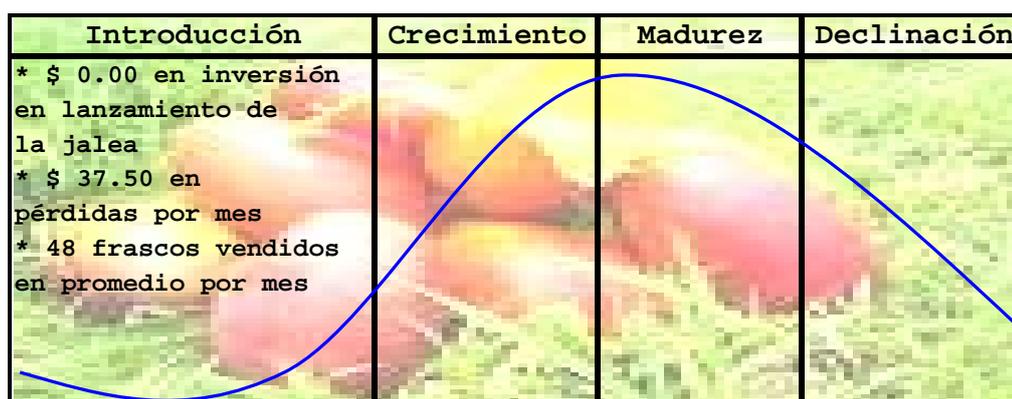
3. CICLO DE VIDA DE LA JALEA DE MANGO

De acuerdo a la información obtenida en el cuadro No. 9 (Página No. 68), se puede determinar que la jalea de mango se encuentra en la etapa de introducción, debido a que no tienen utilidades, situación que no permite invertir en la adquisición de materiales para incrementar la producción. (Ver figura No. 8).

El promedio mensual de ventas es de 48 unidades²⁰, y no representa la cantidad necesaria para cubrir los costos, dentro de los cuales no se incluye el gasto de energía eléctrica y agua potable.

Figura No. 8

Ciclo de Vida de la Jalea de Mango



Fuente: Elaborado por el grupo de tesis

²⁰ Promedio obtenido = Ventas totales/Período = 582/12 = 48.5

4. ANÁLISIS DEL PROCESO PRODUCTIVO

Luego de las visitas a la Escuela del Cantón El Zapote lugar donde se produce la jalea de mango fue posible realizar un análisis del proceso productivo y todos los aspectos que intervienen en dicha actividad, tales como: utensilios, materiales y mano de obra.

4.1 Recursos utilizados

- **Utensilios**

Debido a que la jalea de mango se produce en forma artesanal, se emplea utensilios de uso domésticos los cuales son:

- 1- Hornilla de leña
- 1- Olla de acero inoxidable
- 1- Trébede mediano
- 2- Paletas de madera
- 1- Huacal plástico grande
- 20 Delantales, redecillas, mascarillas y pares de guantes.
- 1- Mesa grande de madera
- 5- Cuchillos y cucharas soperas y
- 1- taza medidora de plástico.-

- **Materiales**

En la elaboración de la jalea de mango, se utilizan materiales directos e indirectos los cuales se detallan en el cuadro no.4:

Cuadro No. 4

Detalle de materiales directos e indirectos

Materiales	
Directos	Indirectos
Azúcar	Leña
Limón	Frascos de vidrio de 400 gramos
	Agua
	Fosforos

Fuente: Elaborado por el grupo de tesis

Los materiales que se utilizan son donados por la Asociación Barra de Santiago, los frascos para envasar la jalea la Asociación los compra en COMAGUI S.A. de C.V. en San Salvador; el azúcar en el supermercado y el agua es proporcionada por la escuela donde se ejecuta el proyecto.

De acuerdo a la información recopilada en la entrevista realizada a la Directora Ejecutiva de la Asociación Barra de Santiago, los proveedores de los insumos han sido los mismos desde que se comenzó a producir, pues no se han realizado comparaciones en cuanto a precio y calidad de los materiales con otros proveedores.

- **Mano de Obra**

El grupo está conformado por 20 mujeres capacitadas en la elaboración de la jalea de mango, cuyas edades oscilan entre los 14 y 20 años caracterizándose por ser estudiantes de noveno grado, con espíritu emprendedor, deseos de superación y de contribuir a la economía familiar; cada una de ellas tiene definida la función que realiza dentro del grupo a pesar de no contar con una estructura organizativa.

Al momento de producir la jalea el grupo es dividido en 2, cada uno con 10 integrantes, los cuales se alternan mes a mes recibiendo un pago de \$5.00 diarios por persona.

4.2 Proceso Productivo

A continuación se detalla el proceso productivo de la jalea de mango elaborada por el Grupo de mujeres del Cantón El Zapote:

Cuadro No. 5

Descripción del Proceso Productivo de la Jalea de Mango

PASO	ACTIVIDAD	TIEMPO
1	Se preparan los materiales	5 minutos
2	Selección de la fruta	5 minutos
3	Lavado de la fruta	5 minutos
4	Traslado a mesa de producción	5 minutos
5	Picado de la fruta	10 minutos
6	Se enciende fuego con leña	10 minutos
7	Se prepara olla para cocción de la jalea	5 minutos
8	Se mezcla la fruta picada con el azúcar	5 minutos
9	Se cocina a fuego moderado, moviendo constantemente	120 minutos
10	Determinar si tiene el punto exacto de cocción	5 minutos
11	Traslado de la olla al área de envasado	5 minutos
12	Se inicia el envasado	15 minutos
13	Se deja enfriar	180 minutos
14	Se almacena el producto	5 minutos
Total		380 minutos

Fuente: Elaborado por el Grupo de Tesis

A continuación se describe el procedimiento que se sigue para la elaboración de la jalea:

- **Paso 1:** Se preparan los materiales y utensilios que serán usados, como lo son: azúcar, limón, mangos, paletas de madera, frascos, olla, delantales, guantes, mascarillas y reddecillas.

- **Paso 2:** Se selecciona la fruta que esté madura, sana y firme para garantizar el sabor y aroma agradable de la jalea.
- **Paso 3:** La fruta debe ser enjuagada a fondo con chorros de agua antes de ser picada, para eliminar todo tipo de bacteria y polvo acumulados durante el transporte.
- **Paso 4:** Luego de haber seleccionado y lavado la fruta es trasladada a la mesa de producción.
- **Paso 5:** Ya en la mesa de producción la fruta es pelada y picada en trozos pequeños.
- **Paso 6:** Se selecciona la leña que esté seca para garantizar un fuego constante e intenso.
- **Paso 7:** Cuando el fuego ya es abundante se coloca la olla para realizar la cocción.
- **Paso 8:** Se mezclan en la olla el azúcar y el mango; colocando por cada libra de mango media libra de azúcar.
- **Paso 9:** Para evitar que la mezcla se pegue a la olla se debe mover constantemente hasta su ebullición.
- **Paso 10:** Se prueba la mezcla y se verifica si se encuentra en el punto exacto de sabor y consistencia.
- **Paso 11:** Después de verificar su cocción, la olla es trasladada al área de envasado.

- **Paso 12:** La jalea es colocada en los frascos hasta un 90% dejando no más de media pulgada de espacio y luego se aprieta firmemente para que evacúe el aire del espacio superior.
- **Paso 13:** Luego del envasado se deja enfriar durante 180 minutos.
- **Paso 14:** Se almacena el producto terminado.

5. ANÁLISIS DE LOS COSTOS

En esta área se pudo identificar que la fijación de precio no se realiza desde el punto de vista técnico; es decir, tomando en cuenta los costos fijos y variables. Actualmente, el precio del frasco de jalea se ha fijado en base a un costo de \$ 1.72 cada uno, el cual está distribuido de la siguiente manera:

Azúcar	\$0.14
Mangos	\$0.25
Limón	\$0.01
Leña	\$0.04
Frascos	\$0.28
Mano de obra	\$1.00
	<hr/>
	\$1.72

El Grupo de mujeres no considera dentro de este costo el gasto sobre agua potable y energía eléctrica.

Por otra parte, cuando se realiza la producción no se lleva un registro sobre las cantidades de materiales utilizados y sus costos, a pesar de esto y a criterio de las integrantes a continuación se presenta en el cuadro No.6 los costos estimados para la producción de 50 frascos de jalea:

Cuadro No. 6

Costo mensual de materiales utilizados en la elaboración de jalea

Unidad de medida	Descripción	Cantidad	Costos
Libras	Azúcar	20	\$ 7.00
Libras	Mangos	40	\$ 12.50
Unidades	Limonas	2	\$ 0.20
Tercios	Leña	1	\$ 2.00
Unidades	Frascos	50	\$ 14.00
Total			\$ 35.70

Fuente: Elaborado por el grupo de tesis

A continuación se muestra el costo de producir un frasco de 400 gramos de jalea:

Cuadro No. 7

Costo de materiales utilizados en la elaboración de un frasco de 400 gramos de jalea

Unidad de medida	Descripción	Cantidad	Costos
Libras	Azúcar	0.4	\$ 0.14
Libras	Mangos	0.8	\$ 0.25
Unidades	Limonos	0.04	\$ 0.01
Tercios	Leña	0.08	\$ 0.04
Total			\$ 0.44

Fuente: Elaborado por el grupo de tesis

El costo de los utensilios que actualmente se emplean para llevar a cabo el proceso productivo de jalea se presenta en el cuadro No. 8:

Cuadro No. 8

Costo de utensilios utilizados en el proceso productivo

Cantidad	Descripción	Costos
1	Hornilla de leña	\$ 15.00
1	Perol de acero inoxidable	\$ 30.00
1	Trébede mediano	\$ 5.00
2	Paletas de madera	\$ 2.00
1	Huacal plástico grande capacidad 80 litros	\$ 5.00
20	Delantes, redecillas, mascarillas, pares de guante	\$ 10.00
1	Mesa de madera	\$ 40.00
5	Cuchillos y cucharas	\$ 15.00
1	Taza medidora	\$ 3.00
Total		\$ 125.00

Fuente: Elaborado por el grupo de tesis

Es importante mencionar que las integrantes del grupo no llevan un registro de los ingresos que obtienen con la producción y comercialización de la jalea, sin embargo a continuación se presenta una estimación de los ingresos mensuales en concepto de ventas, de acuerdo al juicio personal de las integrantes.

Cuadro No. 9

Estimación de ingresos mensuales por ventas de la jalea de mango

Período	Unidades		Ingresos por Ventas	Costo	Pérdida
	Producción	Ventas			
Feb-06	50	48	\$ 48.00	\$ 86.00	\$ (38.00)
Mar-06	50	52	\$ 52.00	\$ 86.00	\$ (34.00)
Abr-06	50	47	\$ 47.00	\$ 86.00	\$ (39.00)
May-06	50	49	\$ 49.00	\$ 86.00	\$ (37.00)
Jun-06	50	45	\$ 45.00	\$ 86.00	\$ (41.00)
Jul-06	50	46	\$ 46.00	\$ 86.00	\$ (40.00)
Feb-07	50	47	\$ 47.00	\$ 86.00	\$ (39.00)
Mar-07	50	45	\$ 45.00	\$ 86.00	\$ (41.00)
Abr-07	50	58	\$ 58.00	\$ 86.00	\$ (28.00)
May-07	50	49	\$ 49.00	\$ 86.00	\$ (37.00)
Jun-07	50	46	\$ 46.00	\$ 86.00	\$ (40.00)
Jul-07	50	50	\$ 50.00	\$ 86.00	\$ (36.00)
Total	600	582	\$ 582.00	\$1,032.00	\$ (450.00)

Fuente: Elaborado por el grupo de tesis

6. PUNTO DE EQUILIBRIO

Para determinar el punto de equilibrio actual se utilizó la estimación de ingresos por ventas y los costos de producción, clasificándolos en fijos y variables, con el objeto de identificar el punto en que los costos se igualan a los ingresos, este punto de equilibrio se ha establecido mensualmente para el producto.

Lo cual se ha calculado de la siguiente manera utilizando los siguientes datos:

Cuadro No.10

Datos para la determinación del punto de equilibrio de la jalea

Producción Mensual	Costo Variable	Costo Fijo	Venta Total
50 unidades	\$ 36.00	\$50.00	\$ 49.00

$$\text{Punto de equilibrio (volumen de ventas)} = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}}$$

Donde:

CF = Costo Fijo

CV = Costo Variable

VT = Venta Total

X = Número de Unidades vendidas

$$\text{Punto de equilibrio en unidades} = \frac{\text{CF} \times \text{UP}}{\text{VT} - \text{CVT}}$$

Donde:

CF = Costo Fijo

UP = Unidades producidas

VT = Ventas Totales

CVT = Costos variables totales

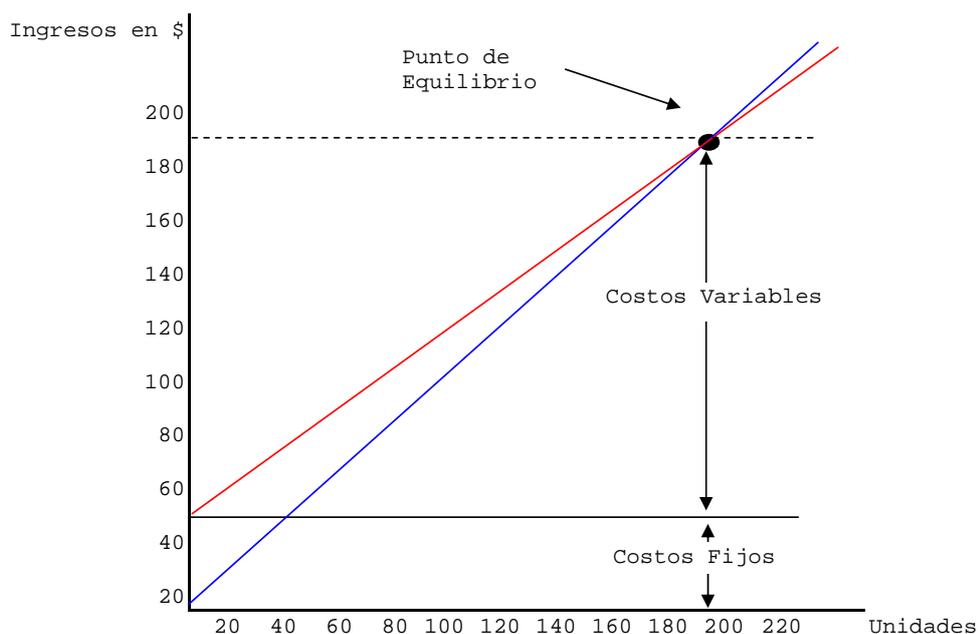
$$\text{PEV}(\$) = \frac{50}{1 - \frac{36}{49}} = \frac{50}{0.2653} = \$188.46$$

$$\text{PEU} = \frac{50 \times 50}{49 - 36} = 192.3 \text{ unidades} \cong 192 \text{ unidades}$$

Por lo tanto, el ingreso mensual en conceptos de ventas de jalea de mango que se requiere para cubrir los costos es de \$188.46, con una cantidad mínima de 192 unidades producidas, lo cual se representa en la siguiente figura:

Figura No.9

Representación gráfica del punto de equilibrio de jalea de mango.



Después de haber realizado un análisis de la situación actual de la Asociación Barra de Santiago, el grupo de mujeres y la jalea elaborada a base de mango es posible determinar que:

- a) La Asociación Barra de Santiago ha realizado una muy buena gestión local debido a que ha apoyado el desarrollo de la zona a través de proyectos y programas que benefician a sus habitantes; sin embargo para lograr la ejecución de estos debe buscar el apoyo y colaboración de entidades que

compartan sus mismos intereses como lo son la Alcaldía Municipal de San Francisco Menéndez, el Ministerio de Educación y Agricultura entre otros; todo esto enfocado a mejorar la economía familiar y el mantenimiento de los recursos naturales existentes en la zona.

- b) Un factor que incide negativamente en el desarrollo del proyecto de jalea de mango es que año con año las integrantes del grupo que son alumnas que estudian noveno grado, deben abandonar el proyecto porque al concluir los estudios en esta escuela ya no les permiten continuar en el; por lo que se hace necesario buscar nuevas integrantes y brindarles la capacitación que les permita conocer el proceso productivo. Debido a esto el proyecto se estanca ya que se pierde tiempo en conseguir que las nuevas integrantes logren dar el mismo sabor, color y consistencia a la jalea, tiempo que podría ser aprovechado para aumentar la producción y comercializarla.
- c) A pesar que la jalea de mango que produce el grupo de mujeres posee un buen sabor, color y consistencia, atributos que la hacen aceptable entre las personas que han tenido la oportunidad de probarla, el precio (\$1.00) al que

actualmente es vendida no va de acuerdo a la calidad de ésta y no refleja su verdadero valor.

Este diagnóstico nos servirá como insumo para propuesta del "Diseño de un Plan Estratégico de Mercadeo para la Comercialización de jalea elaborada a base de mango por un grupo de mujeres residentes en el Cantón El Zapote, Municipio de San Francisco Menéndez, Departamento de Ahuachapán. Caso Ilustrativo: Asociación Barra de Santiago".

Los resultados anteriores serán utilizados como herramientas para la elaboración de estrategias comerciales, las cuales contribuirán a la ejecución del Plan Estratégico de Mercadeo.

A continuación se presentan las conclusiones del diagnóstico elaborado.

E. CONCLUSIONES

De acuerdo a la investigación realizada, podemos concluir que:

- ✓ El proyecto que la Asociación Barra de Santiago realiza junto con el grupo de mujeres del Cantón El Zapote no es conocido por los habitantes de la zona, a excepción de las personas que están relacionadas con el proyecto.

- ✓ No existe un adecuado control en cuanto a programa de producción, registro de cantidades producidas y estructura de costos de producción.

- ✓ Las personas que han tenido la oportunidad de probar la jalea (38%), opinan que cuenta con un buen sabor, color y textura.

- ✓ Los turistas opinan que el lugar adecuado para la comercialización de la jalea serian los restaurantes de la zona.(Ver anexo No. 10, pregunta No. 15)

Nota aclaratoria: Las recomendaciones se presentarán a final del capítulo III.

CAPÍTULO III: PROPUESTA DEL PLAN ESTRATÉGICO DE MERCADEO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE JALEA ELABORADA A BASE DE MANGO POR EL GRUPO DE MUJERES DEL CANTÓN EL ZAPOTE.

A continuación se presentará la propuesta del plan estratégico de mercadeo para la comercialización de jalea elaborada a base de mango por el grupo de mujeres que apoya la Asociación Barra de Santiago, se hace notar que dicha propuesta es sencilla, humilde y que no ofrece grandes condiciones de rentabilidad por lo que se recomienda se desarrolle en conjunto con otro proyecto que garantice dicho propósito en el corto plazo.

Se han realizado proyecciones de ventas, así como también un flujo de caja donde se ve reflejado que dicho proyecto obtendrá utilidades hasta el cuarto año, situación que no muestra la realidad que vive este grupo de mujeres y lo que espera lograr de este proyecto en el corto plazo.

Se debe aclarar que este proyecto en la actualidad no está orientado a ser una fuente permanente de ingresos ya que se ha implementado como una actividad extracurricular por las

niñas del noveno grado que asisten a la escuela del Cantón El Zapote; debido a esto sólo pueden obtener beneficios de comunidad, esto podría mejorarse si el proyecto se implementa incorporando a alumnas que cursan el séptimo y octavo grado y con esto ahorrarse el tiempo que se invierte en capacitar año con año a las nuevas miembros del grupo.

Los beneficios que se esperan obtener con la ejecución de este proyecto es lograr autosostenibilidad, generación de empleo, aprovechamiento de los recursos con los que se cuenta en la zona y la diversificación de sabores de jalea.

Para la elaboración de esta propuesta se tomó como base el diagnóstico realizado en el Capítulo II, enfocándose en tres áreas las cuales son: mercadeo, producción y finanzas, siendo la de mayor importancia el área financiera ya que para implementar y desarrollar el proyecto es necesario contar con los fondos suficientes para su ejecución.

A. OBJETIVOS

1. GENERAL

Elaborar un Plan Estratégico que sirva de guía para la comercialización de la jalea elaborada a base de mango que contribuya a la economía de las familias y al desarrollo de la zona.

2. ESPECÍFICOS

- Presentar propuesta de contexto institucional y estructura organizativa para una eficiente utilización de los recursos.
- Elaborar estrategias de mercadotecnia que contribuyan al desarrollo de los objetivos del plan de comercialización.
- Determinar la estructura adecuada de costos para la fijación de precios que permita solventar las necesidades económicas del grupo de mujeres.

- Determinar el monto de inversión para el desarrollo del proyecto de la jalea de mango que beneficie al grupo de mujeres de la zona.

B. CONTEXTO INSTITUCIONAL DE LAS BARREÑAS

1. IDENTIFICACIÓN DEL GRUPO DE MUJERES

1.1 Ubicación geográfica

El proyecto se desarrolla en la escuela del Cantón El Zapote, Municipio de San Francisco Menéndez, Departamento de Ahuachapán.

1.2 Producto que ofrece

Jalea elaborada a base de mango

1.3 Misión

"Somos un grupo de mujeres dedicadas a la producción y comercialización de jalea elaborada a base de mango de forma 100% artesanal, que contribuye al desarrollo de la zona".

1.4 Visión

"Ser un grupo de mujeres autosostenibles que logre posicionar la jalea de mango en la mente de los consumidores y que sea reconocido por su calidad".

1.5 Objetivos

- Fijar el precio de la jalea de mango en base a costos de producción.
- Mejorar el proceso de producción, para lograr la reducción de costos y optimizar los recursos.
- Comercializar la jalea de mango de tal manera que proporcione un margen de rentabilidad adecuado para cubrir la inversión y las necesidades de desarrollo de Las Barreñas.
- Implementar un programa de promoción que contribuya a dar a conocer el producto.

1.6 Valores

- **Trabajo en equipo**

Crear en las Barreñas un ambiente laboral en el que se compartan los mismos objetivos y la misma misión existiendo un mutuo respeto y colaboración entre ellas.

- **Excelencia**

Porque queremos que nuestro producto sea reconocido por su calidad.

- **Respeto**

Reconocer el derecho que las demás tienen de expresar sus ideas, demostrando un trato cordial generando con esto un ambiente de trabajo agradable.

- **Responsabilidad Social**

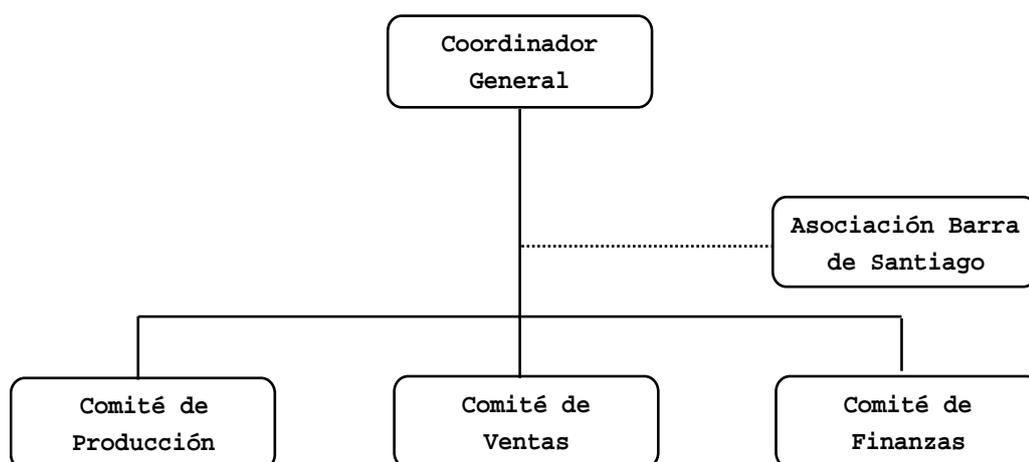
Producir jalea de mango utilizando métodos y técnicas adecuadas en armonía con el medio ambiente.

1.7 Estructura Organizativa

El siguiente organigrama muestra la jerarquía propuesta para el grupo de mujeres "Las Barreñas", dicha estructura consiste en asignar las personas idóneas para el desempeño de las funciones en cada uno de los Comités.

Figura No. 10

**Estructura Organizativa Propuesta para el Grupo de Mujeres
"Las Barreñas"**



Fuente: Elaborado por el Grupo de Tesis.

El organigrama anterior muestra que la máxima autoridad debe ser el Coordinador General que en este caso es el Director de la Escuela del Cantón El Zapote, el profesor Héctor Morales; y de él dependerán los comités de producción, que será el responsable de preparar los insumos y materiales así como de velar que el proceso productivo se realice de manera adecuada, el comité de ventas quién se dedicará a realizar actividades para la venta de la jalea considerando las políticas que se han establecido para éste y el comité de finanzas quién velará porque exista la rentabilidad del

proyecto, además de dar seguimiento al cumplimiento de las políticas financieras establecidas.

El apoyo externo para el desarrollo de este proyecto será brindado por la Asociación Barra de Santiago.

C. MEZCLA ESTRATÉGICA DE COMERCIALIZACIÓN PARA LA JALEA "LA BARREÑA"

A continuación se detallará los componentes básicos del plan de comercialización que deben implementar "Las Barreñas", para ello se realiza la mezcla de comercialización; de igual forma se detallarán estrategias que deben implementarse para mejorar la comercialización actual de la jalea de mango.

1. PRODUCTO

1.1 Descripción del Producto

Nuestra jalea es cuidadosamente elaborada a base de trozos frescos de mango maduro, azúcar, canela y ácido cítrico, todo es mezclado a fuego lento en cocina de leña.

1.2 Marca

La Barreña

El nombre de la marca²¹ hace referencia al grupo de mujeres que la elabora que son originarias de la Barra de Santiago, es un nombre corto y fácil de recordar.

1.3 Logotipo



El logotipo hace referencia a la fruta de la que esta elaborada la jalea, la cual tiene la peculiaridad que al estar madura puede tener varios colores al mismo tiempo, lo que la hace llamativa y apetecible.

²¹ Trámite legal para la adquisición de marca en Anexo No. 12

1.4 Eslogan propuesto de la marca

The image shows a green rectangular box with white text. The text is arranged in two lines: the first line reads "Si te gusta lo natural ..." and the second line reads "pruebala!!".

El eslogan hace énfasis a que el producto es elaborado de forma artesanal a base de fruta natural y sin preservantes químicos conservando así el sabor original de la fruta. Es corto, claro e incentiva al consumo del producto.

1.5 Viñeta propuesta del producto

La viñeta propuesta es informativa ya que contiene los ingredientes con los cuales ha sido elaborada la jalea, fecha de fabricación y vencimiento, código de barras, registro sanitario²² y lugar de fabricación.

²² Trámite legal para la adquisición de Código de barras y registro sanitario en Anexos No. 13 y 14



1.6 Necesidades que satisface el producto

Es un producto alimenticio que puede ser consumido en diferentes tiempos de comida, acompañado de galleta salada y palitos de pan.

Además de utilizarse en diferentes recetas de tal manera que deleite el paladar de los consumidores.

1.7 Políticas

Para la realización de las estrategias incluidas en esta propuesta será necesario el establecimiento e implementación de políticas de comercialización, financieras y de producción

que aseguren el cumplimiento de los objetivos del Grupo de Mujeres. (Ver anexo No. 15)

1.8 Proyección de la demanda

Para el determinar la proyección de la demanda de jalea para los próximos 5 años se tomaron los datos históricos de ventas correspondientes a los primeros seis meses el año 2007, utilizando la fórmula de la Tasa de Crecimiento (ver anexo No. 16).

Cuadro No. 11

Ventas proyectadas del Grupo de Mujeres

Período	Histórico de Ventas	Ventas Proyectadas				
		2008	2009	2010	2011	2012
Feb-07	47	51	55	59	63	67
Mar-07	45	52	57	64	69	75
Abr-07	58	67	74	82	89	97
May-07	49	68	77	88	98	108
Jun-07	46	68	80	94	107	121
Jul-07	50	69	84	101	117	135
Ago-07	50	70	87	108	129	151
Sep-07	50	70	91	115	141	169
Oct-07	51	71	95	123	154	189
Total	446	586	700	833	967	1112

Fuente: Datos obtenidos durante visita de campo realizada por el Grupo de Tesis

La tasa de crecimiento se plantea con el objetivo de conocer el porcentaje de crecimiento de la demanda de jalea La Barreña en los próximos cinco años; así también será la guía para determinar las necesidades de compra de insumos, mano de obra y utensilios y de esta manera buscar las fuentes de financiamiento necesarias para el desarrollo del proyecto.

2. PRECIO

2.1 Método de fijación de precio

El establecimiento del precio se hará en función directa con los costos incurridos en la producción de la jalea de mango, para ello se hará uso del método denominado Costo Total más Utilidad deseada; este consiste en la fijación del precio de un producto sumando su costo total la utilidad deseada.

A continuación se presenta el detalle de los costos fijos y variables requeridos para la fabricación de un frasco de jalea de mango de 400 gramos.

Cuadro No. 12

Costos Variables para un frasco de 400 grs. de jalea

Descripción	Costo de la materia prima e insumos	Cantidad requerida por unidad	Costo por unidad
Azúcar	\$30.00 (100 lbs.)	0.4 lb.	\$ 0.1200
Mangos	\$12.00 (100 lbs.)	0.8 lb.	\$ 0.0960
Limonos	\$0.02/unidad	0.04 un.	\$ 0.0008
Canela	\$3.50 (454 gramos)	3 grs.	\$ 0.0210
Viñeta	\$30.00 (ciento)	1 un.	\$ 0.3000
Envase	\$28.00 (ciento)	1 un.	\$ 0.2800
Total			\$ 0.8178

Cuadro No. 13

Detalle de Costos Fijos Mensuales

Detalle	Costos por mes	Distribución por unidad
Luz	\$ 5.00	\$ 0.05
Agua	\$ 5.00	\$ 0.05
Mano de obra	\$ 50.00	\$ 0.50
Total	\$ 60.00	\$ 0.60

Por lo que el costo unitario para cada frasco de jalea será:

$$Cu = CVu + CFu = \$ 0.82 + \$ 0.60 = \$ 1.42$$

Para introducir la jalea de mango al mercado local debe de asignar un precio de \$ 1.60 en el primer año, obteniendo nada más \$ 0.18 de ganancia por frasco, si bien es cierto el margen de utilidad sugerido es bajo, este debe incrementarse a medida que el producto se posicione en el mercado para cubrir los costos de producción. En el segundo año se sugiere

que el precio sea incrementado a \$ 1.75 y para los siguientes años sea de \$ 2.00, con el objetivo de obtener utilidades y que el proyecto sea rentable y autosostenible.

3. PLAZA

A continuación se plantea la forma de distribución de la jalea elaborada por Las Barreñas:

Productor \longrightarrow Consumidor Final



El canal de distribución propuesto para la jalea que elaboran Las Barreñas es el canal directo, donde el producto pasa directamente del productor a las manos de los consumidores finales que en este caso serán los habitantes del Cantón El Zapote y los turistas que visitan la Barra de Santiago sin distinción de sexo, edad y estado familiar. Para no incurrir en costos de elaboración del kiosko se sugiere aprovechar la

ramada que posee la Asociación Barra de Santiago a la orilla de la playa para la comercialización de jalea.

4. PROMOCIÓN

Para el desarrollo del Plan Estratégico de Comercialización es necesario informar y persuadir a los clientes de la existencia de la jalea de mango elaborada por Las Barreñas, ya que esta no ha tenido una promoción formal, por lo que a continuación se presenta la propuesta para llevar a cabo la promoción.

- **Venta Personal**

El Comité de Ventas informará de cada ciclo de producción a los habitantes de la zona y los turistas que visitan la Barra de Santiago para promocionar directamente la jalea.

- **Pancartas (Banners)**

Se recomienda hacer uso de pancartas publicitarias sobre la jalea de mango elaborada por Las Barreñas; debido a que en la actualidad no se pueden incrementar demasiado los costos; se propone que inicialmente se coloque una pancarta en el centro de la Barra de Santiago luego cuando la Asociación se

encuentre en mejores condiciones de cubrir gastos publicitarios podrán colocarse en puntos estratégicos, esto contribuirá a que las personas se familiaricen con la Asociación, el grupo de mujeres y la jalea que se produce en la zona, el costo de dicha pancarta es de \$ 52.00. A continuación se muestra propuesta de pancarta publicitaria.

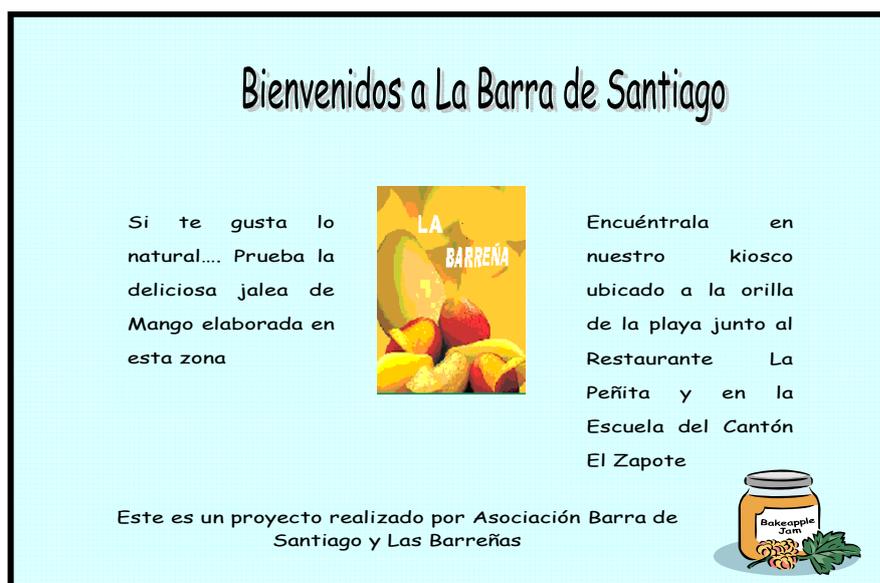


- **Publicidad no pagada**

Se debe aprovechar el auge de los programas que promueven el desarrollo turístico del país para incentivar la visita a la Barra de Santiago y dar a conocer no solamente las playas de esa zona sino también los proyectos de desarrollo social que se llevan a cabo como lo es la producción de la jalea de mango entre otros.

- **Hojas Volantes**

Como parte de las actividades para dar a conocer la jalea que elaboran Las Barreñas, la entrega de hojas volantes entre los turistas y los habitantes de la zona son una opción para informar de la existencia del proyecto. A continuación propuesta de la hoja volante. Estas hojas pueden ser impresas en la mitad de una página de papel bond a un costo de \$ 0.12, iniciando con la impresión de 400 hojas.



5. ESTRATEGIAS DE LA MEZCLA DE COMERCIALIZACIÓN

A continuación se presentan las estrategias de la mezcla de comercialización para la jalea de mango con el objetivo de lograr el posicionamiento del producto en el mercado local.

Cuadro No. 14
Estrategias de la Mezcla de Comercialización

	PRODUCTO	PRECIO	PLAZA	PROMOCIÓN
E S T R A T E G I A S	* Obtener el registro sanitario, de marca y código de barras dentro de los lineamientos que exige la ley para una adecuada distribución y comercialización de la jalea de mango	* Fijar precios que garanticen el retorno de todos los costos de producción y comercialización, que generen márgenes razonables para cubrir los gastos generales del Grupo de Mujeres.	* Realizar alianzas con los restaurantes que son frecuentados por los turistas	* Aprovechar eventos a los que asisten miembros de la Asociación y del Grupo de Mujeres para dar a conocer la jalea
	* Diseñar una marca fácil de pronunciar, recordar y escribir que de la imagen de un producto natural, de calidad, sano y confiable	* Realizar una revisión de precios cada año para verificar si se están recuperando los costos y hacer modificaciones de acuerdo a los cambios en el mercado.	* Fijar un punto de venta en el desvío hacia la Barra de Santiago los fines de semana para aprovechar la afluencia de turistas	* Promover la jalea de mango durante el desarrollo de las fiestas patronales u otros eventos sociales
	* El empaque que contendrá el producto deberá llevar una viñeta que contenga: descripción del producto, beneficios, peso, No. de registro sanitario, fecha de elaboración y vencimiento, código de barras, lugar de producción, marca, logotipo y eslogan para proyectar una imagen atractiva a los clientes.		* Ubicar un chalet a la orilla de la playa en la zona más visitada por los turistas	* Realizar campañas de degustación durante la época de poca afluencia de turistas, agregando productos adicionales como tostadas de pan

Fuente: Propuesta del Grupo de Tesis

D. PLAN DE PRODUCCIÓN

1. PROCESO DE PRODUCCIÓN

A continuación se detalla el proceso de producción de la jalea de mango elaborada por el Grupo de mujeres del Cantón El Zapote, en el cual se han fusionado diferentes actividades para lograr la optimización de los recursos:

CUADRO No. 15

Descripción del Proceso de Producción de la Jalea de Mango

PASO	ACTIVIDAD	TIEMPO
1	Recolección, selección y lavado de la fruta	8 minutos
2	Traslado a mesa de producción	5 minutos
3	Picado de la fruta	5 minutos
4	Se enciende fuego con leña y se prepara olla	5 minutos
5	Se mezcla la fruta picada con el azúcar	5 minutos
6	Se cocina a fuego moderado, moviendo constantemente	120 minutos
7	Determinar si tiene el punto exacto de cocción	5 minutos
8	Traslado de la olla al área de envasado	5 minutos
9	Se inicia el envasado	15 minutos
10	Se deja enfriar	180 minutos
11	Etiquetado y almacenamiento del producto	5 minutos
Total		358 minutos

Fuente: Propuesta del Grupo de Tesis

2. ESQUEMA DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN PROPUESTO



1. Recolección, selección y lavado de la fruta.



2. Traslado a la mesa de producción



4. Se enciende fuego y se prepara olla para cocción de la jalea



3. Picado de la fruta



5. Se mezcla la fruta picada con el azúcar



6. Se cocina a fuego moderado, moviendo constantemente





7. Determinar si tiene el punto exacto de cocción



8. Traslado de la olla al área de envasado



9. Se inicia el envasado



10. Se deja enfriar



11. Etiquetado y almacenamiento del producto

3. CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN DE LAS BARREÑAS

Se espera tener una capacidad de producción que permita cubrir la demanda proyectada más un 2% que será en concepto de inventario de seguridad para cubrir casos fortuitos y actividades de promoción, el costo de ese inventario será absorbido por el Grupo de Mujeres.

Se tomará en cuenta la política de producción que nos permita tener como inventario final de cada mes la cantidad que cubra el doble de las ventas proyectadas del siguiente mes. (Ver anexo No. 17).

4. PRESUPUESTO DE UTENSILIOS, MATERIA PRIMA E INSUMOS NECESARIOS PARA LA ELABORACIÓN DE LA JALEA LA BARREÑA.

Debido a que Las Barreñas elaboran la jalea de mango en forma artesanal, no requieren maquinaria para la producción de esta, únicamente utensilios de trabajo que al incrementar la producción no serán suficientes por lo que se propone la adquisición de más utensilios como los que se señalan a continuación.

Cuadro No. 16

Presupuesto de utensilios para la producción de La Barreña

Cant.	Descripción	Costos
1	Hornillas de leña	\$ 15.00
1	Peroles de acero inoxidable	\$ 30.00
1	Trébedes medianos	\$ 5.00
2	Paletas de madera	\$ 2.00
1	Huacales plásticos grandes capacidad 80 litros	\$ 5.00
1	Balanza de reloj	\$ 35.00
Total		\$ 92.00

El resto de utensilios necesarios para la producción no necesitan comprarlo ya que cuentan con un inventario de estos como fue señalado en el cuadro No. 8.

Los requerimientos anuales de materia prima e insumos son los que se presentan a continuación.

Cuadro No. 17

Presupuesto Anual de Materia Prima e insumos para el año 2008

Descripción	Costo de la materia prima e insumos	Unidad de medida	Cantidad requerida anual	Costo Total
Azúcar	\$0.30	Libra	477.6	\$ 143.28
Mangos	\$0.12	Libra	477.6	\$ 57.31
Limones	\$0.02	Unidad	24	\$ 0.48
Canela	\$3.50	gramos	454	\$ 3.50
Viñeta	\$0.30	Unidad	597	\$ 179.10
Envase	\$0.28	Unidad	597	\$ 167.16
Total				\$ 550.83

Los costos anteriores corresponden a la producción de 6 meses tomando como referencia las cantidades a producir según Anexo No. 17, incrementándose año con año de acuerdo a las proyecciones realizadas.

5. PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA DIRECTA Y OTROS MATERIALES REQUERIDOS PARA LA ELABORACIÓN DE JALEA LA BARREÑA

En el primer año de proyección de la demanda de Las Barreñas, se les pagará en concepto de salario por día de producción la cantidad de \$ 5.00, en los años 2009 y 2010 \$ 6.00; y en los años 2011 y 2012 será de \$ 7.00.

Cuadro No. 18

Presupuesto de Mano de Obra Directa

	2008	2009	2010	2011	2012
Salario por producción	\$ 5.00	\$ 6.00	\$6.00	\$ 7.00	\$ 7.00
Total	\$ 450.00	\$ 540.00	\$ 540.00	\$ 630.00	\$ 630.00

Debido a que el grupo de mujeres que elabora la jalea es rotado mes a mes se le reconocerá en concepto de sueldo el

mes que desarrollan la actividad de producción, por lo que no se consideran costos de mano de obra indirecta ya que son ellas mismas las que se encargan de la actividad de venta.

Otros gastos en los que se incurrirá para producir anualmente la jalea son los siguientes:

Cuadro No. 19

Detalle de Otros Materiales

Descripción	Costo de la materia prima e insumos	Cantidad requerida anual	Costo anual
Leña	\$ 3.00 tercios	20	\$ 60.00
Fosforos	\$ 0.40 unidad	1	\$ 0.40
Total			\$ 60.40

E. PROPUESTA DE FINANCIAMIENTO

Para la realización de la propuesta de financiamiento fue necesario determinar los presupuestos de los utensilios, materia prima, insumos, mano de obra directa y otros materiales necesarios para cubrir la demanda proyectada (Ver cuadros del No. 16 al 19); los cuales darán la pauta para la búsqueda de fuentes de financiamiento que permitan obtener los fondos necesarios destinados a cubrir las inversiones, costos y gastos que involucrarán la ejecución del plan

estratégico de mercadeo para la comercialización de la jalea que elaboran Las Barreñas.

A continuación se presenta un resumen de la inversión inicial que deberán implementar:

Cuadro No. 20

Resumen de las Necesidades de Financiamiento

Capital de trabajo	Recursos económicos
Materia prima e insumos	\$ 550.83
Utensilios	\$ 92.00
Gastos de comercialización: Publicidad (pancartas, hojas volantes)	\$ 100.00
Otros Materiales	\$ 60.40
Inversión Inicial	\$ 803.23

Por lo que se sugiere que la inversión inicial para la ejecución de este proyecto sea de \$ 1,000.00, a una tasa de interés del 9.3%²³ pagaderos en 3 años.

A continuación se muestra los intereses correspondientes a cada año que generará el financiamiento.

²³ Fuente: Página web: http://www.abansa.org.sv/09_noticias.html

Cuadro No. 21

Amortización de Préstamo para Inversión Inicial

Año	Cuota Anual	Abono Capital	Abono Intereses	Saldo Capital
0				\$ 1,000.00
1	\$ 397.17	\$ 304.17	\$ 93.00	\$ 695.83
2	\$ 397.17	\$ 332.46	\$ 64.71	\$ 363.37
3	\$ 397.17	\$ 363.38	\$ 33.79	\$ (0.00)

El presupuesto de ventas refleja las proyecciones para los próximos cinco años que se espera obtener.

Cuadro No. 22

Proyección de Ventas

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$ 937.60	\$ 1,225.00	\$ 1,666.00	\$ 1,934.00	\$ 2,224.00

Los datos del cuadro anterior fueron calculados multiplicando la cantidad proyectada de venta (Ver cuadro No. 11) por el precio unitario determinado para ese año.

1. FLUJO DE CAJA

A continuación se muestra el esquema del flujo de caja proyectado para la ejecución del plan propuesto; los montos fueron tomados a partir de los cuadros del No. 16 al 19 y del anexo No.18.

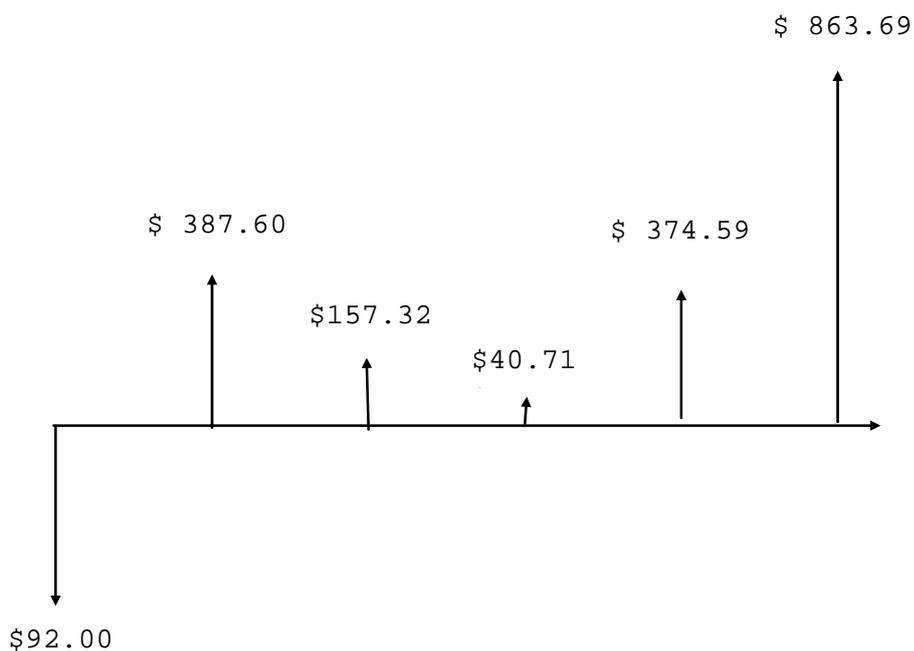
Cuadro No. 23

Flujo de Caja Grupo de Mujeres "Las Barreñas"

Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Efectivo Inicial	1,000.00	908.00	387.60	157.32	40.71	374.59
Ingresos						
Ventas		937.60	1,225.00	1,666.00	1,934.00	2,224.00
Materiales e insumos						
Donación			200.00			
Egresos						
Adquisición de utensilios	92.00					
Costo de Producción						
Costo de materia prima e insumos		550.83	658.10	785.45	910.12	1,044.89
Costo de mano de obra directa		450.00	540.00	540.00	630.00	630.00
Otros Materiales		60.40	60.40	60.40	60.40	60.40
Gastos Fijos		60.00	60.00	60.00	60.00	60.00
Gastos Financieros		397.17	397.17	397.17		
Saldo al final del período	908.00	387.60	157.32	40.71	374.59	863.69

El cuadro anterior muestra el flujo de efectivo para los próximos cinco años para el proyecto de jalea de mango; es necesario aclarar que a parte de la inversión inicial que requerirán será indispensable que la Asociación Barra de Santiago realice una donación de \$200.00 en el año dos y con esto cubrir los gastos de ese período.

Los datos presentados en el flujo de caja serán considerados para la evaluación del proyecto utilizando una tasa del 20%.



$$VPN = -92.00 + \frac{387.60}{1.20} + \frac{157.32}{1.20^2} + \frac{40.71}{1.20^3} + \frac{374.59}{1.20^4} + \frac{863.69}{1.20^5}$$

$$VPN = -92.00 + 323.00 + 109.02 + 23.55 + 180.65 + 347.10$$

$$VPN = \$ 891.32$$

Debido a que el VPN es positivo conviene aceptar el proyecto.

Y haciendo el VPN = 0, se calcula la TIR

Tasa interna de retorno

Calculando con una tasa de 50%

$$VPN = -92.00 + \frac{387.60}{1.50} + \frac{157.32}{1.50^2} + \frac{40.71}{1.50^3} + \frac{374.59}{1.50^4} + \frac{863.69}{1.50^5}$$

$$VPN = -92.00 + 258.40 + 109.25 + 12.06 + 74.00 + 113.74$$

$$VPN = \$ 567.45$$

Interpolando

20% ——— 891.32

VPN ——— 0

50% ——— 567.45

$$\frac{TIR - 20}{50 - 20} = \frac{0 - 891.32}{567.45 - 891.32}$$

$$\frac{\text{TIR} - 20}{30} = \frac{-891.32}{-323.87}$$

$$\text{TIR} - 20 = 2.752091889 \times 30$$

$$\text{TIR} - 20 = 82.56$$

$$\text{TIR} = 102.56\%$$

La TIR resultante es mayor a la tasa a la que se adquirirá el préstamo (20%) por lo tanto, conviene invertir en este proyecto.

F. PUESTA EN MARCHA DEL PROYECTO

A continuación se presentan una serie de actividades necesarias para llevar a cabo la puesta en marcha del proyecto de jalea de mango La Barreña (ver cuadro No. 24).

1. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

El proyecto será presentado a la Directora Ejecutiva de la Asociación Barra de Santiago, quien será la responsable de darlo a conocer a la Junta Directiva, Director de la Escuela del Cantón El Zapote y El Grupo de Mujeres, con el objeto de obtener el compromiso por parte de los involucrados.

2. ORGANIZACIÓN E IMPLEMENTACIÓN

Una vez dado a conocer el proyecto a las personas involucradas la Directora Ejecutiva de la Asociación y el Director de la Escuela serán los responsables de coordinar todas las actividades y de administrar los recursos disponibles.

Algunas de las actividades principales para la implementación del proyecto son: Gestionar el financiamiento, formar los comités de Producción, Ventas y Finanzas, y gestionar el registro sanitario, de marca así como también el código de barra.

3. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

La evaluación de cómo se está llevando a cabo el plan consistirá en medir cada 3 meses los objetivos, metas, cumplimiento de políticas y estrategias para determinar si la ejecución del plan está cumpliendo con las expectativas.

4. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL PROYECTO

Cuadro No. 24

Actividad	Ene-08				Feb-08			
	1	2	3	4	1	2	3	4
Presentación del Proyecto a la directora ejecutiva de la Asociación Barra de Santiago		■						
a la Junta Directiva de la Asociación Barra de		■						
Presentación del Proyecto al Director de la Escuela del Cantón El Zapote y		■						
Gestión de Financiamiento		■	■	■				
Formación de Comités					■			
Gestión para registro sanitario, marca y código de barras					■	■	■	
Capacitación del personal						■	■	■

5. ESTIMACIÓN DE COSTOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL PROYECTO

El costo total para implementar el proyecto de elaboración de jalea asciende a \$1,000.00, los cuales se detallan a continuación:

Elemento	Cantidad requerida
Materia prima e insumos	\$ 551.00
Utensilios	\$ 92.00
Gastos de comercialización: Publicidad (pancartas, hojas volantes)	\$ 100.00
Otros materiales	\$ 60.00
Fondo de reserva	\$ 197.00
Total	\$ 1,000.00

Es importante mencionar que dentro del financiamiento se encuentra un fondo de reserva de \$197.00, para cubrir cualquier eventualidad que pueda presentarse al inicio del proyecto.

6. BENEFICIOS A OBTENER AL IMPLEMENTAR EL PROYECTO

El proyecto está enfocado en brindar oportunidades a las mujeres jóvenes del Cantón El Zapote, esto con la idea de que al terminar su noveno grado no tengan que emigrar ya sea a la cabecera departamental de Ahuachapán ó a San Salvador en busca de oportunidades de empleo, siendo el mas común el desempeñarse como empleadas domésticas, trabajo que las limita en la aplicación de los conocimientos adquiridos tanto en la escuela como dentro del grupo que elabora la jalea.

La puesta en marcha y aplicación del proyecto de elaboración de la jalea busca lograr que estas mujeres se den cuenta que con los recursos que tienen en la zona en la que viven, pueden iniciar un negocio que puede no ser rentable al inicio, pero que si se les brinda todo el apoyo que necesitan, puede convertirse en una fuente de trabajo permanente y con el tiempo poder incorporar nuevos productos y con esto diversificar la producción.

Debido a esto la Asociación Barra de Santiago junto con el grupo de mujeres debe enfocar sus intereses en implementar el proyecto, aunque este tiene una limitante ya que la producción no puede realizarse durante todo el año dado que la jalea es elaborada con fruta de estación, por lo que se les sugiere que en la época en la que no exista producción se integren a los otros proyectos que ejecuta la Asociación Barra de Santiago como lo son el cultivo de tilapia, flor de jamaica y huertos hidropónicos.

Además es importante mencionar que los ingresos que se generen con la venta de la jalea, serán repartidos entre el grupo de mujeres y el mantenimiento de los otros proyectos que se desarrollen.

Todo esto se traduce en un bienestar familiar ya que se obtienen ingresos que contribuyen a la economía de las familias, que en un inicio pueden ser mínimas pero con el crecimiento del proyecto se podrán incrementar sustancialmente, contribuyendo además en el reconocimiento de la Zona ya que pueden mantener una economía productiva y no extractiva.

A continuación se presentan las recomendaciones generales del trabajo de investigación.

G. RECOMENDACIONES

En base a la investigación realizada recomendamos:

- ✓ Buscar recursos financieros para la creación de la imagen de la jalea para luego promocionarla.
- ✓ Realizar el costeo de los productos, tomando en cuenta los materiales que se utilizan para su elaboración y establecer un registro de las cantidades producidas.
- ✓ La Asociación debe iniciar los trámites de registro de marca, obtener el registro sanitario y el código de barra al mismo tiempo diseñar estrategias para el producto, precio, plaza y promoción, que permitan la comercialización exitosa de la jalea de mango.
- ✓ Diseñar estrategias de promoción que estén dirigidas a atraer al mercado meta de interés y a comercializar eficientemente la jalea de mango en la Barra de Santiago.
- ✓ Establecer alianzas con los dueños de los restaurantes ubicados en la playa Barra de Santiago para que pueda comercializarse la Jalea.

H. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DOCUMENTOS

1. Boletín informativo de la Asociación Barra de Santiago (2006).

2. Escritura de Constitución de la Asociación

LIBROS

1. BACA URBINA, G. Evaluación de Proyectos, México, Mc Graw-Hill, 5ª edición.

2. IGLESIAS SALVADOR, Guía para Elaboración de trabajos de investigación, Imprenta Universitaria, 5ª edición.

3. FRANKLIN, ENRIQUE.(2004), Organización de Empresas, México D.F. Mc-Graw-Hill INTERAMERICANA EDITORES S.A DE C.V, 2ª edición.

4. MINTZBERG, H., QUINN, J. (1993). El Proceso Estratégico, Conceptos, contextos y casos. México, 2ª edición.

5. STANTON, W., ETZEL, M. & WALKER, B. (2004). Fundamentos de Marketing. México D.F. Mc-Graw-Hill, 13ª edición.

6. WELSCH, G., HILTON, R., GORDON, P., RIVERA, C. (2005). Presupuestos, Planificación y Control. México, Editorial Universidades, 6ª edición.

LEYES

Ley de Asociaciones Sin Fines de Lucro y Fundaciones, publicada en el Diario Oficial No. 238, Tomo No. 333, del 17 de diciembre de 1996, Decreto No. 894.

TESIS

BARRERA, INGRID. Diseño de un Plan Estratégico de Mercadeo para la Pequeña Empresa de la Industria Panificadora, de la Zona Metropolitana de San Salvador: Caso Ilustrativo. Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de El Salvador (2006).

DOMINGUEZ, KELLY. Estudio de Factibilidad para la Producción y Comercialización de Shampoo de Bálsamo y Velas Aromáticas de la Red de Mujeres Emprendedoras de San Julián, Departamento de Sonsonate. (2005).

DUBON, SANTOS. Plan Estratégico para la Comercialización del Camarón Marino cultivado por las Asociaciones Cooperativas Productoras Puerto Casona y Sara y Ana, del Cantón Salinas del Potrero, jurisdicción de Jiquilisco, Departamento de Usulután. (2007).

FUNES, MORAN. Análisis de la Aplicación y efectos de las Normas Internacionales de Contabilidad sobre los sistemas Contables y Presentación de Estados Financieros de las Organizaciones No Gubernamentales. (2003).

Sánchez, Carlos. La producción y la comercialización de jalea industrial en El Salvador. (1985).

WEBSITES

<http://www.foro.pulver.com.ar>

<http://www.fuhem.es/cip/educa.htm>

<http://www.gestiopolis.com/Canales4/mkt/plaestrategica.htm>

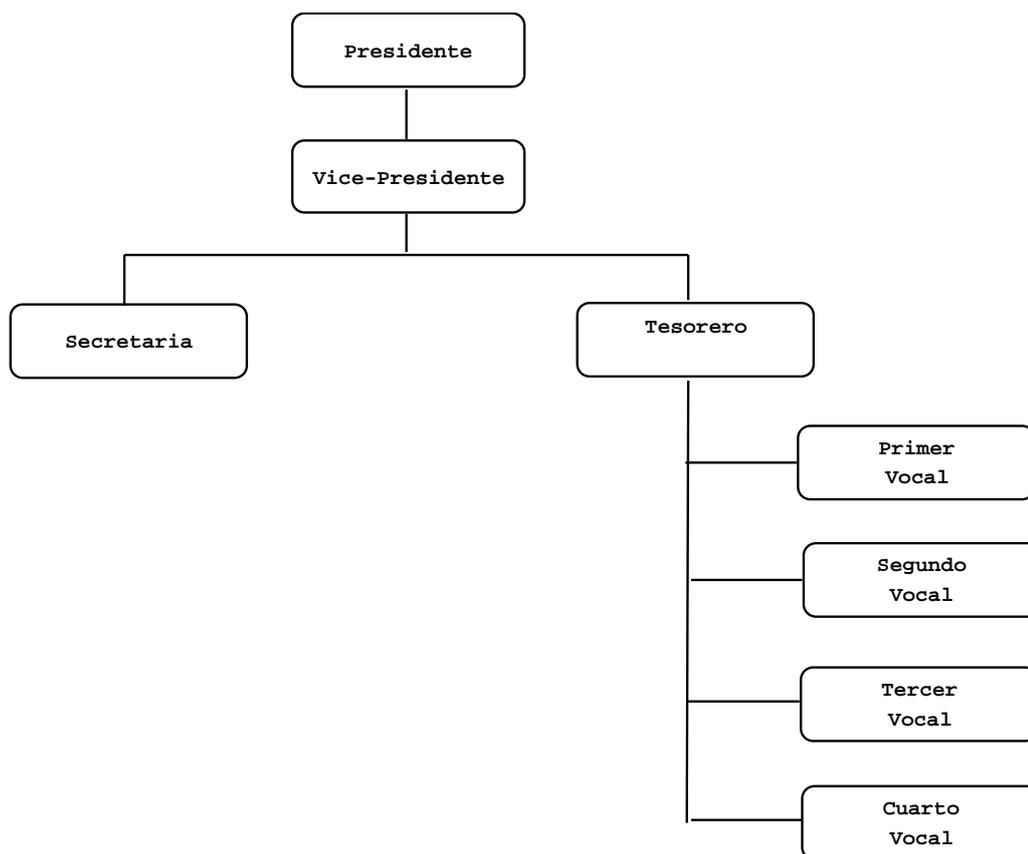
ANEXOS

ANEXOS

- #1.Organigrama Asociación Barra de Santiago
- #2.Estados Financieros Asociación Barra de Santiago, abril 2007.
- #3.Razones Financieras Aplicadas a Estados Financieros de la Asociación Barra de Santiago
- #4.Guía de entrevistas Directora Ejecutiva Asociación Barra de Santiago.
- #5.Guía de Entrevista grupo de mujeres.
- #6.Encuesta Dirigida a los Habitantes del Cantón El Zapote
- #7.Encuesta Dirigida a los Turistas de la Barra de Santiago.
- #8.Determinación de la Muestra de la Investigación
- #9.Tabulación de Encuestas Dirigidas a los Turistas de la Barra de Santiago.
- #10.Tabulación de Encuestas Dirigidas a los Habitantes del Cantón El Zapote
- #11.Cuadro Comparativo Estado de Resultados Asociación Barra de Santiago
- #12.Trámites Legales para Registro de la Marca
- #13.Trámite Legales para Obtener Código de Barra
- #14.Trámite Legales para Obtener Registro Sanitario
- #15.Políticas
- #16.Fórmula de Tasa de Crecimiento
- #17.Proyección de Producción
- #18.Presupuesto de Materia Prima e Insumos para el período 2008-2012

Anexo No. 1

Organigrama Asociación Barra de Santiago



Fuente: Elaborado por el Grupo de Tesis a partir de entrevista realizada a la Directora Ejecutiva de la Asociación.

Anexo No. 2

ASOCIACION BARRA DE SANTIAGO
BALANCE GENERAL AL 30 DE ABRIL DE 2007
(en Dólares Estadounidenses - Cifras Enteras)

ACTIVOS

Activos corrientes

Efectivo y otros medios liquidos equivalentes	\$	879
Cuentas por Cobrar a Asociados	\$	2,000
Total de activos corrientes	\$	2,879
		<hr/>
	\$	2,879
		<hr/>

PASIVO Y PATRIMONIO DE LOS ACCIONISTAS

Pasivo Corriente

Cuentas por pagar y Gastos Acumulados	\$	2,627
Retenciones y Provisiones		247
Impuesto por pagar		133
Total de pasivos corrientes	\$	3,008
		<hr/>

Patrimonio de los accionistas

Aportaciones Patrimoniales de Asociados	\$	10,725.0
Exedentes (Deficit) de Ejercicios Anteriores		(10,767)
Exedentes (Deficit) de Ejercicio Actual		(86)
Total del Patrimonio de los accionistas		(129)
		<hr/>
	\$	2,879
		<hr/>

Lic. José Luis Zablah Touche
Representante Legal

Marlene de Mejía
Contadora

ASOCIACION BARRA DE SANTIAGO
ESTADO DE RESULTADOS DEL 1 DE ENERO AL 30 DE ABRIL DE 2007
(en Dólares Estadounidenses - Cifras Enteras)

Ingresos por Donaciones	\$	6,915
Utilidad Bruta	\$	<u>6,915</u>
Gastos de Operación		
Gastos de Proyectos	\$	1,394
Gastos de Administración		5,605
Gastos Financieros		6
Total gastos de operación	\$	<u>7,006</u>
Resultado de Operación	\$	<u>(91)</u>
Otros ingresos de operación	\$	4
Otros Gastos No Operacionales		-
Ganancia (Pérdida) neta del período	\$	<u>(86)</u>

Lic. José Luis Zablah Touche
Representante Legal

Marlene de Mejía
Contadora

Anexo No. 3

**Razones Financieras aplicadas a Estados Financieros de la
Asociación Barra de Santiago**

$$\text{Liquidez} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}} = \frac{\$ 2,879.00}{\$ 3,008.00} = \$0.9571$$

$$\text{Endeudamiento} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}} = \frac{\$ 3,008.00}{\$ 2,879.00} = 104.4807\%$$

Anexo No. 4



**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



GUÍA DE ENTREVISTA

Guía de entrevista dirigida a la Directora Ejecutiva de la Asociación Barra de Santiago

- 1- Se indagará sobre las oportunidades y amenazas existentes en la Asociación así como también las expectativas para el futuro y las acciones que se deberán implementar.
- 2- Entre las fortalezas y limitantes primordiales, cuales nos puede mencionar.
- 3- Qué estrategias deberá aplicar la Asociación para comercializar la jalea de mango.
- 4- Qué planes a corto y largo plazo considera que debe tener la Asociación.
- 5- Cuentan con un control de los costos en que se incurre para la elaboración de la jalea de mango

6- ¿Dónde obtiene los materiales para la elaboración de la jalea?

7- ¿La Asociación ha realizado campañas de comercialización de la jalea de mango? ¿Cuáles fueron los resultados?

8- ¿Cuáles son los aspectos que considera Usted le agradan más a los consumidores de jalea de mango.

Anexo No. 5



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



GUÍA DE ENTREVISTA

Guía de entrevista dirigidas al grupo de mujeres que apoya la Asociación Barra de Santiago

1- ¿Qué actividad realiza dentro del grupo de mujeres?

2- La Asociación Barra de Santiago, ¿les ha proporcionado los instrumentos necesarios para la elaboración de la jalea de mango?

3- ¿En cuál de los siguientes aspectos han recibido capacitación para la elaboración de jalea de mango?

- a) Selección y preparación de la fruta
- b) Producción de jalea
- c) Envasado
- d) Medidas de Higiene
- e) Otros

Especifique _____

4- ¿Cuentan con un local y utensilios apropiados para la elaboración de la jalea de mango?

5- ¿Existe una persona encargada de verificar la calidad de la jalea?

6- ¿Qué factores ocasionan daños o pérdidas en la producción de la jalea de mango

- a) Mala selección de la fruta
- b) Almacenamiento inadecuado
- c) Factores climáticos
- d) Otros Especifique _____

7- ¿Posee marca su producto?

- a) Si
- b) No

8- ¿Qué atributos consideran los clientes importantes en la compra de jalea de mango?

- a) Calidad
- b) Sabor
- c) Consistencia
- d) Precio
- e) Presentación

f) Otros Especifique _____

9- ¿En qué lugar comercializan la jalea de mango?

10- ¿Qué actividades realizan para promocionar la jalea?

11- ¿Han realizado alguna vez eventos donde se ha dado prueba de la jalea de mango?

a) Si

b) No

Si su respuesta es Si pase a la siguiente pregunta.

12- ¿Cuáles fueron los resultados de los eventos realizados?

13- ¿El precio de la jalea de mango es aceptado por los consumidores?

Anexo No. 6



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA



ENCUESTA DIRIGIDA A LOS HABITANTES DEL CANTÓN EL ZAPOTE.

Estimado(a) Señor(a) (ita):

Somos estudiantes egresados de la carrera de licenciatura en Administración de Empresas, de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador, estamos realizando un estudio de mercado para la Asociación Barra de Santiago, con el propósito de diseñar un plan estratégico de mercadeo para dicha Asociación.

De la manera más atenta le solicitamos su colaboración en contestar el presente cuestionario de forma objetiva, la información que proporcione será de estricta confidencialidad y de interés propio para la investigación.

Por su atención gracias.

Indicaciones: Marque con una "X" la respuesta que considere conveniente y complete cuando sea necesario las siguientes preguntas.

I. DATOS GENERALES

1. Cuantas personas conforman su grupo familiar

a) De 1 a 3

b) De 4 a 6

c) De 6 a más

2. Nivel de ingresos por mes

a) \$100 a \$200

b) \$201 a \$300

c) \$301 a \$400

d) \$400 a \$500

e) \$501 a más

II- DATOS ESPECIFICOS

3. ¿Conoce usted el proyecto de jalea de mango que apoya la Asociación Barra de Santiago?

a) Si

b) No

Sí su respuesta es No, pase a la pregunta 5.-

4. ¿Qué opinión tiene usted sobre la implementación de proyectos como el de jalea de mango para el desarrollo de la zona?

5. ¿Ha tenido la oportunidad de probar la jalea de mango que produce el grupo de mujeres?

a) Si

b) No

Si su respuesta es NO pase a la pregunta No. 7

6. ¿Qué opinión tiene acerca de la jalea?

Criterio \ Aspectos	Bueno	Regular	Malo
a) Sabor			
b) Apariencia			
c) Color			

7. ¿Cuál de los siguientes productos le parece el más indicado para acompañar la jalea de mango en una promoción?

a) Galletas saladas

b) Tostadas de pan

c) Palitos de pan

8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un frasco de jalea?

a) \$1.00 - \$1.50

b) \$1.51 - \$2.00

c) \$2.01 - \$2.50

d) \$2.51 a más

9. Sí Usted construyera un puesto de venta de jaleas, como lo haría?

Anexo No. 7



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA



ENCUESTA DIRIGIDA A TURISTAS DE LA BARRA DE SANTIAGO

Estimado(a) Señor(a) (ita):

Somos estudiantes egresados de la carrera de licenciatura en Administración de Empresas, de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador, estamos realizando un estudio de mercado para la Asociación Barra de Santiago, con el propósito de diseñar un plan estratégico de mercadeo para dicha Asociación.

De la manera más atenta le solicitamos su colaboración en contestar el presente cuestionario de forma objetiva, la información que proporcione será de estricta confidencialidad y de interés propio para la investigación.

Por su atención gracias.

Indicaciones: Marque con una "X" la respuesta que considere conveniente y complete cuando sea necesario las siguientes preguntas.

I. DATOS GENERALES

1. Género

a) Femenino

b) masculino

2. Edad (años)

a) 15-25

b) 26-35

c) 36-40

d) 41 a más

3. Estado familiar

a) Soltero(a)

b) Casado(a)

c) Viudo(a)

d) Acompañado(a)

e) Divorciado(a)

f) Separado(a)

4. Cuantas personas conforman su grupo familiar

a) De 1 a 3

b) De 4 a 6

c) De 6 a más

5. Nivel de ingresos por mes

a) \$100 a \$200

b) \$201 a \$300

c) \$301 a \$400

d) \$401 a \$500

e) \$501 a más

II- DATOS ESPECIFICOS

6. ¿Consumo usted jalea?

a) Si

b) No

Si su respuesta es No, muchas gracias por su colaboración

7. ¿Qué marca de jalea consume?

- a) B&B
- b) Apaneca
- c) D'Marco
- d) Ujarra's
- e) Del Monte
- f) Zamorano
- g) La Bonita
- h) Glo
- i) Kontt's
- j) Smucker's
- k) Otros Especifique_____

8. ¿Por qué razón consume esa marca?

- a) Por precio
- b) Por sabor
- c) Por textura
- d) Por presentación
- e) Otros Especifique_____

9. ¿Qué sabor de jalea prefiere?

- a) Fresa
- b) Piña

- c) Frambuesa
- d) Mango
- e) Naranja
- f) Otros Especifique _____

10. ¿En que establecimiento adquiere Usted la jalea que consume?

- a) Mercado
- b) Supermercados
- c) Tienda de conveniencia
- d) Otros Especifique: _____

11. ¿Con qué frecuencia compra Usted jalea?

- a) Cada 7 días
- b) Cada 15 días
- c) Cada 30 días
- d) Más de 30 días

12. ¿En qué rango de precio ubica usted la jalea que consume?

- a) \$1.00 - \$1.50
- b) \$1.51 - \$2.00

b) \$2.01 - \$2.50

d) \$2.51 a más

13. ¿Estaría dispuesto a consumir jalea de mango?

a) Si

b) No Por qué? _____

Si su respuesta es No, gracias por su colaboración hasta aquí llega la encuesta.-

14. ¿Cuál de los siguientes productos le parece el más indicado para acompañar la jalea de mango en una promoción?

a) Galletas saladas

b) Tostadas de pan

c) Deditos de pan

15. ¿Qué lugar le parece el más adecuado para comercializar la jalea de mango en la zona?

a) Restaurantes

b) Tiendas de conveniencia

c) Kioscos

16. Sí su respuesta a la pregunta anterior fue Kiosco ¿dónde preferiría que estuviera ubicado y que apariencia le gustaría que tuviera?

17. ¿Qué colores le parecen más llamativos para que aparezcan en la viñeta de la jalea de mango?

a) Verde

b) Rojo

c) Amarillo

d) Azul

e)Otros

Especifique_____

Anexo No. 8

DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN

- **DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA DE HABITANTES DEL CANTÓN EL ZAPOTE**

Fue necesario determinar dos tamaños de muestras, debido a que la población del Cantón El Zapote es finita ya que la población es inferior a 30,000 habitantes.

Para el cálculo de la muestra con población finita se utilizó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{e^2(N-1) + Z^2 \cdot P \cdot Q}$$

Donde:

Z = Margen de Confiabilidad

P = Probabilidad de que el evento ocurra

Q = Probabilidad de que el evento no ocurra

e = Error de estimación

N = Población (Universo a investigar)

Por lo que la muestra para los habitantes del Cantón El Zapote se calculó de la siguiente manera:

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.50) (0.50) (350)}{(0.05)^2 (350 - 1) + (1.96)^2 (0.50)(0.50)} \quad n = \frac{336.14}{1.8329}$$

n = 183 familias

• **DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA DE TURISTAS DE LA BARRA DE SANTIAGO**

Según estadísticas proporcionadas por la Asociación Barra de Santiago se muestra que existe un aproximado de 37,520 turistas que visitan esa zona costera del país durante el año, para determinar la muestra de una población infinita que en este caso son los turistas se utilizó la siguiente formula:

$$n = \frac{Z^2 P.Q}{e^2}$$

Donde:

Z = Margen de Confiabilidad

P = Probabilidad de que el evento ocurra

Q = Probabilidad de que el evento no ocurra

e = Error de estimación

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.50) (0.50)}{(0.05)^2}$$

n = 385 personas

Del resultado de la fórmula anterior se tomará en cuenta únicamente el 25% ya que la investigación de campo se realizará durante el tercer trimestre del año, por lo que este porcentaje se aplica al tamaño de la muestra quedando de la siguiente manera:

Tamaño de la muestra = $385 * 25\% = 96$ **personas.**

Anexo No. 9

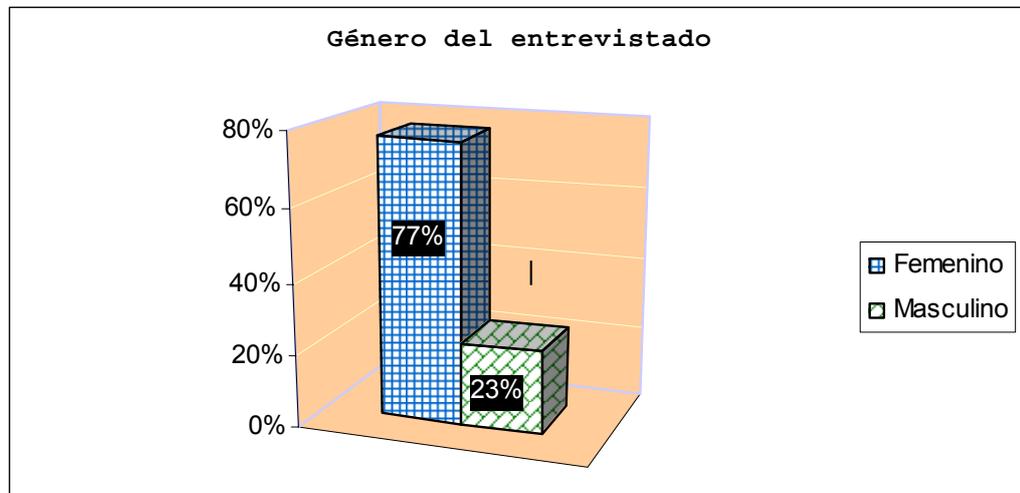
Tabulación de Encuesta Dirigida a los Turistas de La Barra de Santiago

Datos Generales

Pregunta No. 1: Género

Objetivo: Identificar el género de la persona entrevistada.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	61	77%
Masculino	35	23%
Total	96	100%

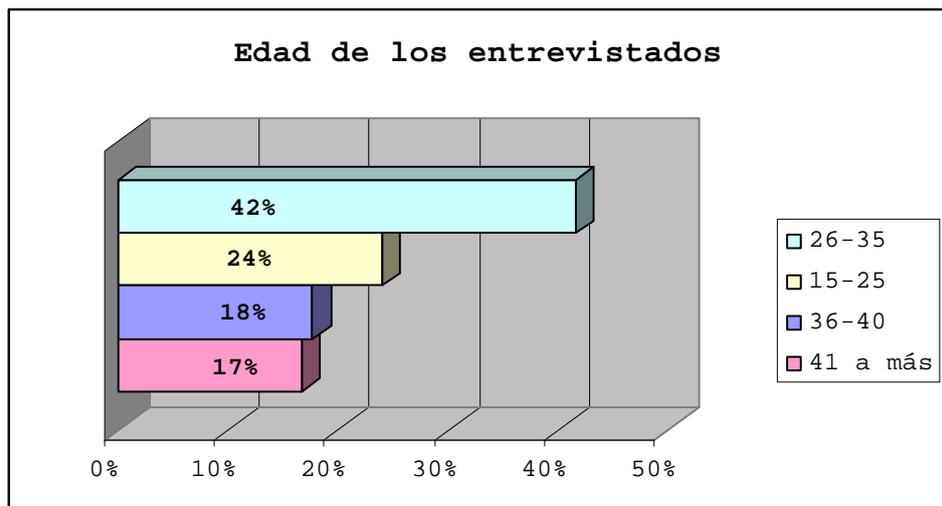


La mayoría de los turistas entrevistados fueron personas del sexo femenino.

Pregunta No. 2 Edad (años)

Objetivo: Conocer cuál es el segmento de mercado al que será enfocada la promoción de la jalea.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
15-25	23	24%
26-35	40	42%
36-40	17	18%
41 a más	16	17%
Total	96	100%

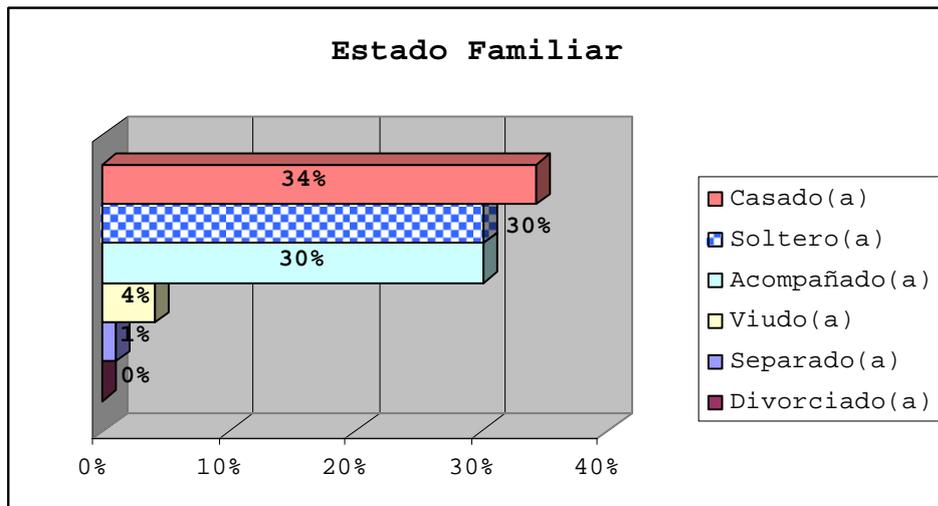


El mayor porcentaje de las personas encuestadas se encuentra en un rango de 26-35 años, edad en la cual las personas son independientes económicamente, sin embargo nuestro mercado objetivo no tendrá restricciones en cuanto a esta variable.

Pregunta No. 3: Estado familiar

Objetivo: Medir que estrato de la sociedad es la que consume mas jalea.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Casado(a)	33	34%
Soltero(a)	29	30%
Acompañado(a)	29	30%
Viudo(a)	4	4%
Separado(a)	1	1%
Divorciado(a)	0	0%
Total	96	100%

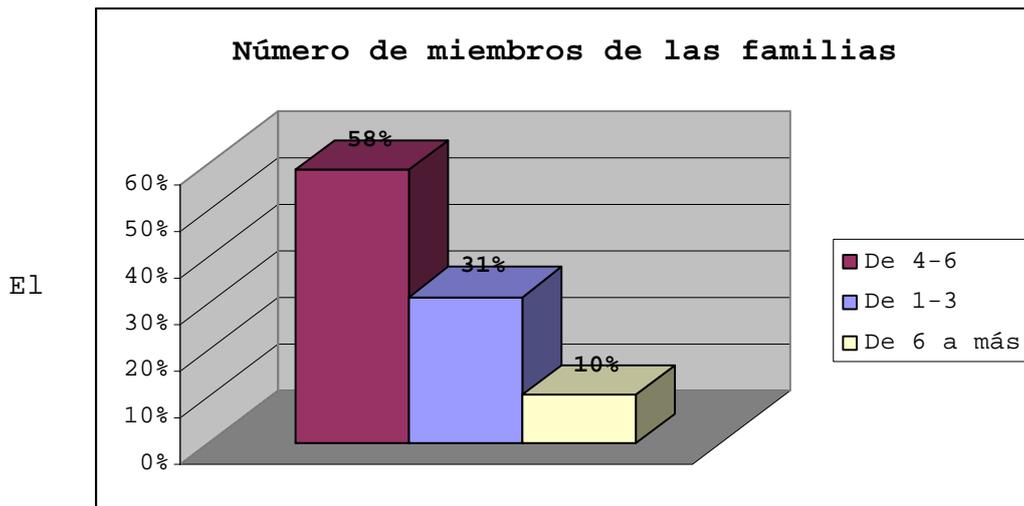


Podemos observar que el mayor porcentaje de los encuestados son personas casadas, estado familiar que les permite decidir que productos consumen ellos y sus familias.

Pregunta No. 4: Cuantas personas conforman su grupo familiar

Objetivo: Estudiar por cuantas personas están conformadas las familias que visitan La Barra de Santiago.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
De 1-3	30	31%
De 4-6	56	58%
De 6 a más	10	10%
Total	96	100%

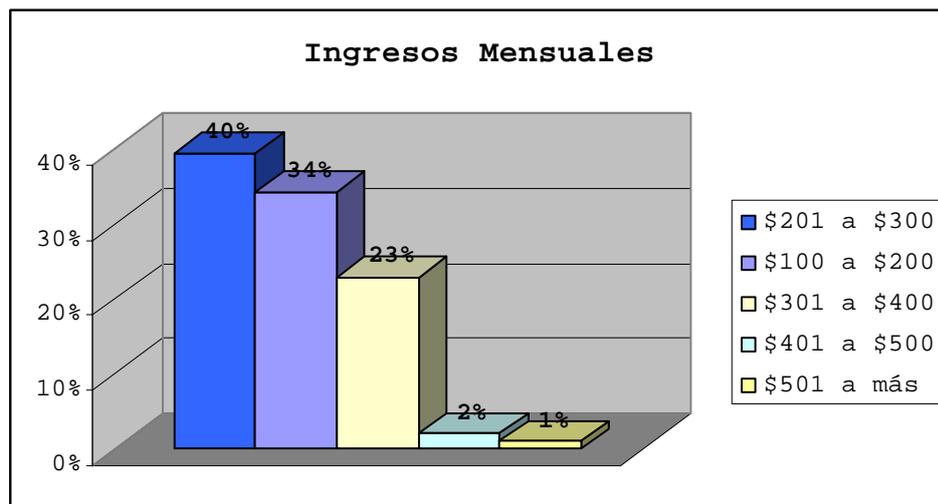


grupo familiar que mayor porcentaje representa es el que está constituido de 4-6 personas, consideradas integrantes de familias promedio de nuestro país.

Pregunta No. 5: Nivel de ingresos por mes

Objetivo: Conocer el nivel de ingresos de los turistas de la zona, para saber cuanto estarían dispuestos a pagar por la jalea.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
\$100 a \$200	33	34%
\$201 a \$300	38	40%
\$301 a \$400	22	23%
\$401 a \$500	2	2%
\$501 a más	1	1%
Total	96	100%



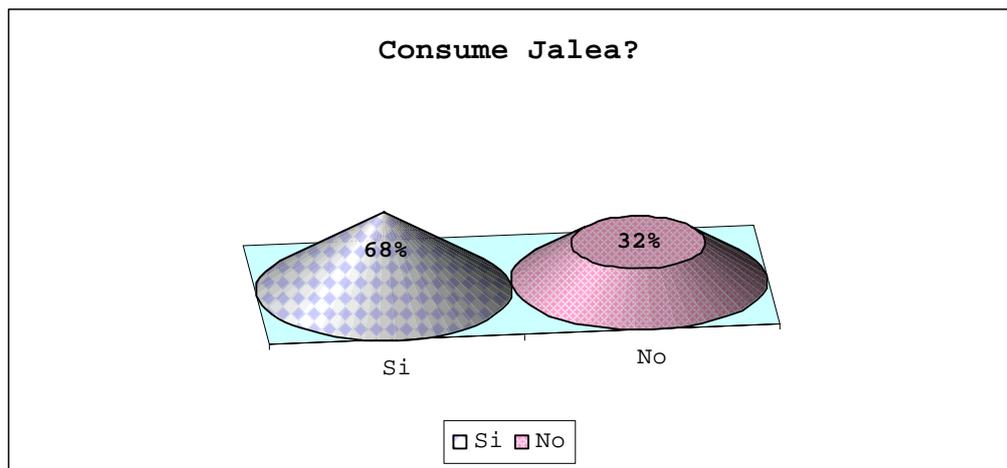
La mayor proporción de las personas tienen ingresos mensuales entre \$201 - \$300, lo cual es un factor importante para determinar la capacidad de compra y ver la influencia que esta variable ejerce al momento de comprar.

Datos Específicos

Pregunta No. 6: ¿Consume usted jalea?

Objetivo: Determinar el consumo de jalea entre los turistas que visitan la Barra de Santiago.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	65	68%
No	31	32%
Total	96	100%

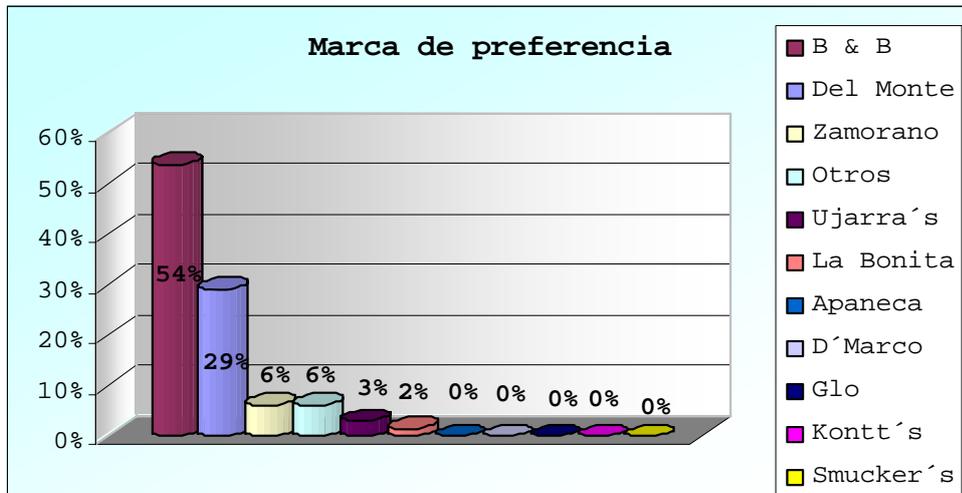


Debido a que la mayoría de turistas que visitan la Barra de Santiago son personas del área urbana, el consumo de jalea es frecuente en ellos por lo que son considerados consumidores potenciales de la jalea.

Pregunta No. 7: ¿Qué marca de jalea consume?

Objetivo: Conocer cual es la marca de jalea que prefieren los turistas de la zona.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
B & B	52	54%
Apaneca	0	0%
D'Marco	0	0%
Ujarra's	3	3%
Del Monte	28	29%
Zamorano	6	6%
La Bonita	1	2%
Glo	0	0%
Kontt's	0	0%
Smucker's	0	0%
Otros	6	6%
Total	96	100%

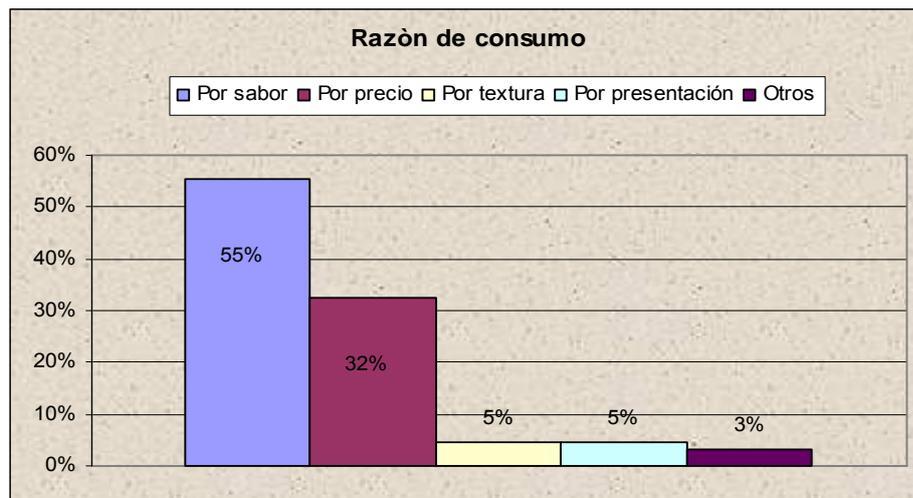


De las marcas existentes en el mercado la que tiene mayor demanda es la marca B&B seguida en preferencia por la marca Del Monte marcas reconocidas por los consumidores.

Pregunta No. 8: ¿Por qué razón consume esa marca?

Objetivo: Identificar cual es la razón por la cual prefieren la marca de jalea que consumen.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Por precio	32	32%
Por sabor	53	55%
Por textura	4	5%
Por presentación	4	5%
Otros	3	3%
Total	96	100%

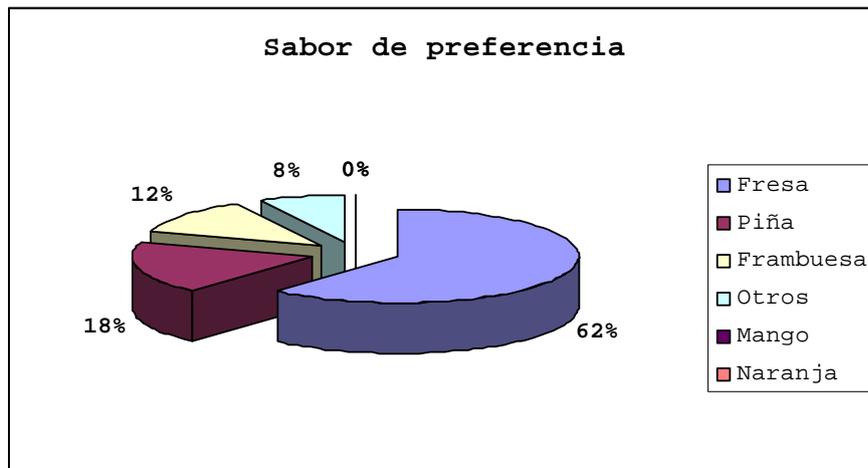


La principal razón por la que los turistas prefieren la marca de jalea que consumen es por el sabor, atributo que la jalea de mango cumple por lo que es posible su aceptación en el mercado.

Pregunta No. 9: ¿Qué sabor de jalea prefieren?

Objetivo: Conocer cual es el sabor de jalea que los turistas prefieren.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Fresa	59	62%
Piña	18	18%
Frambuesa	12	12%
Mango	0	0%
Naranja	0	0%
Otros	7	8%
Total	96	100%

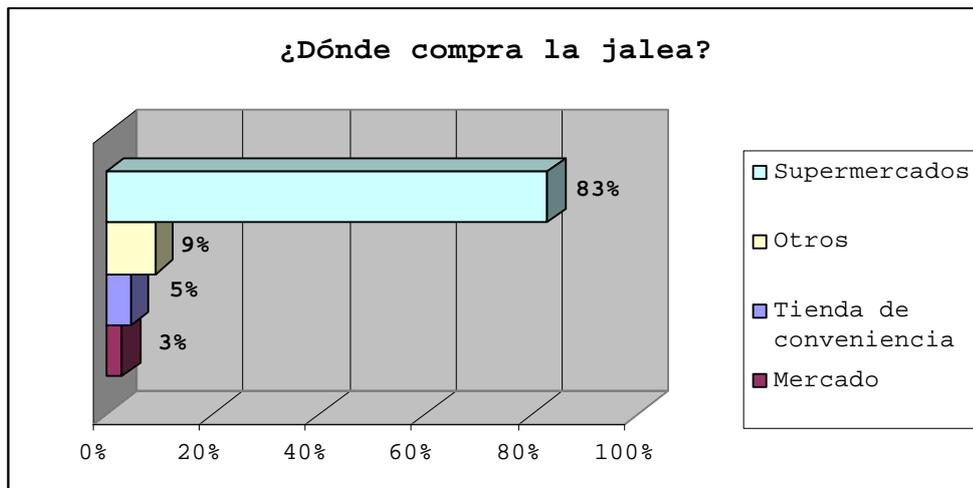


La jalea de mango no se encuentra dentro de las preferencias de los turistas que visitan la Barra de Santiago, ya que no es un sabor conocido a diferencia de la jalea de fresa un sabor tradicional que puede encontrarse en las diferentes marcas que existen en el mercado.

Pregunta No. 10: ¿En que establecimiento adquiere Usted la jalea que consume?

Objetivo: Saber que tan accesibles son para los turistas los lugares donde venden la jalea.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Mercado	3	3%
Supermercados	80	83%
Tienda de conveniencia	4	5%
Otros	9	9%
Total	96	100%

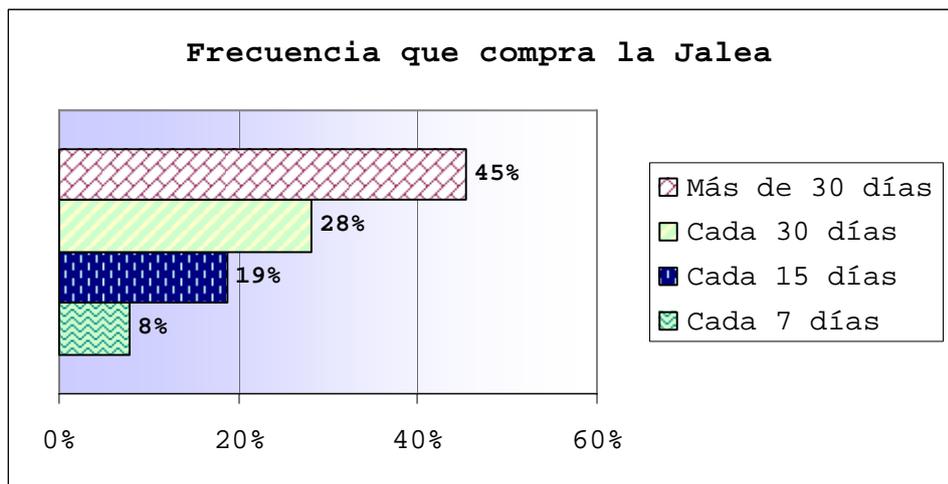


La mayoría de las personas que visitan la Barra de Santiago manifiesta que son los supermercados el lugar más accesible para adquirir la jalea ya que en ese lugar encuentran el sabor y marca de su preferencia.

Pregunta No. 11: ¿Con qué frecuencia compra Usted jalea?

Objetivo: Identificar con que regularidad compran jalea los turistas.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Cada 7 días	7	8%
Cada 15 días	18	19%
Cada 30 días	27	28%
Más de 30 días	44	45%
Total	96	100%

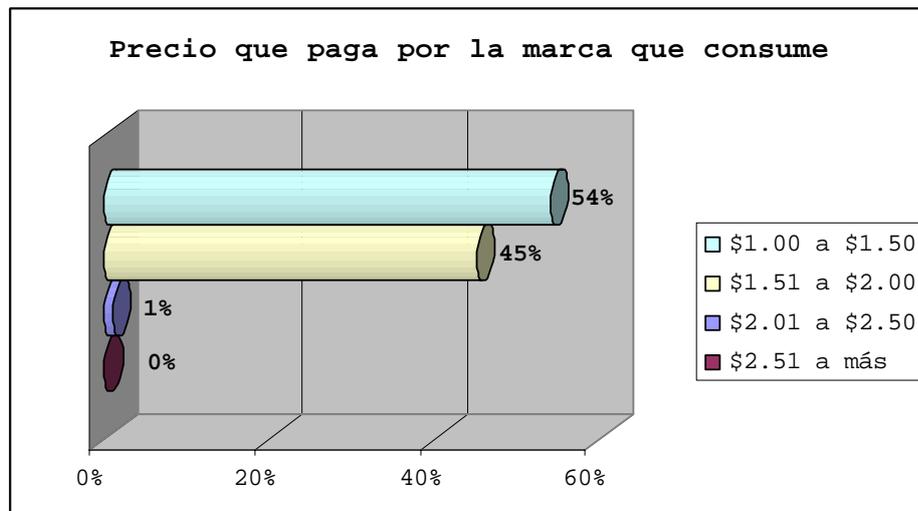


La mayoría de los turistas compra jalea con una frecuencia mayor a 30 días, debido a que es un producto que sirve para acompañar otros alimentos y no es consumido diariamente.

Pregunta No. 12: ¿En que rango de precio ubica usted la jalea que consume?

Objetivo: Conocer el precio Promedio de la jalea más demandada por la población en estudio.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
\$1.00 a \$1.50	52	54%
\$1.51 a \$2.00	43	45%
\$2.01 a \$2.50	1	1%
\$2.51 a más	0	0%
Total	96	100%

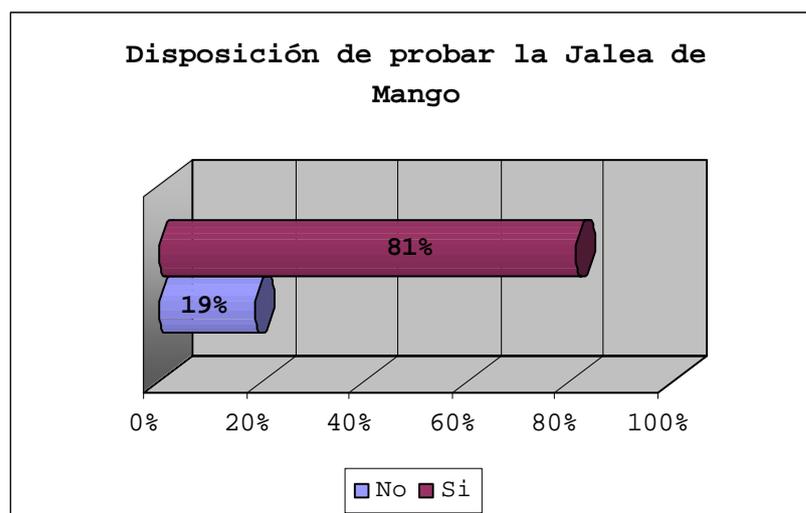


El rango de precios que los turistas pagan por la jalea que consumen oscila entre \$1.00 y \$1.50, factor a considerar al momento de fijar el precio de la jalea de mango.

Pregunta No. 13: ¿Estaría dispuesto a consumir jalea de mango?

Objetivo: Determinar el interés de las personas encuestadas en consumir la jalea de mango.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	78	81%
No	18	19%
Total	96	100%

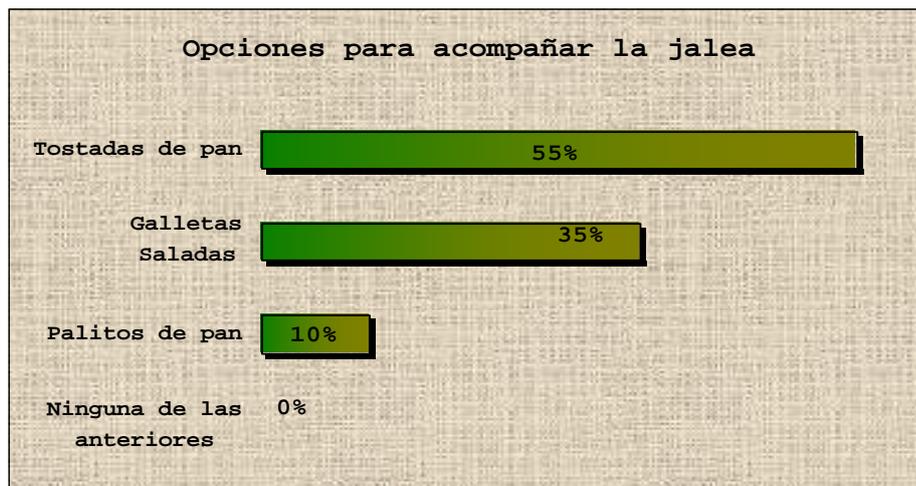


A pesar que la jalea de mango no se encuentra dentro de las preferencias de los turistas, existe un gran porcentaje que estaría dispuesto a consumirla, lo que indica que la jalea de mango elaborada por el Grupo de Mujeres cuenta con un mercado potencial atractivo.

Pregunta No. 14: ¿Cuál de los siguientes productos le parece el más indicado para acompañar la jalea de mango en una promoción?

Objetivo: Determinar cuál es el producto con el que la gente prefiere acompañar la jalea.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Galletas Saladas	33	35%
Tostadas de pan	52	55%
Palitos de pan	11	10%
Ninguna de las anteriores	0	0%
Total	96	100%

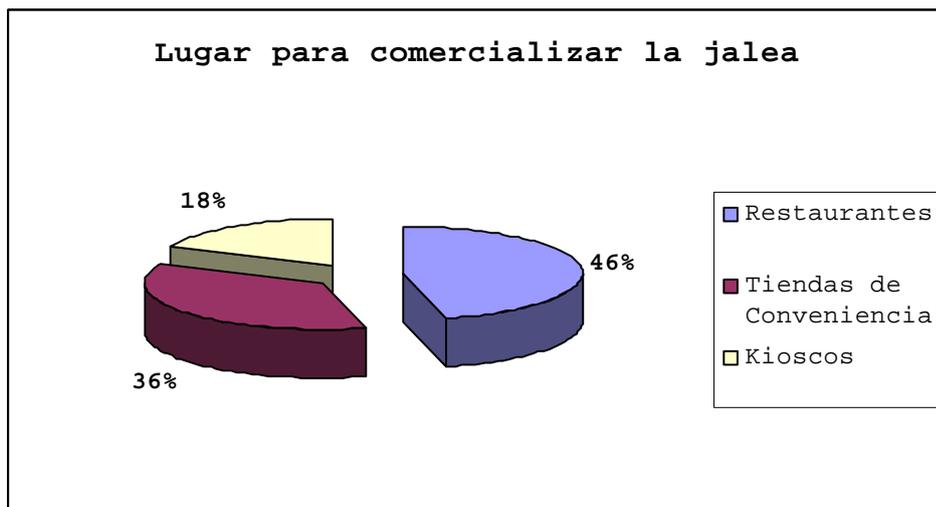


Según lo manifestado por los turistas el producto preferido para acompañar la jalea son las tostadas de pan, esta sugerencia deberá ser tomada en cuenta al momento de establecer estrategias de promoción que busque llamar la atención de los consumidores potenciales.

Pregunta No. 15: ¿Qué lugar le parece el más adecuado para comercializar la jalea de mango en la zona?

Objetivo: Identificar el lugar indicado para vender jalea de mango en la zona.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Restaurantes	44	46%
Tiendas de Conveniencia	35	36%
Kioscos	17	18%
Total	96	100%

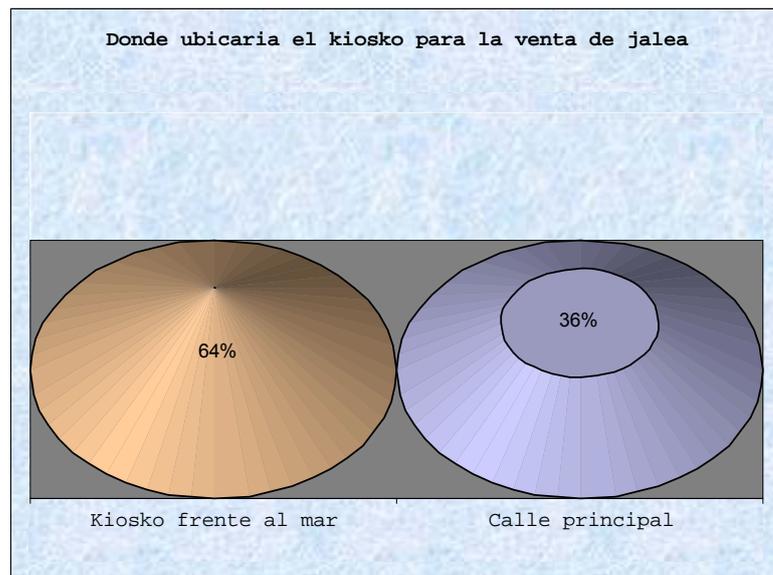


Los restaurantes ubicados en la Barra de Santiago son los más frecuentados por los turistas por lo tanto se puede aprovechar esta oportunidad para dar a conocer y comercializar la jalea que se produce en el Cantón El Zapote.

Pregunta No. 16: Sí su respuesta a la pregunta anterior fue Kiosco ¿dónde preferiría que estuviera ubicado y que apariencia le gustaría que tuviera?

Objetivo: Conocer la accesibilidad entre la adquisición de la jalea y los detalles que más llaman la atención.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Kiosco frente al mar	14	64%
Calle principal	8	36%
Total	22	100%

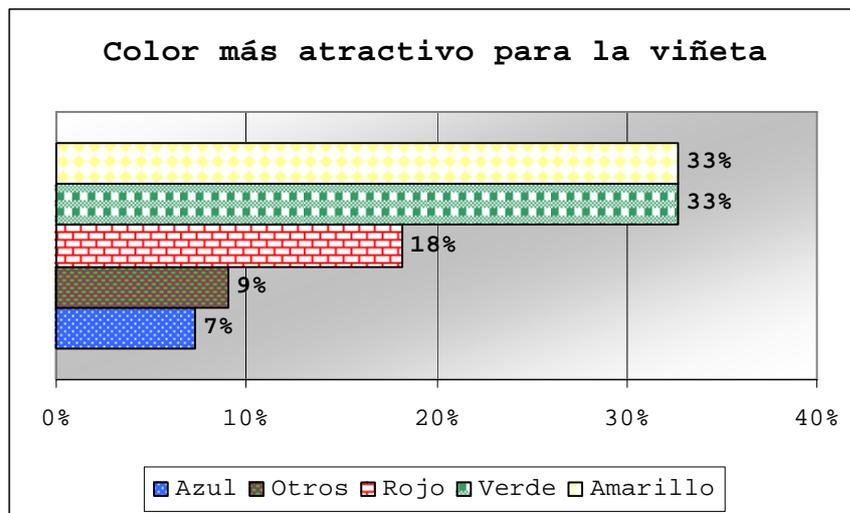


A pesar que la mayoría de los turistas opina que los restaurantes serian la mejor opción para comercializar la jalea, existe un porcentaje mínimo que un kiosco a la orilla de la playa seria una buena opción para la comercialización.

Pregunta No. 17: ¿Qué colores le parecen más llamativos para que aparezcan en la viñeta de la jalea de mango?

Objetivo: Determinar los colores que deberán tomarse en cuenta al momento de elaborar la viñeta.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Verde	32	33%
Rojo	17	18%
Amarillo	32	33%
Azul	7	7%
Otros	8	9%
Total	96	100%



Los colores sugeridos por los turistas para que sean utilizados para el diseño de la viñeta son: verde, amarillo y rojo ya que representan los colores naturales del fruto.

Anexo No. 10

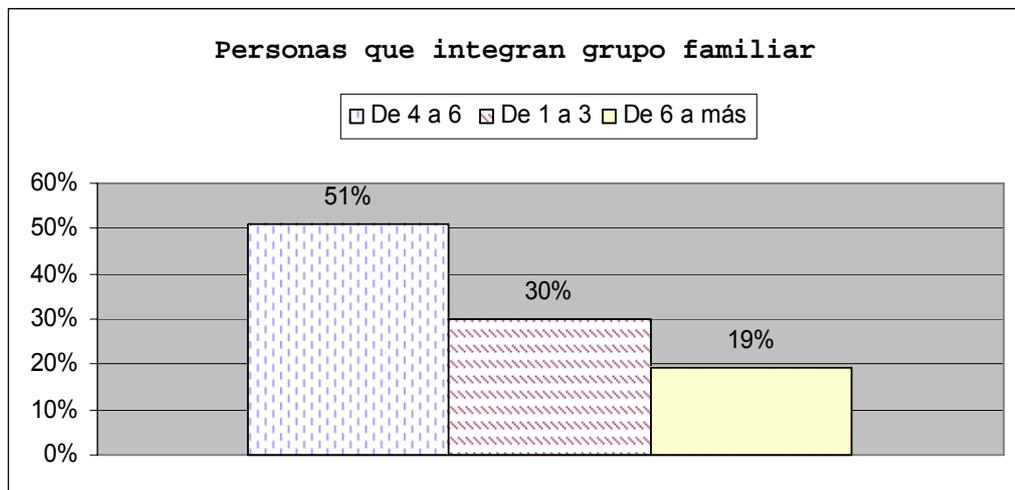
Tabulación de Encuesta Dirigida a los Habitantes del Cantón El Zapote.

Datos Generales

Pregunta No. 1: ¿Cuántas personas conforman su grupo familiar?

Objetivo: Identificar el número de integrantes de las familias del Cantón El Zapote.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
De 1 a 3	55	30%
De 4 a 6	93	51%
De 6 a más	35	19%
Total	183	100%

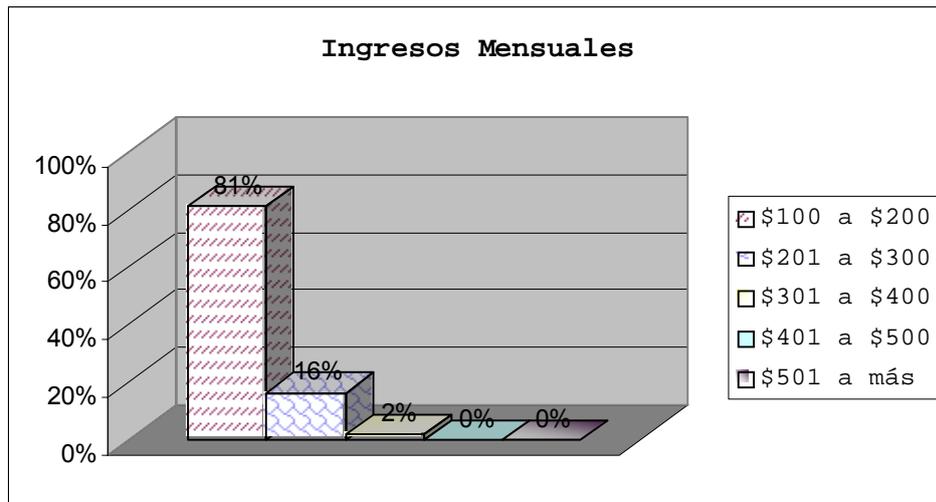


El grupo familiar que mayor porcentaje representa es el que está constituido de 4-6 personas, consideradas integrantes de familias promedio de nuestro país.

Pregunta No. 2: Nivel de ingresos por mes

Objetivo: Medir cuál es el ingreso promedio de los habitantes del Cantón.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
\$100 a \$200	149	81%
\$201 a \$300	30	16%
\$301 a \$400	4	2%
\$401 a \$500	0	0%
\$501 a más	0	0%
Total	183	100%



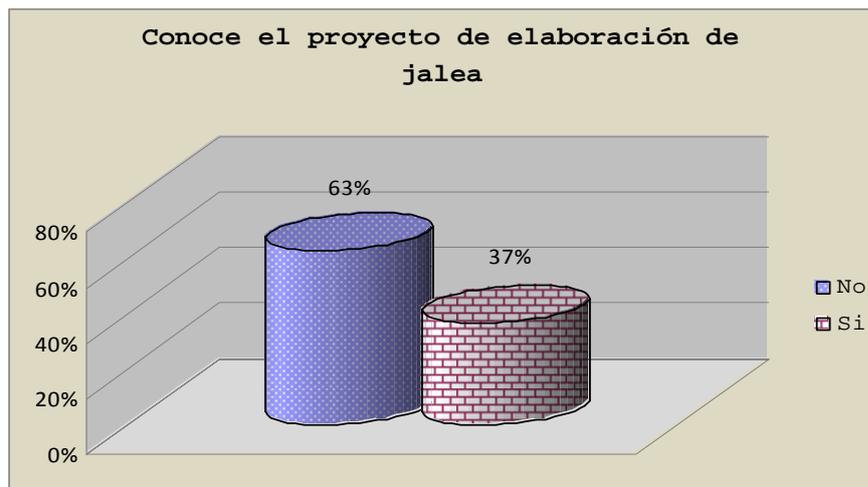
La mayor proporción de las personas tienen ingresos mensuales entre \$100 - \$200, lo cual es un factor importante para determinar la capacidad de compra y ver la influencia que esta variable ejerce al momento de comprar.

Datos Específicos

Pregunta No. 3 ¿Conoce usted el proyecto de jalea de mango que apoya la Asociación Barra de Santiago?

Objetivo: Saber si el proyecto de la jalea es conocido en todo el Cantón El Zapote.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	67	37%
No	116	63%
Total	183	100%

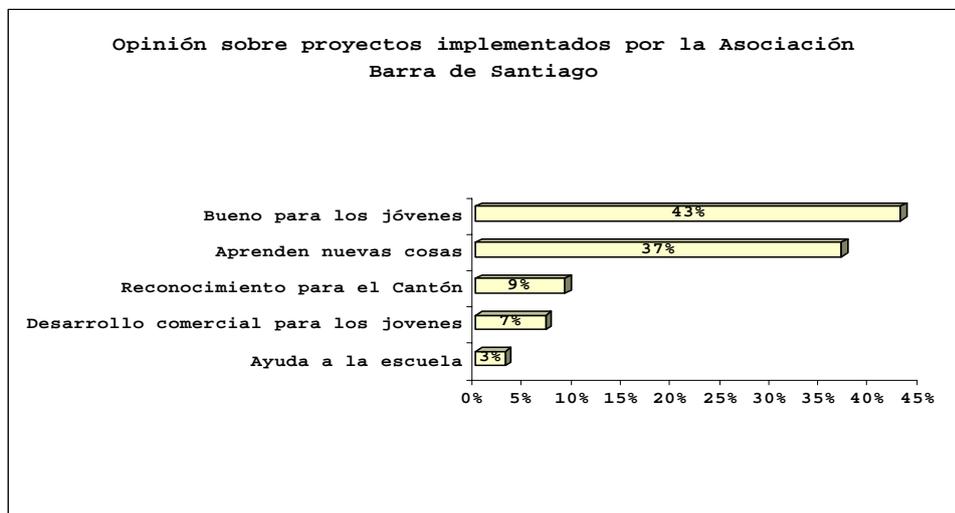


A pesar de que la jalea es elaborada en el Cantón El Zapote, la mayoría de los habitantes no conocen del proyecto factor que incide negativamente en el desarrollo de este y al que la Asociación debe enfocar sus esfuerzos para difundirlo, con el objeto de implementar un mercado local.

Pregunta No.4: ¿Qué opinión tiene usted sobre la implementación de proyectos como el de jalea de mango para el desarrollo de la zona?

Objetivo: Conocer que opinión tienen los lugareños acerca del proyecto de elaboración de jalea de mango que apoya la Asociación Barra de Santiago.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Aprenden nuevas cosas	25	37%
Reconocimiento para el Cantón	6	9%
Desarrollo comercial para los jovenes	5	7%
Ayuda a la escuela	2	3%
Bueno para los jóvenes	29	43%
Total	67	100%

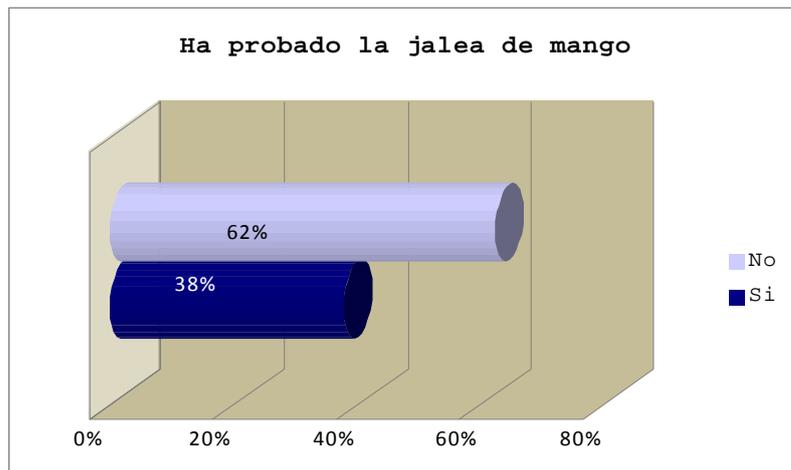


Del poco número de personas que conocen del proyecto, opinan que proyectos como este son buenos para los jóvenes ya que les permite fomentar un espíritu emprendedor y aprender nuevas cosas.

Pregunta No. 5: ¿Ha tenido la oportunidad de probar la jalea de mango que produce el grupo de mujeres?

Objetivo: Identificar si los habitantes del Cantón han probado la jalea que elaboran el grupo de mujeres de la escuela.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	69	38%
No	114	62%
Total	183	100%



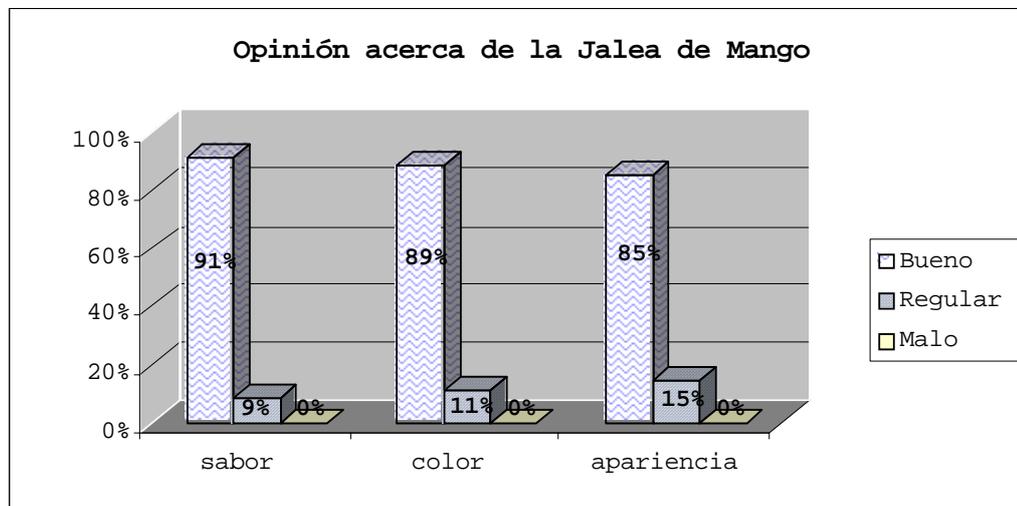
El que pocas personas han probado la jalea de mango, es el resultado del poco conocimiento que hay del proyecto entre los habitantes de la zona.

Pregunta No. 6: ¿Qué opinión tiene acerca de la jalea?

Aspectos	Criterio		
	Bueno	Regular	Malo
a) Sabor			
b) Apariencia			
c) Color			

Objetivo: Conocer que opinión tienen los habitantes sobre la jalea que elabora el grupo de mujeres.

Atributos	Sabor		Color		Apariencia	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Bueno	167	91%	162	89%	156	85%
Regular	16	9%	21	11%	27	15%
Malo	0	0%	0	0%	0	0%
Total	183	100%	183	100%	183	100%

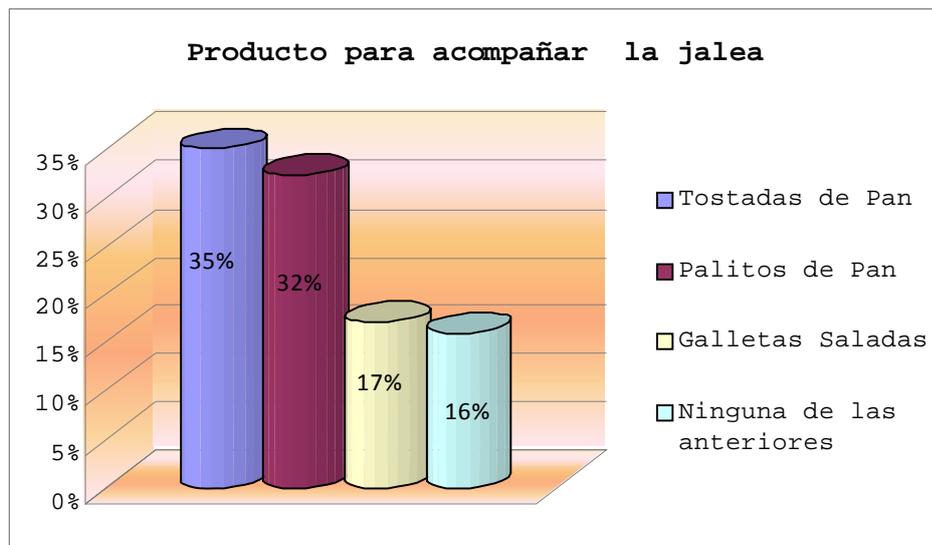


De las pocas personas que han tenido la oportunidad de probar la jalea de mango, la opinión que estas tienen es que cuenta con un buen sabor, color y consistencia atributos que la hacen potencialmente aceptable en el mercado local.

Pregunta No. 7: ¿Cuál de los siguientes productos le parece el más indicado para acompañar la jalea de mango en una promoción?

Objetivo: Determinar cuál es el producto con el que la gente prefiere acompañar la jalea.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Galletas Saladas	31	17%
Tostadas de pan	64	35%
Palitos de pan	59	32%
Ninguna de las anteriores	29	16%
Total	183	100%

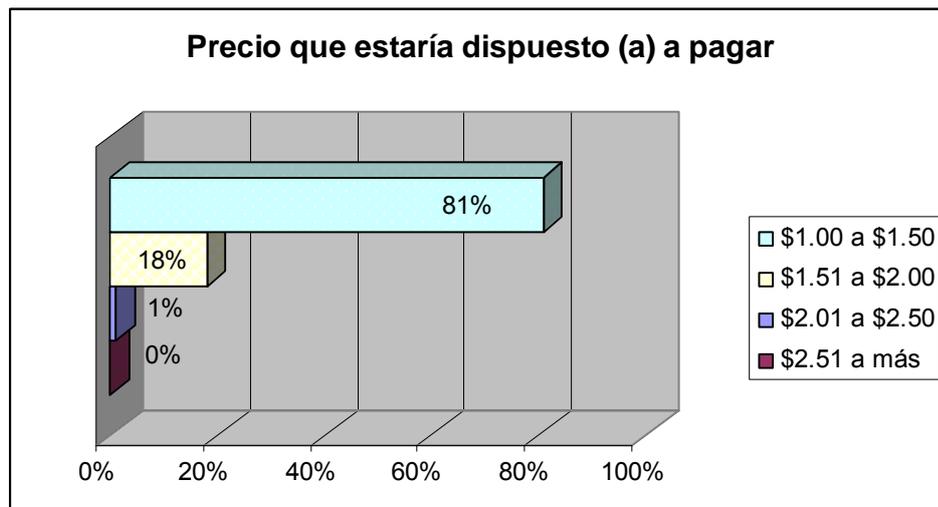


Según lo manifestado por los turistas el producto preferido para acompañar la jalea son las tostadas de pan, esta sugerencia deberá ser tomada en cuenta al momento de establecer estrategias de promoción que busque llamar la atención de los consumidores potenciales.

Pregunta No. 8: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un frasco de jalea?

Objetivo: Saber cuál es el precio que la gente estaría dispuesta a pagar por un frasco de jalea.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
\$1.00 a \$1.50	148	81%
\$1.51 a \$2.00	33	18%
\$2.01 a \$2.50	2	1%
\$2.51 a más	0	0%
Total	183	100%

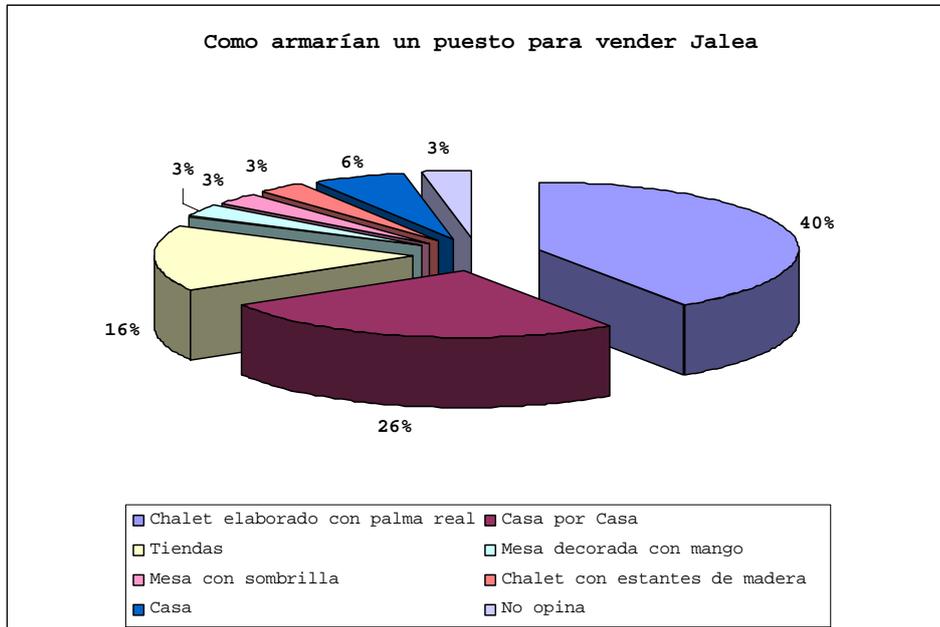


El precio que estarían dispuestos a pagar los habitantes de la zona por el frasco de jalea oscila entre \$1.00- \$1.50, lo que está relacionado con el bajo nivel de ingresos que perciben mensualmente y que debe considerarse al momento de establecer el precio.

Pregunta No. 9: Sí Usted construyera un puesto de venta de jaleas, ¿como lo haría?

Objetivo: Identificar la forma más apropiada para realizar el puesto de venta de jalea.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Chalet elaborado con palma real	75	41%
Casa por Casa	47	26%
Tiendas	29	16%
Mesa decorada con mango	5	3%
Mesa con sombrilla	5	3%
Chalet con estantes de madera	5	3%
Casa	11	6%
No opina	6	3%
Total	183	100%



Según la opinión de los habitantes de la zona un local atractivo para la venta de jalea de mango es un chalet elaborado con palma real, material que es abundante en esa zona del país.

Anexo No. 11

Cuadro Comparativo Estados de Resultados Asociación Barra de Santiago

	Enero		Febrero		Marzo		Abril	
	2007	2006	2007	2006	2007	2006	2007	2006
Ingresos por Donaciones	615.00	4,500.00	2,815.00	6,200.00	5,315.00	7,045.00	6,915.00	7,835.00
Utilidad Bruta	<u>615.00</u>	<u>4,500.00</u>	<u>2,815.00</u>	<u>6,200.00</u>	<u>5,315.00</u>	<u>7,045.00</u>	<u>6,915.00</u>	<u>7,835.00</u>
Gastos de Operación								
Gastos de Proyectos	222.00		222.22		1,394.44	9,866.00	1,394.44	9,966.00
Gastos de Administración	1,350.00	1,449.00	2,717.30	3,020.28	4,216.86	4,372.24	5,605.44	6,157.00
Gastos Financieros	2.00	19.00	3.64	19.08	4.10	21.01	5.80	25.00
Total gastos de operación	<u>1,574.00</u>	<u>1,468.00</u>	<u>2,943.16</u>	<u>3,039.36</u>	<u>5,615.40</u>	<u>14,259.25</u>	<u>7,005.68</u>	<u>16,148.00</u>
Resultado de Operación	<u>(959.00)</u>	<u>3,033.00</u>	<u>(128.16)</u>	<u>3,160.64</u>	<u>(300.40)</u>	<u>(7,214.25)</u>	<u>(90.68)</u>	<u>(8,313.00)</u>
Otros ingresos de operación	1.00	1.00	1.34	2.42	4.21	3.70	4.21	5.00
Otros Gastos No Operacionales			-	-	-	-	-	-
Ganancia neta del período								
Partidas extraordinarias								
Ganancia (Pérdida) neta del período	<u>(958.00)</u>	<u>3,034.00</u>	<u>(126.82)</u>	<u>3,163.06</u>	<u>(296.19)</u>	<u>(7,210.55)</u>	<u>(86.47)</u>	<u>(8,308.00)</u>

Anexo No. 12

Trámites Legales de Registro Sanitario

El primer trámite a realizar es el Registro Sanitario, en el siguiente cuadro se detalla los aspectos como: Institución ante la cual se tiene que gestionar el registro, dirección, teléfonos y correos de contactos en la institución; requisitos que debe cumplir la Asociación Barra de Santiago y los formatos que se deben complementar.

ATRIBUTOS	CONTENIDO
Institución	Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, específicamente en la Gerencia de Salud Ambiental (Laboratorio Dr. Max Bloch)
Dirección	Av. Roosevelt, frente a parque Cuscatlán. San Salvador.
Teléfonos	Teléfono: (503) 2271-3607; Fax: (503) 2271-1282
Correos electrónicos	aduran@msp.gov.sv jmachado@msp.gov.sv
Requisitos	<ul style="list-style-type: none">• Composición cuantitativa del producto.• Etiqueta.• Licencia de funcionamiento de la planta.• Identificación y caracterización del(os) producto(s).• Muestra del(os) producto(s) a registrar.• Información adicional.

Formatos	<ul style="list-style-type: none">• Formulario de solicitud para registro sanitario y/o revalidación de alimentos y bebidas nacionales.• Lista de agrupaciones de nombres genéricos de material de envases.• Solicitud para obtención de certificado de libre venta.
----------	--

Anexo No. 13

Trámites legales para el Registro de Marca

El segundo trámite a realizar es el Registro de Marca, a continuación se presentan todos los aspectos relacionados con dicho trámite, estos son: Institución ante la cual se tiene que gestionar el Registro, con su respectiva dirección y teléfono; una breve explicación, derechos que confiere, vigencia, pasos a seguir y formatos a complementar.

ATRIBUTOS	CONTENIDO
Institución	Centro Nacional de Registros.
Dirección	Colonia Flor Blanca, 1ª Calle Poniente 43 Avenida Norte. San Salvador.
Teléfono	(503) 22609618
¿Qué es el registro de una marca?	Es el documento legal que otorga al titular el derecho a su uso exclusivo, impidiendo que un tercero sin su consentimiento imite, copie o se aproveche de su reputación comercial o industrial.
Derechos conferidos	<ul style="list-style-type: none">• Derecho exclusivo de uso.• Derecho de oponerse a que la registre otra persona.• Hacer cesar el uso o imitación.• Resarcimiento de daños y perjuicios por el uso indebido.
Vigencia	La vigencia de la Marca es de 10 años renovables por un período similar, con un valor de \$ 100.00 dólares posee un período de gracia de 6 meses según el Art. 109 literal d) de la Ley de Marca y otros Signos Distintivos; con recargo por renovación establecida en dicho Artículo.

Pasos	<ul style="list-style-type: none">• Realizar búsqueda.• Presentar solicitud y documentos.• Escritos de subsanación y objeción de la marca.• Primera publicación en el Diario Oficial.• Escrito de oposición (si se da).• Presentación de recibos de Derecho de Registro.• Entrega de auto inscripción y certificado.
Formatos	<ul style="list-style-type: none">• Modelo de solicitud para registro de marcas

Anexo No. 14

Trámites Legales para obtener Código de Barras

Es el último trámite que deben gestionar, a continuación se detallan todos los aspectos concernientes a dicho trámite, estos son: Nombre de la institución ante la cual se debe gestionar dicho trámite, dirección y teléfono, breve explicación sobre el Código de Barras y sus beneficios, la información requerida para la asignación del código, vigencia, cuotas, requisitos y formatos a complementar.

ASPECTOS	CONTENIDO
Institución	DIESCO EAN El Salvador.
Dirección	Oficinas ubicadas en la Cámara de Comercio e Industria. 9ª Avenida Norte y 5ª Calle Poniente, San Salvador
Teléfono	(503) 2205-1000
¿Qué es un Código de Barras?	Es un número (también denominado estructura de datos) y se utiliza para la identificación inequívoca de los artículos comerciales o de servicio en todo el mundo.
Beneficios	<ul style="list-style-type: none">• Proporciona una identificación única a cada producto, servicio o localización.• Permite la captura automática de la información rápida y oportuna sobre productos, servicios o localizaciones.• Permite la automatización de varios procesos a lo largo de la cadena de abastecimiento.

Información requerida para la asignación de un código de barras	<ul style="list-style-type: none"> • Código de producto (campo variable), asignado por DIESCO EAN El Salvador. • Descripción del producto, cómo se va a llamar o reconocer el producto comercialmente. • Marca, empaque y contenido. • Unidad de medida (Gramos, libras, etc.)
Vigencia	El código tendrá un año de vigencia a partir de la asignación.
Cuotas	<ul style="list-style-type: none"> • Cada código de barras tendrá una cuota anual de \$22.28 por producto. • La cuota anual por renovación será de \$50.29.
Requisitos	<ul style="list-style-type: none"> • Contrato firmado • Copia de registro fiscal • Copia de las últimas 12 declaraciones del IVA. • Copia de credencial vigente del representante legal, NIT de empresa y copia de escritura de constitución.
Formatos	<ul style="list-style-type: none"> • Solicitud de membresía y asignación de códigos de barras.

Anexo No. 15

a. Políticas de Producción

- Las compras de materiales se realizarán en la primera semana de cada mes.
- La producción se realizará una vez al mes
- La producción tendrá que llevarse a cabo utilizando medidas exactas de materiales, cumpliendo además las medidas de higiene respectivas.
- La asistencia de Las Barreñas en los días de producción programados deben ser de carácter obligatorio.

b. Políticas de Comercialización

- Las ventas se realizarán exclusivamente de contado.
- Crear un comité de ventas que se encargue de la comercialización de la jalea.
- Los ingresos obtenidos por la venta de jalea serán depositadas en una cuenta de ahorro con dos firmas.

c. Políticas Financieras

- Evaluar tres cotizaciones antes de realizar una compra.
- Establecer un precio que garantice un margen de utilidad adecuado y proporcione la estabilidad de Las Barreñas.
- El pago de las obligaciones financieras debe ser de carácter prioritario.

Anexo No. 16

Tasa de Crecimiento de la Demanda

Donde:

$$i = \left[\sqrt[n]{S/P} - 1 \right] 100$$

i = Tasa de crecimiento constante anual
n = Número de períodos
S = Último datos histórico obtenido en unidades
P = Primer dato histórico obtenido en unidades

Jalea de Mango
AÑO 2008
$i = \left[\sqrt[8]{51/47} - 1 \right] 100$ i = 1.02 %
AÑO 2009
$i = \left[\sqrt[8]{71/51} - 1 \right] 100$ i = 4.22%
AÑO 2010
$i = \left[\sqrt[8]{95/55} - 1 \right] 100$ i = 7.07%
AÑO 2011
$i = \left[\sqrt[8]{123/59} - 1 \right] 100$ i = 9.61 %
AÑO 2012
$i = \left[\sqrt[8]{154/63} - 1 \right] 100$ i = 11.82 %

Anexo No. 17

Proyección de Producción de Jalea La Barreña

	2008	2009	2010	2011	2012
Febrero					
Inventario Inicial	0	0	0	0	0
Producción del mes	155	169	186	201	217
Ventas del Mes	51	55	59	63	67
Inventario Final	104	114	127	138	150
Marzo					
Inventario Inicial	104	114	127	138	150
Producción del mes	82	91	100	109	118
Ventas del Mes	52	57	64	69	75
Inventario Final	134	148	164	178	193
Abril					
Inventario Inicial	134	148	164	178	193
Producción del mes	69	80	94	106	119
Ventas del Mes	67	74	82	89	97
Inventario Final	136	154	175	195	216
Mayo					
Inventario Inicial	136	154	175	195	216
Producción del mes	68	83	100	116	134
Ventas del Mes	68	77	88	98	108
Inventario Final	136	160	188	214	242
Junio					
Inventario Inicial	136	160	188	214	242
Producción del mes	71	89	107	128	149
Ventas del Mes	68	80	94	107	121
Inventario Final	138	168	201	235	270
Julio					
Inventario Inicial	138	168	201	235	270
Producción del mes	154	202	264	326	396
Ventas del Mes	69	84	101	117	135
Inventario Final	223	287	364	444	531
Agosto					
Inventario Inicial	223	287	364	444	531
Producción del mes	0	0	0	0	0
Ventas del Mes	70	87	108	129	151
Inventario Final	153	199	257	315	380
Septiembre					
Inventario Inicial	153	199	257	315	380
Producción del mes	0	0	0	0	0
Ventas del Mes	70	91	115	141	169
Inventario Final	83	109	141	174	211
Octubre					
Inventario Inicial	83	109	141	174	211
Producción del mes	0	0	0	0	0
Ventas del Mes	71	95	123	154	189
Inventario Final	11	14	18	20	22

Anexo No. 18
Presupuesto de Materia Prima e insumos del periodo 2008 al 2012

Descripción	Costo de la materia prima e insumos	Unidad de medida	2008		2009		2010	
			Cantidad requerida anual	Costo Total	Cantidad requerida anual	Costo Total	Cantidad requerida anual	Costo Total
Azúcar	\$0.30	Libra	477.6	\$ 143.28	571.2	\$ 171.36	680.8	\$ 204.24
Mangos	\$0.12	Libra	477.6	\$ 57.31	571.2	\$ 68.54	680.8	\$ 81.70
Limonos	\$0.02	Unidad	24	\$ 0.48	29	\$ 0.58	34	\$ 0.68
Canela	\$3.50	gramos	454	\$ 3.50	454	\$ 3.50	681	\$ 5.25
Viñeta	\$0.30	Unidad	597	\$ 179.10	714	\$ 214.20	851	\$ 255.30
Envase	\$0.28	Unidad	597	\$ 167.16	714	\$ 199.92	851	\$ 238.28
Total				\$ 550.83		\$ 658.10		\$ 785.45

Descripción	Costo de la materia prima e insumos	Unidad de medida	2011		2012	
			Cantidad requerida anual	Costo Total	Cantidad requerida anual	Costo Total
Azúcar	\$0.30	Libra	789.6	\$ 236.88	907.2	\$ 272.16
Mangos	\$0.12	Libra	789.6	\$ 94.75	907.2	\$ 108.86
Limonos	\$0.02	Unidad	39	\$ 0.78	45	\$ 0.90
Canela	\$3.50	gramos	681	\$ 5.25	681	\$ 5.25
Viñeta	\$0.30	Unidad	987	\$ 296.10	1134	\$ 340.20
Envase	\$0.28	Unidad	987	\$ 276.36	1134	\$ 317.52
Total				\$ 910.12		\$ 1,044.89