

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



**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DEL CENTRO DE
EMPRENDIMIENTO EN AGRONEGOCIOS EN LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PRESENTADO POR
ROBERTO ANTONIO GARCÍA PLATERO
VICTOR HUGO RAMIREZ BENITEZ
WILLIAM ROBERTO SORTO LÓPEZ**

**PARA OPTAR AL GRADO DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**DOCENTE DIRECTOR:
ING. MAURICIO ALBERTO RIVAS ROMERO**

**JUNIO 2009
SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTRO AMERICA**

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

Rector: Msc. Rufino Antonio Quezada Sánchez

Secretario General: Lic. Douglas Vladimir Alfaro Chávez

Facultad de Ciencias Económicas

Decano: Lic. Roger Armando Arias Alvarado

Secretario: Ing. José Ciriaco Gutiérrez Contreras

Docente Director: Ing. Mauricio Alberto Rivas Romero

Coordinador del Seminario: Lic. Rafael Arístides Campos

Docente Observador: Msc. Francisco Antonio Quintanilla

Junio de 2009

San Salvador, El Salvador, Centro América

AGRADECIMIENTOS

Primeramente agradezco a Dios Todopoderoso y a la Virgen María, por bendecirme en la vida y en permitirme culminar esta meta. **A mis seres queridos que partieron ya de este mundo**, sus consejos y motivación que me dieron en su vida terrenal el cual recordaré siempre, sin ellos no hubiese sido posible terminar mi carrera Universitaria. **A mi familia**, mi esposa y mis hijos que son una bendición en mi vida, mis padres y hermanos así como el resto de mi familia que me acompañan siempre; que están conmigo en las buenas y en las malas, esta meta es de todos ustedes. **A mis amigos y maestros**, que de alguna manera me facilitaron las cosas para culminar mi carrera Universitaria.

Roberto Antonio García Platero

A Dios Todopoderoso primeramente, por haber permitido realizar este sueño, dotándome de razonamiento necesario y al mismo tiempo guiarme y darme fortaleza cada día y así poder obtener el triunfo alcanzado. **A mi esposa**, Mélida Abrego de Ramírez, aunque muchas veces la prive de mi tiempo y atención siempre se mantuvo brindándome comprensión, paciencia y apoyo moral, me oriento en los momentos más difíciles, con su apoyo incondicional me ha permitido finalizar mi carrera dándome palabras de aliento y fortaleza, le agradezco infinitamente su cooperación y colaboración. **A mis hijos**, Linda Stephanie y Hugo Josué Ramírez Abrego, quienes siempre me brindaron su amor y cariño, a pesar de mi ausencia por motivos de estudio. **A mi padre**, Fernando Ramírez (Q.D.D.G.) quien en vida me brindo confianza para seguir adelante y siempre quiso ver el triunfo en mi carrera y a pesar de no tenerme te dedico este triunfo alcanzado. **A mi madre**, Teodolinda Benítez, mis profundos agradecimientos por permitirme la vida y comprender mi ausencia de visitas para ella.

Victor Hugo Ramirez Benitez

A Dios Todopoderoso, por permitirme alcanzar esta meta, por sus innumerables bendiciones, amor y guía. **A mis padres**, Elena y Gandolfo por su apoyo incondicional, amor, sacrificio, entrega, dedicación, por haber estado conmigo en todo momento, este logro también es suyo. **A mis esposa y mis hijos**, Rina, Roberto Felipe y Andrea por su amor, paciencia, comprensión y ayuda; y por ser mis mejores amigos, confidentes y mi inspiración. **A mis amigos** y todos aquellos que directa o indirectamente contribuyeron para la consecución de esta meta, por todos los momentos y recuerdos especiales y por distinguirme con su amistad.

William Roberto Sarto López

ÍNDICE

RESÚMEN.....	i
INTRODUCCIÓN.....	iii

CAPÍTULO I:

GENERALIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR, ESTUDIOS DE

FACTIBILIDAD, DE LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN, MARCO CONCEPTUAL Y TEÓRICO

DE EMPRENDEDURISMO Y LOS AGRONEGOCIOS	1
A. GENERALIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR.....	1
1) Competencias de las diferentes carreras que ofrece la Universidad de El Salvador	3
2) Estructura Orgánica de la Universidad de El Salvador.....	6
3) Misión y Visión Institucional de la Universidad de El Salvador.....	7
4) Objetivos de la Secretaría de Relaciones Nacionales e Internacionales	9
5) Marco Legal de la Universidad de El Salvador	9
B. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD.....	11
1) Definición	11
2) Aspectos a Considerar en el Estudio de Factibilidad	11
3) Alcance de los Estudios de Factibilidad	11
4) Etapas del Estudio de Factibilidad.....	12
C. PROYECTOS DE INVERSIÓN.....	14
1) ¿Qué es un Proyecto de Inversión?	14
2) Principales etapas de un proyecto.....	14
3) Tipos de proyecto	16
D. MARCO CONCEPTUAL Y TEÓRICO DE EMPRENDEDURISMO	17
1) Naturaleza del Emprendedurismo	17
2) Ser un Emprendedor	18
3) Perfil del emprendedor	18
4) Importancia del Emprendedurismo.....	19
E. MARCO CONCEPTUAL DE LOS AGRONEGOCIOS.....	20
1) Definición.....	20
2) Agronegocios para emprendedores	20
3) Los agronegocios en El Salvador	21

CAPITULO II:

“DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL PARA LA CREACIÓN DEL CENTRO DE

EMPENDIMIENTO EN LOS AGRONEGOCIOS EN LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR..... 23

A.	PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN	23
1)	Planteamiento del Problema.....	23
2)	Objetivos de la Investigación.....	23
3)	Supuestos de la Investigación	24
B.	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	24
1)	Método de la Investigación	24
2)	Fuentes de Recolección de Información	24
3)	Tipo de Investigación.....	25
4)	Técnica Utilizada en la Investigación de Campo	25
4.1	La Encuesta.....	25
4.2	Entrevista.....	25
5)	Instrumento para la Recolección de Información	25
5.1	El Cuestionario	25
6)	Determinación del Universo y la Muestra	25
6.1	Determinación del Universo.....	25
6.2	Determinación de la Muestra	26
6.2.1	Muestra para los Productores del Sector Agrícola	26
6.2.2	Muestra para Estudiantes de la Universidad de El Salvador	27
7)	Tabulación y Análisis de Datos.....	29
C.	ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL.....	29
1)	Iniciativa para la Creación del Centro de Emprendimiento en Agronegocios.....	29
2)	Diagnóstico de la Situación Actual de los Productores del Sector Agropecuario relacionada al quehacer del Centro de Emprendimiento en los Agronegocios.....	32
3)	Diagnóstico para Determinar la Participación del Sector Estudiantil en el Centro de Emprendimiento en los Agronegocios	44
D.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	51

CAPITULO III: “PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DEL CENTRO DE EMPENDIMIENTO EN LOS AGRONEGOCIOS EN LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR”

A.	DESCRIPCIÓN DE LA UNIDAD	53
1)	Nombre de la Unidad.....	53
2)	Finalidad de CEMPREAGRO	53
3)	Filosofía de CEMPREAGRO	53

3.1 Misión	53
3.2 Visión	54
3.3 Objetivo de CEMPREGRO	54
4) Políticas de CEMPREGRO	54
5) Estrategias del CEMPREGRO	55
B. PLAN DE MERCADO	55
1) Objetivos	56
2) Mercado Objetivo de CEMPREGRO	56
3) Proyección de la Demanda	56
4) Producto	58
4.1 Identificación de los Servicios de Asesoría en Agronegocios que ofrecerá el CEMPREGRO	59
4.2 Aplicación de los Servicios del CEMPREGRO	60
4.3 Objetivos y Estrategias de los Servicios de Asesoría en Agronegocios	61
4.4 Estrategias de los Servicios de Asesoría en los Agronegocios	62
5) Finalidad de la Marca	62
5.1 Objetivo de la Marca	62
5.2 Descripción de la Marca	62
6) Establecimiento de Precios	63
7) Promoción	65
7.1 Objetivos de la Promoción	65
7.2 Estrategias Promocionales	66
8) Comercialización de los Servicios	67
C. ESTUDIO TÉCNICO DEL CEMPREGRO	67
1) Localización	67
1.1 Macrolocalización	67
1.2 Microlocalización	69
2) Tamaño del CEMPREGRO	72
3) Ingeniería del CEMPREGRO	72
3.1 Distribución de la Planta	72
3.2 Recurso Humano	74
3.3 Mobiliario y Equipo de Oficina	77
4) Organización del CEMPREGRO	78
4.1 Estructura Organizativa	78
4.2 Organigrama Funcional de Unidades del CEMPREGRO	80
4.3 Manual de Funciones y Descripción de Puestos	80

4.4 Manual de Procedimientos	80
5) Marco Legal para la Creación del CEMPREGRO	80
5.1 Aspectos Legales en el Proceso de Legalización de CEMPREGRO	81
5.2 Ley de Impuestos sobre la Renta	83
5.3 Ley del Impuesto al Valor Agregado (IVA)	83
D. ESTUDIO ECONÓMICO DEL CEMPREGRO.....	84
1) Mobiliario y Equipo	84
2) Gastos de Operación.....	84
3) Inversión Total Inicial.....	89
4) Flujo de Fondos.....	90
E. EVALUACIÓN ECONÓMICA DEL CEMPREGRO.....	91
1) Valor Actual Neto (VAN).....	91
2) Tasa Interna de Retorno (TIR).....	92
3) Evaluación Financiera	95
F. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN DEL CEMPREGRO	98
1) Planificación de Actividades	98
1.1 Objetivos de Plan de Implementación	98
1.2 Actividades de Implementación del CEMPREGRO	98
1.3 Programación de Actividades.....	99
2) Control de Implementación.....	99
G. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	100
1) Conclusiones	100
2) Recomendaciones.....	100
BIBLIOGRAFÍA.....	102
GLOSARIO DE SIGLAS Y TÉRMINOS UTILIZADOS	105
ANEXOS	

DETALLE DE ANEXOS, CUADROS, FIGURAS Y GRAFICOS

ANEXOS

- Anexo 1.** Estructura Organizativa Universidad de El Salvador
- Anexo 2.** Listado de Centros de Agronegocios en El Salvador supervisados por el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG)
- Anexo 3.** Distribución de la muestra de estudiantes por facultades
- Anexo 4.** Resultados de encuesta a productores
- Anexo 5.** Resultados de encuesta a estudiantes
- Anexo 6.** Encuesta Dirigida al Sector Productivo Agropecuario
- Anexo 7.** Encuesta Dirigida a Los Estudiantes de la Universidad de El Salvador
- Anexo 8.** Pronostico de Ventas
- Anexo 9.** Manual de Funciones y Descripción de Puestos
- Anexo 10.** Manual de Normas y Procedimientos
- Anexo 11.** Contrato de Prestación de Servicios Profesionales CEMPREAGRO
- Anexo 12.** Factura
- Anexo 13.** Comprobante de Crédito Fiscal

CUADROS

- Cuadro 1a.** Ejemplos de Proyectos Desarrollados en las Diferentes Facultades de la Universidad de El Salvador.
- Cuadro 1b:** Ejemplos de Proyectos Desarrollados en las Diferentes Facultades de La Universidad de El Salvador
- Cuadro 2a:** Facultad de Ingeniería y Arquitectura
- Cuadro 2b:** Facultad de Ingeniería y Arquitectura
- Cuadro 3:** Facultad de Química y Farmacia
- Cuadro 4:** Facultad de Ciencias Económicas
- Cuadro 5:** Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales
- Cuadro 6:** Facultad de Ciencias Naturales y Matemáticas
- Cuadro 7:** Facultad de Ciencias y Humanidades

- Cuadro 8:** Estilos o arquetipo de un emprendedor según Scout Kundel
- Cuadro 9:** Productores Agrícolas en El Salvador
- Cuadro 10:** Aplicación del FODA a las Empresas del Sector Agrícola
- Cuadro 11:** Distribución proporcional por facultades
- Cuadro 12:** Proyección de la Demanda del CEMPREGRO
- Cuadro 13:** Oferta de Servicios
- Cuadro 14:** Cálculo de la Demanda Insatisfecha
- Cuadro 15:** Clasificación de los Servicios del CEMPREGRO por Áreas de Aplicación.
- Cuadro 16:** Estimación de costo promedio fijo
- Cuadro 17:** Estimación de costos variables
- Cuadro 18:** Estimación de precios
- Cuadro 19:** Evaluación de Macrolocalización
- Cuadro 20:** Evaluación de la Microlocalización del CEMPREGRO
- Cuadro 21:** Detalle del mobiliario y equipo de oficina e insumos requeridos
- Cuadro 22:** Características de laptop
- Cuadro 23:** Características de computadoras de escritorio requeridas.
- Cuadro 24:** Presupuesto de Recursos Humanos
- Cuadro 25:** Presupuesto de viáticos y transporte
- Cuadro 26:** Presupuesto de publicidad
- Cuadro 27:** Detalle de gastos de operación
- Cuadro 28:** Inversión total del proyecto
- Cuadro 29:** Flujo de Efectivo del CEMPREGRO
- Cuadro 30:** Calculo del VAN
- Cuadro 31:** Tasa interna de retorno del CEMPREGRO
- Cuadro 32:** Presupuesto General
- Cuadro 33:** Estado de Resultados
- Cuadro 34:** Balance General
- Cuadro 35:** Cronograma del Plan de Implementación

FIGURAS

- Figura 1.** Recursos del Estudio de Factibilidad
- Figura 2.** Etapas de un Proyecto de Inversión
- Figura 3.** Ciclo de vida de los proyectos de inversión
- Figura 4.** Diagrama de los principales servicios que deberá prestar el Centro de Emprendimiento en los Agronegocios
- Figura 5.** Logotipo del CEMPREAGRO
- Figura 6a.** Brochure (anverso)
- Figura 6b.** Brochure (reverso)
- Figura 7.** Mapa de Ubicación de la Macrolocalización de CEMPREAGRO
- Figura 8.** Microlocalización del proyecto
- Figura 9.** Distribución de Planta de CEMPREAGRO
- Figura 10.** Flujograma de procesos

GRAFICOS

- Gráfico 1:** Cruce de Variable: Disposición a participar en el Centro de Emprendimiento en los Agronegocios versus la Participación en Iniciativas orientadas desde la Universidad hacia la Sociedad.
- Gráfico 2:** Cruce de Variables: Facultad de Procedencia versus la Disposición a participar en el Centro de Emprendimiento en los Agronegocios.

RESUMEN

La agricultura frente a los demás sectores como la industria y los servicios ha venido en descenso durante las últimas dos décadas afectado principalmente por la política económica manejada por el Estado y la falta de organizaciones que apoyen el desarrollo de la agricultura. El desarrollo del sector agropecuario en El Salvador es uno de temas fundamentales a enfrentar en los próximos años, es necesaria una modernización que implica la adaptación de nuevas tecnologías, reorganización productiva, recuperación y aprovechamiento de los recursos.

El Programa de Fortalecimiento de la Competitividad de los Agronegocios (PFCA) del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), ejecutado por la empresa Agriculture Development Internacional, Inc. (ADI) con respaldo técnico de la Universidad de Texas A&M, tiene dentro de sus objetivos la creación de un Centro de Emprendimiento de los Agronegocios, a fin de facilitar la inversión en los agronegocios vinculando las actividades del Centro con fuentes de crédito, y trabajando con emprendedores.

La investigación para determinar la factibilidad se realiza utilizando los procesos del Método Científico, y dentro de las principales fuentes de información utilizadas se encuentran los productores agrícolas y los estudiantes de la Universidad de El Salvador, en el proceso se manejo la investigación descriptiva y algunas herramientas como la encuestas y entrevistas. El punto de partida para el diagnóstico de los productores ha sido conocer las generalidades de las empresas encuestadas, luego de ello se pasó a determinar los factores que inciden en la competitividad, ya que es elemento importante que permite justificar la intervención de instituciones u organizaciones externas cuando esta es deficiente.

En general los productores dicen tener productos que les han permitido ser competitivos en los mercados que atienden, al mismo tiempo, mencionan tener apoyo de instituciones externas en la actividad diaria y acciones puntuales como lo es el acceso al financiamiento u otras mucho más específicas como la asistencia técnica. Por otro lado, lo que es interesante para justificar e impulsar el Centro de Emprendimiento en los Agronegocios en la Universidad de El Salvador es que la gran mayoría de los productores está muy de acuerdo en que este Centro dinamice la relación entre la Academia y el Sector Productivo, ya que dicha relación les permitiría incrementar la competitividad de sus actividades económicas mediante la prestación de servicios de calidad y articulación con las unidades.

Asimismo, se realizó un diagnóstico a los estudiantes de las carreras universitarias que ofrece la Universidad de El Salvador que se consideran de vital importancia para los servicios, esto determina el grado de participación que tienen los estudiantes en los programas que articulan, y la relación entre la comunidad universitaria y la sociedad, al mismo tiempo se identifican los principales servicios y metodologías que deberá contemplar dicha iniciativa.

En la propuesta se concluye que es viable la creación del Centro, ya que además de la recuperación de la inversión inicial se tendrá éxito en la disponibilidad de recurso humano calificado de estudiantes de las diferentes facultades que están interesados en colaborar, así como el apoyo de docentes y organismos internacionales que ven factible la creación del Centro, ya que este colaborará con el desarrollo del Sector Agrícola en El Salvador. En consecuencia se recomienda crear el Centro de Emprendimiento en los Agronegocios (CEMPREAGRO) en la Universidad de El Salvador, pues representa un paso significativo para colaborar con el desarrollo del Sector agrícola del país, así como la vinculación entre el personal que integra el Centro, los estudiantes y los productores agrícolas.

INTRODUCCION

Los Centros de agronegocios pretenden servir de apoyo a quienes poseen la iniciativa para desarrollarse en el sector agropecuario, brindando asesoría financiera y no financiera para obtener un mejor rendimiento de la inversión. Actualmente el sector agrícola en El Salvador es uno de los menos protegidos, al grado que se tienen que importar muchos productos provenientes de la tierra ya que cada vez es menos el número de personas que viven de la actividad agrícola.

Para la creación del Centro de Emprendimiento en los Agronegocios, se hace necesario la identificación de los actores que interactuarán con dicha Unidad, para ello se trabajo con dos universos de estudio que constaron de los productores agrícolas y los estudiantes de la Universidad de El Salvador, al mismo tiempo, se aprovecho para investigar sobre otros factores que inciden en la creación de dicho Centro como lo son aquellos procedimientos necesarios para su legalización.

En ese sentido el esquema capitular se encuentra conformado por tres capítulos, el primero comprende las generalidades de la Universidad de El Salvador, de la misma forma se presenta la teoría relacionada a los estudios de factibilidad, en la que se hacen breves definiciones de cada uno de los elementos que lo integran.

El segundo capítulo esta conformado por el Diagnóstico de la situación actual de los productores y estudiantes; donde se presentan los resultados obtenidos en la investigación de campo, realizada a nivel nacional y en la Universidad de El Salvador. Con dicho diagnóstico se pudo obtener la demanda actual de los servicios basada en sus necesidades.

En el tercer capítulo se establece la propuesta para la creación. Este estudio será la base para la legalización del CEMPREAGRO por el Consejo Superior Universitario. Finalmente se presenta, la bibliografía utilizada en la investigación y los respectivos anexos.

CAPITULO I: GENERALIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR, ESTUDIOS DE FACTIBILIDAD, FACTIBILIDAD DE LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN, MARCO CONCEPTUAL Y TEÓRICO DE EMPRENDEDURISMO Y LOS AGRONEGOCIOS.

A. GENERALIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR¹.

La Universidad de El Salvador fue fundada el 16 de febrero de 1841 por Decreto de la Asamblea Constituyente, a iniciativa del Presidente de la República, Juan Nepomuceno Fernández Lindo y del presbítero Crisanto Salazar, con el objetivo de proporcionar un centro de estudios superiores para la juventud salvadoreña.

La labor académica dio inicio hasta el 11 de agosto de 1843, la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Políticas fue la primera en la etapa de surgimiento del Alma Mater. Así mismo se creó la Facultad de Ciencias Económicas en 1946; el Estatuto Universitario promulgado el 5 de diciembre de 1854 estableció varias secciones universitarias. La segunda labor comprendía un plan de estudios, así: Ciencias Morales y Políticas, Derecho Natural, de Gentes, Romano, Derecho Patrio, Práctica Pastoral y reglas de ambos Derechos, Jurisprudencia Universal, Práctica Forense, Economía Política, Derecho Público, Retórica y Bellas Artes.

Fechas importantes en el surgimiento de algunas facultades en la Universidad de El Salvador son: la del 19 de octubre de 1880 en la que por resolución del Poder Ejecutivo se estableció la Facultad de Jurisprudencia siendo la primera en la etapa de surgimiento del Alma Mater. En 1946 se creó la Facultad de Ciencias Económicas y a mediados de 1960, las Facultades Multidisciplinarias en las ciudades de Santa Ana y San Miguel.

En la actualidad la Universidad de El Salvador, es la que ofrece el mayor número de carreras dentro del país, ya que cuenta con 54 carreras diferentes en los campos de las Ciencias Sociales, Ciencias de la Salud, Ciencias Naturales y Matemáticas, Ciencias Económicas, Ciencias Agronómicas, Ciencias y Humanidades, Odontología, Química y Farmacia e Ingeniería y Arquitectura. Asimismo cuenta con

¹ Página Web de Universidad de El Salvador, <http://www.ues.edu.sv>

estudios de Posgrado que datan de 1994² dentro de los cuales se encuentran: Maestría en Agronomía Tropical Sostenible, Maestría en Traducción Inglés/Español Español/Inglés, Maestría en Didáctica y Formación del Profesorado, Maestría en Comunicación Social; Maestría en Administración de Empresas y Consultoría Empresarial, y Maestría en Administración Financiera. También cuenta con Unidades Académicas de soporte a la formación de profesionales como: Librería Universitaria, Editorial Universitaria, Centro de Investigaciones Científicas, Bibliotecas de Ciencias y Tecnologías, Bienestar Universitario, Arte y Cultura, Becas al Extranjero, entre otras.

La población Estudiantil de La Universidad de El Salvador asciende a 45,960³ distribuidos en las diferentes facultades y las Multidisciplinarias de Oriente, Occidente y Paracentral. En la actualidad la Universidad de El Salvador ha firmado convenios y acuerdos de cooperación con diversas universidades del mundo para formar redes universitarias con universidades latinoamericanas y europeas, con el objetivo de fortalecer los estudios científicos, tecnológicos y la estimulación de postgrados.

La Universidad cuenta con doce facultades; nueve en San Salvador y tres facultades multidisciplinarias ubicadas en San Miguel, San Vicente y Santa Ana. Cada una de estas desarrolla diferentes proyectos académicos que permiten la formación de competencias profesionales del estudiante, a continuación se detallan algunos ejemplos de estos proyectos:

Cuadro # 1a: Ejemplos de Proyectos Desarrollados en las Diferentes Facultades de la Universidad de El Salvador⁴.

Facultad	Escuela	Proyecto	Descripción
Facultad de Ciencias Naturales y Matemáticas	Escuela de Física	Proyecto de energía solar, ambiental, etc.	Proyecto que busca fomentar el aprovechamiento de la energía solar para uso domestico industrial
	Escuela de Química	Proyecto de matrices quitosánicas a partir de la caparazón del camarón	Proyecto que consiste en extraer el quitosano de la cáscara, hidrolizarlo y aprovecharlo para aplicaciones biomédicas e industriales
	Escuela de Biología	Proyecto de cultivo de piña de cerco	Este proyecto tiene como objetivo vender los productos que se deriven del cultivo de la piña de cerco como producto nostálgico en el exterior

² <http://sicar.csuca.org/drupal/?q=filemanager/active&find=102>

³ Periódico El Universitario, Edición Especial, 2 de diciembre de 2007.

⁴ <http://aulavirtual.ing.ues.org.edu.sv/>

Cuadro # 1b: Ejemplos de Proyectos Desarrollados en las Diferentes Facultades de La Universidad de El Salvador (continuación)

Facultad	Escuela	Proyecto	Descripción
Facultad de Química y Farmacia		Proyecto de aislamiento y caracterización de compuestos modelos de origen vegetal	Estrategia multidisciplinaria en búsqueda de nuevos agentes químicos terapéuticos "anticimicrobianos y antiparasitarios"
		Proyecto de creación de repelentes de insectos	Creación de una nueva sustancia que elimine a cualquier tipo de insectos
Facultad de Ingeniería y Arquitectura	Escuela de Ingeniería en Sistemas Informáticos	Proyecto para mejorar la atención y servicio a los clientes en las alcaldías municipales	Análisis, diseño e implementación de sistemas orientados al procesamiento de datos, para las alcaldías municipales
	Escuela de Ingeniería Eléctrica	Proyecto de elaboración de un software de simulación de armónicos para baja tensión	Software de simulación de armónicos para baja tensión

En el cuadro # 1 se observa que algunas facultades como Ciencias Naturales y Matemáticas, Química y Farmacia y la Facultad de Ingeniería y Arquitectura, ejecutan proyectos en que los alumnos de las diferentes carreras ponen a prueba sus conocimientos en la práctica, especialmente en la creación de productos y servicios que benefician a las instituciones que implementan estos proyectos y que tienen como función principal dar un valor agregado al bienestar social.

1. Competencias de las diferentes carreras que ofrece la Universidad de El Salvador.

La Universidad de El Salvador, forma estudiantes en diferentes disciplinas, quienes al finalizar su carrera pueden desarrollarse profesionalmente con los conocimientos adquiridos durante sus años de estudio. Los siguientes cuadros⁵ presentan algunas carreras y sus potencialidades de desarrollo:

Cuadro # 2a: Facultad de Ingeniería y Arquitectura

Carrera	Servicios que puede prestar
Ingeniería Civil	<ul style="list-style-type: none"> • Planeamiento urbano y regional de los recursos materiales • Topografía • Constructor de edificaciones de pequeña, mediana y gran escala • Proyectos y diseños de estructuras carreteras y puentes • Asesoría técnica de empresas de investigación aplicada • Consultor empresarial.

⁵ Universidad de El Salvador, Catálogo Académico-Sobre las carreras ofrecidas por las diferentes facultades, 1998-1999.

Cuadro # 2b: Facultad de Ingeniería y Arquitectura (continuación)

Carrera	Servicios que puede prestar
Ingeniería Industrial	<ul style="list-style-type: none"> • Consultoría e investigación • Estudios de factibilidad económica • Diseño de plantas industriales • Estudios de mercado
Ingeniero Eléctrico	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño y construcción de sistemas eléctricos, electrónicos y de telecomunicaciones • Mantenimiento de sistemas eléctricos, electrónicos y telecomunicaciones • Diseño, asesoría y supervisión de instalaciones eléctricas

Cuadro # 3: Facultad de Química y Farmacia

Carrera	Servicios que puede prestar
Licenciatura en Química y Farmacia	<ul style="list-style-type: none"> • Actividades de diseño, investigación, planificación y desarrollo de productos • Control de medicamentos y funciones de inspección farmacéutica • Servicios de laboratorio de química legal y análisis toxicológicos

Cuadro # 4: Facultad de Ciencias Económicas

Carrera	Servicios que puede prestar
Licenciatura en Economía	<ul style="list-style-type: none"> • Analista económico • Asesor económico en el sector público y privado. • Investigador económico - social • Formador y evaluador de proyectos económicos y sociales
Licenciatura en Contaduría Pública	<ul style="list-style-type: none"> • Servicios de contabilidad a empresas • Asesoría Fiscal y Tributaria • Asesoría Legal • Servicio de Auditoría Fiscal
Licenciatura en Administración de Empresas	<ul style="list-style-type: none"> • Formulación y evaluación de proyectos económicos y sociales • Consultoría Empresarial • Análisis de clima organizacional en las empresas • Diseño de Sistemas de Información Gerencial • Levantamiento de Manuales Administrativos
Licenciatura en Mercadeo Internacional	<ul style="list-style-type: none"> • Estudios de Mercado • Consultoría Empresarial • Diagnósticos en el ámbito del comercio exterior • Docente o investigador académico • Asesor comercial

Cuadro # 5: Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales

Carrera	Servicios que puede prestar
Licenciatura en Ciencias Jurídicas	<ul style="list-style-type: none"> • Asesoría sobre Defensa de Derechos Humanos • Consultoría, Asesoría y Colaboración Jurídica. • Investigaciones Jurídicas • Servicios Notariales y de Registro • Asesoría de Procedimientos Constitucionales Administrativos.
Licenciatura en Relaciones Internacionales	<ul style="list-style-type: none"> • Desempeño de actividades de representación del país en foros internacionales • Desarrollo de actividades públicas y privadas en el campo de las relaciones comerciales externas • Actividades de consultoría privada sobre la situación internacional para la toma de decisiones • Administración de instituciones de carácter internacional

Cuadro # 6: Facultad de Ciencias Naturales y Matemáticas

Carrera	Servicios que puede prestar
Licenciatura en Biología	<ul style="list-style-type: none"> • Investigaciones en el campo agropecuario • Investigaciones de la salud humana, causas y prevenciones, organismos patógenos y su control. • Asesoría en la medición, evaluación y conservación de los recursos naturales • Inventarios de biodiversidad, para la conservación del patrimonio natural y cultural
Licenciatura en Matemáticas	<ul style="list-style-type: none"> • Investigación en el sistema educativo nacional • Asesoría educativa en instituciones públicas y privadas • Proyectos de investigación interdisciplinarios
Licenciatura en Estadística y Computación	<ul style="list-style-type: none"> • Asesoría para el diseño de sistemas de control estadístico de la calidad • Consultoría en la implantación de sistemas de información estadístico-informáticos • Dirección de investigaciones en universidades u otras instituciones de carácter científico.
Licenciatura en Ciencias Químicas	<ul style="list-style-type: none"> • Control y supervisión de la química de los procesos industriales • Evaluación y supervisión de química de los procesos agrícolas • Formulación y evaluación de proyectos químicos en instituciones o unidades de investigación. • Asesoría técnica en cuanto a reactividad y propiedades de compuestos químicos. • Análisis químico-instrumental para el control • Administración y control de procesos químicos de la producción
Licenciatura en Física	<ul style="list-style-type: none"> • Docencia en diferentes departamentos tecnológicos y de ciencias en universidades • Estudios de viabilidad de proyectos • Desarrollo de investigaciones, estudios y experimentos con fenómenos de la materia

Cuadro # 7: Facultad de Ciencias y Humanidades

Carrera	Servicios que puede prestar
Licenciatura en Sociología	<ul style="list-style-type: none"> • Planificación e investigación en áreas de desarrollo social • Elaboración y ejecución de proyectos • Investigaciones económicas - sociales
Licenciatura en Psicología	<ul style="list-style-type: none"> • Investigación científica en la práctica psicológica • Resolución de situaciones problemáticas y alteraciones psicológicas en cualquier campo de la Psicología
	<ul style="list-style-type: none"> • Sociedad: la familia y la comunidad • Servicio de atención psicológica en la sociedad • Asesoría para el reclutamiento y selección de personal para instituciones públicas y privadas
Licenciatura en Periodismo	<ul style="list-style-type: none"> • Asesoría en las técnicas para la lectura de noticias de radio y televisión • Diseño y diagrama de periódicos, boletines y revistas • Dirección y organización de noticieros de radio y televisión • Asesoría en la tecnología aplicable al periodismo de medios impresos, radiofónicos y audiovisuales
Licenciatura en Lenguas Modernas	<ul style="list-style-type: none"> • Servicios de traducción de documentos • Coordinación de programas de inglés • Investigaciones educativas con énfasis en la enseñanza de idiomas • Servicios de traductor personal • Enseñanza de idiomas en nivel básico, intermedio y avanzado

2. Estructura Orgánica de la Universidad de El Salvador⁶

Para el cumplimiento de sus fines, la Universidad conserva y establece las Facultades, Escuelas, Departamentos, Institutos y Centros de Extensión Universitaria que juzgue conveniente de acuerdo a las necesidades de educación y con los recursos de que disponga; según el Capítulo III, Sección Primera, Artículo 10 de la Ley Orgánica de la Universidad de El Salvador⁷.

Así mismo, el gobierno de la Universidad de El Salvador está ejercido por:

- La Asamblea General Universitaria, que es el máximo organismo normativo y elector de la Universidad.
- El Consejo Superior Universitario que es el máximo organismo en las funciones administrativas, docentes, técnicas y disciplinarias de la Universidad.

⁶ Organigrama de la Universidad de El Salvador. Anexo No. 1.

⁷ Decreto No. 597, Ley Orgánica de la Universidad de El Salvador.

- El Rector(a) es el máximo funcionario ejecutivo de la Universidad y tendrá a su cargo la representación legal de la misma y hará cumplir las resoluciones de la Asamblea General Universitaria y del Consejo Superior Universitario.
- La Facultad, está compuesta por la Junta Directiva de la Facultad, las cuales están integradas por el Decano, dos representantes del personal académico, dos representantes de los profesionales no docentes y dos representantes de los estudiantes de la respectiva facultad.
- El Decano, es el funcionario ejecutivo de la Facultad y dentro de sus facultades está representar, presidir y dirigir la Facultad, presidir las sesiones de la Junta Directiva, entre otras.

3. Misión y Visión Institucional de la Universidad de El Salvador⁸.

3.1 Misión

La Universidad de El Salvador tiene como misión su compromiso social. Como universidad pública, pertenece a la ciudadanía, está al servicio del bien común y concibe el conocimiento como un bien social.

"La Universidad de El Salvador como Institución de Educación Superior abierta a todos los sectores de la sociedad salvadoreña, pero con la prioridad de favorecer a las amplias mayorías de limitados recursos económicos, realiza sus funciones en forma democrática preparando profesionales con calidad y capacidad científico - técnica, con una sólida formación humana, y con pensamiento creativo, crítico, solidario y proactivo de acuerdo a las necesidades económicas, sociales, políticas, jurídicas, ecológicas y culturales presentes y futuras de la sociedad, con el objeto de crear, conservar y difundir ciencia y cultura para contribuir al proceso de transformación y autodeterminación, promoviendo el desarrollo social, justo y sostenido por medio de la investigación científica, la docencia y la proyección social en una dinámica permanente de cambio".

Los elementos esenciales que la Universidad promulga en su Misión como la preparación de profesionales con calidad y capacidad científico - técnica, permite incorporar el tema de emprendedurismo en cada una de sus disciplinas.

⁸ Página Web de la Universidad de El Salvador, <http://www.ues.org.sv>

3.2 Visión⁹

La visión de la Universidad de El Salvador es ser una universidad pública de presencia nacional, con capacidad de incidencia y propuesta frente a los problemas del país en el eje del desarrollo, equidad, paz y educación, con reconocimiento internacional y una sólida vinculación con la sociedad, el Estado y el sistema productivo.

La Universidad de El Salvador es una Institución de Enseñanza Superior Universitaria, de gran valor y relevancia para el país y la región centroamericana, en el campo de la Ciencia y Tecnología. Esto se aclara al hacer la siguiente reflexión:

"Es en este contexto en el cual la Universidad ha planificado su crecimiento y engrandecimiento futuro, además no se puede olvidar que toda educación parte de una imagen del futuro, muchos modelos han perdido vigencia al no dar respuestas a las nuevas demandas de la sociedad. Es el momento de pensar que la institución entra a una nueva era con recursos limitados, en donde el desafío es ofrecer educación de calidad a mayor cantidad de población, impulsando la investigación científica en todas las áreas de conocimiento tales como: Salud, Educación, Ciencia y Tecnología, Campo Jurídico, Económico, Político, Ecológico y los Derechos Humanos" que permite visualizar a futuro los campos en los cuales el emprendedurismo se vuelve esencial en la investigación y tecnología aplicada".

Al revisar sus políticas y estrategias, se encuentra que su política educativa en las cuales los avances científicos, tecnológicos y otras corrientes de la ciencia aplicada encuentran su asidero; las cuales son:

- Revisión y evaluación de las carreras que oferta para suprimir las que no son demandadas y crear las que la realidad económica y social exige.
- Revisión y readecuación sistemática de la currícula, que responda al perfil profesional que la sociedad requiere; tanto a nivel de grado como de postgrado.
- Potenciar la investigación científica.
- Incidencia en la sociedad a través de la proyección social.
- Readecuación de la currícula universitaria.
- Impulsar la investigación científica en todas las áreas a nivel nacional y regional.
- Desarrollar programas científico-técnicos de incidencia nacional y regional.

⁹ Página Web de la Universidad de El Salvador, <http://www.ues.org.sv>

4. Objetivos de la Secretaría de Relaciones Nacionales e Internacionales¹⁰.

La Universidad de El Salvador cuenta con objetivos y estrategias para la Secretaría de Relaciones Nacionales e Internacionales, las cuales permiten la gestión de recursos económicos y proyectos educativos como pueden ser de carácter científico y tecnológico, el cual sirve para el desarrollo de la UES.

Algunos Objetivos de la Secretaria de Relaciones Nacionales e Internacionales podemos mencionar:

- Coordinar mecanismos de negociación con organismos e instituciones nacionales e internacionales a fin de contribuir al desarrollo de la población estudiantil y del recurso humano universitario.
- Gestión y fortalecimiento de convenios nacionales e internacionales.
- Mantener vínculos con organismos nacionales e internacionales para la gestión de recursos económicos y proyectos educativos.
- Revisión y actualización de eventos existentes y aperturas de nuevos convenios, para fortalecer el que hacer académico científico.

5. Marco Legal de la Universidad de El Salvador

La Universidad de El Salvador, su naturaleza jurídica la define como una corporación de derecho público, creada para prestar servicios de Educación Superior, es la única universidad pública existente en el país, y su existencia esta enmarcada en la Constitución de la República de El Salvador, la cual la define de la siguiente manera:

"La Constitución de la República de El Salvador establece en su artículo 61 que la Universidad de El Salvador (UES) y las demás del Estado gozarán de autonomía en los aspectos docente, administrativo y económico".

Aparte de este precepto constitucional, la UES está regida legalmente por la Ley de Educación Superior y por la Ley Orgánica de la Universidad de El Salvador.

El artículo 22 de la Ley de Educación Superior menciona que las universidades estatales y privadas están facultadas para determinar el modo en que cumplirán sus funciones de docencia, investigación y proyección social, y la proposición de sus planes y programas de estudio, sus estatutos y reglamentos, lo

¹⁰ Documento de Presupuesto de la Universidad de El Salvador.

mismo que la selección de su personal; también están facultadas para elegir a sus autoridades administrativas, administrar su patrimonio y emitir sus instrumentos legales internos.

En concordancia plena con este marco jurídico, la Ley Orgánica de la Universidad de El Salvador, en su artículo 12, define que el Gobierno Universitario estará constituido por tres órganos: la Asamblea General Universitaria (AGU), el Consejo Superior Universitario (CSU) y la Rectoría. El gobierno de las facultades, en tanto, será ejercido por la Junta Directiva de Facultad y el Decanato correspondientes.

5.1 Del Rector o Rectora

La Rectoría es la máxima unidad de ejecutiva de la universidad y tiene a su cargo la representación legal de la institución. Ejecuta y hace cumplir las resoluciones de la Asamblea General Universitaria y del Consejo Superior Universitario. En los casos de actuación judicial y extra judicial previo acuerdo del Consejo Superior Universitario, el Rector o Rectora otorgarán el poder legal suficiente al Fiscal General de la universidad, quien podrá sustituirle conforme a las leyes.

En cuanto a la creación de nuevos organismos o institutos dentro de la Universidad, la Ley Orgánica de la Universidad de El Salvador en su Capítulo VI, artículo 78 literales e) y f) establece: Se consideran asuntos trascendentales de la Asamblea General Universitaria: e) La creación, supresión, anexión o fusión de Facultades Escuelas, Institutos u otros organismos destinados a realizar los fines de la Universidad y f) La aprobación, revisión o modificación de carreras, planes y programas de estudio.

La revisión del que hacer de la Universidad de El Salvador y sus potencialidades; así como su propia legislación permite crear iniciativas de emprendedurismo en todas sus carreras; como estrategia institucional para cumplir con la misión y visión planteada. Así mismo en sus planes de estudio está definido por cátedras electivas y optativas con sus Unidades Valorativas establecidas por cada asignatura, lo que permite involucrar el tema del emprendedurismo, ya sea como cátedra electiva o como eje sustancial del plan de estudios en cada carrera, ya que la Ley Orgánica de la Universidad de El Salvador, establece en su Artículo 6 la Libertad de Cátedra en lo académico y lo define como la exención de obstáculos para investigar, exponer y transmitir el saber científico.

B. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

1. Definición

El Estudio de Factibilidad, determina la posibilidad de realizar de forma efectiva un proyecto; los aspectos operacionales (funcionamiento), económicos, (costo/beneficio) y técnicos (posible ejecución); son partes del estudio y los resultados del estudio de factibilidad proveen datos para una decisión de iniciar el proyecto¹¹. De una forma simplificada podemos decir que el estudio de factibilidad es una investigación de factibilidad de un proyecto y consiste en descubrir cuales son los objetivos de la organización, luego determinar si el proyecto es útil para que la empresa logre sus objetivos.

2. Aspectos a Considerar en el Estudio de Factibilidad

La evaluación de un proyecto de factibilidad estará centrada especialmente en los recursos, los cuales se analizarán en aspectos: Operativos, técnicos y económicos, así como en los posibles resultados, tal como se presenta en la siguiente figura:



3. Alcance de los Estudios de Factibilidad

- Factibilidad operativa, depende de los recursos humanos que participaron en el proyecto. Aquí se identifican todas aquellas actividades que son necesarias para lograr el objetivo del proyecto.

¹¹ Glosario Virtual en términos de Administración, Universidad de San Carlos, Perú. Ciudad de Cuzco, <http://www.unmsm.edu.pe/ogp/ARCHIVOS/Glosario/inde.htm>

- Factibilidad técnica, se refiere a los recursos que son necesarios para efectuar las actividades que requiere el proyecto, haciendo una evaluación que demuestre que el proyecto puede ponerse en marcha y mantenerse, mostrando evidencias de que se ha planeado cuidadosamente, contemplado los problemas que involucra y mantenerlo en funcionamiento.
- Factibilidad económica, es el elemento más importante, ya que a través de él se solventan las carencias de otros recursos. La factibilidad económica se evalúa a través del análisis de costo-beneficio, el cual compara beneficios y costos del proyecto, si los primeros exceden a los segundos, se dispone entonces de un primer juicio que indica su viabilidad.

4. Etapas del Estudio de Factibilidad

Es importante considerar en el estudio de factibilidad las siguientes características:

- Identificación del grupo que puede ser involucrado y su área de influencia para el desarrollo del estudio.
- Selección de las personas encargadas de proveer la información al equipo encargado del estudio de factibilidad
- Sensibilización: Explicar los beneficios de la oferta, las oportunidades brindadas y el funcionamiento de la institución a crear.
- Estudio de mercado: Para que la propuesta sea viable económicamente, deben existir unos usuarios capaces de cubrir los costos y un capital que respalde la viabilidad de la propuesta.
- Identificación de los recursos a utilizar: Planta física, estructura administrativa, personal, en caso de ser viable la propuesta a partir del estudio de factibilidad
- Presentación del informe: Debe contener información comprobada especificando claramente todas las suposiciones usadas y las fuentes de datos. El principio de transparencia debe ser aplicado proporcionando una clara descripción de los procesos usados en el estudio.

El estudio de factibilidad para la creación de una institución o proyecto consta de varias etapas diseñadas para proveer información relevante y precisa que determine el potencial para el ofrecimiento del servicio en una localidad determinada, el estudio de factibilidad cuenta con un Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Financiero y Estudio de Organización que se describen a continuación:

4.1 Estudio de Mercado

El objetivo aquí es estimar las ventas; priorizar en definir el producto o servicio: ¿Qué es?, ¿Para que sirve?, ¿Cuál es su "unidad": piezas, litros, kilos, etc.?, después se debe ver cual es la demanda de este producto, a quien lo compra y cuanto se compra en la ciudad, o en el área donde está el "mercado".

Una vez determinada, se debe estudiar la oferta, es decir, la competencia ¿De donde obtiene el mercado ese producto ahora?, ¿Cuántas tiendas o talleres hay?, ¿Se importa de otros lugares?, se debe hacer una estimación de cuanto se oferta. De la oferta y demanda, definirá cuanto será lo que se oferte, y a que precio, este será el presupuesto de ventas; un presupuesto es una proyección a futuro.

4.2 Estudio Técnico

El objetivo de aquí es diseñar como se producirá aquello que se venderá, si se elige una idea es porque se sabe o se puede investigar como se hace un producto, o porque alguna actividad gusta de modo especial. En el estudio técnico se define:

- Donde ubicar la empresa, o las instalaciones del proyecto.
- Donde obtener los materiales o materia prima.
- Que máquinas y procesos usar.
- Que personal es necesario para llevar a cabo este proyecto.

4.3 Estudio Financiero

Aquí se demuestra lo importante: ¿La idea es rentable? Para saberlo se tienen tres presupuestos: ventas, inversión, gastos; que salieron de los estudios anteriores. Con esto se decidirá si el proyecto es viable, o si se necesita cambios, como por ejemplo, si se debe vender más, comprar máquinas más baratas o gastar menos. Hay que recordar que cualquier "cambio" en los presupuestos debe ser realista y alcanzable, si la ganancia no puede ser satisfactoria, ni considerando todos los cambios y opciones posibles entonces el proyecto será "no viable" y es necesario encontrar otra idea de inversión. Así, después de modificaciones y cambios, y una vez seguro de que la idea es viable, entonces, se pasará al último estudio.

4.4 Estudio de Organización

Este estudio consiste en definir como se hará la empresa, o que cambios hay que hacer si la empresa ya esta formada.

- Que régimen fiscal es el más conveniente.
- Que pasos se necesitan para dar de alta el proyecto.
- Como organizar la empresa cuando el proyecto esté en operación.

C. PROYECTOS DE INVERSIÓN

1. ¿Qué es un proyecto de inversión?

Es una propuesta de acción técnico-económica para resolver una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles, los cuales pueden ser, recursos humanos, materiales y tecnológicos entre otros. Es un documento por escrito formado por una serie de estudios que permiten al emprendedor que tiene la idea y a las instituciones que lo apoyan saber si la idea es viable, se puede realizar y dará ganancias.

Tiene como objetivos aprovechar los recursos para mejorar las condiciones de vida de una comunidad, pudiendo ser a corto, mediano o a largo plazo. Comprende desde la intención o pensamiento de ejecutar algo hasta el término o puesta en operación normal. Responde a una decisión sobre uso de recursos con algún o algunos de los objetivos, de incrementar, mantener o mejorar la producción de bienes o la prestación de servicios.

Por otro lado la labor de definición del proyecto nos permite conocer la disponibilidad de recursos para el desarrollo del mismo y por lo tanto nuestras limitaciones en ese aspecto a la vez que nos da la posibilidad de prevenir errores. La definición del proyecto no sólo ha de responder a las tres preguntas fundamentales: QUÉ, CUÁNDO y CUÁNTO sino que ha de encontrar el equilibrio entre los parámetros que estas implican: ASPECTOS TÉCNICOS, TIEMPO DE EJECUCIÓN y COSTE respectivamente. En cuanto al QUÉ (aspectos técnicos), la definición a de recoger las necesidades del cliente y determinar los requisitos del producto/servicio. El CUÁNDO (tiempo de ejecución) reflejará las principales fases del proyecto, la estimación del plazo de ejecución y el CUÁNTO (coste) recogerá el presupuesto final del proyecto que será la suma del coste, los riesgos y el margen de beneficio.

2. Principales etapas de un proyecto¹².

Las etapas son: identificación de la idea, perfil del proyecto, prefactibilidad y factibilidad; como se muestra en la figura # 2:

2.1 Idea

Una propuesta de inversión tentativa basada en la identificación y evaluación de la demanda o los recursos. No se realizan análisis de costo-beneficio, pero la propuesta debe responder a un problema o una necesidad.

¹² <http://www.oas.org/dsd/publications/Unit/oea72s/ch24.htm> (glosario de proyectos)

2.2 Perfil

Una propuesta preliminar de proyecto en la cual se estiman costos y beneficios. El perfil es la segunda etapa del análisis de proyectos, un proceso sucesivamente más detallado que va avanzando en esta forma: idea de proyecto, perfil, prefactibilidad, factibilidad, y diseño final.

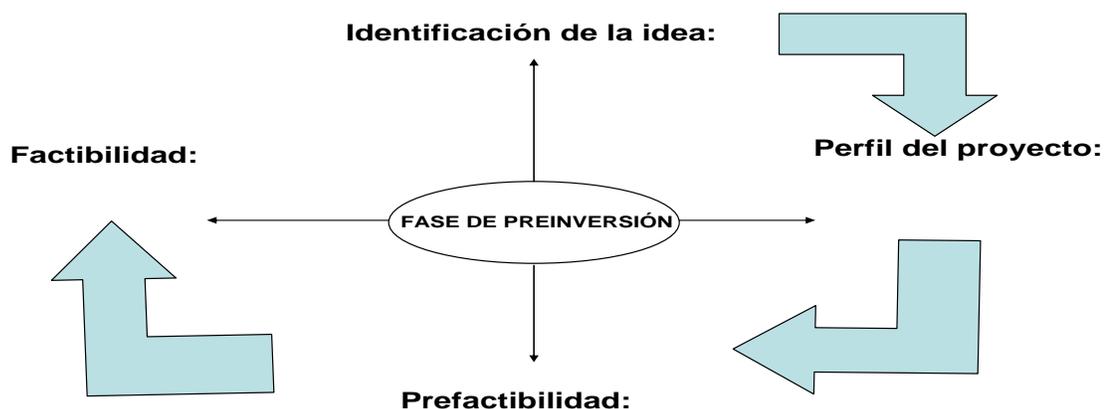
2.3 Prefactibilidad

Es una evaluación preliminar de la viabilidad técnica y económica de un proyecto propuesto, se comparan enfoques alternativos de varios elementos del proyecto y se recomiendan las alternativas más adecuadas para cada elemento a fin de efectuar análisis posteriores. También se estiman los costos de desarrollo y operaciones, y se hace una evaluación de los beneficios previstos a fin de poder calcular algunos criterios económicos preliminares.

2.4 Factibilidad

La determinación final de la viabilidad de un proyecto de inversión propuesto. En un estudio de factibilidad sólo se desarrolla la mejor alternativa identificada en un estudio de prefactibilidad, el estudio de factibilidad abarca todos los aspectos económicos, institucionales, sociales y de ingeniería de un proyecto. La necesidad de un proyecto es analizada junto con la disponibilidad de recursos, y se efectúan estimaciones refinadas de: beneficios del proyecto, costos anuales de operación y mantenimiento, parámetros económicos para la evaluación, como por ejemplo el valor actual neto y la tasa interna de retorno u otros.

Figura N° 2: ETAPAS DE UN PROYECTO DE INVERSION



3. Tipos de proyecto¹³

3.1 Proyecto de inversión privado.

Es realizado por un empresario particular para satisfacer sus objetivos. Los beneficios que espera del proyecto, son los resultados del valor de la venta de los productos (bienes o servicios), que generara el proyecto.

3.2 Proyecto de inversión pública o social.

Busca cumplir con objetivos sociales a través de metas gubernamentales o alternativas, empleadas por programas de apoyo, una de las organizaciones que promueve el desarrollo económico y social mediante la cooperación y la integración a nivel regional y sub-regional es La Comisión Económica para América Latina (CEPAL)¹⁴. Un proyecto social sigue el fin de generar un impacto en el bienestar social, generalmente en estos proyectos no se mide el retorno económico, es más importante medir la sostenibilidad futura del proyecto, es decir si los beneficiarios pueden seguir generando beneficios a la sociedad, aún cuando acabe el período de ejecución del proyecto.

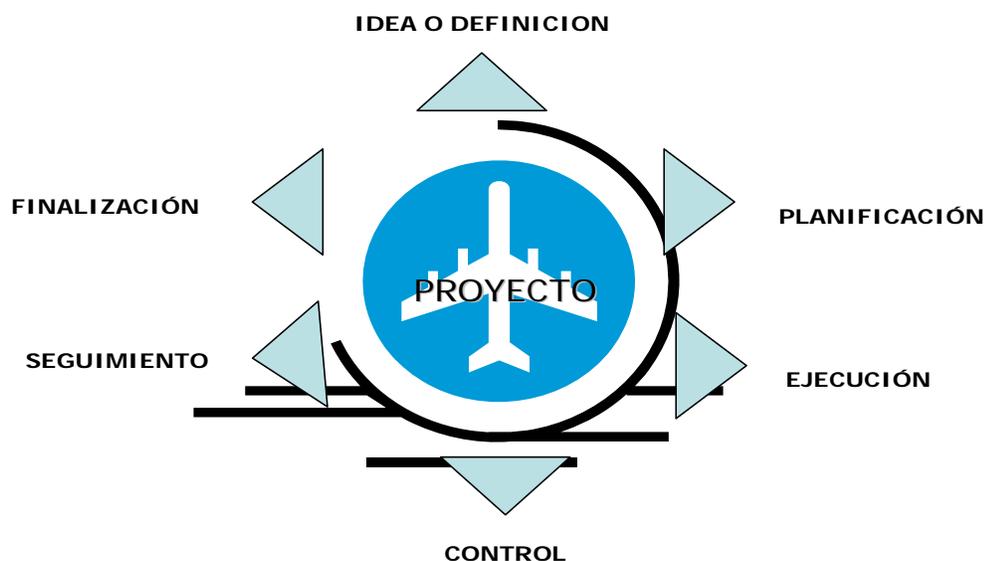
3.3 Ciclo de vida de los proyectos de inversión

El esquema presentado en figura # 3, recoge las fases de las que se compone el ciclo de vida de un proyecto: Definición, Planificación, Control, Seguimiento y Finalización. El proyecto comienza con una definición o idea que incluye la elaboración de la oferta y la especificación de requisitos, cuando se ha aprobado la oferta, se procede a la contratación y lanzamiento del proyecto, entonces se planifica y posteriormente se pasa a la ejecución que habrá que supervisar para que no se produzcan desviaciones o para replanificarlo. La última fase es la finalización.

¹³ Evaluación de Inversiones un enfoque privado y social “Carlos León” Economista Universidad Nacional de Trujillo (Perú).

¹⁴ Boletín del Secretario General de Naciones Unidas, del 7 de febrero de 2000, ST/SGB/2000/5.

Figura N° 3: Ciclo de vida de los proyectos de inversión¹⁵.



D. MARCO CONCEPTUAL Y TEÓRICO DE EMPRENDEDURISMO

Existe un amplio marco conceptual sobre emprendedurismo definido por diversos autores, quienes desde su punto de vista tratan de explicar esta teoría y sus aplicaciones. La naturaleza del desarrollo emprendedor parte del mismo concepto de emprendedurismo, existen muchos autores que lo definen de diferente manera, ejemplo de ello son los siguientes:

- Para Howard Stevenson, emprendedurismo significa "Explotar una oportunidad sin importar los recursos disponibles actuales. La clave es enfocarse en la oportunidad".
- Para Steve Spinelli el emprendedurismo se define como: "Una forma de pensar y actuar que es obsesiva en la búsqueda de oportunidades, es holística en su acercamiento y balanceada por medio del liderazgo con el propósito de crear riqueza".

1. Naturaleza del Emprendedurismo

La teoría del desarrollo emprendedor inicia desde la explicación del mismo término. La palabra "emprendedor" es francesa y traducida literalmente al inglés significa "between-taker" o "go-between", en español se traduce como "El que toma" o "El que va entre" respectivamente.

¹⁵ <http://www.monografias.com/trabajos16/proyecto-inversion/proyecto-inversion.shtml>

2. Ser un Emprendedor

Para Yvonn Gasse de la Universidad de Laval; Québec, Canadá, ser un emprendedor es organizar recursos humanos y materiales con el fin de crear, desarrollar e implantar soluciones que permitan responder a necesidades de los individuos.

Los conceptos anteriores han dado lugar a determinar cual puede ser un perfil emprendedor que facilite la selección de los mismos.

3. Perfil de un Emprendedor

El "emprendedor" es quien puede tomar una idea emprendedora y transformarla en un realidad provechosa, es decir, es el que tiene la idea y un concepto de un producto o servicio por realizar, un inversionista al que pone a disposición el capital necesario para el arranque y sostenimiento inicial del negocio, finalmente y no menos importante es la persona que se va a encargar de rendir cuentas de administrar el nuevo negocio a emprender.

La persona emprendedora es la que cultiva el espíritu emprendedor, y definir este último no es cuestión sencilla. En la actualidad el espíritu emprendedor es sinónimo de innovación, cambio, fundación de una compañía, o toma de riesgos. Algunas de estas características más comunes son las siguientes:

- Posee una personalidad idealista y astuta, preocupada por hacer dinero sin obsesionarse.
- No le interesa demasiado el poder, sino la autonomía, le gusta ponerse a prueba, enfrentar riesgos planificados.
- Le gusta demostrarse y demostrar lo que sabe, puede y vale.
- Tiene capacidad de concentración para la resolución y búsqueda de salidas exitosas a problemas.
- No tiene todo absolutamente claro, tiene miedos pero a pesar de ello sigue adelante.
- Es capaz de sacrificarse por su obra pero sin perder la cordura.
- Es ansioso y busca ofrecer un producto o servicio de calidad superior, distinto y destacado.
- Sabe que se puede equivocar pero también sabe que el fracaso no es intentarlo de nuevo.

Existen personas que cuentan con muchas de estas características y por otra parte existen personas que no cuentan con ellas, pero a pesar de ello son exitosas en las actividades que realiza.

El cuadro # 8 presenta los diferentes estilos o arquetipos que se consideran una representación o modelo de un emprendedor, definidos por Scout Kundel, quien los clasifica como: Corporativos, intra-emprendedores, innovadores y creadores¹⁶.

Cuadro # 8: Estilos o arquetipo de un emprendedor según Scout Kundel

1	CORPORATIVOS	Son aquellos capaces de observar una transformación y renovación en su organización, con el fin de mejorar las actividades ya existentes
2	INTRA EMPRENDEDORES	Son los que forman nuevas empresas o nuevas unidades de negocios dentro de una organización existente.
3	INNOVADORES	Son aquellos capaces de transformar una unidad de negocio existente en la organización mediante una estructuración de la dirección de esa unidad de negocios.
4	CREADORES	Son los que pueden crear nuevos productos, un nuevo proceso de producción o procedimientos para hacer negocios.

4. Importancia del Emprendedurismo.

Fomentar el emprendedurismo en la actualidad tiene relevancia, no solo por la contribución que aporta a una economía de un país con la creación de nuevas empresas. Según el criterio de Herbert, Robert F. Autor de Entrepreneurship, más que incrementar los ingresos de una nación; el emprendedurismo, actúa como un revitalizador económico, y es que la verdadera fuente de riqueza de una sociedad, está en el nivel de inteligencia creativa que puedan generar los ciudadanos, en valorar la capacidad emprendedora y en cultivar el espíritu emprendedor como un estilo de vida, dónde a través de él se pueden suplir necesidades de independencia y autonomía, de realización personal, de poder crear inventar y desarrollar su idea, entre otras. En esto, juega un papel importante las Universidades, sean estas estatales o privadas, ya que son quienes en primera instancia sirven como fuentes de conocimiento para los estudiantes, para formar la capacidad emprendedora; identificaron que el número de universidades y colegios que ofrece por lo menos un curso al respecto, se ha incrementado de 16 en 1970 a más de 400 en 1995, por lo menos 50 universidades norteamericanas ofrecen de cuatro o más cursos, lo que permite al estudiante especializarse en esa área. Esta misma percepción la tiene la Organización de las Naciones Unidas para Educación la Ciencia y la Cultura (UNESCO), ya que consideran importante que en la educación superior se utilice dentro de sus programas de estudios, métodos pedagógicos con la finalidad de que los estudiantes aprendan a emprender, para que en un

¹⁶ DEHTER, M. 2001. a. Cultura Emprendedora. Programa Permanente de Capacitación para Dirigentes. Pagina web: <http://www.inta.gov.ar>

futuro sean capaces de generar sus propios empleos e inclusive pueden crear entidades productivas que contribuyan a combatir al flagelo del desempleo. En este sentido, la UNESCO respalda la importancia que tiene el emprendedurismo en el desarrollo económico, ya que lo considera motor para la economía de un país.

Considerando los planteamientos anteriormente expuestos, se puede considerar que es necesario promover el espíritu emprendedor de manera que el estudiante esté dotado de las herramientas que le permitan la búsqueda permanente del conocimiento hacia el proceso de su generación.

Las universidades como instituciones de educación superior, no puede ser la excepción ante estas nuevas tendencias del emprendedurismo, por lo que se hace necesario incorporar cátedras orientadas al emprendedurismo, que permita que los estudiantes lo apliquen en sus diferentes disciplinas y tener la opción para desarrollar emprendedores en sus propias disciplinas.

E. MARCO CONCEPTUAL DE LOS AGRONEGOCIOS

1. Definición.

Agronegocios se puede definir como "el conjunto de operaciones de producción, procesamiento, almacenamiento, distribución y comercialización de insumos y de productos agropecuarios y agroforestales, incluidos los servicios de apoyo; es decir los agronegocios, tienen un enfoque de Cadena de Valor Agroproductiva que va desde la producción primaria hasta los consumidores finales".

2. Agronegocios para emprendedores.

Para entrar a cualquier negocio se necesita conocer su importancia, los mercados que demandan el producto, el establecimiento del equipo de trabajo, el sistema productivo, el plan de implementación y de financiamiento y el análisis de rentabilidad.

En una economía globalizada, los agronegocios cobran fuerte importancia, dado que la forma de hacer negocios del Sector Agropecuario ha sufrido grandes transformaciones. Ahora el negocio está en producir lo que se demanda en el mercado y no vender lo que se produce. Hoy en día, la idea de un negocio es analizada con un soporte importante de información, siendo relevante analizar los mercados, como los productos que demandan los consumidores, precios, calidad, exigencias de los mercados locales, nacionales e internacionales. Por tanto, los agronegocios tienen un enfoque de cadena de valor

agroproductiva que va desde la producción primaria hasta los consumidores finales, pasan por cuatro eslabones claves como son: aprovisionamiento de insumos y materiales de producción agrícola, transformación y/o conservación (agroindustria) comercialización y distribución de productos al mercado.

Los actores de las cadenas agro productivas deben romper con el paradigma de producción y adoptar un enfoque en el que la demanda dirija la producción. Esto será posible si se observan los cambios y las tendencias globales de los consumidores, aprovechando las ventajas de nuevos mercados y desarrollando estrategias de penetración para competir en mercados globales cada vez más exigentes.

Para mercados exigentes, se requiere una agricultura que transforme la tradicional, con cambios tecnológicos y que busque eficiencia, para llegar a una moderna de alta rentabilidad. Es necesaria una reconversión que sea compatible con la rentabilidad y la preservación de los recursos naturales. La agricultura debe estar sustentada en la gestión del conocimiento, en los procesos de innovación tecnológica, en la eficiencia y calidad del producto.

3. Los Agronegocios en El Salvador.

El Salvador necesita que sus sectores tradicionales primarios alcancen niveles de competitividad más altos y sostenibles. Los agronegocios requieren de instituciones y líderes que sean capaces de entender y manejar las funciones productivas del sector y que a la vez tengan una clara comprensión de los retos y oportunidades que la dinámica de los mercados hoy impone; los nuevos líderes del sector deben ser capaces de lograr transformaciones y cambios en las empresas, instituciones e industrias con altos niveles de productividad y valor agregado.

La capacitación y formación de profesionales, directivos, técnicos y productores campesinos es vital para iniciar y manejar las empresas agrícolas en todos los niveles de la cadena productiva, los productores deben ser capaces de responder a las oportunidades y demandas de los mercados cada vez más globalizados y orientar sus empresas para cumplir con las demandas específicas de los mercados internacionales.

En El Salvador los centros de agronegocios han realizado estudios locales que han permitido la identificación de las demandas locales por servicios especializados en el área de agronegocios, así como iniciado las actividades para la identificación de aquellas entidades que potencialmente podrían continuar con la operatividad de los centros de agronegocios, pero desde una perspectiva privada. Este proceso de transferencia, conllevará no solamente la transferencia física de los bienes físicos adquiridos, sino también

el desarrollo de las habilidades técnicas y operativas requeridas para garantizar el adecuado funcionamiento de los centros de agronegocios.

En la actualidad son diversas instituciones que ofrecen servicios de apoyo empresarial mediante iniciativas en los agronegocios, supervisados por el Ministerio de Agricultura Ganadería y se encuentran distribuidos en puntos estratégicos en los departamentos de El Salvador, que dan apoyo a las Zona occidental, central y oriental (Anexo 2).

Según el Ministerio de Economía existen un total de 2,845 productores del Sector Agropecuario a nivel nacional. El mayor porcentaje de productores agrícolas se concentra en la Región Central, la cual alcanza el 39%, seguida de las regiones oriental y occidental; como se detalla en el cuadro # 9.

Cuadro # 9: Productores Agrícolas en El Salvador¹⁷

Regiones	Productores	%
Región Occidental	622	22%
Región Central	1,101	39%
Región Paracentral	377	13%
Región Oriental	745	26%
Total	2,845	100%

Los productores agrícolas en El Salvador pueden definirse de acuerdo a las principales actividades a las que se dedican como son: a) molienda de maíz húmedo (molino para nixtamal), b) fabricación de dulces, y preparación de frutas y semillas confitadas, endulzadas o en conserva, c) preparación, empaque, refrigeración y congelación de pescado, crustáceos, moluscos y otros productos acuáticos, d) procesamiento, conservación y envase de extractos, esencias y concentrados de frutas y hortalizas, y e) fabricación de aceites y grasas comestibles de origen vegetal; entre las mas importantes.

¹⁷ Fuente: último censo de la Dirección General de Estadísticas y Censos (DIGESTYC), del año 2005, del Ministerio de Economía

CAPITULO II. “DIAGNOSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL PARA LA CREACIÓN DEL CENTRO DE EMPRENDIMIENTO EN LOS AGRONEGOCIOS EN LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR”

A. Planteamiento de la Investigación

1. Situación Problemática

El bajo crecimiento del Sector Agropecuario como principal actividad económica en las áreas rurales sumado al alto ritmo de deterioro de los recursos naturales y del medio ambiente; entrelazados de tal manera que se podría aseverar que cada uno es la causa de los demás, ha incidido fundamentalmente en la calidad de vida de la población. La agricultura frente a los demás sectores como la industria y los servicios ha venido en descenso durante las últimas dos décadas afectado principalmente por la política económica manejada por el estado y la falta de organizaciones que apoyen el desarrollo de la agricultura, en ese sentido se vuelve importante el surgimiento de entes que apoyen al sector.

Mediante el estudio de factibilidad se busca determinar la necesidad de creación del Centro de Emprendimiento en los Agronegocios en la Universidad de El Salvador a fin de cubrir los servicios de asesoría financiera y no financiera en áreas específicas que los productores agrícolas requieren y también vincular a la comunidad universitaria con la labor del centro, y de esta manera llevar a que mas estudiantes participen en un proyecto impulsado por la Universidad que signifique un beneficio para la sociedad.

2. Objetivos de la Investigación

General

Realizar un diagnóstico que determine la factibilidad de mercado para la creación del Centro de Emprendimiento en los Agronegocios en función del interés de los productores del Sector Agropecuario y la disposición de la comunidad universitaria.

Específicos

- Efectuar un análisis que conlleve a la creación del Centro estableciendo la demanda de servicios de asesoramiento agropecuario.

- Determinar la factibilidad del proyecto en la creación del Centro lo cual establecerá la situación actual y la vinculación entre la comunidad universitaria y los productores agrícolas.

3. Supuestos de la investigación

- Las necesidades de asistencia técnica de los productores determinarán la demanda de servicios de asesoramiento que requiere el Sector Agropecuario en los agronegocios.
- La factibilidad de mercado del proyecto determinará los mecanismos para generar vínculos de práctica y desarrollo de los estudiantes de la comunidad universitaria con el Centro de Emprendimiento en los Agronegocios.

B. Metodología de la Investigación

1. Método de Investigación

La investigación se realizará utilizando los procesos del Método Científico por ser sistemático y conveniente en el manejo de la información ya que en las ciencias sociales resulta adecuado. También permite hacer un estudio objetivo, concluir y recomendar alternativas de solución a la problemática planteada.

2. Fuentes de Recolección de Información

Para la investigación se utilizan dos fuentes, primarias y secundarias.

Fuentes Primarias:

Son datos de primera mano, que se obtienen a través del contacto directo, que permite contar con información precisa para el desarrollo del estudio, cuyas fuentes específicas son los productores agrícolas de la zona central, oriental y occidental del país, los estudiantes y las autoridades de la Universidad de El Salvador.

Fuentes Secundarias:

Esta es información procesada que sirve de base en la investigación como por ejemplo el último censo de la Dirección General de Estadísticas y Censos (DIGESTYC), del año 2005, dentro de estas fuentes de información relacionadas con el tema de los agronegocios también se consultaron las siguientes:

- Tesis relacionadas al tema
- Artículos de periódicos y revistas
- Directorios Agroproductivos

Tipo de Investigación

Se utilizó la investigación descriptiva ya que según lo define Sampieri: *“busca especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis”*, se hizo un estudio para tipificar la actuación de instituciones externas que brindan apoyo a los productores, así como identificar los servicios que perciben y la receptividad para que el Centro de Emprendimiento en los Agronegocios pueda proveer servicios que les permitan incrementar su competitividad. Por el lado de los estudiantes se pudo determinar la disposición de apoyar y participar en el Programa Estudiantil del Centro.

3. Técnica Utilizada en la Investigación de Campo

4.1 La Encuesta

La encuesta se utilizó para obtener la información relevante de los productores del sector agropecuario, asimismo de los estudiantes, esto permitió obtener información de elementos importantes que servirán para la construcción de una propuesta sobre los servicios que debe prestar el Centro de Emprendimiento en los Agronegocios y las estrategias que deberá seguir para formular el Programa Estudiantil. Ver anexos 6 y 7.

4.2 Entrevista

La entrevista fue dirigida a las autoridades de la Universidad de El Salvador, con el objeto de recopilar información de los pasos a seguir para legalizar el Centro de Emprendimiento y su normal funcionamiento dentro de la Universidad.

4. Instrumento para la Recolección de información

5.1 El Cuestionario

Este instrumento se utilizó para la realización de la encuesta permitió recolectar las impresiones y opiniones de cada uno de los sujetos de investigación, dicha información pudo ser sistematizada y codificada gracias al diseño de dicho instrumento, el cual consiste en una serie de preguntas cerradas y que permite obtener la información relevante para la investigación.

5. Determinación del Universo y la Muestra

6.1 Determinación del Universo

Por el tipo de investigación es necesario dividir el universo en dos partes, con la finalidad de obtener la información necesaria para la comprobación de los supuestos, éste se define como:

- Productores del Sector Agropecuario a nivel nacional
- Estudiantes de la Universidad de El Salvador

También existen autoridades de la Universidad de El Salvador que están relacionadas con información importante para el desarrollo del estudio de factibilidad, como son: el Vice Rector Administrativo, la Representante de la Facultad de Ciencias Económicas en la Fiscalía, y el Coordinador de Proyectos de la Facultad de Ciencias Económicas.

6.2 Determinación de la Muestra

6.2.1 Muestra para los Productores del Sector Agrícola

En el desarrollo de la investigación se ha considerado el universo de los productores que se dedican a los agronegocios a nivel nacional, que ascienden a la cantidad de 2,845¹⁸.

El método de muestreo utilizado para calcular la muestra, toma los productores que se dedican a los agronegocios a nivel nacional, dicho método es el aleatorio simple. Ya que todos los elementos de la población tienen la misma probabilidad de pertenecer a la muestra.

La fórmula utilizada para la aplicación de las encuestas es la correspondiente a las poblaciones finitas, ya que la población es menor a 10,000 unidades muestrales.

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

Para la determinación de la muestra, se consideró un nivel de confianza del 95% y un error del 5%, para la determinación de los parámetros de la probabilidad de éxito y fracaso se hizo una prueba piloto en donde se preguntó a 10 productores agrícolas sobre el nivel de aceptación que tendría la creación de un Centro de Emprendimiento en Agronegocios en la Universidad de El Salvador; donde se obtuvo una probabilidad de éxito (P) 95% y una probabilidad de fracaso (Q) del 5%.

En donde:

N = Es el tamaño del universo

n = Es el tamaño de la muestra

e = El máximo de error permitido

¹⁸ Censo de la Dirección General de Estadísticas y Censos (DIGESTYC) año 2005.

P = La probabilidad de éxito

Q = La probabilidad de rechazo

Z = El nivel de confianza

Aplicación de la Fórmula

n	?
N	2,845
e	0.05
P	0.95
Q	0.05
z	0.95 = 1.96

Para determinar $Z=1.96$, se realizaron cálculos estadísticos. Confianza: $1 - \alpha = 0.95$, dado que $\alpha/2 = 0.05/2 = 0.025$ en ambos extremos de la Curva Normal, por tanto la media es igual a 0.50. Por tanto $0.50 - 0.025 = 0.4750$ Este dato en la tabla de áreas bajo la Curva Normal representa 1.96 que significa la cantidad de Desviación Estándar en que un valor particular se aleja de la media.

Encontrando la muestra (n):

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.95)(0.05) (2,845)}{(0.05)^2 (2,845-1) + (1.96)^2 (0.95) (0.05)}$$

n ≈ 72 Productores

Se tomó una muestra de 72 productores del Sector Productivo Agrícola de diferentes zonas del país.

6.2.2 Muestra para Estudiantes de la Universidad de El Salvador

Para la determinación del universo de los estudiantes de la Universidad de El Salvador, se tomó en cuenta como parte del estudio la población estudiantil de aquellas facultades que estarán más ligadas a las actividades del Centro de Emprendimiento en Agronegocios y que pertenecen al campus central de la Alma Mater. El universo total de investigación es de 26,385 estudiantes¹⁹.

¹⁹ <http://www.academica.ues,sv/estadisticas/poblacionestudiantil.php?npag=1&anio=2008>.

Para la determinación de la muestra, se consideró un nivel de confianza del 95% y un error del 8%, para la determinación de los parámetros de la probabilidad de éxito y fracaso se hizo una prueba piloto en donde se preguntó a 12 estudiantes sobre su disposición de participar en el Programa Estudiantil del Centro de Emprendimiento en los Agronegocios, en donde se obtuvo una probabilidad de éxito (P) del 82% y una probabilidad del fracaso (Q) del 18%. La fórmula que se aplicó para determinar la muestra fue la de poblaciones infinitas, ya que las unidades muestrales exceden las 10,000, dicha formula tiene la siguiente notación:

$$n = \frac{Z^2 PQ}{e^2}$$

En donde:

P = La probabilidad de éxito

n = Es el tamaño de la muestra

Z = El nivel de confianza

e = El máximo de error permitido

Q = La probabilidad de rechazo

Aplicación de la fórmula

e = 0.08

Q = 0.18

P = 0.82

Z = 1.96

n = ?

Encontrando la muestra (n):

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.82)(0.18)}{(0.08)^2}$$

$$n = \frac{0.56702016}{0.0064} = n \approx 88 \text{ Estudiantes}$$

Para la determinación del número de encuestas a realizar por cada una de las facultades, se estableció un peso relativo para cada una de ellas en función de su población estudiantil, sin embargo, dado que algunas de ellas que tenían menos número de encuestas pero que están más vinculadas con el Centro de Emprendimiento en los Agronegocios, se decidió ajustar dicho factor mediante una proporción subjetiva y que parte de la apreciación personal de aquellas facultades que están más ligadas a la actividad de los agronegocios, dicha distribución se detalla en anexo # 3.

6. Tabulación y Análisis de Datos

Está se realizó utilizando el Programa para el Diseño y Análisis de Encuestas (DYANE)²⁰, que es una herramienta que facilita el proceso de presentar información adecuada para su análisis y también se auxilió del software Microsoft Excel, lo que permite mostrar los datos por medio de cuadros y gráficos, que ayudan tener una mejor perspectiva y dar un mejor análisis de los datos que se han obtenido, la aplicación al respecto puede verse en anexos 4 y 5.

C. ANALISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

1. Iniciativa para la Creación del Centro de Emprendimiento en Agronegocios

El Programa de Fortalecimiento de la Competitividad de los Agronegocios (PFCA) del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), ejecutado por la empresa Agriculture Development Internacional, Inc. (ADI) con respaldo técnico de la Universidad de Texas A&M, empezó su segunda fase el 30 de enero de 2006; dentro de sus principales objetivos está el establecimiento de un Centro de Emprendimiento de los Agronegocios, lo cual tiene la misión de facilitar la inversión en los agronegocios vinculando las actividades del Centro con fuentes de crédito, y trabajando con emprendedores en planes de negocios²¹.

El PFCA surgió con el objetivo de vincular al sector agropecuario con universidades y centros técnicos locales, para que estas puedan resolver problemas técnicos del sector; por esta razón se propuso que este centro se ubique en la Universidad de El Salvador, para complementar los esfuerzos de investigación, servicios de análisis y capacitación técnica ofrecida por la universidad, y apoyar al sector privado agropecuario.

²⁰ Santesmases Mestre, Miguel (2001) *“Diseño y Análisis de Encuesta en Investigación Social y de Mercados”* (Software y Manual), Editorial Pirámide, España.

²¹ Documento de Propuesta para el establecimiento del Centro de Emprendimiento en los agronegocios.

1.1 Marco de Apoyo al Centro de Emprendimiento en la Universidad de El Salvador

La Asamblea General Universitaria (AGU) proyectó para el año 2008, 111 millones de dólares del Fondo General. Sin embargo, el gobierno aprobó únicamente 58 millones, lo cual muestra una brecha bastante grande. Costa Rica es el país que más invierte en educación superior; un 6 % con relación al presupuesto general del país. Le siguen Panamá y Nicaragua con un 5% respectivamente. El Salvador se sitúa en el último lugar con un 1.67%²²

Las autoridades universitarias han expresado su intención de descentralizar la universidad y crear nuevos centros regionales, como ejes estratégicos del desarrollo y para dar respuesta a la demanda estudiantil que la UES tiene anualmente. Entre los primeros departamentos que podrían contar con una sede regional de la Universidad de El Salvador (UES) están: Ahuachapán, Chalatenango, La Unión, Sonsonate y Morazán. Sin embargo, las autoridades universitarias esperan que las iniciativas surjan de la población, como el caso de Ahuachapán, donde se espera funcione la próxima Facultad Multidisciplinaria de la UES, a mediano plazo.

Algunas iniciativas originadas en la Universidad de El Salvador que están relacionadas con las actividades del sector agropecuario son por ejemplo:

Agromercado: organizado por el Departamento de Desarrollo Rural de la Facultad de Ciencias Agronómicas donde se comercializan productos frescos a bajo costo.

Ferias: por segundo año consecutivo en el país se realizó una exposición del sector agrícola, (AGROEXPO) en las instalaciones del Centro Internacional de Ferias y Convenciones. Entre los 270 expositores participó la Facultad de Agronomía de la UES, que además de formar a la mayoría de profesionales nacionales destacados en ingeniería agronómica, también presta servicios profesionales externos a las empresas agrícolas. Lo que se pretende es que en medio de un “repunte tímido” de la agricultura en El Salvador, lo importante sea ir creando productos creativos como un resultado del surgimiento de más emprendedores.

Las ferias son el lugar idóneo para que CEMPREAGRO conozca las últimas tendencias en materia de promoción y marketing y de las últimas novedades en materia de equipos, envases, presentaciones y

²² El Universitario, Edición Especial, diciembre de 2007.

tecnologías. Además, y esto es sumamente importante, sirven para enterarse de lo que está haciendo la competencia, establecer contactos comerciales e interactuar con clientes y consumidores. A continuación se presenta un listado de los objetivos que se pueden buscar al participar en una feria:

- Encontrar nuevos clientes
- Identificar agentes o distribuidores
- Penetrar/conocer un nuevo mercado
- Introducir/validar un nuevo producto
- Fortalecer la lealtad de los clientes/visualizar la empresa
- Promocionar los productos
- Posicionar o reposicionar una marca de la empresa
- Hacer inteligencia de mercados y vigilancia tecnológica
- Aumentar las ventas

Campos experimentales: la carrera de Ciencias Agronómicas de la Facultad Multidisciplinaria Paracentral cuenta con un campo experimental para prácticas agrícolas en San Luís Talpa Departamento de La Paz, enfocado al área agrícola forestal y pecuaria respectivamente²³. Una de las ventajas que brindan los centros experimentales es la oportunidad para los alumnos de llevar a la práctica la teoría, al mismo tiempo, permite que los estudiantes pongan en práctica sus conocimientos antes de poder participar en la prestación de servicios lo cual es de mucho beneficio para el Centro de Emprendimiento porque se tiene la posibilidad de tener estudiantes en los programas que se incorporarían con una experiencia previa.

1.2 Aspectos legales a seguir en el proceso de legalización del Centro de Emprendimiento en Agronegocios

En relación a los aspectos legales, actualmente no se tiene un documento que ampare la legalización del Centro, para el diagnóstico se realizó la investigación con colaboración de la representación de la Facultad de Ciencias Económicas en la Fiscalía de la Universidad de El Salvador a quien se planteo sobre el estudio de factibilidad correspondiente a la creación del Centro de Emprendimiento en Agronegocios. En diferentes entrevistas se recopiló información sobre los pasos a seguir para la legalización de una unidad en la Universidad, dentro de lo cual se contemplan las disposiciones preliminares de la Ley Orgánica de la

²³ El Universitario, abril 2008.

Universidad de El Salvador en el artículo 1, definen el objeto de la misma el cual es establecer los principios y fines generales en que se basara la organización en funcionamiento de la Universidad.

Para efectos de la normativa relacionada a la instalación del Centro de Agronegocios; se puede encontrar que en el artículo 33 de la Ley Orgánica de la Universidad de El Salvador, se señalan las atribuciones y deberes del Decano de la Facultad de Ciencias Económicas, específicamente el literal d), establece que este debe “adoptar dentro de sus funciones ejecutivas, todas las medidas que sean necesarias para asegurar la buena marcha de la Facultad y la debida coordinación entre sus dependencias”. Por lo cual, el Decano como autoridad, es el ente inicial que debe brindar el apoyo hacia el proyecto, así como proponer su instalación a la Junta Directiva.

Dentro de las atribuciones y deberes de las Juntas Directivas; el Artículo 32, literal d), señala que esta debe “proponer al Consejo Universitario la creación, supresión, anexión o fusión de escuela, institutos u otros organismos dependientes de la Facultad a fin de que sean aprobados”

La instalación del Centro de Emprendimiento de Agronegocios previamente aprobado por el Consejo Superior, debe ser sometida a la aprobación de la Asamblea General Universitaria según el artículo 22, literal f). Toda organización debe poseer un Reglamento Interno, que regirá las actividades administrativas dentro del mismo; el Centro de Emprendimiento no es la excepción, por lo tanto este debe estar sujeto a las disposiciones contempladas en el artículo 19, literal c), es decir que dicho reglamento debe ser aprobado por la Asamblea General Universitaria.

2. Diagnóstico de la Situación Actual de los Productores del Sector Agropecuario relacionada al quehacer del Centro de Emprendimiento en los Agronegocios

La situación actual del Sector Agropecuario tiene incidencia en el estudio sobre la factibilidad del centro y se refleja en la disposición de los productores para acceder a los servicios que preste, en este contexto y precisamente para determinar en que medida puede ser aceptado el proyecto del Centro, se vierte el análisis que se detalla a continuación, el cual se encuentra de manera completa en el anexo # 4.

2.1 Generalidades del Sector Productivo Agrícola

- Zona Geográfica:

Para la determinación de la zona geográfica de la actividad productiva, se tomó en cuenta que el Centro de Emprendimiento en los Agronegocios estaría operando en sus inicios desde el campus central de la Universidad de El Salvador, por tanto se dio énfasis al estudio de la Zona Central, que representó un 77% del total de encuestas realizadas, siendo un 15% las empresas productivas agrícolas de la Zona Oriental y un 8% de la Zona Occidental.

- Tamaño y Tiempo de Operación de las Empresas Agrícolas

El 35% de las empresas productivas agrícolas manifestaron que han dinamizado su actividad de negocio entre 1 y 5 años, mientras que el 22% dijo que ha operado su negocio entre 5 y 10 años, siendo el 42% de las empresas encuestadas las que manifiestan tener un período superior a los 10 años, esto evidencia que las empresas del sector agrícola en un 99% tienen más de 1 año de estar desarrollando su actividad de negocio, lo que pone de manifiesto que se ha ganado ya experiencia en la gestión del mismo, el 1% de las empresas que tienen menos de una año de operar pone frente al caso de nuevos emprendimientos y de acuerdo a la investigación realizada, no ha surgido una cantidad significativa de nuevas empresas en el sector agropecuario.

Respecto al tamaño de las empresas productoras agrícolas encuestadas, el 52.8% son micro empresas, mientras que el 22.2% son Pequeñas Empresas y en igual proporción para las Medianas Empresas. La información antes mencionada revela la importancia que las micro y pequeñas empresas proveen al sector agropecuario, ya que han representado en este estudio más de el 70% de las empresas, dicha información no contrasta con el informe emitido por la Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social (FUSADES), en donde el porcentaje de MYPE's es del 84%, dicha variación se debe principalmente al instrumento de investigación aplicado, en donde el empresario encuestado fue quien mencionó el tamaño de su empresa y no se definió bajo parámetros como el número de empleados, que son los que utilizó FUSADES para su investigación²⁴.

²⁴ Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social, FUSADES "Informe de Desarrollo Económico y Social 2005: Hacia una MIPYME más competitiva/Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social, FUSADES". – San Salvador, El Salvador. : FUSADES 2006.

- **Etapas de la Producción en la Actividad Agrícola**

La principal etapa de la producción agrícola desarrollada por las empresas agroproductivas encuestadas es el cultivo y/o siembra con 56%, mientras que el 36% afirmó dedicarse al procesamiento, siendo el 3% que dijo participar principalmente en el manejo post-cosecha y un 1% que afirmó que la única actividad que se desarrolla en la empresa es la comercialización. Esta distribución permite el tener claros elementos que pueden retomarse para ser incorporados en los servicios que prestaría el Centro de Emprendimiento en los Agronegocios, ya que algunos tipos de servicios son exclusivos de algunas etapas en la producción agrícola como por ejemplo, las Buenas Prácticas Agrícolas serán más beneficiosas para los que se dedican al cultivo o a la siembra y las Buenas Prácticas de Manufactura por otro lado, será de interés para los empresarios que se dedican al procesamiento.

- **Cobertura de Mercado**

Más del 70% de las empresas encuestadas, afirma que vende sus productos en el mercado local, lo que de alguna forma significa un ahorro en actividades relacionadas con la logística y distribución pero muchas veces es sinónimo de precios o relaciones contractuales con compradores poco competitivas para los empresarios, el otro 25% de empresarios dijo que vende sus productos en el mercado nacional, y solamente el 1% de las empresas que participaron en la investigación han logrado colocar sus productos más allá de las fronteras.

2.2 Generalidades sobre la actividad económica desarrollada en el Sector Agropecuario

Con base a los resultados, se identificó que la actividad de producción ha sido una de las principales actividades desarrolladas por las empresas encuestadas con un 62%, dejando en segundo lugar el procesamiento con un 31% y la comercialización (6%) de productos agrícolas (entendiéndose como la actividad principal ya que también se dedican a la producción o procesamiento). Ver pregunta # 6 del anexo # 4.

Al analizar los productores, un 48.9% dijo que se dedica a la siembra de árboles frutales, un 20% dijo que se dedicaban a otras actividades productivas entre las que mencionaron la producción de café, granos básicos, caña de azúcar, cultivo de peces, entre otros. El 4% se dedica a la producción de cárnicos y forestales, mientras que el 4.4% dijo que producía pescados y mariscos, más del 13% se dedica a la producción de hortalizas y verduras, y un 8.9% dijo que trabaja en la producción de lácteos. Ver pregunta # 7 del anexo # 4. La actividad frutal se ha visto favorecida en los últimos años y su desarrollo ha sido impulsado gracias al programa FRUTALES que actualmente se ejecuta por el Ministerio de Agricultura y

Ganadería (MAG) y el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), que dentro de los productos frutales que se han impulsado destaca el “aguacate” de la variedad Hass.

Los que se dedican a actividades de procesamiento, principalmente trabajan con frutas como insumo principal (81.9%), mientras que el procesamiento de lácteos ha significado un 9.1% de las empresas procesadoras, siendo el 9% restante aquellas empresas que se dedican al procesamiento de Cárnicos, Pescados y Mariscos. Ver pregunta # 8 del anexo # 4.

2.3 Percepción de la Competitividad de los Productos por parte de los Empresarios

La percepción de la competitividad de los productos permite saber por parte de los empresarios la percepción que ellos tienen sobre los mismos en función de factores que puedan afectar como lo es el nicho de mercado que atienden, la aceptación de los clientes y como se ve el producto comparado al de la competencia. El 70% de los productores evaluó su productor como “bastante competitivos”, mientras que el 18% dijo que son “muy competitivos”, mientras que el 1% dijo que eran “poco competitivos” pero lo vincularon con variables como el precio, ya que al adquirir los insumos a costos altos, se ven obligados a incrementar el costo de sus bienes en el mercado. Ver pregunta # 10 del anexo # 4.

- Factores que permiten incrementar la competitividad

Dentro de los factores que permiten incrementar la competitividad del producto, el 25% de los empresarios coincidió que un factor importante es el desarrollo del Mercado y en igual proporción también se mencionó el hecho de “Desarrollar Nuevos Productos”, dicha acción lleva consigo mucho trabajo de investigación muchas veces y podrían ser algunas de las actividades en las que apoyaría el Centro de Emprendimiento en los Agronegocios, por otro lado, también se mencionó a la mejora de productos existentes como un factor de gran importancia para hacer los productos más competitivos y es la mejora en los procesos de producción (23.9%) y la innovación en los productos ya existentes (16.9%), dentro de “Otras” acciones (7%) para incrementar los productos se mencionó también el acceso a insumos con precios mas bajos. Ver pregunta # 11 del anexo # 4.

2.4 Apoyo de Instituciones Públicas y Privadas al Sector Agropecuario

Al respecto del apoyo al Sector Agropecuario las empresas que afirmaron percibir apoyo de instituciones externas, ya sean públicas o privadas, fueron el 71.8%, de las cuales el 25.5% afirmó que les apoyaron instituciones financieras, mientras que un 41% dijo que recibió apoyo de “Otras” instituciones, entre las que se pueden mencionar el Programa de Reconstrucción y Modernización Rural (PREMODER), del Programa FRUTALES del MAG e IICA, CLUSA (Cooperative League of the United States of América), El Programa de los Estados Unidos para el Desarrollo (ADI), La Fundación Salvadoreña para la Salud y el Desarrollo Humano (FUSAL), entre otras. Un 3.9% mencionó percibir apoyo de los Centros de

Agronegocios y el 29% restante dijo que percibió el apoyo del MAG y el CENTA. A continuación se describe el análisis respecto a tipo de apoyo y grado de satisfacción recibido. Ver preguntas # 12 y 13 del anexo # 4.

- Tipo de Apoyo recibido de Instituciones Externas

Dentro del tipo de apoyo que han recibido las empresas del sector agropecuario se encuentra la Asistencia Técnica en Producción Agrícola con un 31.4%, mientras que el 27.5% recibió apoyo financiero y el 19.6% manifestó que recibió acciones de formación y otro 7.8% dijo haber recibido donación insumos. Ver pregunta # 14 del anexo # 4.

- Grado de Satisfacción por los Servicios Recibidos

El grado de satisfacción permite conocer la percepción general que el receptor del servicio tiene por parte de la institución que le apoyo, en ese sentido el 70.6% dijo estar muy satisfecho del servicio recibido, mientras que el 21% dijo que el apoyo que le brindaron fue poco satisfactorio, a futuro se podría trabajar un diagnóstico con productores en la que se pueda conocer lo que motivó tal insatisfacción e identificar al mismo la posibilidad de desarrollar servicios que el Centro de Emprendimiento en los Agronegocios podría suplir brindando un mejor servicio. Ver pregunta # 15 del anexo # 4.

2.5 Aceptación del Centro de Emprendimiento en los Agronegocios entre los empresarios del Sector Productivo Agrícola

Para determinar la aceptación del Centro de Emprendimiento en los Agronegocios se partió de conocer por parte de los empresarios del sector agrícola sobre la disposición de acceder a los servicios que éste preste, en ese sentido, el 87.3% de los encuestados dijo estar "Muy Dispuesto" en percibir servicios a través del Centro de Emprendimiento que permitan incrementar la competitividad de la empresa, mientras que el 11% dijo estar "Totalmente dispuesto", quedando un 1% que mencionó estar "Poco Dispuesto", en otras palabras, casi el 99% de las empresas productoras agrícolas que fueron encuestadas son potenciales clientes de la iniciativa que impulsa la Universidad y muchos productores manifestaron durante la encuesta que es necesario que la academia se integre con las actividades productivas, ya que en la casa de estudio se tiene conocimientos y laboratorios que ellos necesitan para ser más competitivos, de esto se puede decir que el Centro de Emprendimiento goza de aceptación dentro del Sector Productivo Agrícola y de una vez afirma la necesidad de implementarlo para ayudar a este sector que mucho incide en la economía del país.

- De los Servicios que los Agroproductores Consideran más Importantes

La identificación de los servicios hacia aquellas áreas funcionales que los empresarios consideran importantes, permite hacer un sondeo sobre la realidad actual que vive el empresario y lo que a su juicio,

se debe prestar atención en un primer momento de intervención por parte de una organización externa que les apoyo, en ese sentido, ha sido el "Mercadeo" (67.6%) de productos el que fue valorado como un área de mucha importancia para los empresarios, aunque muchos de ellos sencillamente afirmaban que todas las áreas funcionales tienen gran importancia y que debe dársele atención a todas en conjunto, pero de alguna forma, cuando el productor da una importancia relativa a un área en específica, permite determinar aquella que necesitará especial apoyo en un primer momento de funcionamiento del Centro de Emprendimiento en los Agronegocios y en segundo plano los productores opinaron que el procesamiento también es muy importante (64.8%), ya que es una actividad que impacta fuertemente en la calidad y competitividad de un agronegocio, dentro de los componentes se pueden mencionar las Buenas Prácticas de Manufactura, Normativa para el aseguramiento de la inocuidad alimentaria como las normas HACCP²⁵, entre otras. Ver pregunta # 17 del anexo # 4.

2.6 Aplicación del Análisis FODA al Sector Productivo Agrícola

Los elementos que se extraen del FODA para el diagnóstico se limitan a la información que fue generada por los instrumentos que se utilizaron para obtener la información; pero también se reconoce que existen más elementos que están afectando en la competitividad de los productores agrícolas salvadoreños, muchos de ellos tienen que enfrentarse al alto costo de insumos para la producción, a la monopolización de la semilla para sus cultivos (muy ligado a los transgénicos), falta de técnicas adecuadas para la producción agrícola, falta de articulación e integración productiva, deficiente acceso a los mercados, intermediarios que muchas veces logran mejores ganancias que los mismos productores, entre otros. Sin embargo, los elementos que se retoman, permiten tener un panorama general para determinar la demanda y tipos de servicios que el Centro de Emprendimiento en los Agronegocios puede ofrecer desde la Universidad de El Salvador.

²⁵ Hazard Analysis and Critical Control Points (Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control).

Cuadro # 20: Aplicación del FODA a las Empresas del Sector Agrícola

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> - La mayoría de las empresas encuestadas ha recibido apoyo externo del sector público o privado - Se poseen productos competitivos - La mayoría de las empresas encuestadas tiene más de una año de operación. 	<ul style="list-style-type: none"> - Falta de seguridad alimentaria - Vincularse con la Universidad de El Salvador - Incrementar la competitividad - Fondos del Milenio para productores del norte del país
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> - Poca expansión del mercado. - La mayoría de empresas no agregan valor al producto mediante el procesamiento. - Deficiente apoyo financiero 	<ul style="list-style-type: none"> - Incremento en el precio de los insumos - Acceso limitado a financiamiento - Sustitución de producción local por importaciones

Fortalezas de las Empresas Productivas Agrícolas**- La mayoría de las empresas encuestadas ha recibido apoyo externo del sector público o privado**

El 72% de las empresas productoras agrícolas encuestadas manifestó haber recibido apoyo de instituciones externas, dicha fortaleza radica en la apertura que han tenido las empresas para ser apoyadas aunque muchas veces en la misma necesidad que les ha obligado a buscar el apoyo, muchas veces en el sector financiero con la finalidad de obtener recursos necesarios para continuar con las operaciones diarias del negocio o para la implementación de proyectos de expansión o la integración en hacia delante principalmente en la producción agrícola, por ejemplo, los productores de frutas que ahora se dedican al procesamiento de las mismas.

- Productos competitivos

Con base a la percepción de los empresarios, el 88% afirmó tener productos competitivos; y los parámetros que se toman en cuenta según muchos productores comentaron es la forma en que perciben sus productos en función del de la competencia o lo que sus clientes hablan sobre sus productos, sin embargo, consideran también que los productos pueden mejorarse, lo que se retoma cuando se habla de las oportunidades para los productores.

- La mayoría de las empresas encuestadas tiene más de una año de operación.

El tiempo que una empresa tiene de haber estado en el mercado es muchas veces determinante cuando se habla de permanecer competitivamente en el mismo, muchas veces y debido a la naturaleza en la que se compete en el mercado, las empresas emergentes tienen altas probabilidades de desaparecer en sus primeros años; y a más años de permanencia en el mercado, existe menos posibilidades de un cese definitivo del negocio.

Debilidades de las Empresas Productivas Agrícolas

- Poca expansión del mercado

Falta de acceso a mercados de exportación, ya que la mayoría (70%) dijo vender sus productos en el mercado local, aunque esta situación pueda resultar beneficiosa en el sentido de invertir menos en actividades de logística para la distribución de productos, muchas veces limita a los productores a precios poco competitivos o la saturación del mercado local.

- La mayoría de empresas no agregan valor al producto mediante el procesamiento.

Solo un 30% de las empresas agroproductivas encuestadas se dedican al procesamiento, las restantes y en su mayoría se dedican al cultivo o la producción, vendiendo sus productos tal cual son cosechados muchas veces, según la experiencia de algunos expertos que han apoyado el desarrollo de empresas en regiones mediante enfoques como el de "Integración y Articulación Productiva"²⁶, se dieron cuenta que uno de los factores que impiden el crecimiento de los conglomerados empresariales (ya sean agrupados por regiones o actividades económicas) es el hecho vender "commodities" en el mercado, esto impide que puedan alcanzar una relación competitiva en el mercado si se produjera bienes de "valor agregado"; pero para alcanzar esto se necesita de gran intervención por parte instituciones externas de apoyo y principalmente el apoyo de las Universidades para lograr dar el "salto" de vender un "commodity" a un producto de "valor agregado"; este escenario se puede ver ejemplificado en la venta del café nacional, se vende a precios poco competitivos en el mercado y curiosamente, existen productos del café con marcas específicas que son vendidos en el mercado nacional cuyos precios están muy por encima del costo de la materia prima que se utilizó para producirlo.

²⁶ López Cerdán Ripoll, Carlos (2003) "Redes Empresariales, Experiencias en la Región Andina" CEPAL.

- Deficiente apoyo financiero

Dentro de las preguntas relativas a la satisfacción de los servicios externos recibidos, el 80% dijo que el apoyo financiero fue "poco satisfactorio", este factor aunque pueda ser considerado una "amenaza" desde el punto de vista del análisis FODA, se puede convertir en una "debilidad" cuando esta insatisfacción viene dada por el mal manejo financiero del empresario, el cual puede haberle hecho caer en mora, incrementando los gastos financieros y hasta imposibilitando el pago efectivo de la deuda, lo que genera inconformidad por el servicio recibido y hasta fricciones con la institución financiera.

Oportunidades de las Empresas Productivas Agrícolas

- Falta de seguridad alimentaria.

Lejos de verse la falta de seguridad alimentaria como una amenaza para el sector productivo agrícola, este se convierte en una oportunidad, este representa una oportunidad, ya que el sector agrícola ha decaído en los últimos años y esta situación ha sido similar en otros países alrededor del mundo²⁷. Ya que en el país se prestó interés en desarrollar actividades de comercio y servicio y se dejó de lado la producción agrícola, ya que se pensó en un inicio que con los Tratados de Libre Comercio (TLC)²⁸ permitirían comprar granos básicos principales como el arroz, la soya y el maíz a precios bastante competitivos y que se podría disminuir la producción nacional sin ninguna consecuencia más que el beneficio para la población. Por ejemplo, los productores de arroz del Distrito de Riego de Atiocoyo Norte, tuvieron que bajar a la mitad la producción de arroz por la disminución en las ventas, ya que el quintal de arroz estadounidense se cotizaba, puesto en el país, en un promedio de cinco dólares y los productores nacionales tienen precios que rondan entre quince y veinte dólares; y los que lograron permanecer en el mercado fue gracias a convenios firmados con molinos procesadores de granos, en la que se obligó a que el 20% del arroz utilizado en la producción fuera de origen nacional. Recientemente con la escasez de granos básicos en Estados Unidos, el arroz ha alcanzado precios record de cuarenta dólares por quintal de arroz, esto frente a los productores de Atiocoyo Norte la oportunidad de retomar nuevamente el cultivo de arroz y la posibilidad de agregar valor al producto al mismo tiempo, ya que desde la universidad se está

²⁷ Banco Interamericano de Desarrollo, BID (2007), "Cambio Estructural, Políticas Macroeconómicas y Pobreza en El Salvador". Sitio de Internet: http://grupobid.org/sds/pov/publication/gen_18_328_s.htm

²⁸ Dalton, Juan José (2008), "El Salvador: Los estragos del TLC". Sitio de Internet: <http://www.proceso.com.mx/noticia.html?nid=44340&cat=3>

trabajando en un proyecto para implementar en un futuro un “Beneficiado de Arroz²⁹”, sin duda, la crisis alimentaria puede ser retomada como oportunidad para el sector agrícola del país.

- Vincularse con la Universidad de El Salvador

Los productores agrícolas podrán acceder al Centro de Emprendimiento en los Agronegocios como ventana que permita la Investigación, Innovación y Transferencia de Tecnologías entre la Universidad y sus empresas.

- Incrementar la Competitividad

Mejora de las condiciones actuales de las empresas que les permitan incrementar la competitividad en los productos como lo son la mejora en los procesos de producción y la innovación y desarrollo de nuevos productos.

- Fondos del Milenio para productores del norte del país.

Para los productores del norte del país ubicados en la región central se presenta una gran oportunidad con la inversión de los Fondos de la Cuenta del Milenio (FOMILENIO) en diferentes actividades productivas, ya que dentro de los componentes que apoyaran dichos fondos se encuentra el Desarrollo Productivo que incluirá *“programas de servicios y asistencia técnica especializada para el desarrollo empresarial, infraestructura y equipo productivo y programas de inversión y crédito, enfocándose en el establecimiento de cadenas productivas”*³⁰ según se afirma.

Amenazas de las Empresas Productivas Agrícolas

- Incremento en el precio de los insumos

El incremento en los insumos necesarios para la producción y procesamiento agrícola significa una amenaza latente, según lo manifestaron algunos productores dedicados a la avicultura, tienen que enfrentarse a la subida de precios constante de los concentrados utilizados como alimentos o el incremento en los precios de otros insumos necesarios para la producción avícola; esto les obliga al

²⁹ Sabrían Monge, Oscar Marcelino y Otro (2008), *“PROPUESTA DEL DISEÑO PARA EL ESCALAMIENTO A PLANTA INDUSTRIAL, PARTIENDO DE UNA PLANTA PILOTO, PARA EL PRECOCIDO Y BENEFICIADO DE ARROZ”* Facultad Ingeniería y Arquitectura, Universidad de El Salvador.

³⁰ www.fomilenio.gob.sv

incremento de precios y muchas veces a la disminución de las cantidades demandadas por los consumidores o compradores.

- Acceso limitado a financiamiento

El 81% de los productores que obtuvieron un crédito como parte del apoyo externo, dijeron que fue "Poco Satisfactorio", esto ya se analizó como una "debilidad" del empresario, pero al verlo como amenaza, ocurre cuando existe un incumplimiento de la institución financiera hacia el empresario, altas tasas de interés, comisiones extras que incrementan el costo de la deuda e incluso, todo esto puede significar una amenaza para el sector; pero también lo es cuando el acceso al financiamiento es deficiente porque no se puede cumplir con los requisitos que solicita la institución financiera, esto ocurre principalmente en las microempresas y en la presente investigación, significaron el 52% del total de empresas encuestadas.

- Sustitución de producción local por importaciones

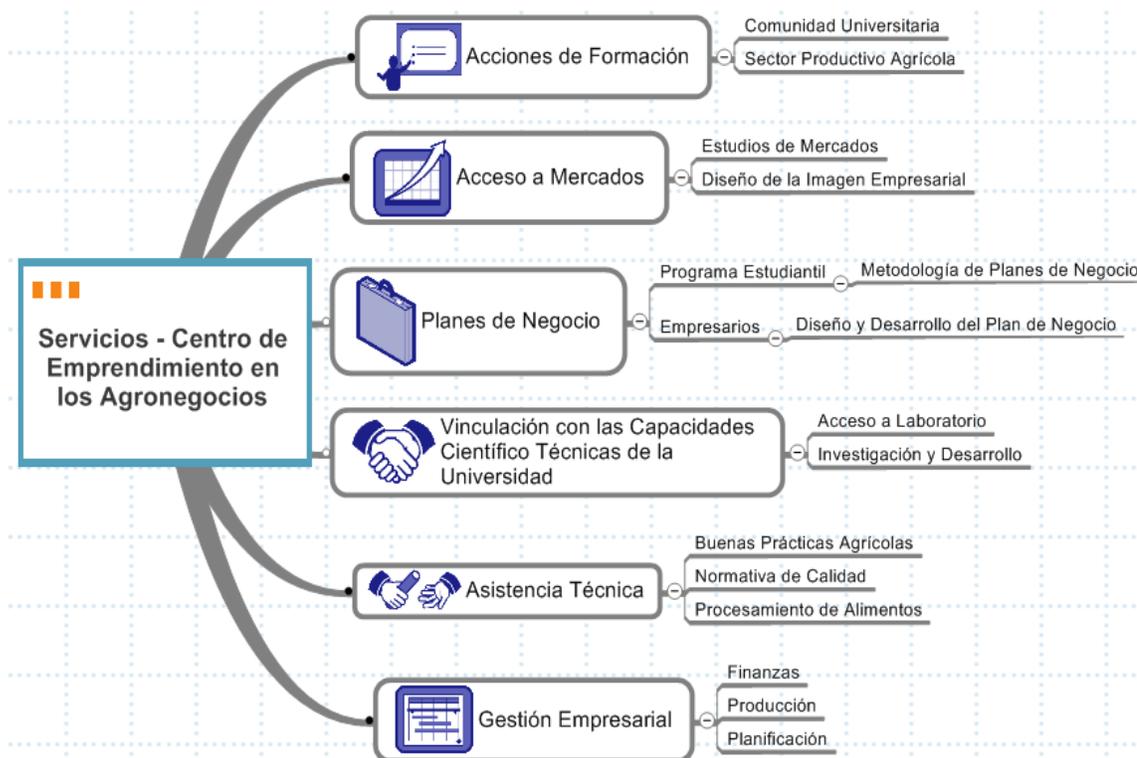
Esta ha sido la realidad a la que se han enfrentado los productores hasta la fecha, y aun y cuando esta condición ha cambiado con la nueva coyuntura de la "seguridad alimentaria", se vuelve siempre una. Amenaza al existir cambio, pero es poco probable que ocurra según lo advirtió la FAO³¹.

2.7 Principales Servicios que deberá Proveer el Centro de Emprendimiento en los Agronegocios

Tomando como punto de partida la información generada por el Diagnóstico FODA y las preguntas relacionadas a los servicios que deberá proveer el Centro de Emprendimiento en los Agronegocios, se ilustran los siguientes servicios:

³¹ El Diario de Hoy "Preocupación mundial por encarecimiento de alimentos", 13 de Noviembre de 2007.

Figura # 4: Diagrama de los principales servicios que deberá prestar el Centro de Emprendimiento en los Agronegocios³².



Acciones de Formación

Aunque la capacitación no debe ser un eje central del Centro de Emprendimiento, deberá ser considerada como aquellas acciones que permitirán la actualización de conocimientos en el tema de agronegocios tanto para la comunidad universitaria como para los productores del sector agropecuario.

Acceso a Mercados

Facilitar el acceso a mercados será un elemento importante, dado que muchos de los productores atienden únicamente mercados locales.

³² Elaborado con base al resultado y análisis de las encuestas a productores del sector agrícola.

Planes de Negocio

El Plan de Negocios se vuelve una herramienta fundamental tanto para los nuevos productores como para los que ya existen pero que desean ampliar sus horizontes, al mismo tiempo, será necesario formar estudiantes que participarán en el Programa Estudiantil del Centro de Emprendimientos con una Metodología apropiada.

Vinculación con Capacidades Científico Técnicas de la Universidad de El Salvador

Muchos productores están interesados en participar en el centro de Emprendimiento y al mismo tiempo vincularse con las capacidades científicas técnicas de la Universidad.

Asistencia Técnica

La Asistencia Técnica también despertó interés y en ese sentido será necesario contar con enlaces estratégicos con otras Facultades para proveer dichos servicios.

Gestión Empresarial

El Centro de Emprendimiento deberá proveer apoyo en diferentes áreas funcionales de la empresa productiva agrícola.

Al mismo tiempo, los servicios del Centro de Emprendimiento según los expresaron los empresarios, deberán contar con otros elementos que le agregarán valor a los mismo como lo son el cumplimiento con el tiempo de entrega, las metodologías y la innovación que se utilizó en el servicio.

3. Diagnóstico para Determinar la Participación del Sector Estudiantil en el Centro de Emprendimiento en los Agronegocios.

Por la naturaleza de la investigación, se suprimieron algunas facultades del estudio, estas son las Facultades de Medicina y Odontología; y las tres Facultades Multidisciplinarias, debido a que el Centro de Emprendimiento en los Agronegocios operará dentro del Campus Central y se toman en cuenta aquellas facultades que promueven la formación de conocimientos y que están más ligadas al quehacer de los Agronegocios.

Habiendo recordado las facultades que participaron en el proceso, sin embargo, se puede ampliar información general sobre la población estudiantil, y un dato interesante es que para este año 2008, la

universidad tiene inscritos a casi 48 mil estudiantes en las doce Facultades, siendo la distribución proporcional la siguiente:

Cuadro # 11: Distribución proporcional por facultades

FACULTAD	Proporción
Facultad de Ciencias Agronómicas	1.6%
Facultad de Ciencias Económicas	16.9%
Facultad de Ciencias y Humanidades	13.9%
Facultad de Ciencias Naturales y Matemática	2.4%
Facultad de Ingeniería y Arquitectura	11.4%
Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales	7.9%
Facultad de Medicina	10.7%
Facultad Multidisciplinaria de Occidente	15.6%
Facultad Multidisciplinaria Oriental	12.8%
Facultad Multidisciplinaria Paracentral	3.7%
Facultad de Odontología	1.0%
Facultad de Química y Farmacia	1.9%
TOTAL:	100.0%

Fuente: Administración Académica Central

La facultad que tiene la mayor población estudiantil la de Ciencias Económicas con un 16.9%, en donde se imparten un total de cuatro carreras: Contaduría Pública (47.2%), Administración de Empresas (37.8%), Mercadeo Internacional (9.1%) y Licenciatura en Economía (5.9%). Otra de las facultades que son de interés para el estudio es la de Ciencias Agronómicas, aunque curiosamente es una de las que tienen menos población estudiantil (1.6%), en donde se imparten dos carreras: Ingeniería Agronómica (56%) y Medicina Veterinaria y Zootecnia (44%). La Facultad de Ingeniería y Arquitectura por su parte, tiene el 11.4% de la población estudiantil total, e imparte las siguientes carreras: Arquitectura (16%), Ingeniería Civil (13%), Ingeniería Industrial (17%), Ingeniería Mecánica (7%), Ingeniería Eléctrica (10%), Ingeniería Química (5%), Ingeniería en Sistemas Informáticos (30%) y la Ingeniería de Alimentos (3%), esta última tiene un gran potencial dentro de las carreras que pueden ser de gran apoyo para el Centro de Emprendimiento en los Agronegocios, pero solo representan el 0.0034% de la población estudiantil total.

Retomando la investigación de campo, los estudiantes encuestados tienen una edad que oscila entre los 18 y treinta años, con una edad media de veintidós años. Por otro lado, el género de los y las estudiantes encuestadas fue en su mayoría del género femenino (56.8%), lo cual se equipara con las estadísticas oficiales de la Universidad de El Salvador (58% Mujeres y 42% Hombres)³³.

3.1 Determinación de la Participación Estudiantil en Iniciativas que Vinculan a la Universidad con la Sociedad.

En la encuesta existía una pregunta clave para descubrir la participación de estudiantes en aquellas iniciativas ejecutadas en el marco de la universidad pero orientadas hacia fuera de ella, esto no necesariamente se puede referir a una acción de Vinculación de la Universidad con la Sociedad, ya que pueda no contemplar todos los elementos que esto significa, pero la idea principal fue el sondear la participación en cualquier actividad que se orientara hacia la sociedad salvadoreña, en ese sentido, solamente el 18.2%³⁴ de los estudiantes han participado en este tipo de actividades, siendo el resto de estudiantes los que no han participado en este tipo de acciones. Esto pone en la mesa, la necesidad ejecutar acciones desde la Universidad que faciliten que los estudiantes puedan intercambiar experiencias con el entorno social. El análisis completo de la encuesta a los estudiantes puede verse en el anexo # 5.

- Principales Receptores en la Sociedad de las Iniciativas realizadas desde la Universidad por los Estudiantes.

Para poder ahondar en la experiencia de los estudiantes que participaron en las iniciativas antes mencionadas, se cuestionó sobre el sector de la sociedad al cual orientaron las actividades realizadas, siendo las comunidades las principales beneficiarias con el 75% de apoyo estudiantil y las Organizaciones no Gubernamentales (ONG's) con un 12.5%, ninguno de los estudiantes afirmó que ha trabajado con la Empresa privada en este tema.

- Principal Motivación para realizar las Iniciativas desde la Universidad hacia la Sociedad

Dentro de las principales motivaciones se encuentra la realización de trabajos durante el desarrollo de las materias (43.8%), en donde tiene que realizarlo para cumplir con ciertos requisitos que la asignatura exige, mientras que el 37% afirmó que lo hizo como voluntario y en menor proporción, afirmaron que lo hicieron como parte del servicio social (6.3%) o como iniciativa propia (6.3%). La información generada por la investigación de campo pone en evidencia que dentro de la Universidad se ejecutan escasos esfuerzos por articular la actividad académica propiamente con la realidad social, y en muchos casos con

³³ http://academica.ues sv/estadisticas/poblacion_estudiantil.php?&npg=&npag=1&anio=2008.

³⁴ Ver pregunta # 8 del anexo # 3.

la realidad empresarial, lo que muchas veces podría afectar en la competitividad general del estudiante al terminar sus estudios. Ver pregunta # 10 del anexo # 5.

- *Importancia de Vincular a la Universidad con la Sociedad*

Del 18% de estudiantes que afirmó haber participado en actividades curriculares o extracurriculares hacia fuera de la universidad, el 100% estuvo de acuerdo que es importante el desarrollar vínculos entre la universidad y la sociedad y dentro de los comentarios, los estudiantes lo ven como una forma de poder apoyar a comunidades con los conocimientos adquiridos, ser profesionales integrales, poner en práctica los conocimientos en una realidad, como una forma de adquirir experiencias, permite conocer de primera mano la realidad del país y la realización de propuestas para cambiar la realidad nacional; aunque todos los aportes son importantes para fomentar el tema de la vinculación entre la universidad y la sociedad, pero específicamente para el Centro de Emprendimiento en los Agronegocios, entre la Academia y los Sectores Productivos Agrícolas del país, no van más allá de mencionar la relación de “dentro hacia fuera”, enfocándose muy poco en lo que este tipo de experiencias pueden significar para la academia, como lo son el fortalecimiento de las capacidades científico y tecnológicas, la actualización de los planes de estudio; lo cual se puede lograr al involucrar a toda la comunidad universitaria en general, entendiéndose ésta por docentes, estudiantes e investigadores. Esto permite evidenciar la necesidad que existe de fortalecer el tema de la vinculación universidad sociedad mediante la sensibilización de la comunidad universitaria.

3.2 Disposición a participar en el Programa Estudiantil del Centro de Emprendimiento en los Agronegocios

A manera de identificar la demanda estudiantil de Programas o Proyectos que apoyen su inserción en actividades que les permitan ganar experiencia y fortalecer la capacidad misma de la universidad, se les preguntó si estarían dispuestos a participar en el Programa Estudiantil del Centro de Emprendimiento en los Agronegocios, el 73.9% afirmó estar entre totalmente y muy dispuesto en apoyar este Programa, mientras que el 17% dijo estar “poco dispuesto” a hacerlo. Sin embargo existió un porcentaje mínimo que no estaría en la disponibilidad para apoyar el Centro de Emprendimiento (9.1%), curiosamente, el 100% de los estudiantes que han participado en iniciativas de este tipo (Ver Gráfico 3), manifestaron estar en alguna medida dispuestos a participar en el Programa.

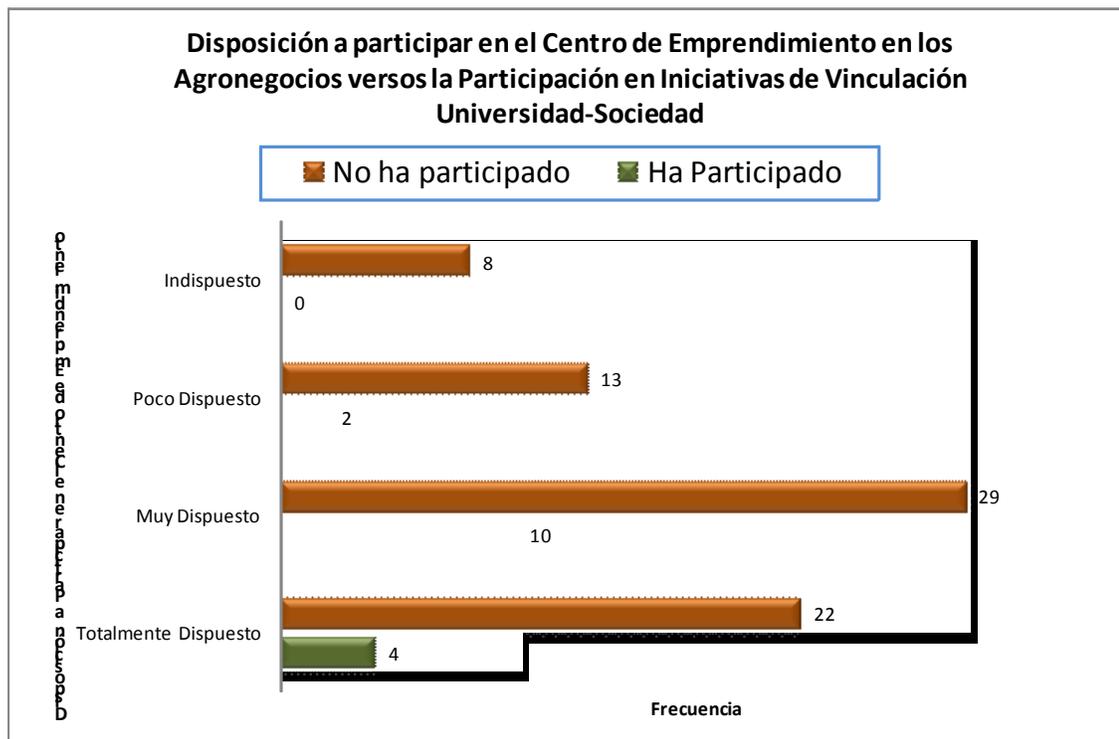


Gráfico 3: Cruce de Variable: Disposición a participar en el Centro de Emprendimiento en los Agronegocios versus la Participación en Iniciativas orientadas desde la Universidad hacia la Sociedad.

Este escenario favorece el impulsar el Programa de Centro de Emprendimiento en los Agronegocios, ya que goza de la aceptación de la comunidad universitaria de casi el 91% de los encuestados.

Otro elemento que se puede valorar a la hora de analizar la disponibilidad de los estudiantes a participar en el Centro de Emprendimiento está en función de la facultad de procedencia (ver Gráfico 4), en ese sentido, la Facultad de Ciencias y Humanidades (Estudiantes de la Carrera Artes Plásticas) se mostraron muy dispuestos a participar en el dicha iniciativa (100%),

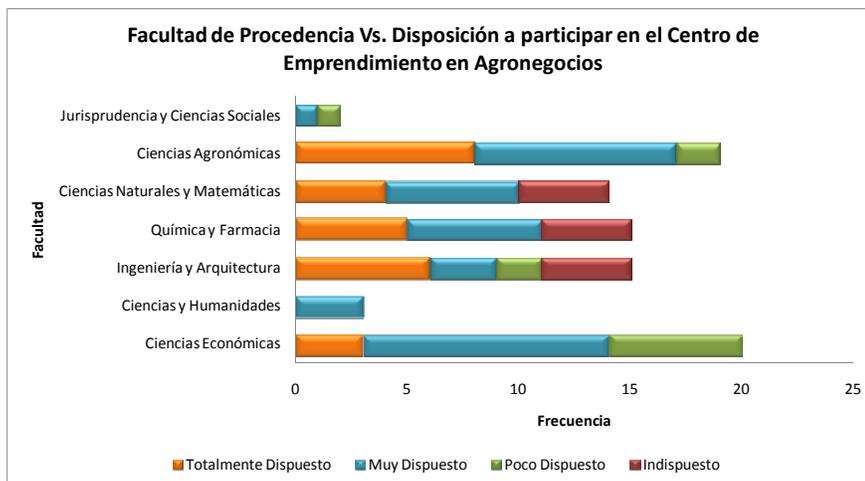


Gráfico 4: Cruce de Variables: Facultad de Procedencia versus la Disposición a participar en el Centro de Emprendimiento en los Agronegocios.

3.3 Actividades del Sector Agropecuario que los estudiantes están dispuestos a apoyar

Dentro de algunas de las actividades del sector agropecuario que los estudiantes están dispuestos a apoyar se tiene en primer lugar la realización de trabajos de laboratorio (44.3%), se entiende como aquella actividad que conlleva la aplicación específica, mediante la utilización de instrumentos que permiten la satisfacción de necesidades para el análisis de productos, pruebas de resistencia de materiales, entre otros, la cual está más enfocada por el lado de la investigación y se encuentra ligada también a la capacidad instalada que posee la Universidad de El Salvador en el tema de laboratorios, por otro lado, un 13% de los estudiantes encuestados están dispuestos para el apoyo la producción agrícola propiamente dicha, mientras que otro 26% manifestó que apoyaría actividades relacionadas al procesamiento de alimentos, debido a la naturaleza de la pregunta, no se puede recoger mas información específica sobre aquellas tareas que podrían desarrollarse en estas grandes actividades, sin embargo, da una idea de aquellas áreas que los estudiantes podrían apoyar en un primer momento una vez inscritos en el Programa Estudiantil del Centro de Emprendimiento en los Agronegocios.

3.4 Los Servicios de Desarrollo Empresarial (SDE) que los Estudiantes estarían dispuestos a Impulsar desde el Programa Estudiantil del Centro de Emprendimiento

La capacitación es el principal SDE que los estudiantes estarían dispuestos a impulsar (25.3%), mientras que la investigación ocupa un segundo lugar con el 22.8%, sin duda alguna, estos dos son elementos que son de gran utilidad si se quiere incrementar la competitividad de productores agrícolas; pero también lo es el acceso a mercados (7.6%), La Investigación y desarrollo de nuevos productos (13.9%), la Asistencia Técnica (13.9%) y la Gestión Empresarial (15.2%). Esta información revela la necesidad de contar en el Centro de Emprendimiento en los Agronegocios con aquellas metodologías que faciliten la formación de estudiantes y ejecutar jornadas para la preparación de estudiantes que realizarán pasantías en el Centro de Emprendimiento, dicho de otra forma, habrá que constituir programas permanentes de formación estudiantil, dichos programas deberán contar con los componentes de: Gestión Empresarial, Asistencia Técnica, Innovación de Desarrollo de Productos, Investigaciones de Mercado, entre otros como el Diagnóstico Empresarial. Dicha formación puede estar complementada con programas que han sido ejecutados en la Facultad de Ciencias Económicas como lo es el caso del Programa de Formación en Consultoría Empresarial (PROFOCE), el cual podría proveer del perfil necesario que se requiere en un estudiante que participará en el Programa Estudiantil del Centro de Emprendimiento en los Agronegocios.

3.5 De la participación en actividades específicas en el Centro de Emprendimiento en los Agronegocios

A manera de recabar más información sobre la participación de estudiantes, se preguntó sobre tres actividades específicas que pueden realizarse en el corto plazo desde el Centro de Emprendimiento en Agronegocios, una de ellas es la Investigación de Mercados, en donde el 34.2% de los estudiantes encuestados se encuentra con la disponibilidad de apoyar, otro 31.6% manifestó que le gustaría apoyar el desarrollo de Planes de Negocio, el 6.3% mencionó entre otras actividades, el apoyo en la creación de la imagen empresarial. Habrá entonces que trabajar en el Centro de Emprendimiento en los Agronegocios dos metodologías formación mas para este tipo de actividades, la primera de ellas es el Fomento de Competencias Emprendedoras en estudiantes, la segunda es una metodología que facilite el diseño y aplicación de estudios de mercado, dicho estudios podrían ser realizados de manera posterior al presente estudio de factibilidad. La segunda metodología deberá estar enfocada en la formación emprendedora propiamente, tanto en el desarrollo del perfil emprendedor como en la capacitación de planes de negocio, para poder proveer a los estudiantes de herramientas que le facilitarán su labor con los sectores

productivos agrícolas, al mismo tiempo de proveer instrumentos y conocimiento que fortalezcan su perfil profesional.

D. Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

- Se ha determinado que únicamente el 1% de las empresas que fueron encuestadas han logrado exportar sus productos a otros países.
- La mayoría de los productores considera que tienen muy buenos niveles de competitividad para sus productos, pero reconocen que continúan necesitando apoyo por parte de instituciones externas par mantener o mejorar esta situación.
- El apoyo técnico agrícola y el acceso a financiamiento han sido los principales apoyos que los productores del sector agropecuario han recibido, pero existe poca satisfacción por parte del apoyo financiero.
- Los productores de sector agrícola están, casi en su totalidad, dispuestos a recibir servicios de apoyo por parte del Centro de Emprendimiento en los Agronegocios.
- Más del 70% de los estudiantes encuestados está en disponibilidad para participar en el Centro de Emprendimiento en los Agronegocios.

Recomendaciones

- Diagnosticar aquellos servicios que provee la Universidad de El Salvador y que podrían ser de utilidad para aquellos productores que decidan exportar.
- Promover la participación estudiantil en el Centro de Emprendimiento en los Agronegocios mediante la divulgación del Programa Estudiantil y la sensibilización de la comunidad universitaria sobre la importancia de la vinculación de la universidad con la sociedad.
- Proponer el Programa Estudiantil del Centro de Emprendimiento como una alternativa para que los estudiantes puedan llevar a la práctica la teoría que adquirida en la Universidad y que les permite tener un perfil profesional más integral.
- Desarrollar una metodología para la Formación Emprendedora que permita al Centro de Emprendimiento el proveer de conocimiento y herramientas necesarias a los estudiantes que participarán en el Programa Estudiantil que propiciarán la realización de Planes de Negocio.

- Propiciar la participación de estudiantes que cursan cátedras relacionadas con la Formulación y Evaluación de Proyectos para que hagan sus trabajos de investigación en el área de Agronegocios y de la mano con productores agrícolas beneficiarios en el marco de las acciones ejecutadas por el Centro de Emprendimiento.

CAPITULO III “PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DEL CENTRO DE EMPRENDIMIENTO EN LOS AGRONEGOCIOS EN LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR”

A. DESCRIPCIÓN DE LA UNIDAD

1. Nombre de la Unidad

La unidad se denominara Centro de Emprendimiento en los Agronegocios, también se identificara por siglas como CEMPREGRO.

2. Finalidad del CEMPREGRO

El Centro de Emprendimiento en los Agronegocios (CEMPREGRO) brindará diferentes servicios técnicos en áreas como Finanzas, Producción, Mercadeo, Planificación Empresarial. El marco de apoyo al Centro lo constituyen la Universidad de El Salvador y el Ministerio de Agricultura y Ganadería. También el Centro es el vinculo del sector agropecuario con otras unidades de la Universidad de El Salvador que estén orientadas a la prestación de servicios, así también facilitará la relación con otras universidades y centros técnicos locales que puedan apoyar en la solución de problemas del sector. Por otra parte el CEMPREGRO buscará el apoyo del gobierno local, instituciones no gubernamentales y organismos internacionales afines a los temas relacionados a la agricultura en El Salvador y que estén interesados en participar de manera activa en el fortalecimiento del sector agropecuario.

3. Filosofía del CEMPREGRO

La filosofía del Centro de Emprendimiento en los Agronegocios se inspira en la búsqueda del desarrollo agrícola mediante un proceso de interrelación entre los conocimientos académicos desarrollados en la Universidad de El Salvador y la experiencia de los diversos actores del sector agrícola. En ese contexto a continuación se enuncian la misión y visión del Centro.

3.1 Misión

“Somos un centro que provee servicios de alta calidad en el sector agropecuario, para facilitar el emprendimiento, expansión, e inversión en los agronegocios (producción, procesamiento y comercialización).”

3.2 Visión

“Ser líderes en la prestación de servicios destinados a la búsqueda y desarrollo de oportunidades en los Agronegocios para facilitar la inversión y generar las redes de apoyo mediante el fortalecimiento de la relación entre la Universidad de El Salvador y los sectores productivos con la finalidad de contribuir al desarrollo económico del país”³⁵

3.3 Objetivo del CEMPREGRO

El Centro tiene como objetivo prestar servicios relacionados al proceso de desarrollo agrícola, en cuanto a asesoría financiera y no financiera para generar un vínculo de práctica y desarrollo entre la Universidad de El Salvador y los productores agrícolas del país, con el propósito de encausar el desarrollo agrícola a través de una rentabilidad en el proceso de producción y comercialización, a fin de garantizar la inversión del productor.

4. Políticas del CEMPREGRO

A continuación se establecen algunas políticas para el funcionamiento del Centro:

- Se deberán realizar diagnósticos previos a la prestación de los servicios para determinar la verdadera problemática de los productores agrícolas del país.
- Para la prestación de servicios se deberán emplear metodologías que se adapten a las necesidades de los productores agrícolas.
- Después de haber prestado los servicios se deberán llevar a cabo monitoreos de seguimiento a fin de mejorar la calidad y asegurar la satisfacción de los productores agrícolas.
- El Centro realizará monitoreos constantes sobre el acontecer agrícola nacional con la finalidad de mantener actualizados los conocimientos, técnicas y avances en materia de agronegocios que ayuden a la mejora continua de la prestación de servicios.
- Se deberá garantizar la tutoría a los estudiantes y egresados que participan en el Centro, para brindar servicios de asesoramiento con calidad.
- Los servicios de asesoramiento serán adecuados a las características que presentan los productores agrícolas y la complejidad de los problemas planteados.
- Formular estrategias de integración entre la comunidad universitaria y el Sector Agrícola.
- Capacitar a los estudiantes de la Universidad de El Salvador, que tienen interés en formar parte del programa estudiantil del Centro de Emprendimiento en los Agronegocios, a fin de incorporarlos a proyectos de asistencia agrícola.

³⁵ www.cempreagro.gob

- Brindar asesoramiento técnico y financiero a costos accesibles al sector agrícola en buenas prácticas agrícolas, acceso a financiamiento, gestión empresarial, vinculación con mercados, etc.
- Mediante la asesoría agrícola establecer parámetros de armonización entre el medio ambiente y los intereses productivos (responsabilidad con el medio ambiente).

5. Estrategias del CEMPREGRO

Las estrategias del Centro tienen que ver con el desarrollo y visión que se pretende llevar a cabo, en ese sentido se considera que lo principal se centra en lo siguiente:

- Ser innovadores en la prestación de servicios dirigidos al Sector Agrícola
- Capacitar constantemente al personal del centro con el fin de estar a la vanguardia de los temas relacionados a los agronegocios
- Prestar servicios a precios accesibles a los productores agrícolas del país.
- Elevar el perfil profesional de los colaboradores del centro, dar un servicio personalizado y de calidad a fin ganar credibilidad en el medio.
- Fortalecer la relación entre la Universidad y los sectores productivos para mejorar el desarrollo económico en el Sector Agropecuario del país.
- Potenciar al Centro de Emprendimiento como un Centro Experimental donde Docentes y Estudiantes pongan en práctica sus conocimientos y adquieran nuevas experiencias mediante la prestación de servicios que propicien un mayor contacto entre la universidad y la realidad nacional.
- Gestionar recursos técnicos y financieros mediante la vinculación con instituciones, tanto gubernamentales como del sector privado, ya sea mediante el fortalecimiento de las relaciones ya existentes o la creación de nuevas relaciones

B. PLAN DE MERCADO

Este plan constituye la acción estratégica del Centro de Emprendimiento en los Agronegocios que define los lineamientos generales en la forma de dar a conocer los servicios y hacia quienes están dirigidos. La base de esta propuesta es a partir de la recolección de información a través del trabajo de campo, en el cual se determinó el comportamiento del mercado para lograr identificar al porcentaje de la población que serán los clientes potenciales del CEMPREGRO o los que están dispuestos a solicitar los servicios, ya que se determinó que la mayoría de empresas del sector agropecuario han recibido apoyo de empresas

especializadas en agronegocios, el Centro de Emprendimiento en los Agronegocios representa otra alternativa aceptable en el mercado actual.

1. Objetivos

General:

Contar con el “plan de mercadotecnia del CEMPREAGRO” para dar a conocer los servicios que presta y lograr así proyectar su trabajo en el sector agropecuario.

Específicos:

- Plantear estrategias promocionales para dar a conocer los servicios a los productores agrícolas.
- Definir una marca que contenga el logotipo y eslogan que permita a los productores agrícolas identificar al Centro de Emprendimiento en los Agronegocios del resto de entidades similares.
- Definir el mercado meta concentrando esfuerzos en el sector agropecuario con necesidades semejantes.
- Elaborar la mezcla promocional adecuada para impulsar los servicios de asesoramiento agropecuario que ofrece el CEMPREAGRO.

2. Mercado Objetivo del CEMPREAGRO

Es el segmento del mercado al que un producto o servicio en particular es dirigido, en ese sentido el Centro de Emprendimiento en los Agronegocios prestará los servicios de asesoramiento agropecuario que serán orientados al sector agrícola del país representado por 2,845 productores según datos de la Dirección General de Estadísticas y Censos del Ministerio de Economía de El Salvador. En la Universidad de El Salvador se vinculará la comunidad universitaria para desarrollar diferentes actividades en los proyectos que lleve a cabo el CEMPREAGRO.

3. Proyección de la Demanda

En cuanto a la cobertura de la demanda de los productores agrícolas el Centro de Emprendimiento en los Agronegocios comenzará a prestar los servicios de Capacitación, Asistencia Técnica y Servicios de Información desde el primer año de operación. La proyección estimada de demanda con base al estudio de mercado se detalla en el siguiente cuadro # 12.

Cuadro # 12. Proyección de la Demanda del CEMPREGRO

Servicios	Total Productores	%	Productores demandantes	Estimación de servicios demandados					Totales
				Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Buenas Prácticas Agrícolas	2,845	1.40%	40	120	120	120	120	120	600
Asesoramiento en Costos y Manejo Financiero		4.20%	119	72	84	96	108	119	478
Acceso a financiamiento		5.60%	159	96	112	127	143	159	637
Normas de Calidad en Alimentos		5.60%	159	96	112	127	143	159	637
Pasantías Estudiantiles		9.90%	282	169	197	225	253	282	1,127
Asesoramiento en Gestión Empresarial		11.30%	321	193	225	257	289	321	1,286
Asistencia Técnica Agrícola		12.70%	361	217	253	289	325	361	1,445
Asistencia Técnica en General		16.90%	481	288	337	385	433	481	1,923
Vinculación con Mercados		32.40%	922	553	645	737	830	922	3,687
Total				2,845	1,803	2,084	2,364	2,645	2,925

FUENTE: Los cálculos se realizaron con base a los resultados de la encuesta a productores agrícolas. Capítulo II. Anexo 4.

Se estima que con base al porcentaje de productores que demandan servicios de asesoramiento puede establecerse una demanda en el caso del primer servicio de 3 asistencias por año, para los demás productos se estima un 60% de demanda inicial para el primer año un incremento del 10% anual a partir del tercer año.

Oferta de servicios:

A fin de establecer la oferta de servicios con base a la capacidad de respuesta del CEMPREGRO se ha estimado que se lograra cubrir un total de 5 o 6 servicios mensuales y para los años sucesivos se pretende aumentar por lo menos en un servicio en la misma frecuencia para cada uno de los productos, tal como se registra en el cuadro # 13.

Cuadro # 13. Oferta de Servicios

Servicios	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Buenas Prácticas Agrícolas	60	72	84	96	108
Asesoramiento en Costos y Manejo Financiero	60	72	84	96	108
Acceso a financiamiento	72	84	96	108	120
Normas de Calidad en Alimentos	60	72	84	96	108
Pasantías Estudiantiles	72	84	96	108	120
Asesoramiento en Gestión Empresarial	72	84	96	108	120
Asistencia Técnica Agrícola	72	84	96	108	120
Asistencia Técnica en General	72	84	96	108	120
Vinculación con Mercados	72	84	96	108	120
Total de servicios ofertados	612	720	828	936	1044

FUENTE: Los cálculos se realizaron con base a los resultados de la encuesta a productores agrícolas. Capítulo II. Anexo 4.

Demanda insatisfecha:

Se determina la existencia de demanda insatisfecha a lo largo de los 5 años proyectados en razón del crecimiento del Sector Agropecuario y de la cobertura que el centro dará a los productores con la disponibilidad de recurso humano y mantenimiento del número de clientes en cartera. La cuantificación de demanda insatisfecha presenta un incremento cada año según se detalla en el cuadro # 14.

Cuadro # 14. Calculo de la Demanda Insatisfecha

	Servicios		
	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
Año 1	1803	612	1191
Año 2	2084	720	1364
Año 3	2364	828	1536
Año 4	2645	936	1709
Año 5	2925	1044	1881
Total de servicios	11821	4140	7681

FUENTE: Los cálculos se realizaron con base a los resultados de la encuesta a productores agrícolas. Capítulo II. Anexo 4.

Pronóstico de ventas:

Con base a la demanda estimada en la proyección respectiva se presupuestan las ventas del CEMPREGRO con un incremento anual del 10%, el mencionado incremento obedece a la necesidad de crecer en clientes y alcanzar un nivel de autosostenibilidad. El pronóstico de ventas constituye la base para determinar los ingresos, este a su vez se ha determinado según los resultados de la investigación de campo en la cual se determinó las necesidades de servicios de los productores lo cual se planteó ampliamente en el capítulo dos y específicamente en el Diagnóstico de la Situación Actual de los Productores del Sector Agropecuario. En el anexo # 8 se adjunta el pronóstico de ventas para los próximos 5 años.

4. Producto

El producto de CEMPREGRO lo constituyen los servicios que se brindarán a los productores agrícolas, estos serán la carta de presentación de la organización. Los servicios de capacitación, asesorías, consultorías y otros estarán en función del tamaño del agronegocio, sus particularidades, y temas solicitados con el fin de satisfacer al cliente cumpliendo sus expectativas.

4.1 Identificación de los Servicios de Asesoría en Agronegocios que ofrecerá el CEMPREGRO

Las modalidades de servicios de asesoramiento agrícola más conocidos son las capacitaciones, asesoría, consultoría, asistencias técnicas, servicios de información, desarrollo de planes de negocio, ejecución de estudios de mercado y gestión empresarial. Al poner en marcha el proyecto se deberá iniciar operaciones con estos servicios, con el propósito de satisfacer las necesidades requeridas por los productores agrícolas.

- Capacitaciones

En esta modalidad se pretende desarrollar en los productores agrícolas conocimientos, capacidades y habilidades que les ayude a comprender y manejar conceptos, criterios, técnicas y herramientas con las que ejecuten una acción eficaz en la administración, la producción (siembra), procesamiento, comercialización y las finanzas de sus negocios.

- Asesoría

Se refiere a un proceso de intercambio de información con el propósito de orientar al productor agrícola en la identificación de problemas de la gestión de su negocio y a la vez, crear alternativas de solución que le faciliten la toma de decisiones con mayores niveles de eficiencia y obtención de resultados.

- Consultoría

Es un servicio especializado que a través de la aplicación sistemática y efectiva de técnicas, herramientas e instrumentos que permiten estudiar y resolver múltiples problemas que afectan el funcionamiento del negocio.

- Asistencia técnica

A través de esta modalidad se brindará un proceso de acompañamiento y participación directa con los técnicos que le proporcionarán la solución de problemas específicos que surgen de la implementación de las decisiones tomadas por los productores agrícolas.

- Servicios de Información

Facilitarles a los productores agrícolas el acceso a una variedad de datos organizados que les generen oportunidades y que les sirva de insumo para obtener orientación que les permita desarrollar de una forma eficiente las actividades en sus negocios, mediante acceso a bases de datos, brochure, hojas volantes, vía telefónica y página Web del CEMPREGRO.

- Gestión Empresarial

Cuando se habla de servicios de gestión empresarial se hace referencia a los servicios ante organizaciones públicas para cumplir regulaciones y trámites como la orientación en el acceso al crédito y ordenamiento de la información crediticia, gestión al crédito, etc.

En cuanto a los servicios que brindara el centro se encuentran los siguientes: a) Buenas Prácticas Agrícolas, b) Asesoramiento en Costos y Manejo Financiero, c) Acceso a financiamiento, d) Normas de Calidad en Alimentos, e) Pasantías Estudiantiles, f) Asesoramiento en Gestión Empresarial, g) Asistencia Técnica Agrícola, h) Asistencia Técnica en General e i) Vinculación con Mercados.

Con base a la competencia, algunos ejemplos de otros servicios específicos que el centro puede prestar en el futuro son los siguientes: Administración financiera agropecuaria, Seminario taller sobre investigación de mercado, Asesoría en desarrollo de terrenos agrícolas, e información sobre precios de insumos agrícolas.

4.2 Aplicación de los servicios del CEMPREAGRO

Los servicios de asesoramiento que brindara el CEMPREAGRO pueden aplicarse de diferente manera, ya sea por función, área de gestión o actividad. El cuadro # 15 detalla la clasificación al respecto.

Cuadro # 15: Clasificación de los Servicios del CEMPREGRO por Áreas de Aplicación.

Servicios	Por función			Por área de gestión				Por actividad		
	Gerencial	Operativo	Investigación	Administración	Finanzas	Mercadeo	Proyectos	Cultivo	Producción, procesamiento	Comercialización
Buenas Prácticas Agrícolas		x					x	x		
Asesoramiento en Costos y Manejo Financiero	x			x	x					
Acceso a financiamiento	x				x		x			
Normas de Calidad en Alimentos			x				x		x	x
Pasantías Estudiantiles			x		x	x		x	x	x
Asesoramiento en Gestión Empresarial	x			x						
Asistencia Técnica Agrícola			x					x		
Asistencia Técnica en General			x			x			x	x
Vinculación con Mercados	x					x				x

4.3 Objetivos y Estrategias de los Servicios de Asesoría en Agronegocios.

Objetivo General:

Apoyar a los productores agrícolas para superar las problemáticas que se les presenta en las distintas áreas funcionales que integran el negocio contribuyendo a su desarrollo.

Objetivos Específicos:

- Proporcionar las herramientas administrativas y técnicas a los productores agrícolas que les facilite la gestión en sus negocios.
- Lograr que los negocios sean competitivos con la aplicación de los servicios de asesoría en los Agronegocios.
- Desarrollar capacidades en los productores agropecuarios para fomentar su crecimiento económico y desarrollo agroindustrial.

4.4 Estrategias de los servicios de asesoría en los Agronegocios

- Iniciar operaciones ofreciendo servicios de asesoría agropecuaria orientados a la solución de los problemas más frecuentes en los productores agrícolas.
- Fortalecer las modalidades de Capacitación, Asistencia Técnica y Servicios de Información, tomando como base la información recolectada en el estudio de mercado.
- Introducir servicios que vayan orientados a atender necesidades que requieran de mayor especialización en los productores agrícolas.
- Brindar un servicio ágil y eficiente, cubriendo así ciertas necesidades en cuanto a calidad y diseño de lo requerido.

5. Finalidad de la Marca

La marca es un nombre, término simbólico o diseño que sirve para identificar los productos o servicios de un vendedor o grupo de vendedores y para diferenciarlos de las marcas de los competidores, para el caso del Centro de Emprendimiento en los Agronegocios la marca es CEMPREAGRO, cuyos objetivos y características se detallan a continuación:

- El nombre debe ser corto.
- El nombre debe ser fácil de recordar.
- El sentido del nombre debe ser agradable.
- Debe ser agradable a la vista.
- Debe ser adaptable a cualquier medio de publicidad.

5.1 Objetivo de la Marca

- Ser un signo de garantía y de calidad para los servicios que brindará el CEMPREAGRO
- Dar prestigio y seriedad al CEMPREAGRO
- Ayudar a que se venda los servicios de asesoramiento mediante la promoción.
- Que la marca posicione la calidad en el nicho de mercado.

5.2 Descripción de la Marca

- Nombre
Este se enfoca en la identificación de los Agronegocios, razón por la cual se denomina Centro de Emprendimiento en los Agronegocios.
- Logotipo

Conformado por cuatro hojas de una planta agrícola productiva, donde varios puntos significan la cosecha final de un cultivo de terminado, así mismo a partir de la planta agrícola comienza las siglas "CEMPREAGRO" que representa el nombre del Centro. Ver la figura # 5.

Figura # 5. Logotipo del CEMPREGRO



- Significado de los elementos del logotipo:
 - Hojas: representa una planta agrícola.
 - Color verde: simboliza la agricultura y naturaleza.
 - Color verde oscuro: denota solidez, sapiencia o conocimiento.
 - Color verde claro: representa el principio natural de la vida
 - Granos: simboliza la cosecha y productividad.
 - Tipo de letra: Georgia. El tipo de letra tiene por objetivo capturar la atención de los usuarios y denotar seguridad y confiabilidad.
- Eslogan:

Transmite el compromiso serio que adquiere el Centro con los productores agrícolas para impulsar el desarrollo de sus negocios. Para el CEMPREGRO se ha definido el siguiente eslogan: *"Siempre desarrollando los Agronegocios"*

6. Establecimiento de precios

Los precios de servicios en agronegocios del CEMPREGRO serán a bajo costo en razón de que se contara con el apoyo de los estudiantes que participan en el Programa Estudiantil. Los precios estimados de los servicios se han establecido con base al gasto de salario relacionado con un porcentaje de tiempo estimado que invierte cada uno de los puestos; el valor resultante de la hora persona es un costo promedio fijo de \$ 22.44 que se aplicará aproximado en \$ 22.00, como se muestra en el siguiente cuadro # 16.

Cuadro # 16. Estimación de costo promedio fijo

Funcionarios	Sueldo \$	Valor hora \$	% tiempo invertido	Costo del tiempo invertido \$
Servicios Profesionales	1,000.00	6.25	100%	6.25
Coordinador de Proyecto	1,300.00	8.13	80%	6.50
Director	1,500.00	9.38	20%	1.88
Administrador	1,200.00	7.50	50%	3.75
Contador	800.00	5.00	20%	1.00
Secretaria	500.00	3.13	20%	0.63
Sub-Totales horas/precio del servicio				20.00

Los costos variables que se estiman para la prestación de servicios son material didáctico y viáticos de alimentación y transporte según los valores que se presentan en el cuadro # 17.

Cuadro # 17. Estimación de costos variables

Costos Variables	Frecuencia	Costo estimado \$
Material, recurso audiovisual, etc.	Evento	25.00
Viaticos alimentación	Diario	10.00
Viaticos de transporte	Diario	10.00
Sub-Totales horas/precio del servicio		45.00

El margen de ganancia se estima en 20%, se pretende que el precio de los servicios sea accesible a los productores agrícolas, el incremento de la ganancia estará en relación a que los servicios en gran parte serán prestados con el apoyo de estudiantes en servicio social y también en el incremento de clientes por medio de las estrategias de promoción. El cálculo de los precios estimados para los productos se detalla en el siguiente cuadro # 18.

Cuadro # 18. Estimación de precios

Servicios	Inversión de horas aproximado	Costo promedio fijo \$	Costos variables \$	Costo por servicio \$	Precio x servicio con margen de ganancia del 20%
Buenas Prácticas Agrícolas	4	80.00	45.00	125.00	150
Asesoramiento en Costos y Manejo Financiero	6	120.00	45.00	165.00	198
Acceso a financiamiento	5	100.00	0.00	100.00	120
Normas de Calidad en Alimentos	6	120.00	45.00	165.00	198
Pasantías Estudiantiles	5	100.00	0.00	100.00	120
Asesoramiento en Gestión Empresarial	5	100.00	45.00	145.00	174
Asistencia Técnica Agrícola	6	120.00	45.00	165.00	198
Asistencia Técnica en General	5	100.00	45.00	145.00	174
Vinculación con Mercados	4	80.00	45.00	125.00	150

7. Promoción

7.1 Objetivos de la Promoción:

- Promover los servicios de asesoramiento agropecuario del CEMPREGRO a las personas naturales y jurídicas inmersas en los procesos agrícolas.
- Incentivar a la comunidad universitaria para que realicen sus prácticas a través de la prestación de servicios de asesoramiento agropecuario a microempresarios a nivel nacional.
- Hacer uso de referenciación de clientes por medio de la comunidad universitaria para abonar al incremento de la cartera de clientes.
- Buscar un constante crecimiento en los índices de venta, mediante la excelencia de los servicios que prestará el Centro de Emprendimiento en los Agronegocios.
- Establecer un liderazgo en el mercado nacional, mediante el posicionamiento de la marca a través charlas informativas a los productores agrícolas, hojas volantes, rótulos, cuñas radiales, página web y brochure, una sugerencia para este ultimo es el siguiente (figura # 6):

Figura # 6a. Brochure (anverso)

<p>LA INVESTIGACIÓN COMO ELEMENTO DIFERENCIADOR</p> <p>En el Centro de Emprendimiento se tiene el compromiso de crear estudios para facilitar la inversión en los agronegocios promoviendo la investigación, tanto por el desarrollo de estudios de mercado representativos de la población, que busquen el determinar efectivamente la demanda para los productos analizados, así como el desarrollo de planes técnicos y de procesamiento que permitan entender el proceso productivo y detectar los puntos críticos para asegurar una producción de calidad. Otro de los análisis consiste en concebir la evaluación de los proyectos como una medida de riesgo y el papel que juega la investigación en la determinación de pronósticos de venta y cambios en las condiciones del mercado que ocasionan la variación de precios y que inciden en la rentabilidad del proyecto con el fin de analizar los diferentes escenarios y las probabilidades de obtener un rendimiento favorable para los inversionistas.</p> 	 <p>Centro de Emprendimiento en los Agronegocios</p> <p>¡Contáctenos!</p> <p>Universidad de El Salvador Final 25 Av. Norte, San Salvador Tel.: (503) 2235 - 1825 (503) 2226 - 2282 info@cempregro.org</p> <p>www.cempregro.org</p>	<p>Universidad de El Salvador</p>  <p>Centro de Emprendimiento en los Agronegocios</p>  <p>Universidad de El Salvador <i>El alma de la libertad por la justicia</i></p> <p><i>“Siempre Desarrollando los Agronegocios”</i></p>
---	--	--

Figura # 6b. Brochure (reverso)

<p>¿Qué es el CEMPREGRO?</p> <p>El Centro de Emprendimiento en los Agronegocios es fundado en la Universidad de El Salvador con el apoyo de el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) a través de el Programa de Fortalecimiento a la Competitividad de los Agronegocios (PFC A II); programa que es ejecutado por Agriculture Development International (ADI), representante de la Universidad de Texas A&M en El Salvador.</p> <p>Surge con el propósito de facilitar la inversión en los agronegocios apoyando a los emprendedores en los retos que deben afrontar con servicios técnicos personalizados, integrales y especializados.</p> <p>¿CUÁL ES EL RETO COMO VISIÓN?</p> <p><i>“Ser líderes en la prestación de servicios destinados a la búsqueda y desarrollo de oportunidades en los agronegocios para facilitar la inversión y generar las redes de apoyo mediante el fortalecimiento de la relación entre la Universidad y los sectores productivos con la finalidad de contribuir al desarrollo económico del país.”</i></p>	<p>¿QUÉ SE DESEA HACER COMO</p> <p><i>“Somos un centro que provee servicios de alta calidad en el sector agropecuario, para facilitar el emprendimiento, expansión, e inversión en los agronegocios (producción, procesamiento y comercialización) “</i></p> <p>MARCO DE REFERENCIA PARA EL APOYO DE LAS ACCIONES</p> <p>El Marco de referencia para el apoyo del Centro del Emprendimiento es la Universidad de El Salvador, mediante sus unidades, departamentos y capacidades humanas, que estén orientados a la prestación de servicios hacia afuera de la universidad, en otras palabras aquellas unidades científico tecnológicas y recurso humano cuyas potencialidades puedan ser aprovechadas por los sectores productivos. Se espera potenciar la vinculación entre la universidad y la empresa mediante la realización de estudios, investigaciones y prestación de servicios con alto valor agregado que posicionen a la Universidad de El Salvador como referente de transferencia tecnológica entre la Universidad, la Sociedad y el Estado.</p>	<p>SERVICIOS QUE OFRECE EL CEMPREGRO</p> <p>⇒ Asistencia para el desarrollo de Planes de Negocio:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Evaluación de Ideas de Negocio - Estudios de Mercado representativos. - Acceso a Información de la base de datos de proyectos del Centro. - Asistencia técnica a través de la red de consultores. - Análisis Financiero y de Riesgo <p>⇒ Oportunidades de Inversión en los Agronegocios</p> <p>Las Oportunidades en los Agronegocios son Planes de Negocio desarrollados por CEMPREGRO y que están a la disposición para aquellos emprendedores o empresarios que estén interesados en invertir y que no han desarrollado una idea de negocio.</p> <p>⇒ Acceso a Información Científica Relacionada con los Agronegocios</p> <p>⇒ Seminarios y Talleres</p> <p>Como parte de las actividades para desarrollar la capacidad de los emprendedores, empresarios y público en general, el Centro de Emprendimiento realizará seminarios y talleres en las áreas de emprendimiento en los agronegocios , investigaciones de mercado, finanzas, análisis de riesgo para proyectos de inversión, entre otros.</p>
---	--	---

7.2 Estrategias Promocionales

- Dar a conocer los servicios a través de folletos, hojas volantes, brochures y catálogo de servicios por medio de gremios y asociaciones de microempresarios como la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE), Asociación de Medianos y Pequeños Empresarios Salvadoreños (AMPES), Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social (FUSADES), Cámara Agropecuaria y Agroindustrial de El Salvador (CAMAGRO), Fundación para la Innovación Tecnológica Agropecuaria (FIAGRO), Fundación Salvadoreña de Apoyo Integral (FUSAI), por mencionar algunos.
- Gestionar el acceso a bases de datos de Instituciones que dan apoyo al sector microempresarial y agrícola. Como el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), Dirección General de Agronegocios (DGA), Escuela Nacional de Agricultura (ENA), Centro Nacional de

Transformación Agraria (CENTA) y Fundación Salvadoreña de Apoyo Integral (FUSAI), entre otros.

- El CEMPREAGRO contara con una página Web que le permita comercializar de una mejor manera sus servicios de asesoramiento agrícola denominada www.cempreagro.org

8. Comercialización de los servicios

Los productos se comercializaran en una plaza que abarca todo el territorio nacional. La manera de transferir el producto o servicio es personalizado y en los lugares adecuados de acuerdo al diseño de los mismos, los procedimientos sugeridos son las siguientes:

- En los agronegocios de los clientes, siempre que cuenten con un espacio adecuado para el desarrollo de la prestación del servicio o por la naturaleza del mismo, especialmente cuando se trate de asistencia técnica.
- En las instalaciones del CEMPREAGRO en razón de la naturaleza del servicio o de las necesidades de equipo didáctico que se necesite.
- En locales adecuados para cumplir los objetivos de una prestación de servicios que satisfaga al cliente.
- Mediante las visitas del personal técnico indicado a los negocios de los productores.

C. ESTUDIO TECNICO DEL CEMPREAGRO

1. Localización

La localización del proyecto tiene por objeto determinar la ubicación del Centro de Emprendimiento en los Agronegocios, servicios relacionados a la productividad agropecuaria, con la finalidad de obtener un mejor funcionamiento y mayores beneficios.

Es importante hacer mención que para definir la localización del proyecto es necesario realizar una macrolocalización que estipule el área geográfica en la que se ubicará el proyecto, así como una microlocalización que determine el lugar específico donde se instalará el mismo. Para determinar donde estará ubicado CEMPREAGRO se tomo en cuenta las ventajas competitivas, definiéndose como sigue:

1.1 Macrolocalización

La selección previa de la macrolocalización permitirá a través de un análisis preliminar, reducir el número de soluciones posibles, descartar los sectores geográficos que no corresponden a las condiciones

requeridas del proyecto; debido a que CEMPREGRO estará ubicado dentro de la Universidad de El Salvador, se han evaluado las zonas geográficas donde la Universidad de El Salvador tiene su Sede y Facultades Multidisciplinarias, Ubicadas en las Zonas: Occidental, Central, Paracentral y Oriental.

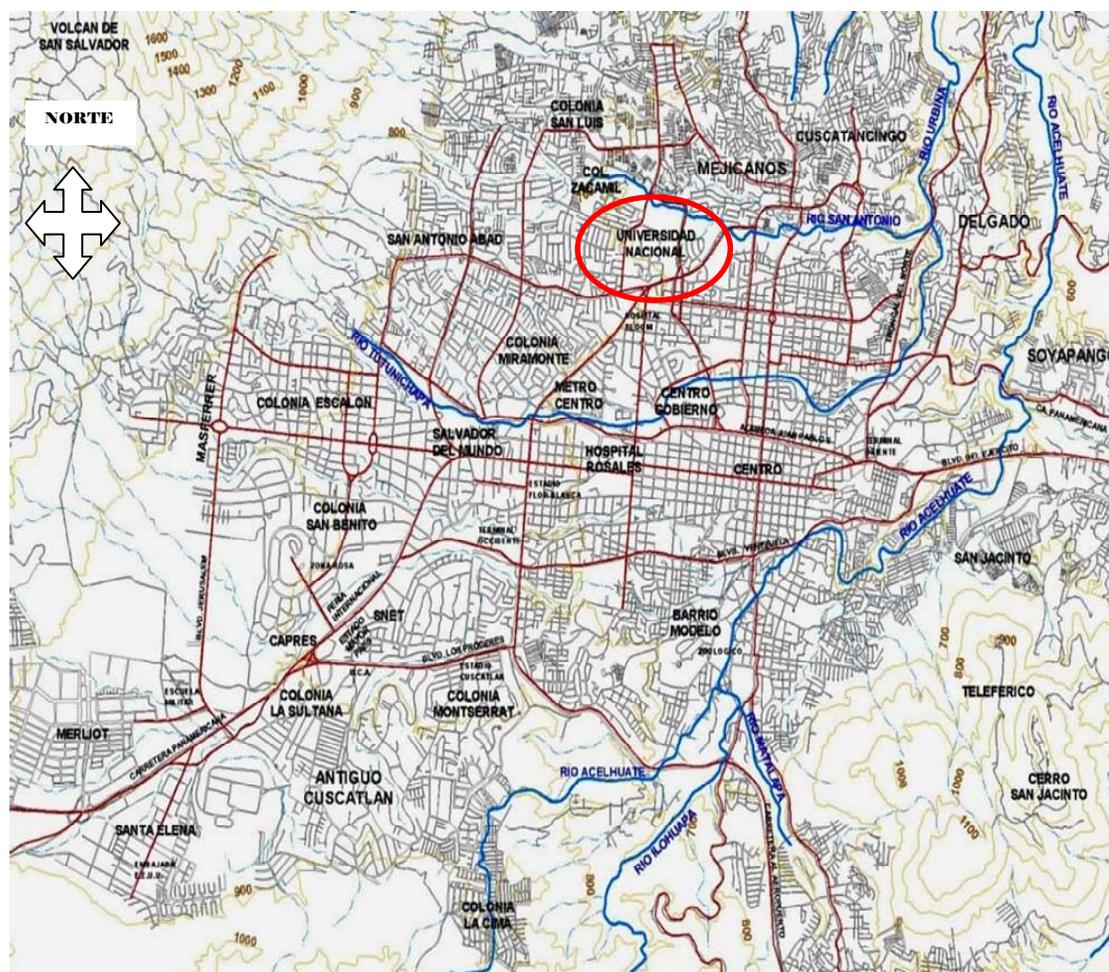
La evaluación fue realizada tomando de base el trabajo de investigación de campo en donde se tomaron los criterios de concentración de productores por zona, mayor población estudiantil potencial para apoyo al Centro de Emprendimiento, disponibilidad de los productores para recibir servicios de CEMPREGRO, a cada uno de los criterios evaluados se estableció un factor de ponderación, la zona que suma el mayor porcentaje de los criterios evaluados, es la que se recomienda para la macrolocalización de CEMPREGRO. (Ver Cuadro # 8)

Cuadro # 19. Evaluación de Macrolocalización

Criterio	Occidental	Central	Oriental	Total
Concentración de Productores	8.3%	76.4%	15.3%	100%
Mayor Población Estudiantil Potencial para Apoyo al Centro	13.3%	76.1%	10.6%	100%
Disponibilidad de los Productores para Recibir Servicios	15%	75%	10%	100%
Total Ponderado	36.6%	210%	35.9%	

De acuerdo al análisis del cuadro anterior, las condiciones de la Zona Geográfica que ofrece mayores ventajas para el mejor funcionamiento de CEMPREGRO es la Sede Central de la Universidad de El Salvador, debido a que es la zona donde se encuentra concentrado el mayor porcentaje de productores a nivel nacional que es del 76.4%, siendo de mucha importancia, para que el Centro ofrezca sus servicios, asimismo la zona central es la de mayor cantidad de estudiantes potenciales que podrían realizar su servicio social en el Centro con un 76.1%, además es de mucha importancia que en la zona Central el 75% de los productores manifestó que desearía recibir los servicios de CEMPREGRO, por lo cual se recomienda que CEMPREGRO opere en la sede Central de la UES, ubicada en el departamento de San Salvador, ver Figura # 7.

Figura # 7. Mapa de Ubicación de la Macrolocalización de CEMPREGRO



 Macrolocalización del Proyecto Universidad de El Salvador

1.2 Microlocalización

En la Universidad de El Salvador se cuenta con diferentes áreas en las cuales se podría ubicar CEMPREGRO, ya que ofrece factores cualitativos en general, como acceso a las diferentes facultades, amplios parqueos para los visitantes, así como instalaciones en las que podría operar el Centro; transporte y comunicaciones adecuadas, acceso a servicios básicos.

Para definir el lugar exacto y su mejor alternativa, fue necesario considerar aspectos cualitativos explorados en la investigación de campo, ponderando atributos del 0 al 100%, tomando como criterios:

Mayor visibilidad del Centro para las personas que ingresan a la Universidad, estudiantes de Facultades interesados en participar en las actividades del CEMPREGRO, así como Acceso a plaza cerca de local del Centro para realizar eventos relacionados a los agronegocios. Ver cuadro # 20.

Cuadro # 20. Evaluación de la Microlocalización del CEMPREGRO

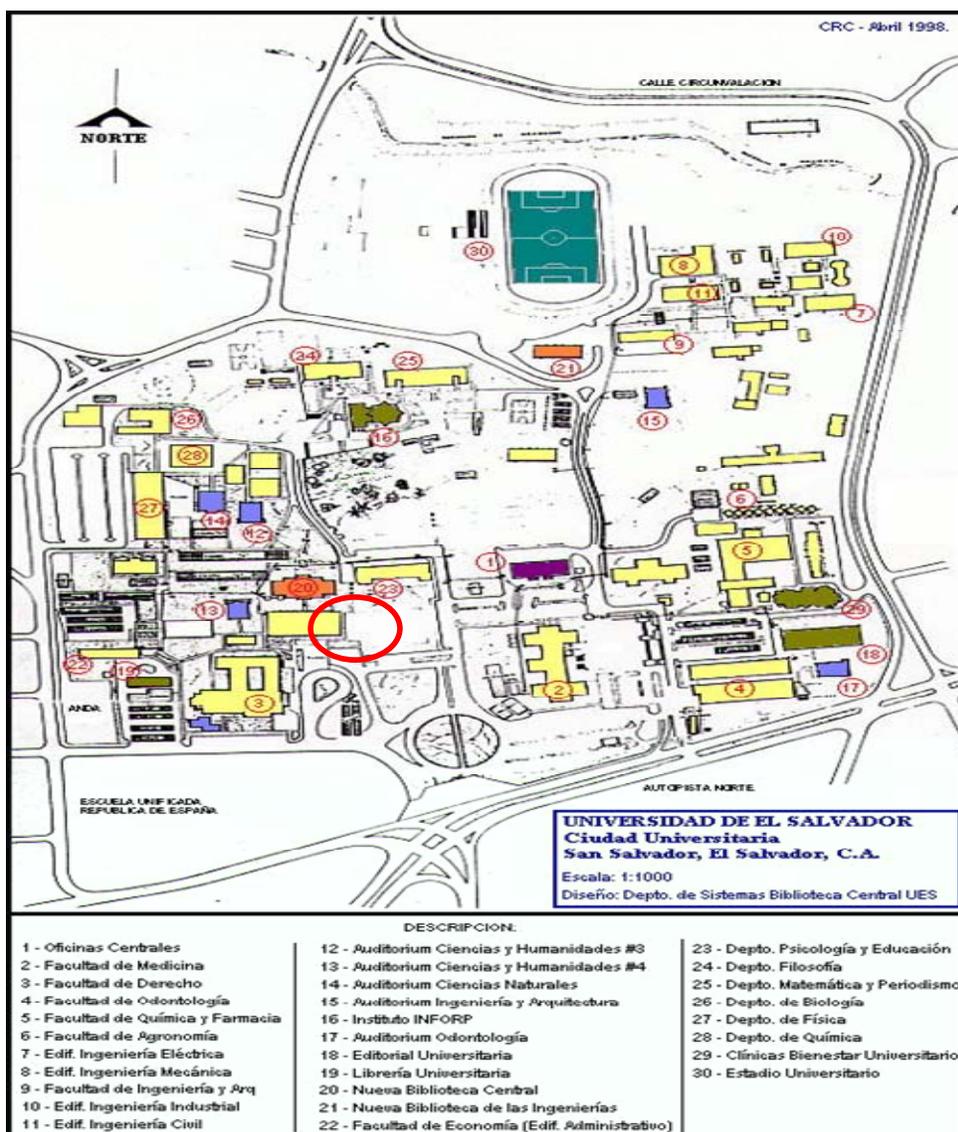
Ubicaciones	Visualización del Centro	Interés de Estudiantes	Acceso a plaza para Eventos	Total
Facultad de Ciencias Económicas	50%	23%	30%	103%
Facultad de Ciencias Agronómicas	55%	22%	40%	117%
Facultad de Ingeniería y Arquitectura	45%	17%	60%	122%
Facultad de Química y Farmacia	45%	17%	70%	132%
Facultad de Ciencias Naturales y Matemáticas	50%	16%	30%	96%
Antiguo edificio de la Biblioteca Central	90%	4%	95%	189%
Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales	75%	2%	95%	172%

Al analizar el cuadro se puede determinar que la ubicación que tiene mayor porcentaje en los atributos para determinar la microlocalización de CEMPREGRO es el antiguo edificio de la Biblioteca Central, teniendo un porcentaje del 189%, siendo muy favorable para la realización óptima de sus operaciones, asimismo ofrece mayores ventajas competitivas para la comercialización de los servicios que ofrecerá el Centro. Aún y cuando el interés de los estudiantes presenta solo un 4% respecto al interés de los estudiantes, esto se debe a que en la distribución de la muestra únicamente se pasaron tres cuestionarios con base al criterio del grado de involucramiento y las perspectivas de cada facultad o ubicación sobre brindar los servicios que prestara el Centro, sin embargo es importante mencionar que el total de los encuestados contestó "Muy dispuesto" al preguntárseles sobre la disposición a participar.

De acuerdo al análisis anterior, se recomienda que la Microlocalización del proyecto sea instalado en un punto estratégico en donde sea visible para la gran mayoría de estudiantes y público que ingresa a las instalaciones de la Universidad de El Salvador, así como fácil desplazamiento de los estudiantes que pertenecen a las facultades que estén más interesados en realizar su servicio social; ya que son una fuente importante de recurso humano necesario para el funcionamiento de CEMPREGRO, es por ello

que se recomienda que el Centro sea instalado en el Edificio Antigo de la Biblioteca Central que hoy en día además alberga la Escuela de Artes. Ver figura # 8.

Figura # 8. Microlocalización del proyecto



Microlocalización del Proyecto Antiguo Edificio de la Biblioteca Central

2. Tamaño del CEMPREGRO

Las especificaciones de las instalaciones necesarias para el funcionamiento de sus operaciones iniciales serán centralizadas en una sede central que se ubicara en las instalaciones de la Universidad de El Salvador, para darle cobertura a sus actividades, el Centro contará con una estructura organizacional que incluirá ejecutivos, staff de asesores, personal administrativo y estudiantes que en conjunto planificarán y ejecutarán todo un plan de asistencia de negocios agrícolas. Para ello se determinan las siguientes áreas: Dirección, Finanzas, Contabilidad, Coordinador de proyectos, Servicio Profesionales, Secretaria, Servicio al cliente, Área del programa de estudiantes CEMPREGRO (servicio social de estudiantes)

3. Ingeniería del CEMPREGRO

En este apartado se presenta la información técnica que permitirá la evaluación del proyecto.

3.1 Distribución en Planta

En cuanto a sus instalaciones CEMPREGRO contará con un espacio de 20 metros de largo por 8 metros de ancho, haciendo un total de 160 mt², las áreas que tendrá CEMPREGRO para prestar sus servicios, contará con ocho áreas de trabajo distribuido de la siguiente manera (ver figura # 5):

Secretaria. Extensión de área es de 2.00 mts por 3.00 mts. Tendrá a cargo la recepción y despacho de información así como el ordenamiento y distribución interna de la información del CEMPREGRO.

Dirección. Área de 3.00 mts por 3.33 mts la cual coordinará todas las áreas de CEMPREGRO, así como velar por el cumplimiento de metas y objetivos del centro.

Finanzas. Área de 3.00 mts por 3.33 mts tendrá como finalidad principal la administración y control de fondos destinados para la cobertura administrativas y operativa de las actividades de CEMPREGRO

Contabilidad. Área de 3.00 mts por 3.33 mts tendrá como finalidad la administración contable, presentando estados financieros, cumplimientos tributarios y custodia de libros legales.

Coordinador de Proyectos. Área de 3.00 mts por 3.33 mts la función principal será la de gerenciar la ejecución de los diferentes proyectos verificando que estos se desarrollen tal como está establecido en el proceso de planeación.

Servicios profesionales. Extensión de área es de 3.00 mts por 3.33 mts y será una sección que tendrá como finalidad servir de apoyo en la asesoría de servicios profesionales agrícolas.

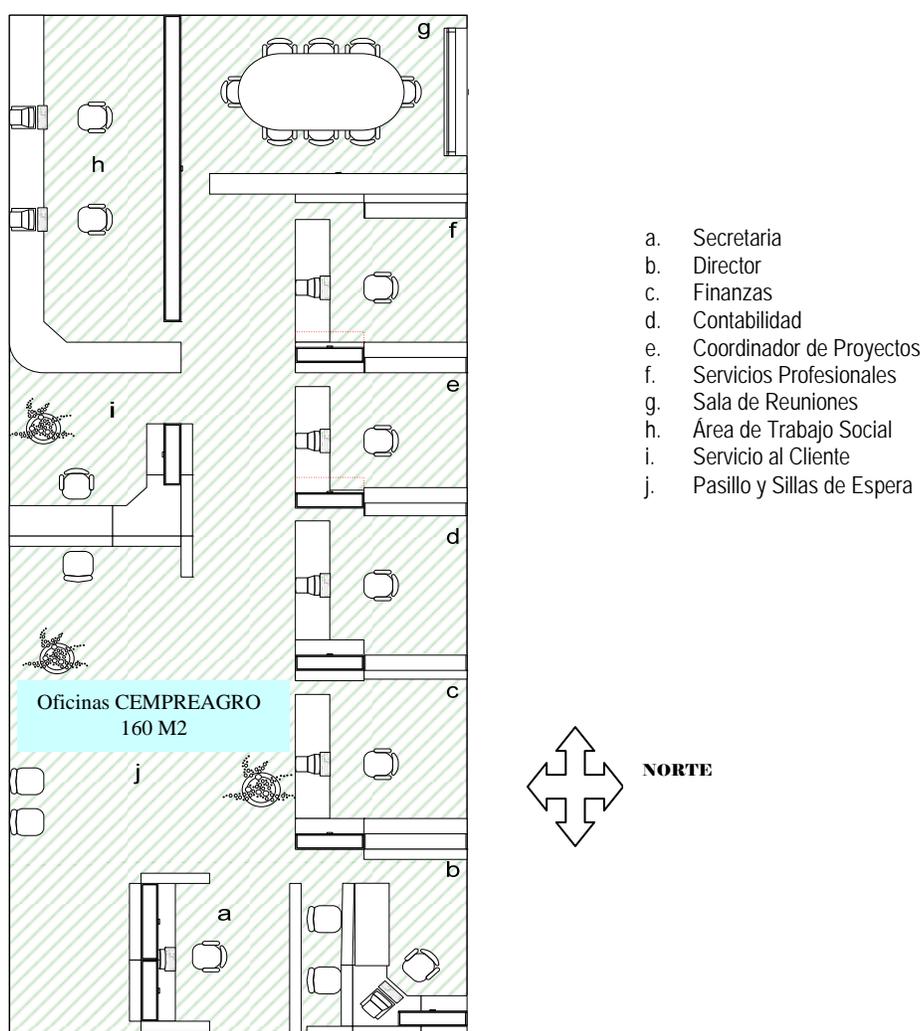
Área de Sala de reuniones. Extensión de área es de 5.00 mts por 3.35 mts. Servirá para tratar asuntos relacionados con el Centro ya sea de visitantes locales o internacionales, así como consultores y otras actividades propias de la actividad del CEMPREGRO.

Área de trabajo social del Programa de Estudiantes del CEMPREGRO. Extensión de área es de 3.00 mts por 7.00 mts. Sección que tendrá como finalidad desarrollar los diversos programas mediante los

cuales los estudiantes tendrán un marco de referencia más amplio para desarrollar la actividad de asesoría y asistencia relacionada con la actividad agropecuaria.

Servicio al cliente. Extensión de área es de 3.32 mts por 3.00 mts. Tendrá bajo su responsabilidad brindar la asistencia técnica agrícola, asistencia administrativa y asistencia financiera con la finalidad de brindar todo un abanico de opciones para que el empresario agrícola tenga la visión de rentabilidad en las diversas opciones que el asesor le pueda brindar.

Figura # 9. Distribución de Planta de CEMPREGRO



FUENTE: Elaborado por grupo de investigación formado por: Roberto Antonio García Platero, Víctor Hugo Ramírez Benitez y William Roberto Sorto López.

3.2 Recurso Humano

Para la puesta en marcha del CEMPREGRO es necesaria la utilización de personal que deberá estar encargado de realizar las actividades propias para la prestación de servicios de asesoramiento.

a) Dirección Ejecutiva.

Según la organización planteada, el centro deberá contar con un profesional que dirigirá y planificará las actividades en cada una de las áreas del CEMPREGRO de los servicios que se proyecta ofrecer. El candidato tendrá que cumplir con los requisitos planteados en el perfil profesional, obtenido de las entrevistas dirigidas a las autoridades de la Facultad de Ciencias Económicas.

Perfil Profesional:

- Graduado de una de las carreras de Ciencias Económicas.
- Haber obtenido postgrado en materia financiera, de recursos humanos o formación en consultoría y emprendedurismo.
- Comprometidos con el desarrollo académico y científico de la Universidad de El Salvador.
- Comprometido con el desarrollo económico agrícola del país.
- Amplia disposición al trabajo.
- Poseer capacidades de liderazgo, comunicación, trabajo en equipo, experiencia en la administración de recurso humano, capacidad de síntesis e interpretación de fenómenos.
- Amplios conocimientos en materia mercantil, organizacional y específicamente el área de agronegocios.
- Control y ejecución de aspectos publicitarios
- Que reúna cualidades personales como: amabilidad, paciencia, respeto, sensatez, humildad y honestidad.

b) Coordinador de Proyectos

Según la estructura organizativa del CEMPREGRO contara con un profesional que se encargara en ejecutar los trabajos operativos, ordenados por el director ejecutivo debido a los requerimientos efectuados por las diferentes personas naturales y jurídicas que se dedican a la inversión en la agricultura.

Perfil Profesional:

- Graduado de una de las carreras de Ciencias Agronómicas
- Haber obtenido postgrado en administración de negocios o administración financiera.

- Comprometidos con el desarrollo económico y social.
- Amplia disposición al trabajo.
- Dominio del idiomas ingles
- Experiencia en la administración de recurso humano
- Capacidad de síntesis e interpretación de resultados.
- Experiencia en comercialización internacional sobre agronegocios
- Experiencia en estudio de factibilidad agrícola
- Experiencia de cinco años como mínimo en el área agronómica
- Poseer iniciativa y creatividad para modificar procesos

c) Administrador de Finanzas

Según los niveles jerárquicos del CEMPREGRO contara con un profesional que tendrá la responsabilidad de administrar los recursos humanos y financieros, con el propósito de maximizar dichos recursos y de esta forma garantizar la autosostenibilidad del CEMPREGRO.

Perfil Profesional:

- Graduado de una de las carreras de Ciencias económicas (Administración de empresas o Contaduría pública).
- Haber obtenido maestría en administración financiera y de negocios.
- Comprometidos con el desarrollo económico y visión social.
- Capacidad para la estructuración y planeación financiera
- Amplia disposición al trabajo.
- Dominio del idiomas ingles
- Experiencia en la administración de recurso humano
- Capacidad de síntesis e interpretación de resultados.
- Habilidad para elaborar informes financieros
- Capacidad de trabajo en equipo

d) Personal administrativo

En base a la estructura organizacional del CEMPREGRO el personal administrativo estará integrado inicialmente por los siguientes técnicos contador, auxiliar contable, servicios profesionales, atención al

cliente y secretaria. Y serán responsables de brindar apoyo administrativo y logístico a las áreas operativas y financieras del centro, con la finalidad de brindar información oportuna y veraz para la toma de decisión.

Perfil del personal administrativo:

Graduados en bachillerato comercial opción contaduría y secretariado así como en carreras técnicas afines (capacidad de análisis, habilidad de redacción, ordenamientos de archivos, recepción y despacho de documentación, relaciones interpersonales, atención al cliente, conocimientos técnicos contables, administración de inventarios, control de pagos, control de compras, trabajo en bases a resultados)

e) Estudiantes en Servicio Social o Trabajo de Graduación.

Se pretende iniciar operaciones en el Centro de Emprendimiento en los Agronegocios con 8 estudiantes que tengan disponibilidad en dedicar 20 horas semanales para la prestación de servicios agrícola.

Los estudiantes deberán cumplir con el perfil académico siguiente:

- Ser estudiante de 5° año o egresado de alguna de las carreras de la Facultad de Ciencias Agronómicas y Ciencias Económicas.
- Poseer una nota promedio de 7.0 (CUM).
- Tener aprobado el 80% de las materias de su PENSUM.
- Disponibilidad para realizar sus prácticas en un número no menor a veinte horas semanales, hasta un total de 500 horas.

Perfil del estudiante:

- Capacidad de análisis
- Habilidad para resolver conflictos
- Desarrollo de liderazgo
- Habilidad para gerenciar
- Habilidad para sistematizar información
- Poseer cultura innovadora
- Capacidad de trabajo en equipo
- Habilidad para elaborar informes
- Capacidad emprendedora
- Sentido de responsabilidad social
- Ser proactivo

3.3. Mobiliario y Equipo de Oficina

Bajo la estructura de mobiliario y equipo de oficina el CEMPREGRO deberá contar con dicho recurso que garantice la adecuada asistencia a los productores agrícolas. Respecto a las necesidades informáticas requeridas se consulto al Departamento de Computo de la Facultad de Ciencias Económicas, para determinar las especificaciones del equipo requerido, se determinó que es necesaria la compra de seis computadoras de escritorio para uso de personal de dirección y administrativo, además deberá asignarse una computadora portátil para ser utilizada por los estudiantes que realicen horas sociales y que colaboren en los diferentes proyectos de asesorías del CEMPREGRO, teniendo en consideración que los recursos requeridos pueden incrementarse según el crecimiento del Centro. Ver detalle en cuadro # 21.

Cuadro #. 21: Detalle del mobiliario y equipo de oficina e insumos requeridos

Mobiliario y equipo	Cantidad	Descripción
Mobiliario y equipo	1	Escritorio Gerencial
	6	Escritorios secretariales
	22	Sillas ergonómicas
	3	Pizarra Acrílica
	1	Mesa de reuniones
	1	Mueble para estudiantes en servicio social
	3	Archiveros
	1	Cañón
	2	Teléfonos
	6	Computadoras de escritorio
Equipo informático	1	Computadora portátil
	2	Impresoras
	1	Cañón
Papelería y útiles	S/D	Papel bond, libretas, bolígrafos, lápices, etc.

S/D: Sin Definir

Características de Equipo Informático:

Para el desarrollo óptimo en las funciones de los estudiantes que realicen su trabajo social, las computadoras portátil y de escritorio deberán contener las siguientes características. (Ver cuadros # 22 y # 23 respectivamente)

CUADRO No 22: CARACTERISTICAS DE LAPTOP	
Especificaciones Técnicas	
Sistema Operativo	Genuine Windows Vista® Business 32
Procesador	Intel® Core™ 2 Duo Processor T8100 (2.1 GHz, 800 MHz FSB, 3 MB L2 cache)
Chipset	Mobile Intel® GME965 Express
Disco Duro	160 GB 5400 rpm SATA
Puertos	3 puertos USB 2.0, 1 RJ-11, 1 conector battery power, 1RJ-45 y 1 VGA
Tarjeta Grafica	Mobile Intel Graphics Media Accelerator X3100, with up to 384 MB shared
Tamaño Pantalla	15.4 inch diagonal WXGA anti-glare; 15.4 inch diagonal WXGA BrightView
Garantía	3 años

CUADRO No 23: CARACTERISTICAS DE COMPUTADORAS DE ESCRITORIO REQUERIDA	
Sistema Operativo	Windows XP Profesional SP2
Bus del sistema	FSB de 1066 MHz
Disco Duro	80GB Serial ATA (7200 rpm, 3GB/sec)
Puertos	6 puertos USB 2.0, 1 Paralelo, 2PS/2, 1RJ-45 y 1 VGA
Puertos Frontales	2 puertos USB 2.0 entradas de audifono y micrófono
Teclado	Teclado PS2/USB
Mouse	Scroll Mouse PS2/USB
Garantía	3 años

5. Organización del CEMPREGRO

5.1 Estructura organizativa³⁶

Los niveles jerárquicos establecidos en el Centro de Emprendimiento en los Agronegocios son los siguientes: Director Ejecutivo, Grupo Asesor, Coordinador de Proyectos, Administración y Finanzas, Servicios Profesionales, Servicio al Cliente, Auxiliar Contable y Secretaria.

³⁶ "Administración" Harold Koontz. Novena Edición, Editorial McGraw Hill, México DF, 1990.

Nivel de Dirección Ejecutiva:

Este nivel es el de mayor jerarquía dentro del Centro de Emprendimiento en los Agronegocios y tiene bajo su responsabilidad tomar las decisiones más importantes, establecer directrices, y estrategias, conocer el funcionamiento general del Centro e introducir los correctivos que considere necesarios, para lograr eficazmente los objetivos propuestos.

Nivel de Asesoría:

Este nivel desarrolla actividades de apoyo al Nivel de Dirección Ejecutiva o Estratégico, Nivel Intermedio y al Nivel Operativo, mediante el asesoramiento en materia legal, de relaciones institucionales y de planificación, así como otros servicios de apoyo administrativo requeridos por las unidades de línea que están relacionadas directamente con la razón de ser del Centro.

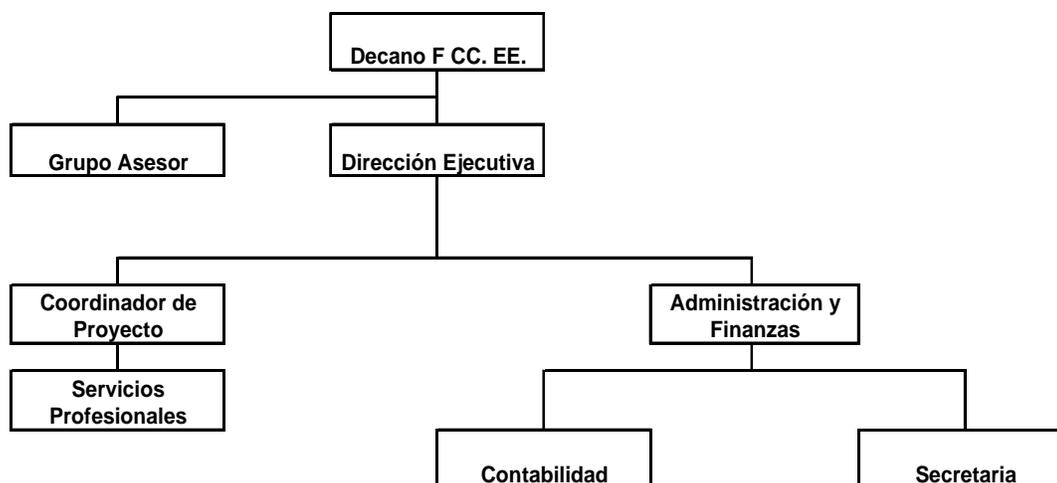
Nivel intermedio:

Este nivel desarrolla actividades como la aplicación de herramientas de diagnósticos en los planes de negocios, así como también apoyar al director en la elaboración de presupuestos de operación del Centro de Emprendimiento en los Agronegocios.

Nivel Operativo:

El Nivel Operativo tiene bajo su responsabilidad el diseño, ejecución y control de los programas que están directamente relacionados con la razón de ser del Centro, está integrado por las siguientes unidades organizativas: Servicios Profesionales, Servicio al Cliente, Contabilidad y Secretaria.

5.2 Organigrama Funcional de Unidades del CEMPREGRO



FUENTE: Elaborado por grupo de investigación formado por: Roberto Antonio García Platero, Víctor Hugo Ramírez Benitez y William Roberto Sorto López.

5.3 Manual de Funciones y Descripción de Puestos

El Manual de Funciones y Descripción de puestos es las herramientas de apoyo administrativo que presenta las tareas o funciones a desarrollar por las diferentes plazas del CEMPREGRO establece los objetivos del puesto y realiza un inventario de los aspectos significativos del puesto y de los deberes y las responsabilidades de acuerdo a las exigencias del Centro. Al respecto en el Anexo No 9 se detallan el Manual de Funciones y Descripción de Puestos.

5.4 Manual de Procedimientos

Este documento señala el procedimiento preciso a seguir para lograr el trabajo de todo el personal que integrará el Centro de Emprendimiento en los Agronegocios (CEMPREGRO), y tener claros los procedimientos mediante una descripción narrativa del conjunto de instrucciones específicas para realizar una gama de operaciones y actividades. La herramienta antes detallada se presenta en el Anexo No 10 relacionada al Manual de Normas y Procedimientos.

6. Marco legal para la creación del CEMPREGRO

En relación a los aspectos legales, actualmente no se tiene un documento que ampare la legalización del Centro, para el diagnóstico se desarrolló la investigación con apoyo de la representante de la Facultad de Ciencias Económicas en la Fiscalía de la Universidad de El Salvador a quien se planteó sobre el estudio de factibilidad correspondiente a la creación del Centro de Emprendimiento en Agronegocios.

En diferentes entrevistas se recopiló información sobre los pasos a seguir para la legalización de una unidad en la Universidad, dentro de lo cual se contemplan las disposiciones preliminares de la Ley Orgánica de la Universidad de El Salvador en el artículo 1, definen el objeto de la misma el cual es establecer los principios y fines generales en que se basará la organización en funcionamiento de la Universidad.

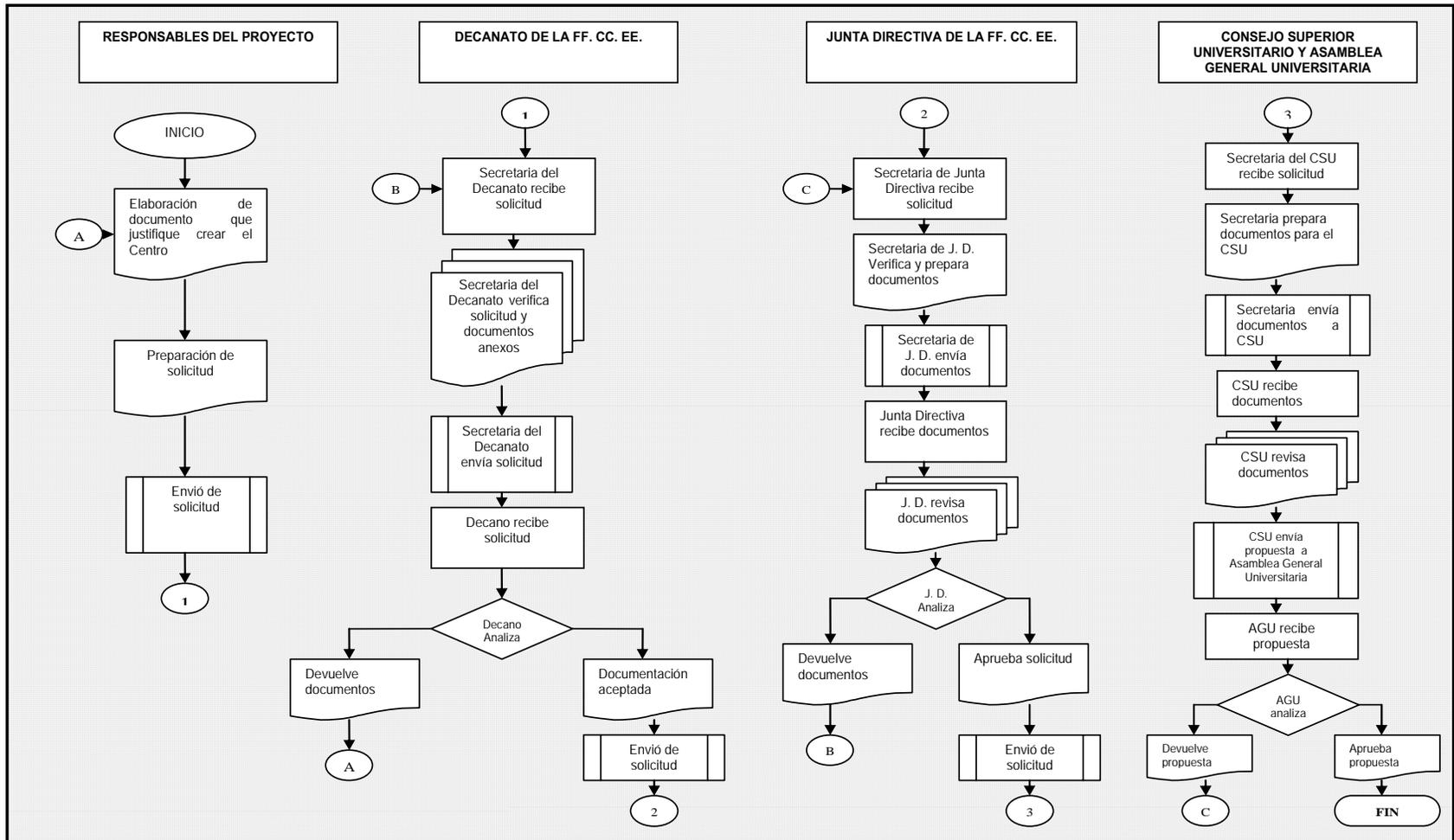
6.1 Aspectos legales en el proceso de legalización de CEMPREGRO

Para efectos de la normativa relacionada a la instalación del Centro de Agronegocios; se puede encontrar que en el artículo 33 de la Ley Orgánica de la Universidad de El Salvador, se señalan las atribuciones y deberes del Decano de la Facultad de Ciencias Económicas, específicamente el literal d), establece que este debe “adoptar dentro de sus funciones ejecutivas, todas las medidas que sean necesarias para asegurar la buena marcha de la Facultad y la debida coordinación entre sus dependencias”. Por lo cual, el Decano como autoridad, es el ente inicial que debe brindar el apoyo hacia el proyecto, así como proponer su instalación a la Junta Directiva.

Dentro de las atribuciones y deberes de las Juntas Directivas; el Artículo 32, literal d), señala que esta debe “proponer al Consejo Superior Universitario la creación, supresión, anexión o fusión de escuela, institutos u otros organismos dependientes de la Facultad a fin de que sean aprobados”

La instalación del Centro de Emprendimiento de Agronegocios previamente aprobado por el Consejo Superior, debe ser sometida a la aprobación de la Asamblea General Universitaria según el artículo 22, literal f). Toda organización debe poseer un Reglamento Interno, que regirá las actividades administrativas dentro del mismo; el Centro de Emprendimiento no es la excepción, por lo tanto este debe estar sujeto a las disposiciones contempladas en el artículo 19, literal c), es decir que dicho reglamento debe ser aprobado por la Asamblea General Universitaria. Flujo grama de Procesos, ver figura # 10.

Figura # 10. Flujoograma de procesos
PASOS A SEGUIR PARA LA LEGALIZACION DE CEMPREGRO



6.2 Ley de Impuestos sobre la Renta

La Universidad de El Salvador, está excluida del pago de este impuesto, según lo establece el Artículo 6, literal a), que dice: "No son sujetos obligados al pago de este impuesto".

Tomando en cuenta que el Centro de Emprendimiento en los Agronegocios formará parte de la Facultad de Ciencias Económicas y que la Universidad es una institución autónoma, el proyecto está excluido del Impuesto sobre la renta ya que CEMPREGRO nacerá como una unidad productiva aprovechando la autonomía que goza la facultad como parte de la universidad; con la salvedad que debe ser fiscalizada por los entes contralores correspondientes.

Lo anterior permitirá tener cuentas independientes y evitar la burocracia interna de la universidad, ya que los ingresos que genere el Centro, no serán repartidos con fines de lucro, sino que serán destinados al desarrollo de la vinculación de la universidad con la sociedad y del Sector Agropecuario. Para ello es necesario obtener un acuerdo aprobado por el Consejo Superior Universitario en el cual se permita funcionar y prestar los servicios que se propone.

6.3 Ley del Impuesto al Valor Agregado (IVA)

Según lo establece el Artículo 20, inciso segundo, el Centro de Emprendimiento en los Agronegocios (CEMPREGRO), será un sujeto pasivo; es decir, estará obligado al pago de este impuesto. Literalmente el Artículo expresa:

"Igual calidad tendrán las instituciones, organismos y empresas propiedad del Gobierno Central y de instituciones públicas descentralizadas o autónomas, cuando realicen los hechos previstos en esta Ley, no obstante que las leyes por las cuales se rigen las hayan eximido de toda clase de contribución o impuestos, salvo cuando realicen actividades bursátiles".

EL Centro de Emprendimiento en los Agronegocios (CEMPREGRO) prestará diversos servicios a los productores del sector agrícola los cuales están gravados con este impuesto, según lo establecido en el artículo 16. La facturación de dichos servicios será en formularios preimpresos, las propuestas de formularios como Contrato de Servicios Profesionales, Factura y Comprobante de Crédito Fiscal se presenta en anexos 11, 12 y 13 respectivamente.

D. ESTUDIO ECONOMICO DEL CEMPREGRO

1. Mobiliario y Equipo

En este rubro se abarca lo que respecta al mobiliario y equipo necesario para que el CEMPREGRO inicie operaciones en la prestación de Servicios de asesoramiento agropecuario. Los gastos han sido calculados con base a cotizaciones realizadas en centros de venta en San Salvador. Además del mobiliario y equipo es necesario que el CEMPREGRO cuente con otros recursos que son complementarios de los primeros, entre ellos: papelería, cartuchos de tinta para el impresor, engrapadoras, perforadores, etc. Inicialmente este rubro se integrara según lo detallado en el cuadro de inversión del proyecto (cuadro # 28)

2. Gastos de Operación

Dentro de la estructura de costo del CEMPREGRO los gastos de operación están compuestos en función de la proyección de la demanda es decir que la predeterminación estará relacionado con la cobertura que se le pretenda dar a los servicios, para el calculo de estos valores es importante tener definido los objetivos y metas ya que la cuantificación de los mismos estará en función del alcance que se le pretenda dar al negocio. Los rubros que detallan los costos de operación son los siguientes:

Rubro: Sueldos y Salarios

En este rubro se agruparan valores que tendrán como finalidad pagar a todos aquellos empleados que presten sus servicios al Centro, este rubro se ha determinado con base a los rangos salariales establecidos en el Presupuesto General de la Universidad de El Salvador, es necesario que se establezca un periodo de revisión para mantener esta obligación dentro los estándares promedios con la finalidad de mantener un adecuado clima organizacional para que el personal desarrolle de forma eficiente y eficaz sus actividades dentro del Centro y de esta manera se pueda alcanzar los objetivos y metas establecidos. Dichos costos se detallan en el Cuadro No 24.

Rubro: ISSS

Este rubro se integra por aquellas cantidades que son inherentes con la responsabilidad empresarial y estos valores se determinan basados en porcentajes que son determinados mediante procesos legales y para ello consultamos la ley del Instituto Salvadoreño del Seguro Social normativa legal que nos define los porcentajes que debemos utilizar para establecer el valor que le compete a cada uno de las personas

que prestaran sus servicios profesionales al CEMPREGRO la carga para el patrono es del 7.5% hasta un monto de \$ 685.71 Dichos costos se detallan en el Cuadro No 24.

Rubro: AFP

Este rubro se integra por aquellas cantidades que son de absoluta responsabilidad empresarial y estos valores se determinan basados en porcentajes, para determinar su valor se considero la ley de las Administradoras de Fondos Pensiones actual, la cual tiene considerado como carga patronal la aplicación del 6.75% sobre el salarios hasta un máximo de \$ 5,600.00 Dichos costos se detallan en el Cuadro No 24.

Rubro: Aguinaldo

Prestación apegada a derecho que es responsabilidad de la organización darla a todos las personas que están contratadas bajo la normativa del código de trabajo, CEMPREGRO puede adoptar como política darle un porcentaje arriba de los que establece la normativa legal pero en ningún momento puede dar un valor debajo de lo establecido por la ley. Para efecto de determinar el aguinaldo el Código de Trabajo tiene considerado que para aquellos empleados con un año de laborar en la empresa tienen derecho a 10 días de salario. Los costos relacionados se detallan en el Cuadro No 24.

Rubro: Indemnización

Prestación que es inherente con el proceso de contratación y destitución, y la misma esta establecida por normativa legal (Código de Trabajo), en el se establece el porcentaje que la organización esta obligada a pagar a un empleado en caso ya no se requiera sus servicios profesionales y que esta haya sido contratado bajo la modalidad de salarios, la institución puede adoptar una política de pagar una indemnización superior a la establecida por la ley, pero en ningún caso podrá pagar un valor inferior al establecido legalmente. Para efecto de determinar la indemnización se ha considerado la dispuesto por el Código de Trabajo que dice que para aquellos empleados que tengan un año gozaran como beneficio por este concepto, remuneración equivalente a un salario. Dichos costos se detallan en el Cuadro No 24.

Rubro: Vacaciones

Prestación establecida en la normativa Código de Trabajo, esta ley establece que cada uno de los empleados gozara de vacaciones y que es obligación de la institución pagar un porcentaje de su salario para que la persona pueda gozar de sus vacaciones. Para efecto de determinar la vacación se toma como parámetro el 30% del salario pagado en una quincena. Dichos costos se detallan en el Cuadro No 24.

En resumen los rubros anteriores se detallan en el siguiente presupuesto de Recurso Humano del cuadro # 24.

Cuadro No. 24. Presupuesto de Recursos Humanos

PRESUPUESTO DE RECURSOS HUMANOS EN USD
INICIO DE PROYECTO - AÑO 2009

DESCRIPCION	MENSUAL					
	SALARIO	AFP	ISSS	AGUINALDO	INDEMNIZACION	VACACION
GASTOS PERSONAL DE PRESTACION DE SERVICIOS						
Servicios Profesionales	1,000.00	67.50	51.43	333.33	1,000.00	150.00
Coordinador de Proyecto	1,300.00	87.75	51.43	433.33	1,300.00	195.00
Sub total estimado	2,300.00	155.25	102.86	766.67	2,300.00	345.00
Frecuencia	12	12	12	1	1	1
SUB TOTAL ANUAL	27,600.00	1,863.00	1,234.28	766.67	2,300.00	345.00
GASTOS PERSONAL DE ADMINISTRACION						
Director	1,500.00	101.25	51.43	500.00	1,500.00	225.00
Administrador	1,200.00	81.00	51.43	400.00	1,200.00	180.00
Contador	800.00	54.00	51.43	266.67	800.00	120.00
Secretaria	500.00	33.75	37.50	166.67	500.00	75.00
Sub total estimado	4,000.00	270.00	191.78	1,333.33	4,000.00	600.00
Frecuencia	12	12	12	1	1	1
SUB TOTAL ANUAL	48,000.00	3,240.00	2,301.42	1,333.33	4,000.00	600.00
TOTAL GENERAL	75,600.00	5,103.00	3,535.70	2,100.00	6,300.00	945.00

Rubro: Viáticos y Transporte

Bajo este concepto se registrarán aquellos valores que tengan como finalidad servir de soporte para que el recurso humano se pueda movilizar tanto dentro del país así como fuera de él, siempre y cuando la movilización se de con la finalidad de cubrir aspectos de interés total para el CEMPREGRO y que los mismos sean coherentes con la finalidad institucional, así como también se encuentren apegados al plan de trabajo y objetivos de dirección. Dichos costos se detallan en el Cuadro No 25

Cuadro No. 25. Presupuesto de viáticos y transporte

PRESUPUESTO DE VIATICOS Y TRANSPORTE EN USD
INICIO DE PROYECTO - 2009

DESCRIPCION	Años	Mensual	TOTAL
Costos de administración personal de CEMPREGRO y estudiantes en servicio social	1 año	100.00	1,200.00
	2 año	100.00	1,200.00
	3 año	100.00	1,200.00
	4 año	100.00	1,200.00
	5 año	100.00	1,200.00
TOTAL		500.00	6,000.00
Costos de servicios agrícolas personal de CEMPREGRO y estudiantes en servicio social	1 año	0.00	0.00
	2 año	833.33	10,000.00
	3 año	1,250.00	15,000.00
	4 año	1,666.67	20,000.00
	5 año	2,083.33	25,000.00
TOTAL		5,833.33	70,000.00

Rubro: Alquileres

Se registrara en concepto de alquileres lo referente a local, mobiliario, equipo de transporte y cualquier otro gasto de alquiler relacionado con la prestación de servicios, con el fin de dar cobertura a los eventos que se realicen en el interior del país o cuando se requieran instalaciones mas amplias que las del CEMPREGRO. Este gasto se estima a partir del segundo año del proyecto por un valor de \$300. mensuales, alcanzando al año un total de \$3,600.

Rubro: Papelería y Útiles

Bajo este rubro se registraran aquellos valores que tendrán como finalidad la adquisición de papelería y útiles que servirán para mantener la operatividad de las actividades que desarrolla el CEMPREGRO. Los gastos mensuales estimados son de \$38.00 sumando al año \$456.00

Rubro: Medicamentos

Bajo este se agruparan aquellos valores que serán erogados con la finalidad de la adquisición de medicinas que servirán para cubrir una contingencia en cuanto a la integridad física de los empleados o estudiantes que le presten asistencia a CEMPREGRO. Para este el rubro medicamentos se ha considerado una erogación mensual de \$ 20.00 con la finalidad de mantener un botiquín de primeros auxilios anualmente se estima \$ 240.00

Rubro: Atenciones a clientes

En este rubro de registraran aquellos valores que se originen con la finalidad de brindarle atención a los diferentes clientes que visiten al CEMPREGRO por ejemplo una recepción en hoteles o cualquier lugar ya sea dentro del CEMPREGRO o fuera de el, estos valores deberán de ser considerados en el presupuesto operativo con la finalidad de crear una disponibilidad. Para este rubro se ha considerado una erogación mensual de \$ 30.00 con la finalidad de mantener un stop de café, azúcar, agua y te; para brindarle atención al cliente que visite CEMPREGRO, anualmente se estima la cantidad de \$ 360.00 en el desarrollo del proyecto que es de un periodo de cinco años se estima \$ 1,800.00

Rubro: Publicidad y Anuncios

En este rubro se concentraran aquellas erogaciones que tengan como finalidad posicionar en el mercado los servicios o productos, el alcance de estos valores estará en función del grado de posicionamiento de mercado, el posicionamiento del mercado esta relacionado con la segmentación que se estratifica con la

finalidad de poder lograr los puntos de venta establecidos que nos permitan ser competitivos en el mercado. Dichos costos se detallan en el Cuadro No 26.

Cuadro No. 26. Presupuesto de publicidad
PRESUPUESTO DE PUBLICIDAD Y ANUNCIOS EN USD
INICIO DE PROYECTO - AÑO 2009

Descripción	Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Cuñas radiales	75.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	4,500.00
Hojas Volantes	25.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	1,500.00
Brochure	50.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	3,000.00
Pagina web	50.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	3,000.00
Total	200.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00	12,000.00

Rubro: Depreciación

Los valores de este rubro están determinados por porcentajes establecidos en la Ley del Impuesto Sobre la Renta este valor se constituye en el establecimiento de una reserva de reposición de activos, para nuestro cuadro se a considerado un valor residual del 10% del valor de adquisición con una aplicación de depreciación a 5 años mediante el método de línea recta sobre el valor a depreciar de todos los activos que se describen en la inversión inicial por un monto total de \$9,045. En razón de lo cual el gasto por depreciación anual asciende a \$1,628.10

Un resumen de los gastos de operación se presenta en el siguiente cuadro # 27.

Cuadro # 27. Detalle de gastos de Operación

GASTOS DE OPERACIÓN EN USD
 INICIO DE PROYECTO- AÑO 2009

DESCRIPCION	AÑOS										COSTO TOTAL
	1		2		3		4		5		
	MENSUAL	ANUAL	MENSUAL	ANUAL	MENSUAL	ANUAL	MENSUAL	ANUAL	MENSUAL	ANUAL	
GASTOS POR PRESTACION DE SERVICIOS											
Sueldos	2,300.00	27,600.00	2,300.00	27,600.00	2,300.00	27,600.00	2,300.00	27,600.00	2,300.00	27,600.00	138,000.00
ISSS Cuota Patronal	102.86	1,234.28	102.86	1,234.28	102.86	1,234.28	102.86	1,234.28	102.86	1,234.28	6,171.40
AFPS- Cuota Patronal	155.25	1,863.00	155.25	1,863.00	155.25	1,863.00	155.25	1,863.00	155.25	1,863.00	9,315.00
Aguinaldo	63.89	766.67	63.89	766.67	63.89	766.67	63.89	766.67	63.89	766.67	3,833.35
Indemnización	191.67	2,300.00	191.67	2,300.00	191.67	2,300.00	191.67	2,300.00	191.67	2,300.00	11,500.00
Vacaciones	28.75	345.00	28.75	345.00	28.75	345.00	28.75	345.00	28.75	345.00	1,725.00
Viaticos y Transporte			833.33	10,000.00	1,250.00	15,000.00	1,666.67	20,000.00	2,083.33	25,000.00	70,000.00
Alquileres			300.00	3,600.00	300.00	3,600.00	300.00	3,600.00	300.00	3,600.00	14,400.00
SUB-TOTAL		34,108.95		47,708.95		52,708.95		57,708.95		62,708.95	254,944.75
GASTOS DE ADMINISTRACION											
Sueldos	4,000.00	48,000.00	4,000.00	48,000.00	4,000.00	48,000.00	4,000.00	48,000.00	4,000.00	48,000.00	240,000.00
ISSS - Cuota Patronal	191.78	2,301.42	191.78	2,301.42	191.78	2,301.42	191.78	2,301.42	191.78	2,301.42	11,507.10
AFPS- Cuota Patronal	270.00	3,240.00	270.00	3,240.00	270.00	3,240.00	270.00	3,240.00	270.00	3,240.00	16,200.00
Aguinaldo	111.11	1,333.33	111.11	1,333.33	111.11	1,333.33	111.11	1,333.33	111.11	1,333.33	6,666.65
Indemnización	333.33	4,000.00	333.33	4,000.00	333.33	4,000.00	333.33	4,000.00	333.33	4,000.00	20,000.00
Vacaciones	50.00	600.00	50.00	600.00	50.00	600.00	50.00	600.00	50.00	600.00	3,000.00
Papelaria y Utiles	38.00	456.00	38.00	456.00	38.00	456.00	38.00	456.00	38.00	456.00	2,280.00
Medicamentos	20.00	240.00	20.00	240.00	20.00	240.00	20.00	240.00	20.00	240.00	1,200.00
Atenciones a Clientes	30.00	360.00	30.00	360.00	30.00	360.00	30.00	360.00	30.00	360.00	1,800.00
Viaticos y Transporte	100.00	1,200.00	100.00	1,200.00	100.00	1,200.00	100.00	1,200.00	100.00	1,200.00	6,000.00
Publicidad y Anuncios	200.00	2,400.00	200.00	2,400.00	200.00	2,400.00	200.00	2,400.00	200.00	2,400.00	12,000.00
Depreciacion	135.68	1,628.10	135.68	1,628.10	135.68	1,628.10	135.68	1,628.10	135.68	1,628.10	8,140.50
SUB-TOTAL		65,758.85		65,758.85		65,758.85		65,758.85		65,758.85	328,794.25
TOTAL GENERAL		99,867.80		113,467.80		118,467.80		123,467.80		128,467.80	583,739.00

3. Inversión total inicial

La creación del Centro de Emprendimiento en los Agronegocios en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador, requiere una estructura de capital total para iniciar sus operaciones en la prestación de servicios, que en sus componentes considere factores de inversión, elementos que tendrán como finalidad asistir al recurso humano en la cobertura de las actividades que son inherentes con la consecución de sus objetivos, objetivos que estarán integrados con la visión y misión. Así también dentro de la estructura tendrá factores de cobertura operativa, estos tendrán como finalidad servir de soporte económico para que las actividades operativas mantengan su proceso de asistencia en la prestación de los servicios de asesoramiento agrícola, los elementos de esta estructura deberán estar en función de la segmentación de mercado. La inversión total será de \$ 9,045.00 que se detalla en el cuadro # 28.

Cuadro # 28. Inversión total del proyecto

**PRESUPUESTO DE INVERSION EN USD
INICIO DE PROYECTO - AÑO 2009**

Descripcion	Cantidad	Precio Unitario	Gasto Total
Escritorios ejecutivo	1	\$165.00	\$165.00
Escritorios secretariales	6	\$60.00	\$360.00
Sillas ergonómicas	22	\$40.00	\$880.00
Pizarras acrílicas	3	\$80.00	\$240.00
Mesa grande para 8 personas	1	\$350.00	\$350.00
Cañón	1	\$800.00	\$800.00
Archiveros	3	\$50.00	\$150.00
Teléfonos	2	\$75.00	\$150.00
Computador	6	\$700.00	\$4,200.00
Computador portátil	1	\$1,000.00	\$1,000.00
Impresor Lexmark	2	\$175.00	\$350.00
Mueblepara estudiantes	1	\$400.00	\$400.00
Total inversión Inicial			\$9,045.00

Dentro de la estructura financiera del CEMPREAGRO se ha considerado en el Balance General específicamente el rubro de activos no corrientes valores que serán invertidos en activos que servirán como elementos básicos para poder desarrollar sus actividades con la finalidad de darle cobertura a los objetivos empresariales. Es importante explicar que la adquisición de estos activos dentro del plan de ejecución del proyecto se ha programado para realizarse durante el mes de febrero 2009.

4. Flujo de Fondos

El flujo de fondos es aquel que muestra las entradas y salidas de efectivo durante el periodo de evaluación del proyecto, así mismo representa la posición financiera del mismo.

Para el proyecto del Centro de Emprendimiento en los Agronegocios (CEMPREAGRO) de la Facultad de Ciencias Económicas, el flujo correspondiente a 5 años de valuación se detalla en Cuadro No 29

Cuadro No. 29. Flujo de Efectivo del CEMPREGRO

CEMPREGRO
FLUJO DE EFECTIVO
INICIO DE PROYECTO- 2009

DESCRIPCION	AÑOS					TOTAL
	2009	2010	2011	2012	2013	
Saldo inicial		10,000.00	16,096.30	34,976.60	66,640.90	
Donación	10,000.00					
INGRESOS POR PRESTACION DE SERVICIOS						
Buenas Prácticas Agrícolas	9,000.00	10,800.00	12,600.00	14,400.00	16,200.00	63,000.00
Asesoramiento en Costos y Manejo Financiero	11,880.00	14,256.00	16,632.00	19,008.00	21,384.00	83,160.00
Acceso a financiamiento	8,640.00	10,080.00	11,520.00	12,960.00	14,400.00	57,600.00
Normas de Calidad en Alimentos	11,880.00	14,256.00	16,632.00	19,008.00	21,384.00	83,160.00
Pasantías Estudiantiles	8,640.00	10,080.00	11,520.00	12,960.00	14,400.00	57,600.00
Asesoramiento en Gestión Empresarial	12,528.00	14,616.00	16,704.00	18,792.00	20,880.00	83,520.00
Asistencia Técnica Agrícola	14,256.00	16,632.00	19,008.00	21,384.00	23,760.00	95,040.00
Asistencia Técnica en General	12,528.00	14,616.00	16,704.00	18,792.00	20,880.00	83,520.00
Vinculación con Mercados	10,800.00	12,600.00	14,400.00	16,200.00	18,000.00	72,000.00
TOTAL INGRESOS	100,152.00	117,936.00	135,720.00	153,504.00	171,288.00	678,600.00
EGRESOS						
Sueldos	75,600.00	75,600.00	75,600.00	75,600.00	75,600.00	378,000.00
ISSS Cuota Patronal	3,535.70	3,535.70	3,535.70	3,535.70	3,535.70	17,678.50
AFPS- Cuota Patronal	5,103.00	5,103.00	5,103.00	5,103.00	5,103.00	25,515.00
Aguinaldo	2,100.00	2,100.00	2,100.00	2,100.00	2,100.00	10,500.00
Indemnizacion	6,300.00	6,300.00	6,300.00	6,300.00	6,300.00	31,500.00
Vacaciones	945.00	945.00	945.00	945.00	945.00	4,725.00
Papelera y Utiles	456.00	456.00	456.00	456.00	456.00	2,280.00
Medicamentos	240.00	240.00	240.00	240.00	240.00	1,200.00
Atenciones a Clientes	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00	1,800.00
Viaticos y Transporte Administración	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	6,000.00
Publicidad y Anuncios	2,400.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00	12,000.00
Viaticos y Transporte por prestación de servicios		10,000.00	15,000.00	20,000.00	25,000.00	70,000.00
Alquileres		3,600.00	3,600.00	3,600.00	3,600.00	14,400.00
TOTAL EGRESOS	98,239.70	111,839.70	116,839.70	121,839.70	126,839.70	575,598.50
SUB-TOTAL	11,912.30	16,096.30	34,976.60	66,640.90	111,089.20	
Partidas que no afectan el efectivo						
Depreciacion	1,628.10					
Utilidad	284.20					
FLUCTUACION DE EFECTIVO	10,000.00	16,096.30	34,976.60	66,640.90	111,089.20	

E. EVALUACION ECONOMICA DEL CEMPREGRO

Para CEMPREGRO la evaluación económica comprende la estructura de ingresos y costos dentro de la composición de los ingresos se ha considerado una diversidad de servicios con los cuales se pretende hacerle frente a los costos operativos.

En todas las empresas es necesario, en mayor o en menor medida, hacer frente a inversiones sobre las que se vaya a basar la operativa del negocio. Por analizar la viabilidad de una inversión puede entenderse el hecho de plantearnos si los ingresos derivados de nuestro proyecto de negocio van a ser suficientes para hacer frente a los compromisos adquiridos y en que medida el proyecto refleja una rentabilidad. La evaluación para analizar proyectos de inversión se basan normalmente en el análisis de los ingresos y gastos relacionados con el proyecto, teniendo en cuenta cuándo son efectivamente recibidos y entregados es decir, en los flujos de caja que se obtienen en dicho proyecto con el fin de determinar si son suficientes para soportar el servicio de la deuda anual (principal + intereses) y de retribuir adecuadamente la inversión.

Por tanto este trabajo se basa en la evaluación desde el punto de vista empresarial utilizando los indicadores antes mencionados, para una mejor toma de decisión. Como parámetro de análisis a continuación se presenta el presupuesto general de ingresos, costos e inversiones, mediante el cual se ejecutará el proyecto durante un periodo de cinco años. (Ver Cuadro No 32)

El presupuesto general integra los, costos e inversiones elementos mediante los cuales determinaran los resultados proyectados con la finalidad de determinar la utilidad, en CEMPREGRO los componentes de los ingreso son. 1- elaboración de prototipos 2- desarrollo de planes de negocio 3- capacitaciones 4- asesoría financiera 5- ejecución de estudios de mercado 6- análisis en laboratorios 7- servicios de información. Los componentes de los egresos son: 1- costos de servicios agrícolas 2- costos de administración. Los componentes de inversión son: 1- Adquisición de equipos de son de suma importancia para mantener las actividades operativas normales para satisfacer la demanda de nuestros potenciales clientes.

1. Valor Actual Neto (VAN)

Este criterio de evaluación se refiere a encontrar las diferencias entre los valores actuales de los flujos de ingresos y egresos a una tasa de descuento dada, que de acuerdo entidades financieras la tasa promedio es del 10%, dicha tasa se consideró en la constitución de la tasa mínima de retorno aceptable para este proyecto. Ver Cuadro No. 30

Cuadro N° 30. Calculo del VAN

AÑOS	INVERSION	INGRESOS	COSTOS	BENEFICIO NETO	FACTOR DE ACTUALIZACION 10%	VAN
0	\$10,000.00			\$ (10,000.00)		
1		\$ 100,152.00	\$ 98,239.70	\$ 1,912.30	0.909090909	\$ 1,738.45
2		\$ 117,936.00	\$ 111,839.70	\$ 6,096.30	0.826446281	\$ 5,038.26
3		\$ 135,720.00	\$ 116,839.70	\$ 18,880.30	0.751314801	\$ 14,185.05
4		\$ 153,504.00	\$ 121,839.70	\$ 31,664.30	0.683013455	\$ 21,627.14
5		\$ 171,288.00	\$ 126,839.70	\$ 44,448.30	0.620921323	\$ 27,598.90
				\$ 93,001.50		
SUMA DEL VALOR ACTUAL						\$ 70,187.81
INVERSION INICIAL						\$ 10,000.00
VAN						\$ 60,187.81

El valor neto actualizado de los ingresos, es el valor presente de las utilidades futuras descontadas el costo apropiado de capital menos el costo de los egresos. Este criterio plantea que el proyecto debe aceptarse si su valor actual neto es igual o superior a cero, para el caso el VAN resultante es de \$60,187.81 por lo cual el proyecto debe de ser aceptado.

2. Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de retorno es la tasa de rendimiento anual, en donde la totalidad de los beneficios es igual a los desembolsos, en otras palabras es la tasa que iguala a cero el valor de las entradas del proyecto con las salidas del mismo. La TIR para este proyecto se presenta en Cuadro No 31.

Cuadro No. 31. Tasa Interna de Retorno del CEMPREGRO

AÑOS	BENEFICIOS NETOS	FACTOR DE ACTUALIZACION 85%	VAN	BENEFICIOS NETOS	FACTOR DE ACTUALIZACION 88.00%	VAN
0	\$ (10,000.00)					
1	\$ 1,912.30	0.540540541	\$ 1,033.68	\$ 1,912.30	0.531914894	\$ 1,017.18
2	\$ 6,096.30	0.292184076	\$ 1,781.24	\$ 6,096.30	0.282933454	\$ 1,724.85
3	\$ 18,880.30	0.157937338	\$ 2,981.90	\$ 18,880.30	0.150496518	\$ 2,841.42
4	\$ 31,664.30	0.085371534	\$ 2,703.23	\$ 31,664.30	0.080051339	\$ 2,534.77
5	\$ 44,448.30	0.046146775	\$ 2,051.15	\$ 44,448.30	0.0425805	\$ 1,892.63

SUMA DEL VALOR ACT	10,551.20	SUMA DEL VALOR ACTUAL	10,010.85
INVERSION INICIAL	10,000.00	INVERSION INICIAL	10,000.00
VAN	551.20	VAN	-10.85

INTERPOLANDO

85%	→	551.20	1-85%	=	2.94
1	→	0	85% + 2.94%	=	87.94%
88%	→	-10.85	87.94	≈	TIR = 88%

En este caso el proyecto debe ser aceptado, ya que la TIR resulto ser mayor a la tasa de corte utilizada o costo de capital adoptado para el proyecto (10%), por lo tanto, el en foque de este criterio el proyecto es altamente rentable.

Cuadro # 32. Presupuesto General

**CEMPREAGRO
PRESUPUESTO GENERAL
INICIO DE PROYECTO- 2009
PERIODO**

DESCRIPCION	AÑOS															TOTAL
	1			2			3			4			5			
INGRESOS POR SERVICIOS AGRICOLAS	P.U.	Q. Ser.	Total	P.U.	Q. Ser.	Total	P.U.	Q. Ser.	Total	P.U.	Q. Ser.	Total	P.U.	Q. Ser.	Total	
Buenas Prácticas Agrícolas	150.00	60	9,000.00	150.00	72	10,800.00	150.00	84	12,600.00	150.00	96	14,400.00	150.00	108	16,200.00	
Asesoramiento en Costos y Manejo Financiero	198.00	60	11,880.00	198.00	72	14,256.00	198.00	84	16,632.00	198.00	96	19,008.00	198.00	108	21,384.00	
Acceso a financiamiento	120.00	72	8,640.00	120.00	84	10,080.00	120.00	96	11,520.00	120.00	108	12,960.00	120.00	120	14,400.00	
Normas de Calidad en Alimentos	198.00	60	11,880.00	198.00	72	14,256.00	198.00	84	16,632.00	198.00	96	19,008.00	198.00	108	21,384.00	
Pasantías Estudiantiles	120.00	72	8,640.00	120.00	84	10,080.00	120.00	96	11,520.00	120.00	108	12,960.00	120.00	120	14,400.00	
Asesoramiento en Gestión Empresarial	174.00	72	12,528.00	174.00	84	14,616.00	174.00	96	16,704.00	174.00	108	18,792.00	174.00	120	20,880.00	
Asistencia Técnica Agrícola	198.00	72	14,256.00	198.00	84	16,632.00	198.00	96	19,008.00	198.00	108	21,384.00	198.00	120	23,760.00	
Asistencia Técnica en General	174.00	72	12,528.00	174.00	84	14,616.00	174.00	96	16,704.00	174.00	108	18,792.00	174.00	120	20,880.00	
Vinculación con Mercados	150.00	72	10,800.00	150.00	84	12,600.00	150.00	96	14,400.00	150.00	108	16,200.00	150.00	120	18,000.00	
TOTAL INGRESOS			100,152.00			117,936.00			135,720.00			153,504.00			171,288.00	
COSTOS DE OPERACIÓN	C/M	C/A	C/M	C/A	C/M	C/A	C/M	C/A	C/M	C/A	C/M	C/A	C/M	C/A	C/T	
Sueldos	2,300.00	27,600.00	2,300.00	27,600.00	2,300.00	27,600.00	2,300.00	27,600.00	2,300.00	27,600.00	2,300.00	27,600.00	2,300.00	27,600.00	138,000.00	
ISSS- Cuota Patronal	102.86	1,234.28	102.86	1,234.28	102.86	1,234.28	102.86	1,234.28	102.86	1,234.28	102.86	1,234.28	102.86	1,234.28	6,171.40	
AFPS- Cuota Patronal	155.25	1,863.00	155.25	1,863.00	155.25	1,863.00	155.25	1,863.00	155.25	1,863.00	155.25	1,863.00	155.25	1,863.00	9,315.00	
Aguinaldo	63.89	766.67	63.89	766.67	63.89	766.67	63.89	766.67	63.89	766.67	63.89	766.67	63.89	766.67	3,833.35	
Indemnización	191.67	2,300.00	191.67	2,300.00	191.67	2,300.00	191.67	2,300.00	191.67	2,300.00	191.67	2,300.00	191.67	2,300.00	11,500.00	
Vacaciones	28.75	345.00	28.75	345.00	28.75	345.00	28.75	345.00	28.75	345.00	28.75	345.00	28.75	345.00	1,725.00	
Viáticos y Transporte				10,000.00		1,250.00		15,000.00		1,666.67		20,000.00		2,083.33	25,000.00	
Alquileres				3,600.00		300.00		3,600.00		300.00		3,600.00		300.00	7,000.00	
Sub total costos de operación		34,108.95		47,708.95		52,708.95		57,708.95		57,708.95		62,708.95		62,708.95	254,944.75	
COSTOS DE ADMINISTRACION																
Sueldos	4000.00	48,000.00	4000.00	48,000.00	4000.00	48,000.00	4000.00	48,000.00	4000.00	48,000.00	4000.00	48,000.00	4000.00	48,000.00	240,000.00	
ISSS- Cuota Patronal	191.78	2,301.42	191.78	2,301.42	191.78	2,301.42	191.78	2,301.42	191.78	2,301.42	191.78	2,301.42	191.78	2,301.42	11,507.10	
AFPS- Cuota Patronal	270.00	3,240.00	270.00	3,240.00	270.00	3,240.00	270.00	3,240.00	270.00	3,240.00	270.00	3,240.00	270.00	3,240.00	16,200.00	
Aguinaldo	111.11	1,333.33	111.11	1,333.33	111.11	1,333.33	111.11	1,333.33	111.11	1,333.33	111.11	1,333.33	111.11	1,333.33	6,666.65	
Indemnización	333.33	4,000.00	333.33	4,000.00	333.33	4,000.00	333.33	4,000.00	333.33	4,000.00	333.33	4,000.00	333.33	4,000.00	20,000.00	
Vacaciones	50.00	600.00	50.00	600.00	50.00	600.00	50.00	600.00	50.00	600.00	50.00	600.00	50.00	600.00	3,000.00	
Papelera y Utiles	38.00	456.00	38.00	456.00	38.00	456.00	38.00	456.00	38.00	456.00	38.00	456.00	38.00	456.00	2,280.00	
Medicamentos	20.00	240.00	20.00	240.00	20.00	240.00	20.00	240.00	20.00	240.00	20.00	240.00	20.00	240.00	1,200.00	
Atenciones a Clientes	30.00	360.00	30.00	360.00	30.00	360.00	30.00	360.00	30.00	360.00	30.00	360.00	30.00	360.00	1,800.00	
Viáticos y Transporte	100.00	1,200.00	100.00	1,200.00	100.00	1,200.00	100.00	1,200.00	100.00	1,200.00	100.00	1,200.00	100.00	1,200.00	6,000.00	
Publicidad y Anuncios	200.00	2,400.00	200.00	2,400.00	200.00	2,400.00	200.00	2,400.00	200.00	2,400.00	200.00	2,400.00	200.00	2,400.00	12,000.00	
Depreciación	135.68	1,628.10	135.68	1,628.10	135.68	1,628.10	135.68	1,628.10	135.68	1,628.10	135.68	1,628.10	135.68	1,628.10	8,140.50	
Sub total costos de administración		65,758.85		65,758.85		65,758.85		65,758.85		65,758.85		65,758.85		65,758.85	328,794.25	
INVERSIONES	P.U.	Q	Total													
Escritorios ejecutivo	165.00	1	165.00												165.00	
Escritorios secretaríaes	60.00	6	360.00												360.00	
Sillas ergonómicas	40.00	22	880.00												880.00	
Pizarras acrílicas	80.00	3	240.00												240.00	
Mesa grande para 8 personas	350.00	1	350.00												350.00	
Cañon	800.00	1	800.00												800.00	
Archiveros	50.00	3	150.00												150.00	
Teléfonos	75.00	2	150.00												150.00	
Computador	700.00	6	4,200.00												4,200.00	
Computador portátil	1000.00	1	1,000.00												1,000.00	
Impresor Lexmark	175.00	2	350.00												350.00	
Mueblepara estudiantes	400.00	1	400.00												400.00	
Sub total inversión			9,045.00												9,045.00	
TOTAL EGRESOS OPER/ADM/INVERSION			108,912.80			113,467.80			118,467.80			123,467.80			128,467.80	
C/M = Costo Mensual	P.U. = Precio Unitario		Q= Cantidad		C/A = Costo Anual		Q. Ser. = Cantidad de Servicios									

3. Evaluación Financiera

La evaluación financiera comprende un marco de referencia de parámetros de interpretación de análisis y diagnósticos mediante los cuales se pueda llegar a definir la posibilidad de desarrollar desde el punto de vista una inversión, en CEMPREAGRO el marco de referencia se integra por los Estados Financieros que son de vital importancia para definir un proceso de inversión, en cuanto a los estados financieros partimos de las siguientes estructuras:

Estado de Resultado: Estado financiero que nos refleja la habilidad de administrar el proceso de venta, así como el proceso de erogación, administración que nos lleva a tener una rentabilidad que nos permite definir si el factor de rendimiento se apega al estándar exigido para la naturaleza de este negocio.

Ingresos: costos con base a los presupuestos de la UES, precios no necesariamente se van con base a la competencia

Balance General: Los componentes de este estado financiero están definidos por el proceso de comercialización, caja y banco comprende el efectivo recibido durante el proceso de intercambio en la ejecución de los servicios, cuentas por cobrar comprende aquellos valores que en un momento determinado surgen como una política de crédito orientada con la finalidad de apertura de mercados, activos no corrientes se integra por bienes que son necesarios para mantener la continuidad del negocio, las cuentas por pagar comprende aquellos compromisos que adquirimos con la finalidad de generar recursos que son necesarios en el proceso de servicios a nuestros usuarios.

Flujo de efectivo: El presente estado financiero comprende las entradas y salidas de efectivo, el mismo nos permite llevar un control de los procesos de facturación, así como ejercer un mejor control sobre las erogaciones que son producto de los compromisos que adquirimos con la finalidad de mantener la continuidad operativa del negocio.

Según lo expuesto anteriormente se presentan en detalle los siguientes Estados Financieros (Ver cuadros 33 y 34)

Cuadro No 33. Estado de Resultados

C E M P R E A G R O
ESTADO DE RESULTADO
INICIO DE PROYECTO- 2009

	AÑOS					TOTAL
	1	2	3	4	5	
INGRESOS POR SERVICIOS AGRICOLAS						
Buenas Prácticas Agrícolas	9,000.00	10,800.00	12,600.00	14,400.00	16,200.00	63,000.00
Asesoramiento en Costos y Manejo Financiero	11,880.00	14,256.00	16,632.00	19,008.00	21,384.00	83,160.00
Acceso a financiamiento	8,640.00	10,080.00	11,520.00	12,960.00	14,400.00	57,600.00
Normas de Calidad en Alimentos	11,880.00	14,256.00	16,632.00	19,008.00	21,384.00	83,160.00
Pasantías Estudiantiles	8,640.00	10,080.00	11,520.00	12,960.00	14,400.00	57,600.00
Asesoramiento en Gestión Empresarial	12,528.00	14,616.00	16,704.00	18,792.00	20,880.00	83,520.00
Asistencia Técnica Agrícola	14,256.00	16,632.00	19,008.00	21,384.00	23,760.00	95,040.00
Asistencia Técnica en General	12,528.00	14,616.00	16,704.00	18,792.00	20,880.00	83,520.00
Vinculación con Mercados	10,800.00	12,600.00	14,400.00	16,200.00	18,000.00	72,000.00
TOTAL INGRESOS	100,152.00	117,936.00	135,720.00	153,504.00	171,288.00	678,600.00
COSTOS DE SERVICIOS AGRICOLAS						
Sueldos	27,600.00	27,600.00	27,600.00	27,600.00	27,600.00	138,000.00
ISSS Cuota Patronal	1,234.28	1,234.28	1,234.28	1,234.28	1,234.28	6,171.40
AFPS- Cuota Patronal	1,863.00	1,863.00	1,863.00	1,863.00	1,863.00	9,315.00
Aguinaldo	766.67	766.67	766.67	766.67	766.67	3,833.35
Indemnización	2,300.00	2,300.00	2,300.00	2,300.00	2,300.00	11,500.00
Vacaciones	345.00	345.00	345.00	345.00	345.00	1,725.00
Viaticos y Transporte		10,000.00	15,000.00	20,000.00	25,000.00	70,000.00
Alquileres		3,600.00	3,600.00	3,600.00	3,600.00	14,400.00
TOTAL COSTOS DE SERVICIOS AGRICOLAS	34,108.95	47,708.95	52,708.95	57,708.95	62,708.95	254,944.75
UTILIDAD BRUTA	66,043.05	70,227.05	83,011.05	95,795.05	108,579.05	423,655.25
GASTOS DE ADMINISTRACION						
Sueldos	48,000.00	48,000.00	48,000.00	48,000.00	48,000.00	240,000.00
ISSS Cuota Patronal	2,301.42	2,301.42	2,301.42	2,301.42	2,301.42	11,507.10
AFPS- Cuota Patronal	3,240.00	3,240.00	3,240.00	3,240.00	3,240.00	16,200.00
Aguinaldo	1,333.33	1,333.33	1,333.33	1,333.33	1,333.33	6,666.65
Indemnización	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	20,000.00
Vacaciones	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	3,000.00
Papelería y Útiles	456.00	456.00	456.00	456.00	456.00	2,280.00
Medicamentos	240.00	240.00	240.00	240.00	240.00	1,200.00
Atenciones a Clientes	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00	1,800.00
Viaticos y Transporte	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	6,000.00
Publicidad y Anuncios	2,400.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00	12,000.00
Depreciación	1,628.10	1,628.10	1,628.10	1,628.10	1,628.10	8,140.50
TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN	65,758.85	65,758.85	65,758.85	65,758.85	65,758.85	328,794.25
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO Y RESERVAS	284.20	4,468.20	17,252.20	30,036.20	42,820.20	94,861.00

Cuadro No 34. Balance General

CEMPREAGRO
BALANCE GENERAL
INICIO DE PROYECTO - 2009

ACTIVO	AÑOS									
	1		2		3		4		5	
	SALDOS		SALDOS		SALDOS		SALDOS		SALDOS	
	DEUDOR	ACREEDOR								
ACTIVO CORRIENTE										
CAJA Y BANCOS	10,000.00		11,912.30		18,008.60		36,888.90		68,553.20	
CUENTAS POR COBRAR										
Buenas Prácticas Agrícolas	9,000.00		10,800.00		12,600.00		14,400.00		16,200.00	
Asesoramiento en Costos y Manejo Financiero	11,880.00		14,256.00		16,632.00		19,008.00		21,384.00	
Acceso a financiamiento	8,640.00		10,080.00		11,520.00		12,960.00		14,400.00	
Normas de Calidad en Alimentos	11,880.00		14,256.00		16,632.00		19,008.00		21,384.00	
Pasantías Estudiantiles	8,640.00		10,080.00		11,520.00		12,960.00		14,400.00	
Asesoramiento en Gestión Empresarial	12,528.00		14,616.00		16,704.00		18,792.00		20,880.00	
Asistencia Técnica Agrícola	14,256.00		16,632.00		19,008.00		21,384.00		23,760.00	
Asistencia Técnica en General	12,528.00		14,616.00		16,704.00		18,792.00		20,880.00	
Vinculación con Mercados	10,800.00		12,600.00		14,400.00		16,200.00		18,000.00	
ACTIVO NO CORRIENTE										
Mobiliario y Equipo de Oficina	9,045.00		9,045.00		9,045.00		9,045.00		9,045.00	
PASIVO										
PASIVO CORRIENTE										
Sueldos		75,600.00		75,600.00		75,600.00		75,600.00		75,600.00
ISSS Cuota Patronal		3,535.70		3,535.70		3,535.70		3,535.70		3,535.70
AFPs- Cuota Patronal		5,103.00		5,103.00		5,103.00		5,103.00		5,103.00
Aguinaldo		2,100.00		2,100.00		2,100.00		2,100.00		2,100.00
Indemnización		6,300.00		6,300.00		6,300.00		6,300.00		6,300.00
Vacaciones		945.00		945.00		945.00		945.00		945.00
Papelería y Útiles		456.00		456.00		456.00		456.00		456.00
Medicamentos		240.00		240.00		240.00		240.00		240.00
Atenciones a Clientes		360.00		360.00		360.00		360.00		360.00
Viáticos y Transporte administración		1,200.00		1,200.00		1,200.00		1,200.00		1,200.00
Publicidad y Anuncios		2,400.00		2,400.00		2,400.00		2,400.00		2,400.00
Cuenta por pagar de activos fijos		9,045.00		9,045.00		9,045.00		9,045.00		9,045.00
Depreciación		1,628.10		3,256.20		4,884.30		6,512.40		8,140.50
Viáticos y Transporte por prestación de servicios				10,000.00		15,000.00		20,000.00		25,000.00
Alquileres				3,600.00		3,600.00		3,600.00		3,600.00
PATRIMONIO										
DONACION		10,000.00		10,000.00		10,000.00		10,000.00		10,000.00
EXCEDENTES EN SERVICIOS		284.20		4,752.40		22,004.60		52,040.80		94,861.00
TOTAL	119,197.00	119,197.00	138,893.30	138,893.30	162,773.60	162,773.60	199,437.90	199,437.90	248,886.20	248,886.20

F. PLAN DE IMPLEMENTACION DEL CEMPREGRO

1. Planificación de Actividades

1.1. Objetivos del Plan de Implementación

General

Determinar las actividades necesarias para la implementación del Centro de Emprendimiento en los Agronegocios.

Específicos

- Disponer de las actividades requeridas para la adecuada implementación del Centro de Agronegocios.
- Establecer mecanismos que permitan el control de la implementación, para tomar medidas correctivas de ser necesario.

1.2. Actividades de Implementación del CEMPREGRO.

A continuación se detallan las actividades requeridas para la implementación del CEMPREGRO.

- Gestionar la aprobación para la creación del CEMPREGRO en la Facultad de Ciencias Económicas. Esta actividad comprende la realización de las gestiones necesarias con el fin de obtener la aprobación de las autoridades correspondientes con la finalidad de determinar la personería jurídica del CEMPREGRO
- Reclutamiento y selección del Recurso Humano. Consiste en llevar a cabo técnicas y procedimientos adecuados para atraer candidatos potencialmente calificados y capaces de ocupar los puestos que integran al Centro.
- Obtención del mobiliario y equipo. Comprende la adquisición de mobiliario y equipo de oficina para el funcionamiento del centro, se obtendrán dichos recursos a través del apoyo que le brinde la Universidad de Texas A&M, esto será factible por medio de las coordinaciones que haga la Facultad de Ciencias Económicas, donde describirá todo lo que se requiere para el equipamiento del centro.

- Acondicionamiento de la Unidad. Se refiere a la ubicación más adecuada del mobiliario y equipo en el espacio físico que le sea asignado al centro, tomando de base la distribución propuesta en este capítulo y detallada en la distribución en planta.
- Puesta en marcha de la Unidad. Esta actividad es el inicio de las operaciones del Centro donde los diferentes cargos asumen las responsabilidades y funciones que se le atribuyen en el manual de Funciones y Descripción de Puestos.

1.3. Programación de Actividades

El siguiente cuadro contiene la programación requerida para llevar a cabo la implementación del centro, detallándose cada una de las actividades y el tiempo en que se deberán realizar. Ver Cuadro 35.

Cuadro No. 35. Cronograma del Plan de Implementación

Actividades	Meses								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1 Gestionar la aprobación para la creación del CEMPREAGRO	■	■	■						
2 Reclutamiento y selección del Recurso Humano				■	■				
3 Obtención del Mobiliario y Equipo						■	■		
4 Acondicionamiento del Centro								■	
5 Puesta en marcha									■

2. Control de Implementación

Para verificar el cumplimiento de cada una de las actividades establecidas en este Plan es necesario ejercer un control durante el desarrollo del mismo. Dicho control está compuesto por los siguientes elementos:

- Puesta en marcha de la implementación. A esta parte corresponde la ejecución de cada una de las actividades de la implementación.
- Evaluación de la implementación. Comprende la comparación de los resultados de las actividades realizadas respecto a las previstas en el Plan, con el fin de aplicar las medidas correctivas necesarias en cuanto a tiempo y demás especificaciones no prevista

G. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1. Conclusiones

- Se concluye que con base a los análisis realizados en la propuesta para la creación de CEMPREGRO, el estudio técnico y su evaluación financiera, el proyecto es viable, ya que la inversión inicial se recupera en tres años.
- Se puede concluir a través de la propuesta para la creación del CEMPREGRO que tendrá éxito, debido a la disponibilidad de recurso humano calificado de estudiantes de las diferentes facultades que están interesados en colaborar con el Centro, así como el apoyo de docentes y organismos internacionales que ven factible la creación del Centro, ya que este colaborará con el desarrollo del Sector Agrícola en El Salvador.
- Debido a que en el Sector Agropecuario se encuentra en alza permanente el costo de los insumos necesarios para la producción, esto podría llevar a muchos productores a incrementar los precios de sus bienes y ser menos competitivos en el mercado, CEMPREGRO por tanto dentro de sus objetivos deberá apoyar en minimizar el impacto que factores externos puedan tener en la competitividad de los agronegocios.
- El Centro de Emprendimientos en los Agronegocios, a través de la vinculación abre la posibilidad de una relación de asociación en donde la Universidad aporta el conocimiento y pericia técnica y los productores la oportunidad de poner en práctica y actualizarse de manera constante, contribuyendo así en el desarrollo de los productores y estudiantes.

2. Recomendación

Se recomienda crear el Centro de Emprendimiento en los Agronegocios en la Universidad de El Salvador, dado que la UES esta comprometida en colaborar con el desarrollo de la Sociedad, a través de los diferentes servicios que ofrecerá CEMPREGRO a los productores agrícolas del país; además de realizar las siguientes consideraciones:

- CEMPREGRO representa un paso significativo para colaborar con el desarrollo del Sector agrícola en El Salvador, siendo necesaria su creación, ya que es una alternativa para abrir nuevas ventanas en la perspectiva de dotar al Sector Agrícola de habilidades para emprender, innovar y tomar acciones que eleven su producción, procesamiento y comercialización.

- Con la instalación del CEMPREAGRO en la Universidad de El Salvador permitirá que haya una vinculación entre el personal que integra el Centro, los estudiantes y los productores agrícolas.

BIBLIOGRAFIA

ANDERSON SWEENEY, W, "Estadística Para La Administración Y Economía". México, 7ª Edición Internacional Thomson Editores, México 1999.

BACA URBINA, GABRIEL, "Evaluación de Proyecto", 4ª edición, Editorial- McGraw Hill, México, 2000.

BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO, BID (2007), *"Cambio Estructural, Políticas Macroeconómicas y Pobreza en El Salvador"*.

CHIAVENATO, IDALVERTO, "Administración de Recursos Humanos", 5ª. Edición, Mc Graw Hill, Colombia, 2000.

DALTON, JUAN JOSÉ (2008), *"El Salvador: Los estragos del TLC"*. Sitio de Internet.

FUNDACIÓN SALVADOREÑA PARA EL DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL, FUSADES "Informe de Desarrollo Económico y Social 2005: Hacia una MIPYME más competitiva/Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social, FUSADES". El Salvador

GUAJARDO CANTÚ, GERARDO, Contabilidad, Mc Graw Hill, 1999.

HERNANDEZ SAMPIERI, R, "Metodología De la Investigación". México: Editorial Ultra, S.A. de C.V. 2ª Edición, Mc Graw Hill, México 2000.

KOONTZ, HAROLD y WEIHRICH, HEINZ, "Administración", Novena Edición, Editorial McGraw Hill, México DF, 1990.

LAURA FISHER, "Mercadotecnia" Segunda Edición, Mc Graw Hill, México, 1992

LÓPEZ CERDÁN RIPOLL, CARLOS (2003) "Redes Empresariales, Experiencias en la Región Andina"CEPAL.

MAG, Segundo Informe Técnico del Programa de Fortalecimiento de la Competitividad de los Agronegocios (PFCA), 2004, San Salvador, El Salvador.

PHILIP KOTLER Y GARY ARMSTRONG, " mercadotecnia", Sexta Edición, México - 1994

ROJAS SORIANO, R (1981). Guía para realizar investigaciones sociales. México: Universidad Autónoma de México. Sexta Edición.

SANTAMARÍA, ANDRÉS, "Diccionario de Sinónimos, Antónimos e ideas afines", 1ª. Edición, Editorial SOPENA S.A., Barcelona, España 1995.

SANTESMASES MESTRE, MIGUEL (2001) "Diseño y Análisis de Encuesta en Investigación Social y de Mercados" (Software y Manual), Editorial Pirámide, España.

SIBRIÁN MONGE, OSCAR MARCELINO Y OTRO (2008), *"PROPUESTA DEL DISEÑO PARA EL ESCALAMIENTO A PLANTA INDUSTRIAL, PARTIENDO DE UNA PLANTA PILOTO, PARA EL PRECOCIDO Y BENEFICIADO DE ARROZ"* Facultad Ingeniería y Arquitectura, Universidad de El Salvador.

Otras Fuentes:

- Censo de la Dirección General de Estadísticas y Censos (DIGESTYC) año 2005
- Documento de Propuesta para el establecimiento del Centro de Emprendimiento en los Agronegocios
- El Diario de Hoy "Preocupación mundial por encarecimiento de alimentos", 13 de Noviembre de 2007
- El Universitario edición especial diciembre de 2007
- Manuales de Agronegocios proporcionados por el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG)
- <http://www.monografias.com/trabajos16/proyecto-inversion/proyecto-inversion.shtml>
- <http://www.agronegocios.gob.sv>
- <http://www.gestiopolis.com/canales5/navactiva/7.htm>
- <http://www.inta.gov.ar/barrow/info/documentos/desarrollolocal/emprendydesarrollolocal.pdf>
- http://www.seduca.gov.co/portal/educacion/servicios/tramites/descargas/legalizacion/anexo_1.doc
- <http://www.academica.ues.edu.sv>
- <http://www.fomilenio.gob.sv>
- <http://grupobid.org>

– <http://www.proceso.com.mx>

TESIS:

- Alvarado Calderón, Edgardo Antonio y Otros, Estudio de Factibilidad de Implementación de una Videoteca como Apoyo del Proceso de Enseñanza Aprendizaje en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador, Junio del 2002.
- Arana Martínez, Florydalma y Otros, Propuesta de Plan de Estudios para la Creación de la Carrera de Licenciatura en Mercadotecnia con énfasis en Mercadeo Internacional en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador, Septiembre de 1999.
- Morales Rodríguez, Rosa Yanira y Otros, Estudio de Factibilidad para la Implementación de la Maestría en Administración Financiera en la Facultad Multidisciplinaria de Occidente, de la Universidad de El Salvador, Septiembre de 2004
- Vilma del Carmen Carbajal Carbajal, Gema Emperatriz Fuentes Serrano y Nidia Margarita Morales Rivas , Estudio de Mercado para Determinar si las Propiedades Funcionales de los Productos Rosa de Jamaica y Carao influyen en la decisión de la compra de los Consumidores del Municipio de San Salvador; y Estrategia de Comercialización, para el Centro de Emprendimiento en los Agronegocios (CEMPREAGRO) Dependencia de la Vicerrectoría de la Universidad de el Salvador.

LEYES Y REGLAMENTOS

- Decreto Legislativo No. 597, octubre de 1999 “Ley Orgánica de La Universidad de El Salvador”, 2001”.
- Acuerdo No. 70/99-2001, ASAMBLEA LEGISLATIVA, mayo de 2001, “Reglamento General de la Ley Orgánica de la Universidad de El Salvador”.

GLOSARIO DE SIGLAS Y TERMINOS UTILIZADOS

A.

AGU: Asamblea General Universitaria

ADI: Agriculture Development Internacional

Agronegocios: Conjunto de operaciones de producción, procesamiento, almacenamiento, distribución y comercialización de insumos y de productos agropecuarios y agroforestales, incluidos los servicios de apoyo; es decir los agronegocios, tienen un enfoque de cadena de valor agroproductiva que va desde la producción primaria hasta los consumidores finales.

Administración: Proceso de planificación, organización, dirección y de usar los recursos disponibles de la organización para alcanzar las metas establecidas. Es el proceso de planear, instrumentar y valorar las actividades de un grupo de personas que trabajan para la consecución de una meta común.

Análisis: Distinción y separación de las partes de un todo hasta llegar a conocer los principios o elementos de este.

B.

BID: Banco Interamericano de Desarrollo.

BFA: Banco de Fomento Agropecuario.

BH: Banco Hipotecario de El Salvador

C.

CEPAL: Comisión Económica para América Latina

Commodities: El significado tradicional de "commodities" se circunscribió al de materia prima o a granel. Se trata de productos cuyo valor viene dado por el derecho del propietario a comerciar con ellos, no por el derecho a usarlos.

CLUSA: Cooperative League of the United States of America

Capital: El dinero considerado como instrumento de producción y, más propiamente potencia económica en dinero, crédito, influencia, capaz de proporcionar los elementos necesarios para el establecimiento y marcha de una industria, comercio o negocio cualquiera.

Competitividad: Capacidad de una persona, organización o país para mantener sistemáticamente ventajas comparativas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico.

D.

Diagnóstico: Examinar el problema que afronta el cliente de manera detallada y a fondo, poner al descubierto los factores y las fuerzas que ocasionan el problema y preparar toda la información necesaria para adoptar una decisión sobre como orientar el trabajo encaminado a la solución.

DYANE: Programa para el Diseño y Análisis de Encuestas

Demanda: Existencia de individuos o entidades organizadas que son consumidores o usuarios actuales o potenciales de un bien o servicio.

Desarrollo Empresarial: Proceso por medio del cual el empresario y su personal adquieren o fortalecen habilidades y destrezas, que favorecen el manejo eficiente y eficaz de los recursos de su empresa, la innovación de productos y procesos, de tal manera, que coadyuve al crecimiento sostenible de la empresa.

Diseño: Descripción o bosquejo de alguna cosa, expresado en palabras. Traza, delineación de un edificio o de una figura.

E.

Emprendurismo: Una forma de pensar y actuar que es obsesiva en la búsqueda de oportunidades, es holística (Ideas en todas sus propiedades) en su acercamiento y balanceada por medio del liderazgo con el propósito de crear riqueza.

Emprendedor: Es organizar recursos humanos y materiales con el fin de crear, desarrollar e implantar soluciones que permitan responder a necesidades de los individuos.

Estudio de Factibilidad: Determina la posibilidad de realizar de forma efectiva un proyecto; los aspectos operacionales (funcionamiento), económicos, (costo/beneficio) y técnicos (posible ejecución); son partes del estudio y los resultados del estudio de factibilidad proveen datos para una decisión de iniciar el proyecto

Eficacia: Medida del grado en que una actividad alcanza sus objetivos en el plazo establecido. Hacer lo que se debe hacer.

Eficiencia: Medida del grado en que una actividad alcanza sus objetivos, optimizando el uso de recursos disponibles, Capacidad de reducir al mínimo los recursos utilizados para alcanzar los objetivos de la organización.

Empresa: Unidad económica productora y comercializadora de bienes y servicios con fines lucrativos, cualquiera que sea persona individual o jurídica, titular del respectivo capital.

Empresario: Nombre dado en teoría económica al propietario o administrador de una empresa.

Encuesta: Examen de un agregado de unidades, generalmente de seres humanos o instituciones sociales o económicas.

Entrevista: Reunión de dos o mas personas para tratar un asunto; visita que se hace para solicitar la opinión de alguien acerca de un tema.

Estrategia: Programa general para definir y alcanzar los objetivos de la organización; la respuesta de la organización a su entorno en el transcurso del tiempo.

F.

Factibilidad Operativa: Depende de los recursos humanos que participaron en el proyecto.

Factibilidad Técnica: Se refiere a los recursos que son necesarios para efectuar las actividades que requiere el proyecto.

Factibilidad Económica: Es el elemento más importante, ya que a través de él se solventan las carencias de otros recursos.

FODA: Fortalezas Oportunidades Debilidades y Amenazas

FOMILENIO: Fondos de la Cuenta del Milenio

FAO: Food and Agriculture Organization (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación)

FUSADES: Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social

FUSAL: Fundación Salvadoreña para la Salud y el Desarrollo Humano

L.

Logotipo: Diseño del nombre de un producto o una empresa comercial.

M.

MAG: Ministerio de Agricultura y Ganadería.

Manual: Herramienta que reúne las políticas, procedimientos, declaraciones de objetivos y documentos a fines de una organización. Aportan las guías necesarias para tratar las diversas situaciones en una organización

MYPES: Micro y Pequeñas Empresas

Manual: Herramienta que reúne las políticas, procedimientos, declaraciones de objetivos y documentos a fines de una organización. Aportan las guías necesarias para tratar las diversas situaciones en una organización.

Mercado: Es el medio que permite reunir a compradores y vendedores para facilitar la transferencia de bienes y servicios.

Metodología: Parte de la lógica que estudia los métodos. Se divide en dos partes: la sistemática, que fija las normas de la definición, división, clasificación, la prueba; y la inventiva que fija las normas de los métodos de investigación propios de cada ciencia. En pedagogía, estudio de los métodos de enseñanza.

Microempresario: Nombre que corresponde al propietario de una microempresa.

Misión: Deber moral que a cada hombre le impone su condición o estado. En una organización la misión indica a que clientes atiende, qué necesidades satisface y que tipos de productos ofrece. Una misión es la puesta en escena de "quienes somos, para quien", o al menos "quienes deseamos ser para quien", "para que estamos en este mundo".

O

ONG's: Organizaciones no Gubernamentales

Organigrama: Esquema gráfico, cuadro sinóptico de la organización de una empresa, organismo, etc. Los organigramas pueden promover la comprensión de los problemas de comunicación, orientar a los nuevos empleados hacia las relaciones y complejidades estructurales y proporcionar una imagen clara del espectro integro de actividades y servicios de las organizaciones, de las unidades y de personal vital para los mismos.

P.

Proyecto: Conjunto de actividades interdependientes e interrelacionas que utilizan recursos sujetos a condiciones externas e internas que son necesarios desarrollar para alcanzar un objetivo bajo un plan y control.

Proyecto de Inversión: Es una propuesta de acción técnico económica para resolver una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles, los cuales pueden ser, recursos humanos, materiales y tecnológicos entre otros. Es un documento por escrito formado por una serie de estudios que permiten al emprendedor que tiene la idea y a las instituciones que lo apoyan saber si la idea es viable, se puede realizar y dará ganancias.

PFCA: Programa de Fortalecimiento de la Competitividad de los Agronegocios.

Programa: Serie ordenada de operaciones para llevar a cabo un proyecto, previa declaración de lo que se piensa hacer en una materia u ocasión

Procedimiento: Modo ordenado de proceder para llegar a un resultado o fin determinado. Acción de proceder. Método de ejecutar algunas cosas.

PROFOCE: Programa de Formación en Consultoría Empresarial

PREMODER: Programa de Reconstrucción y Modernización Rural

Planificación: Proceso para establecer metas y un curso de acción adecuado para alcanzarlas.

Política: Manera de conducir un asunto para alcanzar un fin determinado.

Presupuesto: Estimación de ingresos y gastos para un periodo futuro. Expresión cuantitativa de las metas y objetivos de la gerencia y un medio de supervisar el avance hacia su logro.

Promoción: Conjunto de actividades destinadas a estimular la venta de un producto

Publicidad: Evento o publicación a través de medios establecido que atrae la atención así un producto

S.

Seguimiento: Acción y efecto de seguir o seguirse.

Sector Agropecuario: La actividad agropecuaria, engloba a la actividad agrícola y la actividad ganadera o pecuaria. Ambos sectores constituidos por una actividad productora o primaria, que se lleva a cabo en tierra o sin ella y una actividad elaboradora o transformadora que puede llevarse a cabo en cualquier otro

Seguridad alimentaria: La seguridad alimentaria es un concepto que hace referencia tanto a la disponibilidad como al acceso a alimento en cantidad y calidad suficientes. La FAO estipula que existe seguridad alimentaria si "...todas las personas tienen en todo momento acceso físico y económico a suficientes alimentos inocuos y nutritivos para satisfacer sus necesidades alimentarias".

SDE: Servicios de Desarrollo Empresarial

T.

TAMU: Universidad de Texas A&M

TLC: Tratado de Libre Comercio

TIR: Tasa interna de rendimiento, es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.

V.

Visión: Contemplación inmediata y directa sin percepción sensible. Una idea viva del futuro de una persona, empresa y organización que atrae de tal manera a todos los que la comparten que les permite realizarla.

VPN: Valor presente neto, es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión

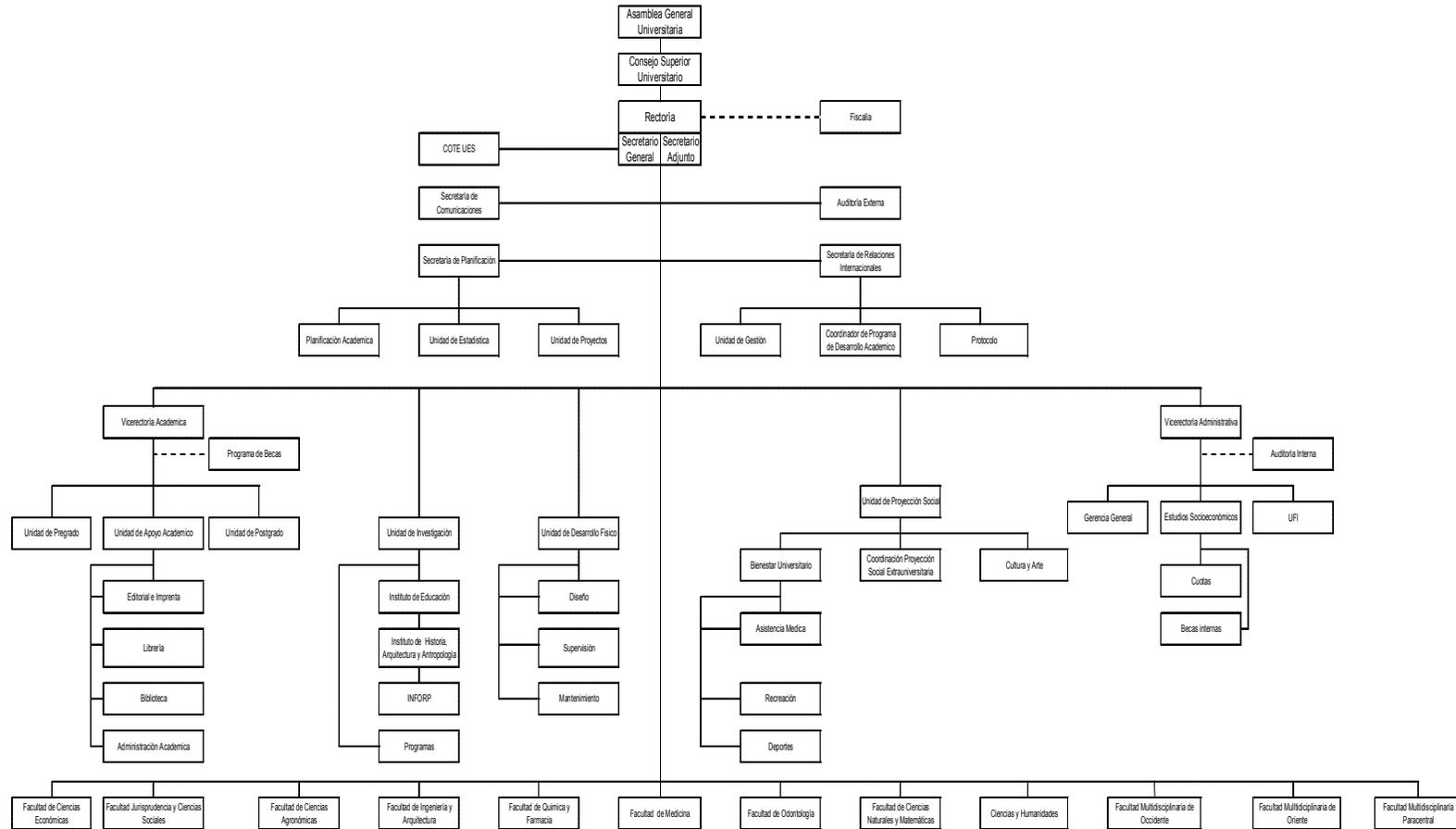
U.

UCA: Universidad Centro Americana José Simeón Cañas

UES: Universidad de El Salvador

ANEXOS

Anexo 1: Estructura Organizativa Universidad de El Salvador



Fuente: Propuesta de la Secretaría de Planificación

Anexo # 2: Listado de Centros de Agronegocios en El Salvador supervisados por el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG)

Ubicación	Dirección	Tél/Fax
USULUTAN, Usulután	2ª. Calle Ote. N°13 Local 3 (centro comercial) Esquina opuesta almacenes SURISSA, Usulután, agronegocios.usulután@ca.care.org	T: 2624-7273 F: 2624-7271
SAN MIGUEL, San Miguel	Col. Hirleman Block 6, Casa No.20 y 21. San Miguel, agronegocios.sanmiguel@ca.care.org	T: 2671-2075 F: 2671-2074
SANTA ANA, Metapán	Carretera Internacional hacia Guatemala, Bo. Santa Cruz enfrente a Hospital Metapán, agronegocios.metapan@ca.care.org	TeleFax:2402-4172
LA LIBERTAD, Zapotitán	Antiguo local AREZA, Distrito de Riego de Zapotitan, Km.32 ½ Carretera a Santa Ana, agronegocios.zapotitan@ca.care.org	T: 2401-9233 F:2401-9234
AHUACHAPAN, San Pedro Puxtla	Calle 5 caminos, Barrio El Amel, San Pedro Puxtla, Ahuachapán, agronegocios.sanpedro@ca.care.org	T: 2420-1315 y 2420-1316 Telefax 2420-1322
CHALATENANGO, San Ignacio	Calle Cayaguanca, salida Cantón Las Pilas, Barrio El Centro, San Ignacio, agrosanignacio@yahoo.com	Telefax 2335-9306
SAN VICENTE, San Vicente	7a. Calle Pte. N° 43 Barrio El Calvario. Una cuadra al norte oficinas CENTA San Vicente, agronegociosanvicente@gmail.com	Telefax 2393-3362
MORAZAN, San Francisco Gotera	Esquina 2a. Av. Sur y 6a. Calle Poniente, San Francisco Gotera, agromorazan@turbonett.com	Telefax 2654-0990
CHALATENANGO Nueva Concepción	Avenida Silvestre de Jesús Díaz, No. 23, Barrio San José Nueva Concepción, agronegociosnc@turbonett.com	Telefax 2306-7974 2306-8838
SONSONATE, Sonzacate	Final 7a. Calle Ote. Block 11 N° 25, Col. Zedan, Sonzacate. Sonsonate, tnsagnsonso@turbonett.com	Telefax: 2450-3370

Anexo # 3. Distribución de la muestra de estudiantes por facultades

Facultad	Total	Proporción	Ajuste de proporción	Encuestas
Facultad de Ciencias Agronómicas	747	2.8%	21.5%	19
Facultad de Ciencias Económicas	7,938	30.1%	23.0%	20
Facultad de Ciencias y Humanidades	6,555	24.8%	3.0%	3
Facultad de Ciencias Naturales y Matemática	1,138	4.3%	16.0%	14
Facultad de Ingeniería y Arquitectura	5,357	20.3%	17.0%	15
Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales	3,737	14.2%	2.5%	2
Facultad de Química y Farmacia	913	3.5%	17.0%	15
TOTAL	26,385	100.0%	100.0%	88

Nota: Aun y cuando el factor para determinar las encuestas sigue siendo subjetivo a la hora de asignar las encuestas , se considera que impactará en mejores resultados ya que se involucran en mayor proporción aquellas facultades que tienen mayores perspectivas de brindar servicios, y de apoyar en los mismos que prestará el Centro.

ANEXO 4. Resultados de encuesta a productores

1. Zona Geográfica donde se ubica su negocio:

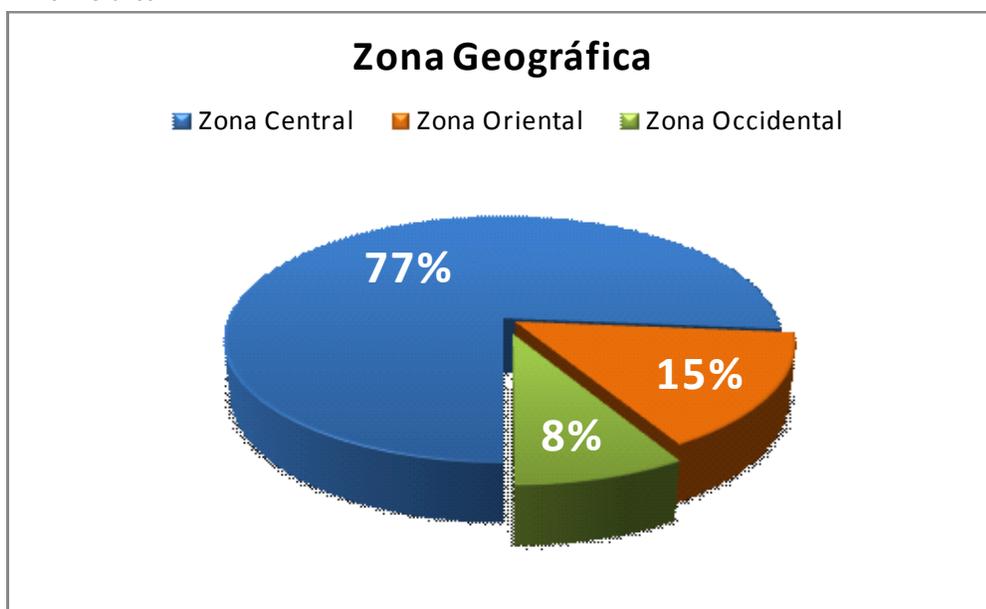
a. Objetivo

Determinar la zona geográfica en la que está ubicada la empresa agroproductiva.

b. Tabla de Datos

Código	Significado	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1	Zona Central	55	76.4%
2	Zona Oriental	11	15.3%
3	Zona Occidental	6	8.3%
Total Frecuencias		72	100.0%

c. Gráfico



Comentario: El 77% de los productores encuestados manifestó estar en la Zona Central del país, mientras que el 15% dijo tener ubicada su actividad productiva en la Zona Oriental, siendo el 8% restante los que se encuentran ubicados en la Zona Occidental.

2. ¿Cuánto tiempo tiene de desarrollar su actividad económica?

a. Objetivo

Conocer los años de experiencia que tiene el productor en el desarrollo de su actividad de negocio.

b. Tabla de Datos

Código	Significado	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1	Menos de 1 año	1	1.4%
2	de 1 a 5 años	25	34.7%
3	de 5 a 10 años	16	22.2%
4	más de 10 años	30	41.7%
	Total Frecuencias	72	100,0%

c. Gráfico



Comentario: El 42% de los encuestados ha operado durante un periodo igual o mayor a diez años, el 22% de los encuestados tiene un tiempo de operación entre cinco y diez años, un 35% de los encuestados tiene un periodo de operación de uno a cinco años, mientras que un 1% de los encuestados ha operado durante un periodo menor a un año.

3. ¿Cómo clasifica su actividad empresarial?

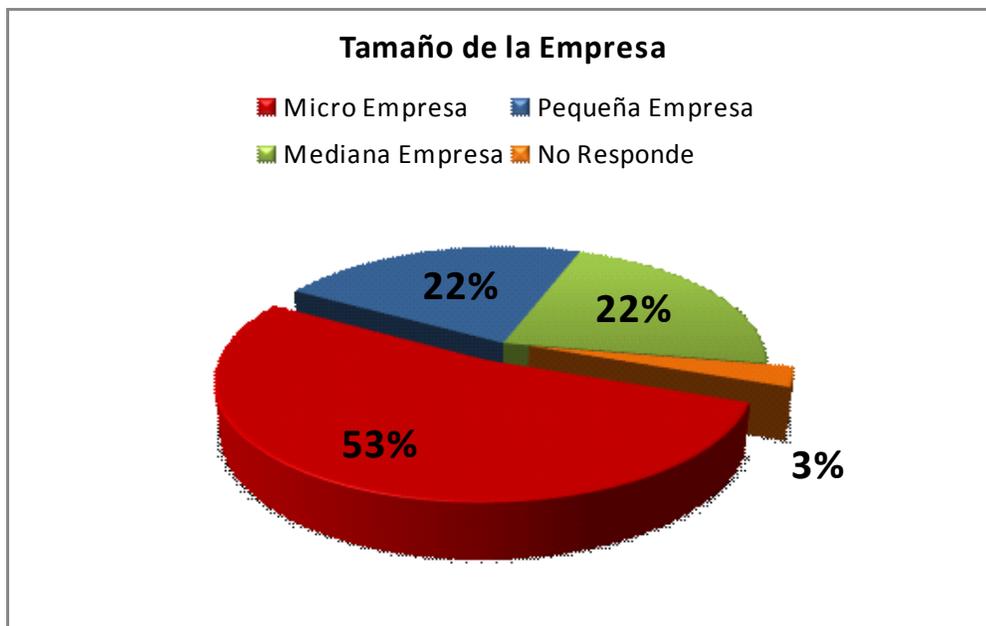
a. Objetivo

Identificar el tamaño de las empresas que participaron en la encuesta para hacer una caracterización del mercado potencial para el Centro de Emprendimiento en los Agronegocios.

b. Tabla de Datos

Código	Significado	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1	Micro Empresa	38	52.8%
2	Pequeña Empresa	16	22.2%
3	Mediana Empresa	16	22.2%
4	No Responde	2	2.8%
	Total Frecuencias	72	100,0%

c. Gráfico



Comentario: en cuanto al tamaño de la empresa un 53% de los encuestados clasifica a su empresa como una microempresa, un 22% clasifica su negocio como pequeña empresa e igual porcentaje para la mediana empresa, mientras que un 3% de los encuestados no respondió.

4. ¿En cuáles de las siguientes etapas de la producción agrícola participa su empresa?

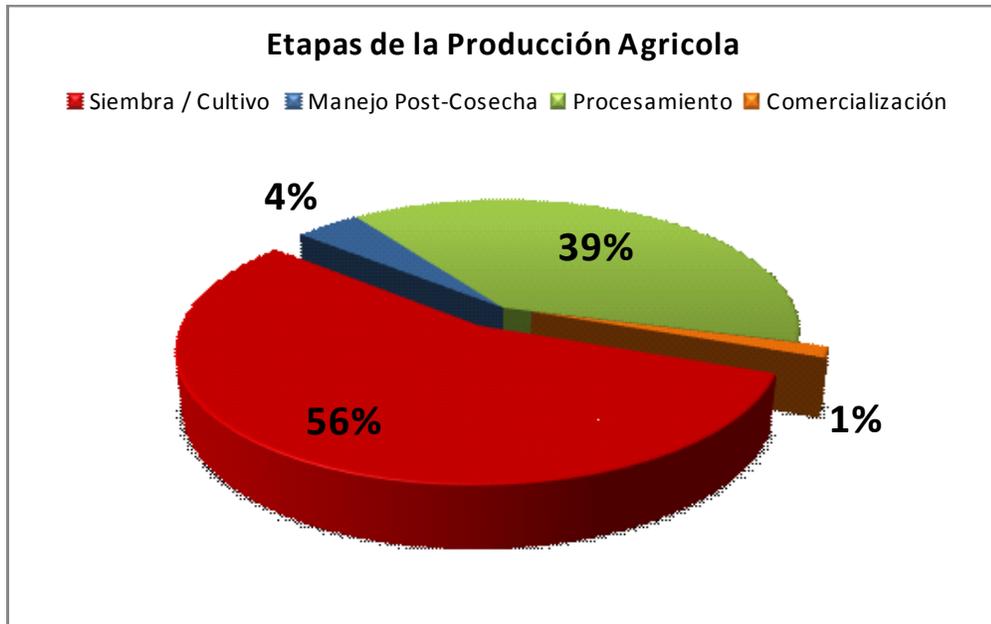
a. Objetivo

Conocer la actividad productiva del sector agrícola para determinar de forma general aquellos servicios que el Centro de Emprendimiento en Agronegocios podría proveer.

b. Tabla de Datos

Código	Significado	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1	Siembra / Cultivo	40	55.56
2	Manejo Post-Cosecha	3	4.17
3	Procesamiento	28	38.89
4	Comercialización	1	1.39
Total Frecuencias		72	100,0%

c. Gráfico



Comentario: se observa que un 56% de los encuestados se dedica a la siembra y cultivo, mientras que un 4% se dedica a la post-cosecha, de los encuestados un 39% se dedica al procesamiento, un 1% de los encuestado se dedica a la comercialización.

5. ¿Qué tipo de mercado atiende?

a. Objetivo

Identificar los mercados que son atendidos por las diferentes empresas para considerar las necesidades de información de mercados.

b. Tabla de Datos

Código	Significado	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1	Local	53	73.61%
2	Nacional	18	25.00%
3	No Responde	1	1.39%
Total Frecuencias		72	100.0%

c. Gráfico



Comentario: En cuanto al mercado que se atiende, un 74% de los encuestados expresa participar en un mercado local, mientras que un 25% de los encuestados esta dirigido al mercado nacional.

6. ¿Cuál es el tipo de actividad que desarrolla en su empresa?

a. Objetivo

Conocer la actividad empresarial a la que se dedica actualmente su empresa.

b. Tabla de Datos

Código	Significado	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1	Producción	45	62.50%
2	Procesamiento	22	30.56%
3	Comercialización	4	5.56%
4	No Respondió	1	1.39%
Total Frecuencias		72	100.0%

c. Gráfico



Comentario: En cuanto al tipo de actividad desarrollada, un 62% de los encuestados se dedica a la producción, mientras que un 31% se dedica al procesamiento, un 6% se dedica a la comercialización y un 1% no respondió.

7. ¿Qué tipo de bienes produce?

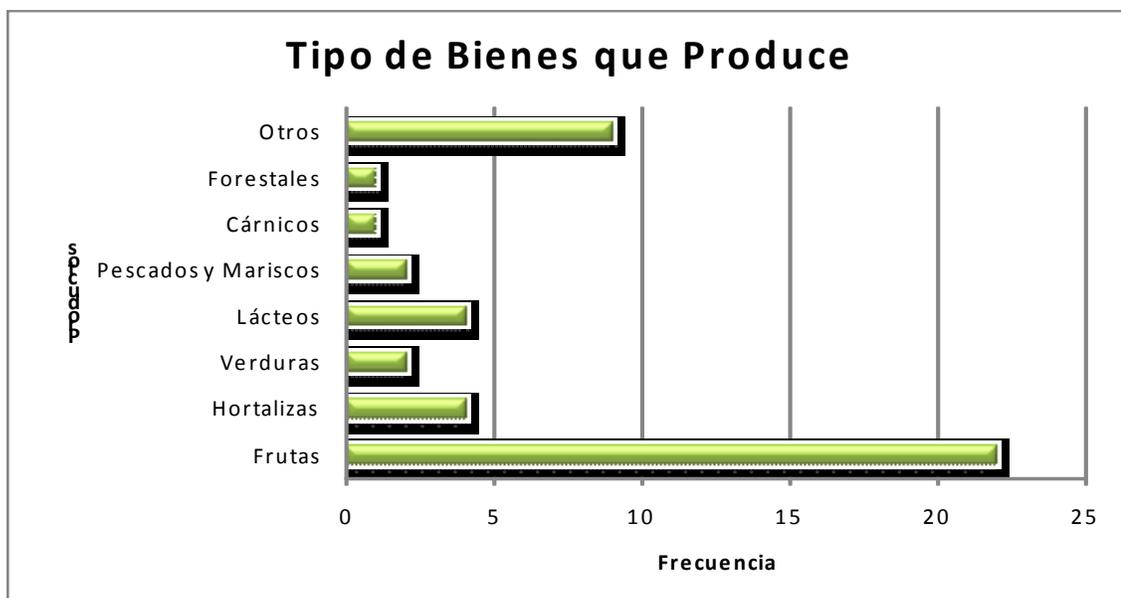
a. Objetivo

Obtener información de las actividades productivas desarrolladas por las empresas que permita proponer los ajustes necesarios del Centro que se adecuen a cada una de ellas.

b. Tabla de Datos

Código	Significado	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1	Frutas	22	48.9%
2	Hortalizas	4	8.9%
3	Verduras	2	4.4%
4	Lácteos	4	8.9%
5	Pescados y Mariscos	2	4.4%
6	Cárnicos	1	2.2%
7	Forestales	1	2.2%
8	Otros	9	20.0%
Total Frecuencias		45	100,0%

c. Gráfico



Comentario: de los encuestados un 48% produce frutas, mientras que un 20% se dedica a la producción de otros bienes (Granos básicos, café y caña de azúcar), el 8.9% de los encuestados se dedica a la producción de lácteos y un 2.2% produce productos cárnicos e igual porcentaje para productos forestales.

8. ¿Qué tipos de productos procesa?

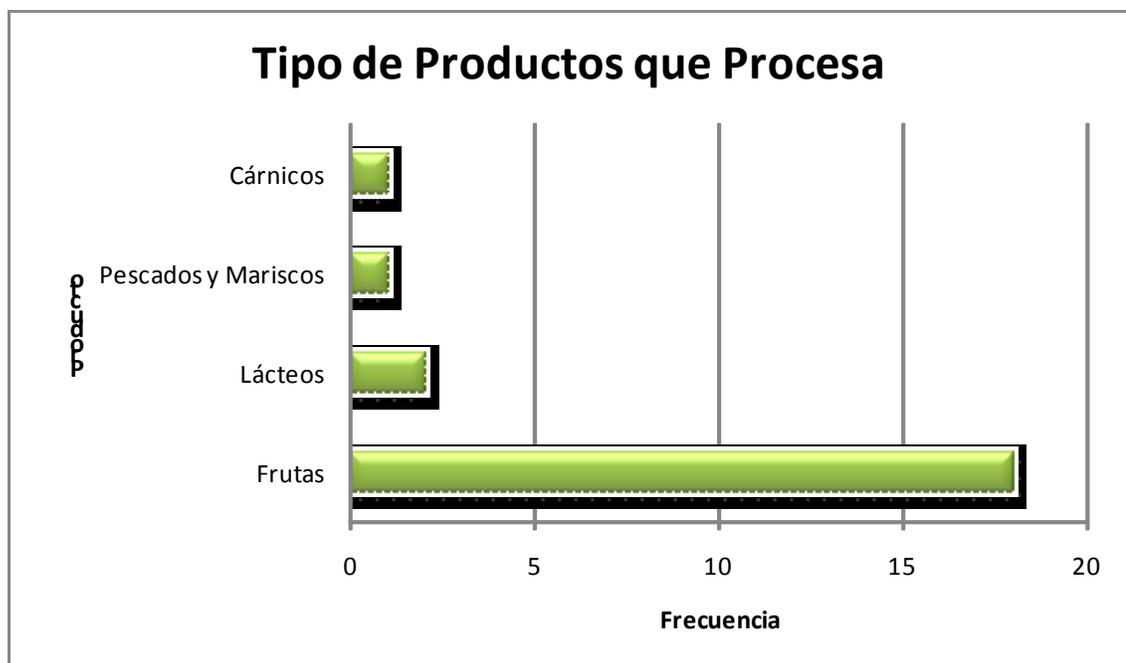
a. Objetivo:

Obtener información de las actividades productivas desarrolladas por la empresa procesadora para proponer los ajustes necesarios del Centro que se adecuen a cada una de ellas.

b. Tabla de Datos

Código	Significado	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1	Frutas	18	81.8%
2	Lácteos	2	9.1%
3	Pescados y Mariscos	1	4.5%
4	Cárnicos	1	4.5%
	Total Frecuencias	22	100.0%

c. Gráfico



Comentario: De todos los productores encuestados el 81.8% se está dedicando al procesamiento de frutas, un 9.1% de ellos a procesar lácteos, a procesar mariscos y pescado un 4.5% y un 4.5% a procesar productos Cárnicos, lo anterior relacionados con su actividad económica y empresarial.

9. ¿Qué tipo de productos comercializa?

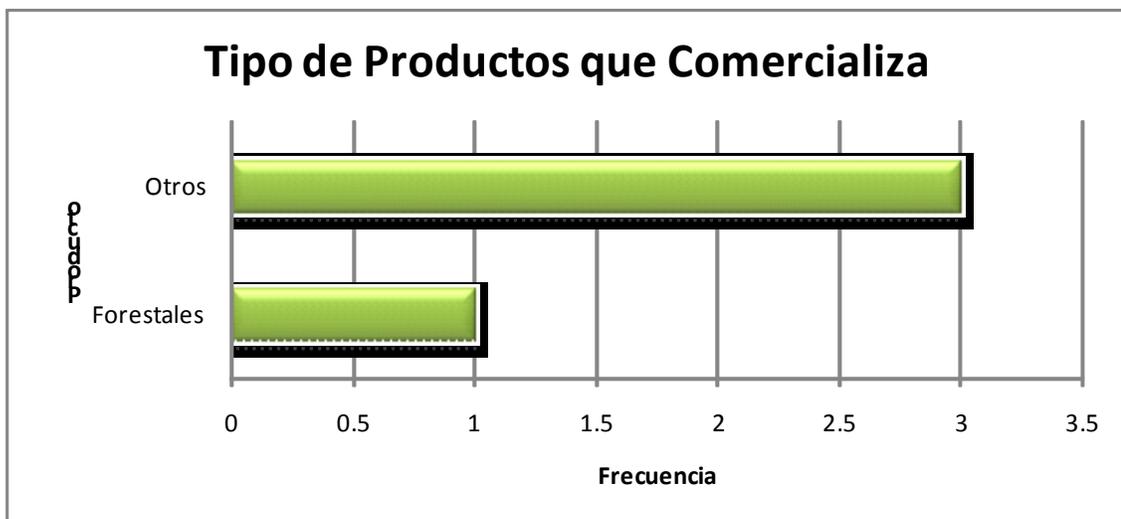
a. Objetivo

Obtener información de las actividades productivas desarrolladas por las empresas comercializadora para proponer los ajustes necesarios del Centro que se adecuen a cada una de ellas.

b. Tabla de Datos

Código	Significado	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1	Forestales	1	25.0%
2	Otros	3	75.0%
Total Frecuencias		4	100.0%

c. Gráfico



Comentario: Al preguntarles a los productores que tipo de productos comercializa solo el 25% lo hace con productos forestales, mientras que un 75% comercializa una diversidad de productos diferentes a los forestales.

10. ¿Qué tan competitivos considera que son sus productos?

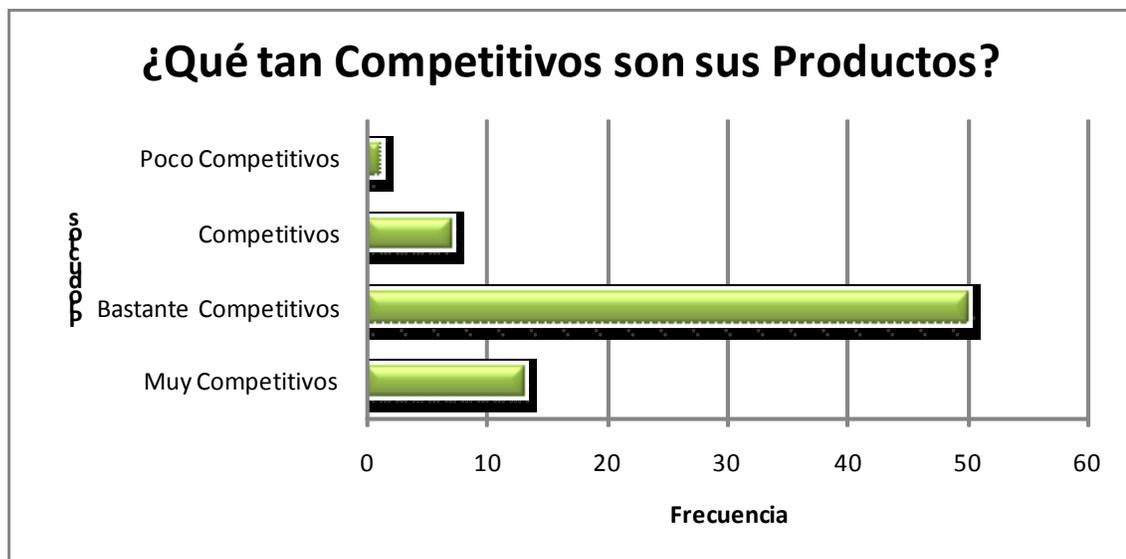
a. Objetivo

Estipular la competitividad actual de los bienes producidos por las empresas para conocer aquellas áreas en las que el Centro de Emprendimiento en los Agronegocios puede brindar apoyo.

b. Tabla de Datos

Código	Significado	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1	Muy Competitivos	13	18.3%
2	Bastante Competitivos	50	70.4%
3	Competitivos	7	9.9%
4	Poco Competitivos	1	1.4%
Total Frecuencias		71	100.0%

c. Gráfico



Comentario: Relacionado con su actividad económica y la competitividad de los productos, el 18.3% opina que sus productos son Muy Competitivos, Bastante Competitivos un 70.4%, el 9.9% Competitivos y un 1.4% de ellos los consideran Poco Competitivos.

11. ¿Cuáles de las siguientes acciones considera que podrían ayudar a incrementar aún más la competitividad de su empresa?

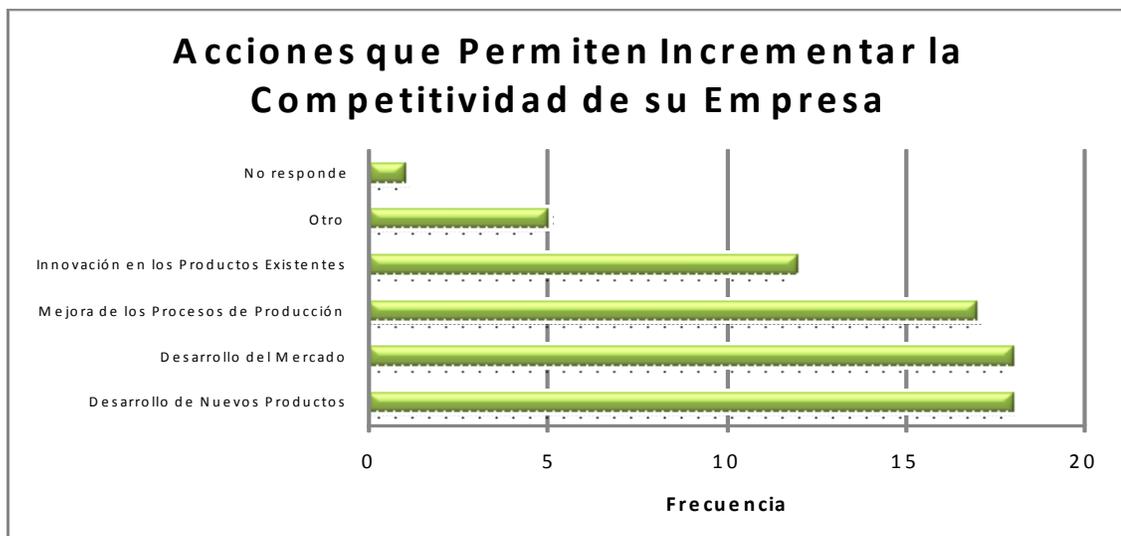
a. Objetivo

Determinar aquellas soluciones que el empresario considera que pueden contribuir a incrementar la competitividad de la empresa.

b. Tabla de Datos

Código	Significado	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1	Desarrollo de Nuevos Productos	18	25.4%
2	Desarrollo del Mercado	18	25.4%
3	Mejora de los Procesos de producción	17	23.9%
4	Innovación en los Productos Existentes	12	16.9%
5	Otro	5	7.0%
6	No responde	1	1.4%
Total Frecuencias		71	100.0%

c. Gráfico



Comentario: En relación a las acciones que se deben tomar para aumentar la competitividad de su organización, el 50.8 % los productores considera las acciones siguientes Desarrollo de Nuevos productos y desarrollo de mercados en porcentajes iguales, un 23.9% en Mejorar los Productos, en la Innovación en los Productos Existentes un 16.9%, un 7.0% que prefieren tomar otras acciones y los que no respondieron son solo un 1.4%.

12. ¿Ha recibido apoyo de alguna institución pública o privada para el desarrollo de su negocio?

a. Objetivo

Conocer si el empresario ha recibido ayuda externa para el desarrollo de su actividad.

b. Tabla de Datos

Código	Significado	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1	Sin apoyo recibido	20	28.2%
2	Si he recibido apoyo	51	71.8%
Total Frecuencias		71	100.0%

c. Gráfico



Comentario: De los productores encuestados el 28.2% dice no haber recibido apoyo de instituciones públicas o privadas, mientras que el 71.8% si ha recibido apoyo para mejorar en su actividad empresarial.

13. Si su respuesta fue afirmativa ¿Qué instituciones le han apoyado?

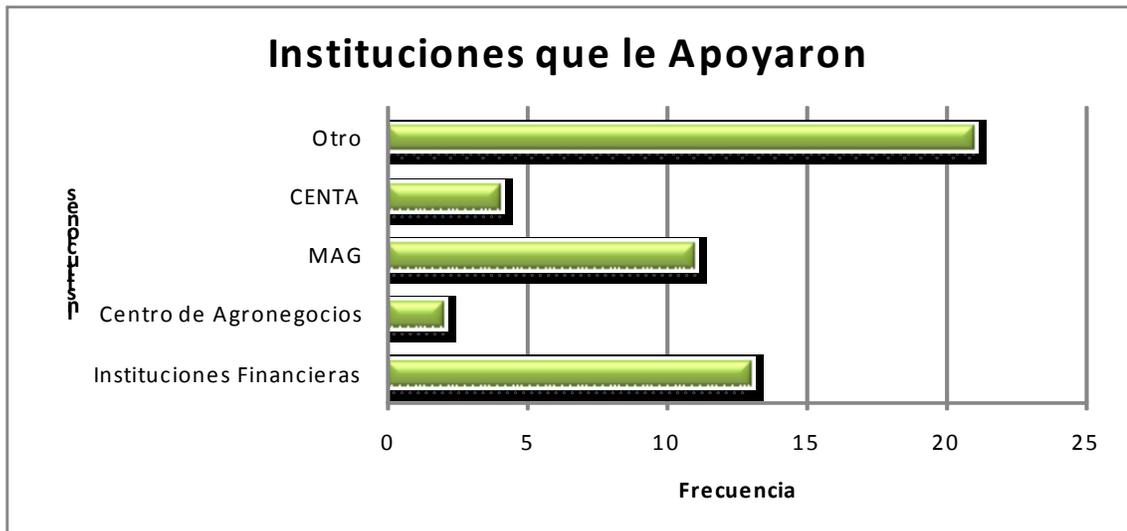
a. Objetivo

Estar al tanto de las instituciones que actualmente brindan apoyo a las empresas del sector agrícola para proponer alianzas estratégicas a futuro.

b. Tabla de Datos

Código	Significado	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1	Instituciones Financieras	13	25.5%
2	Centro de Agronegocios	2	3.9%
3	MAG	11	21.6%
4	CENTA	4	7.8%
5	Otro	21	41.2%
Total Frecuencias		51	100.0%

c. Gráfico



Comentario: El apoyo recibido por los productores para incrementar su competitividad ha sido de las Instituciones Financieras en un 25.5%, Centro de Agronegocios en 3.9%, Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) en un 21.6%, Centro Nacional de Tecnología Agropecuaria y Forestal en un 7.8% y de otras instituciones en un 41.2%.

14. ¿Qué tipo de apoyo ha recibido?

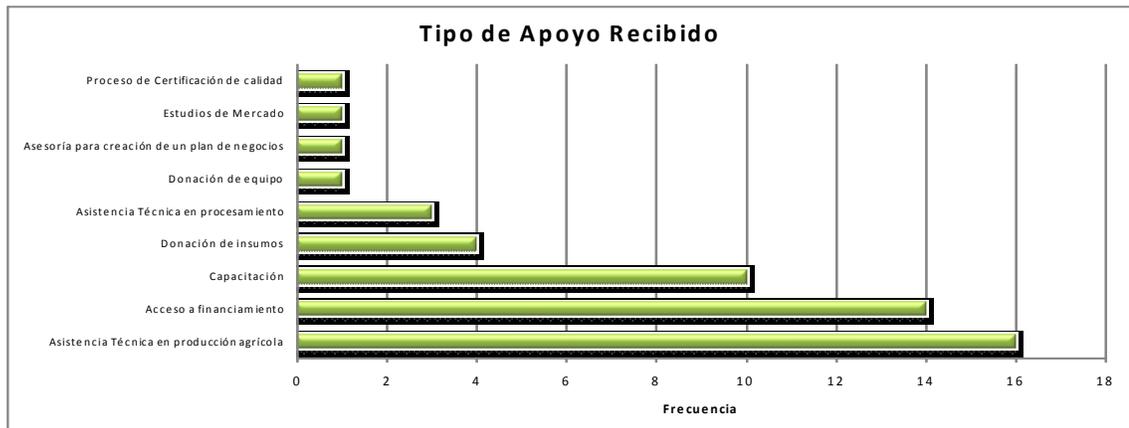
a. Objetivo

Conocer los tipos de apoyo que los empresarios han recibido por parte de instituciones externas.

b. Tabla de Datos

Código	Significado	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1	Asistencia Técnica en producción agrícola	16	31.4%
2	Acceso a financiamiento	14	27.5%
3	Capacitación	10	19.6%
4	Donación de insumos	4	7.8%
5	Asistencia Técnica en procesamiento	3	5.9%
6	Donación de equipo	1	2.0%
7	Asesoría para creación de un plan de negocios	1	2.0%
8	Estudios de Mercado	1	2.0%
9	Proceso de Certificación de calidad	1	2.0%
	Total Frecuencias	51	100%

c. Gráfico



Comentario: El tipo de Apoyo recibido por los productores depende de las instituciones ha sido en primer lugar Asistencia Técnica en producción agrícola en un 31.4%, Acceso a financiamiento en un 27.5%, Capacitación en un 19.6%, Donación de insumos en un 7.8%, Asistencia Técnica en procesamiento en un 5.9%, Donación de equipo en un 2.0%, Asesoría para creación de un plan de negocios en un 2.0%, Estudios de Mercado en un 2.0% y Proceso de Certificación de calidad en un 2.0% lo que nos dice que nuestros productores son apoyados en muchas áreas.

15. ¿Cuál es su grado de satisfacción por el apoyo recibido de entidades externas?

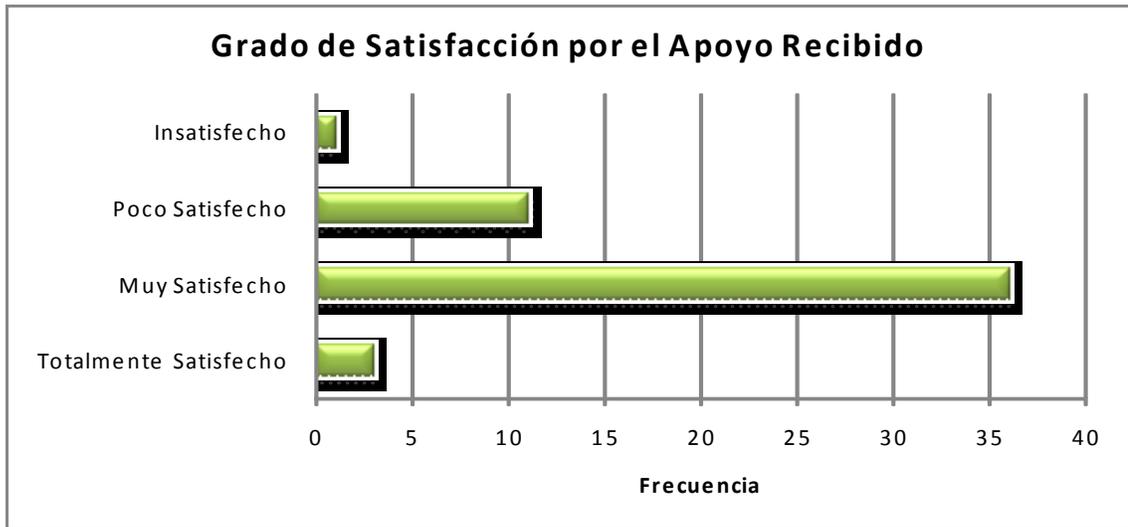
a. Objetivo

Medir el grado de satisfacción percibido por los empresarios acerca de los servicios brindados por las instituciones de apoyo externas.

b. Tabla de Datos

Código	Significado	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1	Totalmente Satisfecho	3	5.9%
2	Muy Satisfecho	36	70.6%
3	Poco Satisfecho	11	21.6%
4	Insatisfecho	1	2.0%
Total Frecuencias		51	100.0%

c. Gráfico



Comentario: La mayoría de los productores encuestados están muy satisfechos con el servicio que han recibido de las instituciones en un 70.6%, Totalmente Satisfecho en un 5.9%, Poco Satisfecho en un 21.6% e Insatisfecho sólo un 2.0%.

16. *La Universidad de El Salvador está actualmente impulsando una iniciativa para la creación de un Centro de Emprendimiento en los Agronegocios, dicho Centro tiene por objetivo la prestación de servicios que permitan incrementar la competitividad de los agronegocios, vinculando al mismo tiempo con las capacidades científico tecnológicas de la Universidad. ¿Cuál sería su disposición para acceder a los servicios que preste este Centro?*

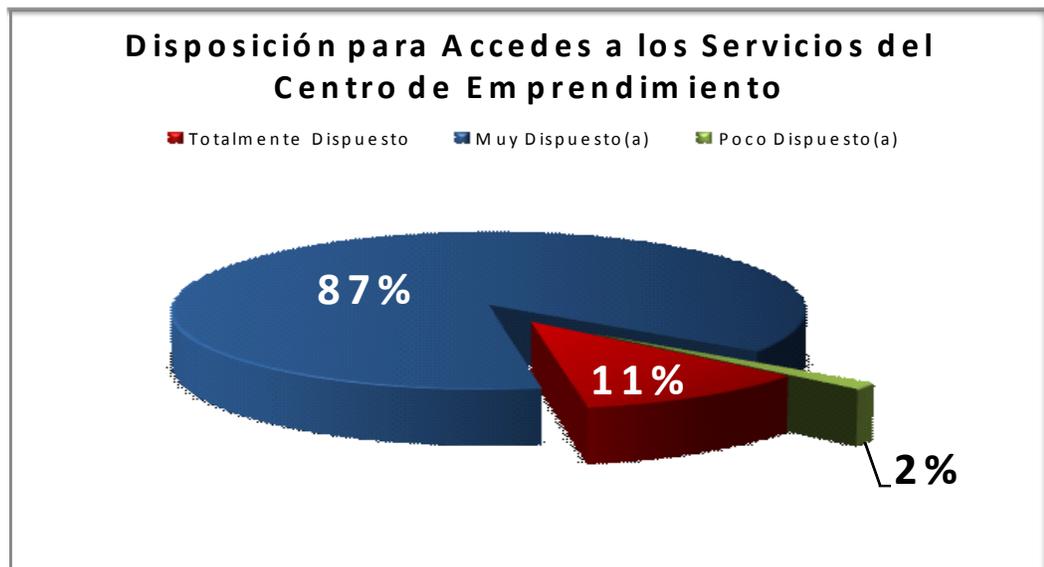
a. Objetivo

Obtener información que permita justificar la aplicación de la iniciativa para la creación del Centro de emprendimiento en los Agronegocios.

b. Tabla de Datos

Código	Significado	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1	Totalmente Dispuesto	8	11.3%
2	Muy Dispuesto(a)	62	87.3%
3	Poco Dispuesto(a)	1	1.4%
Total Frecuencias		71	100.0%

c. Gráfico



Comentario: En relación a la disposición de acceder a los servicios que preste el Centro de Emprendimiento en los Agronegocios la mayoría de los productores encuestados en un 87.3% están muy dispuestos, Totalmente Dispuesto un 11.3% y un 1.4% Poco Dispuesto(a).

17. ¿Cuáles considera que deben ser las áreas funcionales de importancia sobre las que debe apoyar el Centro de Emprendimientos?

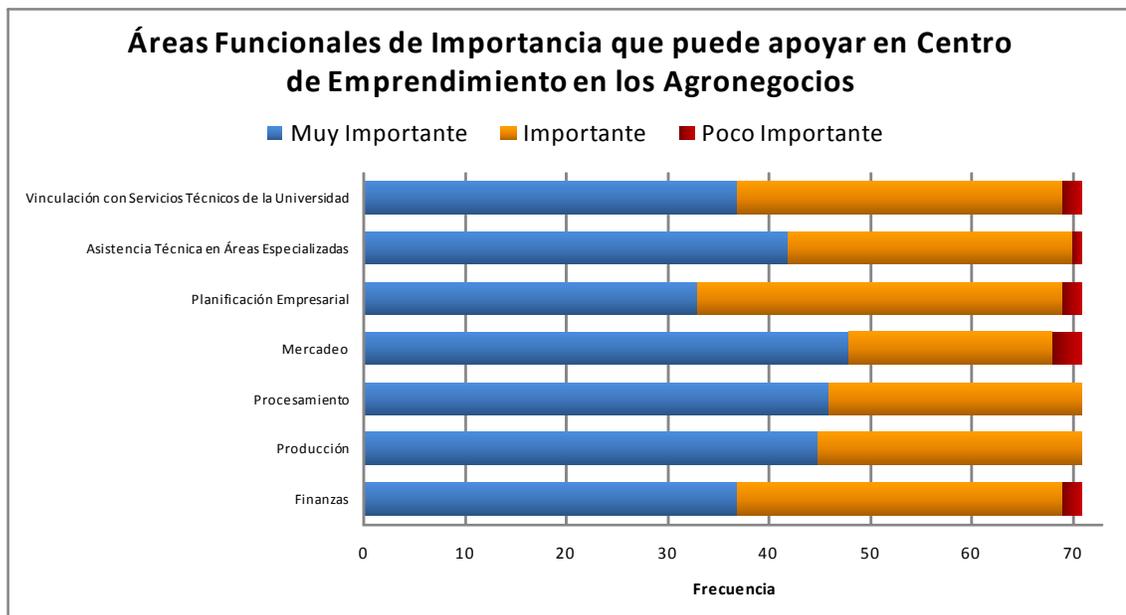
a. Objetivo

Conocer aquellas áreas de la consultoría que consideran importantes los empresarios y que serán retomadas en la propuesta de servicios que deberá prestar el Centro de Emprendimiento en los Agronegocios.

b. Tabla de Datos

Áreas	Muy Importante		Importante		Poco Importante		Total Frecuencias	
	F	%	F	%	F	%	F	%
Finanzas	37	52.1%	32	45.1%	2	2.8%	71	100.0%
Producción	45	63.4%	26	36.6%	0	0.0%	71	100.0%
Procesamiento	46	64.8%	25	35.2%	0	0.0%	71	100.0%
Mercadeo	48	67.6%	20	28.2%	3	4.2%	71	100.0%
Planificación Empresarial	33	46.5%	36	50.7%	2	2.8%	71	100.0%
Asistencia Técnica en Áreas Especializadas	42	59.2%	28	39.4%	1	1.4%	71	100.0%
Vinculación con Servicios Técnicos de la Universidad	37	52.1%	32	45.1%	2	2.8%	71	100.0%

c. Gráfico



Comentario: según definen los productores las áreas de suma importancias en las que debe de apoyar el Centro de Emprendimiento en los Agronegocios en su mayoría son Finanzas con un 52.1%, Producción en 63.4%, Procesamiento en 64.8%, Mercadeo 67.6%, Planificación Empresarial en 46.5%, Asistencia Técnica en Áreas Especializadas en 59.2%, Vinculación con Servicios Técnicos de la Universidad en 52.1%, además cantidades similares opinaron que son importantes y poco importante par un reducido número de ellos

18. ¿Cuál considera que debe ser la característica más importante que deben tener los servicios que brinde el Centro de Emprendimiento en Agronegocios?

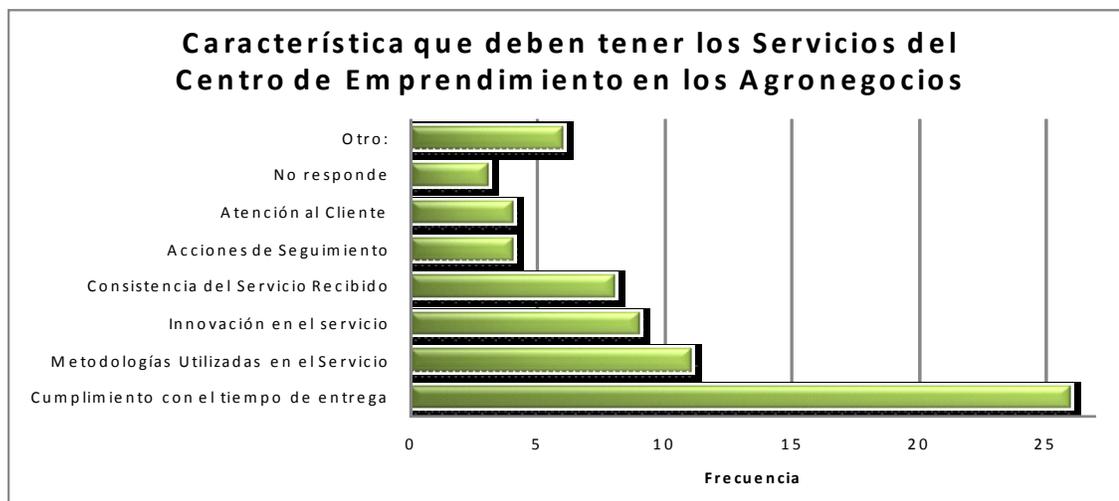
a. Objetivo

Saber aquellas características en el servicio que los clientes consideran importantes para establecer lineamientos generales en los que se basará la prestación de servicios.

b. Tabla de Datos

Código	Significado	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1	Cumplimiento con el tiempo de entrega	26	36.6%
2	Metodologías Utilizadas en el Servicio	11	15.5%
3	Innovación en el servicio	9	12.7%
4	Consistencia del Servicio Recibido	8	11.3%
5	Acciones de Seguimiento	4	5.6%
6	Atención al Cliente	4	5.6%
7	No responde	3	4.2%
8	Otro	6	8.5%
Total Frecuencias		71	100%

c. Gráfico



Comentario: Los productores opinan que la característica principal del Centro de Emprendimiento en los Agronegocios debe de ser Cumplimiento con el tiempo de entrega en un 36.6%, Metodologías Utilizadas en el Servicio en un 15.5%, Innovación en el servicio en un 12.7%, Consistencia del Servicio Recibido en un 11.3%, Acciones de Seguimiento en un 5.6% con un 5.6% Atención al Cliente, y un 4.2% No quiso responder la interrogante al igual que un 8.5% que opinan que la característica debe de ser otra.

19. ¿Cuáles de los siguientes servicios considera como importantes para incrementar la competitividad de su organización?

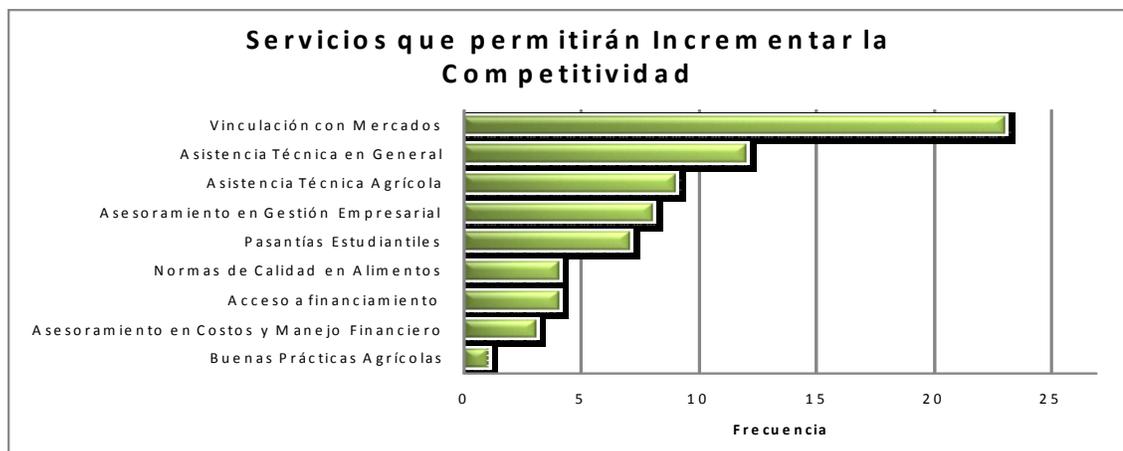
a. Objetivo

Tener insumos que justifiquen los elementos a considerar dentro de la prestación de servicios del Centro de Emprendimiento en los Agronegocios a la hora de elaborar la propuesta.

b. Tabla de Datos

Código	Significado	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1	Buenas Prácticas Agrícolas	1	1.4%
2	Asesoramiento en Costos y Manejo Financiero	3	4.2%
3	Acceso a financiamiento	4	5.6%
4	Normas de Calidad en Alimentos	4	5.6%
5	Pasantías Estudiantiles	7	9.9%
6	Asesoramiento en Gestión Empresarial	8	11.3%
7	Asistencia Técnica Agrícola	9	12.7%
8	Asistencia Técnica en General	12	16.9%
9	Vinculación con Mercados	23	32.4%
Total Frecuencias		71	100.0%

c. Gráfico



Comentario: Entre los servicios que los productores consideran que son importantes para incrementar su competitividad están las Buenas Prácticas Agrícolas en un 1.4%, Asesoramiento en Costos y Manejo Financiero en un 4.2%, Acceso a financiamiento en un 5.6%, un 5.6% en Normas de Calidad en Alimentos, Pasantías Estudiantiles en un 9.9% por ultimo Asesoramiento en Gestión Empresarial con un 11.3%, luego la opinión sobre los servicios de Asistencia Técnica Agrícola en 12.7%, Asistencia Técnica en General en 16.9%, en 32.4% Vinculación con Mercados.

20. ¿Cuál sería su disposición a que estudiantes pudieran realizar pasantías en diferentes actividades relacionadas con incrementar la competitividad en su empresa?

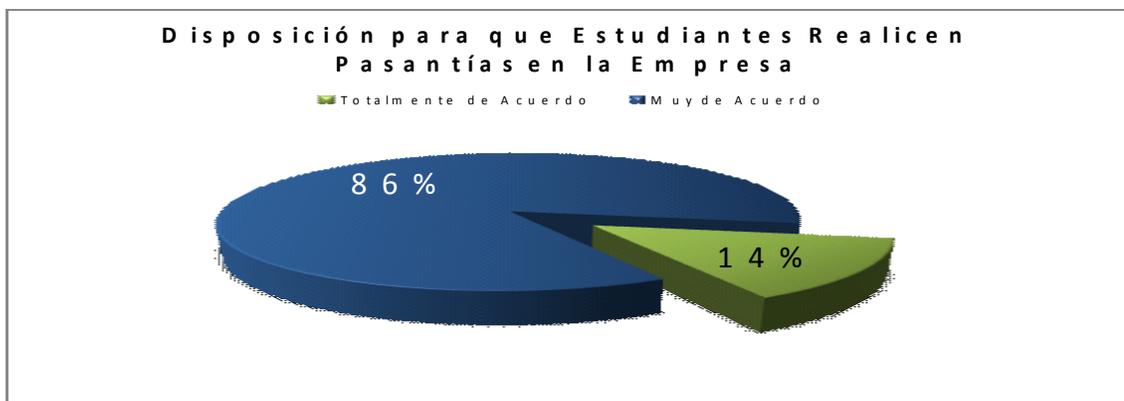
a. Objetivo

Conocer la disposición de los empresarios para el apoyo a las pasantías estudiantiles, las que serán uno de los elementos del Programa Estudiantil del Centro de Emprendimiento en los Agronegocios.

b. Tabla de Datos

Código	Significado	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1	Totalmente de Acuerdo	10	14.1%
2	Muy de Acuerdo	61	85.9%
Total Frecuencias		71	100.0%

c. Gráfico



Comentario: De los productores encuestados los que Totalmente de Acuerdo de que estudiantes les apoyen para incrementar su competitividad es un 14% mientras que el 86% está muy de acuerdo.

Cruce de Variables

Cruce de Variables 1

Pregunta 1: Área Geográfica	Pregunta 16: Disposición a trabajar con el Centro de Emprendimiento
-----------------------------	---

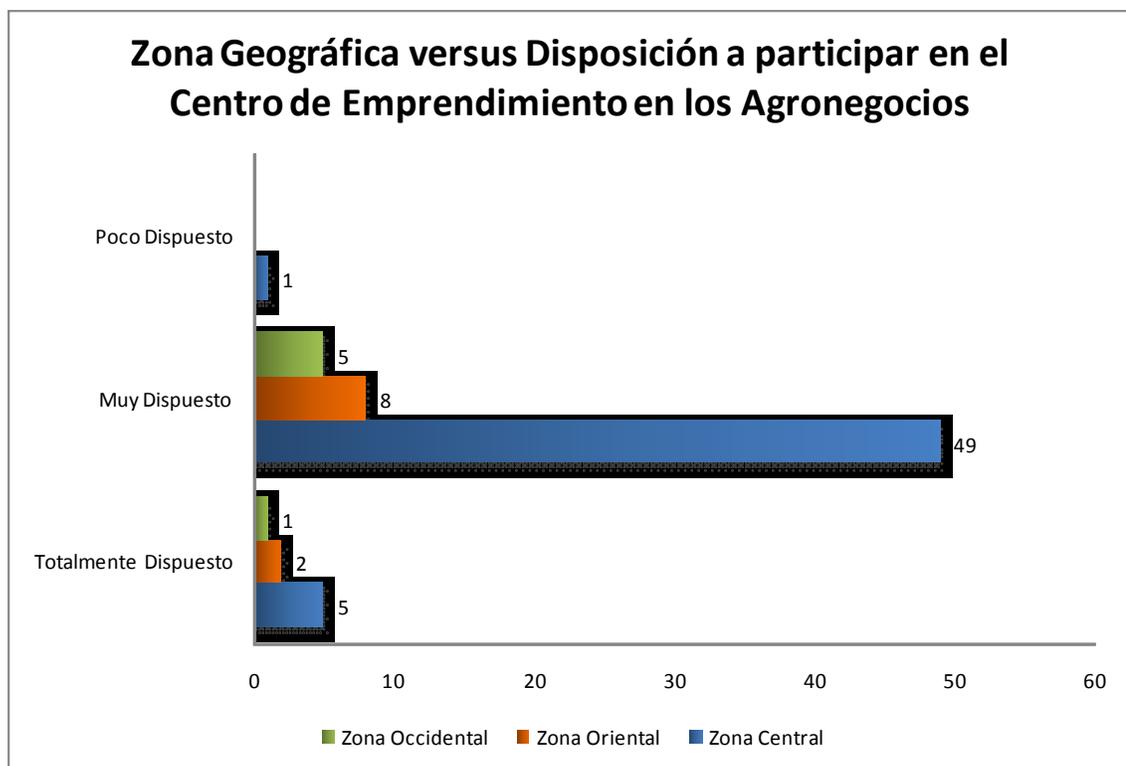
a. Objetivo

Identificar por área geográfica, las empresas que están en la disposición de recibir servicios del Centro de Emprendimiento en los Agronegocios

b. Tabla de Datos

Zona Geográfica	Disposición					
	Totalmente Dispuesto		Muy Dispuesto		Poco Dispuesto	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Zona Central	5	62.5%	49	79.0%	1	100.0%
Zona Oriental	2	25.0%	8	12.9%		
Zona Occidental	1	12.5%	5	8.1%		
	8	100.0%	62	100.0%	1	100.0%

c. Gráfico



Comentario: De los productores encuestados según la zona geográfica los que están totalmente dispuestos a participar en el Centro de Emprendimiento en los Agronegocios de 8 de ellos tomándolos como el 100% el 62.5% es de la Zona Central, el 25% es de Zona Oriental y el 12.5% de la Zona Occidental, lo mismo con los que están de acuerdo de 62 productores que es la mayoría tomándolos como 100% el 79.0% está muy dispuesto en la Zona Central, el 12.9% en la Zona Oriental y el 8.1% en la Zona occidental y una persona en la Zona Central que esta poca dispuestas a participar.

Cruce de Variables 2

Pregunta 3: Tamaño de la Empresa	Pregunta 19: Tipos de servicios demandados
----------------------------------	--

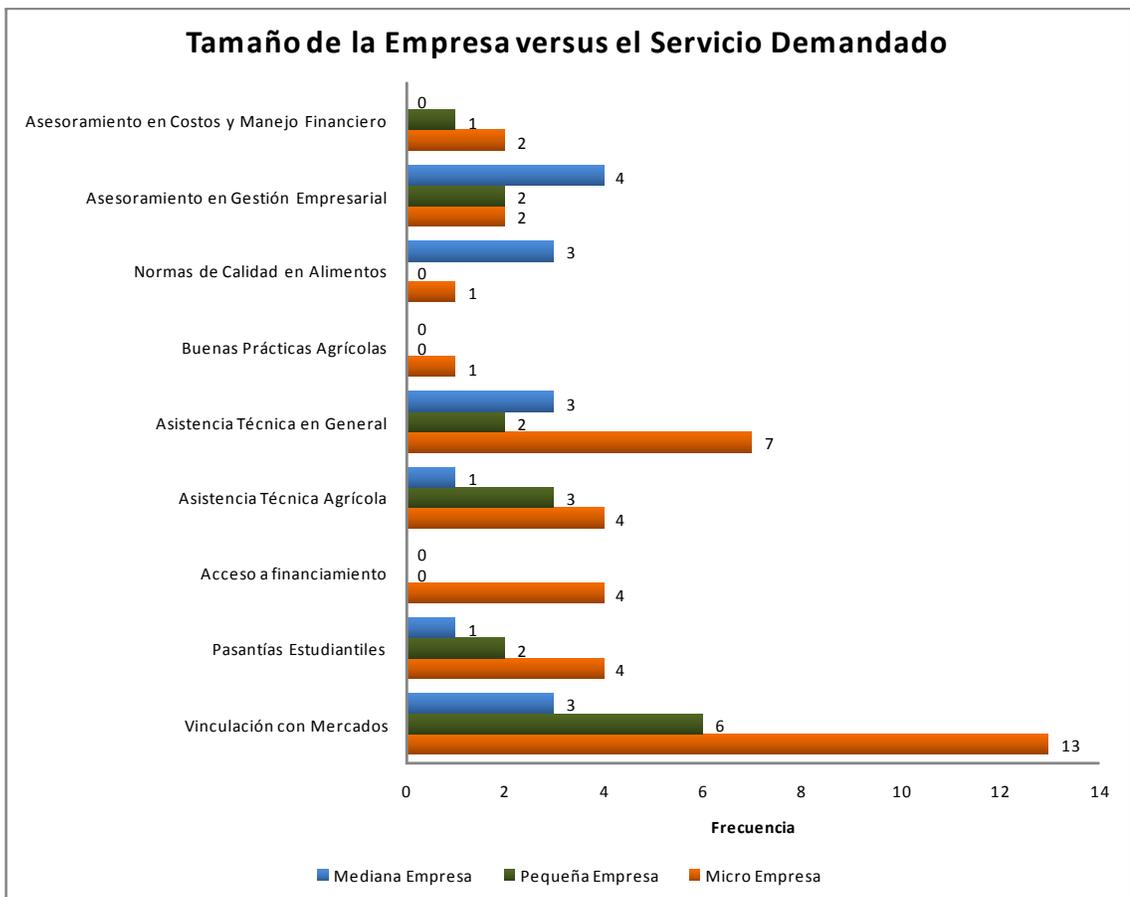
a. Objetivo

Identificar los tipos de servicios demandados por las empresas de acuerdo a su tamaño.

b. Tabla de Datos

Servicios	Tamaño de la Empresa					
	Micro Empresa		Pequeña Empresa		Mediana Empresa	
	F	%	F	%	F	%
Vinculación con Mercados	13	34.2%	6	37.5%	3	20.0%
Pasantías Estudiantiles	4	10.5%	2	12.5%	1	6.7%
Acceso a financiamiento	4	10.5%	0	0.0%	0	0.0%
Asistencia Técnica Agrícola	4	10.5%	3	18.8%	1	6.7%
Asistencia Técnica en General	7	18.4%	2	12.5%	3	20.0%
Buenas Prácticas Agrícolas	1	2.6%	0	0.0%	0	0.0%
Normas de Calidad en Alimentos	1	2.6%	0	0.0%	3	20.0%
Asesoramiento en Gestión Empresarial	2	5.3%	2	12.5%	4	26.7%
Asesoramiento en Costos y Manejo Financiero	2	5.3%	1	6.3%	0	0.0%
Total Frecuencias	38	100.0%	16	100.0%	15	100.0%

c. Gráfico



Comentario: Los productores que clasifican su actividad empresarial como microempresa son los más interesados en el servicio de Vinculación con Mercados en un 34.2%, la Asistencia Técnica en General en un 18.4%, Pasantías Estudiantiles, Acceso a financiamiento y Asistencia Técnica Agrícola en 10.5% cada una, Asesoramiento en Gestión Empresarial, Asesoramiento en Costos y Manejo Financiero en 5.3% cada una y por último Buenas Prácticas Agrícolas, Normas de Calidad en Alimentos en un 2.6% cada uno.

Los productores que clasifican su actividad empresarial como pequeña empresa están interesados en el servicio de Vinculación con Mercados en un 37.5%, la Asistencia Técnica Agrícola en un 18.8%, Pasantías Estudiantiles, Asesoramiento en Gestión Empresarial y Asistencia Técnica en general en 12.5% cada una, Asesoramiento en Costos y Manejo Financiero en 6.3% cada una.

La mediana empresa considera que los servicios de suma importancia es Asesoramiento en Gestión Empresarial 26.7%, seguido de Vinculación con Mercados, Asistencia Técnica en General y Normas de Calidad en Alimentos en 20.0% cada uno como los más importantes.

Cruce de Variables 3

Pregunta 4: Etapas de la Producción Agrícola	Pregunta 19: Tipos de servicios demandados
--	--

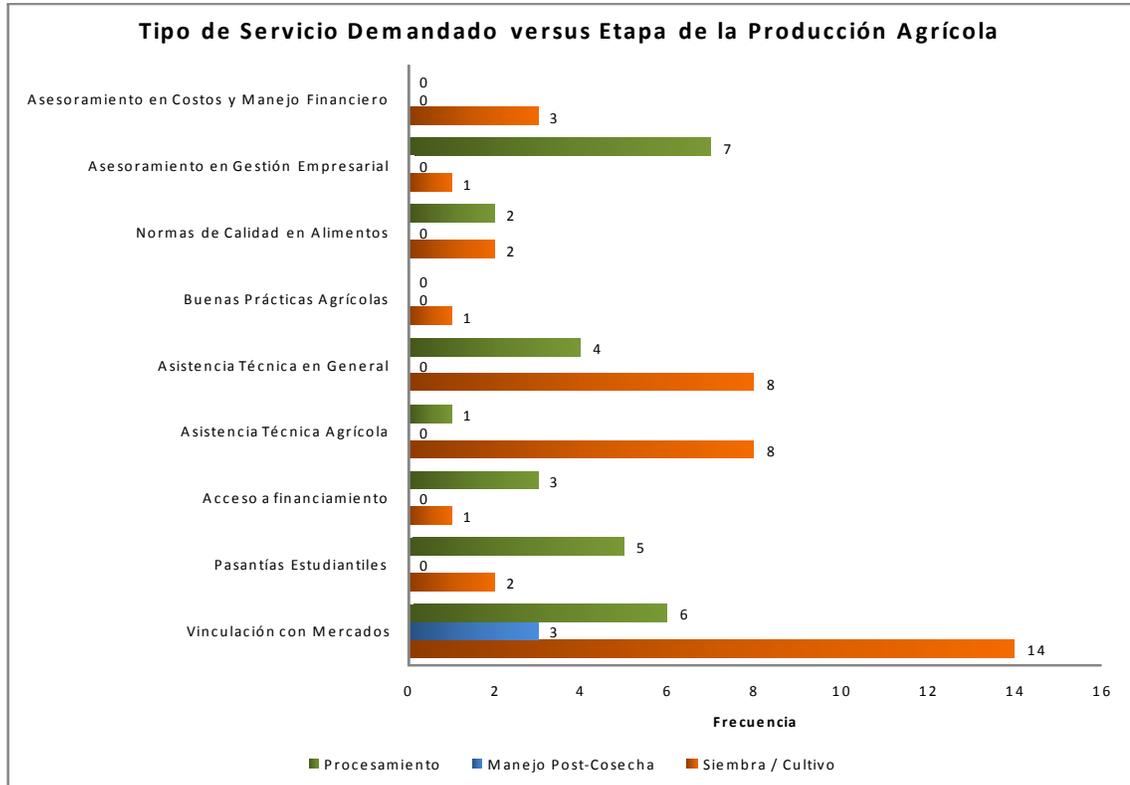
a. Objetivo

Conocer los tipos de servicios demandados en función de la etapa en la producción agrícola desarrollada por las empresas.

b. Tabla de Datos

Servicios	Etapa de la Actividad Productiva Agrícola					
	Siembra / Cultivo		Manejo Post-Cosecha		Procesamiento	
	F	%	F	%	F	%
Vinculación con Mercados	14	35.0%	3	100.0%	6	21.4%
Pasantías Estudiantiles	2	5.0%	0	0.0%	5	17.9%
Acceso a financiamiento	1	2.5%	0	0.0%	3	10.7%
Asistencia Técnica Agrícola	8	20.0%	0	0.0%	1	3.6%
Asistencia Técnica en General	8	20.0%	0	0.0%	4	14.3%
Buenas Prácticas Agrícolas	1	2.5%	0	0.0%	0	0.0%
Normas de Calidad en Alimentos	2	5.0%	0	0.0%	2	7.1%
Asesoramiento en Gestión Empresarial	1	2.5%	0	0.0%	7	25.0%
Asesoramiento en Costos y Manejo Financiero	3	7.5%	0	0.0%	0	0.0%
Total Frecuencias	40	100.0%	3	100.0%	28	100.0%

c. Gráfico



Comentario: Los productores que se dedican a la siembra (cultivo) demandarían el servicio de Vinculación con Mercados en un 35.0%, Pasantías Estudiantiles en un 5.0%, Acceso a financiamiento en un 2.5%, Asistencia Técnica Agrícola en un 20.0%, Asistencia Técnica en General en un 20.0%, Buenas Prácticas Agrícolas en un 2.5%, Normas de Calidad en Alimentos en un 5.0%, Asesoramiento en Gestión Empresarial en un 2.5% y Asesoramiento en Costos y Manejo Financiero en un 7.5%.

Solamente 3 de los productores encuestados se dedican al manejo post cosecha, quienes manifiestan estar interesados en la servicio de Vinculación con Mercados.

De los que se dedican al procesamiento los servicios que dicen que son importantes para incrementar su competitividad son Vinculación con Mercados en un 21.4%, Pasantías Estudiantiles en 17.9%, Acceso a financiamiento en 10.7%, Asistencia Técnica Agrícola en 3.6%, Asistencia Técnica en General en 14.3%, Normas de Calidad en Alimentos en 7.1% y Asesoramiento en Gestión Empresarial en 25.0%.

Cruce de Variables 4

Pregunta 14: Tipo de apoyo recibido	Pregunta 19: Grado de satisfacción
-------------------------------------	------------------------------------

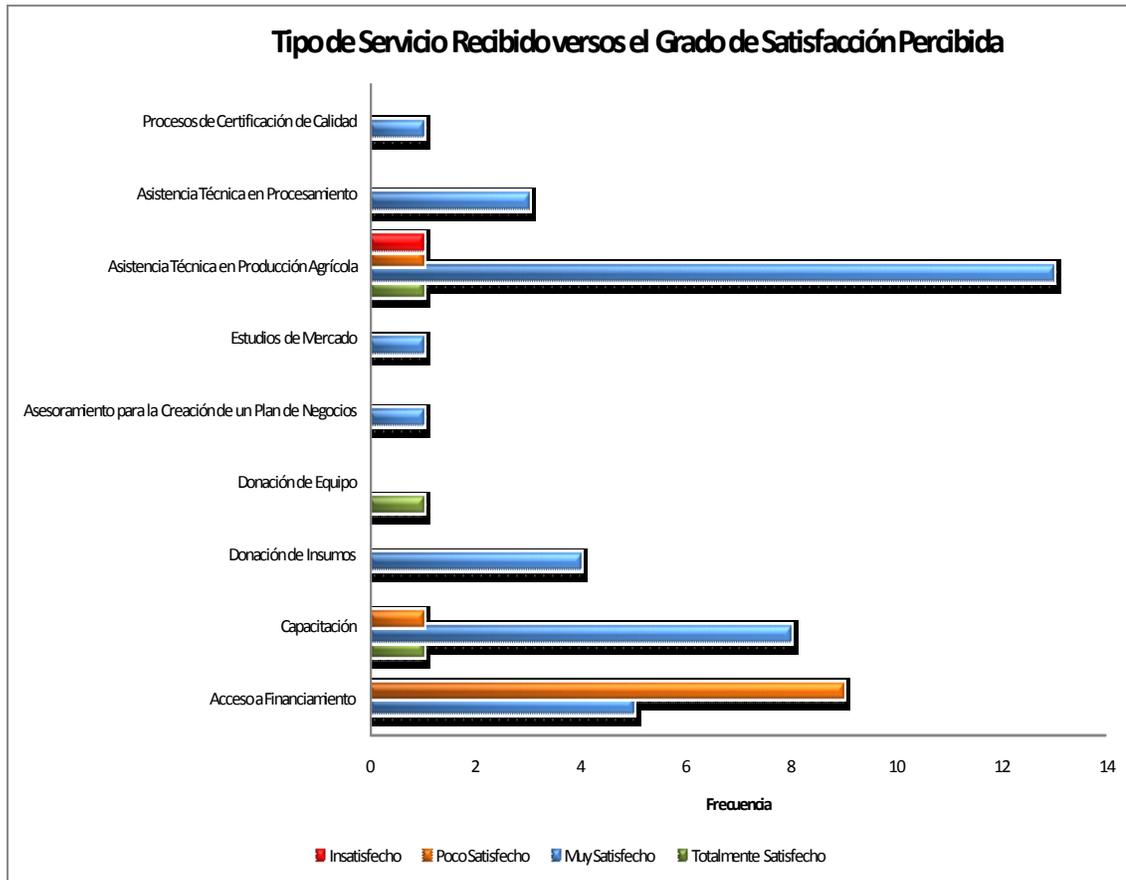
a. Objetivo

Determinar el grado de satisfacción percibido por los empresarios en función del tipo de apoyo que han recibido

b. Tabla de Datos

Servicios	Grado de Satisfacción del Servicio Recibido							
	Totalmente Satisfecho		Muy Satisfecho		Poco Satisfecho		Insatisfecho	
	F	%	F	%	F	%	F	%
Acceso a Financiamiento	0	0.0%	5	13.9%	9	81.8%	0	0.0%
Capacitación	1	33.3%	8	22.2%	1	9.1%	0	0.0%
Donación de Insumos	0	0.0%	4	11.1%	0	0.0%	0	0.0%
Donación de Equipo	1	33.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
Asesoramiento para la Creación de un Plan de Negocios	0	0.0%	1	2.8%	0	0.0%	0	0.0%
Estudios de Mercado	0	0.0%	1	2.8%	0	0.0%	0	0.0%
Asistencia Técnica en Producción Agrícola	1	33.3%	13	36.1%	1	9.1%	1	100.0%
Asistencia Técnica en Procesamiento	0	0.0%	3	8.3%	0	0.0%	0	0.0%
Procesos de Certificación de Calidad	0	0.0%	1	2.8%	0	0.0%	0	0.0%
Total Frecuencias	3	100.0%	36	100.0%	11	100.0%	1	100.0%

c. Gráfico



Comentario: En relación al tipo de apoyo recibido por instituciones públicas o privadas y midiendo el grado de satisfacción por el servicio recibido La mayoría de los encuestados con el servicio de acceso a financiamiento están poco satisfechos lo que constituye un 81.8% y el resto está muy satisfecho, las capacitaciones totalmente satisfecho un 33.3%, muy satisfecho 22.2%, poco satisfecho 9.1%, con el servicio de asistencia técnica en producción agrícola un 33.3% están totalmente satisfecho, un 36.1% muy satisfechos y pocos satisfechos solamente un 9.1%, estos como los servicios que más les han ofrecido y que han sido relevante para el crecimiento empresarial y que han vuelto el apoyo más relevante en esta industria.

ANEXO 5. Resultados de encuesta a estudiantes

Objetivo: Obtener información general de los estudiantes a encuestar para lograr construir un perfil de los mismos.

GENERALIDADES:

1. Género

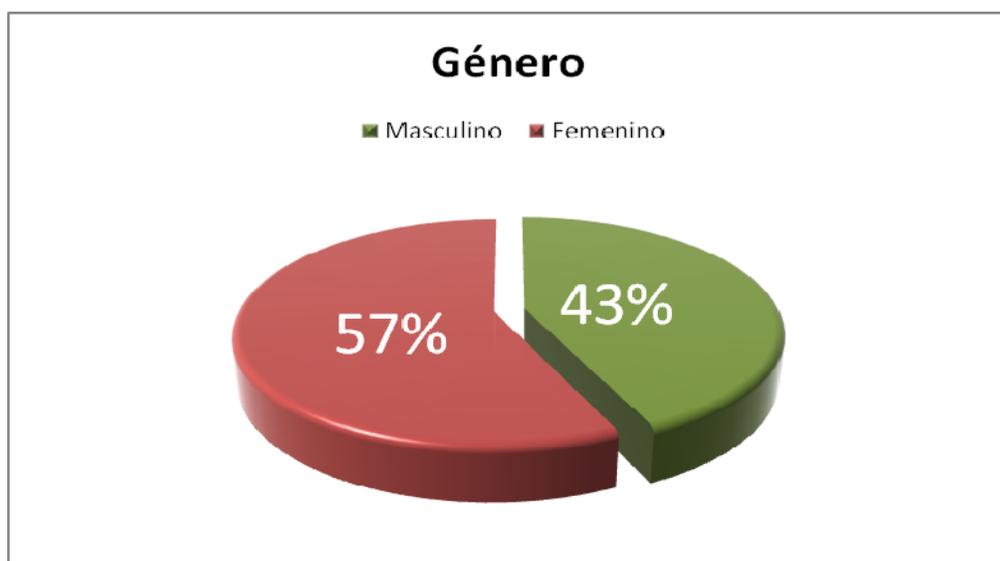
a. Objetivo

Obtener información general de los estudiantes a encuestar para lograr construir un perfil de los mismos.

b. Tabla de Datos

Código	Significado	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1	Masculino	38	43,2%
2	Femenino	50	56,8%
	Total frecuencias	88	100,0%

c. Gráfico



Comentario: Del total de estudiantes que fueron encuestados, el 57% son del género femenino mientras que el 43% son del género masculino.

2. Distribución de Edades

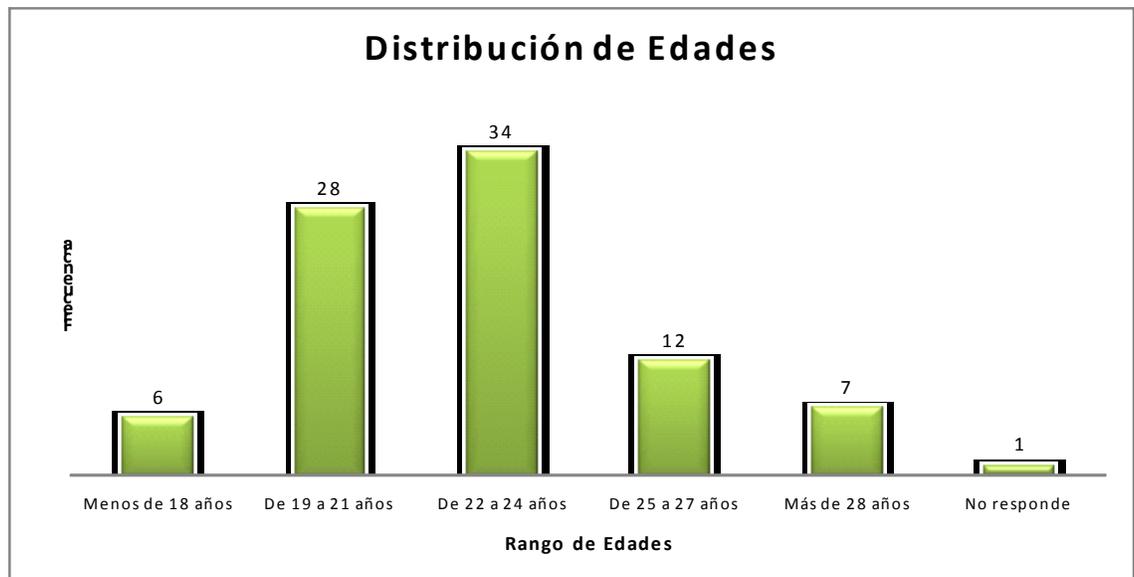
a. Objetivo

Conocer las edades de los estudiantes de la Universidad de El Salvador que participarían en el Centro de Emprendimiento en los Agronegocios.

b. Tabla de Datos

Código	Significado	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1	Menos de 18 años	6	6,8%
2	De 19 a 21 años	28	31,8%
3	De 22 a 24 años	34	38,6%
4	De 25 a 27 años	12	13,6%
5	Más de 28 años	7	8,0%
6	No responde	1	1,1%
	Total Frecuencias	88	100,0%

c. Gráfico



Comentario: En base a la información recolectada en las encuestas, más del 70% de los encuestados se ubica dentro de los rangos de edades comprendido de los 19 a los 24 años, mientras que solo el 8% afirmó tener una edad superior a los 28 años.

3. Facultad a la que pertenece:

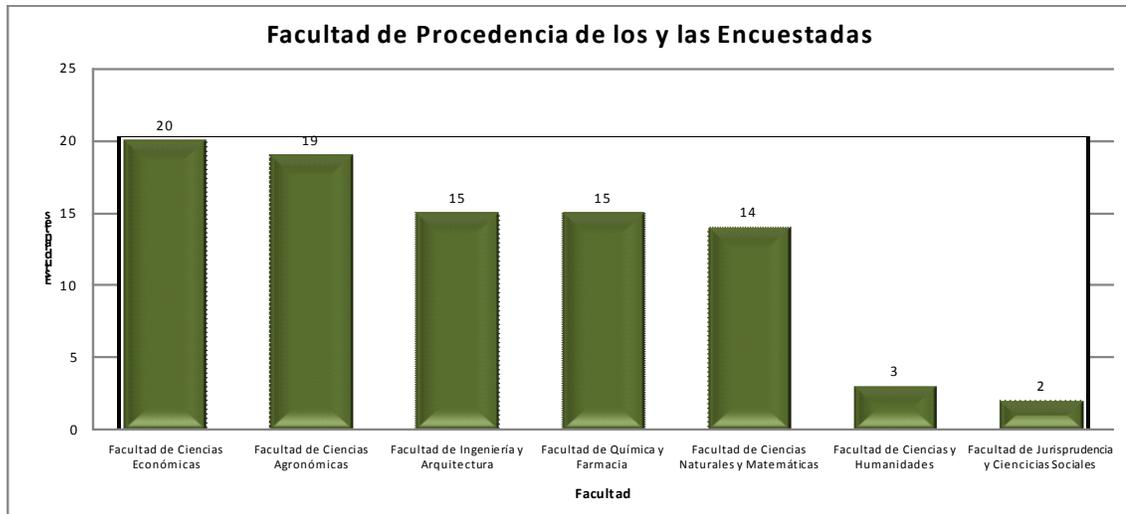
a. Objetivo

Identificar las facultades interesadas en participar en las actividades del Centro de Emprendimiento en los Agronegocios.

b. Tabulación

Código	Significado	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1	Facultad de Ciencias Económicas	20	22,7%
2	Facultad de Ciencias Agronómicas	19	21,6%
3	Facultad de Ingeniería y Arquitectura	15	17,0%
4	Facultad de Química y Farmacia	15	17,0%
5	Facultad de Ciencias Naturales y Matemáticas	14	15,9%
6	Facultad de Ciencias y Humanidades	3	3,4%
7	Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales	2	2,3%
	Total Frecuencias	88	100,0%

c. Gráfico



Comentario: Más del 22% de los estudiantes encuestados pertenecen a la Facultad de Ciencias Económicas, quedando en segundo lugar la Facultad de Ciencias Agronómicas con 21.6%, mientras que las Facultades de Ingeniería y Arquitectura, así como la de Química y Farmacia, representan un 17% del total de encuestados. Cerca de los estudiantes encuestados restantes, pertenecen a las Facultades de Ciencias Naturales y Matemáticas, Ciencias y Humanidades y la Facultad Jurisprudencia y Ciencias Sociales.

4. Carrera que estudia

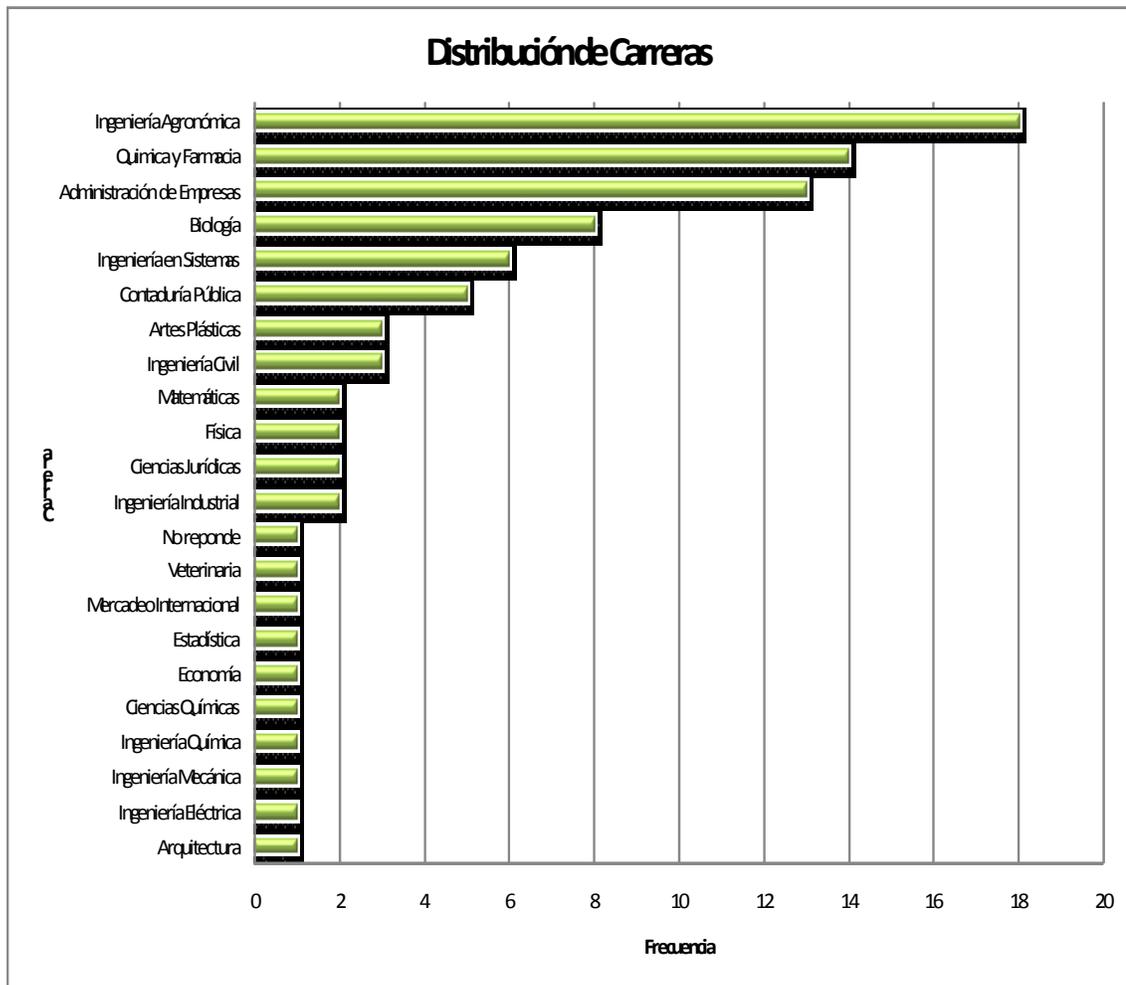
a. Objetivo

Conocer la carrera que estudian estudiantes para orientar su a porte en áreas específicas.

b. Tabla de Datos

Carrera	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Ingeniería Agronómica	18	20,5%
Química y Farmacia	14	15,9%
Administración de Empresas	13	14,8%
Biología	8	9,1%
Ingeniería en Sistemas	6	6,8%
Contaduría Pública	5	5,7%
Ingeniería Civil	3	3,4%
Artes Plásticas	3	3,4%
Ingeniería Industrial	2	2,3%
Ciencias Jurídicas	2	2,3%
Física	2	2,3%
Matemáticas	2	2,3%
Arquitectura	1	1,1%
Ingeniería Eléctrica	1	1,1%
Ingeniería Mecánica	1	1,1%
Ingeniería Química	1	1,1%
Ciencias Químicas	1	1,1%
Economía	1	1,1%
Estadística	1	1,1%
Mercadeo Internacional	1	1,1%
Veterinaria	1	1,1%
No Responde	1	1,1%
Total Frecuencias	88	100%

c. Gráfico



Comentario: Del total de estudiantes encuestados, el 20% manifestó que estudia la carrera de Ingeniería Agronómica, mientras que el 16% estudia la Licenciatura en Química y Farmacia y el 15% cursa la Licenciatura en Administración de Empresas, mientras que el 49% restante estudian las carreras de Ingeniería en Sistemas, Licenciatura en Contaduría Pública, Artes Plásticas, Ingeniería Civil, entre otras.

5. Número de Materias aprobadas

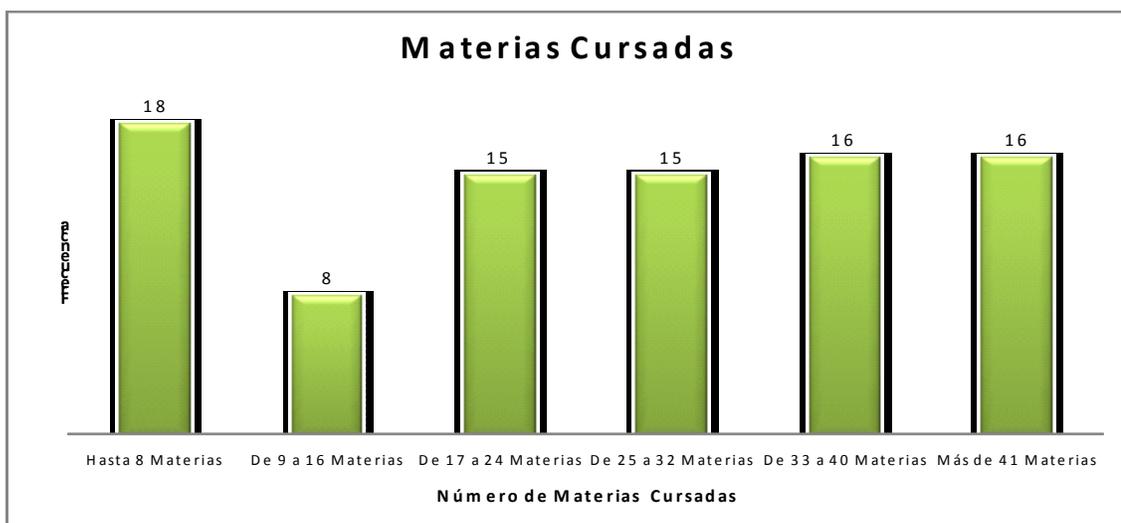
a. Objetivo

Identificar el nivel alcanzado por los estudiantes en la carrera o áreas en la que se están preparando.

b. Tabla de Datos

Código	Significado	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1	Hasta 8 Materias	18	20,5%
2	De 9 a 16 Materias	8	9,1%
3	De 17 a 24 Materias	15	17,0%
4	De 25 a 32 Materias	15	17,0%
5	De 33 a 40 Materias	16	18,2%
6	Más de 41 Materias	16	18,2%
	Total Frecuencias	88	100,0%

c. Gráfico



Comentario: Del total de estudiantes encuestados, más del 36% ha cursado más de 33 materias, mientras que el 34% han aprobado entre 17 y 32 materias, por otro lado, cerca del 30% han completado 16 materias.

6. Situación Laboral:

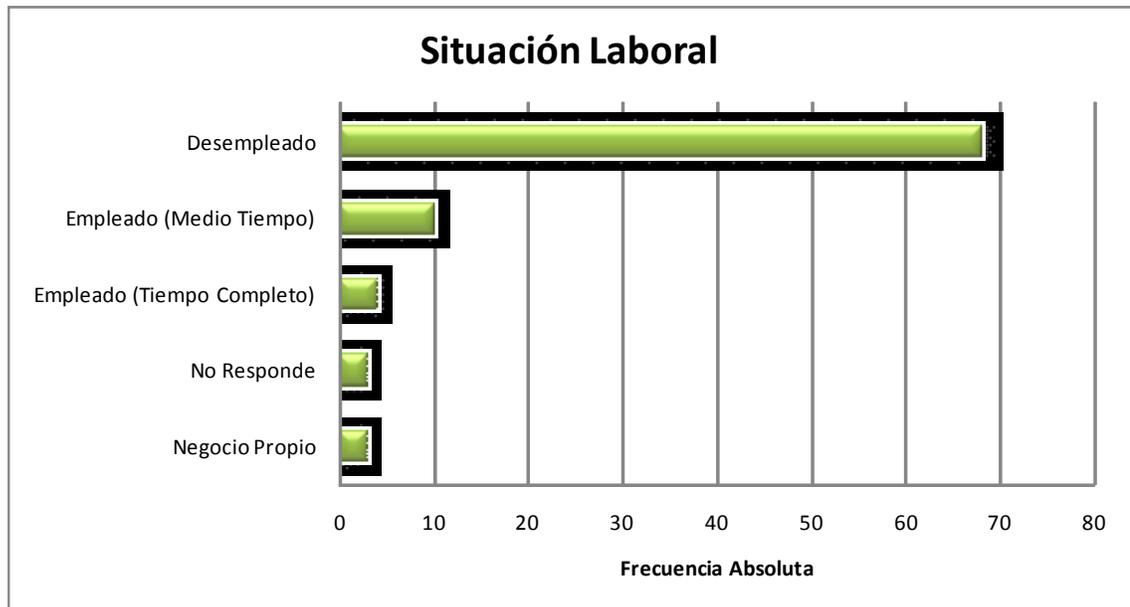
a. Objetivo

Identificar la situación laboral actual de los estudiantes de la Universidad de El Salvador

b. Tabla de Datos

Código	Significado	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1	Negocio Propio	3	3,4%
2	No Responde	3	3,4%
3	Empleado (Tiempo Completo)	4	4,5%
4	Empleado (Medio Tiempo)	10	11,4%
5	Desempleado(a)	68	77,3%
Total Frecuencias		88	100,0%

c. Gráfico



Comentario: Más del 77% de los estudiantes que participaron en la encuesta solamente se encuentran en una situación de desempleo, mientras el 11% afirmó que trabaja a medio tiempo, solamente el 4.5% dijo que trabaja a tiempo completo, por otro lado, solamente el 3.4% ha logrado emprender su propio negocio.

7. Municipio de Residencia

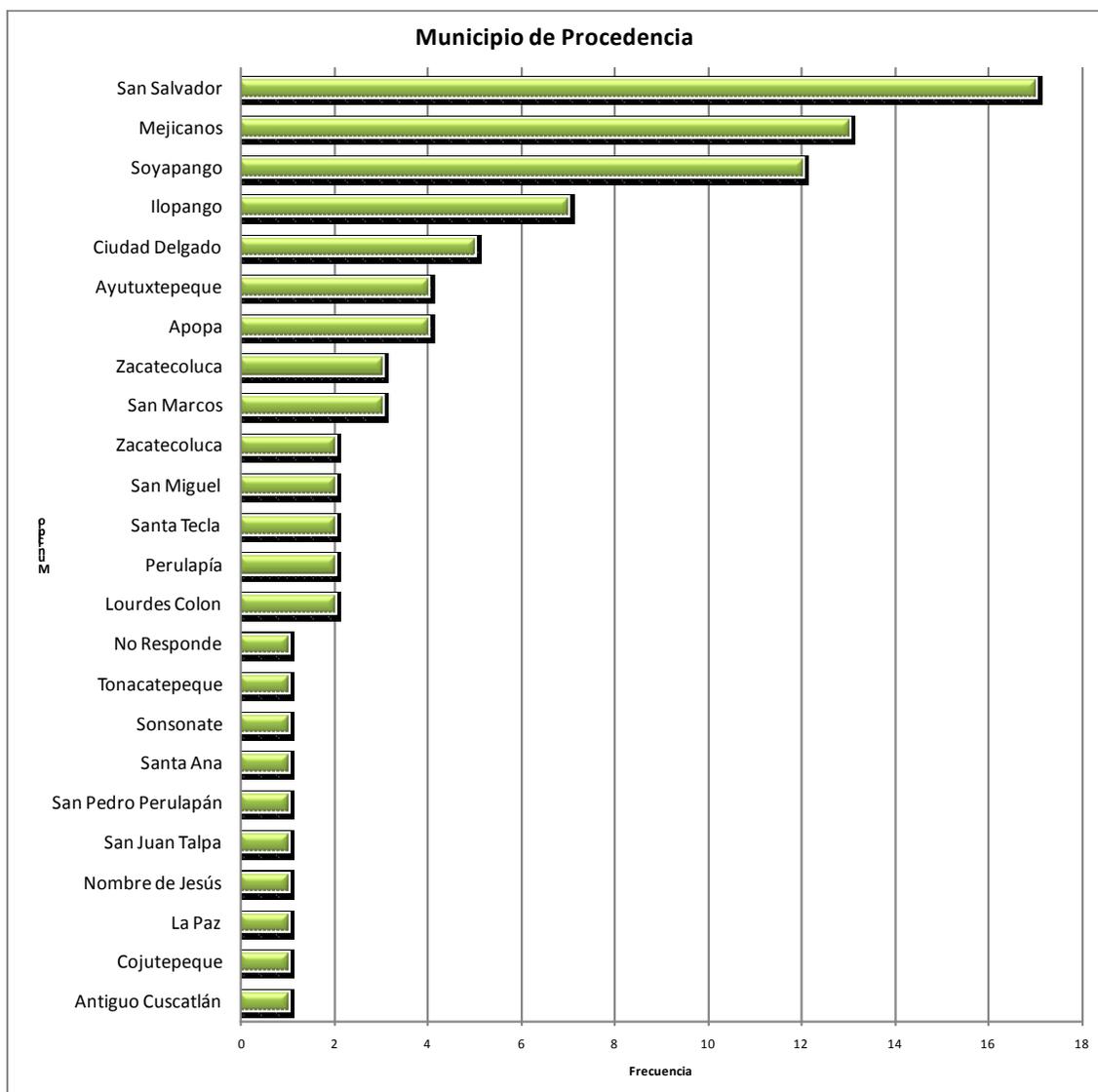
a. Objetivo

Conocer el lugar de residencia de la los estudiantes de la universidad de El Salvador que estarían dispuestos a participar en el Centro de Emprendimiento en los Agronegocios.

b. Tabla de Datos

Código	Significado	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1	San Salvador	17	19.3%
2	Mejicanos	13	14.8%
3	Soyapango	12	13.6%
4	Ilopango	7	8.0%
5	Ciudad Delgado	5	5.7%
6	Apopa	4	4.5%
7	Ayutuxtepeque	4	4.5%
8	San Marcos	3	3.4%
8	Zacatecoluca	3	3.4%
10	Lourdes Colon	2	2.3%
11	Perulapía	2	2.3%
12	Santa Tecla	2	2.3%
13	San Miguel	2	2.3%
14	Zacatecoluca	2	2.3%
15	Antiguo Cuscatlán	1	1.1%
16	Cojutepeque	1	1.1%
17	La Paz	1	1.1%
18	Nombre de Jesús	1	1.1%
19	San Juan Talpa	1	1.1%
20	San Pedro Perulapán	1	1.1%
21	Santa Ana	1	1.1%
22	Sonsonate	1	1.1%
23	Tonacatepeque	1	1.1%
24	No Responde	1	1.1%
	Total Frecuencias	88	100.0%

c. Gráfico



Comentario: El mayor número de estudiantes encuestados son del municipio de San Salvador en 19.3%, Mejicanos con 14.8 %, Soyapango con un 13.6%, Ilopango con 8%, Ciudad Delgado con 5.7%, Apopa y Ayutuxtepeque con 4.5% San marcos y Zacatecoluca con 3.4%, Lourdes Colon, Perulapía, Santa Tecla, San Miguel y Zacatecoluca con 2.3%, y 1.1% reside en otros municipio así como los que no quisieron responder.

8. ¿Ha participado en programas, proyectos o iniciativas ejecutados desde la Universidad y que han significado un beneficio para la sociedad?

a. Objetivo

Conocer la proporción de estudiantes que han participado en programas, proyectos o iniciativas desde la universidad enfocadas hacia la sociedad

b. Tabla de Datos

Código	Significado	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1	Si	16	18.2%
2	No	72	81.8%
Total Frecuencias		88	100.0%

c. Gráfico



Comentario: La mayoría de los Estudiantes no ha participado en programas, proyectos o iniciativas ejecutados desde la Universidad y que han significado un beneficio para la sociedad esta mayoría representa un 82% mientras que un 18% si ha participado en dichos proyectos.

9. ¿A qué sector de la sociedad estaba orientada las actividades desarrolladas?

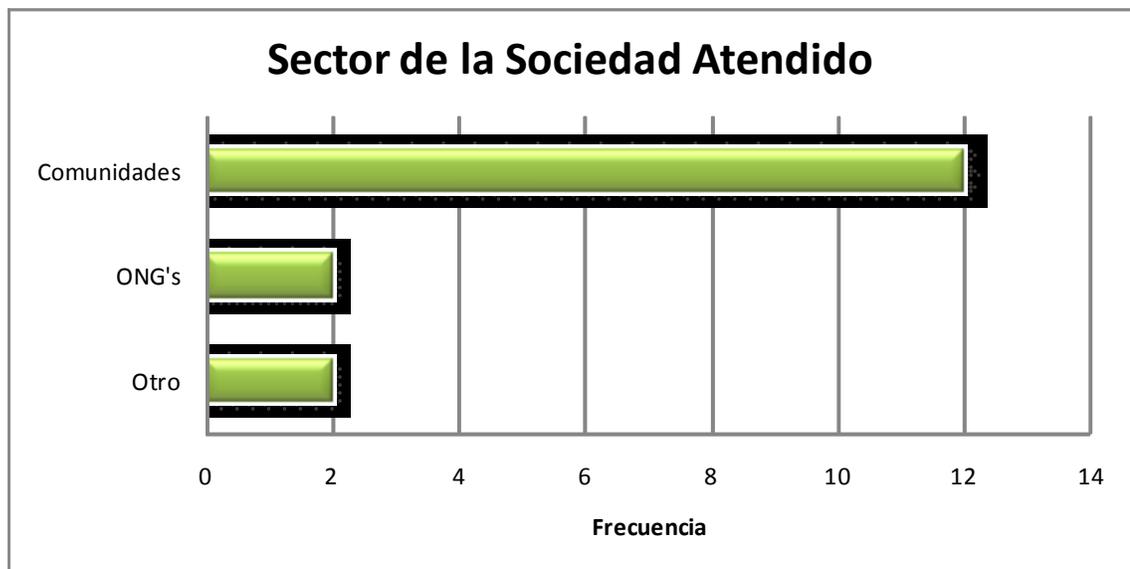
a. Objetivo

Identificar a grandes rasgos el sector de la sociedad hacia donde serán orientados los esfuerzos del trabajo realizado por los estudiantes.

b. Tabla de Datos

Código	Significado	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1	Comunidades	12	75.0%
2	ONG	2	12.5%
3	Otro	2	12.5%
Total Frecuencias		16	100.0%

c. Gráfico



Comentario: De Los estudiantes que han participado en proyectos universitarios de beneficio para la sociedad, la mayoría que representa un 75% dice haber participado en actividades orientadas al sector comunidades, mientras un 12.5% participó en actividades orientadas a ONG's y otro porcentaje igual en otros sectores.

10. ¿Qué fue lo que motivo la realización de tales iniciativas?

a. Objetivo

Conocer el marco que originó la participación de los estudiantes en proyectos vinculados con la sociedad

b. Tabla de Datos

Código	Significado	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1	Trabajo desarrollado durante la cátedra	7	43.8%
2	Servicio Social	1	6.3%
3	Voluntariado	6	37.5%
4	Iniciativa Propia	1	6.3%
5	Otro	1	6.3%
Total Frecuencias		16	100.0%

c. Gráfico



Comentario: El trabajo desarrollado durante la cátedra es una de las alternativas que más motivo a la realización de las actividades con un 44%, teniendo en segundo lugar el Voluntariado con un 38%, mientras el servicio social, iniciativa propia y otras se encuentran con un porcentaje del 6% cada una.

11. ¿Cómo evaluaría su experiencia en la participación en este tipo de iniciativas?

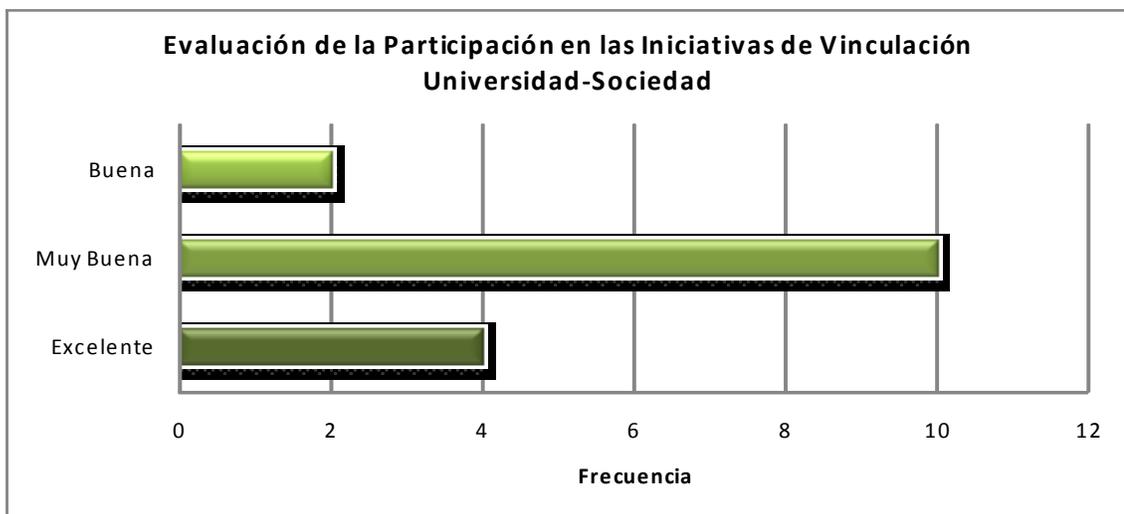
a. Objetivo

Identificar la evaluación que los estudiantes dan a su experiencia de participación en este tipo de iniciativas.

b. Tabla de Datos

Código	Significado	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1	Excelente	4	25.0%
2	Muy Buena	10	62.5%
3	Buena	2	12.5%
Total Frecuencias		16	100.0%

c. Gráfico



Comentario: De los estudiantes encuestados un 62% considera que su experiencia en la participación en este tipo de actividades es muy buena, mientras un 25% lo considera excelente y un 12.5% lo considera Buena.

12. ¿Considera que es importante la participación de estudiantes en proyectos y programas que vinculan a la Universidad con la Sociedad?

a. Objetivo

Conocer la actitud de los estudiantes respecto a la ejecución de iniciativas que vinculen a la universidad con la sociedad.

b. Tabla de Datos

Código	Significado	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1	Si	16	100.0%
2	No	0	0.0%
Total Frecuencias		16	100.0%

c. Gráfico



Comentario: El 100% de los estudiantes encuestados Considera que es importante la participación de estudiantes en proyectos y programas que vinculan a la Universidad con la Sociedad

13. *En la Universidad de El Salvador se está impulsado un Centro de Emprendimiento en los Agronegocios, dicho proyecto contempla la participación de estudiantes en: Pasantías, Realización de estudios de Mercado, Planes de Negocio, Servicios Técnicos especializados, entre otros, Todos enfocados a incrementar la competitividad del sector productivo agrícola ¿Cuál es su disposición a participar en este proyecto?*

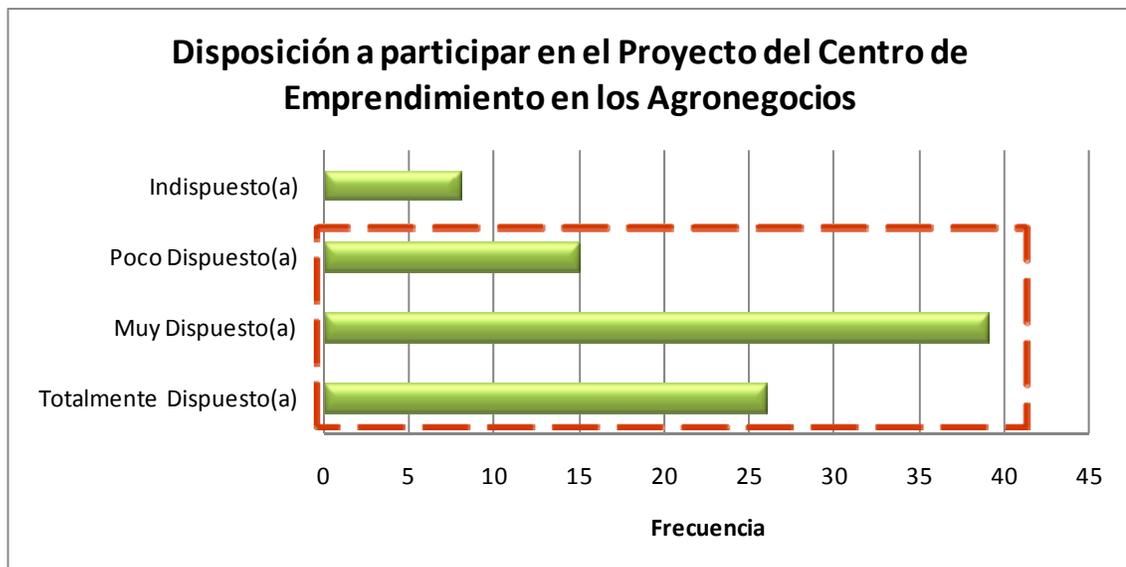
a. Objetivo

Saber la disposición que los estudiantes tienen de incorporarse en el Programa de Estudiantes del Centro de Emprendimiento en los Agronegocios

b. Tabla de Datos

Código	Significado	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1	Totalmente Dispuesto(a)	26	29.5%
2	Muy Dispuesto(a)	39	44.3%
3	Poco Dispuesto(a)	15	17.0%
4	Indispuesto(a)	8	9.1%
Total Frecuencias		88	100.0%

c. Gráfico



Comentario: La mayoría de los estudiantes encuestados o un 44.3% se considera muy dispuesta a participar en el Proyecto del Centro de Emprendimiento en los Agronegocios, mientras un 29.5% se considera totalmente dispuesto. Y un 17% dice estar poco dispuesto. Y una mínima cantidad de estudiantes que representan un 9.1% se encuentra indispuesto a participar en el proyecto antes mencionado.

14. ¿En cuál de las siguientes actividades del sector agrícola te gustaría participar en el desarrollo de proyectos que impulsa el Centro?

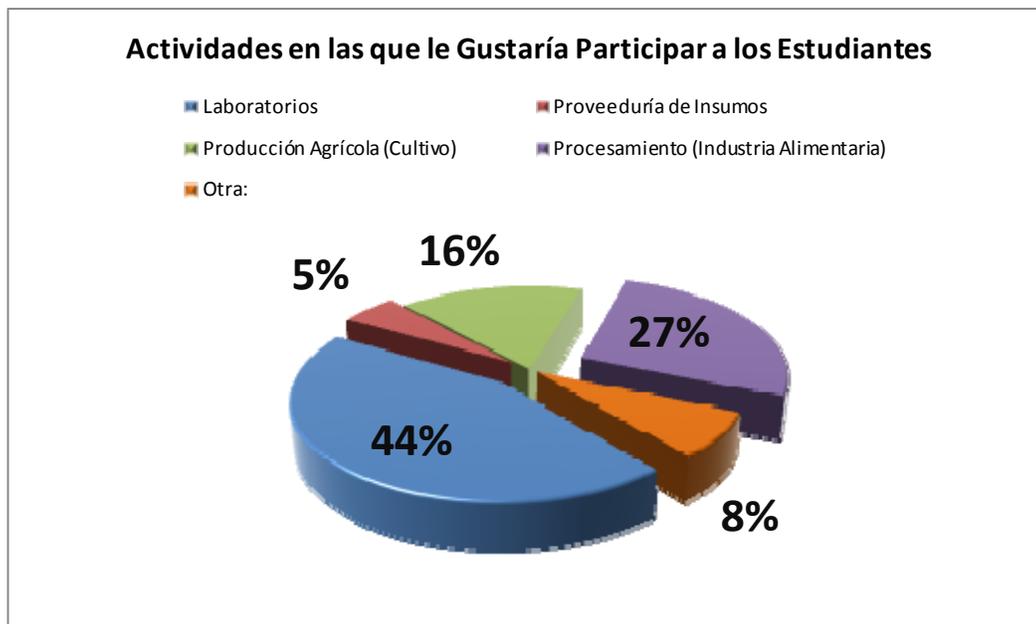
a. Objetivo

Identificar las etapas de la cadena productiva agrícola que los estudiantes estarían más dispuestos a prestar su apoyo.

b. Tabla de Datos

Código	Significado	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1	Laboratorios	35	44.3%
2	Proveeduría de Insumos	4	5.1%
3	Producción Agrícola (Cultivo)	13	16.5%
4	Procesamiento (Industria Alimentaria)	21	26.6%
5	Otra:	6	7.6%
Total Frecuencias		79	100%

c. Gráfico



Comentario: Un 44% de los estudiantes encuestados manifiestan que la actividad en la que les gustaría participar es en laboratorios, un 27% les gustaría participar en procesamiento (Industria) mientras una cantidad del 16% en producción Agrícola. Y las minorías en Proveedurías e insumos con un 5% así como en otras actividades con un 8%.

15. ¿Cuál sería el tipo de Servicios de Desarrollo Empresarial que te gustaría impulsar?

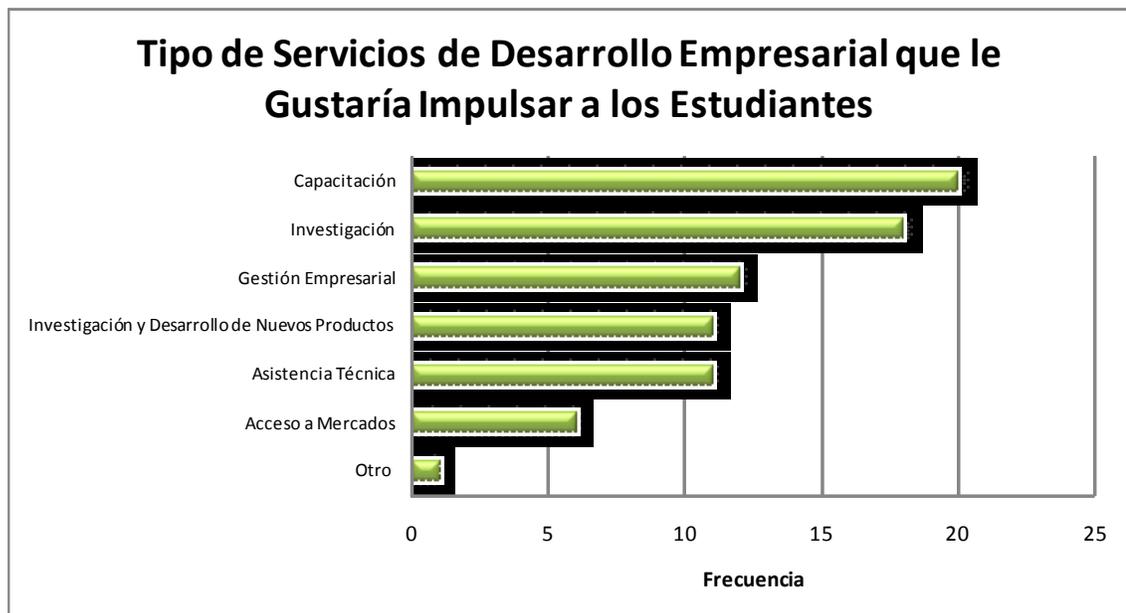
a. Objetivo

Obtener información acerca de los tipos de servicios de desarrollo empresarial que los estudiantes estarían dispuestos a apoyar en el Centro de Emprendimiento en los Agronegocios.

b. Tabla de Datos

Código	Significado	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1	Capacitación	20	25.3%
2	Investigación	18	22.8%
3	Gestión Empresarial	12	15.2%
4	Asistencia Técnica	11	13.9%
5	Investigación y Desarrollo de Nuevos Productos	11	13.9%
6	Acceso a Mercados	6	7.6%
7	Otro	1	1.3%
Total Frecuencias		79	100.0%

c. Gráfico



Comentario: El tipo de servicio de desarrollo empresarial que más les gustaría impulsar a los estudiantes es el de Capacitación con un 25.3%, teniendo en segundo lugar el de investigación con un 22.8%, seguido de La gestión empresarial con un 15.2%, mientras la investigación y desarrollo de nuevos productos y la asistencia técnica se encuentran con un porcentaje de 13.9%, el acceso a mercados con una mínima de 7.6% junto a otro servicios con 1.3%.

16. ¿Qué tipo de participación le gustaría tener en el Programa Estudiantil del Centro de Emprendimiento en los Agronegocios?

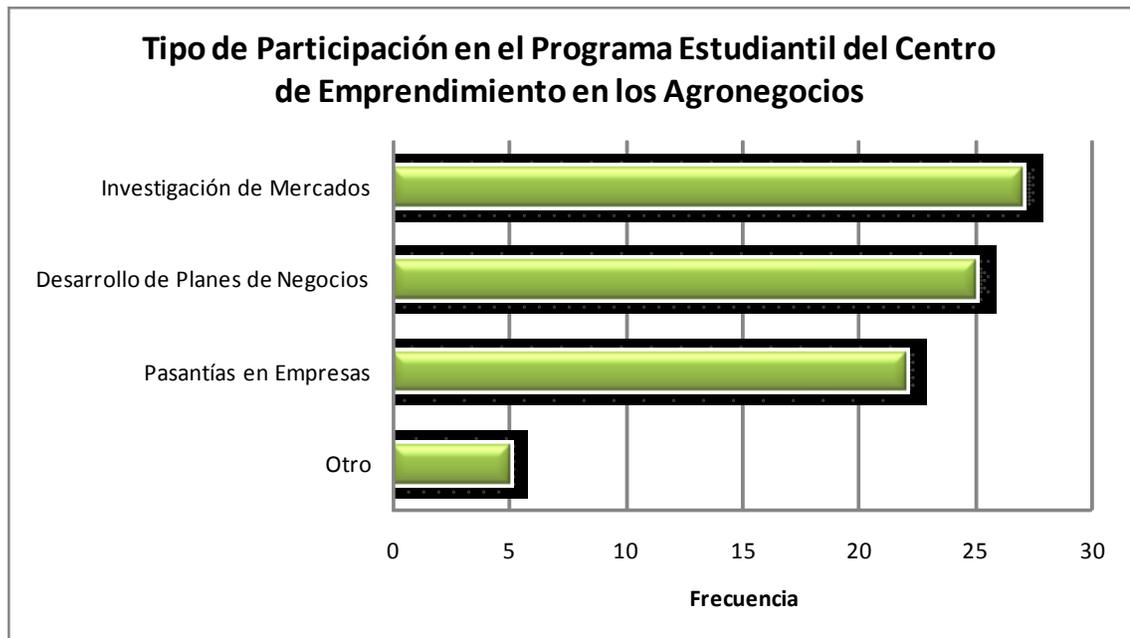
a. Objetivo

Determinar el tipo de servicios que los estudiantes estarían dispuestos a realizar en el Programa Estudiantil del Centro de Emprendimiento en los Agronegocios.

b. Tabla de Datos

Código	Significado	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1	Investigación de Mercados	27	34.2%
2	Desarrollo de Planes de Negocios	25	31.6%
3	Pasantías en Empresas	22	27.8%
4	Otro	5	6.3%
Total Frecuencias		79	100.0%

c.Gráfico



Comentario: De los estudiantes encuestados el 34% la participación que desea tener en el Centro de Emprendimiento en los Agronegocios es en la Investigación de Mercados con un 34.2%, un 31.6% en la elaboración y Desarrollo de Planes de Negocios, en la realización de Pasantías en las empresas un 27.8%, y otro tipo de participación con un 6.3%.

Cruces de Variables

1. Cruce de Variables: Facultad de Procedencia versus la Disposición a participar en el Centro de Emprendimiento en los Agronegocios

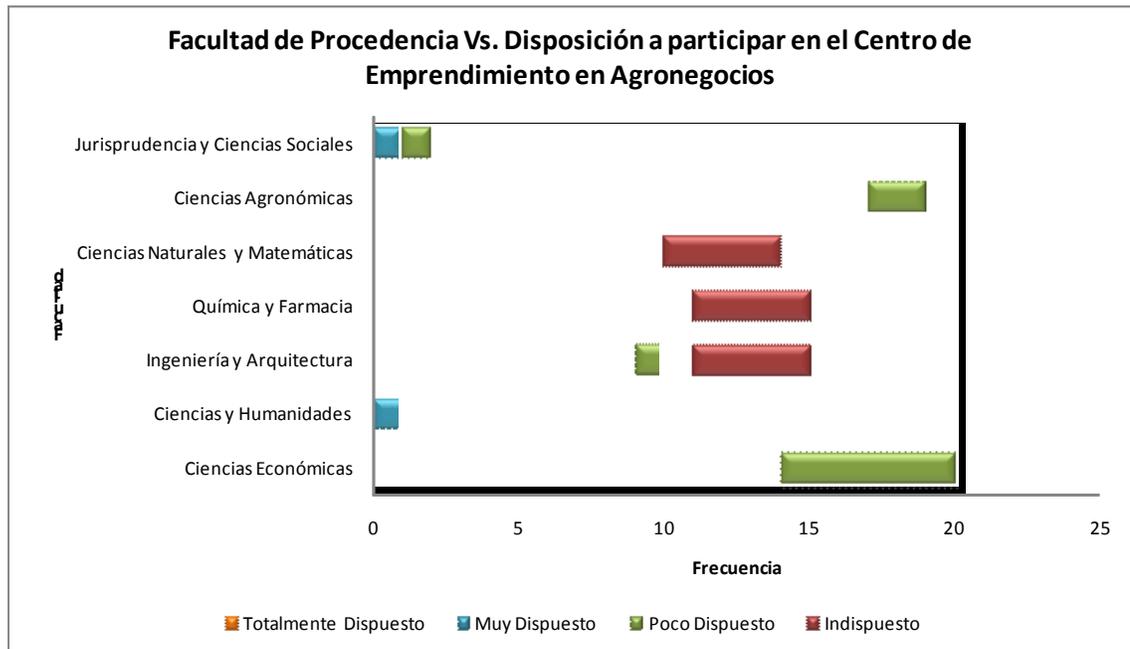
a. Objetivo

Determinar la disposición a participar en el Centro de Emprendimiento en los Agronegocios de acuerdo a la facultad de procedencia del Estudiante.

b. Tabla de Datos

	Total Muestra		Ciencias Económicas		Ciencias y Humanidades		Ingeniería y Arquitectura		Química y Farmacia		Ciencias Naturales y Matemáticas		Ciencias Agronómicas		Jurisprudencia y Ciencias Sociales	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Totalmente Dispuesto	26	30%	3	15%	0	0%	6	40%	5	33%	4	29%	8	42%	0	0%
Muy Dispuesto	39	44%	11	55%	3	100%	3	20%	6	40%	6	43%	9	47%	1	50%
Poco Dispuesto	15	17%	6	30%	0	0%	2	13%	0	0%	0	0%	2	11%	1	50%
Indispuesto	8	9%	0	0%	0	0%	4	27%	4	27%	4	29%	0	0%	0	0%
Totales	88	100%	20	100%	3	100%	15	100%	15	100%	14	100%	19	100%	2	100%

c. Gráfico



Comentario: Los Estudiantes que mas dispuestos están a participar en actividades en el Centro son los de la facultad de Ciencias Económicas con un 55% que está muy dispuesto, un 30% poco dispuesto y 15% totalmente dispuesto, le siguen las facultades Ciencias Agronómicas, Ingeniería y Arquitectura, así como química y farmacia. Por otra parte los estudiantes de las facultades que están poco dispuestos e indispuestos a participar en actividades que realice el Centro de Emprendimiento en los Agronegocios ocupando el primer lugar la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales, ingeniería y ciencias naturales.

2. Cruce de Variable: Participación de Iniciativas desde la Universidad y orientadas a la Sociedad versus la Disposición de participar en el Centro de Emprendimiento en los Agronegocios

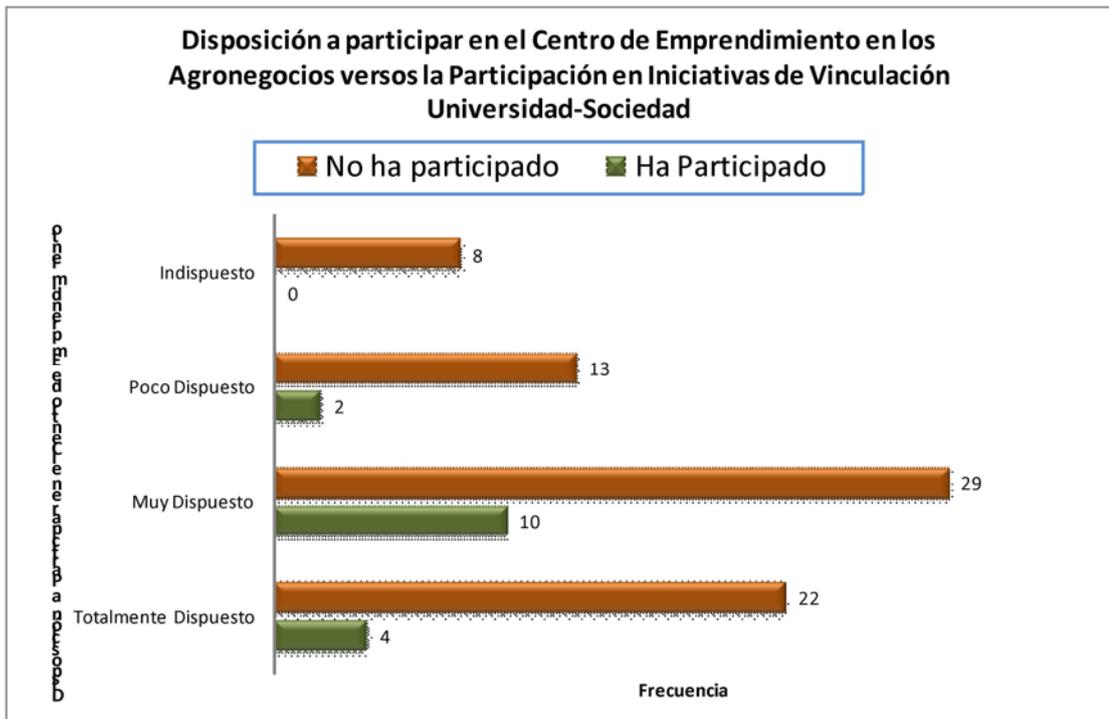
d. Objetivo

Identificar la disposición a apoyar el Centro de Emprendimiento en los Agronegocios en función de antecedentes previos de participación en este tipo de iniciativas.

e. Tabla de Datos

Participación en Iniciativas de Vinculación Universidad - Sociedad	Disposición a Participar en el Centro de Emprendimiento en los Agronegocios									
	Total de la Muestra		Totalmente Dispuesto		Muy Dispuesto		Poco Dispuesto		Indispuesto	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Ha Participado	16	18%	4	15%	10	26%	2	13%	0	0%
No ha participado	72	82%	22	85%	29	74%	13	87%	8	100%
Totales	88	100%	26	100%	39	100%	15	100%	8	100%

f. Gráfico



Comentario: Al cruzar las variable participación en programa o proyectos desde la universidad y que han beneficiados la sociedad con la disposición de apoyar en áreas de desarrollo empresarial que impulsará el Centro de emprendimiento en los Agronegocios, de todos los estudiantes encuestados el 85% de los que no han participado en

ningún programa o proyecto en la Universidad de El Salvador que halla beneficiado a la sociedad esta totalmente dispuesto a apoyar lo que se haga el Centro, mientras que de los que han participado únicamente es un 18% los que están totalmente dispuestos, además un 13.2% están poco dispuestos y una minoría esta indispuesta.

3. Cruce de Variables: Facultad de Procedencia versus la participación en iniciativas de Vinculación Universidad-Sociedad.

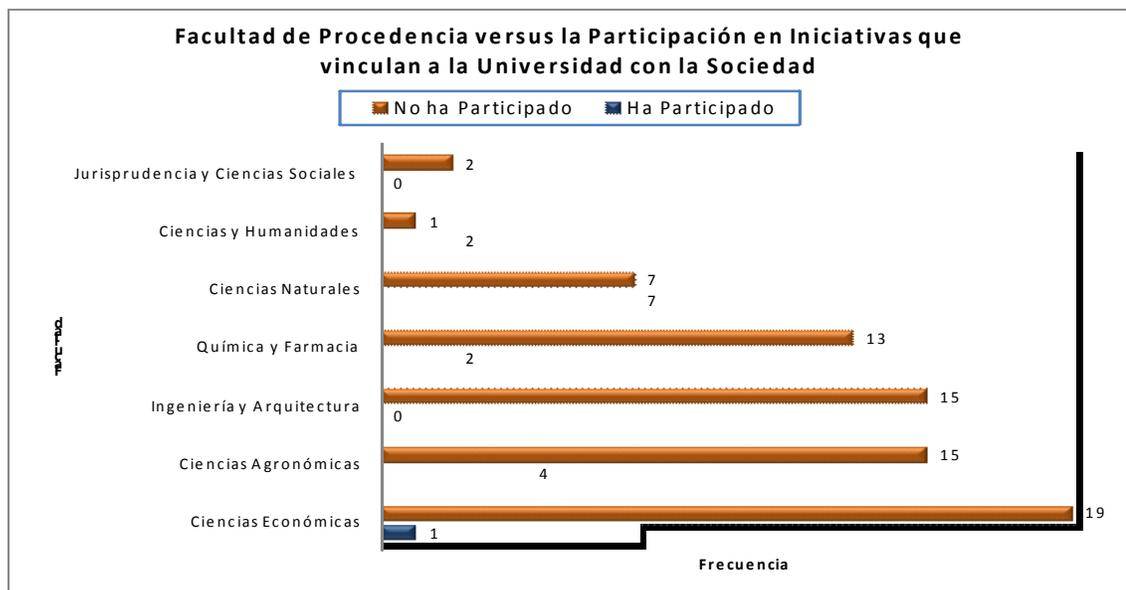
a. Objetivo

Identificar la participación de estudiantes en iniciativas que Vinculan la Universidad con la Empresa en función de la facultad a la que pertenecen.

b. Tabla de Datos

Facultad de Procedencia	Participación en Iniciativas de Vinculación Universidad - Sociedad					
	Total de la Muestra		Ha Participado		No ha Participado	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Ciencias Económicas	20	23%	1	6%	19	26%
Ciencias Agronómicas	19	22%	4	25%	15	21%
Ingeniería y Arquitectura	15	17%	0	0%	15	21%
Química y Farmacia	15	17%	2	13%	13	18%
Ciencias Naturales	14	16%	7	44%	7	10%
Ciencias y Humanidades	3	3%	2	13%	1	1%
Jurisprudencia y Ciencias Sociales	2	2%	0	0%	2	3%
Totales	88	100%	16	100%	72	100%

c. Gráfico



Comentario: La facultad que muestra el mayor número de estudiantes que han participado en proyectos o iniciativas que vincule la universidad con la sociedad la facultad de ciencias naturales con un 44%, la que le sigue es Ciencias Agronómicas con un 25%, con un 13% Ciencias y Humanidades como Química y Farmacias y por último Ciencias Económicas con un 6%, u otras facultades que su participación la tienen en los estudiantes que no han participado ocupando el primer lugar la Facultad de Ciencias Económicas y en orden descendente Ciencias Agronómicas, Ingeniería y Arquitectura, Química y Farmacia, Ciencias Naturales, Jurisprudencia y Ciencias Sociales y por ultimo Ciencias y Humanidades con porcentajes inferiores a los que han participado.



ANEXO 6

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

ENCUESTA DIRIGIDA AL SECTOR PRODUCTIVO AGROPECUARIO

Introducción: *Somos egresados de la Carrera Licenciatura en Administración de Empresas de la Universidad de El Salvador, actualmente nos encontramos realizando un estudio para la determinación de la Factibilidad para la Creación de un Centro de Emprendimiento que apoye las actividades relacionadas con los Agronegocios.*

Indicaciones: Favor leer detenidamente cada interrogante y marque aquella(s) opción(es) que considere conveniente(s) o complemente donde sea necesario.

GENERALIDADES DE LA ACTIVIDAD PRODUCTIVA:

1. Zona Geográfica donde se ubica su negocio:
 - d. Zona Central
 - e. Zona Oriental
 - f. Zona Occidental

2. ¿Cuánto tiempo tiene de desarrollar su actividad económica?
 - a. Menos de 1 año
 - b. De 1 a 5 años
 - c. De 5 a 10 años
 - d. Más de 10 años

3. ¿Cómo clasifica su actividad empresarial?
 - a. Micro – Empresa
 - b. Pequeña Empresa
 - c. Mediana Empresa

INFORMACIÓN ESPECÍFICA

4. ¿En cuáles de las siguientes etapas de la producción agrícola participa su empresa?

Siembra/Cultivo	Manejo Post-Cosecha	Procesamiento	Comercialización

Si su respuesta incluye solamente comercialización, la encuesta ha terminado, ¡Gracias!

5. ¿Qué tipo de mercado atiende?

Local	Nacional	Exportador

6. ¿Cuál es el tipo de actividad que desarrolla en su empresa?

Producción	Procesamiento	Comercialización
	Favor Pasar a la Pregunta 8	Favor pasar a la pregunta 9

7. ¿Qué tipo de bienes produce?

Producto	Producción
Frutas	
Hortalizas	
Verduras	
Jaleas y Mermeladas	
Lácteos	
Pescados y Mariscos	
Cárnicos	
Forestales	
Otros	

Pasar a la pregunta 10

8. ¿Qué tipos de productos procesa?

Producto	Procesamiento
Frutas	
Hortalizas	
Verduras	
Jaleas y Mermeladas	
Lácteos	
Pescados y Mariscos	
Cárnicos	
Forestales	
Otros	

Pasar a la pregunta 10

9. ¿Qué tipo de productos comercializa?

Producto	Comercialización
Frutas	
Hortalizas	
Verduras	
Jaleas y Mermeladas	
Lácteos	
Pescados y Mariscos	
Cárnicos	
Forestales	
Otros	

10. ¿Qué tan competitivos considera que son sus productos?

Muy Competitivos	Bastante Competitivos	Competitivos	Poco Competitivos	Se tiene problemas en el Mercado (Ej. Precio o Calidad)

11. ¿Cuáles de las siguientes acciones considera que podrían ayudar a incrementar aún más la competitividad de su empresa?

Innovación en los Productos ya Existentes	Desarrollo de Nuevos Productos	Mejora de los Procesos de Producción	Desarrollo del Mercado	Otro

APOYO DE INSTITUCIONES EXTERNAS

12. ¿Ha recibido apoyo de alguna institución pública o privada para el desarrollo de su negocio?

Sin apoyo Recibido	Si he recibido apoyo

Si no ha recibido apoyo, favor pasar a la pregunta No. 15

13. Si su respuesta fue afirmativa ¿Qué instituciones le han apoyado?

- Instituciones Financieras
- Centro de Agronegocios
- Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG)
- Centro Nacional de Tecnología Agropecuaria y Forestal (CENTA)
- Asociación de Productores Local
- Otra: _____

14. ¿Qué tipo de apoyo ha recibido?

- a. Acceso a Financiamiento
- b. Capacitación
- c. Donación de Insumos
- d. Donación de Equipo
- e. Asesoramiento para la Creación de un Plan de Negocios
- f. Estudios de Mercado
- g. Asistencia Técnica en Producción Agrícola
- h. Asistencia Técnica en Procesamiento
- i. Procesos de Certificación de Calidad
- j. Otro: _____

15. ¿Cuál es su grado de satisfacción por el apoyo recibido de entidades externas?

Totalmente Satisfecho	Muy Satisfecho	Poco Satisfecho	Insatisfecho

ACEPTACIÓN DEL CENTRO DE EMPRENDIMIENTO EN LOS AGRONEGOCIOS

16. *La Universidad de El Salvador está actualmente impulsando una iniciativa para la creación de un Centro de Emprendimiento en los Agronegocios, dicho Centro tiene por objetivo la prestación de servicios que permitan incrementar la competitividad de los agronegocios, vinculando al mismo tiempo con las capacidades científico tecnológicas de la Universidad. ¿Cuál sería su disposición para acceder a los servicios que preste este Centro?*

Totalmente Dispuesto(a)	Muy Dispuesto(a)	Poco Dispuesto(a)	Indispuesto(a)

17. ¿Cuáles considera que deben ser las áreas funcionales de importancia sobre las que debe apoyar el Centro de Emprendimientos?

Categoría	Muy Importante	Importante	Poco importante
Finanzas			
Producción			
Procesamiento			
Mercadeo			
Planificación Empresarial			
Asistencia Técnica en Áreas especializadas			

Categoría	Muy Importante	Importante	Poco importante
Vinculación con Servicios Técnicos de la Universidad ³⁷			

18. ¿Cuál considera que debe ser la **característica más importante** que deben tener los servicios que brinde el Centro de Emprendimiento en Agronegocios?

- a. Cumplimiento con el tiempo de entrega
- b. Consistencia del Servicio Recibido
- c. Metodologías Utilizadas en el Servicio
- d. Acciones de Seguimiento
- e. Atención al Cliente
- f. Innovación en el servicio
- g. Otros: _____

19. ¿Cuáles de los siguientes servicios considera como importantes para incrementar la competitividad de su organización?

- a. Vinculación con Mercados
- b. Pasantías Estudiantiles
- c. Acceso a financiamiento
- d. Asistencia Técnica Agrícola
- e. Asistencia Técnica en General
- f. Buenas Prácticas Agrícolas
- g. Normas de Calidad en Alimentos
- h. Asesoramiento en Gestión Empresarial
- i. Asesoramiento en Costos y Manejo Financiero

20. ¿Cuál sería su disposición a que estudiantes pudieran realizar **pasantías** en diferentes actividades relacionadas con incrementar la competitividad en su empresa?

Totalmente de Acuerdo	De Acuerdo	En Desacuerdo	Totalmente en Desacuerdo

³⁷ Laboratorios, Centros de Investigación, Asistencia Técnica, Etc.



ANEXO 7

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

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

Introducción: *Somos egresados de la Carrera Licenciatura en Administración de Empresas de la Universidad de El Salvador, actualmente nos encontramos realizando un estudio para la determinación de la Factibilidad para la Creación de un Centro de Emprendimiento que apoye las actividades relacionadas con los Agronegocios.*

Indicaciones: Favor leer detenidamente cada interrogante y marque aquella(s) opción(es) que considere conveniente(s) o complemente donde sea necesario.

GENERALIDADES:

1. Género

- g. Masculino
- h. Femenino

2. Edad: _____ años.

3. Facultad a la que pertenece:

- a. Facultad de Ciencias Económicas
- b. Facultad de Ciencias y Humanidades
- c. Facultad de Ingeniería y Arquitectura
- d. Facultad de Química y Farmacia
- e. Facultad de Ciencias Naturales y Matemáticas
- f. Facultad de Ciencias Agronómicas
- g. Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales

(Se agregan las facultades que están más afines con el Centro de Emprendimiento en los Agronegocios)

4. Carrera que estudia: _____

5. Número de Materias aprobadas: _____

6. Situación Laboral:

- a. Empleado (Tiempo Completo)
- b. Empleado (Medio Tiempo)
- c. Desempleado
- d. Negocio Propio

7. Municipio de Residencia: _____

PREGUNTAS ESPECÍFICAS:

8. ¿Ha participado en programas, proyectos o iniciativas ejecutados desde la Universidad y que han significado un beneficio para la sociedad?

- a. Si
- b. No

Si su respuesta fue no favor pasar a la pregunta 0

9. ¿A qué sector de la sociedad estaba orientada las actividades desarrolladas?

- a. Empresa Privada
- b. Gobierno
- c. Gobierno Local
- d. ONG's
- e. Comunidades
- f. Sociedad en General(especificar): _____

10. ¿Qué fue lo que motivo la realización de tales iniciativas?

- a. Trabajo desarrollado durante una Cátedra
- b. Servicio Social
- c. Sociedad Estudiantil
- d. Iniciativa Propia
- e. Voluntariado
- f. Otro: _____

11. ¿Cómo evaluaría su experiencia en la participación en este tipo de iniciativas?

12. ¿Considera de importancia la participación de estudiantes en proyectos y programas que vinculan a la Universidad con la Sociedad?

- a. Si
- b. No

Comente su respuesta:

En la Universidad de El Salvador se está impulsado un Centro de Emprendimiento en los Agronegocios, dicho proyecto contempla la participación de estudiantes en: Pasantías, Realización de estudios de Mercado, Planes de Negocio, Servicios Técnicos especializados, entre otros, Todos enfocados a incrementar la competitividad del sector productivo agrícola ¿Cuál es su disposición a participar en este proyecto?

Totalmente Dispuesto(a)	Muy Dispuesto(a)	Poco Dispuesto(a)	Indispuesto

Si tu respuesta es "indispuesto" a participar en el Programa Estudiantil del Centro de Emprendimientos en los Agronegocios, la encuesta ha terminado. Gracias por tu colaboración.

13. ¿En cuál de las siguientes actividades del sector agrícola le gustaría participar en el desarrollo de proyectos que impulsa el Centro?

- a. Laboratorios
- b. Proveduría de Insumos
- c. Producción Agrícolas (Cultivo)
- d. Procesamiento (Industria Alimentaria)
- e. Otra: _____

14. ¿Cuál sería el tipo de Servicios de Desarrollo Empresarial que le gustaría impulsar en los proyectos que impulse el Centro de Emprendimientos en los Agronegocios?

- a. Capacitación
- b. Asistencia Técnica
- c. Investigación
- d. Gestión Empresarial
- e. Acceso a Mercados
- f. Investigación y Desarrollo de Nuevos Productos
- g. Diagnóstico Empresarial
- h. Otro: _____

15. ¿Qué tipo de participación le gustaría tener en el Programa Estudiantil del Centro de Emprendimiento en los Agronegocios?

Pasantías en Empresas	Desarrollo de Planes de Negocios	Investigaciones de Mercado	Otro

Anexo # 8. Pronostico de ventas

INGRESOS POR SERVICIOS	ANOS															TOTAL
	1			2			3			4			5			
	Precio unit	Cant.	Sub total													
Buenas Prácticas Agrícolas	150.00	60	9,000.00	150.00	72	10,800.00	150.00	84	12,600.00	150.00	96	14,400.00	150.00	108	16,200.00	63,000.00
Asesoramiento en Costos y Manejo Financiero	198.00	60	11,880.00	198.00	72	14,256.00	198.00	84	16,632.00	198.00	96	19,008.00	198.00	108	21,384.00	83,160.00
Acceso a financiamiento	120.00	72	8,640.00	120.00	84	10,080.00	120.00	96	11,520.00	120.00	108	12,960.00	120.00	120	14,400.00	57,600.00
Normas de Calidad en Alimentos	198.00	60	11,880.00	198.00	72	14,256.00	198.00	84	16,632.00	198.00	96	19,008.00	198.00	108	21,384.00	83,160.00
Pasantías Estudiantiles	120.00	72	8,640.00	120.00	84	10,080.00	120.00	96	11,520.00	120.00	108	12,960.00	120.00	120	14,400.00	57,600.00
Asesoramiento en Gestión Empresarial	174.00	72	12,528.00	174.00	84	14,616.00	174.00	96	16,704.00	174.00	108	18,792.00	174.00	120	20,880.00	83,520.00
Asistencia Técnica Agrícola	198.00	72	14,256.00	198.00	84	16,632.00	198.00	96	19,008.00	198.00	108	21,384.00	198.00	120	23,760.00	95,040.00
Asistencia Técnica en General	174.00	72	12,528.00	174.00	84	14,616.00	174.00	96	16,704.00	174.00	108	18,792.00	174.00	120	20,880.00	83,520.00
Vinculación con Mercados	150.00	72	10,800.00	150.00	84	12,600.00	150.00	96	14,400.00	150.00	108	16,200.00	150.00	120	18,000.00	72,000.00
TOTAL INGRESOS			100,152.00			117,936.00			135,720.00			153,504.00			171,288.00	678,600.00

ANEXO No 9 Manual de Funciones y Descripción de Puestos



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS
ECONOMICAS



Manual de Funciones y Descripción de Puestos

Ciudad Universitaria, Octubre de 2008 .

INDICE

Introducción	3
Objetivos del Manual de Funciones y Descripción de Puestos	4
<i>General</i>	<i>4</i>
<i>Específicos</i>	<i>4</i>
A. Ámbito de aplicación	4
B. Uso y actualización	4
Manual de Funciones y Descripción de Puestos	5

Introducción

El manual de Funciones y Descripción de Puestos contiene los requerimientos que servirán de apoyo para el desarrollo de las actividades del CEMPREGRO, y desempeño del personal que integrará este Centro.

En este manual se detalla el perfil de las personas que ocuparán los puestos de cada una de las áreas específicas y los niveles de autoridad correspondiente. Contiene además los objetivos, ámbito de aplicación, uso y actualización, y la descripción de las actividades que corresponden a cada puesto.

Para mantener la objetividad del manual, deberá de ser actualizado en la medida en que mejoren las actividades que se lleven a cabo en el Centro. Las funciones contenidas en este manual permitirán el normal desarrollo de las actividades que lleve a cabo el CEMPREGRO.

Objetivos del Manual de Funciones y Descripción de Puestos

General

Guiar las actividades correspondientes de cada puesto que conforman el Centro de Emprendimiento en los Agronegocios.

Específicos

- Facilitar la asignación o contratación de personal más apropiado para desarrollar las actividades del Centro.
- Precisar la identificación, relaciones y funciones asignadas a los puestos.
- Apoyar el quehacer cotidiano en forma ordenada.
- Establecer el grado de autoridad y responsabilidad que tiene cada puesto.

A. Ámbito de aplicación

La aplicación de este manual se hará en todas las áreas específicas que conforman el Centro, para que pueda ser consultado por todos los miembros que la integran, con el fin de llevar a cabo la actividad que los puestos requieran.

B. Uso y actualización

El manual de Funciones y Descripción de Puestos ha sido diseñado en forma clara, de modo que el responsable de cada puesto comprenda fácilmente las responsabilidades que le competen. Para ello se deberán realizar las siguientes acciones:

1. Interpretar uniformemente las responsabilidades de cada puesto.
2. La actualización del presente manual se deberá hacer cada vez que se modifique la estructura organizacional o bien cuando se considere oportuno.
3. La actualización se hará del conocimiento al responsable que ocupe el puesto.
4. Toda sugerencia aprobada con el objetivo de modificar el contenido del manual, deberá sustituirse en la página respectiva, dejando constancia de la fecha en que sea actualizada; asimismo, deberá incorporarse en todas las copias existentes.

Manual de Funciones y Descripción de Puestos

	Puesto: Director Ejecutivo
UNIDAD A LA QUE DEPENDE	Decano de la F. CC. EE.
UNIDAD QUE DEPENDE DEL PUESTO	<ul style="list-style-type: none"> - Coordinación de Proyectos - Administración Financiera
OBJETIVOS DEL PUESTO	<p>General:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Dirigir las operaciones del centro de emprendimiento en los Agronegocios <p>Específico:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Gestionar financiamiento -Mantener enlace de apoyo relacionadas con entidades relacionadas con los Agronegocios (MAG, CONAMYPE, CAMAGRO, Intervida de El Salvador, etc.)
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> - Planificar y dirigir el plan de trabajo. - Contratar personal administrativo y técnico. - Contratar catedráticos y expertos en áreas específicas. - Convocar y coordinar reuniones de trabajo cada vez que sean requeridas. - Revisión de informes de trabajo presentados por la unidad de extensión de proyectos. - Elaborar propuestas para patrocinadores. - Promover y propiciar las relaciones y comunicaciones del centro con organismos cooperantes y afines. - Representar al centro en actos oficiales ante instituciones u organismos nacionales e internacionales. - Revisar y aprobar servicios subsidiados. - Evaluar la relación de trabajo asesor con el emprendedor - Establecer la forma de pago con los diferentes asesores de la Universidad de El Salvador.
HERRAMIENTA DEL PUESTO	<ul style="list-style-type: none"> - Equipo de oficina

	Puesto: Administrador Financiero
UNIDAD A LA QUE DEPENDE	Dirección Ejecutiva
UNIDADES QUE DEPENDEN DEL PUESTO	Contabilidad Secretaria
OBJETIVOS DEL PUESTO	<p>General:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Establecer el control de los recursos utilizados en las operaciones del Centro <p>Específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Presentar mensualmente los informes financieros necesarios. - Formular el plan de ejecución Presupuestaria para el Centro -
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> - Llevar actualizados los registros contables de las operaciones realizadas por el centro. - Gestionar la personería jurídica del Centro - Vigilar el mantenimiento del equipo e instalaciones. - Apoyar al director en la elaboración de presupuestos de operación - Realizar las compras de insumos necesarios para el Centro
RELACIONES DIRECTAS DEL PUESTO	<p>Internas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Coordinador de proyectos - Director - Secretaria - Auxiliar Contable <p>Externas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ministerio de Hacienda - Bancos - Ministerio de Gobernación - Proveedores
HERRAMIENTAS DEL PUESTO	<ul style="list-style-type: none"> - Equipo de oficina



Puesto: Coordinador de Proyectos

	Puesto: Coordinador de Proyectos
UNIDAD A LA QUE DEPENDE	Dirección Ejecutiva
UNIDADES QUE DEPENDEN DEL PUESTO	Servicios Profesionales
OBJETIVOS DEL PUESTO	General: <ul style="list-style-type: none">- Ejecutar y coordinar la prestación de servicios profesionales a los emprendedores en Agonegocios. Específicos: <ul style="list-style-type: none">- Gestionar las actividades que se desprenden de la ejecución de planes de negocio- Planificar y controlar la ejecución de estudios de mercado.
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none">- Participar en la elaboración de propuestas para emprendedores.- Aplicar herramientas de diagnóstico en los planes de negocio.- Colaborar en la realización de planes operativos en los proyectos.- Realizar análisis financiero y de riesgo para los proyectos.- Preparar informes de resultados de planes de negocio o estudios realizados.- Preparar presentaciones con los empresarios para dar a conocer resultados.- Participar en reuniones dentro del Centro de Emprendimientos convocadas por el Director.- Asumir las funciones del director en su ausencia.
RELACIONES DIRECTAS DEL PUESTO	Internas: <ul style="list-style-type: none">- Administración y Finanzas- Director Externas: <ul style="list-style-type: none">- Servicios profesionales externos- Emprendedores
HERRAMIENTAS DEL PUESTO	<ul style="list-style-type: none">- Equipo de oficina

	Puesto: Secretaria
UNIDAD A LA QUE DEPENDE	Administración y Finanzas
UNIDADES QUE DEPENDEN DEL PUESTO	Ninguna
OBJETIVOS DEL PUESTO	<p>General:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dar apoyo de oficina a cada unidad dentro del Centro <p>Específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elaborar informes requeridos en cada unidad - Llevar agenda del director del Centro
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> - Atender teléfono - Redactar informes para cada unidad que lo requiera - Recibir y enviar fax - Llevar agenda de actividades del director - Archivar documentos - Apoyar en las actividades de promoción del Centro - Hacer llamadas de contacto con emprendedores y proveedores - Recibir, despachar y archivar correspondencia
RELACIONES DIRECTAS DEL PUESTO	<p>Internas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Administración y Finanzas - Director - Coordinador de proyectos <p>Externas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Emprendedores - Proveedores - Servicios profesionales externos - Unidad de Vinculación Universidad – Empresa
HERRAMIENTAS DEL PUESTO	<ul style="list-style-type: none"> - Equipo de oficina

	Puesto: Auxiliar Contable
UNIDAD A LA QUE DEPENDE	Administración y Finanzas
UNIDADES QUE DEPENDEN DEL PUESTO	Ninguna
OBJETIVOS DEL PUESTO OBJETIVOS DEL PUESTO	General: <ul style="list-style-type: none"> - Registrar cronológicamente todas las operaciones financieras del centro. Específicos: <ul style="list-style-type: none"> - Elaborar informes financieros mensuales o cuando sean requeridos. - Brindar la información financiera necesaria para la elaboración del plan de trabajo.
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> - Llevar ordenadamente todos los comprobantes de ingresos y egresos del centro. - Registrar de manera cronológica las operaciones financieras del centro. - Aclarar todas las dudas relativas a los estados financieros y que sean requeridas para su análisis.
RELACIONES DIRECTAS DEL PUESTO	Internas: <ul style="list-style-type: none"> - Administración y Finanzas - Director - Coordinador de proyectos Externas: <ul style="list-style-type: none"> - Emprendedores - Proveedores - Servicios profesionales externos - Unidad de Vinculación Universidad – Empresa
HERRAMIENTAS DEL PUESTO	<ul style="list-style-type: none"> - Equipo de oficina

APROBACIÓN	FECHA	30	octubre	2008
	CARGO	Director ejecutivo		
	NOMBRE			
	SELLO Y FIRMA			
VIGENCIA	A PARTIR DE	01	febrero	2009
ASUNTO		VERSIÓN 1		
ACTUALIZACIONES	FECHA	30	Octubre	2008
	ASUNTO			
	NÚMERO DE PÁGINA(S)			
VIGENCIA	A PARTIR DE			



ANEXO No 10

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS



**Manual de Normas y
Procedimientos**

Ciudad Universitaria, Octubre de 2008.

MANUAL DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS	
	PRESTACION DE SERVICIOS
	CENTRO DE EMPREDIMIENTO EN LOS AGRONEGOCIOS

Contenido

CAPITULO I: GENERALIDADES DEL MANUAL DE NORMAS Y PROCEDIMIENTO

1. Introducción
2. Uso y actualización
3. Objetivo del manual

CAPITULO II: CONTENIDO DEL MANUAL DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS

1. Procedimientos Incluidos
2. Descripción de los Procedimientos
- 2.1 **GESTION DE ANALISIS EN LABORATORIOS**
 - 2.1.1. Objetivo del procedimiento
 - 2.1.2. Normas generales
 - 2.1.3. Descripción del procedimiento
- 2.2. **GESTION PARA LA EJECUCION DE ESTUDIO DE MERCADO**
 - 2.2.1. Objetivo el procedimiento
 - 2.2.2. Normas Generales
 - 2.2.3. Descripción del Procedimiento
- 2.3. **GESTION PARA LA EJECUCION DE ANALISIS FINANCIERO**
 - 2.3.1. Objetivo del Procedimiento
 - 2.3.2. Normas Generales
 - 2.3.3. Descripción del Procedimiento
- 2.4. **ELABORACION DE PLAN DE NAGOCIOS**
 - 2.4.1. Objetivo del Procedimiento
 - 2.4.2. Normas Generales
 - 2.4.3. Descripción del Procedimiento
- 2.5. **GESTION Y EJECUCION DE CAPACITACION**
 - 2.5.1. Objetivo del procedimiento
 - 2.5.2. Normas Generales
 - 2.5.3. Descripción del Procedimiento
- 2.6. **LOGISTICA PARA LA EJECUCION DE LA CAPACITACION**
 - 2.6.1. Objetivo del procedimiento
 - 2.6.2. Normas Generales
 - 2.6.3. Descripción del Procedimiento
- 2.7. **DESARROLLO DE PROTOTIPO**
 - 2.7.1. Objetivo del Procedimiento
 - 2.7.2. Normas Generales

2.7.3. Descripción del Procedimiento

2.8. SEGUIMIENTO DE ATENCION DE USUARIOS

2.8.1. Objetivo del Procedimiento

2.8.2. Normas Generales

2.8.3. Descripción del Procedimiento

2.9. GESTION PARA DAR A CONOCER LOS SERVICIOS QUE PRESTA CEMPREGRO

2.9.1. Objetivo del Procedimiento

2.9.2. Normas Generales

2.9.3. Descripción del Procedimiento

MANUAL DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS	
	PRESTACION DE SERVICIOS
	CENTRO DE EMPREDIMIENTO EN LOS AGRONEGOCIOS

CAPITULO I: GENERALIDADES DEL MANUAL DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS.

1. Introducción

En cumplimiento a los procesos internos de CEMPREAGRO y para lograr la eficiencia en los mismos, es preciso establecer normas y procedimientos los cuales sean cumplidos por los responsables de su ejecución con la mayor fidelidad en todo momento.

Este Manual ha sido diseñado para ser un documento dinámico y como tal, deberá ser revisado para su actualización durante el desarrollo de la vida del centro. Las revisiones y actualizaciones podrán ser hechas a iniciativa de los funcionarios de CEMPREAGRO y deberá siempre conservar o mejorar la calidad, el control y la eficiencia de los procedimientos.

Debido a que este manual será el patrón bajo el cual operaran las unidades orgánicas del centro y contra el cual serán medidas en su eficiencia por las auditorías que se realicen, las revisiones y enmienda del mismo serán permitidas solamente con la aprobación de la Dirección Ejecutiva.

Todos los cambios o adiciones que aprueben serán parte integrante del manual y deberán ser incorporados a este documento en los mismos formatos del original. El Centro tendrá así un Manual completo y permanente actualizado que servirá para base sus operaciones.

2. USOS Y ACTUALIZACIÓN

Las jefaturas deberán mantener en buenas condiciones y poner a disposición del personal un ejemplar del Manual para consulta y análisis del trabajo.

El personal de nuevo ingreso deberá estudiar el Manual como parte de su inducción y adiestramiento en el trabajo.

Las jefaturas de CEMPREAGRO podrán proponer revisiones y enmiendas conservando mejorando la calidad, el control y la eficiencia de los Procesos.

Las revisiones y enmiendas del mismo serán permitidas solamente una vez al año con la aprobación de la Dirección Ejecutiva, las que podrán realizarse mas de una vez al año siempre que lo ampare la existencia de un acuerdo del grupo Asesor, o por origen de hallazgo de Auditoría, el documento incluye una hoja especial destinada para el control de las actualizaciones que se realicen así como el origen de las mismas.

La Dirección Ejecutiva del Centro será responsable de documentar y entregar al solicitante de su elaboración o actualización una copia del Manual aprobado.

MANUAL DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS	
	PRESTACION DE SERVICIOS
	CENTRO DE EMPREDIMIENTO EN LOS AGRONEGOCIOS

3. Objetivo del manual

El Manual de Normas y Procedimientos ha sido diseñado para lograr los objetivos siguientes:

- Servir de guía al personal en el desarrollo de los diferentes procedimientos de los procesos CEMPREAGRO, brindando los lineamientos específicos para mantener una administración adecuada de los servicios prestados.
- Lograr la mayor eficiencia, calidad y control en las complejas operaciones del Centro de Emprendimiento, ahorrando tiempo y esfuerzo en la ejecución del trabajo, al evitar la duplicación de funciones dentro de los Procesos.
- Servir de guía para la capacitación y orientación del Personal involucrado en la administración y control de los procesos del centro.

CAPITULO II: CONTENIDO DEL MANUAL DE NORMAS Y PROCEIMIENTOS.

1. Procedimientos Incluidos

1. Gestión de Análisis en Laboratorios.
2. Gestión para la Ejecución de Estudio de Mercado.
3. Gestión para la Ejecución de Análisis Financiero.
4. Elaboración del Plan de Negocios.
5. Gestión y Ejecución de Capacitación.
6. Logística para la Ejecución de la Capacitación
7. Desarrollo de Prototipos.
8. Seguimiento de Atención de Usuarios
9. Gestión para dar a conocer los servicios que presta CEMPROAGRO.

2. Descripción de los procedimientos

2.1. GESTION DE ANALISIS EN LABORATORIOS

2.1.1. Objetivo del procedimiento

Realizar eficientemente la gestión de control sobre los análisis encomendados a los laboratorios de las diferentes especialidades de la Universidad de El Salvador y laboratorio privados, con el propósito de cumplir con los tiempos y requisitos exigidos por los clientes del Centro de Emprendimiento de Agronegocios (CEMPREAGRO).

2.1.2. Normas Generales

1. CEMPREGRO identificara el tipo de clientes que solicita sus servicios a fin de poder definir el tipo de pago que deberán efectuar dadas las condiciones económicas de las empresas solicitantes. Si el monto a cancelar por la prestación del servicio es mayor a \$100.00, el Director Ejecutivo autorizara se haga un primer desembolso del 50% como anticipo y contra entrega de los análisis se deberá cancelar el monto restante.
2. El Coordinador de proyecto del Centro realizara un seguimiento constante de los tiempos de entrega, existencia de reactivos y otros insumos indispensables para la ejecución de los análisis encomendados a los Laboratorios de la UES para poder cumplir con los plazos de entrega con los clientes del Centro
3. El Coordinador de Proyecto, gestionara de acuerdo a la contingencia, la realización de los análisis en Laboratorio externos al Alma Mater dadas en condiciones internas que en un momento determinado impidan el cumplimiento de plazos establecidos o si no se cuenta en la Universidad con las pruebas requeridas.
4. El coordinador de proyecto informara sobre propuestas recibidas al Director, realizando una exposición de las mismas.

2.1.3. Descripción del Procedimiento

Usuario

1. Se presenta a CEMPREGRO para solicitar análisis de un producto.

Coordinador de Proyecto

2. Entrevista a Usuario para conocer su necesidad.
3. Llena formulario de Hoja de Registro de Prestación de Servicio e indaga sobre información necesaria.
4. Informa a Director de las solicitudes recibidas.
5. Investiga y determina dentro de la plataforma científica de la Universidad o fuera de esta, el laboratorio donde se puede realizar los análisis que considera necesarios.
6. Realiza contacto con el responsable del laboratorio para gestionar el análisis.

Encargo del Laboratorio

7. Atiende al coordinador de proyecto y define los análisis de laboratorio, los análisis que son necesarios para determinar la necesidad presentada.

8. Define el tiempo que se necesita para realizar análisis de laboratorio, los recursos (reactivos, accesorio, insumos) y el costo.

Coordinador de proyecto

9. Define compromiso para realizar las pruebas y elabora propuestas a usuario.
10. Presenta propuesta a Director para visto bueno.

Director

11. Recibe y revisa propuesta presentada.
12. Si hay observaciones, entrega propuesta con observación para corrección.

Coordinador de Proyecto

13. Realiza correcciones y lo presenta a Director.

Realizar paso 11

Director

14. No hay observación, firma de visto bueno la propuesta a presentar.

Coordinador de Proyecto

15. Cita al usuario para explicarle las pruebas que se ejecutaran, el tiempo que se tardara y el costo de las mismas.

Usuario

16. Decide no realizar el análisis, y llena formulario de no prestación de servicio.

Coordinador de Proyecto

17. Informa por escrito a Encargado de laboratorio que no se realizara el análisis consultado.
18. Entrega formulario de no prestación de servicio a Director.

Director

19. De acuerdo con la información contenida en el formulario, considera negociar o no con el usuario (FIN).

Usuario

20. Decide realizar el análisis, procede a formalizar el trato y a conocer forma de pago.

Coordinador de Proyecto

21. De acuerdo al monto del análisis define de pago.

Usuario

22. Si acepta forma de pago de contado, formaliza la contratación del servicio y efectúa pago.
23. Entrega las muestras que se le han solicitado.

Coordinador de Proyecto

24. Lleva muestras al laboratorio para procedimiento.

Encargado del Laboratorio

25. Realiza los análisis que fueron contratados y entrega informes de avance (si fue acordado).

Coordinador

26. Da seguimiento al análisis en el laboratorio.

27. Si hay avance, se reúne con Director para ver si hay observaciones.

28. Entrega observaciones si las hay, para que sean tomadas en cuentas en los resultados finales.

Entregado del Laboratorio

29. Recibe observaciones si las hay, y las considera en el análisis

30. Entrega resultados finales del análisis.

Coordinador de Proyecto

31. Cita a Usuarios para la entrega de los resultados.

Usuarios

32. Se presenta a la cita y recibe los resultados, firmando la copia del mismo.

33. Llena encuesta de opinión.

Coordinador de Proyecto

34. Entrega a Director la encuesta para el control de atenciones realizadas.(FIN)

Usuario

35. No acepta forma de pago de contado y solicita facilidades de pago.

Coordinador de Proyecto

36. Realiza gestión con el Director para poder dar el crédito al Usuario.

Director

37. Si aprueba dar crédito, define el porcentaje del anticipo.

Coordinador de Proyecto

38. Informa a Usuario que se le aprobó pagar con facilidades de pago y le define el porcentaje del anticipo.

Usuario

39. Acepta porcentaje de anticipo, formalizan la contratación del servicio y paga el anticipo.

Realizar desde el paso 23 y 34.

Director

40. No aprueba dar crédito, entrega resolución a Coordinador.

Coordinador de Proyecto

41. Informa a Usuario que no se le aprobó crédito para pagar.

Usuario

42. No acepta el servicio y llena formulario de no prestación del servicio.

Realizar pasos del 17 al 19.

43. No acepta la forma de pago de contado y no solicitar facilidades de pago, llena formulario de no prestación de servicio.

Realizar pasos del 17 al 19

2.2. GESTION PARA LA EJECUCION DE ESTUDIO DE MERCADO

2.2.1. Objetivo del procedimiento

Presentar a los clientes de CEMPREAGRO, los resultados obtenidos del estudio de mercado realizado de acuerdo a las características del producto que se pretende comercializar o el servicio que se prestara para que les sirva como guía para la toma de decisiones

2.2.2. Normas Generales

1. El Coordinador de proyecto al finalizar el mes entregara un informe al Director de los proyectos realizados y los que no se realizaron.
2. El Coordinador de Proyecto informara sobre propuestas recibidas al Director,

2.2.3. Descripción de Procedimiento

Usuario

1. Se Presenta a CEMPROAGRO para solicitar estudio de merado.

Coordinador de Proyecto

2. Entrevista a Usuario para conocer su necesidad.
3. Llena Formulario de Hoja de Registro de Prestación de Servicio e indaga sobre información necesaria
4. Informar a Director de las solicitudes recibidas.

5. Investiga y determina dentro de los docentes, las personas que tienen experiencia en la ejecución de estudios de mercado (sino hay contacta a consultores externos).
6. Realiza contactos con los docentes o consultores externos y solicita ofertas para la ejecución del proyecto.

Docentes / Consultores

7. Atiende al coordinador de proyecto y define las necesidades del estudio de mercado y tiempo para entregar la oferta.
8. Presentan ofertas (técnicas y económicas).

Coordinador de proyecto

9. Recibe propuestas en el tiempo estipulado.
10. Informar sobre propuestas a Director para que la tome la decisión...

Director

11. Recibe informe de propuestas y las revisa.
12. No se acepta alguna, entrega ofertas a Coordinador de Proyecto y le solicita nuevas ofertas para la ejecución del estudio de mercado.

Coordinador de proyecto

13. Gestiona nuevas ofertas y las presenta a Director.

Realiza paso 11.

Director

14. Si se acepta alguna, firma de visto bueno la oferta seleccionada e informa al docente / consultor que ha sido seleccionado y se formalizara trato al aceptar el Usuario la oferta.
15. Indica al Coordinador de Proyecto que contacte al Usuario y entrega copia de oferta seleccionada.

Coordinador de Proyecto

16. Cita al Usuario para explicarle el tiempo que se tardara y el costo del estudio de mercado.

Usuario

17. Decide no realizar estudio de mercado, y llena formulario de no prestación de servicio.

Coordinador de Proyecto

18. Informa por escrito a Docente / consultor que no se realizara el estudio.
19. Entrega formulario de no prestación de servicio a Director.

Director

20. De acuerdo con la información contenida en el Formulario, considera negociar o no con el Usuario. (FIN).

Usuario

21. Decide realizar el estudio de mercado, procede a formalizar el trato y a conocer forma de pago.

Coordinador de Proyecto

22. De acuerdo al monto del estudio de mercado define forma de pago.

Usuario

23. Si acepta forma de pago de contado, formaliza la contratación del servicio y efectúa pago.

24. Entrega información solicitado.

Coordinador del Proyecto

25. Formaliza trato con el Docente / Consultor, estableciendo las condiciones y entrega la información solicitada.

Docente / Consultor

26. Presenta encuesta al coordinador de proyecto para que obtenga el visto bueno del Usuario.

Coordinador de Proyecto

27. Cita al usuario para presentarle la encuesta que se utilizara para realizar estudio de mercado.

Usuario

28. No esta de acuerdo con la encuesta, entrega por escrito las modificaciones y expone los parámetros que no se han cubierto.

Coordinador de Proyecto

29. Recibe modificaciones y las entrega para que sean tomadas en cuenta.

Docente / Consultor

30. Realiza correcciones y entrega para aprobación.

Realizar el paso 27

Usuario

31. Si esta de acuerdo con la encuesta, la aprueba firmando de visto bueno en la encuesta.

Coordinador de Proyecto

32. Recibe encuesta aprobada y la entrega para que se realice el estudio de mercado.

Docente / Consultor

33. Realiza estudio de mercado y entrega informes de avances (si fue acordado).

Coordinador de Proyecto

34. Da seguimiento al estudio de mercado.

35. Si hay avance, se reúne con Director para ver si hay observaciones.

36. Entrega observaciones si las hay, para que sean tomadas en cuenta en los resultados finales.

Docente / Consultor

37. Recibe observaciones si las hay, y las considera en el análisis.

38. Entrega resultados finales del análisis.

Coordinador de Proyecto

39. Cita a Usuario para la entrega de los resultados.

Usuario

40. Se presenta a la cita y recibe los resultados, firmando la copia del mismo.

41. Llena encuesta de opinión.

Coordinador de Proyecto

42. Entrega a Director la encuesta para el control de atenciones realizadas. (FIN).

43. No acepta forma de pago de contado y solicita facilidades de pago, realiza gestión con el Director para poder dar el crédito al Usuario.

Director

44. Si aprueba dar crédito, define el porcentaje del anticipo.

Coordinador de Proyecto

45. Informa a Usuario que se le aprobó pagar con facilidades de pago y le define el porcentaje del anticipo

Usuario

46. Acepta porcentaje de anticipo, formaliza la contratación del servicio y paga el anticipo.

Realizar del paso

47. No aprueba dar crédito, entrega resolución a Coordinador.

Coordinador de Proyecto

48. Informa a Usuario que no se le aprobó pagar con facilidades de pago.

Usuario

49. No acepta el servicio y llena formulario de no prestación del servicio.

Realizar el paso 18 al 20

50. No acepta la forma de pago de contado y no solicitar facilidades de pago, llena formulario de no prestación de servicio.

Realizar el Paso 18 al 20

2.3. GESTION PARA LA EJECUCION DE ANALISIS FINANCIERO**2.3.1. Objetivo del Procedimiento**

Presentar a los clientes de CEMPROAGRO, los resultados obtenidos del análisis financiero realizado de acuerdo a la información presentada a fin de que les sirva como herramienta para la toma de decisiones.

2.3.2. Normas Generales

1. El Coordinador de Proyecto al finalizar el mes entregara un informe al Director de los proyectos realizados y los que no se realizaron.
2. El Coordinador de Proyecto informara sobre propuestas recibidas al Director, realizando una exposición de las mismas.

2.3.3. Descripción del Procedimiento**Usuario**

1. Se presenta a CEMPREAGRO para solicitar análisis financiero.

Coordinador de Proyecto

2. Entrevista a usuario para conocer su necesidad.
3. Llena formulario de Hoja de Registro de Prestación de Servicio e indaga sobre información necesaria.
4. Informa a Director de las solicitudes recibidas.
5. Investiga y determina dentro de los docentes, las personas que tienen experiencia en la ejecución de análisis financiero (sino hay contacta a consultores externos).
6. Realiza contacto con los docentes o consultores externos y solicita ofertas para la ejecución del Proyecto.

Docente / Consultores

7. Atiende al Coordinador de Proyecto y define las necesidades del análisis financiero y tiempo para entregar la oferta.

8. Prestan ofertas (técnica y económica).

Coordinador de proyecto

9. Recibe propuestas en el tiempo estipulado.

10. Informa sobre propuestas a Director para que tome la decisión

Director

11. Recibe informe de propuestas y las revisa.

12. No se acepta alguna, entrega ofertas a Coordinador de Proyecto y le solicita nuevas ofertas para la ejecución del análisis financiero.

Coordinador de Proyecto

13. Gestiona nuevas ofertas y las presenta a Director.

Realizar paso 11

14. Si se acepta alguna, firma de visto bueno la oferta seleccionada e informara al docente / consultor que ha sido seleccionado y se formalizara trato al aceptar el Usuario la oferta.

15. Indica al Coordinador de Proyecto que contacte al Usuario y entrega copia de oferta seleccionada.

Coordinador de Proyecto

16. Cita al Usuario para explicarle el tiempo que se dará y el costo del análisis financiero.

Usuario

17. Decide no realizar el análisis financiero, y llena formulario de no prestación de servicio.

Coordinador de Proyecto

18. Informa por escrito a Docente / Consultor que no se realizara el análisis financiero.

19. Entrega formulario de no prestación de servicio a Director

Director

20. De acuerdo con la información contenida en el formulario, considera negociar o no con el Usuario. (FIN).

Usuario

21. Decide realizar el análisis financiero, procede a formalizar el trato y a conocer forma de pago.

Coordinador de Proyecto

22. De acuerdo al monto del análisis financiero define forma de pago.

Usuario

23. Si acepta forma de pago de contado, formaliza la contratación del servicio y efectúa pago.

24. Entrega información solicitado.

Coordinador de Proyecto

25. Formaliza trato con el Docente / Consultor, estableciendo las condiciones y entrega la información solicitada.

Docente / Consultor

26. Realiza análisis financiero y entrega informes de avances (si fue acordado).

Coordinador de Proyecto

27. Da seguimiento al análisis financiero.

28. Si hay avance, se reúne con Director para ver si hay observaciones.

29. Entrega observaciones si las hay, para que sean tomadas en cuenta en los resultados finales.

Docente / Consultor

30. Recibe observaciones si las hay las considera en el análisis.

31. Entrega resultado final del análisis financiero.

Coordinador de Proyecto

32. Cita a Usuario para la entrega de los resultados.

Usuario

33. Se presenta a la cita y recibe los resultados, firmando la copia del mismo.

34. Llena encuesta de opinión.

Coordinador de Proyecto

35. Entrega a director la encuesta para el control de atenciones realizadas. (FIN).

36. No acepta forma de pago de contado y solicita facilidades de pago, realiza gestión con el Director para poder dar el crédito Usuario.

Director

37. Si aprueba dar crédito, define el porcentaje del anticipo.

Coordinador de Proyecto

38. Informa a Usuario que se le aprobó pagar con facilidades de pago y le define el porcentaje del anticipo.

Usuario

39. Acepta porcentaje de anticipo, formalizan la contratación del servicio y paga el anticipo.

Realizar del paso 24 al 35**Director**

40. No aprueba dar crédito, entrega resolución a Coordinador.

Coordinador de Proyecto

41. Informa a Usuario que no se le aprobó pagar con facilidades de pago.

Usuario

42. No acepta el servicio y llena formulario de no prestación del servicio.

Realizar del paso 18 al 20

43. No acepta la forma e pago de contado y no solicitar facilidades de pago, llena formulario de no prestación de servicio.

Realizar paso del 18 al 20

2.4. ELABORACION DE PLAN DE NEGOCIOS**2.4.1. Objetivo del Procedimiento**

Proporcionar a los clientes de CEMPREAGRO una idea clara hacia donde deben enfocar sus esfuerzos en actividades importantes que les permitirán saber como se encuentran frente a la competencia, definir estrategias viable, hacer proyecciones de ingreso y determinar los gastos en que incurrirán y de esa manera convertir la idea del negocio en una realidad

2.4.2. Normas Generales

1. El Coordinador de Proyecto al finalizar el mes entregara un Informe al Director de los proyectos realizados y los que no se realizaron.
2. El Coordinador de Proyecto informara sobre propuestas recibidas al Director, realizando una exposición de las mismas.
3. El plan de Negocios deberá realizar los procedimientos 2.2, 2.3, y 2.6

2.4.3. Descripción del procedimiento**Usuario**

1. Se presenta a CEMPREAGRO para solicitar plan de negocios.

Coordinador de Proyecto

2. Entrevista a Usuario para conocer su necesidad.

3. Llena formulario de Hoja de Registro de Prestación de Servicio e indaga sobre información necesaria.
4. Informa a Director de las solicitudes recibidas.
5. Investiga y determina dentro de los docentes, las personas que tienen experiencia en la elaboración de plan de negocios (sino hay contacta a consultores externos).
6. Realiza contacta con los docentes o consultores externos y solicita oferta para la ejecución del proyecto.

Docentes / Consultores

7. Atiende al Coordinador de Proyecto y define las necesidades del plan de negocios para entregar la oferta.
8. Presentan oferta (técnica y económica).

Coordinador de Proyecto

9. Recibe propuestas en el tiempo estipulado.
10. Informa sobre propuesta a Director para que no tome la decisión.

Director

11. Recibe informe de propuestas y las revisa.
12. No se acepta alguna, entrega ofertas a Coordinador de Proyecto y le solicita nuevas ofertas para la ejecución del plan de negocio.

Coordinador de Proyecto

13. Gestiona nuevas ofertas y las presenta a Director.

Realizar el paso 11

14. Si se acepta alguna, firma de visto bueno la oferta seleccionada e informa al docente / consultores que ha sido seleccionado y se formalizara trato al aceptar el Usuario la oferta.
15. Indica al Coordinador de Proyecto que contacte al Usuario y entrega copia de oferta seleccionada.

Coordinador de Proyecto

16. Cita al Usuario para explicarle el tiempo que se tardara y el costo del plan de negocio.

Usuario

17. Decide no realizar estudio de mercado, y llena formulario de no prestación de servicio.

Coordinador de Proyecto

18. Informar por escrito a Docente / Consultor que no se realizara el estudio.

19. Entrega formulario de no prestación de servicio a Director.

Usuario

20. De acuerdo con la información contenida en el formulario, considera negociar o no con el usuario. (FIN).

Usuario

21. Decide realizar el plan de negocio, procede a formalizar el trato y a conocer forma de pago.

Coordinador de Proyecto

22. De acuerdo al monto del plan de negocio define forma de pago.

Usuario

23. Si acepta forma de pago de contado, formaliza la contratación del servicio y efectúa pago.

24. Entrega información solicitado.

Coordinador del Proyecto

25. Formaliza trato con el Docente / Consultor, estableciendo las condiciones y entrega la información solicitada.

Docente / Consultor

26. Presente encuesta al coordinador de Proyecto para que obtenga el visto bueno del Usuario.

Coordinador de Proyecto

27. Cita al Usuario para presentar la encuesta que se utilizara para realizar el estudio de mercado.

Usuario

28. No esta de acuerdo con la encuesta, entrega por escrito las modificaciones y expone los parámetros que no se han cubierto.

Coordinador de Proyecto

29. Recibe modificaciones y las entrega para que sean tomadas en cuenta.

Docente / Consultor

30. Realiza correcciones para aprobación.

Realizar paso 27

Usuario

31. Si esta de acuerdo con la encuesta, la aprueba firmando de visto bueno en la encuesta.

Coordinador de Proyecto

32. Recibe encuesta aprobada y la entrega para que se realice el plan de negocios.

Docente / Consultor

33. Realiza plan de negocios y entrega informes de avance (si fue acordado).

Coordinador de Proyecto

34. Da seguimiento al plan de negocios.

35. Si hay avance, se reúne con Director para ver si hay observaciones.

36. Entrega observaciones si las hay, para que sean tomadas en cuenta en los resultados finales.

Docente / Consultor

37. Recibe observaciones si las hay y las considera en el análisis.

38. Entrega resultado final del plan de negocio.

Coordinador de Proyecto

39. Cita a Usuario para la entrega de los resultados.

Usuarios

40. Se presenta a la cita y recibe los resultados, firmando la copia del mismo.

41. Llena encuesta de opinión.

42. Entrega a Director la encuesta para el control de atenciones realizadas (FIN).

43. No acepta forma de pago de contado y solicita facilidades de pago, realiza gestión con el Director para poder dar el crédito al Usuario.

Director

44. Si aprueba dar crédito, define el porcentaje del anticipo.

Coordinador de Proyecto

45. Informa a Usuario que se aprobó pagar con facilidades de pago y le define el porcentaje del anticipo

Usuario

46. Acepta porcentaje de anticipo, formalizan la contratación del servicio y paga el anticipo.

Realizar del paso 24 al 42.

Director

47. No aprueba dar crédito, entrega resolución a Coordinador.

Coordinador de Proyecto

48. Informa a Usuario que no se le aprobó pagar con facilidades de pago.

Usuario

49. No acepta el servicio y llena formulario de no prestación del servicio.

Realizar del paso 18 al 20

50. No acepta la forma de pago de contado y no solicitar facilidades de pago, llena formulario de no prestación de servicio

Realizar paso del 18 al 20

2.5. GESTION Y EJECUCION DE CAPACITACION**2.5.1. Objetivo del Procedimiento**

Realizar eficientemente la gestión y ejecución de capacitación, con el propósito de cumplir con los tiempos y requisitos exigidos por los clientes del Centro de Emprendimiento de Agronegocios (CEMPROAGRO).

2.5.2. Normas Generales

1. El coordinador de proyecto al finalizar el mes entregará un informe al Director de los proyectos realizados y los que no se realizaron.
2. El Coordinador de Proyecto informara sobre propuestas recibidas al Director, realizando una exposición de las mismas.

2.5.3. Descripción del Procedimiento**Usuario**

1. Se presenta a CEMPROAGRO para solicitar gestión y ejecución de capacitación.

Coordinador de Proyecto

2. Entrevista a Usuario para conocer tema de la capacitación
3. Llena formulario de Hoja de Registro de Prestación de Servicio e indaga sobre información necesaria.
4. Informa a Director de las solicitudes recibidas.
5. Investiga y determina dentro de los docentes las personas que tienen experiencia en la ejecución de capacitación solicitada (sino hay contacta a consultores externos).
6. Realiza contacto con los docentes o consultores externos y solicita ofertas para la ejecución del proyecto de la capacitación.

Docentes / Consultores

7. Atiende al coordinador de Proyecto y define las necesidades de la capacitación y tiempo para entregar la oferta.
8. Presentan oferta (técnica y económica).

Coordinador de Proyecto

9. Recibe propuestas en el tiempo estipulado.
10. Informa sobre propuestas a Director para que tome la decisión.

Director

11. Recibe informe de propuestas y las revisa las propuestas presentadas.
12. No se acepta alguna, entrega ofertas a Coordinador de Proyecto y le solicita nuevas ofertas para la ejecución de la capacitación.

Coordinador de Proyecto

13. Gestiona nuevas ofertas y las presenta a Director.

Realizar paso 11**Director**

14. Si se acepta alguna, firma de visto bueno la oferta seleccionada e informa al docente / consultor que ha sido seleccionado y se formalizara trato al aceptar el Usuario la oferta.
15. Indica al Coordinador de Proyecto que contacte al Usuario y entrega copia de oferta seleccionada.

Coordinados de Proyecto

16. Cita al Usuario para explicarle el tiempo que se tardara y el costo de la gestión y ejecución de la capacitación.

Usuario

17. Decide no realizar la capacitación, y llena formulario de no prestación de servicio.

Coordinador de Proyecto

18. Informa por escrito a Docente / Consultor que no se realizara la capacitación.
19. Entrega formulario de no prestación de servicio a Director.

Director

20. De acuerdo con la información contenida en el formulario, considera negociar o no con el Usuario. (FIN)

Usuario

21. Decide realizar la capacitación, procede a formalizar el trato y a conocer forma de pago.

Coordinador de Proyecto

22. De acuerdo al monto de la capacitación define forma de pago.

Usuario

23. Si acepta forma de pago de contado, formalizar la contratación del servicio y efectúa pago.

24. Entrega información solicitado

Coordinador de Proyecto

25. Formaliza trato con el Docente / Consultor, estableciendo las condiciones y entrega la información solicitada.

Docente / Consultor

26. Elabora guión de la capacitación y lo entrega para ser revisado.

Coordinador de Proyecto

27. Revisa guión de la capacitación.

28. Se reúne con Director para ver si hay observaciones.

29. Entrega observaciones si las hay, para que sean tomadas en el guión de la capacitación.

Docente / Consultor

30. Recibe observaciones si las hay y las considera en el guión de la capacitación.

31. Ejecuta capacitación y evaluación de la capacitación.

Coordinador de Proyecto

32. Cita a Usuario para la entrega de los resultados de la capacitación.

Usuario

33. Se presenta a la cita y recibe los resultados, firmando la copia del mismo.

34. Llena encuesta de opinión.

Coordinador de Proyecto

35. Entrega a Director la encuesta para el control de atenciones realizadas. (FIN)

36. No acepta forma de pago de contado y solicita facilidades de pago, realiza gestión con el Director para poder dar el crédito al Usuario.

Director

37. Si aprueba dar crédito, define el porcentaje del anticipo.

Coordinador de Proyecto

38. Informa a Usuario que se le aprobó pagar con facilidades de pago y le define el porcentaje del anticipo.

Usuario

39. Acepta porcentaje de anticipo, formalizan la contratación del servicio y paga el anticipo.

Realizar del paso 24 al 35

Director

40. No aprueba dar crédito, entrega resolución a coordinador.

Coordinador de Proyecto

41. Informa a Usuario que no se le aprobó pagar con facilidades de pago.

Usuario

42. No acepta el servicio y llena formulario de no prestación del servicio.

Realizar del paso 18 al 20

43. No acepta la forma de pago de contado y no solicitar facilidades de pago, llena formulario de no prestación.

Realizar del paso 18 al 20

2.6. LOGISTICA PARA EJECUCION DE LA CAPACITACION

2.6.1. Objetivo del Procedimiento

Realizar eficientemente la logística para la ejecución de la capacitación, con el propósito de cumplir con los tiempos y requisitos exigidos por los clientes del Centro de Emprendimiento de Agronegocios (CEMPREAGRO).

2.6.2. Normas Generales

1. El Coordinador de Proyecto al finalizar el mes entregara un informe al Director de los proyectos realizados y los que no se realizaron.

2.6.3. Descripción del Procedimiento

Usuario

1. Se presentan a CEMPROAGRO para solicitar logística para la ejecución de capacitación.

Coordinador de Proyecto

2. Entrevista a Usuario para conocer la logística que necesita para la ejecución de la capacitación.

3. Llena formulario de Hoja de Registro de Prestación de Servicio e indaga sobre información necesaria.
4. Informa a Director de las solicitudes recibidas.
5. Investiga local disponible, medio audio visual y costos de reproducción de material didáctico.
6. Realiza contacto con los responsables de los locales, medios audio visuales y reproducciones de material didáctico.

Responsables de Local y Equipo Audio Visual

7. Atiende al Coordinador de Proyecto y define fechas disponibles y costo por el préstamo de los mismos.

Coordinador de Proyecto

8. Recopila información a Director para que tome una decisión.

Director

9. Recibe información e indaga el local a utilizar, equipo audio visual y lugar a contratar para reproducciones de material didáctico.

Coordinador de Proyecto

10. Cita al Usuario para explicarle el costo de la logística para la ejecución de la capacitación.

Usuario

11. Decide no realizar la capacitación, informa a Coordinador de Proyecto que no se ejecutara la capacitación.

Coordinador de Proyecto

12. Informa a Director que no se realizara la logística para la ejecución de la capacitación. (FIN)

Usuario

13. Decide realizar la capacitación, procede a formalizar el trato, realiza pago y entrega material didáctico a utilizar.

Coordinador de Proyecto

14. Realiza logística para obtener el local a utilizar, equipo audio visual y reproducción de material didáctico.
15. Informa a Director de la logística realizada y el resultado de la misma. (FIN)

2.7. DESARROLLO DE PROTOTIPOS

2.7.1. Objetivo del Procedimiento

Realiza eficientemente el desarrollo de prototipos, con el propósito de crear nuevos productos que pueden ser comercializados en el mercado nacional como internacional.

2.7.2. Normas Generales

Coordinador de Proyecto

1. El Coordinador de Proyecto al finalizar el mes un informe al Director de los proyectos realizados y los que no se realizaron.

2.7.3. Descripción del Procedimiento

Coordinador de Proyecto

1. Identifica un nuevo producto (prototipo).
2. Realiza las pruebas necesarias para ver si es factible la elaboración del prototipo.
3. No es factible, elabora informe y lo presenta al Director para su conocimiento. (FIN)
4. Es factible, elabora informe y lo presenta al Director para su conocimiento.

Director

5. Revisa el informe.
6. Si realiza correcciones, entrega correcciones para ser incorporadas en el documento.

Coordinador de Proyecto

7. Incorpora correcciones.

Realizar paso 5

Director

8. No realiza correcciones, firma de visto bueno e indica que se realice el plan de negocios.

Coordinador de Proyecto

9. Recibe indicación y realiza el plan de negocios (ver procedimiento).
10. Al tener los resultados los presenta al Director.

Director

11. Al tener el plan de negocio realiza contacto con instituciones para promocionar la idea de negocio. (FIN)

2.8. SEGUIMIENTO DE ATENCION DE USUARIOS

2.8.1. Objetivo del procedimiento

Realizar eficientemente el seguimiento de atención de Usuarios, con el propósito conocer si esta cumpliendo con los tiempos y requisitos exigidos por los clientes del Centro Emprendimiento de Agronegocios (CEMPREAGRO).

2.8.2. Normas Generales

1. El Coordinador de Proyecto al finalizar el mes entregara un Informe al Director de los proyectos realizados y los que no realizaron.

2.8.3. Descripción del Procedimiento

Coordinador de Proyecto

1. De las encuestas de opinión, elabora base de datos de los Usuarios que han recibido estudios realizados en CEMPREAGRO.
2. Realiza contacto con ello (teléfono o correo electrónico) para conocer si se puso en marcha lo establecido en el estudio realizado.
3. Consulta si ellos necesitan otro servicio y a la vez informa de los servicios o capacitaciones que actualmente se están brindando.
4. Elabora informe mensual de la atención dada a los Usuarios y los entrega a Director.(FIN)

2.9. GESTION PARA DAR A CONOCER LOS SERVICIOS QUE PRESTAN CEMPREAGRO

2.9.1. Objetivo del Procedimiento

Realiza eficientemente la gestión para dar a conocer los servicios que prestan CEMPREAGRO, con el propósito de generar nuevos clientes.

2.9.2. Normas Generales

1. El Director es responsable de dar a conocer los servicios que se presta en CEMPREAGRO a las instituciones o personas naturales.

2.9.3. Descripción del Procedimiento

Director

1. Identifica instituciones a las cuales se le puede brindar los servicios que se realizan CEMPREAGRO.
2. Analiza dichas Instituciones para ver que se les puede ofrecer.
3. Realiza contacto para conocer cita.
4. Al obtener la cita, prepara presentación a llevar.
5. Realiza presentación de los servicios de CEMPREAGRO.

APROBACIÓN	FECHA	30	octubre	2008
	CARGO	Director ejecutivo		
	NOMBRE			
	SELLO Y FIRMA			
VIGENCIA	A PARTIR DE	01	febrero	2009
ASUNTO		VERSIÓN 1		
ACTUALIZACIONES	FECHA	30	Octubre	2008
	ASUNTO			
	NÚMERO DE PÁGINA(S)			
VIGENCIA	A PARTIR DE			

6. Entrega información de la presentación y tarjeta de presentación para ser contactado.
7. Después de unos días llama a la Institución a la cual se le dio la presentación para mantener el vínculo.

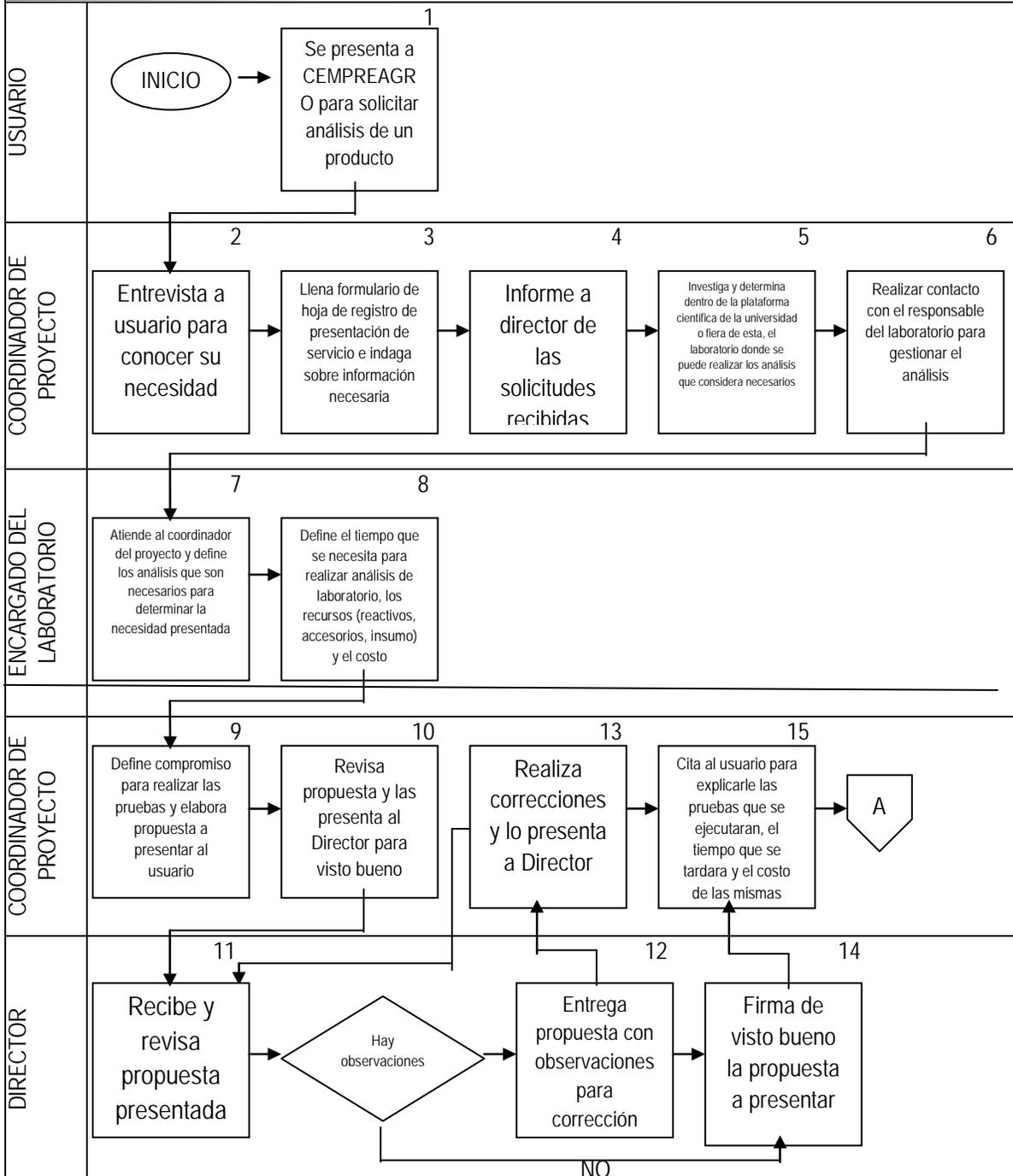
MANUAL DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS



PARA LA PRESTACION DE SERVICIO

CENTRO DE EMPRENDIMIENTO EN LOS AGRONEGIOS

PROCEDIMIENTO
GESTION DE ANALISIS EN LABORATORIO



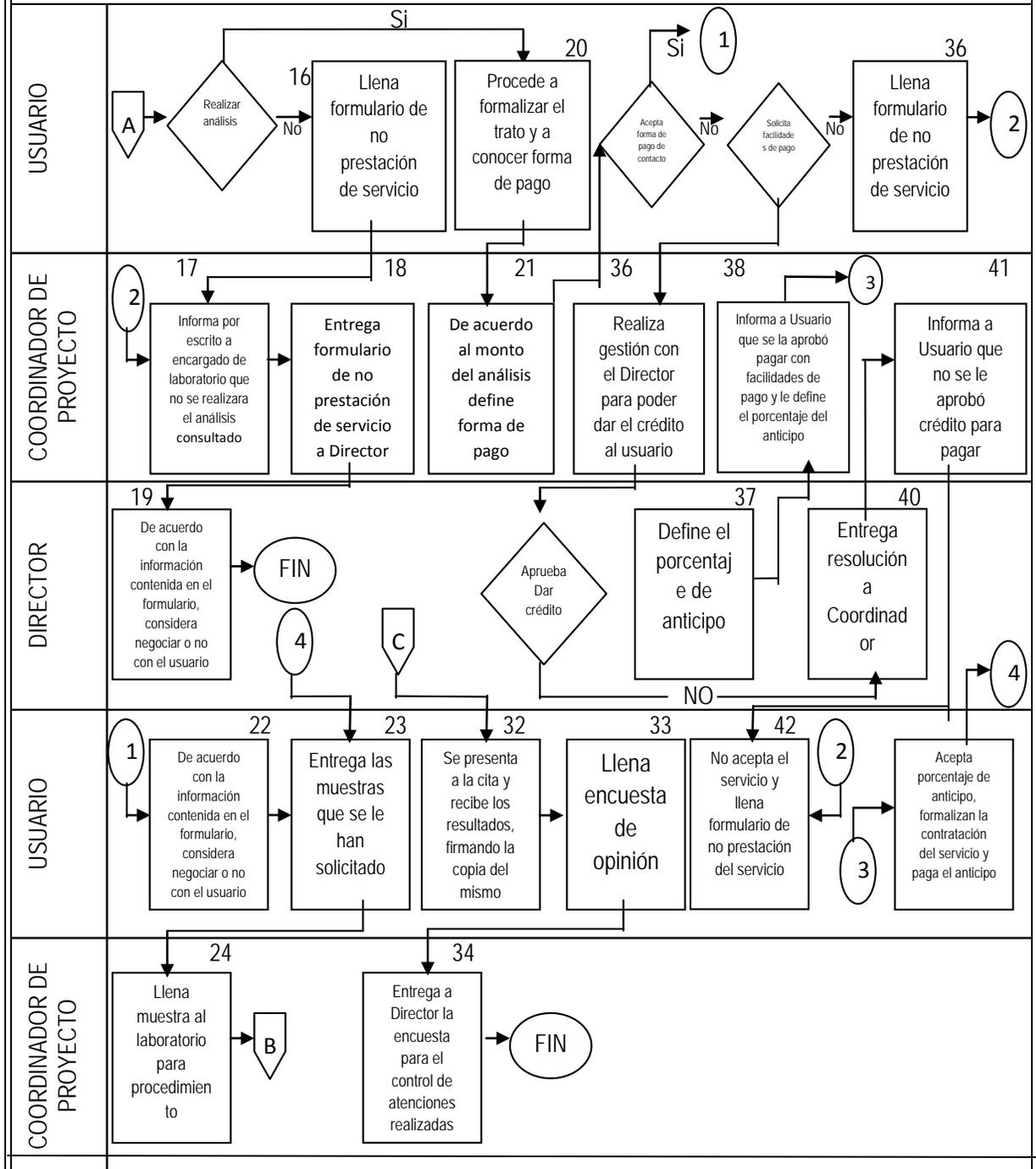
MANUAL DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS

PARA LA PRESTACION DE SERVICIO

CENTRO DE EMPRENDIMIENTO EN LOS AGRONEGOCIOS



PROCEDIMIENTO
GESTION DE ANALISIS EN LABORATORIO



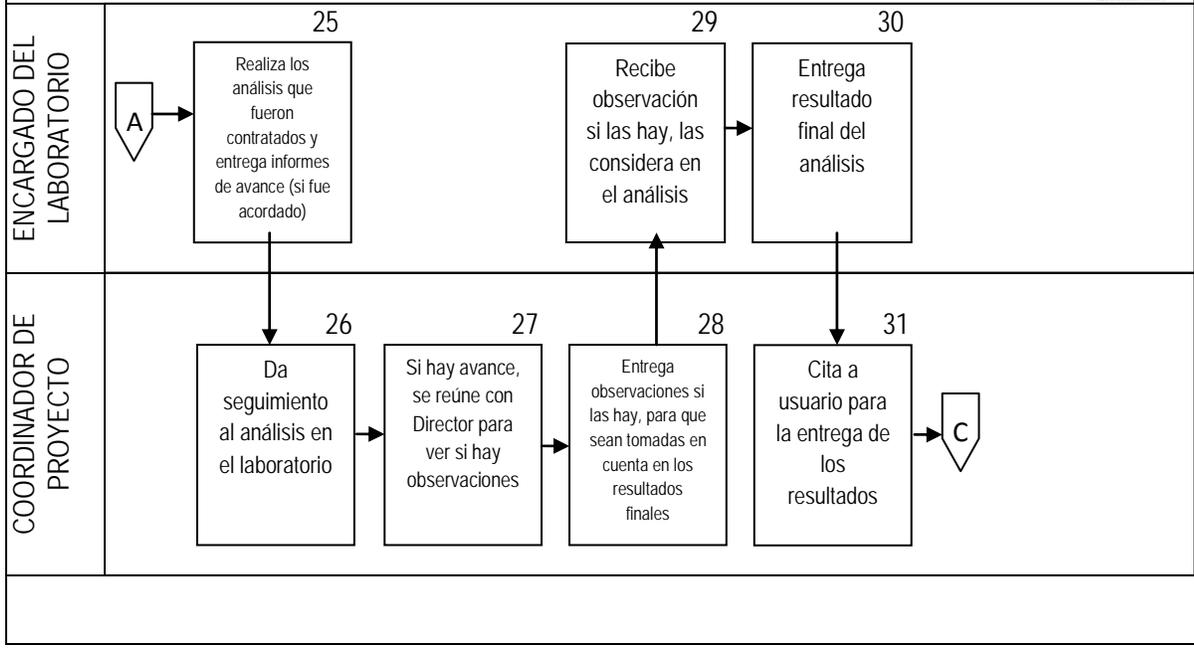
MANUAL DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS



PARA LA PRESTACION DE SERVICIO

CENTRO DE EMPRENDIMIENTO EN LOS AGRONEGIOS

PROCEDIMIENTO
GESTION DE ANALISIS EN LABORATORIO



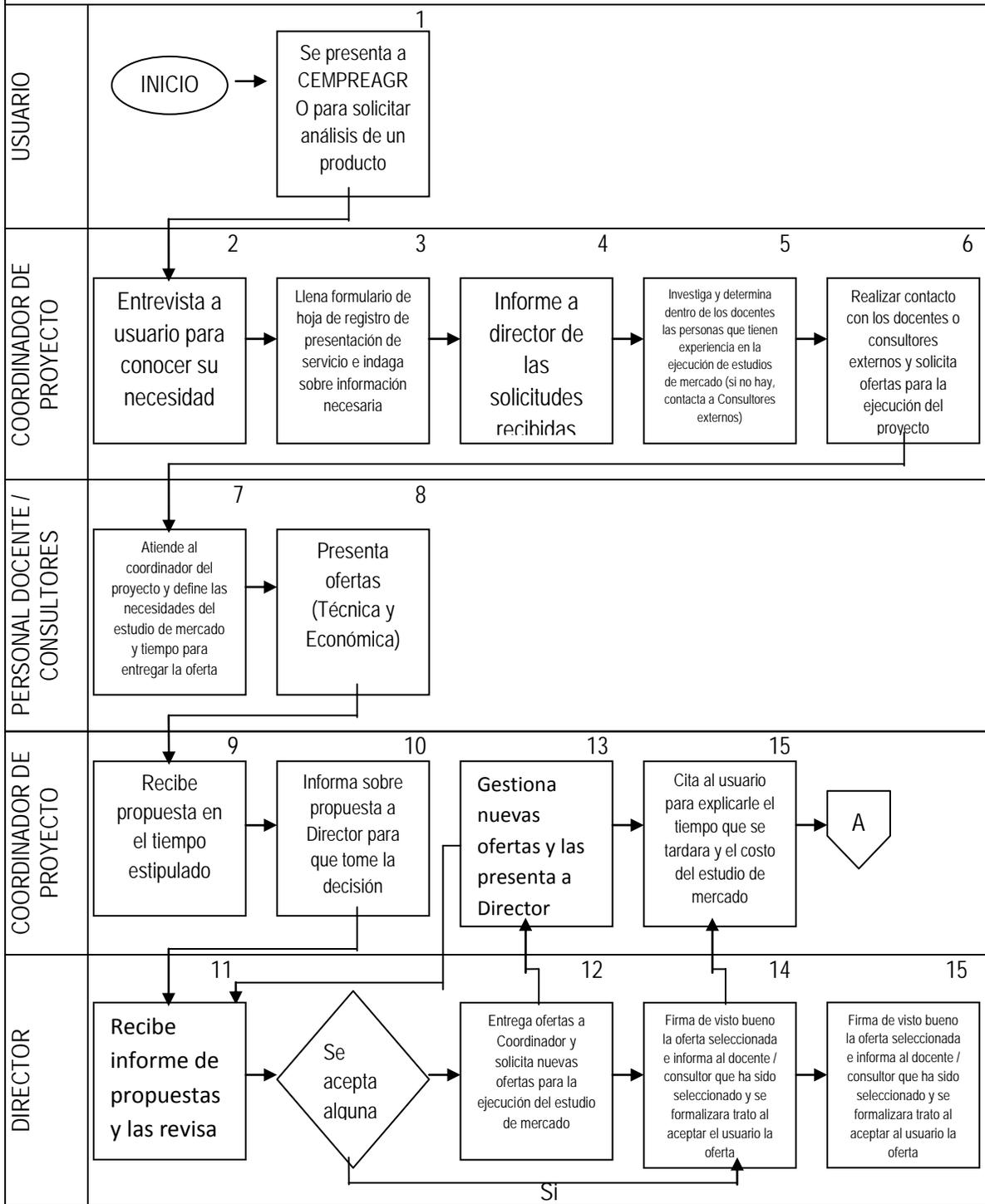
MANUAL DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS

PARA LA PRESTACION DE SERVICIO

CENTRO DE EMPRENDIMIENTO EN LOS AGRONEGOCIOS



PROCEDIMIENTO
GESTION PARA LA EJECUCIÓN DE ESTUDIO DE MERCADO



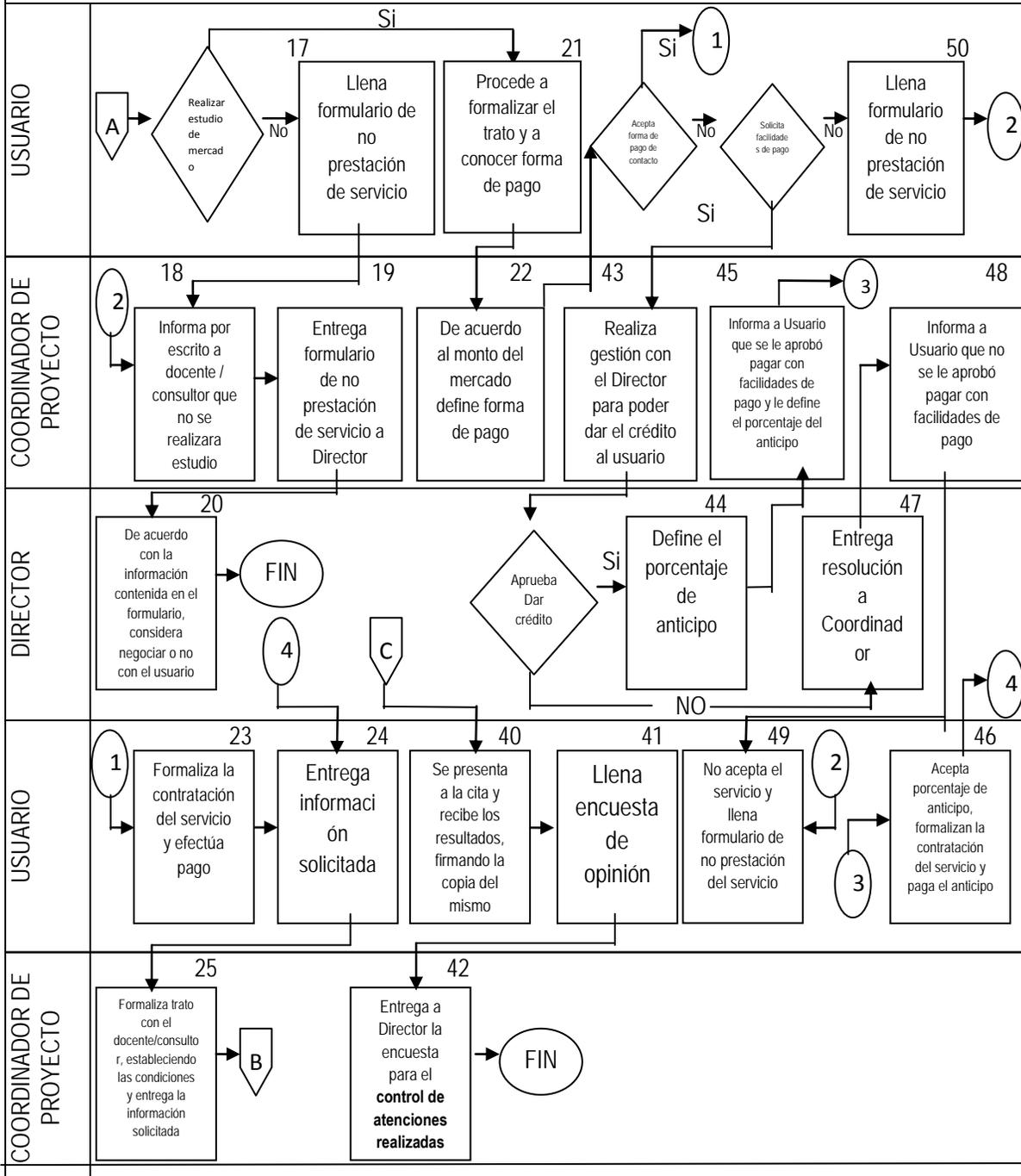
MANUAL DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS

PARA LA PRESTACION DE SERVICIO

CENTRO DE EMPRENDIMIENTO EN LOS AGRONEGOCIOS



PROCEDIMIENTO
GESTION PARA LA EJECUCIÓN DE ESTUDIO DE MERCADO



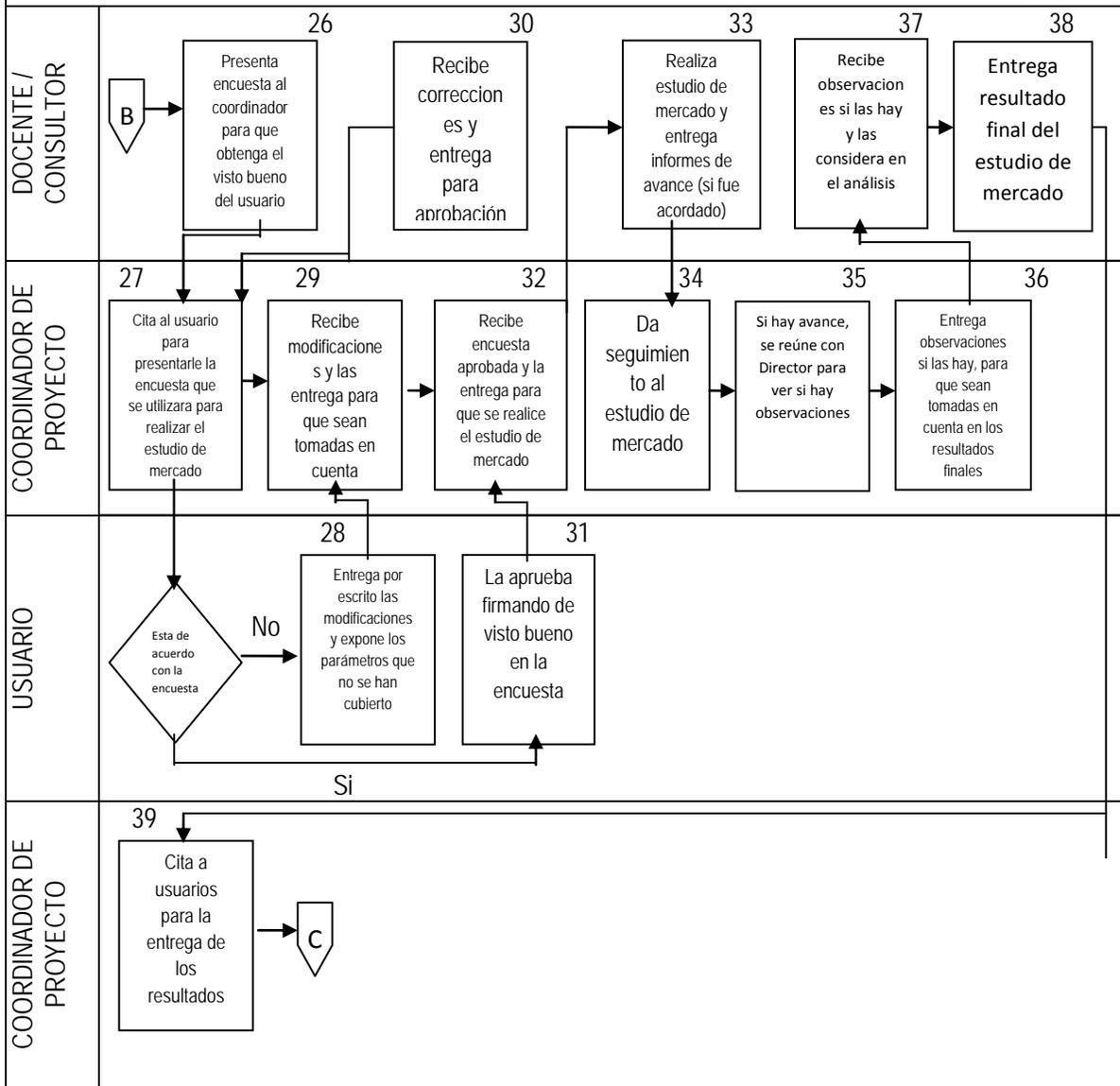
MANUAL DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS

PARA LA PRESTACION DE SERVICIO

CENTRO DE EMPRENDIMIENTO EN LOS AGRONEGOCIOS



PROCEDIMIENTO
GESTION PARA LA EJECUCIÓN DE ESTUDIO DE MERCADO



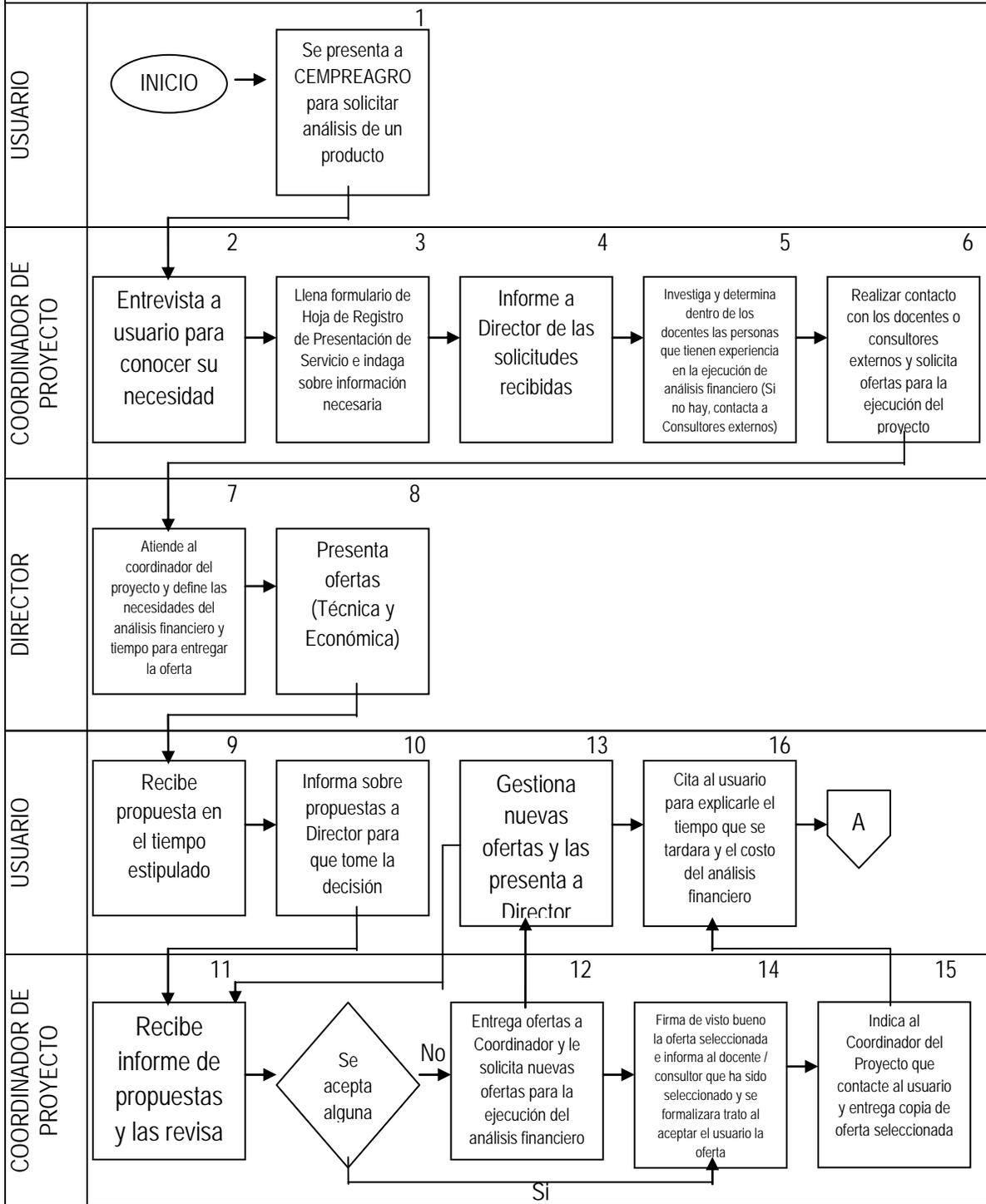
MANUAL DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS

PARA LA PRESTACION DE SERVICIO

CENTRO DE EMPRENDIMIENTO EN LOS AGRONEGOCIOS



PROCEDIMIENTO
GESTION PARA LA EJECUCIÓN DE ANALISIS FINANCIERO



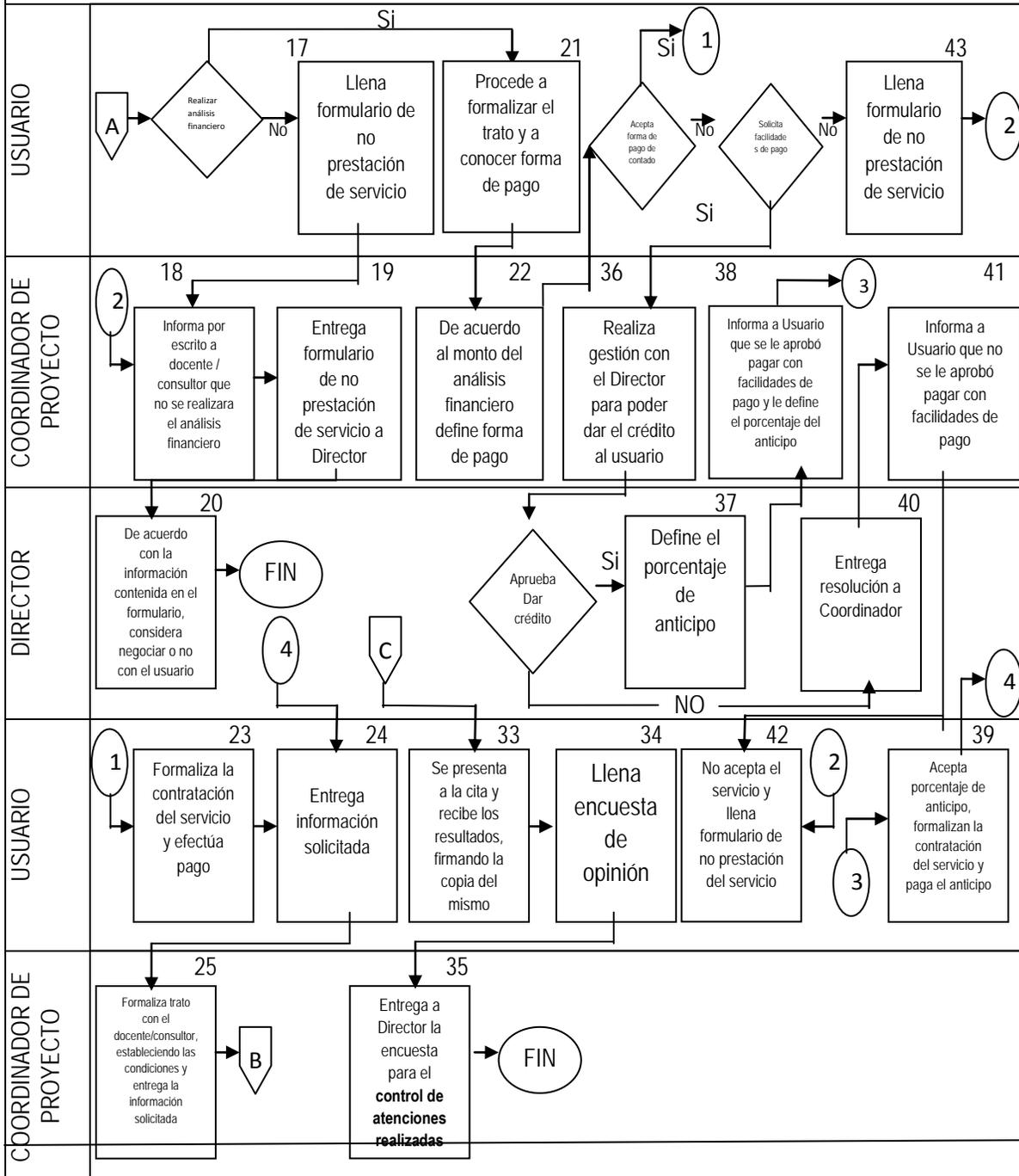
MANUAL DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS

PARA LA PRESTACION DE SERVICIO

CENTRO DE EMPRENDIMIENTO EN LOS AGRONEGOCIOS



PROCEDIMIENTO
GESTIÓN PARA LA EJECUCIÓN DE ANÁLISIS FINANCIERO



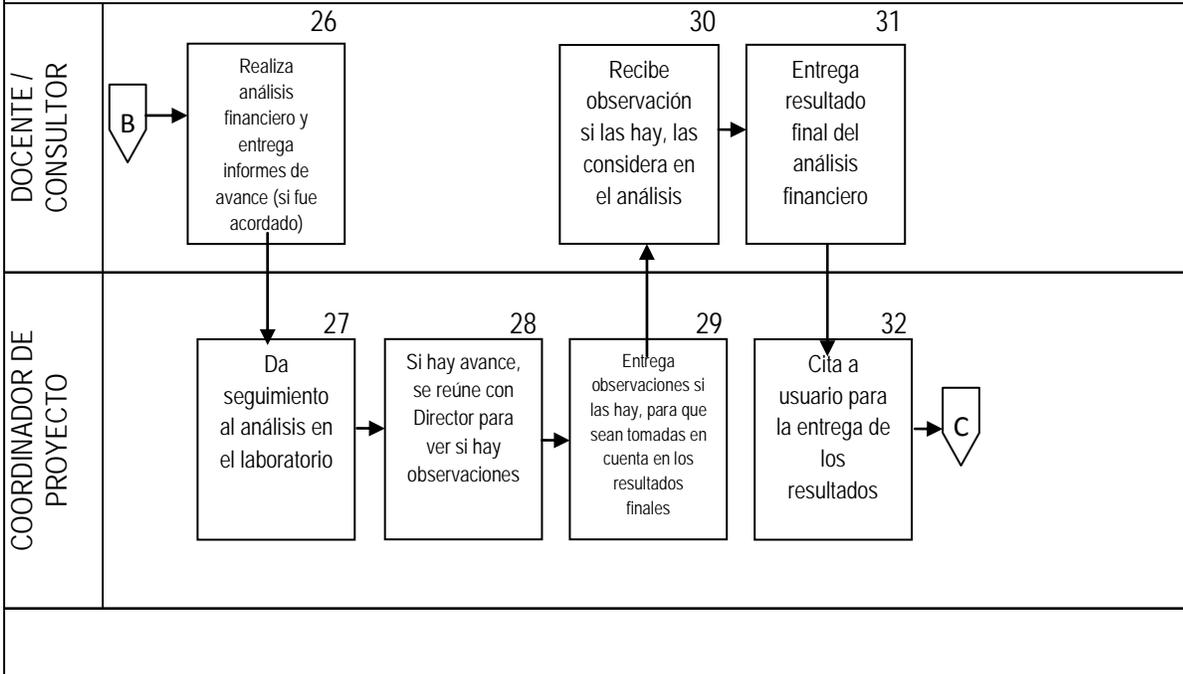
MANUAL DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS

PARA LA PRESTACION DE SERVICIO

CENTRO DE EMPRENDIMIENTO EN LOS AGRONEGOCIOS



PROCEDIMIENTO
GESTIÓN PARA LA EJECUCIÓN DE ANÁLISIS FINANCIERO



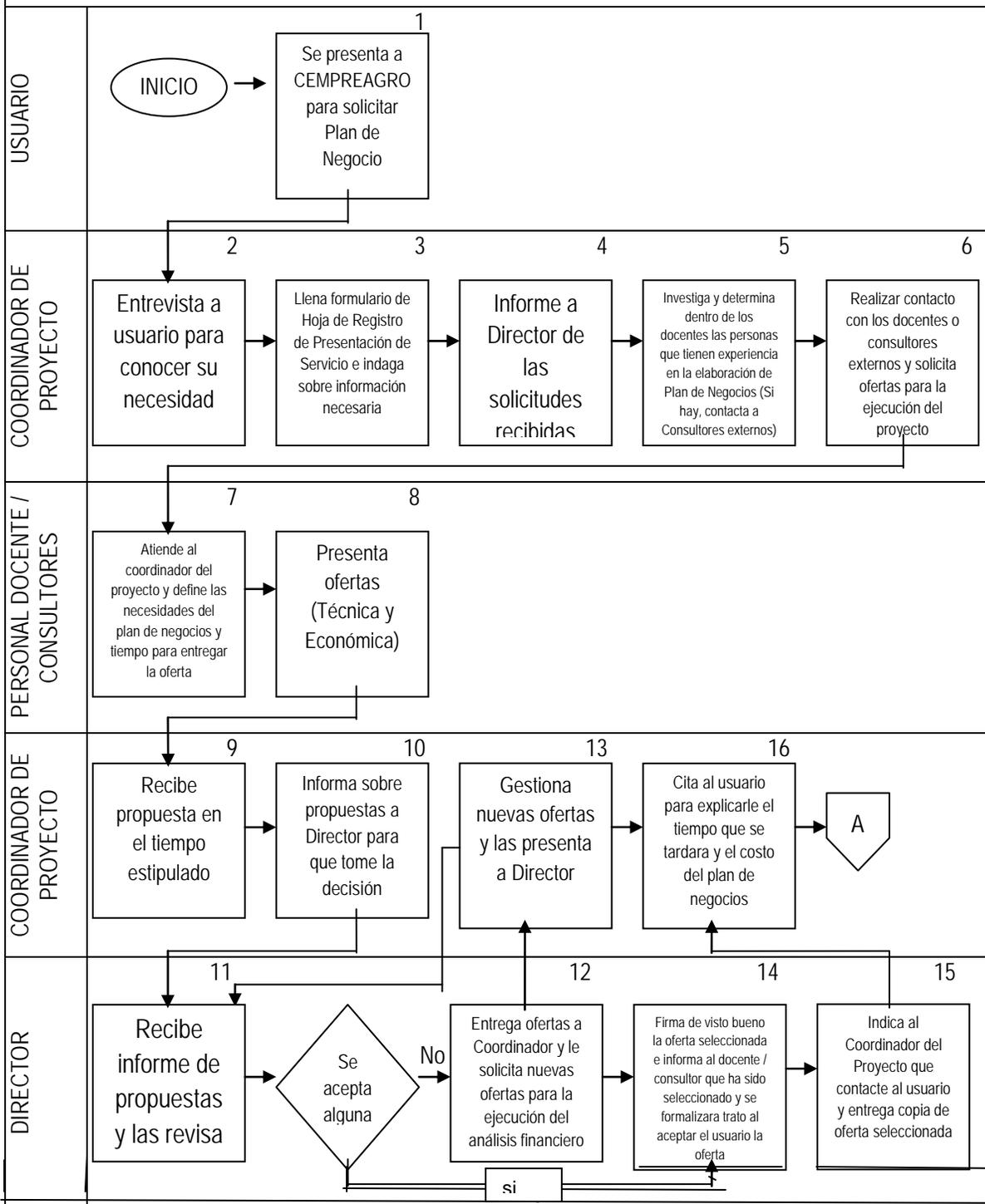
MANUAL DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS

PARA LA PRESTACION DE SERVICIO

CENTRO DE EMPRENDIMIENTO EN LOS AGRONEGOCIOS



PROCEDIMIENTO
ELABORACIÓN DE PLAN DE NEGOCIOS



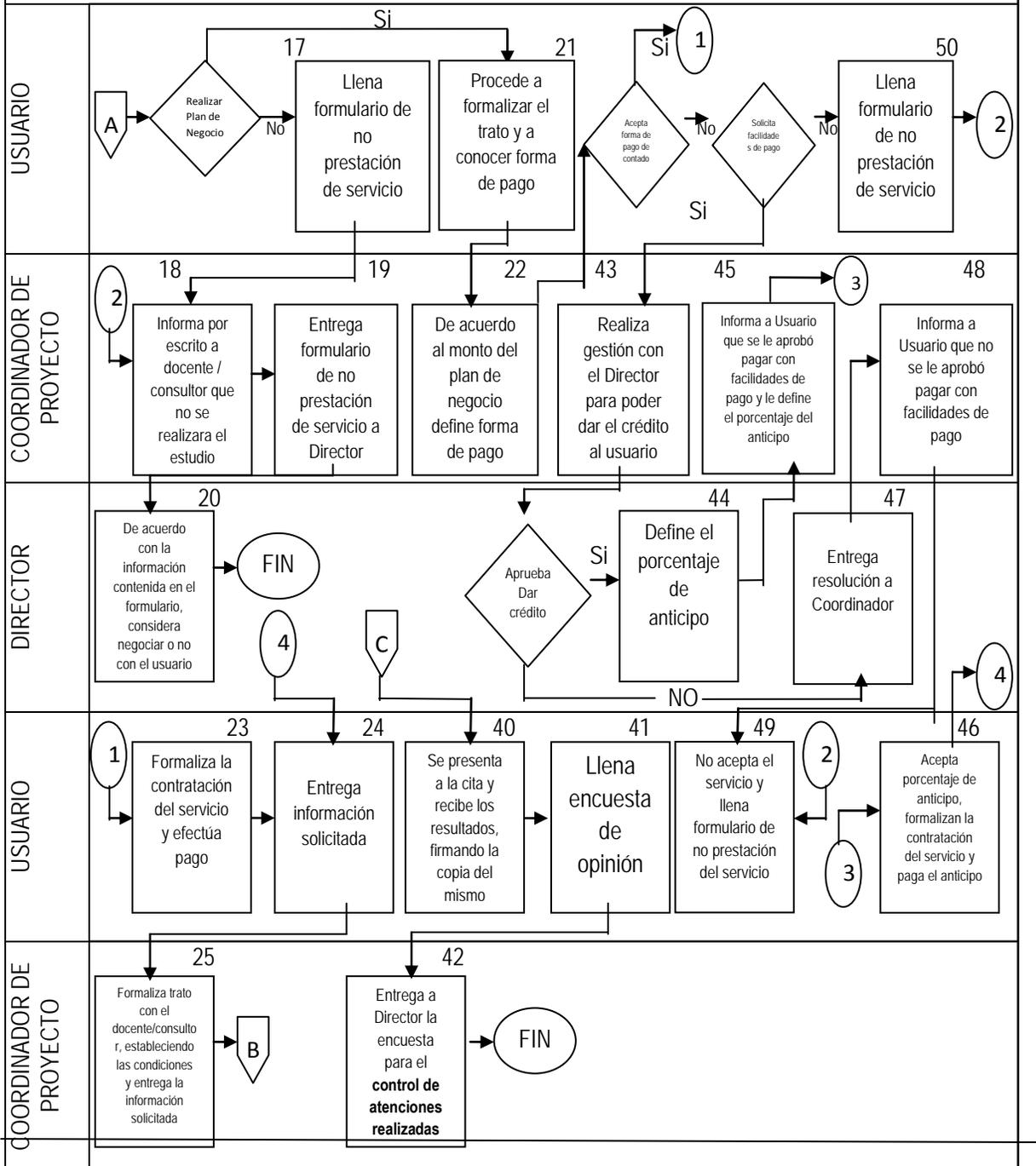
MANUAL DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS

PARA LA PRESTACION DE SERVICIO

CENTRO DE EMPRENDIMIENTO EN LOS AGRONEGOCIOS



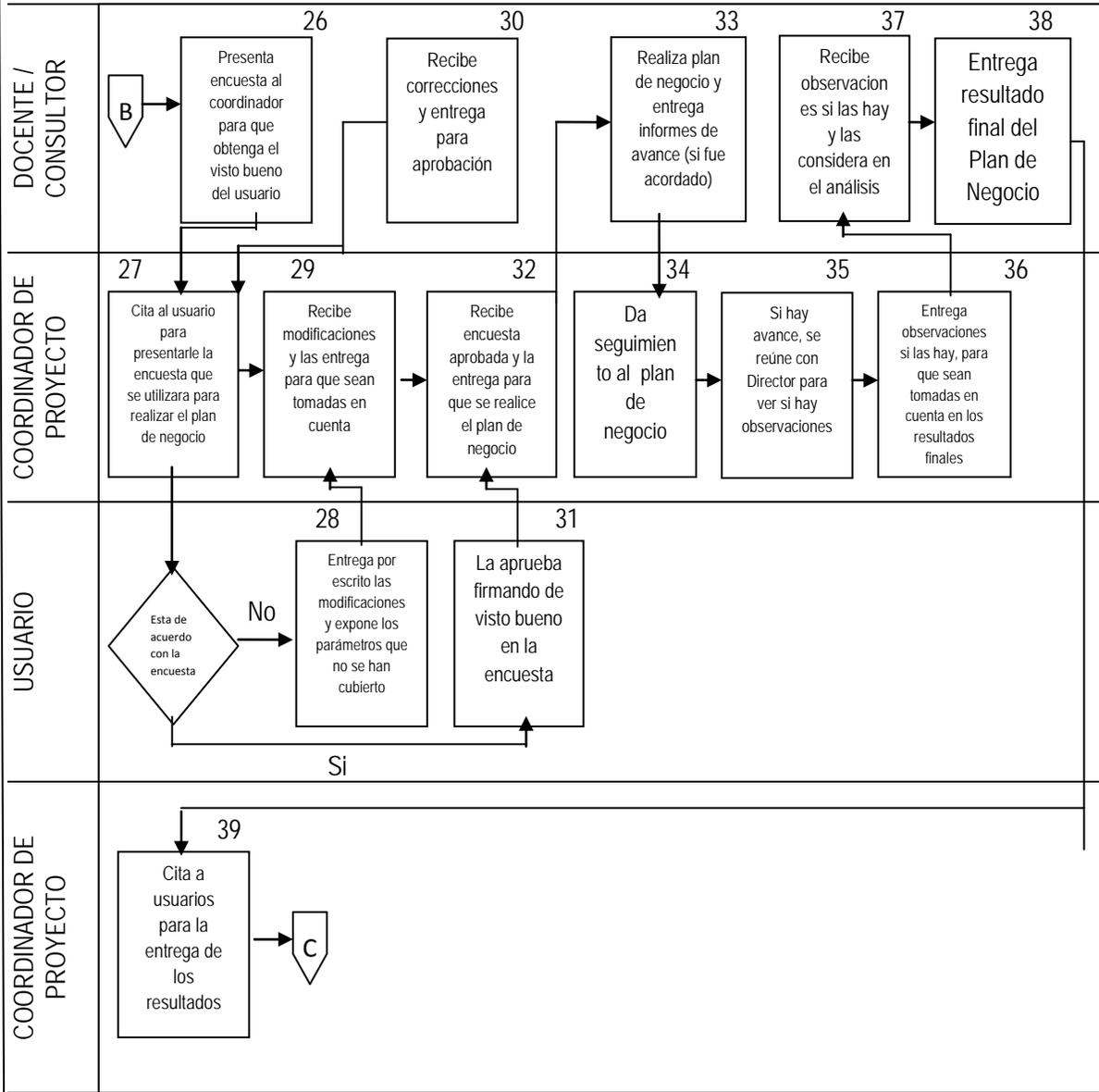
PROCEDIMIENTO
ELABORACIÓN DE PLAN DE NEGOCIOS





PARA LA PRESTACION DE SERVICIO
CENTRO DE EMPRENDIMIENTO EN LOS AGRONEGIOS

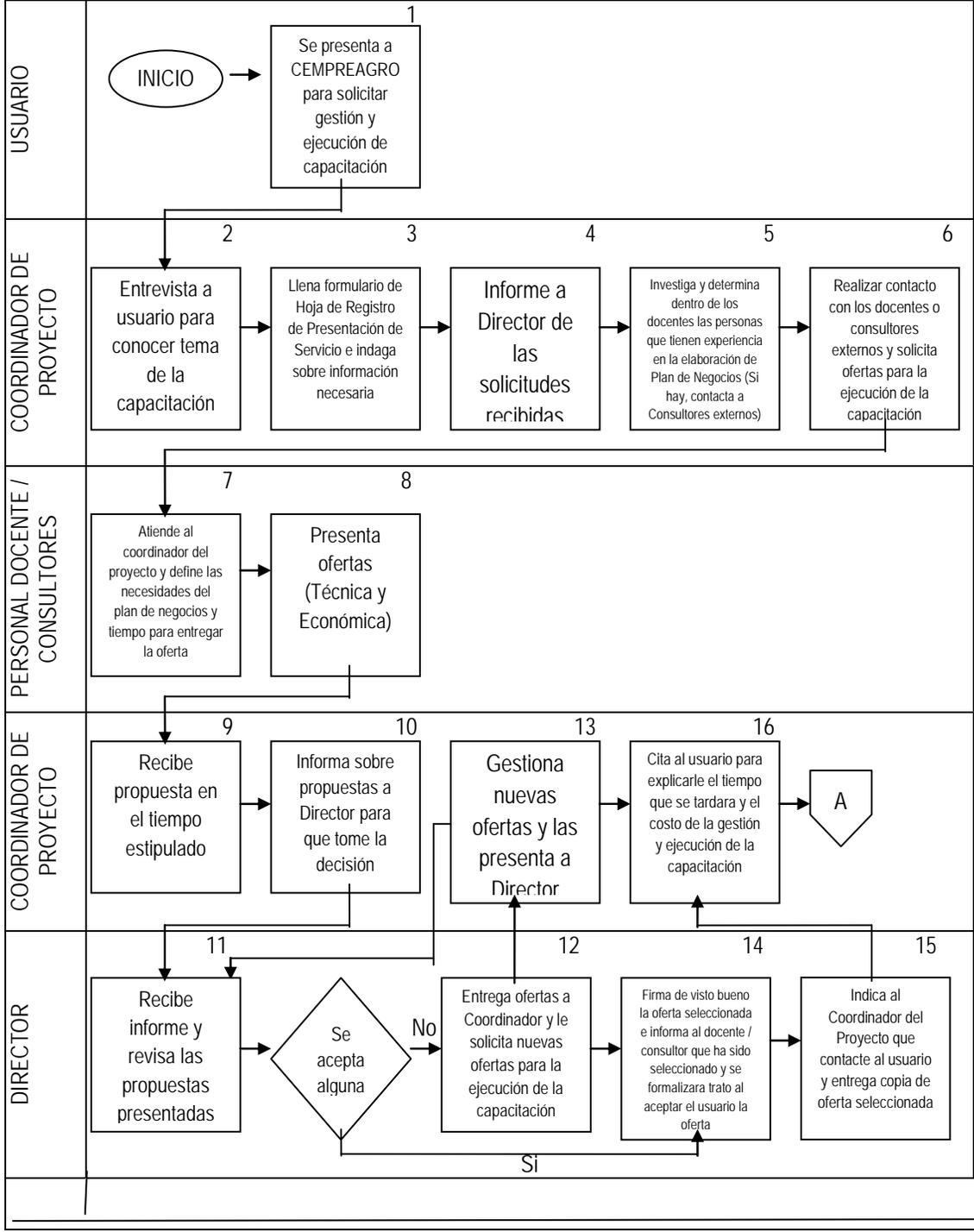
PROCEDIMIENTO
ELABORACIÓN DE PLAN DE NEGOCIOS



**MANUAL DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS
PARA LA PRESTACION DE SERVICIO
CENTRO DE EMPRENDIMIENTO EN LOS AGRONEGOCIOS**



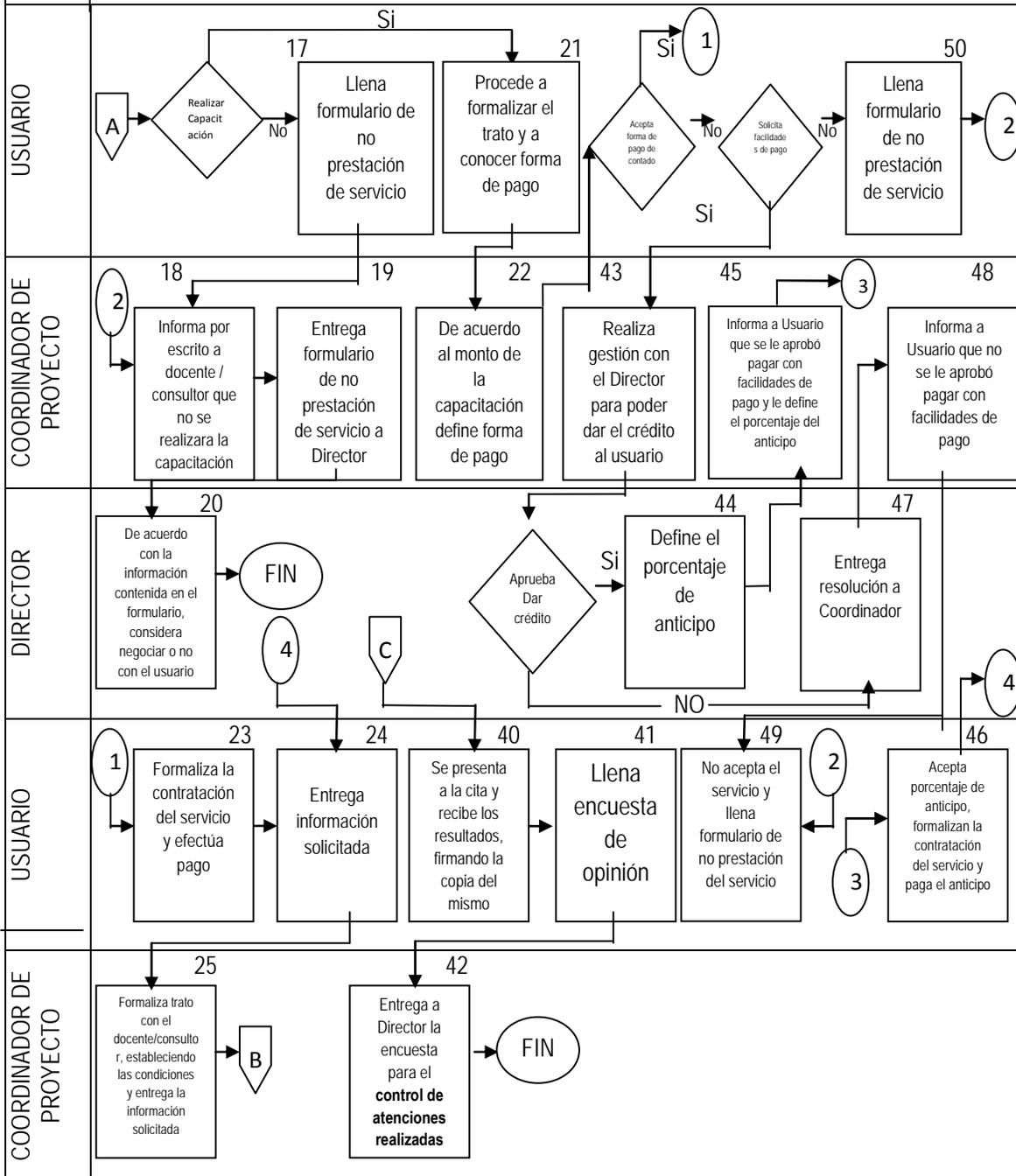
**PROCEDIMIENTO
GESTIÓN Y EJECUCIÓN DE CAPACITACIÓN**



**MANUAL DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS
PARA LA PRESTACION DE SERVICIO
CENTRO DE EMPRENDIMIENTO EN LOS AGRONEGOCIOS**



**PROCEDIMIENTO
GESTIÓN Y EJECUCIÓN DE CAPACITACIÓN**



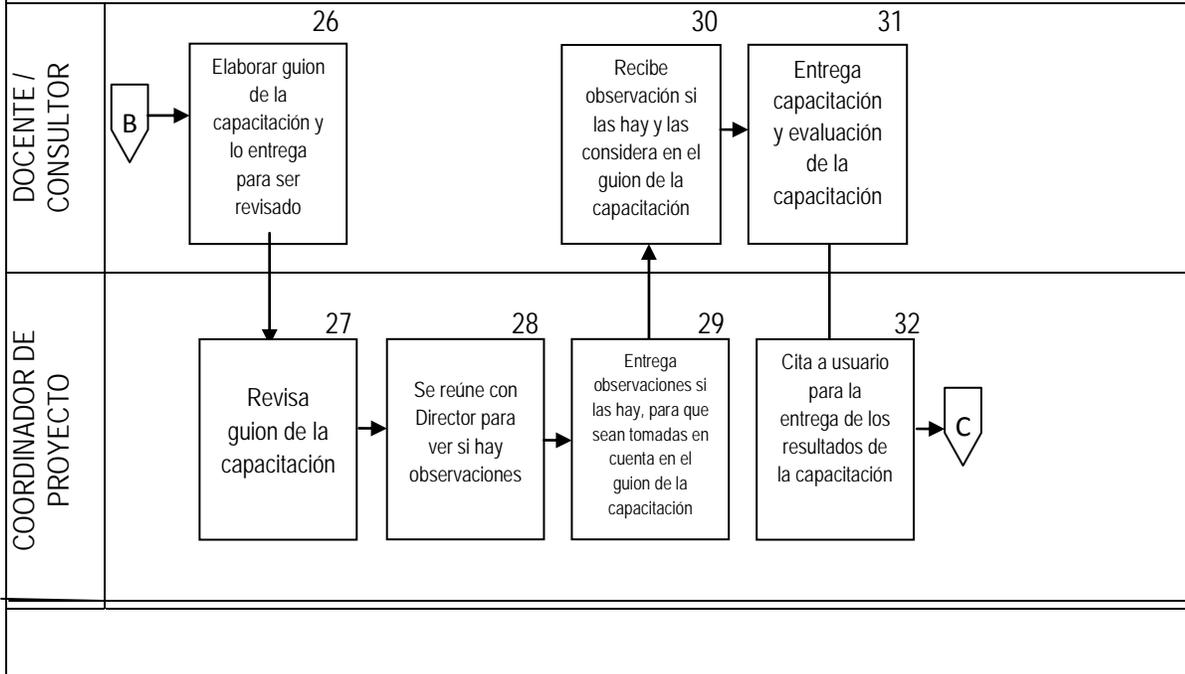
MANUAL DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS

PARA LA PRESTACION DE SERVICIO

CENTRO DE EMPRENDIMIENTO EN LOS AGRONEGOCIOS



PROCEDIMIENTO
GESTIÓN Y EJECUCIÓN DE CAPACITACIÓN



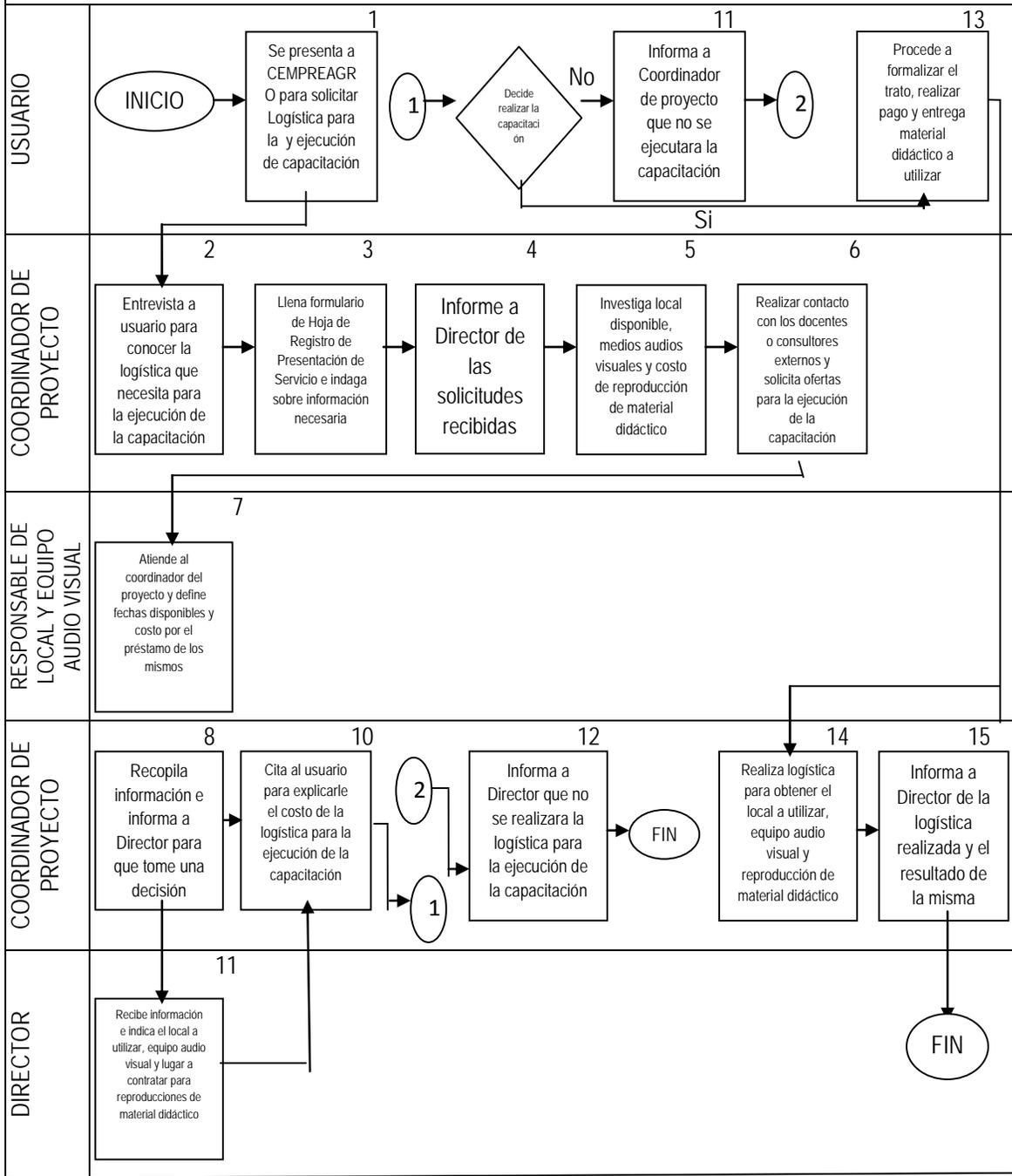
MANUAL DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS

PARA LA PRESTACION DE SERVICIO

CENTRO DE EMPRENDIMIENTO EN LOS AGRONEGOCIOS



PROCEDIMIENTO
LOGÍSTICA PARA EJECUCIÓN DE CAPACITACIÓN



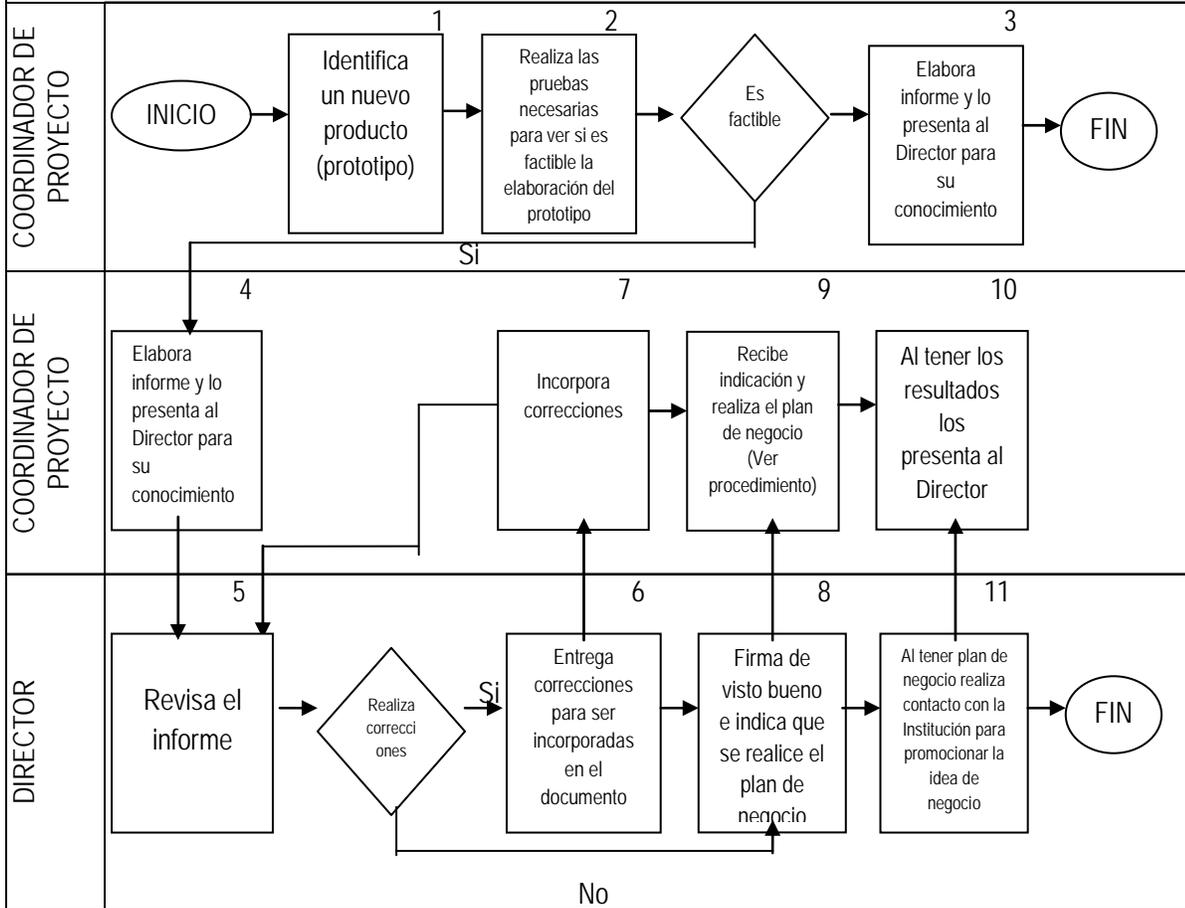
MANUAL DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS

PARA LA PRESTACION DE SERVICIO

CENTRO DE EMPRENDIMIENTO EN LOS AGRONEGOCIOS



PROCEDIMIENTO
DESARROLLO DE PROTOTIPOS



MANUAL DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS

PARA LA PRESTACION DE SERVICIO

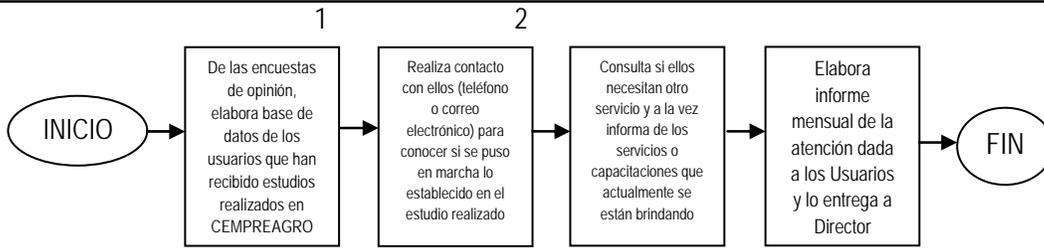
CENTRO DE EMPRENDIMIENTO EN LOS AGRONEGOCIOS



PROCEDIMIENTO
SEGUIMIENTO DE ATENCIÓN DE USUARIOS



COORDINADOR DE
PROYECTO



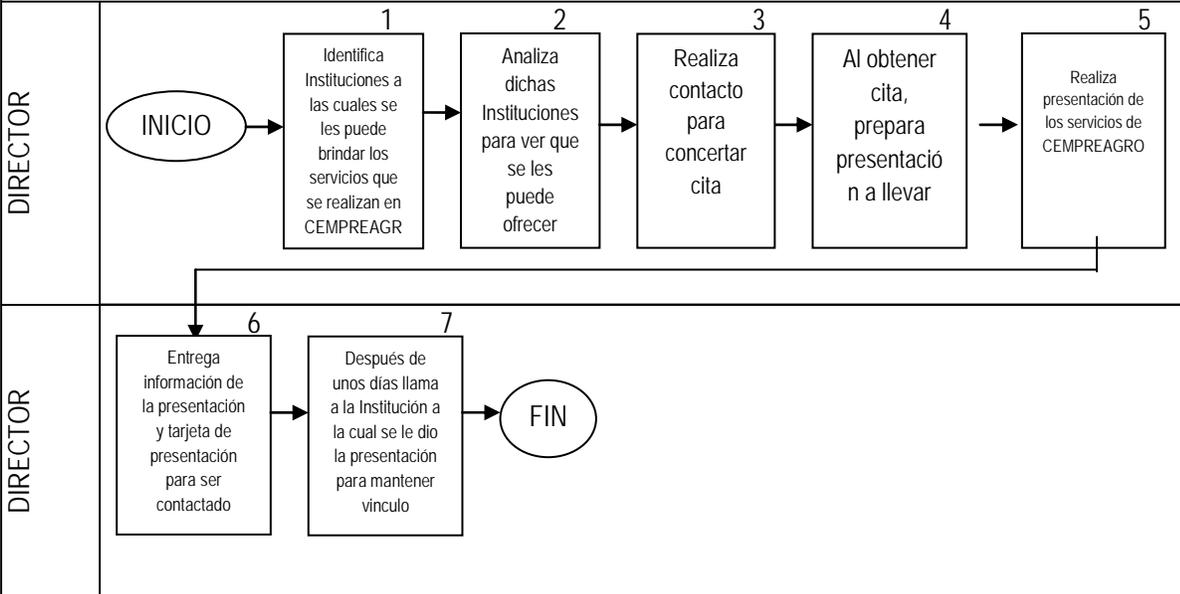
MANUAL DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS

PARA LA PRESTACION DE SERVICIO

CENTRO DE EMPRENDIMIENTO EN LOS AGRONEGOCIOS



PROCEDIMIENTO
GESTION PARA DAR A CONOCER LOS SERVICIOS QUE PRESTA
CEMPREAGRO





Anexo # 11



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FINAL 25 AVENIDA NORTE, SAN SALVADOR TEL: (503) 2225-1500
EXT. 4813 (503) 2533-8941
cempreagro@ues.edu.sv

CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES CEMPREAGRO

NOSOTROS, _____, mayor de edad, Profesión, de este Domicilio, de nacionalidad salvadoreña, portador de mi Documento Único de Identidad Número _____, actuando en nombre y representación en mi calidad de (Director y/o Representante Legal) del Centro de Emprendimiento en los Agronegocios, que puede abreviarse **CEMPREAGRO** del domicilio de San Salvador de nacionalidad salvadoreña, con Número de Identificación Tributaria _____, que en adelante se denominará “ el contratante” y por otra parte _____, mayor de edad, de este domicilio, de nacionalidad salvadoreña, portador de mi Documento Único de Identidad número _____, con Número de Identificación Tributaria _____, que en adelante me denominaré “el contratista”; convenimos en celebrar el presente **CONTRATO DE PRESTACION DE SERVICIOS PROFESIONALES** que se regirá por las cláusulas siguientes:

I.- OBJETO: El presente contrato tiene por objeto que el contratista proporcione sus servicios de _____.- **II.- DESCRIPCION DEL**

SERVICIO Y OBLIGACIONES DEL CONTRATISTA: Los servicios profesionales y sus obligaciones, se realizarán de la forma siguiente: 1)

_____- **III.- PRECIO:** El precio mensual por los servicios prestados será de _____ DÓLARES DE LOS

ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA, en concepto de remuneración por los servicios prestados, los cuales no incluyen las deducciones fiscales correspondientes.- **IV.- FORMA DE PAGO:** El

pago por los servicios prestados, se realizará 50% de anticipo y 50% al termino de la prestación del servicio y se hará en las oficinas principales del Centro, el pago se hará en dólares

americanos. **V.- DURACIÓN DEL CONTRATO Y TIEMPO DE SERVICIO:** Los servicios se prestarán durante el plazo de _____días, contados a partir de _____ del año dos mil

_____, **VI.-OBLIGACIONES DEL CENTRO:** El contratante se compromete a lo siguiente:

_____ . **VII.-DOMICILIO:**

Para los efectos legales de este contrato señalamos como domicilio especial esta ciudad, a cuyos tribunales nos sometemos en caso de acción judicial.- Así nos expresamos y en fe de lo cual firmamos.- En la ciudad de _____, a los _____ días del mes de _____ del año dos mil _____.-

f. _____ f. _____

En la ciudad de _____, a las _____ horas del día _____ de _____ del dos mil cinco. Ante mí, _____, Notario, de este domicilio comparecen: por una parte el señor _____, mayor de edad, Profesión, de este domicilio, de nacionalidad salvadoreña, a quien conozco, portador de su Documento Único de Identidad número _____, que he visto, actuando en nombre y representación en su calidad de Director Presidente del Centro de Emprendimiento en los Agronegocios que puede abreviarse CEMPREGRO del domicilio de _____, de nacionalidad salvadoreña, con Número de Identificación Tributaria _____, de cuya personería doy fe de ser legítima y suficiente por haber tenido a la vista el documento de constitución otorgado ante los oficios notariales de _____, a las _____ horas del día _____ de _____ del año _____, que en adelante se denominará " el contratante, y por otra parte _____, mayor de edad de este domicilio, de nacionalidad salvadoreña, a quien no conozco, portador de su Documento Único de Identidad número _____, que he visto, que en adelante se denominará " el contratista" ; y en tal carácter por medio de este instrumento formalizan el **CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES** que se regirá por las cláusulas siguientes:

I.- OBJETO: El presente contrato tiene por objeto que el contratista proporcione sus servicios profesionales de _____.- **II.-**

DESCRIPCION DEL SERVICIO Y OBLIGACIONES DEL CONTRATISTA: Los servicios profesionales y sus obligaciones, se realizarán de la forma siguiente: 1) _____.- **III.- PRECIO:** El

precio mensual por los servicios prestados será de _____ DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA, en concepto de remuneración por los servicios prestados, los cuales no incluyen las deducciones fiscales correspondientes.- **IV.- FORMA DE PAGO:** El pago por los servicios prestados, se realizará 50% de anticipo y 50% al termino de la prestación del servicio y se hará en las oficinas principales de la sociedad contratante, el pago se hará en dólares americanos. - **V.- DURACIÓN DEL CONTRATO Y TIEMPO DE SERVICIO:** Los servicios se prestarán durante el plazo de _____ días, contados a partir de _____ del

año dos mil _____ **VI.- OBLIGACIONES DEL CONTRATANTE:** El contratante se compromete a lo siguiente: _____.- **VII.- DOMICILIO:** Para los efectos legales de este contrato señalamos como domicilio especial esta ciudad, a cuyos tribunales nos sometemos en caso de acción judicial.- Yo el suscrito Notario doy fe de que las firmas antes relacionadas son **AUTÉNTICAS**, por haber sido puestas a mi presencia, de su puño y letra, por los otorgantes.- Así se expresaron los comparecientes a quienes expliqué los efectos legales de esta acta notarial que consta en tres hojas; y leído que les fue por mí íntegramente todo lo escrito en un solo acto, ratifican el contenido y firmamos.- **DOY FE.**

Anexo # 12. Factura



www.cempreagro.org

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
 FINAL AVENIDA NORTE, SAN SALVADOR TEL: (503) 2225-1500
 EXT. 4813 (503) 2533-8941



	FACTURA
No	XXXXXX
NRC	XXXXXX
NIT	XXXXX

Fecha _____
 Cliente _____
 NIT/DUI _____
 Direccion _____
 Ciudad _____ Departamento _____

Telefono _____
 Condiciones de Pago _____

Cantidad	Descripcion del Servicio	Precio Unitario	TOTAL
	VENTAS EXENTAS		_____
	SUB-TOTAL		_____
	(-) IVA RETENIDO		_____
	TOTAL		_____

CANTIDAD EN LETRAS:

ORIGINAL - CONTABILIDAD

DUPLICADO - CLIENTE

TRIPLICADO - ARCHIVO

Anexo # 13. Comprobante de Crédito Fiscal

 <p>CEMPREAGRO Centro de Emprendimientos en los Agronegocios</p> <p>www.cempreagro.org</p> <p>UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR FINAL AVENIDA NORTE, SAN SALVADOR TEL: (503) 2225-1500 EXT. 4813 (503) 2533-8941</p>	 <p>Universidad de El Salvador <i>Por la libertad por la cultura</i></p>															
<p>Fecha _____</p> <p>Cliente _____</p> <p>NIT/DUI _____</p> <p>Dirección _____</p> <p>Ciudad _____ Departamento _____</p>	<p>COMPROBANTE DE CREDITO FISCAL</p> <p>No XXXXXX</p> <p>NRC XXXXXX</p> <p>NIT XXXXX</p> <hr/> <p>Registro # _____</p> <p>Giro _____</p> <p>Telefono _____</p> <p>Condiciones de Pago _____</p>															
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 15%;">Cantidad</th> <th style="width: 45%;">Descripción del Servicio</th> <th style="width: 15%;">Precio Unitario</th> <th style="width: 10%;">Ventas exentas</th> <th style="width: 15%;">Ventas afectas</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;"> SUMAS 13% IVA (+) IVA PERCIBIDO (-) IVA RETENIDO VENTAS EXENTAS VENTAS AFECTAS VENTAS TOTALES </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> </tbody> </table>		Cantidad	Descripción del Servicio	Precio Unitario	Ventas exentas	Ventas afectas						SUMAS 13% IVA (+) IVA PERCIBIDO (-) IVA RETENIDO VENTAS EXENTAS VENTAS AFECTAS VENTAS TOTALES				
Cantidad	Descripción del Servicio	Precio Unitario	Ventas exentas	Ventas afectas												
SUMAS 13% IVA (+) IVA PERCIBIDO (-) IVA RETENIDO VENTAS EXENTAS VENTAS AFECTAS VENTAS TOTALES																
<p>CANTIDAD EN LETRAS:</p>																
<p>ORIGINAL - CLIENTE DUPLICADO - CONTABILIDAD TRIPPLICADO - ARCHIVO</p>																