

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



**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD TÉCNICO ECONÓMICO PARA LA APERTURA DE UNA
FÁBRICA DE CONCENTRADO PARA GANADO BOVINO LECHERO EN LA
ASOCIACIÓN COOPERATIVA ACOVIFEM DE R.L. UBICADA EN EL MUNICIPIO DE
JIKUILISCO, DEPARTAMENTO DE USULUTÁN.**

PRESENTADO POR:

**GÓMEZ PÉREZ, JENNIFER VERONICA
PALACIOS MARTÍNEZ, MIRNA ELIZABETH
PORTILLO, MARLENY DEL TRÁNSITO**

**PARA OPTAR AL GRADO DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

FEBRERO / 2010

SAN SALVADOR

EL SALVADOR

CENTROAMÉRICA

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

Rector: Msc. Rufino Antonio Quesada 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: Lic. Abraham Vásquez Sánchez

Coordinador de Seminario: Lic. Rafael Arístides Campos

Docente Observador: Lic. Alfonso López

Febrero 2010

San Salvador

El Salvador

Centroamérica

AGRADECIMIENTOS

¡Jesús mi fiel amigo! No puedo impresionarte, pero por la sabiduría y por llenarme de paciencia en todos los momentos de mi vida. A mi padre Salvador por el apoyo, a mi madre Ana por sus consejos, a mi hermano Gerardo, a mis tías y en especial a la familia Cruz por estar pendiente en los instantes difíciles. A mis compañeras en este trabajo y a mi gran amor M².

Jennifer Verónica Gómez Pérez

Principalmente a mi Señor Jesucristo por haberme dado la sabiduría de culminar exitosamente mi carrera. A mis Padres por su apoyo incondicional, por el inmenso cariño que me brindan, por estar cuando más los he necesitado. A mis hermanos y primos por darme las fuerzas de seguir adelante y a mis sobrinos por llenar la casa de alegría. A mi demás familia por su apoyo. No pondría olvidar a mis amigos y amigas por sus palabras y estar siempre conmigo. A mis compañeras de tesis por darme el privilegio de realizar esta investigación con ellas. Al Lic. Abraham Vásquez y Lic. Alfonso López por el apoyo brindado para terminar esta investigación. A todos ustedes Gracias...

Mirna Elizabeth Palacios Martínez.

A Dios por darme la bendición de estar en este mundo, por la fortaleza, sabiduría, paciencia y todo lo que he necesitado para realizar y culminar mi carrera. A mis padres por sus deseos fervientes de superación que fueron unas de mis motivaciones principales. Agradezco de una manera muy especial a Miguel Mauricio y a Narciso por todo el apoyo y cariño que me brindaron.

Marleny Portillo.

INDICE

RESUMEN	i
INTODUCCIÓN	iii
CAPÍTULO I	
GENERALIDADES SOBRE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD TÉCNICO ECONÓMICO Y DE MERCADOTECNIA PARA LA ASOCIACION COOPERATIVA DE PRODUCCIÓN ARTESANAL COMERCIALIZACION Y CONSUMO VISIÓN FEMENINA, DE RESPONSABILIDAD LIMITADA “ACOVIFEM DE R.L.” EN EL MUNICIPIO DE JIQUILISCO DEPARTAMENTO DE USULUTÁN	
A. GENERALIDADES DE LA ASOCIACION COOPERATIVA.	1
1. Antecedentes.	1
2. Misión.	2
3. Visión.	2
4. Objetivos.	2
5. Estructura Organizativa.	2
5.1. Organigrama.	2
5.2. Funciones de las principales áreas de la cooperativa.	3
6. Marco Legal.	5
6.1. Constitución de la República de El Salvador.	5
6.2. Escritura de Constitución.	5
6.3. Instituto Salvadoreño de Fomento Cooperativo (INSAFOCOOP)	5
6.4. Ley General de Asociaciones Cooperativas.	6

6.5. Otras Leyes.	6
7. Servicios.	7
B. GENERALIDADES SOBRE EL CONCENTRADO PARA GANADO BOVINO EN EL SALVADOR.	7
1. Antecedentes.	7
2. Breve historia de los sistemas de alimentación.	8
3. Definición de concentrado para ganado bovino.	9
4. Clasificación de los alimentos para ganado bovino.	9
4.1. Forrajes.	9
4.2. Concentrados.	9
4.3. Minerales y Vitaminas.	10
5. Componentes del concentrado para ganado bovino lechero.	10
C. GENERALIDADES DEL CONCENTRADO PARA GANADO BOVINO EN EL MUNICIPIO DE JIQUILISCO DEPARTAMENTO DE USULUTAN.	11
1. Antecedentes.	11
D. GENERALIDADES SOBRE FORMULACION Y EVALUACION DE PROYECTOS	11
1. Proyecto.	11
2. Proyecto de inversión.	12
3. Naturaleza de los proyectos de inversión.	13
4. Importancia de los proyectos.	13
5. Tipos de proyectos.	13
6. Ciclo de vida de los proyectos.	14

6.1. Pre inversión.	15
6.2. Inversión.	17
6.3. Ejecución.	17
6.4. Evaluación.	17
7. Clasificación de la economía al cual están dirigidos los proyectos.	18
7.1. Sector Primario.	18
7.2. Sector Secundario.	18
7.3. Sector Terciario.	18
E. GENERALIDADES DEL ESTUDIO DE MERCADEO.	19
1. Estudio de Mercadeo.	19
1.1. Mercado	19
1.2. La investigación de Mercadeo.	19
1.3. Propósito de la investigación de Mercadeo.	19
2. Estructura de análisis de Mercadeo.	20
3. Mezcla de Mercadeo.	21
3.1. Producto.	22
3.2. Precio.	23
3.3. Plaza.	23
3.4. Promoción.	25
4. Análisis de la Oferta.	26
5. Análisis de la Demanda.	27
F. ESTUDIO TÉCNICO DE LOS PROYECTOS.	27

1. Concepto.	27
2. Importancia.	28
3. Determinación del tamaño óptimo de la planta.	28
4. Factores que determinan o condicional el tamaño de una planta.	29
4.1. El tamaño del proyecto y la demanda.	29
4.2. El tamaño del proyecto, los suministros e insumos.	29
4.3. El tamaño del proyecto, la tecnología y los equipos.	29
4.4. El tamaño del proyecto y el financiamiento.	30
4.5. El tamaño del proyecto y la organización.	30
5. Determinación de la localización óptima de la planta.	30
5.1. Métodos para la localización óptima de la planta.	31
6. Ingeniería del proyecto.	32
6.1. Procesos de producción.	32
6.2. Adquisición de Equipo y Maquinaria.	32
6.3. Distribución óptima de la planta.	33
G. ESTUDIO ECONÓMICO DE LOS PROYECTOS.	33
1. Conceptos.	33
2. Inversión total.	33
3. Inversiones Fijas y Diferidas.	34
4. Capital de Trabajo.	35
5. Determinación de los costos.	35
5.1. Costos de Operación.	35

5.2. Costos de Administración.	35
5.3. Costos de Venta.	36
5.4. Gastos Financieros.	36
5.5. Costos totales y unitarios.	36
6. Fuentes de Financiamiento.	37
7. Evaluación Económica.	37
7.1. El Valor presente neto (VPN)	38
7.2. Tasa interna de rendimiento (TIR)	39
7.3. Relación Costo Beneficio.	40
8. Estudio del impacto social y ambiental.	41
8.1. Impacto Social.	41
8.2. Impacto Ambiental.	42

CAPITULO II

DIAGNÓSTICO SOBRE LA FACTIBILIDAD DE APERTURAR UNA FÁBRICA DE
CONCENTRADO PARA GANADO BOVINO LECHERO EN EL MUNICIPIO DE JIQUILISCO,
DEPARTAMENTO DE USULUTAN.

A. IMPORTANCIA.	43
B. OBJETIVOS	44
1. General	44
2. Específicos	44
C. MÉTODOS Y TECNICAS DE INVESTIGACIÓN.	44
1. Métodos	44
2. Tipo de Investigación	45
3. Tipo de Diseño	45
4. FUENTE DE INFORMACIÓN.	45
4.1. Primarias.	45
4.2. Secundarias.	46
5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INFORMACIÓN	46
5.1. Técnicas.	46
5.2. Instrumentos.	47
6. DETERMINACIÓN DEL UNIVERSO Y LA MUESTRA.	48
6.1. Universo	48
6.2. Muestra	48
7. Procesamiento de La Información	49

D. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL.	49
1. Diagnóstico del Sector Productor (Asociadas).	49
2. Diagnóstico del Sector Consumidor Propietarios.	53
E. ALCANCES Y LIMITACIONES.	59
1. Alcances.	59
2. Limitaciones.	59
F. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.	60
1. Conclusiones.	60
2. Recomendaciones.	61

CAPITULO III

PROPUESTA PARA LA APERTURA DE UNA FÁBRICA DE CONCENTRADO PARA GANADO BOVINO LECHERO PARA LA ASOCIACIÓN COOPERATIVA ACOVIFEM DE R.L. EN EL MUNICIPIO DE JIQUILISCO, DEPARTAMENTO DE USUSLUTÀN.

A. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA	62
1. General.	62
2. Específicos.	62
B. IMPORTANCIA	63
C. ESTUDIO DE MERCADO.	63
1. Análisis de la Demanda.	63
2. Análisis de la Oferta.	63
3. Análisis de las 4P`S.	64
3.1 Producto.	64
3.2. Precio.	65
3.3. Plaza.	68
3.4. Promoción.	69
D. ESTUDIO TÉCNICO.	70
1. Tamaño del Proyecto.	70
1.1 Requerimiento de Maquinaria.	70
1.2. Depreciación de la Maquinaria.	72
1.3. Presupuesto de Mano de Obra Directa.	73
1.4 Requerimiento de Materia Prima	74

2. Distribución en Planta.	75
2.1 Ingeniería del Proyecto.	77
3. Marco Legal para el Funcionamiento de la Asociación	81
E. DISEÑO ADMINISTRATIVO Y DE ORGANIZACIÓN	82
1. Planeación.	82
2. Organización.	84
3. Dirección	87
4. Control	88
F. ESTUDIO ECONÓMICO.	88
1. Inversión del Proyecto.	88
2. Determinación de la cuota anual del préstamo.	88
3. Amortización del préstamo.	89
4. Gastos de operación.	90
5. Evaluación Financiera.	91
5.1 Valor Presente Neto.	93
5.2 Tasa Interna de Retorno	94
5.3 Razón Costo Beneficio.	96
5.4 Estado de Resultados Proyectado	97
5.5 Balance General Proyectado	98
5.6 Total de la Inversión Inicial	99
G. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN.	100
H. CRONOGRAMA.	102

ANEXO 1

Entrevista a Acovifem de R.L.

Cuestionario dirigido a las asociadas de Acovifem de R.L.

ANEXO 2

Cuestionario dirigido a los propietarios de ganado.

ANEXO 3

Cotizaciones

ANEXO 4

Detalle de gastos de Administración

ANEXO 5

Planillas de Sueldo

ANEXO 6

Ventas proyectadas para el año 2010

RESUMEN

La Asociación Cooperativa de Producción Artesanal, Comercialización y Consumo Visión Femenina, de Responsabilidad Limitada "ACOVIFEM de RL", ubicada en la comunidad de San Juan del Gozo en el municipio de Jiquilisco departamento de Usulután; es una organización gremial formada por mujeres del campo y la ciudad.

El objetivo principal de esta investigación es la realización de un estudio técnico, económico y de mercado que contribuya al establecimiento de una fábrica de concentrado para ganado bovino lechero, así como determinar la factibilidad y viabilidad del proyecto.

Para realizar la investigación de campo fue necesario identificar las principales necesidades de aceptación por parte de los demandantes; para ello se utilizaron fuentes de información primarias, es decir; información obtenida por medio de las asociadas de la cooperativa y de propietarios del ganado, siendo estos últimos claves para la investigación ya que son ellos clientes potenciales. Asimismo fuentes secundarias como tesis, libros, páginas web que respaldaron la información. Para la elaboración de esta investigación se contó con la colaboración de 16 Asociadas y 43 propietarios de ganado bovino lechero.

De esta manera se obtuvo información que permitió diagnosticar la situación actual de ACOVIFEM de R.L dividido en: Diagnóstico del Sector Productor que son las Asociadas y Diagnóstico del Sector Consumidor que son los propietarios de ganado.

El Sector productor fue dividido en Información de la Cooperativa, Fabricación del Producto, Instalación de la planta y Oferta de concentrado para ganado bovino lechero.

El sector Consumidor por su parte compuesto por Análisis de la demanda, Análisis de la competencia, Análisis de precios e Intención de compra.

Entre las principales conclusiones se encuentran:

- En el municipio de Jiquilisco existe gran potencial de demanda de concentrado para ganado bovino lechero, ya que éste es proporcionado diariamente al ganado.
- El proyecto para la apertura de una fábrica de concentrado para ganado bovino lechero en ACOVIFEM de R.L es factible y viable; además todas las asociadas están en la total disposición de colaborar en la apertura de la fábrica y conocen el proceso de producción del concentrado para ganado bovino lechero.
- Los precios del concentrado para ganado bovino lechero en el mercado se mantienen en un rango de \$18 a \$20 por quintal, lo que permite a las asociadas de ACOVIFEM, de R.L. analizar a la competencia.

Para lo cual se recomienda

- Contribuir a la satisfacción de gustos y preferencias de los consumidores de concentrado para ganado bovino lechero aprovechando que es un mercado bastante amplio.
- Poner en marcha el proyecto de la apertura de concentrado para ganado bovino lechero en el municipio de Jiquilisco cubriendo la demanda insatisfecha.
- Se sugiere establecer un precio promedio entre \$16 y \$18 por quintal ya que se tomará como base el precio de la competencia el cual están dispuestos a pagar los consumidores y al mismo tiempo tomando en cuenta los costos de la materia prima, producción, y mano de obra.

INTRODUCCIÓN

Actualmente en El Salvador se encuentra posicionada una marca muy reconocida dedicada a la producción y venta de alimentos para ganado bovino. En las cercanías del lugar donde se aperturará la fábrica no existe ninguna donde se lleve a cabo la producción de éste y el lugar más cercano donde es comercializado se encuentra a 55km de la localidad, debido a esto se pretende contribuir al desarrollo local proporcionando mejores beneficios económicos a la Asociación Cooperativa de Producción Artesanal, Comercialización y Consumo Visión Femenina de R.L. (ACOVIFEM), y también aportar mayor realce económico al municipio de Jiquilisco.

Por lo que a continuación se presenta de forma detallada la investigación realizada para llevar a cabo la apertura de una fábrica de concentrado para ganado bovino en el municipio de Jiquilisco.

En el primer capítulo se presentan las generalidades de la Asociación Cooperativa y del producto estudiado; así como los antecedentes de este. Además se incluye un marco conceptual sobre formulación y evaluación de proyectos, estudio de mercadeo, estudio técnico y estudio económico de los proyectos.

En el capítulo dos se describen los métodos y técnicas de investigación, fuentes de recolección de datos, determinación del universo y la muestra; con esto se realizó el diagnóstico de la situación actual que permitiría realizar la propuesta que sería plasmada en el siguiente capítulo.

En base al diagnóstico realizado se presenta el capítulo tres en el cual se describe la propuesta realizada por el grupo de tesis que contiene un estudio de mercado analizando las 4p's, el estudio técnico proponiendo la distribución óptima de la planta así como el proceso de producción, además se realizó el estudio económico para conocer la rentabilidad del proyecto.

CAPÍTULO I

GENERALIDADES SOBRE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD TÉCNICO ECONÓMICO Y DE MERCADEO PARA LA ASOCIACIÓN COOPERATIVA "ACOVIFEM DE R.L." EN EL MUNICIPIO DE JIQUILISCO DEPARTAMENTO DE USULUTAN.

A. GENERALIDADES DE LA ASOCIACIÓN COOPERATIVA.

1. ANTECEDENTES.

La Asociación Cooperativa de Producción Artesanal, Comercialización y Consumo Visión Femenina, de Responsabilidad Limitada "ACOVIFEM", es una organización gremial formada por mujeres del campo y la ciudad, con el objetivo de contribuir a la construcción de una sociedad justa y con igualdad de género ubicada en la comunidad San Juan del Gozo en el Municipio de Jiquilisco, departamento de Usulután, en cuya región se denotan altos índices de analfabetismo y desempleo, notorio mayormente en las mujeres.

Esta organización es una entidad que su fin es convertirse en una fuente de empleo idónea para todas aquellas mujeres de este sector, y que ellas puedan aplicar y desarrollar sus habilidades, capacidades y destrezas en la producción del concentrado para ganado, de esa manera se desenvuelven de forma individual y apoyan a la población con la generación de empleo y al progreso municipal.

Los infrascritos Presidente y Jefe de Registro Nacional de Asociaciones Cooperativas del Instituto Salvadoreño de Fomento Cooperativo (INSAFOCOOP), certifican que en el Registro Nacional de Asociaciones Cooperativas, se encuentra inscrita la Asociación Cooperativa de

Producción Artesanal, Comercialización y Consumo Visión Femenina de R.L. (ACOVIFEM)¹ tiene personalidad jurídica desde el 6 de mayo de 2004 y su domicilio legal es en Jiquilisco, departamento de Usulután, posee 25 asociadas fundadoras y exponen que la apertura contribuirá al mejoramiento social, económico y cultural de sus asociados mediante el esfuerzo propio y la ayuda mutua.

El Instituto Salvadoreño de Fomento Cooperativo (INSAFOCOOP) fiscalizará y evaluará las aportaciones que no sean en dinero; el capital con el que inicio operaciones la cooperativa es de \$281.71.

2. MISIÓN.

Actualmente ACOVIFEM no posee una Misión.

3. VISIÓN.

Actualmente ACOVIFEM no posee una Visión.

4. OBJETIVOS

Actualmente ACOVIFEM no posee objetivos.

5 ESTRUCTURA ORGANIZATIVA.

5.1 Organigrama

Actualmente la Asociación Cooperativa de Producción Artesanal, Comercialización y Consumo Visión Femenina, de responsabilidad limitada “ACOVIFEM, de R.L.”, Aunque tiene una estructura definida en los estatutos de constitución, no posee organigrama, ya que estos no lo han definido.

¹ Registro Nacional de Asociaciones Cooperativas del Instituto Salvadoreño de Fomento Cooperativo, libro primero folio 358 No 21.año 2004

5.2 Funciones de las principales áreas de la Cooperativa.

➤ PRESIDENTE

- Representar Legalmente a la Cooperativa pudiendo conferir y revocar los poderes necesarios cuando fuera conveniente.
- Presidir las asambleas generales, la sesión del consejo de administración y otros actos sociales de la cooperativa.
- Autorizar las inversiones de fondos que hayan sido aprobadas por el consejo de administración y dar su aprobación a los balances.

➤ VICEPRESIDENTE

- Sustituir al presidente del consejo de administración en ausencia temporal de éste.
- Ejecutar las funciones que el presidente delegue.
- Colaborar con el presidente en la programación y ejecución de actividades.

➤ SECRETARIO

- Llevar al día el libro de registro de asociadas.
- Recibir, despachar y archivar la correspondencia.
- Llevar un expediente que contenga que detalle los acuerdos tomados dentro de las asambleas generales.

➤ TESORERO

- Controlar el manejo de fondos, valores y bienes de la cooperativa.
- Exigir que se lleven al día los libros de contabilidad y otros registros financieros.
- Presentar mensualmente al consejo de administración el balance de comprobación y otros informes financieros de la cooperativa.

➤ VOCALES

- Estar presente en el momento que se lleven a cabo las asambleas generales.
- Votar en las propuestas presentadas en la asamblea.

➤ JUNTA DE VIGILANCIA.

- Supervisar todas las Actividades de la Cooperativa.
- Fiscalizar los actos de los órganos directivos, comités, empleados y miembros de la Asociación.

➤ COMITÉ DE COMERCIALIZACIÓN Y SUMINISTROS.

- Planificar y resolver, de común acuerdo con el consejo de administración, todo lo relacionado con la comercialización de los productos elaborados por las asociadas y así prestar a las asociadas un servicio eficiente en beneficio de los intereses de la cooperativa.
- Abastecer a la cooperativa con los insumos necesarios para el trabajo.

➤ COMITÉ DE EDUCACIÓN.

- Someter al Consejo de Administración el plan de trabajo anual y el presupuesto correspondiente.
- Planificar y realizar cursos, seminarios, círculos de estudio, reuniones, grupos de discusión y otras actividades a fin de educar a los asociadas y a los interesados en asociarse a la cooperativa y Organizar actos culturales de diversa naturaleza.

6. MARCO LEGAL.

6.1. Constitución de la República de El Salvador.²

De acuerdo a la Constitución de la República de El Salvador, el Art. 114 cita que el estado protegerá y fomentará las asociaciones cooperativas, facilitando su organización, expansión y financiamiento.

Y define como asociaciones cooperativas a los grupos de personas cuyo objetivo es realizar en común actividades de ahorro, crédito, consumo, producción o venta obteniendo un determinado beneficio como consecuencia de intermediarios y detallistas.

Las cooperativas no persiguen fines de lucro sino de distribución de ventajas entre sus asociadas y sus funciones no son solamente económicas sino también sociales.

6.2. Escritura de Constitución.³

De acuerdo a la información recopilada, la Asociación Cooperativa de Producción Artesanal, Comercialización y Consumo Visión Femenina, de Responsabilidad Limitada se encuentra inscrita y totalmente legalizada e independiente en sus funciones. La legalidad de esta cooperativa artesanal se ve reflejada en su acta de constitución.

6.3. Instituto Salvadoreño de Fomento Cooperativo (INSAFOCOOP).⁴

Es la institución del Estado encargada de promover cooperativismo en El Salvador este organismo es rector del movimiento cooperativo salvadoreño, que norma y apoya la organización, desarrollo y consolidación de La Asociación Cooperativa Visión Femenina (ACOVIFEM) y otras,

² Constitución de la República de El Salvador, Decreto Constituyente. No 38, del 15 de diciembre de 1983, D.O. 234, tomo 281, de 16 de diciembre de 1983.

³ Escritura de Constitución 21 folios 358 vuelto del libro 1ro. de Registro de Inscripción de Asociaciones Cooperativas de Producción Artesanal, San Salvador a los 6 días del mes de mayo de 2004.

⁴ <http://www.insafocoop.gob.sv/>

respetando la autonomía y autogestión de las mismas, a través de actividades de asistencia técnica, fiscalización y asesoría integral, contribuyendo a su desarrollo social, económico y administrativo.

Según el Art. 2 de la Ley de Creación del Instituto Salvadoreño de Fomento Cooperativo, su atribución es La ejecución de la Ley General de Asociaciones Cooperativas.

6.4. Ley General de Asociaciones Cooperativas.⁵

Las Asociaciones Cooperativas de producción agropecuaria, pesquera y demás similares que desarrollen actividades técnicamente consideradas como agropecuarias, se registrarán de acuerdo con lo establecido en la Ley de Asociaciones Cooperativas.

6.5. Otras leyes.

Actualmente la Asociación Cooperativa Visión Femenina no esta regida bajo ninguna otra ley pero en el transcurso de su desarrollo se verá en la necesidad de cumplir con otras leyes como los son el Código de Trabajo para armonizar las relaciones entre patronos y trabajadores estableciendo sus derechos y obligaciones, así como también la Ley del Impuesto Sobre la Renta al actuar como agentes de retención es decir que, al contratar servicios profesionales deberán retener el impuesto correspondiente e informar al Ministerio de Hacienda, Ley del Impuesto a la Transferencia de Bienes Muebles y Prestación de Servicios, Ley de Administración de Fondo de Pensiones, Ley de Instituto Salvadoreño del Seguro Social, etc.

⁵ Art. 1 de la Ley de Asociaciones Cooperativas. D.L. 339 del 6 de mayo de 1986 publicado en el D.O. 86 tomo 291. del 14 de mayo de 1986.

7. SERVICIOS.

En La Asociación Cooperativa Visión Femenina (ACOVIFEM) se llevan a cabo varias actividades que son ejecutadas en gran parte por todas las integrantes de la cooperativa, entre las actividades que realizan podemos mencionar:

- Gestión de financiamiento con instituciones nacionales e internacionales.
- Velar por la Capacitación y Tecnificación de las asociadas para promover el desarrollo productivo de la cooperativa.
- Elaborar proyectos que generen empleos a otros miembros de la comunidad.
- Proporcionar el producto a otras organizaciones o mercados para su comercialización dentro y fuera del país.
- Comercializar los productos en las mejores condiciones posibles procurando servir directamente en las exportaciones y en el mercado local.

B. GENERALIDADES SOBRE EL CONCENTRADO PARA GANADO BOVINO EN EL SALVADOR.

1. ANTECEDENTES.

Según el Ministerio de Agricultura y Ganadería a través de la Dirección General de Economía Agropecuaria de 1998 – 1999; El Salvador posee alrededor de 1,037, 718 cabezas de ganado bovino para las cuales se cuenta con un área de 721,124.1 Mz como área de pastoreo.

En El Salvador, la producción bovina constituye un componente principal dentro de la estructura económica y social del país gracias a ello, se han visto beneficiados muchos ganaderos; debido a

su productividad y por ende la mayoría de la población, obtiene proteína y energía necesaria para su dieta alimenticia.

La ganadería es una actividad económica, dedicada a la crianza del conjunto de especies animales para sacar provecho al animal y sus productos derivados, así como la propia explotación del ganado y tiene como objetivo la producción de animales para obtener carne y derivados, como la leche, cuero.⁶

El alimento más antiguo y natural para el ganado es el pasto. Es el alimento más barato ya que crece rápido y no requiere de terrenos especiales.

2. BREVE HISTORIA DE LOS SISTEMAS DE ALIMENTACIÓN.

La alimentación es el aspecto más importante en la producción del ganado por lo que la utilización de forrajes y pastizales constituye uno de los factores tecnológicos clave.

Los sistemas de alimentación son una serie de métodos mediante los cuales las dietas pueden ser formuladas para que los animales puedan alcanzar determinados niveles de productividad a partir de una amplia variedad de alimentos.

Combella Lares (1998) menciona que el hombre posiblemente observó desde los orígenes de la domesticación de los bovinos una relación entre los alimentos que consumía y su comportamiento productivo. Sostiene que los sistemas de alimentación deben ser adecuados a cada una de las necesidades alimentarias según la región y los medios con que se cuentan; por tal razón los sistemas de alimentación han tenido una evolución durante los últimos siglos.

⁶ <http://es.wikipedia.org/wiki/Ganado>

3. DEFINICIÓN DE CONCENTRADO PARA GANADO BOVINO.

No hay una buena definición de concentrados, pero pueden ser descritos por sus características como alimentos y sus efectos en las funciones del rumen; la vaca tiene una panza grande llamada rumen que le permite asimilar los nutrientes sin peligros para su salud⁷.

4. CLASIFICACIÓN DE LOS ALIMENTOS PARA GANADO BOVINO

4.1 Forrajes.

Los forrajes son las partes vegetativas gramíneas de las plantas que contienen una alta proporción de fibra. Usualmente los forrajes deben de ser producidos en los terrenos de la misma explotación. Pueden ser pastoreados directamente, o cosechados y preservados como ensilaje.

4.2 Concentrados.

No hay una buena definición de concentrados, pero pueden ser descritos por sus características, usualmente "concentrado" se refiere a:

- Alimentos que son bajos en fibra y altos en energía.
- Los concentrados tienen alta palatabilidad y usualmente son comidos rápidamente. En contraste a los forrajes, los concentrados tienen bajo volumen por unidad de peso, los concentrados no estimulan la rumia.
- Los concentrados usualmente se fermentan más rápidamente que los forrajes en el rumen.
- Cuando el concentrado forma más del 60-70% de la ración puede provocar problemas de salud.

⁷ Manual para el manejo de Bovinos de doble propósito Instituto Nacional de Investigaciones Forestales, Agrícolas y Pecuarias (INIFAP), produce México 2000.

Las vacas lecheras de alto potencial para producción lechera también tienen altos requerimientos para energía y proteína. Considerando que las vacas pueden comer solo cierta cantidad al día, los forrajes solos no pueden suministrar la cantidad requerida de energía y proteína. El propósito de agregar concentrados a la ración de la vaca lechera es de proveer una fuente de energía y proteína para suplementar los forrajes y cumplir con los requisitos del animal. Así, los concentrados son alimentos importantes que permiten formular dietas que maximizan la producción lechera.

4.3. Minerales y vitaminas.

Los minerales y vitaminas son de gran importancia en la nutrición. Las deficiencias pueden resultar en pérdidas económicas grandes.

En las vacas lactantes, los macro minerales de principal importancia son: Cloruro de sodio (NaCl), Calcio (Ca), Fósforo (P), y a veces magnesio (Mg) y azufre (S).

Los micro minerales son requeridos en cantidades muy pequeñas y usualmente son incluidos como un premezclado en el concentrado.

5. COMPONENTES DEL CONCENTRADO PARA GANADO BOVINO LECHERO.

Las materias primas para elaborar el concentrado para ganado bovino lechero son: Harina de Galleta, Sal, Soya, Secuestrante, Bicarbonato, Sémola de Maíz, Harina de Hueso, Vitaminas que se compran ya preparadas, y Melaza. Además Afrecho de trigo, aceite de palma, aceite de pollo, Antioxidantes, Bentonita, Carbonato de calcio, Cascarilla de café, Cascarilla de maní, Ccostac, Fosfato de calcio, Grasa amarilla, Miga de arroz precocido, Sebo de res, Urea.

C. GENERALIDADES DEL CONCENTRADO PARA GANADO BOVINO EN EL MUNICIPIO DE JIQUILISCO DEPARTAMENTO DE USULUTÁN.

1. ANTECEDENTES.⁸

El sistema de crianza de ganado bovino lechero en Usulután es variable debido a que existen ganaderos que no cuentan con el recurso económico para obtener un lugar propio donde pastorear el ganado, su estrategia consiste en aprovechar solamente un solar para una pequeña producción complementaria.

Mientras que otros ganaderos pastorean en el área de potreros colectivos sin que hayan medidas de regulación (alquiler de potreros por cabeza, por ejemplo). En el caso de realizar una parcelación completa de las tierras tendrán que enfrentar problemas de alimentación de su ganado; y manejar más intensivamente la alimentación de sus bovinos. Los ganaderos no tienen acceso fácil a la compra de concentrado para alimentar a sus bovinos debido a que tienen que desplazarse fuera del área para adquirirlo.

D. GENERALIDADES SOBRE FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS.

1. PROYECTO

- Es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendente a resolver, entre muchas, una necesidad humana⁹.
- Un proyecto es esencialmente un conjunto de actividades interrelacionadas, con un inicio y una finalización definida, que utiliza recursos limitados para lograr un objetivo deseado.¹⁰

⁸ Diagnostico del sistema agrario de Usulután, Veterinarios sin fronteras, Francia Mayo de 1996.

⁹ Baca Urbina, Gabriel; Evaluacion de Proyectos; 4ª. Edición; Editorial Mc Graw Hill; México, Pág. 2

- Es una investigación que se realiza coordinando y planificando actividades establecidas con el fin de dar una respuesta a un problema en un periodo determinado.¹¹

2. PROYECTO DE INVERSIÓN

- Plan que, si se le asigna determinado monto de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos, podrá producir un bien o un servicio, útil al ser humano o a la sociedad en general.¹²
- 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.¹³
- Es la determinación de la cantidad de dinero para la producción de bienes y servicios con el fin de lograr el objetivo deseado, estos objetivos pueden diferir a la naturaleza del proyecto, si es público o privado.¹⁴

¹⁰ http://www.eubca.edu.uy/materiales/planeamiento_de_servicios_bibliotecarios/definicion_de_proyecto.pdf

¹¹ Definición de grupo.

¹² Baca Urbina, Gabriel; Evaluación de Proyectos; 4ª. Edición; Editorial Mc Graw Hill; México, Pág. 2

¹³ <http://www.mailxmail.com/curso-proyectos-inversion/aspectos-generales>

¹⁴ Definición de Grupo.

3. NATURALEZA DE LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN.

- **PROYECTO DE INVERSIÓN PRIVADA:** Es el realizado por un empresario particular para satisfacer sus propios objetivos¹⁵.
- **PROYECTO DE INVERSIÓN PÚBLICA:** Es un curso de acción para resolver un problema específico de la comunidad que debe ser identificado adecuadamente y que implica la asignación racional de los recursos.

Para el caso particular del proyecto de la instalación de una fábrica de concentrado para ganado bovino lechero en el municipio de Jiquilisco, departamento de Usulután es un proyecto de naturaleza de inversión privada.

4. IMPORTANCIA DE LOS PROYECTOS.

En el proceso de formulación y evaluación de un proyecto lo que se busca es darle una forma concreta a aquello que pensamos hacer con el propósito de evaluar antes de empezar a gastar. Es mejor desechar un proyecto antes de empezar a realizarlo; más aun si el estudio da como resultado que no será rentable.

Su importancia radica en la realización de investigaciones a diferentes niveles de profundidad sobre los diversos aspectos que involucra la toma de decisiones para invertir.

5. TIPOS DE PROYECTOS.¹⁶

- **PROYECTOS AGROINDUSTRIALES.**

Se entiende por agroindustria o industria agropecuaria, aquella actividad productiva que añade los primeros procesos industriales a productos de origen agropecuarios.

¹⁵ Sapag Chain, Nassir y Reinaldo; Preparación y Evaluación de Proyectos; 4ta Edición, Editorial Mc Graw Hill. Pág. 1

¹⁶ www.mailxmail.com/curso/empresa/formulacionproyectos/capitulo1.htm

➤ **PROYECTOS AGROPECUARIOS.**

Dirigido al campo de la producción animal y vegetal; las actividades pesqueras y forestales; y los proyectos de riego, colonización, reforma agraria, extensión y crédito agrícola y ganadero, mecanización de faenas y abono sistemático.

➤ **PROYECTOS INDUSTRIALES.**

Estos proyectos están constituidos por la manufactura, se caracterizan porque compran la materia prima tanto en el mercado nacional como en el internacional, haciendo uso de maquinas y equipos para lograr la transformación.

➤ **PROYECTOS DE SERVICIOS.**

Se caracterizan porque no producen bienes materiales. Prestan servicios de carácter personal, material o técnico, ya sea mediante el ejercicio profesional, individual, o a través de instituciones. Dentro de esta categoría se incluyen los proyectos de investigación tecnológica o científica, de comercialización de los productos de otras actividades y de servicios sociales.

6. CICLO DE VIDA DE LOS PROYECTOS.¹⁷

Existen diversos factores tales como la naturaleza, complejidad o volumen de inversión comprometida, etc., que determinan las diferentes fases o etapas que recorrerá un proyecto, pero de forma general todos los proyectos pasan por cuatro etapas bien definidas.

¹⁷Comejo Carranza, Claudia Marcela y Otros, Estudio de Factibilidad para la apertura de una mediana empresa dedicada a la producción y venta de pan dulce en el Municipio de Soyapango, Universidad de El Salvador 2008, Pág.11 a 15.

6.1. Pre Inversión.

En esta etapa se realizan diferentes estudios que implican desembolsos por parte de los encargados del proyecto, la finalidad de estos estudios es reducir el riesgo implícito en la ejecución de este. La pre inversión lleva consigo la realización de las sub etapas siguientes:

- **Ideas del proyecto**

Todo proyecto surge de una necesidad que se desea satisfacer, se formula una idea de cómo resolver esta problemática, planteándose diferentes alternativas por medio de las cuales podría dar una solución.

- **Estudio de identificación.**

El objetivo en esta fase es tratar de determinar en una forma más general si la idea del proyecto es factible de llevarse a cabo. La idea de un proyecto puede surgir a partir de una necesidad o la identificación de una oportunidad de negocios, que permitirá satisfacer dichas necesidades.

- **Perfil del proyecto.**

El perfil de un proyecto y la finalidad de este es ser presentado ante los inversionistas, se utilizará la información existente para determinar la factibilidad técnica para llevar a cabo el proyecto. A partir de dicha información técnica se especificará y se describirá el proyecto además se someterá a un análisis de diversos elementos como el mercado, tamaño, disponibilidad de insumos, tecnología monto de la inversión, estimación de beneficios y costo, evaluación, entre otros, seguidamente se descartaran las alternativas que no son viables.

Dentro del perfil, más que calcular la rentabilidad del proyecto, se busca determinar si existe alguna razón que justifique el abandono de una idea antes de que se destinen recursos, a veces de magnitudes importantes, para calcular la rentabilidad en niveles más acabados de estudio

como la prefactibilidad y factibilidad. En este nivel frecuentemente se seleccionan, aquellas opciones de proyectos que se muestran más atractivas para la solución de un problema o el aprovechamiento de una oportunidad.

La principal tarea del proyecto al elaborar el perfil es hacerlo atractivo para los inversionistas y de esta manera obtener los recursos necesarios para la ejecución del mismo, dicho perfil debe presentar información basada en estudio donde se estimen los costos y la rentabilidad que se obtendrán, se deberá además presentar las justificaciones que determinara la aceptación o abandono del proyecto.

- **Estudio de pre factibilidad.**

En el estudio de pre factibilidad se elaboran los aspectos más detallados del contenido del proyecto, donde los niveles de incertidumbre se van despejando para la toma de decisiones.

Entre los aspectos más relevantes a tomarse en cuenta en esta etapa se pueden mencionar los antecedentes de mercado y comercialización, información o ingeniería, financieros, administrativos y evaluación del proyecto.

Además de estos, es necesario determinar la tecnología que requerirá el proyecto, así como los costos totales y la rentabilidad.

- **Estudio de factibilidad.**

Este implica el análisis de diversos aspectos en mayor detalle mediante la realización de estudios en diferentes áreas de mercado, técnico, económico, financiero y social, cuyos resultados permitirán tomar una decisión sobre la puesta en marcha del proyecto.

Este estudio es el más completo y se elabora sobre la base de antecedentes precisos obtenidos mayoritariamente a través de fuentes primarias de información.

6.2. Inversión.

En esta etapa se planean acciones concretas que aportaran al desarrollo del proyecto, se tomarán en cuenta la planificación de todas las áreas involucradas para ésta, como por ejemplo la negociación, organización institucional, gestión de recursos humanos, materiales, diseño, y cronograma de actividades, etc. En algunas ocasiones se realizan licitaciones las cuales son publicadas o coordinadas para cierto tipo de empresas regularmente en proyectos de instituciones públicas.

6.3. Ejecución.

Es la realización de acciones concretas para sintetizar objetivos a través del proveedor de bienes o servicios al sector beneficiario.

Esta etapa también denominada funcionamiento es la culminación del proyecto ya que se pone en marcha todas las actividades planificadas en etapas anteriores.

6.4. Evaluación.

Al finalizar el proyecto suele hacerse una o más evaluaciones para determinar en que medida logra sus objetivos y causo impacto en la sociedad. Es la evaluación que nos permitirá medir los resultados obtenidos en comparación con lo planeado, dando así un aporte al proyecto en ejecución y futuros estudios.

7. CLASIFICACIÓN DE LA ECONOMÍA AL CUAL ESTAN DIRIGIDOS LOS PROYECTOS.¹⁸

7.1 Sector Primario: Dentro de este sector tenemos las actividades extractivas, que están compuestas de la siguiente manera: Agrícolas y Ganaderos, Minas y Canteras, Marinos (pesqueros), Forestales (Extracción de madera).

7.2. Sector Secundario: Dentro de este sector tenemos las actividades Industriales que están compuestas de las siguientes manera: Manufactureros, agroindustriales, de construcción, de electricidad gas y agua, las actividades comerciales que están compuestas por mayoristas y detallistas, restaurantes y Hoteles y otros., las actividades financieras compuestas por Bancos, aseguradoras, fondo de pensiones e intermediarios.

7.3. Sector Terciario: Dentro de este sector tenemos la actividad de servicios, la cual está compuesta de la siguiente manera:

1. auxiliares a la industria y al comercio compuestos por transporte, comunicación, comercialización y almacén.
2. Infraestructura social, compuestos por acueductos, alcantarillados, energía eléctrica y educación.
3. Infraestructura física compuestos por aeropuertos, carreteras, defensa nacional, ferrocarriles, puestos marítimos y suministros.

Para el caso específico del proyecto de la implantación de una fabrica de concentrado para ganado bovino, en el municipio de Jiquilisco departamento de Usulután se encuentra clasificada

¹⁸ Navarrete Abarca, Francisco Javier y otros. Estudio de Factibilidad Técnico – Económico para el cultivo de peces tilapia roja en jaulas flotantes del Centro de Desarrollo de la pesca y a la Acuicultura (CENDEPESCA) del ramo de agricultura y ganadería aplicables en el Lago de Ilopango., Pág.16. Octubre del 2005, Universidad de El Salvador.

dentro de las actividades de manufactura, las cuales forman parte del sector secundario de la economía.

E. GENERALIDADES DEL ESTUDIO DE MERCADEO.¹⁹

1. ESTUDIO DE MERCADEO.

1.1. Mercado

- Lugar donde se reúnen compradores y vendedores, donde se ofrece en venta bienes o servicios y donde tienen lugar las transferencias de propiedad.²⁰
- Se entiende por mercado el área en que confluyen las fuerzas de la oferta y demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados.²¹
- Punto donde se realizan actividades de comercialización de productos y servicios entre oferentes y demandantes.²²

1.2. La Investigación de Mercadeo: Es el proceso objetivo y sistemático en el que se genera la información para ayudar en la toma de decisiones de mercadeo.

1.3. Propósito de la Investigación de Mercadeo: El análisis del consumidor tiene por objeto caracterizar a los consumidores actuales y potenciales, identificando sus gustos, preferencias, hábitos de consumo, motivaciones, necesidades, etc., para obtener un perfil sobre el cual pueda basarse la estrategia comercial.

¹⁹ Alvarado Calderón, Edgardo Antonio y Torres Ríos Lazo, Gustavo Salomón, "Estudio de Factibilidad de implementación de una videoteca como apoyo al proceso de enseñanza aprendizaje en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador año 2002 Pág. 25

²⁰ William, J. Stanton y otros; fundamentos de Marketing 13ª Edición, Editorial Mc Graw Hill; México, Pág. 48

²¹ Baca Urbina, Gabriel; Evaluación de Proyectos; 4ª. Edición; Editorial Mc Graw Hill; México, Pág. 14

²² Definición de grupo.

El objetivo aquí es estimar las ventas. Lo primero es definir el producto o servicio: ¿Qué es?, ¿Para qué sirve?, ¿Cuál es su "unidad": piezas, litros, kilos, etc.?, después se debe ver cual es la demanda de este producto, quién 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 dónde 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 la demanda, se definirá cuanto será lo que se oferte, y a que precio.

2. ESTRUCTURA DE ANÁLISIS DE MERCADEO²³

La investigación que se realice debe proporcionar información que servirá de apoyo para la toma de decisiones, y en este tipo de estudios la decisión final esta encaminada a determinar si las condiciones del mercadeo no son un obstáculo para llevar a cabo un proyecto y deberá poseer las siguientes características.

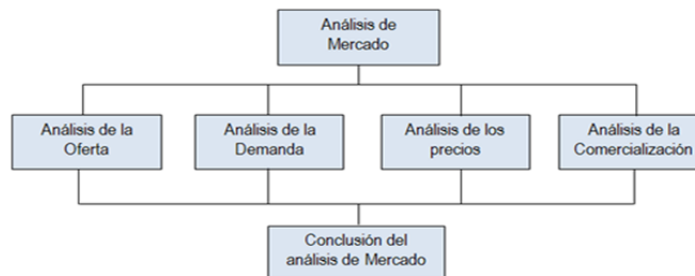
- La recopilación de la información debe ser sistemática.
- El método de la recopilación deber ser objetivo y no tendencioso.
- Los datos recopilados siempre deben ser información útil.
- El objeto de la investigación siempre debe tener como objetivo final servir como base para la toma de decisiones.

La investigación de mercados tiene una aplicación muy amplia, como en las indagaciones sobre publicidad, ventas, precios, diseño y aceptación de envases segmentación y potencialidad del

²³ Baca Urbina, Gabriel; Evaluación de Proyectos; 4ª. Edición; Editorial Mc Graw Hill; México, Pág. 7.

mercado, sin embargo, en los estudios de mercadeo para un producto nuevo, muchos de ellos no son aplicables, ya que el producto aún no existe.

Se reconocen cuatro variables fundamentales que conforman la estructura, este tipo de metodología que se presenta tiene la característica fundamental de estar enfocada exclusivamente para aplicarse a estudios de evaluación de proyectos, mostrada en el siguiente esquema.²⁴



3. MEZCLA DE MERCADEO²⁵.

La mezcla de mercadeo se define como el conjunto de herramientas tácticas controlables que la empresa combina para producir la respuesta deseada en el mercado meta.

La mezcla de mercadeo incluye todo lo que la empresa puede hacer para influir en la demanda de su producto, estas pueden reunirse en cuatro grupos de variables que se conocen como “las cuatro pes”: producto, precio, plaza, promoción.

²⁴ Baca Urbina, Gabriel; Evaluación de Proyectos; 4ª. Edición; Editorial Mc Graw Hill; México, Pág. 15

²⁵ KOTLER – ARMSTROG, Marketing, 8ª Edición Prentice Hall. Pág 49.

3.1 Producto.²⁶

- Es cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo, y que podría satisfacer un deseo o una necesidad. Los productos abarcan más que solo los bienes tangibles. Incluyen objetos físicos, servicios, personas, lugares, organizaciones, ideas o mezclas de estas entidades.
- Son los bienes y servicios fabricados bajo un proceso productivo establecido y sirven para la satisfacción de necesidades.²⁷

Clasificación de los productos.

Los productos se dividen en dos clases amplias con base en los tipos de consumidores que los usan: productos de consumo e industriales.

- **Productos de consumo:** son aquellos que los consumidores finales compran para su consumo personal, y los productos de conveniencias que son productos de consumo que suelen adquirirse con frecuencia, de inmediato y con un mínimo de esfuerzo de comparación y compra.
- **Productos Industriales:** Son aquellos bienes o productos que sirven de base para la creación de otros productos como por ejemplo: cuero, madera y hierro.

²⁶ KOTLER – ARMSTROG, Marketing, 8ª Edición Prentice Hall. Pág. 244.

²⁷ Definición de grupo.

3.2 Precio.

- Es la cantidad monetaria a la que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y demanda están en equilibrio.²⁸
- Cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio, o la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto.²⁹

La determinación de los precios comerciales de producto es un factor muy importante, pues servirá de base para el cálculo de los ingresos probables del proyecto en el futuro. También para la comparación entre el precio comercial y el precio probable al que se pudiera vender en el mercado el producto objeto de estudio, tomando en cuenta a todos los intermediarios que intervienen en la comercialización del mismo.

Toda actividad de mercado incluida la asignación de precios debe dirigirse a una meta. De esta forma, la administración debe decidirse sobre su objetivo de asignación de precios antes de determinar el precio en sí.³⁰

3.3 Plaza

Comprende las actividades de la empresa que ponen el producto a disposición de los consumidores meta. Es muy importante determinar la ubicación de la plaza, la cobertura que se vaya a tener, los inventarios que se vayan a manejar y el transporte que se necesite para el

²⁸ Baca Urbina, Gabriel; Evaluación de Proyectos; 4ª. Edición; Editorial Mc Graw Hill; México, Pág. 48

²⁹ KOTLER – ARMSTROG, Marketing, 8ª Edición Prentice Hall. Pág. G8

³⁰ William, J. Stanton y otros; fundamentos de Marketing 13ª Edición, Editorial Mc Graw Hill; México, Pág. 381

correcto tráfico del producto a ofrecer, esto determinado por las necesidades propias de cada compañía.³¹

Los canales de distribución son un conjunto de organizaciones que dependen entre si y que participan en el proceso de poner un producto o servicio a la disposición del consumidor; entre los canales de distribución para los productos están:³²

CANAL 1: Fabricante – Consumidor

Este canal es llamado canal directo, es la vía más corta y rápida que se utiliza, no tiene niveles de intermediarios; este canal consiste en una compañía que vende directamente a los consumidores; por ejemplo la venta de puerta en puerta y el telemarketing.

CANAL 2: Fabricante – Detallista – Consumidor

Este canal es el que contiene un nivel de intermediarios. En los mercados de consumidores este nivel suele ser un detallista; en estos casos el productor cuenta generalmente con una fuerza de ventas que se encargara de hacer contacto con los detallistas que venden los productos al público y hacen los pedidos después de lo cual los venden al consumidor final; por ejemplo: Las gasolineras y las tiendas de ropa.

CANAL 3: Fabricante – Mayorista – Detallista – Consumidor

Este canal contiene dos niveles de intermediarios un mayorista y un detallista, Se usa con productos de gran demanda ya que los fabricantes no tienen la capacidad de hacer llegar sus productos a todo el mercado consumidor; por ejemplo: las ferreterías y las medicinas.

³¹ KOTLER – ARMSTROG, Marketing, 8ª Edición Prentice Hall. Pág. 51.

³² KOTLER – ARMSTROG, Marketing, 8ª Edición Prentice Hall. Pág 375 y 376

CANAL 4: Productores – Intermediarios – Mayoristas – Detallista – Consumidores

Este es el canal mas largo, se utiliza para distribuir los productos y proporciona una amplia red de contactos; por esa razón, los fabricantes utilizan a los intermediarios o agentes. Esto es muy frecuente en los alimentos perecederos.

3.4 Promoción.³³

Abarca las ventajas del producto y convencen a los consumidores metas de comprarlos.

La mezcla de promoción consiste en la combinación específica de herramientas de publicidad ventas personales, promoción de ventas y relaciones públicas, que la compañía usa para alcanzar sus objetivos de publicidad y mercadotecnia. Las definiciones de las cinco principales herramientas de promoción.³⁴

Publicidad: Cualquier forma pagada de presentación y promoción no personal de ideas, bienes o servicios por un patrocinador identificado.

Ventas personales: presentación personal que hace la fuerza de ventas de la compañía con el fin de vender y forjar relaciones con el cliente.

Promoción de ventas: incentivos a corto plazo que fomentan la compra de un producto o servicio.

Relaciones públicas: forjar buenas relaciones con los diversos clientes de una compañía, mediante la obtención de publicidad favorable, la creación de una buena “imagen corporativa” y el manejo o bloqueo de los rumores, relatos o sucesos desfavorables.

³³ KOTLER – ARMSTROG, Marketing, 8ª Edición Prentice Hall. Pág 51.

³⁴ KOTLER – ARMSTROG, Marketing, 8ª Edición Prentice Hall. Pág 461.

Mercadotecnia directa: comunicación directa con consumidores individuales seleccionados cuidadosamente con el fin de obtener una respuesta inmediata: uso de correo, teléfono, fax, correo electrónico, y otras herramientas no personales para comunicarse directamente con consumidores específicos o solucionar una respuesta directa.

4. ANÁLISIS DE LA OFERTA.

- Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) esta dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado.³⁵
- Es la cantidad de producto que el fabricante desea llevar al mercado analizando factores como la competencia, temporadas, la economía del consumidor, etc. a un precio determinado.³⁶

El propósito que se persigue mediante el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o un servicio.

La oferta esta influida por los precios o por la existencia de productos similares o sustitutos que competirán con los productos que la empresa quiere producir.

Es necesario conocer los factores cuantitativos y cualitativos que influyen en la oferta, entre los datos indispensables para hacer un mejor análisis de la oferta están:

- Número de productores.
- Localización.
- Capacidad instalada utilizada.

³⁵ Baca Urbina, Gabriel; Evaluación de Proyectos; 4ª. Edición; Editorial Mc Graw Hill; México, Pág. 43

³⁶ Definición de Grupo

- Calidad y precio de los productos.
- Planes de expansión.
- Inversión fija y número de trabajadores.

5. ANÁLISIS DE LA DEMANDA.

- Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.³⁷
- Cantidad de productos que el comprador quiere y puede adquirir para satisfacer sus necesidades y ésta va de la mano con la oferta.

El principal propósito que se persigue con el análisis de la demanda es determinar y medir cuáles son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado con respecto a un bien o servicio, así como determinar la posibilidad de participación del producto en la satisfacción de dicha demanda. La demanda es función de una serie de factores, como lo son la necesidad real que se tienen del bien o servicio, su precio, el nivel de ingreso de la población y otros.

F. ESTUDIO TÉCNICO DE LOS PROYECTOS.

1. CONCEPTO: Se pretende resolver las preguntas referentes a dónde, cuánto, cuando, cómo y con qué producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto.

³⁷ Baca Urbina, Gabriel; Evaluación de Proyectos; 4ª. Edición; Editorial Mc Graw Hill; México, Pág. 17

2. IMPORTANCIA

La evaluación de un proyecto de inversión, tiene por objeto conocer su rentabilidad económica, y social, de manera que resuelva una necesidad humana en forma eficiente, segura y rentable, asignando los recursos económicos con que se cuenta, a la mejor alternativa.

3. DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO ÓPTIMO DE LA PLANTA.

El tamaño de un proyecto es su capacidad instalada y se expresa en unidades de producción por año.³⁸

La determinación del tamaño óptimo es fundamental, hay que aclarar que es difícil, pues las técnicas existentes para su determinación son repetidas y no existe un método preciso y directo para hacer el cálculo.

Para determinar y optimizar la capacidad de una planta es indispensable conocer al detalle la tecnología que se empleará. Después de esto se entra a un proceso donde intervienen, al menos los siguientes factores: ³⁹

- La cantidad que se desea producir.
- La intensidad en el uso de la mano de obra que se quiera adoptar.
- La cantidad de turnos de trabajo.
- La optimización física de la distribución del equipo de producción dentro de la planta.
- La capacidad individual de cada máquina que interviene en el proceso productivo.
- La optimización de la mano de obra.

³⁸ Baca Urbina, Gabriel; Evaluación de Proyectos; 4ª. Edición; Editorial Mc Graw Hill; México, Pág. 84

³⁹ Baca Urbina, Gabriel; Evaluación de Proyectos; 4ª. Edición; Editorial Mc Graw Hill; México, Pág. 86 y 87

4. FACTORES QUE DETERMINAN O CONDICIONAN EL TAMAÑO DE UNA PLANTA⁴⁰

En la práctica, determinar el tamaño de una nueva unidad de producción es una tarea limitada por las relaciones recíprocas que existen entre el tamaño, la demanda, la disponibilidad de las materias primas, la tecnología, los equipos y el financiamiento. Todos estos factores contribuyen a simplificar el proceso de aproximaciones sucesivas, y las alternativas de tamaño entre las cuales se puede escoger, se reducen a medida que se examinan los factores condicionantes mencionados, los cuales se analizan detalladamente a continuación.

4.1. El tamaño del proyecto y la demanda.

La demanda es uno de los factores más importantes para condicionar el tamaño de un proyecto. El tamaño propuesto solo puede aceptarse en caso que la demanda sea claramente superior al proyecto.

4.2. El tamaño del proyecto, los suministros e insumos.

El suministro suficiente en cantidad y calidad de materias primas es un aspecto vital en el desarrollo de un proyecto. Para demostrar que este aspecto no es limitante para el tamaño del proyecto, se deberían listar todos los proveedores de materias primas e insumos.

4.3. El tamaño del proyecto, la tecnología y los equipos.

Las relaciones entre el tamaño y la tecnología influirán a su vez en las relaciones entre tamaño, inversiones, y costos de producción. En términos generales la tecnología y los equipos tienden a limitar el tamaño del proyecto al mínimo de producción necesario para ser aplicables.

⁴⁰ Baca Urbina, Gabriel; Evaluación de Proyectos; 4ª. Edición; Editorial Mc Graw Hill; México, Pág. 95, 96, 97

4.4. El tamaño del proyecto y el financiamiento.

Si los recursos financieros son insuficientes para atender las necesidades de inversión de la planta de tamaño mínimo, es claro que la realización del proyecto es imposible.

Si existe flexibilidad en la instalación de la planta, esto es, si los equipos y la tecnología lo permiten, se puede considerar la implantación del proyecto por etapas como una alternativa viable.

4.5. El tamaño del proyecto y la organización.

Cuando se haya hecho un estudio que determine el tamaño más apropiado para el proyecto, es necesario asegurarse que se cuenta con el personal suficiente y apropiado para cada uno de los puestos de la empresa.

5. DETERMINACIÓN DE LA LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DE LA PLANTA.

La determinación óptima de la planta es necesario para tomar en cuenta no solo factores cuantitativos, como pueden ser los costos de transporte, de materia prima y el producto terminado, sino también los factores cualitativos, tales como apoyos fiscales, el clima, la actitud de la comunidad, y otros.⁴¹

El objetivo general de este punto es, por supuesto, llegar a determinar el sitio donde se instalará la planta.

⁴¹ Baca Urbina, Gabriel; Evaluación de Proyectos; 4ª. Edición; Editorial Mc Graw Hill; México, Pág. 8

5.1. Métodos para la localización óptima de la planta.

➤ Método cualitativo por puntos⁴²

Consiste en asignar factores cuantitativos a una serie de factores que se consideran relevantes para la localización. Esto conduce a una comparación cuantitativa de diferentes sitios. El método permite ponderar factores de preferencia para el investigador al tomar la decisión. Entre los factores que se pueden considerar para realizar la evaluación, se encuentran los siguientes:⁴³

- **Factores Geográficos:** relacionados con las condiciones naturales que rigen las distintas zonas del país, como el clima, los niveles de contaminación y desechos, las comunicaciones, carreteras, vías férreas y rutas aéreas, etc.
- **Factores Institucionales:** Son los relacionados con planes y las estrategias de desarrollo y descentralización industrial
- **Factores Sociales:** Los relacionados con la adaptación del proyecto al ambiente y la comunidad. Se refiere al nivel general de los servicios sociales con que cuenta la comunidad, como escuelas, hospitales, centros recreativos, facilidades culturales y de capacitación de empleados y otros.
- **Factores Económicos:** Se refiere a los costos de los suministros e insumos en esa localidad, como la mano de obra, las materias primas, el agua, la energía eléctrica, los combustibles, la infraestructura disponible, los terrenos y la cercanía de los mercados y las materias primas.

⁴² Baca Urbina, Gabriel; Evaluación de Proyectos; 4ª. Edición; Editorial Mc Graw Hill; México, Pág. 99

➤ **Método cualitativo de Vogel.**

Este método apunta al análisis de los costos de transporte tanto de materia prima como de productos terminados. El problema del método consiste en reducir al mínimo posible los costos de traslado de materiales destinados a satisfacer los requerimientos totales de demanda y abastecimiento de estos.

6. INGENIERÍA DEL PROYECTO.

El objetivo general es resolver todo lo concerniente a la instalación y funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva.⁴⁴

6.1. Proceso de Producción.⁴⁵

El proceso de producción es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir de insumos, y se identifica como la transformación de una serie de materias primas para convertirla en artículos mediante una determinada función de manufactura.

6.2. Adquisición de Equipo y Maquinaria.⁴⁶

Cuando llega el momento de decidir sobre la compra de equipo y maquinaria, se deben tomar en cuenta una serie de factores que afectan directamente la elección. La mayoría de la información que es necesario recabar será útil en la compra de varios equipos y también es la base para realizar una serie de cálculos y determinaciones posteriores. La información que se debe obtener es proveedor, precio, dimensiones, capacidad, flexibilidad, mano de obra necesaria, costo de mantenimiento, consumo de energía eléctrica, infraestructura necesaria, equipos auxiliares, costo

⁴⁴ Baca Urbina, Gabriel. "Evaluación de Proyectos", 4ª Edición Mc Graw Hill, México Mayo 2005, Pág. 101.

⁴⁵ Baca Urbina, Gabriel. "Evaluación de Proyectos", 4ª Edición Mc Graw Hill, México Mayo 2005, Pág. 105

⁴⁶ Baca Urbina, Gabriel. "Evaluación de Proyectos", 4ª Edición Mc Graw Hill, México Mayo 2005, Pág. 105

de fletes y de seguros, costo de instalación y puesta en marcha, existencia de refacciones en el país.

6.3. Distribución Óptima de la Planta⁴⁷

Una buena distribución de la planta es aquella que proporciona condiciones de trabajo aceptables y permite la operación más económica, además mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores.

Los objetivos y principios básicos de una distribución de la planta son los siguientes:

- Integración total.
- Mínimo de distancia recorrido.
- Utilización del espacio cúbico.
- Seguridad y bienestar para el trabajador.
- Flexibilidad.

G. ESTUDIO ECONÓMICO DE LOS PROYECTOS.

1. CONCEPTO

El estudio económico trata, de determinar cual será la cantidad de recursos económicos que son necesarios para que el proyecto se realice, es decir, cuanto dinero se necesita para que la planta opere⁴⁸

2. INVERSIÓN TOTAL.

Comprende la determinación y programación del monto total necesario para cubrir la compra y

⁴⁷ Baca Urbina, Gabriel. "Evaluación de Proyectos", 4ª Edición Mc Graw Hill, México Mayo 2005, Pág. 107

⁴⁸ www.ii.iteso.mx/proy%20inv/EstudioEconomico.htm

construcción de los activos fijos o tangibles y diferidos necesarios para dar inicio a las operaciones del proyecto⁴⁹. Dentro de la inversión total se tiene que cuantificar en términos monetarios el terreno, la construcción del edificio o local, la compra de maquinaria y equipo (Tecnología) y el mobiliario, entre otros.

3. INVERSIONES FIJAS Y DIFERIDAS.⁵⁰

Se entiende por inversiones fijas aquellas realizadas en activos tangibles o fijos, bienes propiedad de la empresa, como terrenos, edificios, maquinaria, equipo de transporte, mobiliarios y otros. La característica principal de dichos activos es que la empresa no puede desprenderse de ellos fácilmente sin ocasionar problemas a sus actividades productivas. Las inversiones en activos diferidos están representadas por aquellos bienes propiedad de la empresa que son necesarias para su funcionamiento, y que incluyen: patentes de invención, marcas, diseños comerciales o industriales, nombres comerciales, asistencia técnica, contratos de servicios como agua, luz, teléfono, estudios administrativos, capacitaciones del personal, etc. El análisis de la inversión fija comprende la interpretación y demostración de los beneficios que generaran al inversionista en particular y a la sociedad, como un efecto importante en general la cantidad y naturaleza de cada uno de los rubros que sean adquiridos e indispensables para la existencia del proyecto, así como la explicación sustentada de sus gastos.

⁴⁹ Cárcamo Mejía, Karla Magdoly y Otros, Estudio de Factibilidad para la construcción de un infocentro en la Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de El Salvador año 2000, Pág. 23.

⁵⁰ Comejo Carranza, Claudia Marcela y Otros, Estudio de Factibilidad para la apertura de una mediana empresa dedicada a la producción y venta de pan dulce en el Municipio de Soyapango, Universidad de El Salvador, año 2008, Pág.28 y 29.

4. CAPITAL DE TRABAJO.⁵¹

La inversión en capital de trabajo es una inversión en activos corrientes: efectivo inicial, cuentas por cobrar e inventario, que permita operar durante un ciclo productivo, dicha inversión debe garantizar la disponibilidad de recursos para la compra de materia prima y para cubrir costos de operación durante el tiempo requerido para la recuperación del efectivo (Ciclo de efectivo: Producir–vender– recuperar cartera).

5. DETERMINACIÓN DE LOS COSTOS. ⁵²

Costo es una palabra muy utilizada, pero nadie ha logrado definirla con exactitud, debido a su amplia aplicación, pero se puede decir que el costo es un desembolso en efectivo o en especie hecho en el pasado, en el presente, en el futuro o en forma virtual.

5.1 Costos de Operación.

Los Costos de Operación están formados por los desembolsos relacionados con el funcionamiento y manejo del proyecto, es decir, son los costos corrientes en los que se incurrirán durante la vida útil del proyecto, estos costos pueden ser por ejemplo: Los costos de producción, los costos administrativos y los costos financieros.

5.2 Costos de Administración.

Son como su nombre lo indica, los costos que provienen para realizar la función de administración en la empresa. En este rubro se encuentran los sueldos del personal

⁵¹ Ana Gabriela Aguilar Aquino y otros , Estudio de Factibilidad Técnico Económico para la comercialización de Loroco, producida por la Asociación Cooperativa de Reforma Agraria Hacienda la Maroma de R.L en cinco departamentos de la zona oriental de El Salvador, Universidad de El Salvador, año 2004, Pág. 173.

⁵² Baca Urbina, Gabriel; Evaluación de Proyectos; 4ª. Edición; Editorial Mc Graw Hill; México, Pag. 161.

administrativo, depreciación de equipo de oficina, pagos por renta, luz, teléfono, gastos de aseo, papelería y artículos de escritorio.

5.3 Costos de Venta.

Sirven para impulsar las ventas de la empresa y lo conforma la publicidad, sueldos y comisiones de los vendedores, embarque y entrega de mercadería, transporte, etc.

5.4 Gastos Financieros.

Estos gastos se refieren a las operaciones llevadas a cabo con el fin de estimular las actividades de la empresa. Entre los gastos financieros se encuentran: créditos, intereses cobrados y pagados, descuentos sobre ventas y compras.

5.5 Costos Totales y Unitarios.

Una vez determinados los costos totales en que incurrirá la empresa, es importante determinar el costo unitario del producto, dicho costo varia de acuerdo al nivel de producción. En vista de que en la producción intervienen muchos gastos, será necesario clasificarlos en fijos y variables, de acuerdo a la relación que tengan con el volumen de producción. Los gastos fijos son los que determinan el funcionamiento de la empresa, que es independiente del volumen de producción, tales como sueldos de empleados y alquiler de edificios. Los gastos variables se caracterizan por cambiar de acuerdo al volumen de producción; por ejemplo: la materia prima, mano de obra y energía. Entre mas se produzca, mas materia prima y mano de obra se utilizará.

6. FUENTES DE FINANCIAMIENTO.⁵³

Las fuentes de financiamiento implican de donde se van a obtener los recursos monetarios para el financiamiento de la inversión inicial y los costos de operación del proyecto. La importancia de conocer las fuentes de financiamiento radica en saber el origen de los fondos y a la vez determinar si el financiamiento generara algún costo adicional.

Las fuentes de financiamiento las clasificamos según su origen en:

- Fuentes de financiamiento Internas, que son aquellas que provienen de los recursos propios del dueño del proyecto.
- Fuentes de financiamiento Externas, que son las que provienen de una fuente distinta al dueño del proyecto, por ejemplo, de bancos comerciales o donaciones.

7. EVALUACIÓN ECONÓMICA.

El estudio de la valuación económica es la parte final de toda secuencia de análisis de factibilidad de un proyecto. Se sabrá hasta este punto que existe un mercado potencial atractivo; se habrán determinado un lugar óptimo para la localización del proyecto y el tamaño más adecuado para este último, se conocerá y dominará el proceso de producción así como los costos en que incurrirá en la etapa productiva, además se habrá calculado la inversión necesaria para llevar a cabo el proyecto. Sin embargo, a pesar de conocer incluso las utilidades probables del proyecto durante los primeros cinco años de operación, aún no se habrá demostrado que la inversión propuesta será económicamente rentable. En este momento surge el problema sobre el método

⁵³ Ana Gabriela Aguilar Aquino, Estudio de Factibilidad Técnico Económico para la comercialización de Loroco, producida por la Asociación Cooperativa de Reforma Agraria Hacienda la Maroma de R.L., año 2004, Pág.45 .

de análisis que se empleará para comprobar la rentabilidad económica del proyecto. Se sabe que el dinero disminuye su valor real con el paso del tiempo, a una tasa aproximadamente igual al nivel de inflación vigente. Esto implica que el método de análisis empleado deberá tomar en cuenta este cambio de valor real de dinero a través del tiempo. Analizando los diferentes métodos cuantitativos para evaluar proyectos de inversión, ¿Cuál es el mejor? Esta pregunta no puede ser respondida en forma categórica. Lo que si se puede afirmar es que los métodos que consideran el del dinero a través del tiempo son mejores, y dentro de ellos el valor actual neto es el preferido por las empresas para evaluar sus proyectos. Pero cuando se estudia un proyecto, éste debe ser analizado con todos los métodos, tomando lo mejor de cada uno, y sobre esta base realizar un análisis matricial.⁵⁴

7.1 El Valor Presente Neto (VPN).⁵⁵

Se considera una técnica del presupuesto de capital compleja. Todas estas técnicas descuentan, en una forma u otra, los flujos de efectivo de la empresa a una tasa específica. Esta denominada con frecuencia tasa de descuento, rendimiento requerido, costo de capital o de oportunidad, es el rendimiento mínimo que debe ganar un proyecto para que el valor de mercado de la empresa permanezca sin cambios.

⁵⁴ David Noel Ramírez Padilla, Contabilidad Administrativa, Séptima Edición, Editorial McGraw Hill, México 2005, Pág. 173.

⁵⁵ Lawrence J. Gitman, Principios de Administración Financiera, Decimoprimer Edición, Editorial Pearson Education, Mexico 2007 Pág. 357

Formula: VPN es igual al valor presente de entradas de efectivo menos inversión inicial.

$$VPN = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1 + \kappa)^t} - CF_0$$

Donde:

CF₀: Inversión Inicial del proyecto.

CF_t: Valor presente de las entradas de efectivo.

κ: Tasa equivalente al costo de capital de la empresa.

Para la evaluación de proyectos con el VPN se deben de tomar en cuenta los siguientes criterios:

- ✓ Si el VPN es positivo (VPN > 0), el proyecto se acepta.
- ✓ Si el VPN es cero (VPN = 0), el proyecto se considera aceptable.
- ✓ Si el VPN es negativo (VPN < 0), el proyecto se rechaza.

7.2 Tasa Interna de Rendimiento (TIR).⁵⁶

Este método consiste en encontrar la tasa a que se deben descontar los flujos positivos, de tal manera que su valor actual sea igual a la inversión. La tasa obtenida significa el rendimiento de la inversión tomando en consideración que el dinero tiene un costo a través del tiempo. Este rendimiento se debe comparar con el costo de capital de la empresa.

⁵⁶ David Noel Ramírez Padilla, Contabilidad Administrativa, 7ª. Edición, impreso en México, año 2005, editorial McGraw Hill, Pág. 471.

La ventaja de este método es que toma en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, no es necesario determinar la tasa de descuento requerida.

Este método considera que una inversión es aconsejable si la T.I.R. resultante es igual o superior a la tasa exigida por el inversor, y entre varias alternativas, la más conveniente será aquella que ofrezca una T.I.R. mayor.⁵⁷

Formula:
$$\mathbf{TIR} = r_1 + \left[\frac{\mathbf{VPN}_1}{\mathbf{VPN}_1 + \mathbf{VPN}_2} (r_2 - r_1) \right]$$

Donde: r_1 = Tasa menor. r_2 = Tasa mayor. VPN_1 = Valor actual positivo. VPN_2 = Valor actual negativo.

El criterio de aceptación que se emplea al utilizar la TIR para evaluar un proyecto es el siguiente: Si la TIR es mayor que la TMAR, se acepta la inversión. Si la TIR es menor que la TMAR, se rechaza la inversión.

7.3 Relación Costo Beneficio.⁵⁸

Conocida como razón Beneficio/Costo, es la razón de los beneficios de un proyecto con respecto a los costos expresados en términos de valor presente, valor actual, o valor futuro esta relación mide el rendimiento a valor actual de cada dólar invertido en el proyecto, es decir mide el rendimiento monetario de cada dólar invertido.

Los costos del proyecto constituyen el valor de los recursos utilizados en la producción y del bien o en la prestación del servicio. Los beneficios son entonces el valor de los bienes y servicios

⁵⁷ <http://www.zonaeconomica.com/inversion/metodos>

⁵⁸ Aguilar Aquino, Ana Gabriela y otros, Estudio de Factibilidad Técnico Económico para la comercialización de Loroco, producida por la Asociación Cooperativa de Reforma Agraria Hacienda la Maroma de R.L., año 2004, Pág. 49.

generados por el proyecto. El análisis económico del costo beneficio, es una técnica de evaluación genérica que se emplea para determinar la conveniencia y oportunidades de un proyecto. La relación beneficio/costo se obtiene como el coeficiente entre el valor a actual de los costos. Es decir determinando por separado los valores actuales de los ingresos así como los valores actuales de los egresos, luego se dividen la suma de los valores de los costos e ingresos.

$$\text{Fórmula: } \frac{\text{BENEFICIOS}}{\text{COSTOS}}$$

8. ESTUDIO DE IMPACTO SOCIAL Y AMBIENTAL.

Después de corroborar la factibilidad del proyecto en los estudios realizados, el estudio del impacto social y ambiental tiene como objeto identificar los beneficios y perjuicios que el proyecto genere en la población a la cual se dirige y el impacto positivo y negativo sobre los recursos naturales del medio ambiente en el que se localizara la fábrica de concentrado para ganado.

8.1 Impacto Social.

El impacto social se puede definir como la comparación de los beneficios y costos que un proyecto pueda tener para la comunidad en su conjunto⁵⁹, en este análisis se incluyen la evaluación de los beneficios y perjuicios en función de los objetivos del estudio, los cuales están íntimamente relacionados con la responsabilidad social del estudio para satisfacer una o varias necesidades humanas de la población a la que se dirige.

⁵⁹ Sapag Chain, Nasir y otros, Formulación y evaluación de proyectos, cuarta edición, Pág. 6.

En esta investigación se ha determinado que con la elaboración del concentrado para ganado bovino lechero se tendría un impacto social debido a que el producto estaría contribuyendo al desarrollo local con una planta en el municipio de Jiquilisco, mas cerca del consumidor, además esta cooperativa generaría un empleo a las asociadas para obtener los recursos monetarios para subsistir ellas y sus familias.

8.2 Impacto Ambiental.

El impacto que la apertura de la fábrica de concentrado para ganado bovino lechero generará en los recursos naturales que conforman el medio ambiente en el cual se localizará industria y servirá para realizar acciones preventivas y correctivas sobre los daños en que se puedan incurrir, para ello se debe contar con un diseño y tecnología adecuada, que esté en armonía con la naturaleza, reduciendo el impacto negativo y mejorando los beneficios proporcionados.

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO SOBRE LA FACTIBILIDAD DE APERTURAR UNA FÁBRICA DE CONCENTRADO PARA GANADO BOVINO LECHERO EN EL MUNICIPIO DE JIQUILISCO, DEPARTAMENTO DE USULUTÁN.

A. IMPORTANCIA.

Mediante la realización de éste estudio se determinó que la apertura de la fábrica de concentrado para ganado es factible; ya que en la investigación realizada se identificó que la mayoría de los datos obtenidos fueron positivos en relación con la apertura de la fábrica y además es viable ya que al investigar el impacto ambiental, se nos dio a conocer que el residuo que queda al producir el concentrado es utilizado como abono y como alimento para aves.

Así mismo los principales beneficiados son las asociadas y los dueños de ganado bovino lechero, ya que no cuentan con un distribuidor cercano que les ofrezca el alimento para el ganado a un precio accesible y que transporte el producto.

B. OBJETIVOS

1. GENERAL.

Realizar un diagnóstico de la Asociación Cooperativa de Producción Artesanal Comercialización y Consumo Visión Femenina de R.L. (ACOVIFEM DE R.L.) con el fin de identificar los principales problemas que se presentan en la elaboración del concentrado para ganado bovino lechero para elaborar una propuesta de solución.

2. ESPECÍFICOS.

- Identificar los precios actuales del concentrado bovino lechero de la competencia para establecer el precio de éste.
- Establecer la demanda de mercado del concentrado para ganado bovino lechero para determinar si es factible su venta.
- Medir el nivel de ingresos que pueda obtener ACOVIFEM DE R.L. al comercializar el concentrado para ganado bovino lechero.

C. MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.

1. MÉTODO

Para realizar la investigación de la apertura de la fábrica de concentrado para ganado bovino lechero se utilizó el método deductivo, ya que se investigó la demanda, oferta, competencia,

clientes potenciales, proceso de producción, instalación de la planta, etc. que proporcionaron la información necesaria para elaborar el diagnóstico de la situación actual.

2. TIPO DE INVESTIGACIÓN.

La investigación que se realizó es de tipo descriptivo, ya que se identificó la iniciativa que tienen las asociadas para aperturar la fábrica y que la comunidad está interesada en que se comercialice el producto en la zona; de esta forma se reducen los costos en los que incurren cuando realizan la compra del concentrado, y así se estableció factibilidad de la apertura de una fábrica de concentrado para ganado bovino lechero.

3. TIPO DE DISEÑO.

Por la naturaleza de la investigación se aplicó el Diseño no experimental que es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Lo que se hizo en este estudio es observar acontecimientos tal y como se dan que después fueron analizados.

4. FUENTES DE INFORMACIÓN

Para el estudio se recurrió a dos fuentes de investigación, las cuales se detallan a continuación:

4.1. Primarias

Esta información la obtuvimos de las asociadas de la cooperativa y de los propietarios de ganado que residen en el municipio de Jiquilisco departamento de Usulután, por medio de entrevistas y encuestas. Para ello fue necesario entrar en contacto directo con las personas involucradas.

4.2. Secundarias.

Con estas fuentes se reunió información escrita sobre el tema estos fueron: tesis, libros, datos sobre la competencia, registros de instituciones, revistas, documentales, página web, etc. los cuales respaldaron la investigación.

5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.

Para llevar a cabo la investigación se utilizaron las siguientes técnicas e instrumentos.

5.1 Técnicas

- **OBSERVACIÓN DIRECTA**

Esta técnica es el primer paso que se realizó mediante la presencia física, a través del uso sistemático de nuestros sentidos; para identificar algunos aspectos relacionados a las asociadas y a los propietarios de ganado, tales como el comportamiento, la localidad, clientes potenciales, etc. realizado en el municipio de Jiquilisco departamento de Usulután.

- **LA ENTREVISTA**

Luego de la observación directa se procedió a desarrollar la entrevista a la presidenta de ACOVIFEM DE R.L. la cual se realizó mediante preguntas abiertas de forma directa con el propósito de que ella respondiera de manera espontánea acerca del proyecto. Para tal propósito se utilizó una guía estructurada de preguntas como instrumento para la recolección de la información.

- **ENCUESTA**

Es una técnica que se empleó en la investigación para facilitar el trabajo y requerir información específica sobre el objeto de estudio, y el instrumento que se utilizó fue el cuestionario.

5.2 Instrumentos

- **PRESENCIA DEL GRUPO DE INVESTIGACIÓN**

Fue necesaria la presencia física del grupo de investigación al lugar para conocer de primera todos los aspectos relacionados al proyecto de investigación.

- **GUÍA DE PREGUNTAS**

Este instrumento fue elaborado con el fin de obtener información certera con relación a la Asociación Cooperativa, la guía de preguntas fue elaborada en forma de preguntas abiertas para que la presidenta de la Asociación tuviera la libertad de expresar todo lo relacionado al nuevo proyecto.

- **CUESTIONARIO**

Instrumento que contiene preguntas cerradas y abiertas, las cuales fueron dirigidas a las asociadas y a los propietarios de ganado del municipio de Jiquilisco departamento de Usulután; esto contribuyó a obtener la información necesaria para la elaboración de la situación de la cooperativa.

6. DETERMINACIÓN DEL UNIVERSO Y MUESTRA.

6.1. Universo

➤ Propietarios de Ganado.

El universo se determinó por medio de la información proporcionada por la Asociación Cooperativa de Producción Artesanal, Comercialización y Consumo Visión Femenina de R.L. (ACOVIFEM DE R.L.), el cual esta conformado por 60 propietarios de ganado, del Municipio de Jiquilisco, Departamento de Usulután.

➤ Integrantes de La Asociación Cooperativa Visión Femenina (ACOVIFEM DE R.L.)

El universo está formado por las integrantes de la Asociación Cooperativa de Producción Artesanal, Comercialización y Consumo Visión Femenina de R.L. (ACOVIFEM DE R.L.) la cual esta conformada por un total de 25 asociadas que a su vez son propietarias del proyecto, y se localizan en el municipio de Jiquilisco departamento de Usulután.

6.2. Muestra.

➤ Propietarios de Ganado.

Debido a que el elemento a investigar es relativamente pequeño no se calculó el tamaño de la muestra, es decir que la muestra fue igual a 60 ganaderos, por lo tanto no se hizo uso de fórmula Estadística y se aplicó un censo.

NOTA: En este apartado se estableció que la muestra de propietarios ganado eran 60, pero debido a que la distancia que había entre cada uno de ellos era bastante larga por lo cual fue imposible llegar a todos y la muestra se redujo a 43.

➤ **Integrantes de La Asociación Cooperativa Visión Femenina (ACOVIFEM DE R.L.)**

La muestra de los integrantes de la Asociación Cooperativa de Producción Artesanal, Comercialización y Consumo Visión Femenina de R.L. (ACOVIFEM DE R.L.), fue igual al universo siendo este un total de 25 asociadas, por lo tanto no se hizo uso de fórmula Estadística y se aplicó un censo.

NOTA: En este apartado se estableció que el total de asociadas eran 25 como lo indicaban los estatutos, de las cuales solo se pudieron encuestar 16 debido a que ellas se encontraban realizando actividades personales.

7. PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN.

La información recolectada de los diferentes instrumentos fue procesada mediante un cuadro tabular para cada pregunta y su procesamiento de la información se realizó en una hoja de cálculo de Microsoft Excel con los datos obtenidos mediante el cuestionario. (Ver Anexo 1 y 2)

D. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL

1. DIAGNÓSTICO DEL SECTOR PRODUCTOR (ASOCIADAS)

Según los datos proporcionados en la encuesta realizada a la muestra de las Asociadas de ACOVIFEM DE R.L. en el municipio de Jiquilisco departamento de Usulután y algunas conversaciones con ellas se presentan los siguientes resultados:

NOTA: Para la verificación de resultados ver Anexo 1.

➤ **INFORMACIÓN DE ACOVIFEM DE R.L.**

Según los estatutos de constitución de la Asociación Cooperativa de Producción Artesanal Comercialización y Consumo Visión Femenina de R.L. (ACOVIFEM de R.L.) se establece que está conformada por 25 asociadas; de éstas solo fueron encuestadas 16, de las cuales el 63% de las encuestadas únicamente son asociadas de la cooperativa, el resto pertenecen a la Junta Directiva y al Comité de vigilancia creado por las integrantes para supervisar todas las actividades de la cooperativa y fiscalizar los actos de los órganos directivos, comités, empleados y miembros de la asociación SEGÚN PREGUNTA N° 1.

Para el desarrollo local de las comunidades existen organizaciones no gubernamentales que apoyan diversos proyectos tal es el caso de ACOVIFEM de R.L. en la encuesta realizada el 44% de estas afirman que reciben ayuda financiera directa de instituciones para el desarrollo de sus actividades de las cuales el 71% manifestó que la ayuda proviene del Movimiento Salvadoreño de Mujeres (MSM), el resto no conoce el nombre de la institución que les ayuda, SEGÚN PREGUNTA N° 2 Y N° 3.

Mediante la observación directa y la encuesta que se hizo en la visita a la asociación cooperativa se verificó que actualmente no se están desarrollando ningún tipo de proyectos, ya sean estos sociales, culturales, producción, turismo, etc. solo se está tomando como prioridad la apertura de la fábrica para concentrado bovino lechero ya que este producto es demandado en la localidad y beneficiaria a la población. SEGÚN PREGUNTA N° 4.

➤ **FABRICACIÓN DEL PRODUCTO.**

La fabricación transforma las materias primas en productos, esta puede realizarse a mano de forma artesanal o a base de maquinaria en el caso de la elaboración del concentrado para

ganado bovino lechero se utilizarían las dos formas antes mencionadas, ya que es necesario que la materia prima sea procesada en maquinas especiales y luego ser empaquetado y pesado manualmente. Según la encuesta realizada el 100% de las asociadas conocen el proceso de producción del concentrado para ganado bovino lechero y tienen conocimiento del uso de la maquinaria que se utiliza en elaboración del producto ya que tuvieron la inducción por parte de un ingeniero agrónomo designado por el Movimiento Salvadoreño de Mujeres, lo que es importante para la apertura de la fábrica, también cuentan con la capacidad para producirlo y tienen optimismo de iniciar la producción ellas se encuentran con la disposición para participar en la apertura de la fábrica de concentrado para ganado bovino lechero y tienen deseos de superarse económicamente para ayudar a sus familias. SEGÚN PREGUNTA N° 5 y N° 6.

La donación es pasar la propiedad de un bien y/o servicio de una persona a otra sin recibir nada a cambio; las encuestadas esperan que la adquisición de la maquinaria para realizar el producto sea esta manera, esto se refleja en los resultados con un 100% ya que no cuentan con el capital suficiente para comprar una maquinaria especializada para producir el concentrado para ganado bovino lechero y esperan tener el apoyo de organizaciones no gubernamentales. SEGÚN PREGUNTA N° 7.

➤ **INSTALACIÓN DE LA PLANTA.**

Contar con una instalación es adecuada para el establecimiento de una planta ya que será el lugar en el que se fabricarán los productos para luego ser distribuidos hacia el lugar de destino, este puede ser adquirido por fondos propios, préstamos, por medio de donaciones, o comodato. La asociación cooperativa ACOVIFEM de R.L. cuenta con este establecimiento para iniciar sus operaciones, éste lugar físico amplio donde estará una fábrica de concentrado bovino lechero

permitirá la realización de una adecuada distribución de la planta esto conlleva a las asociadas iniciar operaciones si el proyecto se lleva a cabo. Al menos al inicio de las operaciones las asociadas establecen que el lugar donde se encontraran las instalaciones de la fábrica de concentrado para ganado bovino lechero será por comodato, existiendo el ofrecimiento por parte de la presidenta actual de la cooperativa, y este se encuentra ubicado en el caserío San Juan del Gozo, municipio de Jiquilisco; ya que no cuentan con el capital financiero para la adquisición del inmueble. SEGÚN PREGUNTA N° 8 y N° 9.

➤ **OFERTA DE CONCENTRADO PARA GANADO BOVINO LECHERO.**

La asociación cooperativa cuenta con capacidad para ofrecer a los consumidores concentrado de calidad, para desarrollar sus operaciones de producción esta debe contar con los elementos claves para la fabricación como lo es materias primas, maquinaria y mano de obra, esto para cubrir la demanda que se presente en la zona en la que estará ubicada la fábrica. El 94% de las asociadas opina que al contar con los elementos de producción cubrirán la demanda que se presente en el lugar donde se instalará la fábrica. SEGÚN PREGUNTA N° 10

Los precios actuales que se presentan en el mercado con relación a los concentrados son variantes por existir demanda del producto o por verse afectados por los incrementos en combustibles y la escasez de materia prima; es por ello que la comercialización del producto será por medio del canal Fabricante- Consumidor. El 69% de las asociadas de la cooperativa conocen los precios que se manejan en el mercado, además de identificar los lugares en los que son distribuidos, siendo estos generalmente agroservicios. Han tomado como base el precio de la competencia para establecer el que tendrá el concentrado fabricado por ellas con el fin de atraer a los clientes, no obstante estarían dejando a un lado los costos en los que incurrirán para la

producción, por no contar con una base para el establecimiento de precios. Con relación a lo antes mencionado el precio al cual las asociadas venderían el concentrado en el momento que sea puesto en el mercado es de \$17 dólares por quintal, sin embargo el monto puede variar según los cambios que se muestren en la economía. SEGÚN PREGUNTA N° 11, N° 12 Y N° 13.

➤ **PUBLICIDAD.**

Todo producto necesita ser conocido en el mercado, contar con el conocimiento de las personas para que estas puedan identificar su uso, la calidad y la presentación para que sea adquirido por los consumidores interesados. Lo más importante es la opinión del cliente con relación al producto que ha adquirido, así podrá recomendar a otros para que puedan obtenerlo. De esta manera es como las asociadas con el 88% opinan que por medio del mercadeo boca a boca, el cliente se dará cuenta que se tiene concentrado para ganado bovino lechero a la venta en la cooperativa y el consumidor que lo compre dará buenas referencias, ya que consideran no incurrir en demasiados gastos al menos al inicio de las operaciones. Pero en un futuro con la aceptación de los consumidores y el crecimiento de la fábrica, se utilizaran otros medios de publicidad como el banner para llegar a otros mercados, SEGÚN PREGUNTA N° 14.

2. DIAGNÓSTICO DEL SECTOR CONSUMIDOR (PROPIETARIOS DE GANADO)

Según los datos proporcionados en la encuesta realizada a la muestra de los propietarios de ganado residentes en el municipio de Jiquilisco departamento de Usulután y algunas conversaciones con ellos, se presentan los siguientes resultados:

NOTA: Para la verificación de resultados ver Anexo 2.

➤ ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Se logró identificar a los sujetos de estudio aunque no fue el número que se reflejó en la muestra sin embargo fueron 43 dueños de ganado a los que se dirigió el cuestionario, examinando la conducta de los compradores podemos determinar que la demanda es la cantidad de un bien que los compradores quieren y pueden comprar, es decir que dentro de esta están influenciados los gustos y preferencias, la calidad del producto, la presentación, precio, entre otros, los cuales hacen que el consumidor tome la decisión de adquirirlo. Tal es el caso de los resultados obtenidos donde el 95% de los encuestados toman en consideración comprar concentrado para ganado bovino lechero y al mismo tiempo proporcionarles zacate al ganado; ya que esto genera mayor producción de leche lo que hace generar un incremento en sus ventas, clientes e ingresos, al verificar que los encuestados efectivamente compran concentrado para ganado bovino lechero, se establece que la mayoría de los sujetos de estudio son consumidores. Dentro de la investigación de la demanda se identificó que el 95% de los encuestados le proporciona concentrado para ganado bovino lechero como complemento alimenticio al ganado ya que según ellos proporcionan mejores nutrientes y conlleva a una mejor producción. Por otra parte el 100% de los ganaderos los alimenta diariamente con éste por ser productores de leche. SEGÚN PREGUNTA N° 1, 2 y N° 8.

En nuestro país solo existen dos estaciones al año verano e invierno, lo que dificulta para los propietarios de ganado proporcionarles solo zacate, es por eso que se ven en la necesidad de alimentarlos con concentrado cuando es época seca; para el caso del ganado bovino lechero existe una demanda de leche en todo el año por lo tanto los propietarios compran concentrado en ambas épocas, los resultados se ven en que el 95% de estos compran concentrado en verano e

invierno para ellos no es importante la época del año; ya que velan que el ganado este bien alimentado y el 100% realizan su compra una vez por semana por lo cual existirá una producción y venta constante. SEGÚN PREGUNTA N° 3 y N° 9.

Es importante que los propietarios de ganado tengan la posibilidad económica de adquirir un terreno para alimentar a su ganado con zacate, pero en algunos casos, los que no los poseen deben de recurrir al alquiler de estos, dificultando así la adquisición del concentrado; en el caso de la investigación realizada el 83% de los encuestados posee pastizales propios lo que nos indica que tiene capacidad económica para comprar el concentrado incrementando así el nivel de la demanda. SEGÚN PREGUNTA N° 4.

Asimismo los resultados permitieron identificar la cantidad de ganado que posee cada consumidor con un total del 49% se establece que los ganaderos poseen más de 15 cabezas cada uno, indicando que existe una alta demanda de concentrado bovino lechero. SEGÚN PREGUNTA N° 5,

Al analizar los resultados obtenidos en la cantidad de compra de concentrado bovino lechero se identificó que la zona en la que se pretende instalar la fábrica de concentrado bovino lechero existe una gran cantidad de demandantes, dado que la mayor parte de la muestra con un 73% adquiere de 1 a 25 quintales de concentrado, con esto se puede proyectar una producción bastante significativa que se puede tomar en cuenta al aperturar la fábrica. SEGÚN PREGUNTA N° 10.

➤ **ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA DE “ACOVIFEM” DE R.L.**

En un mercado competitivo hay muchos compradores y muchos vendedores, tal es el caso del concentrado para ganado bovino lechero, ya que cada uno ejerce una influencia insignificante en

el precio del mercado; a través de éstas preguntas se logró identificar que el 95% de los encuestados mencionó que no existe un lugar cerca en el que se pueda adquirir con facilidad el concentrado, lo que les genera mayores costos de transporte, tiempo y precio al momento de adquirirlo, por lo que se determina que no existirá competencia al aperturar la fábrica y por ende para la comercialización del concentrado ya que un 81% coinciden que el lugar de compra de concentrado para el ganado bovino lechero es el Municipio de Zacatecoluca existiendo una distancia de 55 km. SEGÚN PREGUNTA N° 6 y 7.

➤ ANÁLISIS DE PRECIOS.

El precio es importante en nuestra economía, en la mente del consumidor y en una empresa determinada, además el precio no solamente es la cantidad de dinero sino otros elementos de utilidad que se necesitan para adquirir el producto, en el caso del análisis del concentrado para ganado bovino lechero el 90% de los ganaderos manifestaron que los gastos de adquisición de concentrado para ganado bovino lechero ascienden a más de \$ 100 por cada compra que realizan, si esta cantidad si se tomara como base existiendo 41 clientes el ingreso que tendrían la cooperativa sería de \$ 4100 por semana, tomando en cuenta el número de quintales que estos compran a un precio de \$18 a \$20. por lo tanto, se estima que este sería el ingreso semanal que tendrían la cooperativa al ser aperturada la fábrica, al mismo tiempo el 98% de los propietarios de ganado, manifiesta que los precios de venta actuales del concentrado para ganado bovino lechero son altos ya que lo adquieren a un precio de \$18 a \$20 por quintal. SEGÚN PREGUNTA N° 11 Y 12.

➤ **INTENCIÓN DE COMPRA.**

La calidad es subjetiva ya que; para lo que algunos es calidad para otros no lo es, pero está compuesta por un conjunto de características que posee un bien o servicio que determinan la capacidad de satisfacer necesidades, el 95% de los ganaderos consideran la calidad como factor principal al momento de realizar su compra ya que si el concentrado no posee esta característica no obtienen el mismo resultado de producción de leche, por otro lado un 5% expresó que el factor que toman en cuenta al momento de comprar el concentrado es el precio, ya que no están con la disposición financiera para comprar un producto de mejor calidad. SEGÚN PREGUNTA N° 13.

La satisfacción es una de las características que resultan después de adquirir un producto, es por ello que es necesario investigar sobre la conformidad de los consumidores al adquirir el concentrado, en este caso los datos arrojaron que el 100% de los encuestados no está conforme con las particularidades que ofrecen los proveedores ya que manifestaron que el precio es alto y que además tienen problemas al transportar el producto e incurrir en gastos; ya que existe una distancia muy larga para adquirirlo. SEGÚN PREGUNTA N° 14 Y N° 15.

Al aperturarse la fábrica de concentrado para ganado bovino lechero, los consumidores del sector de Jiquilisco manifiestan que estarían dispuestos a adquirir el concentrado que será elaborado por las asociadas de ACOVIFEM de R.L., siempre que el concentrado sea de buena calidad y que logre iguales o mejores resultados en la producción de leche que los concentrados con los que alimentan actualmente a su ganado. SEGÚN PREGUNTA N° 16.

Los datos obtenidos de éstas dos preguntas nos confirman que el proyecto de apertura de la fábrica de concentrado bovino lechero tendría resultados positivos al iniciar las operaciones de producción; dado que los ganaderos se verían beneficiados por que habría una mayor

accesibilidad al momento de adquirirlo al mismo tiempo que aseguran que se ahorrarían gastos, como el de transportar el producto de un lugar a otro, sea éste el caso de llevarlo del agroservicio a su propiedad. SEGÚN PREGUNTA No 17 Y N° 18.

E. ALCANCES Y LIMITACIONES

1. ALCANCES

- a) Las personas que colaboraron respondiendo la encuesta proporcionaron información relevante que sirvió para elaborar el diagnóstico de la situación actual.
- b) Las personas presentaron una actitud positiva al momento de brindar la información que se estaba solicitando.
- c) No se presentó ningún inconveniente para llegar a la zona, al momento que se realizó la recolección de información es decir, las calles tiene fácil acceso y hay rótulos que guían al lugar.

2. LIMITACIONES

- a) La distancia entre cada ganadero era bastante larga y se tenía que recorrer largas distancias para llegar a cada uno por lo cual fue imposible llegar a todos los propietarios establecidos en la muestra que eran 60 de estos solo se logró encuestar a 43.
- b) No se logró encuestar a las 25 asociadas establecidas en la muestra, por no encontrarse en su hogar, solo se pudieron encuestar 16 del total de las asociadas, esto por estar realizando otras actividades personales.
- c) El trayecto de San Salvador a Jiquilisco es largo y se recorrió de 2 a 3 horas de viaje para llegar al lugar en el que se realizaron las entrevistas, lo que nos restó tiempo al momento de recolectar la información.

F. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1. CONCLUSIONES

- a)** En el municipio de Jiquilisco existe gran potencial de demanda de concentrado para ganado bovino lechero, ya que éste es proporcionado diariamente al ganado.
- b)** Los consumidores de concentrado para ganado bovino están dispuestos a comprar en ACOVIFEM DE R.L. siempre y cuando tenga un mejor precio y buena calidad en el producto.
- c)** Los precios del concentrado para ganado bovino lechero en el mercado se mantienen en un rango de \$18 a \$20 por quintal, lo que permite a las asociadas de ACOVIFEM, de R.L. analizar a la competencia.
- d)** Los precios del concentrado para ganado bovino lechero se ven afectados por los incrementos en combustible y la escasez de la materia prima aumentando los costos en la producción.
- e)** El proyecto para la apertura de una fábrica de concentrado para ganado bovino lechero en ACOVIFEM de R.L es factible y viable; además todas las asociadas están en la total disposición de colaborar en la apertura de la fábrica y conocen el proceso de producción del concentrado para ganado bovino lechero.
- f)** Para tener una buena producción de leche los propietarios de ganado bovino lechero les proporcionan concentrado en época de invierno y de verano.

2. RECOMENDACIONES

- a)** Contribuir a la satisfacción de gustos y preferencias de los consumidores de concentrado para ganado bovino lechero aprovechando que es un mercado bastante amplio.
- b)** Se recomienda ACOVIFEM de R.L. elaborar el producto con excelente materia prima garantizando su calidad, que permita mantener la preferencia en el consumidor y buscar una persona especializada en el área de concentrado para ganado bovino lechero con el propósito de obtener un producto final de alta calidad.
- c)** Se sugiere establecer un precio promedio entre \$16 y \$18 por quintal ya que se tomará como base el precio de la competencia el cual están dispuestos a pagar los consumidores y al mismo tiempo tomando en cuenta los costos de la materia prima, producción, mano de obra, y margen de utilidad.
- d)** Establecer el canal directo: Fabricante - Consumidor, ya que es la vía más corta y rápida que se utiliza, no tiene niveles de intermediarios.
- e)** Poner en marcha el proyecto de la apertura de concentrado para ganado bovino lechero en el municipio de Jiquilisco cubriendo la demanda insatisfecha.
- f)** Cuando la fábrica de concentrado se encuentre en funcionamiento se recomienda mantener una producción constante.

CAPÍTULO III.

PROPUESTA PARA LA APERTURA DE UNA FÁBRICA DE CONCENTRADO PARA GANADO BOVINO LECHERO PARA LA ASOCIACIÓN COOPERATIVA ACOVIFEM DE R.L. EN EL MUNICIPIO DE JIQUILISCO, DEPARTAMENTO DE USUSLUTÀN.

A. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA.

1. GENERAL

Elaborar una propuesta de apertura de una fábrica de concentrado para ganado bovino lechero para la Asociación Cooperativa de Producción Artesanal, Comercialización y Consumo Visión Femenina de R.L. (ACOVIFEM DE R.L.) en el municipio de Jiquilisco, departamento de Usulután.

2. ESPECÍFICOS

- 2.1 Establecer el proceso de producción de concentrado para ganado bovino lechero para elaborar un producto que satisfaga las necesidades de los consumidores.
- 2.2 Identificar la inversión económica necesaria para aperturar una fábrica de concentrado para ganado bovino lechero.
- 2.3 Desarrollar una propuesta organizativa que permita fijar las actividades según el nivel jerárquico para un mejor control en las funciones administrativas.

B. IMPORTANCIA

Es importante fijarse sueños los cuales serán alcanzados con dedicación, empeño y trabajo en equipo, logrando al final la satisfacción por los resultados que se obtienen. Este es el caso de las integrantes de Asociación Cooperativa de Producción Artesanal Comercialización y Consumo Visión Femenina de R.L. (ACOVIFEM DE R.L.) que cuentan con las disposición y el optimismo de llevar a cabo un proyecto de elaboración de concentrado para ganado bovino lechero que les permita el ingreso al sector productivo, desarrollar sus habilidades, capacidades y destrezas en la producción de este, así mismo se desenvuelven de forma individual y apoyan a la población con la generación de empleo y al progreso municipal.

C. ESTUDIO DE MERCADO

Con el estudio de mercado se buscará comprobar que existe un número de consumidores, empresas y otros entes que representan una demanda, que justifican la inversión en un programa de producción de un bien durante cierto período de tiempo.

1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA.

Se pretende satisfacer la necesidad de los propietarios de ganado bovino, basándonos en la calidad que es el principal factor para comprar el producto, no olvidando que debe tener un precio accesible.

2. ANÁLISIS DE LA OFERTA.

Se proyecta producir un promedio de 1368 quintales por mes. Ya que 57 ganaderos comprarán un promedio de 6 quintales semanales, lo que proporcionaría un ingreso en la semana de US\$ 105.66 por ganadero con un precio unitario de \$17.61.

3. ANÁLISIS DE LAS 4P`S.

3.1 Producto.

El producto que será fabricado es concentrado para ganado bovino lechero, el cual proporcionará un complemento alimenticio para brindar al ganado nutrientes que ayudaran a una mejor producción de leche, ya que estará compuesto por una mezcla de harina de galleta, secuestrante, harina de hueso, cascarilla de maní, bicarbonato, sal, soya, sémola de maíz y vitaminas.

➤ Logo.

El logo estará representado por la imagen de una vaquita; la cual estará dentro de un recuadro con tonos celestes, tendrá el nombre de marca en la parte superior así los consumidores podrán reconocer el concentrado para ganado bovino lechero y su propósito es conseguir que los clientes lo tengan presente en su mente.



La presentación del concentrado para ganado bovino lechero debe contener los siguientes elementos.

Material de Empaque: Saco de polipropileno, con un costo de \$0.31 ctvs. c/u; que incluye la marca plasmada en el empaque.

Tamaño: El concentrado para ganado bovino lechero se venderá en la presentación de un quintal.

Color del Empaque: El color del saco donde se empaquetará el producto será blanco.

Contenido del Empaque: Con el propósito de que los clientes lo puedan identificar el producto el empaque tendrá descritas algunas características como lo son:

- Nombre del producto
- Peso.
- Fabricante.
- Logo.

➤ **Eslogan.**

Debido a que la empresa no posee un slogan el grupo de tesis propone a la asociación el siguiente:

“La solución sencilla para una mayor producción de leche”

3.2 Precio.

El precio de venta que se propone estará establecido por los gastos de operación y los costos de producción que se incurren en la fabricación de éste, además de la producción anual estimada.

➤ **Costo de Producción Anual.**

Las unidades a producir en el 2010 es de 16416 sacos de concentrado para ganado bovino lechero, con un costo de materia prima por unidad es de \$14.65, por lo que el costo de materia prima en el año asciende a \$240,494.40.

MESES	UNIDADES	COSTO	COSTO DE MATERIA PRIMA
ENERO	1368	\$ 14.65	\$ 20,041.20
FEBRERO	1368	\$ 14.65	\$ 20,041.20
MARZO	1368	\$ 14.65	\$ 20,041.20
ABRIL	1368	\$ 14.65	\$ 20,041.20
MAYO	1368	\$ 14.65	\$ 20,041.20
JUNIO	1368	\$ 14.65	\$ 20,041.20
JULIO	1368	\$ 14.65	\$ 20,041.20
AGOSTO	1368	\$ 14.65	\$ 20,041.20
SEPTIEMBRE	1368	\$ 14.65	\$ 20,041.20
OCTUBRE	1368	\$ 14.65	\$ 20,041.20
NOVIEMBRE	1368	\$ 14.65	\$ 20,041.20
DICIEMBRE	1368	\$ 14.65	\$ 20,041.20
COSTO TOTAL	16416		\$ 240,494.40

Las unidades a producir se definieron mediante una tendencia en el análisis de las encuestas, de 43 personas 41 expresaron una respuesta positiva a la compra de concentrado para ganado siendo éste el 95%. El total de la población son 60 ganaderos por el 95% que marca la tendencia se establecen 57 personas como clientes potenciales. Se estima que cada persona comprara un estimado de seis sacos por semana. Para los años siguientes se proyecta un incremento del 1% de las unidades a producir.

CLIENTES POTENCIALES	57
VENTA SEMANAL POR PERSONA	6
VENTA SEMANAL POR 57 PERSONAS	342
VENTA MENSUAL	1368

➤ **Cálculo del Precio de Venta.**

El precio de venta se definió calculando los costos de producir el concentrado para ganado bovino más un margen de utilidad establecido por las asociadas.

$$\text{COSTOS DE PRODUCIR} = \frac{\text{GTOS. ADMON. + GTOS VENTA+ GASTOS FINANCIEROS + COSTO DE MATERIA PRIMA}}{\text{CANTIDAD DE PRODUCCIÓN ANUAL}}$$

Los datos a utilizar son provenientes de los totales de los presupuestos correspondientes a los gastos de administración, venta y financieros; además del costo total de la materia prima para el año 2010.

$$\text{COSTOS DE PRODUCIR} = \frac{\$4913.06 + \$ 25004.94 + \$ 4,963.67 + 240494.40}{16,416}$$

$$\text{COSTOS DE PRODUCIR} = \frac{\$ 278,711.15}{\$ 16,416.00}$$

$$\text{COSTOS DE PRODUCIR} = \$ 16.77$$

$$\text{MARGEN DE UTILIDAD} = 5\%$$

$$\text{PRECIO DE VENTA} = \$ 17,61$$

Nota: Se establece que el precio de venta tendrá un incremento del 5% debido a las variaciones en el costo de las materias primas.


3.3 Plaza.

Para determinar la localización de la fábrica de concentrado para ganado bovino lechero no fue necesario utilizar los métodos para establecerla debido a que ellos ya tienen definido el lugar donde estará ubicada en el caserío San Juan del Gozo en el Municipio de Jiquilisco, Departamento de Usulután, esto se debe a que las asociadas residen en este lugar y que además el espacio físico donde se ubicará ha sido dado en *comodato* por la presidenta de la Asociación.



Canal de Distribución:

La comercialización del producto será a través del canal de distribución que permita distribuir el producto a todos los consumidores potenciales, el cual es el siguiente:

Productor  **Consumidor**

Este canal considera la distribución del concentrado directamente de la fábrica en donde los consumidores podrán pasar a comprarlo.

3.4 Promoción.

El medio por el cual la Asociación dará a conocer el concentrado para ganado bovino lechero además de la técnica boca a boca es la colocación de un banner publicitario en el exterior de las instalaciones de la fábrica.

BANNER PUBLICITARIO



ARTICULO	COSTO
Banner	\$ 50.00

D. ESTUDIO TÉCNICO

En el estudio técnico se consideraron los elementos como el tamaño del proyecto en el cual se determinará, el proceso productivo, aunque en este punto no existan diferentes alternativas, para determinar una localización óptima; se justifica la selección en el punto **(3.3 Plaza)**, ya que evitará un gasto extra en adquirir una propiedad o arrendar una al inicio de las operaciones.

1. TAMAÑO DEL PROYECTO

1.1 Requerimiento de Maquinaria.

La maquinaria a utilizar en el proceso productivo de concentrado para ganado bovino, no requiere de tecnología avanzada pues el uso no es complejo y no necesita de un mayor entrenamiento; ya que puede ser utilizado por cualquier persona, dado que al inicio del proceso los pasos son manuales, y el resto lo hace la maquina monitoreado por las personas.

Para la producción de concentrado para ganado bovino lechero se requiere la adquisición de la siguiente maquinaria:

➤ **Maquinaria Donada.**

EQUIPO	DESCRIPCION	MARCA	PROVEEDOR	UNIDADES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Mezcladora para concentrado húmedo y seco.	Con capacidad de 5 qq por ciclo (10 a 15 minutos) con guardamotor de protección tipo arranque estrella delta con sistema de piñonaje para reducción de velocidad; incluye: fajas y poleas , tolva para grasa.	BALDOR	Montajes Agrícolas	1	\$ 2.950,00	\$ 2.950,00
Molino de Martillo Combinado Modelo Junior	con capacidad 3-5 quintales por hora en molido y en picado de 1-2 toneladas por hora, acoplado a motor gasolina de 5.5 hp	HONDA	Montajes Agrícolas	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Costo Total						\$ 4.150,00

NOTA: La Mezcladora para concentrado húmedo y seco y el Molino de Martillo combinado fueron adquiridas a través de una donación del Comité Oscar Romero de España. Ver anexo 3 con especificaciones de cada maquina.

➤ **Maquinaria a Adquirir.**

EQUIPO	DESCRIPCION	MARCA	PROVEEDOR	UNIDADES	COSTO	COSTO TOTAL
Bascula	Báscula Mecanica de Plataforma TEC-24-25	TECNIPESA	Basculas y balanzas	2	\$ 415.00	\$ 830.00
Carretilla	Tipo Tolva	IMACASA	METCO	1	\$ 33.81	\$ 33.81
Extintor	Exitintor de Dioxido de Carbono con capacidad de 20 libras	KIDDE	Oxgasa	2	\$ 24.00	\$ 48.00
Costo Total						\$ 911.81

NOTA: Esta maquinaria que será adquirida a través del préstamo fue cotizada en diferentes lugares ver Anexo 3.

1.2 Depreciación de la Maquinaria.

La depreciación de la maquinaria a utilizar en el proyecto de producción de concentrado para ganado bovino lechero se realizará por el método lineal, detallado de la siguiente manera:

➤ Depreciación de Molino de Martillo Combinado Modelo Junior

$$Depreciación = \frac{Costo del activo}{vida} = \frac{\$1200}{5 años} = \$240$$

Años	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en libros
			\$ 1,200.00
1	\$ 240.00	\$ 240.00	\$ 960.00
2	\$ 240.00	\$ 480.00	\$ 720.00
3	\$ 240.00	\$ 720.00	\$ 480.00
4	\$ 240.00	\$ 960.00	\$ 240.00
5	\$ 240.00	\$ 1,200.00	\$ -

➤ Depreciación Mezcladora para Concentrado Húmedo y Seco.

$$Depreciación = \frac{Costo del activo}{vida} = \frac{\$2950}{5 años} = \$590$$

Años	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en libros
			\$ 2,950.00
1	\$ 590.00	\$ 590.00	\$ 2,360.00
2	\$ 590.00	\$ 1,180.00	\$ 1,770.00
3	\$ 590.00	\$ 1,770.00	\$ 1,180.00
4	\$ 590.00	\$ 2,360.00	\$ 590.00
5	\$ 590.00	\$ 2,950.00	\$ -

1.3 Presupuesto de Mano de Obra Directa.

Para producir el concentrado para ganado bovino lechero de muy buena calidad se requiere un agrónomo, el cual de asesoría a las 8 operarias que elaboren el producto, éste tendrá la responsabilidad de supervisar el proceso de producción con el objetivo de que se fabrique el concentrado cumpliendo con los requisitos de calidad requeridos por los propietarios de ganado, además se requerirá de una persona que se encargue de los procesos administrativos y contables; por lo cual se estima lo siguiente:

CARGO	NÚMERO DE PERSONAS	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	PRIMA VACACIONAL	AGUINALDO	TOTAL SUELDOS Y SALARIOS ANUAL
Agrónomo	1	\$ 400.00	\$ 4,800.00	\$ 60.00	\$ 133.33	\$ 4,993.33
Administrativo	1	\$ 250.00	\$ 3,000.00	\$ 37.50	\$ 83.33	\$ 3,120.83
Operarias	8	\$ 207.60	\$ 19,929.60	\$ 249.12	\$ 249.12	\$ 20,427.84
Total	10	\$ 857.60	\$ 27,729.60	\$ 346.62	\$ 465.78	\$ 28,542.00

Al Agrónomo se le han sido asignado \$61.00 dólares mensual para viáticos que corresponden para transporte y alimentación ya que este visitará la fabrica 3 veces por semana.

1.4 Requerimiento de Materia Prima.

Para la producción de un quintal de concentrado para ganado bovino lechero se requieren las siguientes materias primas detalladas en el siguiente cuadro con su respectivo costo cotizado previamente.

CANTIDAD	DESCRIPCION DE LA MATERIA PRIMA	PRECIO POR QUINTAL	PRECIO LIBRA	COSTO DE PRODUCCION
20	libras de Harina de galleta	\$ 13.00	\$ 0.13	\$ 2.60
10	libras de cascarilla de mani	\$ 8.75	\$ 0.09	\$ 0.88
1	libra de sal	\$ 4.75	\$ 0.05	\$ 0.05
20	libras de soya	\$ 26.50	\$ 0.27	\$ 5.30
1/2	libra de secuestrante	\$ 28.28	\$ 0.28	\$ 0.14
1/2	libra de Bicarbonato	\$ 31.85	\$ 0.32	\$ 0.16
25	libras de Semola de Maiz	\$ 15.00	\$ 0.15	\$ 3.75
5	libras de Harina de Hueso	\$ 14.00	\$ 0.14	\$ 0.70
1/2	libra de Vitaminas	\$ 83.21	\$ 0.83	\$ 0.42
17 1/2	libras de Melaza.	\$ 1.15	\$ 0.01	\$ 0.20
1	SACO			\$ 0.31
	Gasolina	\$ 0.15		\$ 0.15
COSTO TOTAL				\$ 14.65

Nota: Ver Anexo 3 correspondiente a las cotizaciones de Materias Primas.

2. Distribución en Planta

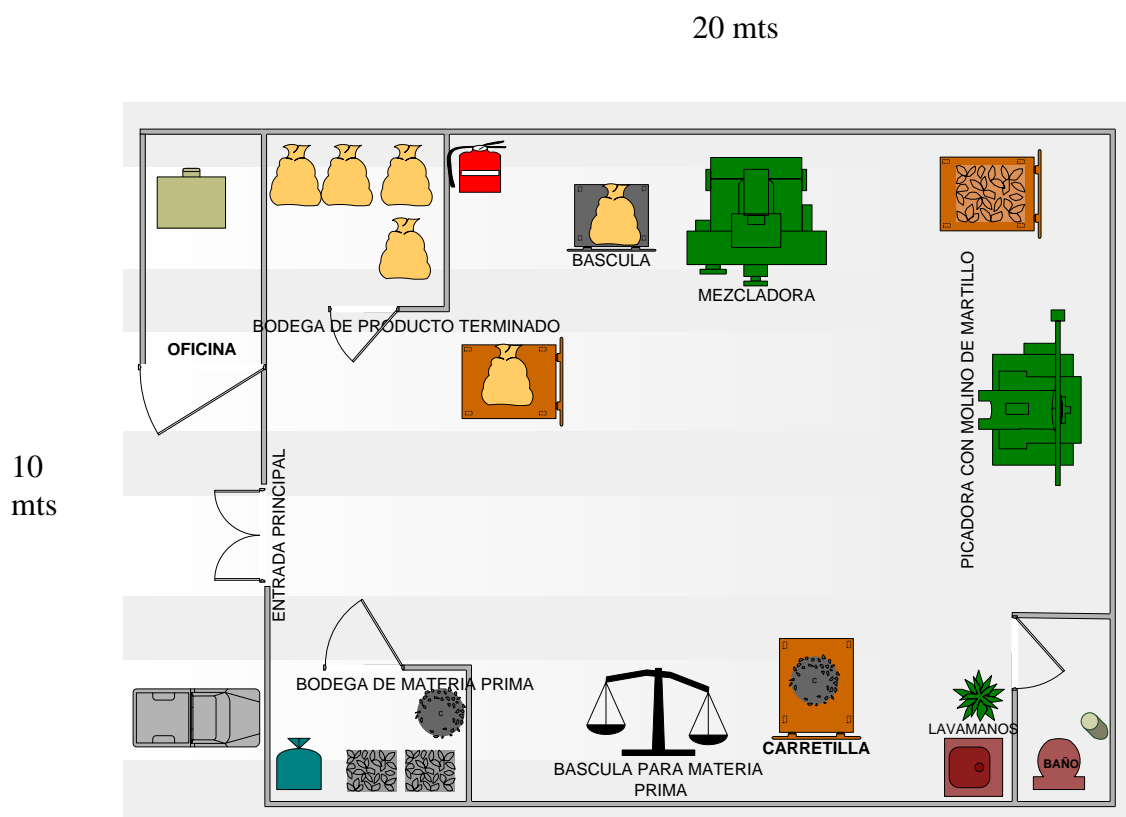
En esta propuesta de distribución de planta se tomaron en cuenta la mínima distribución de recorrido ya que es importante tratar de reducir en lo posible la manipulación de los materiales con el fin de trazar el mejor flujo dentro de la planta es por ello que en la ingeniería del proyecto se estableció una distribución tipo "C". Para el proceso de producción se contara con 8 operarias. El siguiente presupuesto es para la construcción de las divisiones que corresponden a la oficina administrativa, bodega de producto terminado y de materia prima, así como el servicio sanitario, ya que el terreno ya posee una construcción.

MATERIALES	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Ladrillos calabera	1500	\$ 0,17	\$ 255,00
Cemento	20	\$ 6,90	\$ 138,00
Arena M ²	5	\$ 12,00	\$ 60,00
Grava M ²	5	\$ 27,00	\$ 135,00
hierro	3	\$ 45,00	\$ 135,00
Inodoro	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Lavamanos	1	\$ 22,00	\$ 22,00
Poliducto rollo 1/2.	1	\$ 11,00	\$ 11,00
Alambre TNM 12.2 rollo.	1	\$ 98,00	\$ 98,00
Lampara doble	3	\$ 20,00	\$ 60,00
Switch	1	\$ 3,00	\$ 3,00
Tuberia PVC de 2" 2 1/2 mtrs.	2,5	\$ 5,50	\$ 13,75
Sifon	1	\$ 4,50	\$ 4,50
Codo	2	\$ 0,90	\$ 1,80
Uniones 2"	2	\$ 0,60	\$ 1,20
Ladrillo de piso	315	\$ 0,14	\$ 44,10
Foco ahorrador	1	\$ 4,00	\$ 4,00
Total			\$ 1.036,35
Mano de Obra Albañil	1		\$ 518,18
Total			\$ 1.554,53

El albañil cobra 50% del costo total del material a utilizar para la construcción.

➤ Distribución de la planta

A continuación se presenta la planta de producción con la construcción de las divisiones de la oficina administrativa, bodegas y servicio sanitario; con la propuesta de distribución ya que actualmente solo existe el espacio donde será establecida la planta.



Elaboró equipo de investigación

2.1 Ingeniería del Proyecto

➤ Distribución del Equipo

Descripción del proceso de producción

Pasos para la producción de concentrado para ganado bovino lechero

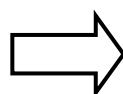
1. Sacar la materia prima de la bodega.
2. Traslada la materia prima a la báscula.
3. Pesa las cantidades de materia prima a utilizar.
4. Traslada la materia prima ya pesada en la carretilla a la picadora.
5. La picadora empieza el proceso de picado y se inspecciona por 10 minutos.
6. Traslada en la carretilla el producto picado a la mezcladora.
7. Empieza a mezclar el producto picado por 10 minutos.
8. Agregar melaza sobre la materia prima y mezclar por 5 minutos más.
9. Luego se procede a llenar los sacos de concentrado de 1 quintal y se pesan.
10. Traslada en la carretilla los sacos de concentrado a la bodega de producto terminado.
11. Almacenamiento.

➤ **Descripción del proceso por diagrama de procesos.**

Simbología internacionalmente aceptada para representar las operaciones efectuadas, dicha simbología es la siguiente:



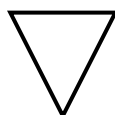
OPERACIÓN: Significa que se efectúa un cambio o transformación en algún componente del producto, ya sea por medios físicos, mecánicos o químicos o la combinación de cualquiera de los tres.



TRANSPORTE: Es la acción de movilizar de un sitio a otro algún elemento en determinada operación o hacia algún punto de almacenamiento o demora.



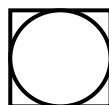
DEMORA: Se presenta generalmente cuando existen cuellos de botella en el proceso y hay que esperar turno para efectuar la actividad correspondiente. En otras ocasiones, el propio proceso exige una demora.



ALMACENAMIENTO: Tanto de Materia Prima, de Producto en Proceso, o de Producto Terminado.



INSPECCIÓN: Es la acción de controlar que se efectúe correctamente una operación, un transporte o verificar la calidad del producto.



OPERACIÓN COMBINADA: Ocurre cuando se efectúa simultáneamente dos de las acciones mencionadas.

CURSOGRAMA ANALÍTICO DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN DE CONCENTRADO PARA GANADO BOVINO.

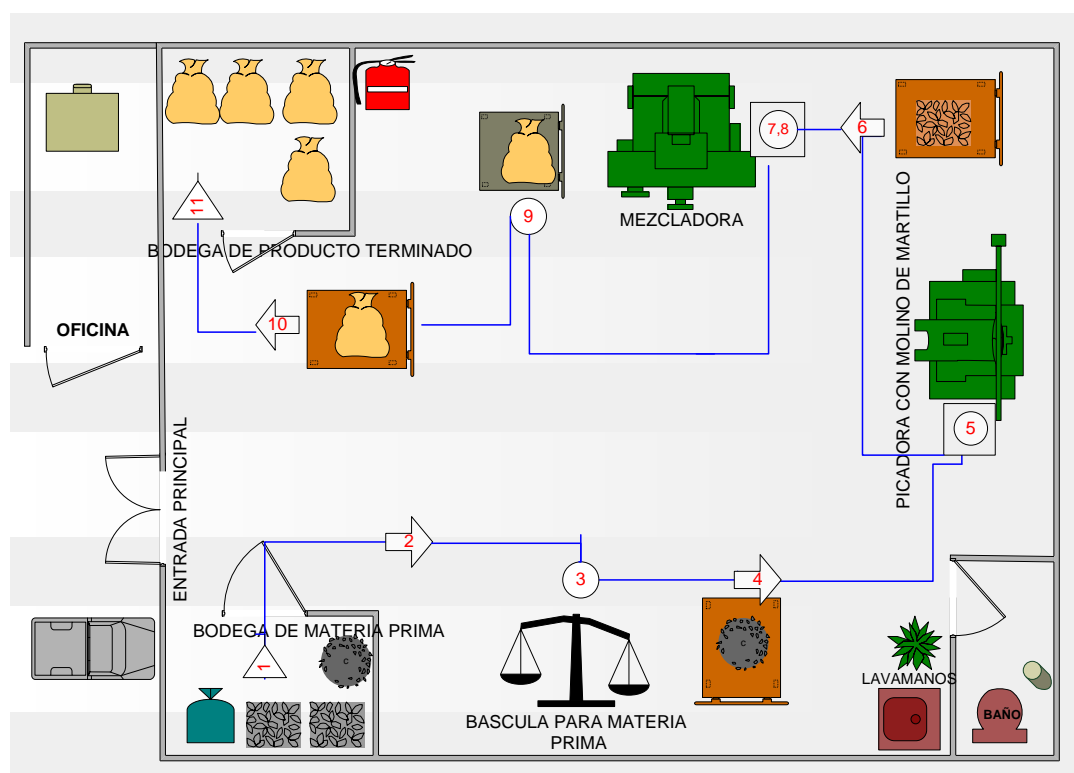
ACOVIFEM de R.L. CURSOGRAMA ANALITICO								
Diagrama Nº 1 Hoja Nº 1		RESUMEN						
Objetivo: Unidad - Hombre		ACTIVIDAD	ACTUAL	PROPUESTA	ECONOMIA			
ACTIVIDAD: Produccion de Concentrado METODO: Actual Propuesta		OPERACIÓN ○		0				
		TRANSPORTE ⇨		0				
		ESPERA ◐		0				
		INSPECCION □		0				
		ALMACENAMIENTO ▽		0				
LUGAR: ACOVIFEM de R.L.		DISTANCIA (M)						
Operaria:		TIEMPO (MIN-HOMBRE)						
HECHO POR: FECHA: 01/10/2009		COSTO						
APROBADO POR: FECHA: 01/10/2009		MANO DE OBRA, MATERIALES						
		TOTAL						
Nº	DESCRIPCIONES	SIMBOLOS						OBSERVACIONES
		○	⇨	◐	□	▽		
1	Sacar la MP de la bodega						●	
2	Trasladar la MP a la bascula						●	
3	Pesar las cantidades de MP a utilizar	●						
4	Traslada MP ya pesada en la carretilla a la picadora						●	
5	La picadora empieza el proceso de picado y se inspecciona por 10 minutos.						●	
6	Traslada en la carretilla el producto picado a la mezcladora.						●	
7	Empieza a mezclar el producto picado por 10 minutos.						●	
8	Agregar melaza sobre la MP y mezclar por 5 minutos.						●	
9	Luego se procede a llenar los sacos de concentrado de 1 quintal y se pesan	●						
10	Trasladar en la carretilla los sacos de concentrado a la bodega de producto terminado.						●	
11	Almacenamiento.						●	
TOTAL		2	3	4	0	0	2	

➤ **Diagrama de recorrido.**

A continuación se presenta la planta de producción con la construcción de las divisiones de la oficina administrativa, bodegas y servicio sanitario; que incluye la propuesta de recorrido que tendría el proceso de producción del concentrado de ganado bovino.

20 mts

10
mts



3. MARCO LEGAL PROPUESTO PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LA ASOCIACIÓN.

N°	DESCRIPCIÓN	LUGAR DE TRAMITE
1	Inscripción patronal en el Instituto Salvadoreño del Seguro Social (ISSS). Y afiliación de los empleados a la institución.	Instituto Salvadoreño del Seguro Social (ISSS).
2	Inscripción del personal en la Administradora de Fondo de Pensiones (AFP).	AFP CRECER AFP CONFIA
3	Inscripción de patentes	Centro Nacional de Registros CNR
4	Inscripción de la Matricula de Comercio	Centro Nacional de Registros CNR
5	Registro de la Planta de Producción	Alcaldía de Jiquilisco.

E. DISEÑO ADMINISTRATIVO Y DE ORGANIZACIÓN

1. PLANEACIÓN

➤ **Generalidades de la fábrica**

➤ **Razón Social:** Asociación Cooperativa de Producción Artesanal Comercialización y Consumo

Visión Femenina de R.L.

➤ **Nombre Comercial:** LA VAQUITA FELIZ.

➤ **Giro:** El giro de la empresa será de producción y comercialización de concentrado para ganado bovino lechero.

➤ **Misión**

Somos una Asociación Cooperativa dedicada a la producción de concentrado para ganado bovino lechero y a la comercialización de éste con un precio justo, satisfaciendo las necesidades del consumidor.

➤ **Visión**

Ser una Cooperativa Comercializadora de productos de la más alta calidad y con precios accesibles al consumidor, contribuyendo al desarrollo local; apoyando económica y socialmente al progreso de la mujer.

➤ **Objetivo**

Elaborar concentrado para ganado bovino lechero de alta calidad a un precio accesible que satisfaga la necesidad de los consumidores.

Posicionarnos en el mercado logrando que nuestro producto ocupe un lugar exclusivo y deseado en relación con la competencia.

Mantener una producción constante para tener existencia del producto y que el consumidor siempre encuentre lo que busca.

➤ **Valores**

Trabajo en equipo: En ACOVIFEM deberán trabajar de manera coordinada y en equipo buscando siempre cumplir con los objetivos planteados para el éxito de la empresa.

Servicio al cliente: La satisfacción de los usuarios de ACOVIFEM se estimulará a través de un excelente servicio al cliente.

Mejora continua: En ACOVIFEM se pretende mejorar los procesos con las exigencias que los clientes presenten en el día a día.

Lealtad a nuestra asociación: Los integrantes de ACOVIFEM deberán resguardar sus procesos; mostrando honestidad respeto a la empresa.

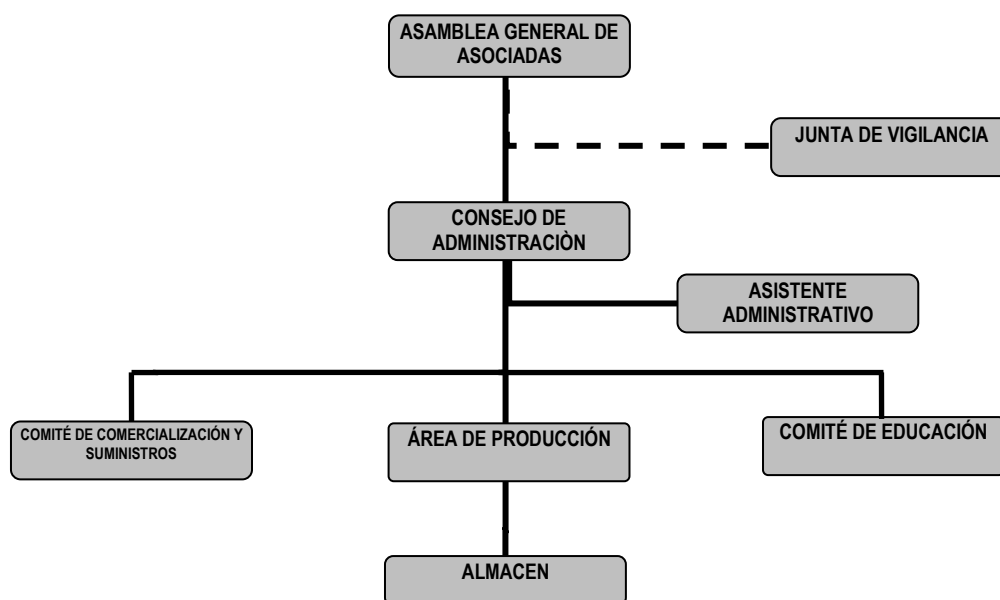
2. Organización

Debido a que ACOVIFEM no poseía un organigrama, se elaboró la siguiente propuesta con el fin de que exista una estructura proyectada de puestos en la asociación y ésta este formalmente organizada.

PROPUESTA DE ORGANIGRAMA GENERAL

Asociación Cooperativa de Producción Artesanal, Comercialización y Consumo

Visión Femenina de Responsabilidad Limitada.



Elaboró: Equipo de investigación. Diciembre de 2009.

-----	Las líneas discontinuas representan Autoridad de asesoría o de staff.
	Las líneas llenas verticales indican autoridad sobre.
————	Las líneas horizontales señalan especialización y correlación.
▭	Rectángulo representan las unidades, cargos, órganos dentro de la organización.

➤ FUNCIONES PRINCIPALES

ASAMBLEA GENERAL

La Asamblea General de Asociados es la autoridad suprema de las asociaciones cooperativas. Sus acuerdos obligan a todos los asociados, presentes y ausentes, conformes o disidentes. La Asamblea General elegirá al Consejo de Administración, la Junta de Vigilancia y los Comités respectivos.

JUNTA DE VIGILANCIA

La Junta de Vigilancia ejercerá la supervisión de todas las actividades de la asociación cooperativa y fiscalizará los actos del Consejo de Administración y de los demás órganos administrativos, así como de los empleados.

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

El Consejo de Administración es el órgano responsable de la marcha administrativa de la cooperativa y constituye el instrumento ejecutivo de la Asamblea General de Asociados.

Tiene facultades de dirección y administración plenas de los asuntos de la asociación cooperativa. El Presidente del Consejo tiene la representación legal, pudiendo sustituirla cuando sea conveniente para la buena marcha de la Asociación.

ASISTENTE ADMINISTRATIVO

- Encargada de atención al cliente como del proceso de venta del producto y realizar la facturación respectiva.
- Llevar el control de las entradas de efectivo por venta del producto y remesar al banco dicho dinero.

- Realizar las planillas de sueldo, planilla de Seguro Social y de Fondo de Pensiones así como el pago de las mismas.
- Efectuar registros contables, como llevar libros de Compras y Ventas, realizar declaraciones de IVA, etc.

COMITÉ DE COMERCIALIZACIÓN Y SUMINISTROS

- Planificar y resolver, de común acuerdo con el consejo de administración, todo lo relacionado con la comercialización de los productos elaborados por las asociadas y así prestar a las asociadas un servicio eficiente en beneficio de los intereses de la cooperativa.
- Abastecer a la cooperativa con los insumos necesarios para el trabajo.

ÁREA DE PRODUCCIÓN

- Llevar el control de la fábrica de concentrado para ganado bovino, incluyendo la inspección de la materia prima, elaboración del producto y verificación de la calidad de éste; así como llevar el control de entradas y salidas de materia prima y de producto terminado.

COMITÉ DE EDUCACIÓN

- Someter al Consejo de Administración el plan de trabajo anual y el presupuesto correspondiente.
- Planificar y realizar cursos, seminarios, círculos de estudio, reuniones, grupos de discusión y otras actividades a fin de educar a los asociados y a los interesados en asociarse a la cooperativa y Organizar actos culturales de diversa naturaleza

ALMACÉN

- El encargado del Almacén será el responsable de la bodega de producto terminado.
- El encargado deberá elaborar reportes de producto terminado y de la existencia de materia prima en bodega para ser presentado al gerente de producción.

3. DIRECCIÓN.

Se propone que la dirección de la asociación deberá estar representada por una persona que logre influir sobre las demás asociadas y así puedan contribuir al desarrollo de las metas de la organización y de todo el grupo. Es por ello que presentamos 4 aspectos importantes que deben de ser tomados en cuenta por la persona que desarrolle esta función.

- **Motivación:** Es necesario que las asociadas reciban estímulos para que estas se sientan motivadas a querer seguir cumpliendo con las metas establecidas.
- **Liderazgo:** En la asociación deberá nombrarse un líder que tenga la capacidad de influir en las actividades laborales de las asociadas.
- **Trabajo en Equipo:** Las asociadas deberán trabajar de manera coordinada y en equipo buscando siempre cumplir con los objetivos planteados para el éxito de la empresa.
- **Comunicación:** La comunicación deberá estar construida con confianza ya que cualquier distorsión podría cambiar de manera drástica los resultados que se quieren obtener.

4. CONTROL

Se deberá tener un control en el área de producción buscando obtener siempre la calidad y los mejores costos del concentrado, en el área de mercadeo medir el volumen de ventas y el nivel de aceptación del producto, la administración del personal involucrado; midiendo el desempeño individual y en el área financiera el movimiento del flujo de efectivo

F. ESTUDIO ECONÓMICO

En el estudio económico se comprenderá el análisis financiero del proyecto que consistirá en demostrar que el proyecto puede realizarse con los recursos financieros disponibles así mismo se evaluará la decisión de comprometer esos recursos financieros en comparación con otras posibilidades de colocación.

1. INVERSIÓN DEL PROYECTO

DESCRIPCION	PRECIO
MAQUINARIA	\$ 911,81
TERRENO Y EDIFICIOS	\$ 1.554,53
INVERSION INICIAL	\$ 2.466,34

Del total de la inversión inicial, el 100% se financiará con un préstamo.

2. DETERMINACIÓN DE LA CUOTA ANUAL

El valor del financiamiento se determinó con la inversión inicial de la compra de maquinaria y la construcción de las áreas de oficina, servicio sanitario y bodegas por un valor de **\$2,466.34**; adicionando el pago de sueldos del primer mes que corresponde a un total de \$ 2,310.80 y la compra de materia prima con un valor de \$ 20,041.20 que será gestionado por un préstamo a la

Caja de Ahorro y Crédito de Zacatecoluca con una tasa de interés del 20% el cual asciende a la cantidad de: **\$24, 818.34**.

$$A = P \frac{i(1+i)^n}{(1+i)^n - 1}$$

$$Anualidad = 24,818.34 \frac{0.20(1+.20)^5}{(1+0.20)^5 - 1}$$

$$\underline{\underline{A = 8, 298.75}}$$

3. AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO.

A continuación se muestra la tabla de amortización anual planificada para un préstamo a una tasa de interés del 20% con garantía hipotecaria de la planta de producción en acuerdo con la dueña del lugar, gestionado a través del programa del Banco Central de Inversiones BCI en la Caja de Ahorro y Crédito de Zacatecoluca, el cual será cancelado en un periodo de 5 años; con una cuota anual de **\$8,298.75** que será necesario para la inversión inicial del proyecto:

AÑO	PAGO PROGRAMADO	INTERESES	CAPITAL	SALDO
0				\$ 24.818,34
1	\$ 8.298,75	\$ 4.963,67	\$ 3.335,08	\$ 21.483,26
2	\$ 8.298,75	\$ 4.296,65	\$ 4.002,10	\$ 17.481,16
3	\$ 8.298,75	\$ 3.496,23	\$ 4.802,52	\$ 12.678,64
4	\$ 8.298,75	\$ 2.535,73	\$ 5.763,02	\$ 6.915,62
5	\$ 8.298,75	\$ 1.383,12	\$ 6.915,63	\$ (0,01)

4. GASTOS DE OPERACIÓN

En este apartado se presentan los Gastos de Administración, Gastos de Ventas y Gastos Financieros Proyectados para el 2010.

LA VAQUITA FELIZ PRESUPUESTO DE GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Del 1 de Enero al 31 de Diciembre de 2010

DESCRIPCIÓN	TOTAL
SUELDOS Y SALARIOS	\$ 3,120.83
CARGAS PATRONALES	\$ 38.13
EXTINTOR	\$ 48.00
PAPELERIA Y UTILES	\$ 120.00
UTENSILIOS DE LIMPIEZA	\$ 424.20
AGUA	\$ 132.00
LUZ	\$ 300.00
TELEFONO	\$ 240.00
ENERGIA ELECTRICA	\$ 240.00
ESCRITORIO	\$ 190.00
SILLA	\$ 59.90
COSTO TOTAL	\$ 4,913.06

NOTA: Ver Anexo 4 correspondientes a los utensilios de limpieza, servicios de energía eléctrica, agua y teléfono. Debido a la inflación de precios se estima que habrá un incremento en los gastos de administración de un 5%.

LA VAQUITA FELIZ PRESUPUESTO DE GASTOS DE VENTAS Del 1 de Enero al 31 de Diciembre de 2010

DESCRIPCIÓN	TOTAL
SUELDOS Y SALARIOS	\$ 23,548.67
CARGAS PATRONALES	\$ 314.27
PUBLICIDAD	\$ 50.00
VIATICOS	\$ 732.00
IMPUESTOS MUNICIPALES	\$ 360.00
TOTAL	\$ 25,004.94

NOTA: Ver Anexo 5 correspondientes a las planillas de sueldos y cargas patronales. Debido a la inflación de precios se estima que habrá un incremento en los gastos de venta de un 5%

LA VAQUITA FELIZ
PRESUPUESTO DE GASTOS FINANCIEROS
Del 1 de Enero al 31 de Diciembre de 2010

DESCRIPCIÓN	TOTAL
INTERESES	\$ 4,963.67

En este cuadro se presenta la cantidad de intereses que se pagaran para el primer año por el importe del préstamo a realizar en la Caja de Ahorro y Crédito de Zacatecoluca.

5. EVALUACIÓN FINANCIERA

El estado de flujo de efectivo, muestra los egresos necesarios para poner en marcha el proyecto, además muestra las entradas y salidas de efectivo que se tendrán cada año durante el ciclo de vida productivo de este.

LA VAQUITA FELIZ
ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO CON FINANCIAMIENTO
Del 1 de Enero al 31 de Diciembre de 2010

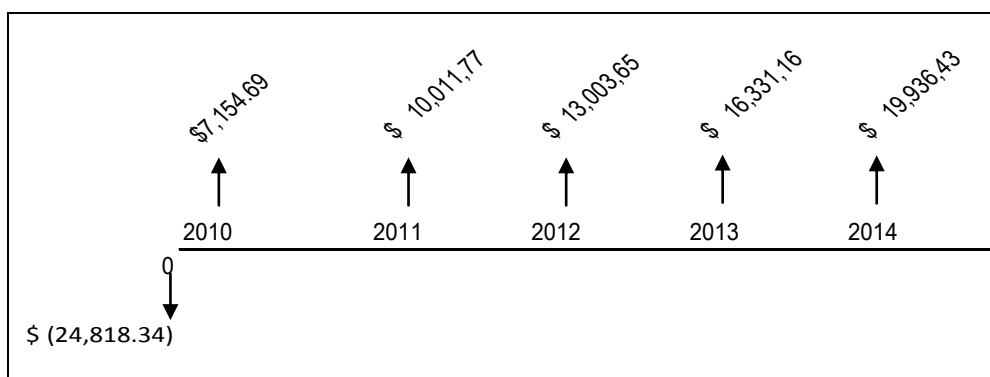
FLUJO DE EFECTIVO CON FINANCIAMIENTO							
PERIODOS							
	CONCEPTO	0	2010	2011	2012	2013	2014
	VENTAS		\$ 289.085,76	\$ 306.638,16	\$ 325.090,80	\$ 344.754,12	\$ 365.597,16
	TOTAL DE INGRESOS		\$ 289.085,76	\$ 306.638,16	\$ 325.090,80	\$ 344.754,12	\$ 365.597,16
(-)	COSTO DE PRODUCCION		\$ 240.494,40	\$ 252.519,12	\$ 265.145,08	\$ 278.402,33	\$ 292.322,45
(=)	MARGEN DE CONTRIBUCION		\$ 48.591,36	\$ 54.119,04	\$ 59.945,72	\$ 66.351,79	\$ 73.274,71
(-)	GASTO DE ADMINISTRACION		\$ 4.913,06	\$ 5.158,71	\$ 5.416,65	\$ 5.687,48	\$ 5.971,86
	GASTO DE VENTA		\$ 25.004,94	\$ 26.255,19	\$ 27.567,95	\$ 28.946,34	\$ 30.393,66
(-)	DEPRECIACION		\$ 830,00	\$ 830,00	\$ 830,00	\$ 830,00	\$ 830,00
	INTERESES		\$ 4.963,67	\$ 4.296,65	\$ 3.496,23	\$ 2.535,73	\$ 1.383,12
	TOTAL DE EGRESOS		\$ 35.711,67	\$ 36.540,55	\$ 37.310,83	\$ 37.999,55	\$ 38.578,64
	UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO		\$ 12.879,69	\$ 17.578,49	\$ 22.634,90	\$ 28.352,24	\$ 34.696,07
(-)	IMPUESTO SOBRE LA RENTA (25%)		\$ 3.219,92	\$ 4.394,62	\$ 5.658,72	\$ 7.088,06	\$ 8.674,02
	UTILIDAD NETA		\$ 9.659,77	\$ 13.183,87	\$ 16.976,17	\$ 21.264,18	\$ 26.022,06
(+)	DEPRECIACION		\$ 830,00	\$ 830,00	\$ 830,00	\$ 830,00	\$ 830,00
(-)	PAGO A CAPITAL		\$ (3.335,08)	\$ (4.002,10)	\$ (4.802,52)	\$ (5.763,02)	\$ (6.915,63)
(+)	FINANCIAMIENTO	\$ (24.818,34)					
	FLUJO DE CAJA	\$ (24.818,34)	\$ 7.154,69	\$ 10.011,77	\$ 13.003,65	\$ 16.331,16	\$ 19.936,43

NOTA: Los datos que se obtienen del flujo de caja se utilizan para calcular el VPN, TIR y Costo Beneficio.

Para el cálculo de las ventas en el año 2010 ver Anexo número 6.

5.1 Valor Presente Neto.

El cálculo del Valor Presente Neto en el proyecto refleja la rentabilidad en dinero que rinde el proyecto en su vida productiva a lo largo de 5 años. Los datos utilizados son provenientes del Total Flujo de Efectivo Proyectado.



$$VPN = \frac{CF_t}{(1+i)^t} - CF_0$$

Donde:

CF₀: Inversión Inicial del proyecto.

CF_t: Valor presente de las entradas de efectivo.

i: Tasa equivalente al costo de capital de la empresa.

$$VPN = \frac{\$7,154.69}{(1+0.20)^1} + \frac{\$10,011.77}{(1+0.20)^2} + \frac{\$13,003.65}{(1+0.20)^3} + \frac{\$16,331.16}{(1+0.20)^4} + \frac{\$19,936.43}{(1+0.20)^5} - \$24,818.34$$

$$VPN = \$5,962.24 + \$6,952.62 + \$7,525.26 + \$7,875.75 + \$8,012.00 - \$24,818.34$$

$$VPN = \$36,327.87 - \$24,818.34$$

$$\mathbf{VPN = \$11,509.53}$$

Debido al resultado obtenido de la técnica del VPN el proyecto debe aceptarse, debido a que si:

VPN ≥ 0 se debe aceptar

VPN < 0 se debe rechazar

5.2. Tasa Interna de Retorno.

El análisis de la Tasa Interna de Retorno se realizará con la siguiente fórmula tomando como base los flujos anteriores y el VPN que se ha encontrado a una tasa de corte o de costo de capital de 20.00%

$$\mathbf{TIR} = r_1 + \left[\frac{\mathbf{VPN}_1}{\mathbf{VPN}_1 + \mathbf{VPN}_2} (r_2 - r_1) \right]$$

Donde:

r_1 = Tasa menor.

r_2 = Tasa mayor.

VPN1= Valor Actual Positivo.

VPN₂= Valor Actual Negativo.

Buscando la Tasa Interna de Retorno que hace nuestro Valor Presente Neto igual a cero a prueba y error se experimentaron los siguientes porcentajes encontrando que el mas próximo a cero es el 36.17% que hace el VPN igual a (6.2)

<i>i</i>	VPN
50%	-5894.66
40%	-1902.86
37%	-437.81
36.5%	-179.24
36.17%	-6.2
30%	3615.66

Interpolando con el porcentaje del préstamo por un valor del 20% y el 36.17% encontrado:

20.00%	=	\$	11,509.53
TIR	=	\$	-
36.17%	=	\$	(0.93)

$$\frac{\text{TIR} - 20.00\%}{36.17 - 20} = \frac{0 - 11509.53}{-6.2 - 11509.53}$$

$$\frac{\text{TIR} - 20.00}{16.17} = \frac{-11509.53}{-11515.73}$$

$$\text{TIR} - 20 = 0.999462 * 16.17$$

$$\text{TIR} = 16.16 + 20$$

$$\text{TIR} = \mathbf{36.16}$$

Se determina la factibilidad del proyecto de creación de una fábrica de concentrado para ganado bovino lechero en el Municipio de Jiquilisco, ya que, según el resultado obtenido mediante la aplicación de los criterios de evaluación, como la Tasa Interna de Retorno (TIR) es mayor que la Tasa de Rendimiento esperado por los inversionistas ($\text{TIR} > K$) es decir $\mathbf{36.16\% > 20\%}$.

5.3 Razón Costo Beneficio.

Con el análisis de la razón C/B, la cual reflejará si los ingresos que generará el proyecto son superiores a los costos, y así conocer la rentabilidad que tendrá el proyecto al evaluarla con esta técnica:

$$\text{RAZÓN COSTO BENEFICIO} = \sum \frac{Bi / (1+i)^n}{Ci / (1+i)^n}$$

$$\text{Razón C/B} = \frac{\$ 7,154.69 + \$10,011.77 + \$13,003.65 + \$16,331.16 + \$19,936.43}{\$24, 818.34}$$

$$\text{Razón C/B} = \frac{\$ 36,327.87}{\$ 24, 818.34}$$

$$\text{RAZÓN C/B} = \underline{\$ 1.46}$$

Por lo tanto la técnica de la Razón C/B refleja que el proyecto debe aceptarse ya que el resultado es >1, debido a que si:

Razón C/B > 1 se debe aceptar

Razón C/B < 1 se debe rechazar

Lo que indica que por cada \$ dólar invertido el proyecto podría reeditar \$ 0.46 ctvs.

5.4. Estado de Resultados Proyectado.

A continuación se presenta el estado de resultado proyectado que muestra la utilidad de operación que se obtendría al terminar el año 2010.

LA VAQUITA FELIZ
ESTADO DE RESULTADOS
Del 1 de Enero al 31 de Diciembre de 2010

VENTAS	\$	289,085.76
(-) COSTO DE VENTAS	\$	240,494.40
UTILIDAD BRUTA	\$	48,591.36
(-) GASTOS DE OPERACIÓN	\$	35,711.67
UAI	\$	12,879.69
(-) IMPUESTO 25%	\$	3,219.92
UTILIDAD DE OPERACIÓN	\$	9,659.77

5.5. Balance General Proyectado.

LA VAQUITA FELIZ
BALANCE GENERAL
 Del 1 de Enero al 31 de Diciembre de 2010

		ACTIVO	
<i>Corriente</i>			\$31,973.03
	Efectivo	\$31,973.03	
<i>No corriente</i>			\$3,320.00
	Maquinaria	\$4,150.00	
	Depreciacion Acumulada	(\$830.00)	
TOTAL ACTIVO			<u>\$35,293.03</u>
		PASIVO	
<i>Corriente</i>			\$4,002.10
	Cuentas por Pagar	\$4,002.10	
<i>No corriente</i>			\$17,481.16
	Cuentas por Pagar LP	\$17,481.16	
TOTAL PASIVO			<u>\$21,483.26</u>
		PATRIMONIO	
	Donaciones	\$4,150.00	
	Utilidad	\$9,659.77	
TOTAL PATRIMONIO			<u>\$13,809.77</u>
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO			<u>\$35,293.03</u>

5.6. Total de la Inversión Inicial.

A continuación se presenta el cuadro total de la inversión del proyecto de concentrado para ganado bovino lechero.

GASTOS DE ADMINISTRACION	\$	4,913.06
GASTOS DE VENTA	\$	25,004.94
GASTOS FINANCIEROS	\$	4,963.67
RECURSOS MATERIALES	\$	240,494.40
MAQUINARIA	\$	911.81
CONSTRUCCION DE AREAS	\$	1,554.53
TOTAL DE LA INVERSION INICIAL	\$	277,842.40

G. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN

Con esta investigación se incentiva a ACOVIFEM DE R.L. llevar a cabo el proyecto, ya que se determinó la factibilidad del proyecto a través del análisis de los resultados obtenidos.

Para la implementación de este proyecto será necesario llevar a cabo previamente una serie de actividades destinadas a crear las condiciones propicias para su desarrollo presentadas en el cronograma de actividades.

1. Presentación del proyecto a ACOVIFEM DE R.L.

La presentación del proyecto la realizará el grupo de tesis a las asociadas de Asociación Cooperativa de Producción Artesanal, Consumo y Comercialización Visión Femenina de Responsabilidad Limitada ACOVIFEM DE R.L. con el propósito de obtener el consentimiento y el compromiso de iniciar operaciones para la producción del concentrado para ganado bovino lechero.

2. Organización e Implementación de Proyecto.

Con la aprobación del proyecto por las asociadas se procederá a organizar a la Asamblea General de Asociadas, quienes serán los integrantes del Consejo de Administración (la presidente, la vice-presidente, secretaria, tesorero y vocales.) quienes serán los que determinen las políticas, estrategias, normas y criterios de organización, elaborar y desarrollar programas para optimizar la administración de los recursos.

3. Gestionar el financiamiento de la inversión inicial.

El Consejo de Administración será el responsable de gestionar el financiamiento necesario para el inicio de las operaciones así mismo velar por el desarrollo y seguimiento del proyecto.

4. Contratación del Ingeniero Agrónomo.

Se llevará a cabo la contratación del Ingeniero Agrónomo quien brindará asesoría a las personas que elaboren el producto y al mismo tiempo proponer sugerencias para la buena adecuación de la planta de producción.

5. Adecuación de la planta de producción.

La adecuación de la planta se realizará de acuerdo a la distribución en planta propuesta en este capítulo, donde estará ubicada la bodega de Materia Prima como la de Producto Terminado, así como el lugar idóneo para ubicar la maquinaria, etc.

6. Compra de la Materia Prima y otros.

Ya aprobado el préstamo y establecida la planta se procederá a la compra de Materia Prima, la carretilla, las básculas, banner, y el extintor con las previas cotizaciones realizadas a diferentes proveedores, este el último paso para proceder con el inicio de las operaciones.

7. Inicio de operaciones.

Al momento que todos los pasos anteriores se vayan completando uno a uno, esté ubicada toda la maquinaria, se cuente con toda la materia prima y este colocado el banner fuera del las instalaciones la Asociación estará lista para empezar a producir el concentrado para ganado bovino lechero e iniciar sus operaciones.

H. CRONOGRAMA

ASOCIACIÓN COOPERATIVA DE PRODUCCIÓN ARTESANAL, COMERCIALIZACIÓN Y CONSUMO VISIÓN FEMENINA
DE RESPONSABILIDAD LIMITADA.

TIEMPO/ACTIVIDAD	MES UNO				MES DOS				MES TRES			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Presentación del proyecto a ACOVIFEM DE RL.												
Organización e Implementación de Proyecto												
Gestionar el financiamiento de la inversión inicial.												
Contratación del Ingeniero Agrónomo.												
Adecuación de la planta de producción.												
Compra de la Materia Prima y otros.												
Inicio de operaciones.												

I. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

LIBROS.

1. BACA URBINA, G. (2001) Evaluación de Proyectos, México, Mc Graw-Hill, 4ª edición.
2. COMBELLAS LARES, JORGE, Facultad de Agronomía. Universidad Central de Venezuela, 1ª Edición.
3. HERNANDEZ SAMPIERI ROBERTO Y OTROS, Metodología de la Investigación, McGraw Hill 6ª Edición.
4. KOTLER – ARMSTROG, Marketing, Prentice Hall 8ª Edición. Mexico 2001.
5. NASSIR SAPAG CHAIN, REINALDO. Preparación y evaluación de proyectos Mc Graw-Hill, 4ª edición.
6. RAMÍREZ PADILLA, DAVID NOEL, Contabilidad Administrativa, editorial McGraw Hill 7ª Edición.
7. STANTON WILLIAM J. Y OTROS, Fundamentos de Marketing, McGraw Hill 13ª Edición.
8. SAPAG CHAIN, NASIR Y OTROS, Formulación y evaluación de proyectos, 4ª Edición.
9. Diccionario Santillana del español, Editorial Santillana, S.A. de C.V. 1993.

TÉSIS.

1. AGUILAR AQUINO, ANA GABRIELA Y OTROS, Estudio de Factibilidad Técnico Económico para la comercialización de Loroco, producida por la Asociación Cooperativa de Reforma Agraria Hacienda la Maroma de R.L. 2004.

2. CALDERÓN, EDGARDO ANTONIO Y OTROS, Estudio de Factibilidad de implementación de una videoteca como apoyo al proceso de enseñanza aprendizaje en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador 2002.
3. CÁRCAMO MEJÍA, KARLA MAGDOLY Y OTROS, Estudio de Factibilidad para la construcción de un infocentro en la Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de El Salvador año 2000.
4. CORNEJO CARRANZA, CLAUDIA MARCELA Y OTROS, Estudio de Factibilidad para la apertura de una mediana empresa dedicada a la producción y venta de pan dulce en el Municipio de Soyapango, Universidad de El Salvador, 2008.
5. ESCOBAR SANCHEZ, Y OTROS. Estudio de mercado y viabilidad técnica operativa para la comercialización de miel de abeja. Facultad de Ciencias Económica, Universidad de El Salvador 2006.
6. NAVARRETE ABARCA, FRANCISCO JAVIER, Y OTROS, Estudio De Factibilidad Técnico Económico para el cultivo de peces tilapia Rojas en Jaulas Flotantes del Centro de Desarrollo de la Pesca y la Acuicultura (CENDEPESCA) del Ramo de Agricultura y Ganadería Aplicables en el Lago de Ilopango Universidad de El Salvador 2005.

LEYES.

1. CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DE EL SALVADOR, Decreto Constituyente No 38, del 15 de diciembre de 1983, D.O. 234, tomo 281, de 16 de diciembre de 1983
2. LEY GENERAL DE ASOCIACIONES COOPERATIVAS. D.L. 339 del 6 de mayo de 1986 publicado en el D.O. 86 tomo 291. del 14 de mayo de 1986.

DOCUMENTOS

1. Diagnóstico del Sistema Agrario de Usulután, Realizados por veterinarios sin Fronteras Francia Mayo de 1996.
2. Manual para el manejo de Bovinos de doble propósito INIFAP produce México 2000.
3. Documento de trabajo para las asociaciones cooperativas. Instituto Salvadoreño de Fomento Cooperativo (INSAFOCOOP) 2008.

OTROS.

Websites visitados.

1. <http://www.monografias.com>
2. <http://www.conamype.com.sv>
3. www.mag.gob.sv
4. www.gestiopolis.com
5. <http://www.asamblea.gob.sv/diputados/usul>.
6. http://www.infocarne.com/bovino/vacas_lecheras2.asp#3.%20CONCENTRADOS
7. <http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/4010039/Lecciones/CAPITULO%20I/casificacion.htm>
8. http://www.angelfire.com/dragon2/informatica/estudio_de_factibilidad.htm
9. www.mailxmail.com/curso/empresa/formulacionproyectos/capitulo1.htm
10. <http://www.insafocoop.gob.sv/>
11. www.ii.iteso.mx/proy%20inv/EstudioEconomico.htm

12. http://www.eubca.edu.uy/materiales/planeamiento_de_servicios_bibliotecarios/definicion_de_proyecto.pdf
13. <http://www.mailxmail.com/curso-proyectos-inversion/aspectos-generales>

ANEXO 1

- Entrevista a la Presidenta de ACOVIFEM de R.L.
- Cuestionario dirigido a Asociadas de ACOVIFEM de R.L.



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

Entrevista dirigida a Presidenta de la Asociación Cooperativa de Producción Artesanal,
Comercialización y Consumo Visión Femenina (ACOVIFEM de R.L.) del Municipio de Jiquilisco,
departamento de Usulután.

Objetivo: Obtener información real que permita evaluar la factibilidad y la viabilidad de la apertura de una fábrica de concentrado para ganado bovino lechero.

Generalidades.

1. Nombre: _____
2. Cargo que desempeña: _____
3. ¿Actualmente que actividad realiza dentro de ACOVIFEM de R.L.?

4. ¿Existe algún proyecto dentro de ACOVIFEM de R.L. en el que este participando?

5. ¿Tienen conocimiento del proceso de producción de concentrado para ganado bovino lechero? _____

6. ¿Recibe ACOVIFEM de R.L. apoyo Económico de alguna institución?

7. ¿Cuál es el propósito para aperturar la fabrica de concentrado para ganado bovino lechero?

8. ¿Poseen algún lugar físico para establecer la fábrica de concentrado para ganado bovino lechero? _____

9. ¿De qué manera cree que se beneficiarían si se apertura una fabrica de concentrado para ganado bovino lechero?

10. ¿Cuentan con la maquinaria para iniciar las operaciones de producción de concentrado para ganado bovino lechero?

11. ¿Existe competencia en el lugar donde piensan instalar la fábrica de concentrado para ganado bovino lechero? _____

12. ¿Qué marcas de concentrado para ganado bovino lechero conoce que es de mayor aceptación? _____



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

Entrevista dirigida a Presidenta de la Asociación Cooperativa de Producción Artesanal,
Comercialización y Consumo Visión Femenina (ACOVIFEM de R.L.) del Municipio de Jiquilisco,
departamento de Usulután.

Objetivo: Obtener información real que permita evaluar la factibilidad y la viabilidad de la apertura de una fábrica de concentrado para ganado bovino lechero.

Generalidades.

1. Nombre: Delmy del Carmen Villalta
2. Cargo que desempeña: Presidente de ACOVIFEM de R.L.
3. ¿Actualmente que actividad realiza dentro de ACOVIFEM de R.L.?
Organizar y coordinar las reuniones informativas,
4. ¿Existe algún proyecto dentro de ACOVIFEM de R.L. en el que este participando?
Si, en estos momentos se esta trabajando en la apertura de una fábrica de concentrado para ganado bovino lechero en el municipio de Jiquilisco departamento de Usulután.
5. ¿Tienen conocimiento del proceso de producción de concentrado para ganado bovino lechero? Si, un Ingeniero Agrónomo que fue asignado por el Movimiento Salvadoreño de Mujeres nos impartió una capacitación acerca de la elaboración del producto.
6. ¿Recibe ACOVIFEM de R.L. apoyo Económico de alguna institución?
Si, a través del Movimiento Salvadoreño de Mujeres se han recibido donaciones.
7. ¿Cuál es el propósito para aperturar la fábrica de concentrado para ganado bovino lechero?
Satisfacer la demanda de concentrado para ganado bovino lechero de la zona de San Juan del Gozo Jiquilisco.
8. ¿Poseen algún lugar físico para establecer la fábrica de concentrado para ganado bovino lechero? Si, existe de mi parte el ofrecimiento de un espacio propio para establecer la fábrica sin ningún costo para la cooperativa, es decir, en forma de comodato.

9. ¿De qué manera cree que se beneficiarían si se apertura una fábrica de concentrado para ganado bovino lechero?

Generando empleo para las mujeres de la zona para que estas puedan apoyar económicamente a sus familias.

10. ¿Cuentan con la maquinaria para iniciar las operaciones de producción de concentrado para ganado bovino lechero?

No, Pero en este momento existe un ofrecimiento de una donación que está siendo gestionada a través del Movimiento Salvadoreño de Mujeres en el Comité Oscar Romero de España.

11. ¿Existe competencia en el lugar donde piensan instalar la fábrica de concentrado para ganado bovino lechero?

No, los lugares más cercanos es Agroquímicos la semilla en Zacatecoluca y Agroservicio el Arado en San Martín.

12. ¿Qué marcas de concentrado para ganado bovino lechero conoce que es de mayor aceptación? Alianza y Conacsa.



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
Cuestionario dirigido a Asociadas de ACOVIFEM. de R.L.

Nosotros egresados de la carrera de Licenciatura en Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador, solicitamos de su colaboración para responder de forma clara y sincera las siguientes interrogantes. La información obtenida con el presente cuestionario es con fines académicos. Le agradecemos de antemano su valiosa colaboración.

Objetivo: Recolectar información que permita evaluar la factibilidad de aperturar una fábrica de concentrado para ganado bovino lechero en el municipio de Jiquilisco, departamento de Usulután.

Indicaciones: Lea detenidamente cada una de las siguientes preguntas y marque la respuesta que considere conveniente.

I. DATOS GENERALES

1. Nombre de la Asociada _____

2. ¿Cuánto tiempo tiene de pertenecer a la Asociación? _____

3. Edad.

a) De 18 a 25 años b) De 26 a 35 años

c) De 36 a 45 años d) Mas de 45 años.

4. ¿Cuántas personas conforman su núcleo familiar?

a) De 2 a 3 personas

b) De 4 a 5 personas

c) Mas de 5 personas

II. CONTENIDO

1. ¿Qué cargo tiene usted dentro de la Asociación Cooperativa?

2. ¿Hay alguna institución que apoya con capital financiero para desarrollar las actividades productivas?

a) Si b) No

3. Si su respuesta es positiva mencione de donde provienen _____

4. Además del proyecto de la apertura de concentrado para ganado bovino lechero ¿Qué otros realizan dentro de la Cooperativa?

5. De los proyectos que usted antes mencionó ¿Cuáles se realizan desde la constitución de la Cooperativa? _____

6. Si se apertura una fábrica en ACOVIFEM DE R.L. de elaboración de concentrado para ganado bovino lechero ¿Usted participaría en el proceso productivo?

a) Si b) No

7. ¿Conoce el proceso de producción del concentrado para ganado bovino lechero?

a) Si b) No

8. La maquinaria que se adquirirá para el proceso de producción del concentrado para ganado bovino lechero será adquirida por medio de:

a) Fondos Propios b) Donaciones c) Crédito

9. ¿Cuenta con el lugar físico para establecer la fábrica de concentrado bovino lechero?

a) Si b) No

10. ¿El lugar donde se instalará la fábrica de concentrado para ganado bovino lechero será?

a) Propio b) Donado

c) Alquilado d) Comodato

11. ¿Considera usted que la Cooperativa estaría en la capacidad de satisfacer la demanda del consumidor?

a) Si b) No

12. ¿Conoce usted los precios de venta del concentrado para ganado bovino en los lugares donde venden el concentrado?

a) Si b) No

13. ¿Qué factores consideraría usted a la hora de determinar los precios?

a) Costos de producción b) Precio de la competencia

c) Margen de utilidad d) Calidad en Materia Prima

14. Si en un período se vendiera el concentrado para ganado bovino, ¿Cuál sería el precio al que lo ofertaría? _____

15. ¿De que forma piensa dar a conocer el concentrado para ganado bovino lechero?

a) Volanteo b) Banner

c) Radio d) Periódicos

e) Perifoneo f) Otros Especifique _____

RESULTADOS DE CUESTIONARIO DIRIGIDO A ASOCIADAS DE ACOVIFEM DE R.L

Pregunta 1. ¿Qué cargo tiene usted dentro de la Asociación Cooperativa?

Objetivo: Establecer el cargo de las asociadas para obtener información con datos responsables de las situación actual de la cooperativa.

CUADRO No 1

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Junta Directiva	5	31%
Comité	1	6%
Asociada	10	63%
Total	16	100%

GRÁFICO No 1



COMENTARIO

El 63% de las encuestadas son asociadas de la cooperativa lo que significa que la información obtenida es verídica, ya que ellas conocen de primera la situación actual y las actividades que se pretenden desarrollar dentro la misma, el resto pertenecen a la Junta Directiva y al Comité creados por las integrantes.

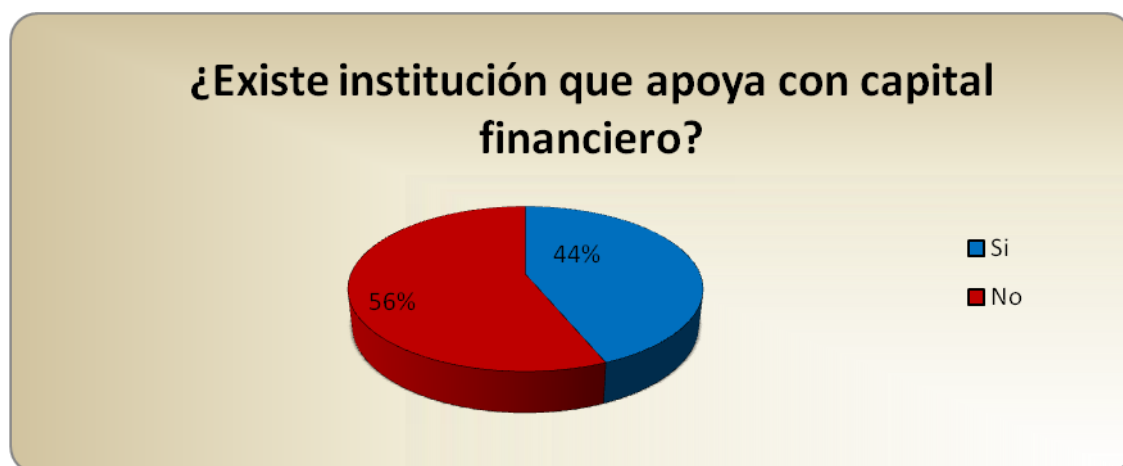
Pregunta 2. ¿Hay alguna institución que apoya con capital financiero para desarrollar las actividades productivas?

Objetivo: Determinar si la Asociación Cooperativa recibe ayuda financiera de alguna institución para el desarrollo de sus proyectos.

CUADRO No 2

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	7	44%
No	9	56%
Total	16	100%

GRÁFICO No 2



COMENTARIO

El 44% de las encuestadas opinan que reciben ayuda financiera directa de instituciones para el desarrollo de sus actividades, mientras que el resto de ellas no creen que exista alguna institución que a ha ayudado con capital financiero. Se investigó y actualmente existe un movimiento que les está contribuyendo a establecerse, con esto podemos indicar que no existe una comunicación del consejo de administración hacia la asamblea general de socios.

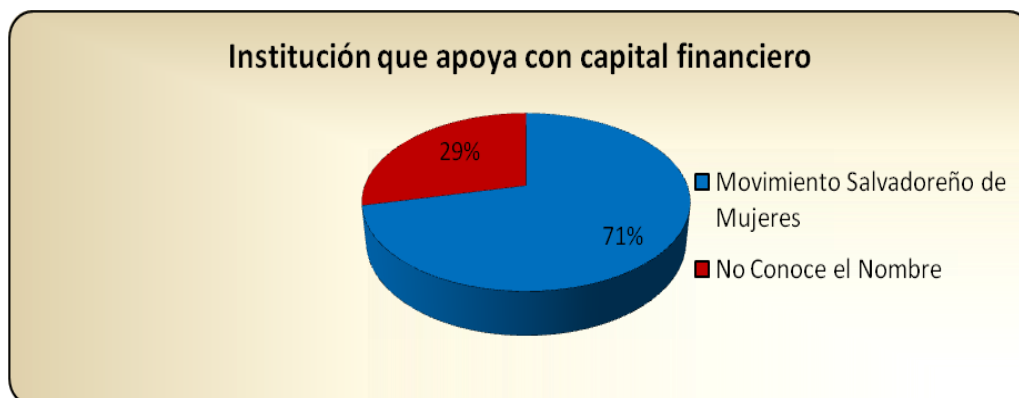
Pregunta 3. Si su respuesta es positiva mencione de donde proviene

Objetivo: Identificar la institución que proporciona capital financiero a la Asociación para desarrollar las actividades.

CUADRO No 3

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Movimiento Salvadoreño de Mujeres	5	71%
No Conoce el Nombre	2	29%
Total	7	100%

GRÁFICO No 3



COMENTARIO

Para las asociadas de ACOVIFEM de R.L.; el Movimiento Salvadoreño de Mujeres (MSM) es la principal institución que ha apoyado las actividades que han llevado a cabo; ya que desde sus inicios brindaron su ayuda para mejorar la calidad de vida de las asociadas y han recibido capital financiero del movimiento, esto con un 71%; mientras que el 29% no tiene conocimiento de la institución que apoya financieramente las actividades que ellas desarrollan.

Pregunta 4. Además del proyecto de la apertura del concentrado para ganado bovino lechero, ¿realizan actualmente otros proyectos dentro de la cooperativa?

Objetivo: Conocer si la asociación cooperativa se encuentra desarrollando proyectos diferentes a la apertura de la fábrica para concentrado.

CUADRO No 4

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0%
No	16	100%
Total	16	100%

GRÁFICO No 4



COMENTARIO

Actualmente en la asociación cooperativa no se están desarrollando ningún tipo de proyecto, ya sean estos sociales, culturales, producción, turismo, etc. sólo se está trabajando en la apertura de la fábrica para concentrado bovino lechero ya que es la prioridad de la Asamblea General de Socias.

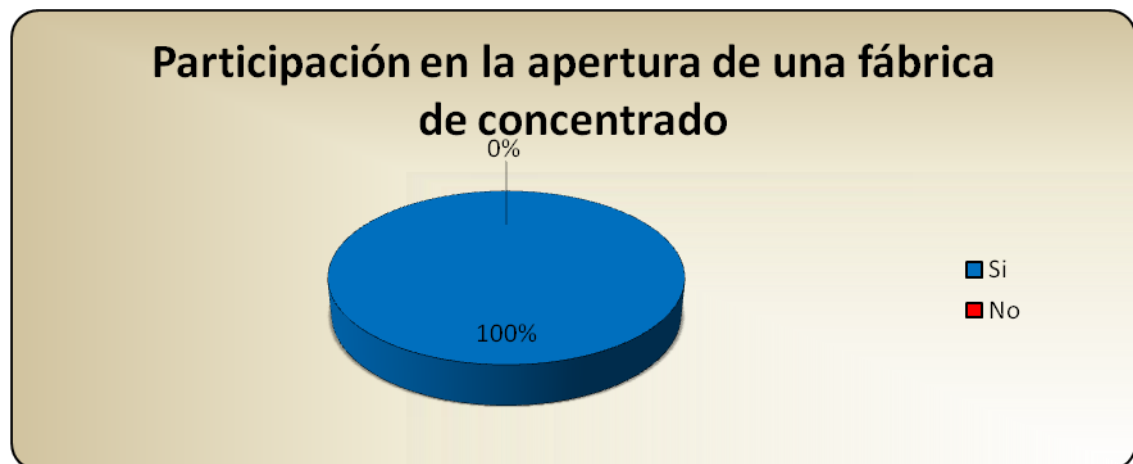
Pregunta 5. Si se apertura una fábrica en ACOVIFEM de R.L. de elaboración de concentrado para ganado bovino lechero ¿Usted participaría en el proceso productivo?

Objetivo: Determinar el grado de participación de las asociadas en la creación de una fábrica de concentrado para ganado bovino.

CUADRO No 5

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	16	100%
No	0	0%
Total	16	100%

GRÁFICO No 5



COMENTARIO

Las asociadas se encuentran con la disposición para participar en la apertura de la fábrica de concentrado para ganado bovino lechero, surgiendo lo iniciativa de parte de ellas de crear la fábrica, siendo mujeres emprendedoras con el propósito de mejorar su calidad de vida y superarse económicamente.

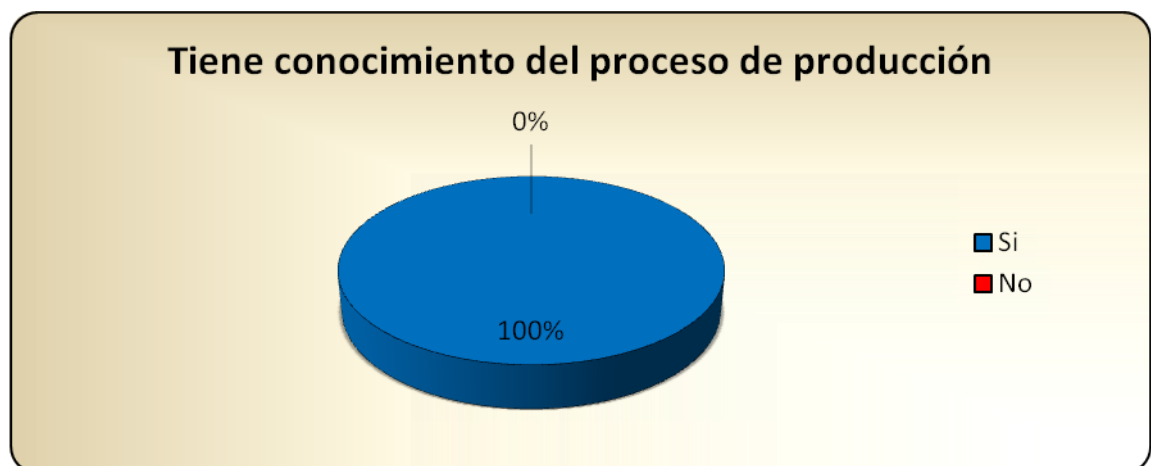
Pregunta 6. ¿Conoce el proceso de producción del concentrado para ganado bovino lechero?

Objetivo: Determinar cuántas de las asociadas de la cooperativa se encuentran con la capacidad para producir concentrado.

CUADRO No 6

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	16	100%
No	0	0%
Total	16	100%

GRÁFICO No 6



COMENTARIO

Las asociadas en la cooperativa conocen el proceso de producción del concentrado para ganado bovino lechero lo que es importante para la apertura de la fábrica y cuentan con la capacidad para producirlo y con optimismo de iniciar la producción.

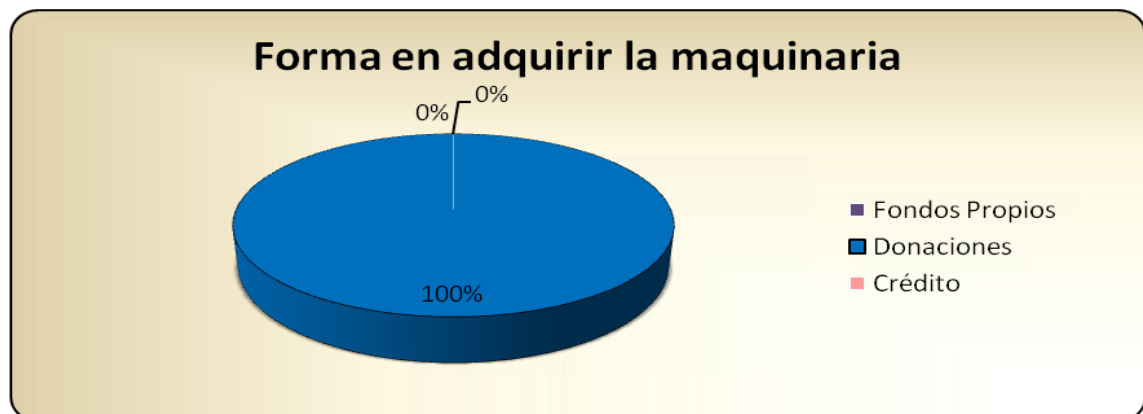
Pregunta 7. La maquinaria que se adquirirá para el proceso de producción del concentrado para ganado bovino lechero será adquirida por medio de:

Objetivo: Establecer la forma en que la maquinaria para la producción de concentrado bovino será adquirida en la asociación cooperativa.

CUADRO No 7

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Fondos Propios	0	0%
Donaciones	16	100%
Crédito	0	0%
Total	16	100%

GRÁFICO No 7



COMENTARIO

Las encuestadas esperan que la adquisición de la maquinaria sea por medio de donaciones esto se refleja en los resultados con un 100% ya que no cuentan con el capital suficiente para comprar una maquinaria para producir el concentrado para ganado bovino lechero, Actualmente existe un ofrecimiento de una donación que está siendo gestionada a través del Movimiento Salvadoreño de Mujeres en el Comité Oscar Romero de España.

Pregunta 8. ¿Cuenta con el lugar físico para establecer la fábrica de concentrado bovino lechero?

Objetivo: Conocer si el lugar en el que instalara la fábrica de concentrado es suficiente para desarrollar las actividades.

CUADRO No 8

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	14	87%
No	2	13%
Total	16	100%

GRÁFICO No 8



COMENTARIO

La asociación cooperativa ACOVIFEM de R.L. cuenta con un lugar físico amplio donde se puede establecer una fábrica de concentrado bovino lechero; contribuyendo a hacer una adecuada distribución de la planta, así mismo permitirá a las asociadas iniciar operaciones.

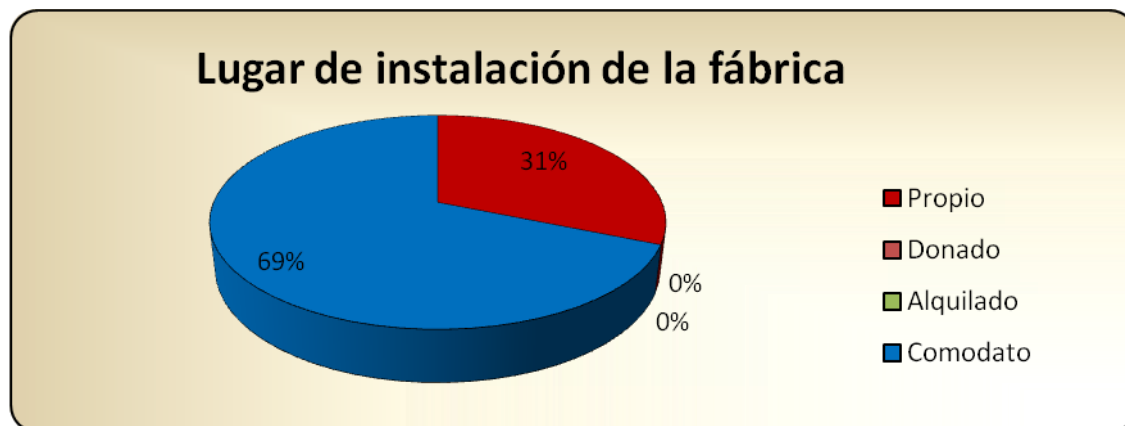
Pregunta 9. ¿El lugar donde se instalará la fábrica de concentrado para ganado bovino lechero será?

Objetivo: Determinar el lugar donde la fábrica de concentrado bovino lechero será establecido.

CUADRO No 9

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Propio	5	31%
Donado	0	0%
Alquilado	0	0%
Comodato	11	69%
Total	16	100%

GRÁFICO No 9



COMENTARIO

Las asociadas establecen que el lugar donde se encontraran las instalaciones de la fábrica de concentrado será por comodato, siendo esta propiedad de una de las asociadas, ya que para iniciar las operaciones no cuentan con el capital financiero para el pago del inmueble; mientras que para el 31% las instalaciones deben ser propias, esto para evitar inconvenientes futuros.

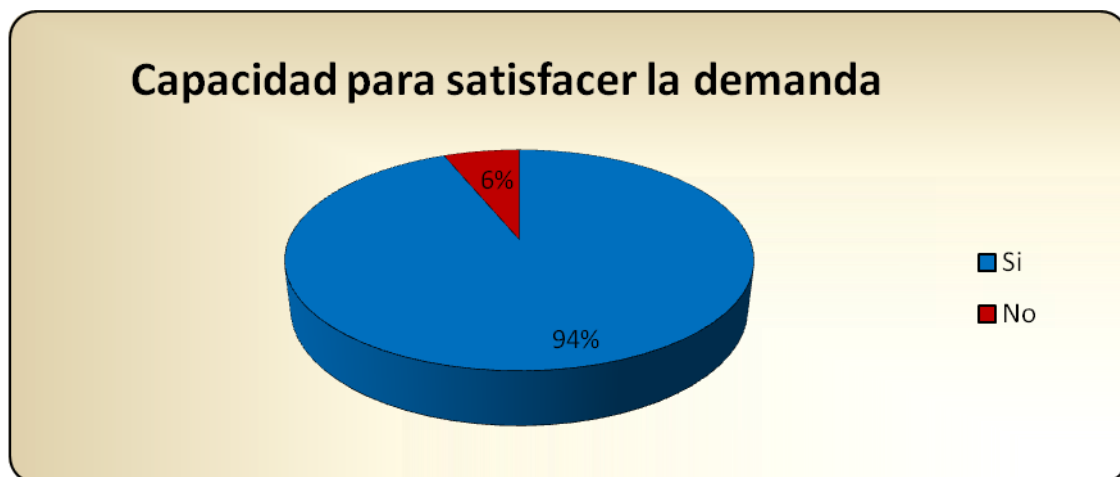
Pregunta 10. ¿Considera usted que la cooperativa estaría en la capacidad de satisfacer la demanda del consumidor?

Objetivo: Establecer si la cooperativa cuenta con la capacidad productiva para satisfacer la demanda de los consumidores de concentrado bovino lechero.

CUADRO No 10

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	15	94%
No	1	6%
Total	16	100%

GRÁFICO No 10



COMENTARIO

Al contar con los elementos claves para desarrollar las operaciones productivas de concentrado bovino lechero como la materia prima, la maquinaria y la mano de obra necesaria se podrá cubrir la demanda de los consumidores en el lugar donde se instalará la fábrica, sin embargo un 6% de las asociadas no cree que la demanda de concentrado sea cubierta en su totalidad, pero el proyecto es factible.

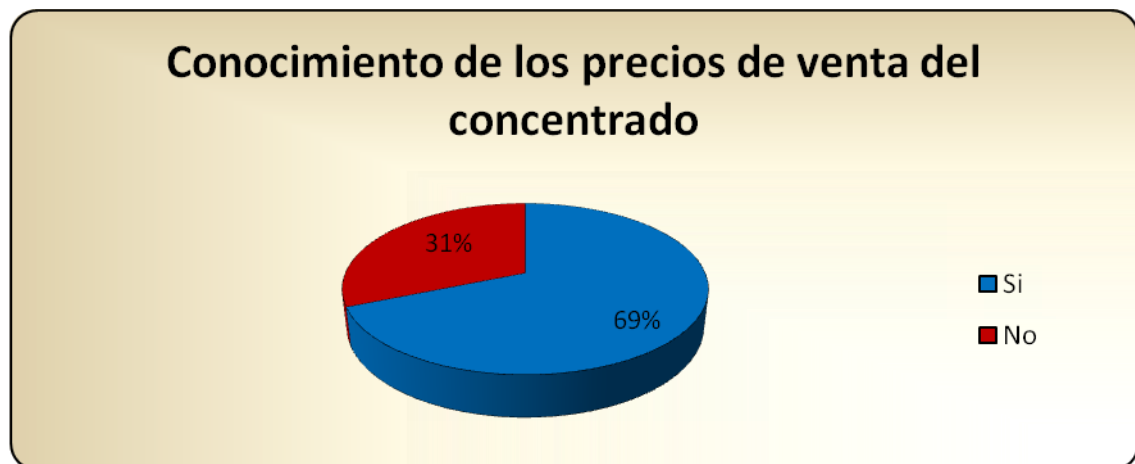
Pregunta 11. ¿Conoce usted los precios de venta de concentrado para ganado bovino en los lugares donde venden el concentrado?

Objetivo: Identificar si las asociadas tienen conocimiento de los precios de los concentrados en los establecimientos de venta.

CUADRO No 11

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	11	69%
No	5	31%
Total	16	100%

GRÁFICO No 11



COMENTARIO

Los precios en el mercado son cambiantes, esto lo tienen claro las asociadas de la cooperativa, sin embargo en la actualidad el 69% de ellas conocen los precios del concentrado bovino lechero en los lugares de venta, siendo estos generalmente agroservicios.

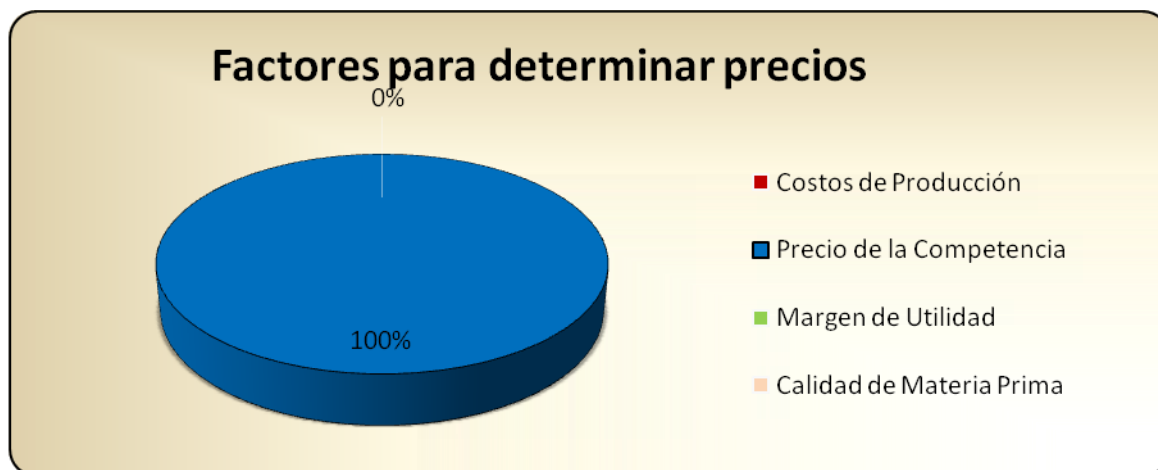
Pregunta 12. ¿Qué factores considera usted a la hora de determinar los precios?

Objetivo: Analizar los factores que se consideran para establecer los precios de venta del concentrado bovino lechero.

CUADRO No 12

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Costos de Producción	0	0%
Precio de la Competencia	16	100%
Margen de Utilidad	0	0%
Calidad de Materia Prima	0	0%
Total	16	100%

GRÁFICO No 12



COMENTARIO

El factor primordial para establecer los precios de venta del concentrado bovino lechero es en base al precio que tiene la competencia, con el fin de atraer a los clientes por el momento estarían dejando a un lado todos los demás factores; esto por no contar con una base para el establecimiento de precios.

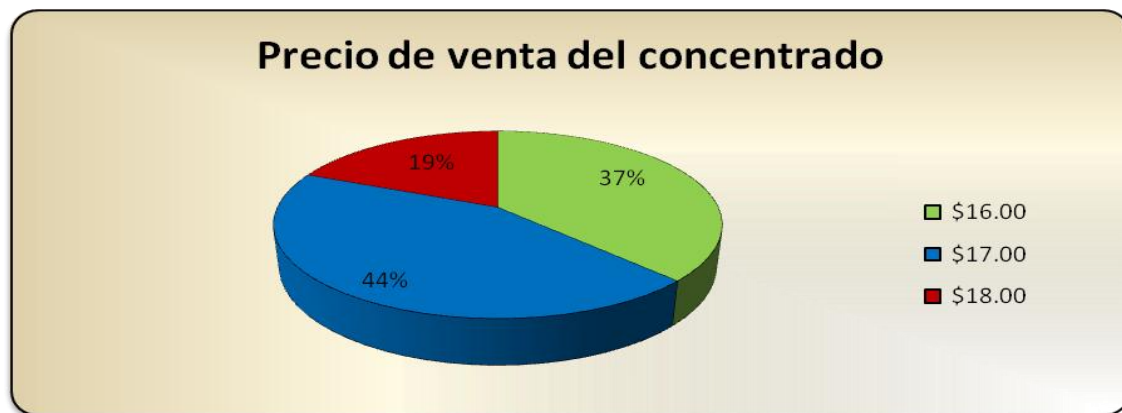
Pregunta 13. Si en un periodo se vendiera el concentrado para ganado bovino ¿Cuál sería el precio al que lo ofertaría?

Objetivo: Establecer el precio al que se ofertaría el concentrado para ganado bovino lechero en el periodo de venta.

CUADRO No 13

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
\$ 16.00	6	37%
\$ 17.00	7	44%
\$ 18.00	3	19%
Total	16	100%

GRÁFICO No 13



COMENTARIO

El precio al cual las asociadas venderían el concentrado en el momento que sea puesto en el mercado es de \$17 dólares por quintal, este será determinado en base al precio de la competencia, sin embargo el monto puede variar con los cambios que reflejen los incrementos de combustible, la escasez de materia prima, entre otros.

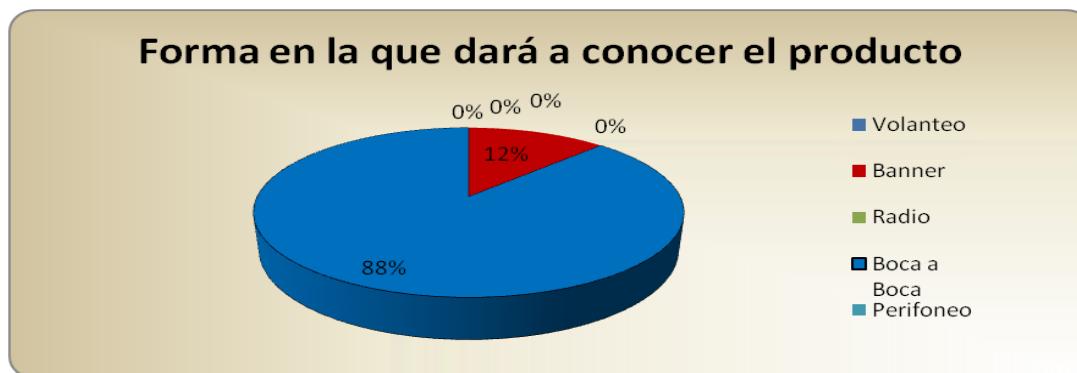
Pregunta 14. ¿De qué forma piensa dar a conocer el concentrado para ganado bovino lechero?

Objetivo: Determinar la forma en la que se dará a conocer el concentrado cuando se encuentre listo para su venta.

CUADRO No 14

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Volanteo	0	0%
Banner	2	13%
Radio	0	0%
Boca a Boca	14	88%
Perifoneo	0	0%
Otros	0	0%
Total	16	100%

GRÁFICO No 14



COMENTARIO

La mayoría de las asociadas con el 88% creen que por medio del mercadeo boca a boca, el cliente se dará cuenta que se tiene concentrado para ganado bovino lechero a la venta en la cooperativa, ya que consideran no incurrir en demasiados gastos al menos al inicio de las operaciones.

ANEXO 2

- Cuestionario dirigido a propietarios de Ganado Bovino Lechero.



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

Cuestionario dirigido a propietarios de ganado bóvido lechero que habitan en el Municipio de Jiquilisco, departamento de Usulután.

Nosotros egresados de la carrera de Licenciatura en Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador, solicitamos de su colaboración para responder de forma clara y sincera las siguientes interrogantes. La información obtenida con el presente cuestionario es con fines académicos. Le agradecemos de antemano su valiosa colaboración.

Objetivo: Recolectar información que permita evaluar la factibilidad de aperturar una fábrica de concentrado para ganado bovino lechero en el municipio de Jiquilisco, departamento de Usulután.

Indicaciones: Lea detenidamente cada una de las siguientes preguntas y marque la respuesta que considere conveniente.

I. DATOS GENERALES.

1. Sexo.

a) Femenino b) Masculino

2. Edad.

a) De 18 a 25 años c) De 36 a 45 años

b) De 26 a 35 años d) Mas de 45 años

3. ¿Cuántas personas conforman su grupo familiar?

d) De 2 a 3 personas

e) De 4 a 5 personas

c) Mas de 5 personas

4. ¿Cuál es su ingreso mensual?

a) De \$100 a \$200 b) De \$201 a \$300

c) De \$301 a \$400 d) Más de \$400

II. DATOS DE INVESTIGACIÓN.

1. ¿Cómo esta constituida la alimentación de su ganado bovino lechero?

2. ¿En la alimentación de su ganado esta contemplado el concentrado como complemento alimenticio?

a) Si b) No

3. Si su respuesta es si, ¿En que época les proporciona concentrado para ganado bovino lechero?

a) Verano b) Invierno c) Las dos anteriores

4. ¿Posee pastizales para alimentar a su ganado?

a) Si b) No

5. ¿Cuántas cabezas de ganado bovino tiene?

a) De 1 a 5 cabezas b) De 6 a 10 cabezas

c) De 11 a 15 cabezas d) Más de 15 cabezas

6. ¿Existe algún lugar cerca de su residencia donde compra el concentrado?

a) Si b) No

7. ¿En qué lugar lo compra?

- a) Zacatecoluca b) Jiquilisco
c) San Salvador d) San Miguel
e) San Marcos Lempa f) Otro Especifique_____

8. ¿Con qué frecuencia le proporciona concentrado a su ganado?

- a) Diariamente b) Dos veces a la semana
c) Semanalmente d) Ocasionalmente

9. ¿Con qué periodicidad compra el concentrado para ganado bovino?

- a) Semanal b) Quincenal
c) Mensual d) Más de un mes

10. En promedio ¿Cuántos quintales de concentrado compra cuando lo adquiere?

- a) De 1 a 25 quintales b) De 26 a 50 quintales
c) De 51 a 75 quintales d) De 75 a 100 quintales
e) Más de 100 quintales

11. ¿Qué cantidad en promedio gasta cada vez que compra concentrado para ganado bovino?

- a) De \$ 1 a \$25 b) De \$26 a \$50
c) De 51 a \$ 100 d) Más de \$100

12. ¿Cómo considera los precios del concentrado para ganado bovino en el lugar donde compra?

- a) Precio alto
b) Precio intermedio
c) Precio bajo

13. ¿Qué factores influyen en su decisión al comprar el concentrado para el ganado bovino?

- a) Precio b) Calidad
c) Empaque d) Otro Especifique_____

14. ¿Esta conforme con la calidad, precio, y distancia de lugar donde compra el concentrado para ganado bovino lechero?

a) Si b) No

15. Si su respuesta es No, ¿Qué problemas se presentan al adquirir el concentrado?

16. Si se apertura una fábrica de concentrado para ganado bovino en ACOVIFEM DE RL.,
¿compraría usted el producto en este lugar?

a) Si b) No

17. ¿Le beneficiaría de alguna manera la apertura de esta fábrica de concentrado para ganado
bovino lechero?

a) Si b) No

18. Si se respuesta es si, ¿De qué manera?

RESULTADOS DE CUESTIONARIO DIRIGIDO A PROPIETARIOS DE GANADO

BOVINO LECHERO.

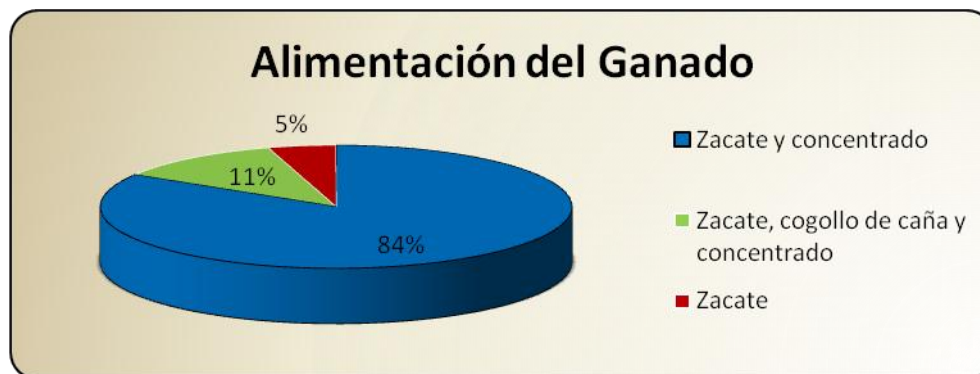
Pregunta 1. ¿Cómo esta constituida la alimentación de su ganado bovino lechero?

Objetivo: Conocer como alimentan los propietarios a su ganado bovino lechero para identificar cuales son los tipos de alimentos que les proporcionan al ganado.

CUADRO N° 1

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Zacate y concentrado	36	84%
Zacate, cogollo de caña y concentrado	5	12%
Zacate	2	5%
TOTAL	43	100%

GRÁFICO N° 1



COMENTARIO

La mayoría de los propietarios de ganado bovino lechero incluyen en la alimentación de su ganado el zacate y el concentrado a su vez, ya que genera más producción de leche y esto hace que haya un incremento de ventas, de clientes y de ingresos, sin embargo el 5% de la población encuestada no esta en la capacidad de adquirir concentrado para alimentar a su ganado.

Pregunta 2. ¿En la alimentación de su ganado esta contemplado el concentrado como complemento alimenticio?

Objetivo: Determinar la cantidad de ganaderos que contemplan el concentrado como alimento para su ganado bovino lechero.

CUADRO No 2

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	41	95%
No	2	5%
TOTAL	43	100%

GRÁFICO No 2



COMENTARIO

La mayoría de los ganaderos contemplan el concentrado como complemento para la alimentación de su ganado bovino lechero, ya que proporciona mejores nutrientes, por lo que una mínima cantidad de propietarios de ganado no les da concentrado por diferentes factores principalmente porque poseen pastizales.

Pregunta 3. Si su respuesta es si, ¿En que época les proporciona concentrado para ganado bovino lechero?

Objetivo: Identificar la época en la que más se proporciona concentrado al ganado bovino lechero.

CUADRO No 3

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Verano	2	5%
Invierno	0	0%
Las dos anteriores	39	95%
TOTAL	41	100%

GRÁFICO No 3



COMENTARIO

Para los propietarios del ganado bovino lechero no es importante la época del año ya sea verano e invierno, ya que ellos velan porque el ganado este bien alimentado, tomando en cuenta que son productores de leche, sin embargo algunos de los propietarios proporcionan concentrado a su ganado en verano por la escasez de pastizales.

Pregunta 4. ¿Posee pastizales para alimentar a su ganado?

Objetivo: Establecer el nivel de propietarios que poseen pastizales para determinar las posibilidades económicas de adquisición de concentrado.

CUADRO No 4

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	34	83%
No	7	17%
TOTAL	41	100%

GRÁFICO No 4



COMENTARIO

El 83% de los propietarios de ganado bovino poseen pastizales tomando en cuenta que estos son propios y les permite incrementar el presupuesto para adquirir concentrado. Por otra parte el 17% de los ganaderos se ven en la necesidad de alquilar terreno para alimentar al ganado.

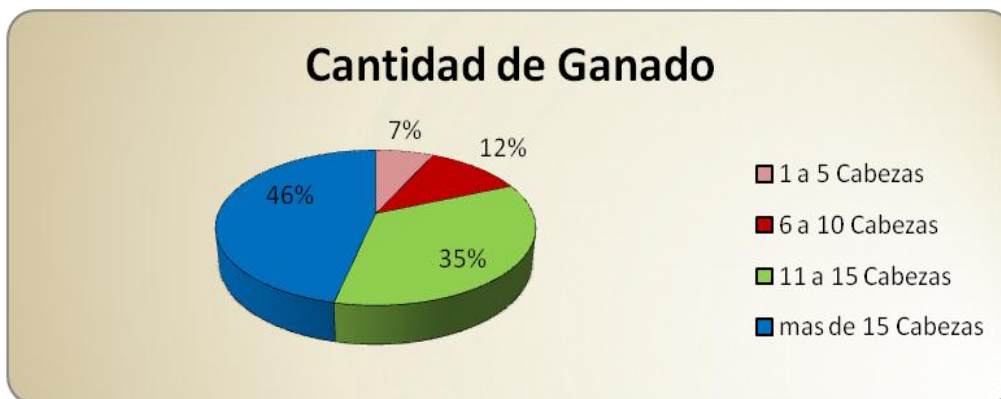
Pregunta 5. ¿Cuántas cabezas de ganado bovino tiene?

Objetivo: Identificar la cantidad de ganado que posee cada uno de los propietarios para determinar el total de concentrado que compra.

CUADRO No 5

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 a 5 Cabezas	3	7%
6 a 10 Cabezas	5	12%
11 a 15 Cabezas	15	35%
mas de 15 Cabezas	20	47%
TOTAL	43	100%

GRÁFICO No 5



COMENTARIO

Los propietarios de concentrado bovino lechero poseen más de 15 cabezas de ganado lo que indica que en el lugar existe una cantidad de ganado considerable y que puede beneficiar a los ganaderos tanto en la distancia en la que compra el concentrado, como a las asociadas en la apertura de la fábrica.

Pregunta 6. ¿Existe algún lugar cerca de su residencia donde compra el concentrado?

Objetivo: Comprobar si existe un competidor cerca del lugar donde se pretende establecer la fabrica.

CUADRO No 6

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	2	5%
No	39	95%
TOTAL	41	100%

GRÁFICO No 6



COMENTARIO

Al analizar los datos obtenidos se establece que no existe un lugar cerca en el que se pueda adquirir con facilidad el concentrado lo que implica mayores costos de transporte, tiempo y precio al momento de comprarlo, mientras que una cierta cantidad de la población identifica un lugar de venta cercano.

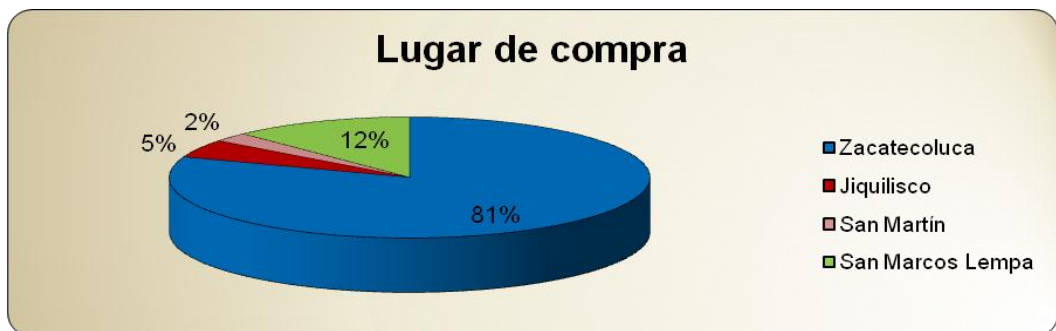
Pregunta 7. ¿En qué lugar lo compra?

Objetivo: Conocer el lugar donde los ganaderos adquieren el concentrado para el ganado bovino lechero.

CUADRO No 7

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Zacatecoluca	33	81%
Jiquilisco	2	5%
San Martín	1	2%
San Marcos Lempa	5	12%
TOTAL	41	100%

GRÁFICO No 7



COMENTARIO

La mayoría de los encuestados coinciden que el lugar de compra de concentrado para el ganado bovino lechero es el Municipio de Zacatecoluca existiendo una distancia de 55 km desde su hogar hasta el lugar de compra. Por lo que otra cantidad de ganaderos comenta que San Marcos Lempa es otro lugar donde adquieren el concentrado; esto indica que Jiquilisco es un lugar apropiado para establecer la fabrica porque estaria cerca de los consumidores.

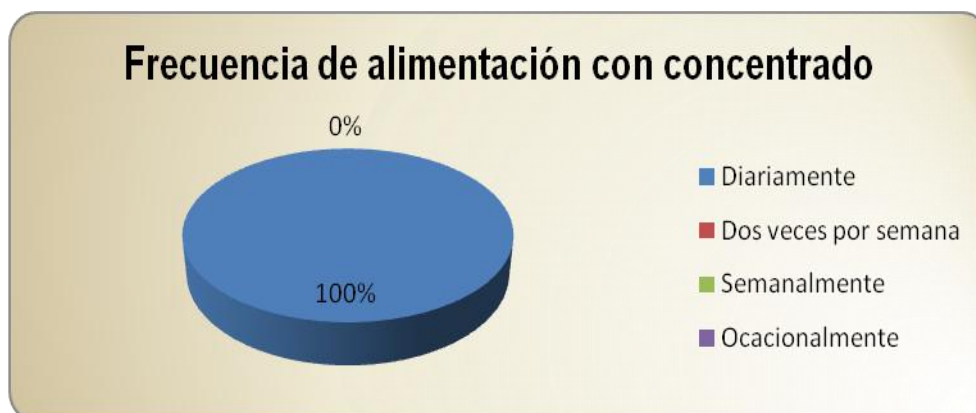
Pregunta 8. ¿Con qué frecuencia le proporciona concentrado a su ganado?

Objetivo: Identificar la regularidad con la que el ganadero le proporciona concentrado a su ganado bovino lechero.

CUADRO No 8

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diariamente	41	100%
Dos veces por semana	0	0%
Semanalmente	0	0%
Ocasionalmente	0	0%
TOTAL	41	100%

GRÁFICO No 8



COMENTARIO

Los propietarios de ganado bovino lechero establecen que en la alimentación de su ganado debe estar contemplado diariamente el concentrado, ya que al ser productores de leche exigen una buena nutrición para poder ordeñarlos dos veces al día, incrementando de esta manera a los ingresos de ACOVIFEM. de R. L. por medio de una venta constante.

Pregunta 9. ¿Con qué periodicidad compra el concentrado para ganado bovino?

Objetivo: Conocer cada cuanto tiempo adquiere el ganadero el concentrado.

CUADRO No 9

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Semanal	41	100%
Quincenal	0	0%
Mensual	0	0%
Mas de un mes	0	0%
TOTAL	41	100%

GRÁFICO No 9



COMENTARIO

Los propietarios de ganado del municipio de Jiquilisco compran el concentrado una vez a la semana, almacenándolo para alimentar al ganado durante los días siguientes, lo realizan de esta forma ya que no pueden comprarlo diariamente por los gastos de transportación que tienen. Al estar la cooperativa cerca de los consumidores la compra del concentrado sería con mayor periodicidad.

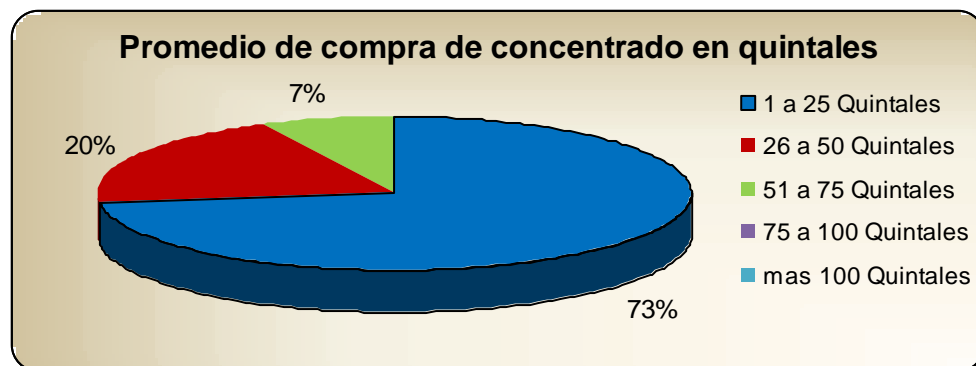
Pregunta 10. En promedio ¿Cuántos quintales de concentrado compra cuando lo adquiere?

Objetivo: Conocer la demanda de concentrado que se tiene en la zona.

CUADRO No 10

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 a 25 Quintales	30	73%
26 a 50 Quintales	8	20%
51 a 75 Quintales	3	7%
75 a 100 Quintales	0	0%
mas 100 Quintales	0	0%
TOTAL	41	100%

GRÁFICO No 10



COMENTARIO

Se establece que en la zona en la que se instalará la fábrica de concentrado para ganado bovino lechero existe una demanda potencial considerable ya que los propietarios de ganado adquieren alrededor de 25 quintales de concentrado por cada compra que realizan, debido a esto se puede proyectar una excelente producción.

Pregunta 11. ¿Qué cantidad en promedio gasta cada vez que compra concentrado para ganado bovino?

Objetivo: Identificar la cantidad de ingresos posibles que se tendrían al aperturar la fábrica de concentrado.

CUADRO No 11

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 a 25 dólares	0	0%
26 a 50 dólares	3	7%
51 a 100 dólares	1	2%
mas de 100 dólares	37	90%
TOTAL	41	100%

GRÁFICO No 11



COMENTARIO

Los gastos de adquisición de concentrado para ganado bovino lechero que la mayoría de ganaderos invierte ascienden a más de \$ 100 semanales por ganadero, es decir si existen 41 clientes el ingreso que tendrían la cooperativa sería de \$ 4100 por semana, tomando en cuenta el número de quintales que estos compran a un precio de \$18 a \$20 por quintal.

Pregunta 12. ¿Cómo considera los precios del concentrado para ganado bovino en el lugar donde los compra?

Objetivo: Establecer cual es la percepción de los precios de venta actuales del concentrado para ganado bovino lechero.

CUADRO No 12

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Precio Alto	40	98%
Precio Medio	1	2%
Precio Bajo	0	0%
TOTAL	41	100%

GRÁFICO No 12



COMENTARIO

La mayoría de ganaderos manifiesta que los precios de venta actuales del concentrado para ganado bovino lechero son altos ya que el precio del quintal oscila entre \$18 y \$20 por quintal tomando en cuenta la calidad del producto y además son afectados por el gasto de transporte; esto contribuye a la factibilidad del proyecto porque la asignación de precios sería por medio del precio de la competencia.

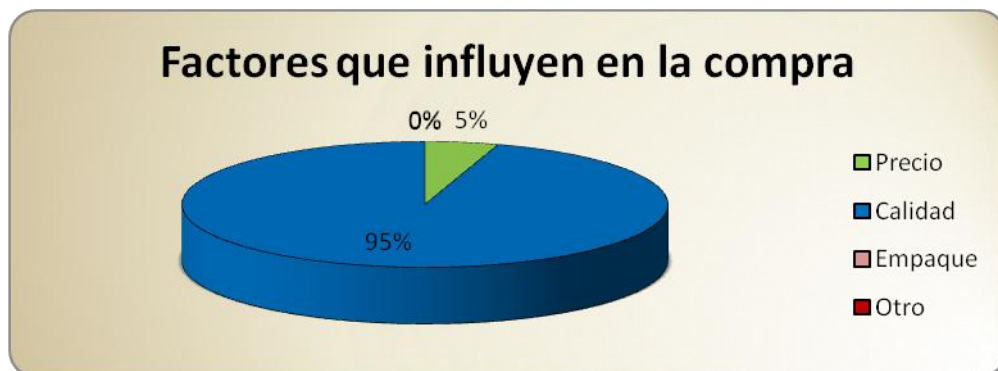
Pregunta 13. ¿Qué factores influyen en su decisión al comprar el concentrado para el ganado bovino?

Objetivo: Identificar las preferencias de los ganaderos al comprar el concentrado.

CUADRO No 13

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Precio	2	5%
Calidad	39	95%
Empaque	0	0%
Otro	0	0%
TOTAL	41	100%

GRÁFICO No 13



COMENTARIO

La mayoría de los ganaderos consideran la calidad como factor principal al momento de realizar su compra ya que si el concentrado no posee esta característica no obtienen el mismo resultado, por otro lado un mínimo de personas expresó que el factor que toman en cuenta al momento de comprar es el precio debido a que no cuentan con los recursos suficientes para comprar producto de mejor calidad.

Pregunta 14. ¿Esta conforme con la calidad, precio, y distancia de lugar donde compra el concentrado para ganado bovino lechero?

Objetivo: Conocer la satisfacción que el ganadero tiene por el producto que adquiere.

CUADRO No 14

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	0	0%
NO	41	100%
TOTAL	41	100%

GRÁFICO No 14



COMENTARIO

Ninguno de los ganaderos esta conforme con las particularidades que ofrecen los proveedores ya que manifestaron que el precio es alto y que existe una distancia muy larga para adquirir el concentrado, esto significa que si instalamos la fábrica en Jiquilisco y se establecen los precios en base a la competencia, se incrementaría la producción y por lo tanto las ventas.

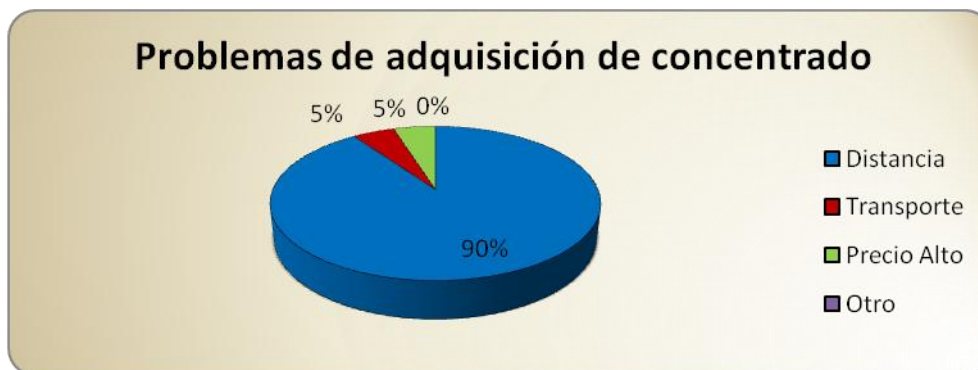
Pregunta 15. Si su respuesta es No, ¿Qué problemas se presentan al adquirir el concentrado?

Objetivo: Establecer los problemas que tienen los ganaderos para adquirir el concentrado para ganado bovino lechero.

CUADRO No 15

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Distancia	37	90%
Transporte	2	5%
Precio Alto	2	5%
Otro	0	0%
TOTAL	41	100%

GRÁFICO No 15 adquisición



COMENTARIO

Entre las inconformidades de los ganaderos se identifica que el problema principal es la distancia que ellos tienen que recorrer para realizar su compra, además de transportar el producto; ya que, no hay manera de reducir los costos de transporte comprando el producto fuera de Jiquilisco.

Pregunta 16. Si se apertura una fábrica de concentrado para ganado bovino en ACOVIFEM DE RL., ¿compraría usted el producto en este lugar?

Objetivo: Proyectar los clientes potenciales que se tendrían al aperturar la fábrica de concentrado bovino.

CUADRO No 16

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	40	93%
NO	3	7%
TOTAL	43	100%

GRÁFICO No 16



COMENTARIO

La mayoría de los encuestados dieron una respuesta positiva ya que comprarían el producto en ACOVIFEM, siempre que el concentrado sea de muy buena calidad y que obtenga iguales o mejores resultados que los concentrados con los que alimentan actualmente a su ganado, lo que indica que es factible la apertura de la fábrica.

Pregunta 17. ¿Le beneficiaría de alguna manera la apertura de esta fábrica de concentrado para ganado bovino lechero?

Objetivo: Saber si se contribuirá con los ganaderos al aperturar una fabrica cerca del lugar.

CUADRO No 17

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	40	93%
NO	3	7%
TOTAL	43	100%

GRÁFICO No 17



COMENTARIO

La apertura de la fábrica de concentrado para ganado bovino lechero es factible ya que contribuye al desarrollo local y los ganaderos se verían beneficiados ya que habría una mayor accesibilidad al momento de adquirirlo ahorrándose los gastos que actualmente afrontan para adquirir el concentrado.

Pregunta 18. Si su respuesta es si, ¿De qué manera?

Objetivo: Identificar como se beneficiarían los propietarios al aperturar la fabrica de concentrado.

CUADRO No 18

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cercanía	30	75%
Ahorro de Transportación	6	15%
Tiempo	4	10%
TOTAL	40	100%

GRÁFICO No 18



COMENTARIO

El mayor beneficio que tendrían los ganaderos al establecerse una fábrica de concentrado bovino es la cercanía con la que adquirirán el producto ya que esto les permite a su vez disminuir el costo de transportación y el tiempo de llevar el concentrado desde el lugar de la compra hasta su vivienda.

ANEXO 3

- Cotizaciones

MONTAJES AGRICOLAS

BOULEVARD DEL EJERCITO KM 9 No. 3 ILOPANGO, SAN SALVADOR.
FRENTE A CUERPOS DE BOMBEROS
TELEFAX. 2294-4822 * 2294-2397* 2294-6613 CEL. 7212-8099
EMAIL- asespinoza7@yahoo.com

SAN SALVADOR, 21 DE AGOSTO DE 2009

SRES.
CON ATENCION A: MARLENE PORTILLO
TEL. 2525-6907

SIRVASE LA PRESENTE COMO COTIZACION DE LOS SIGUIENTES EQUIPOS:

• MEZCLADORA PARA CONCENTRADO HUMEDO Y SECO.

CON CAPACIDAD DE 5 qq POR CICLO (10 A 15 MINUTOS) FABRICADA CON LAMINA DE 1/8 ANGULO DE 2 ½ X 3/16, CAÑO DE 1" , TUBO DE 1X1, LAMINA DE 1/32, EN LA TAPADERA ACOPLADA A MOTOR ELECTRICO 5 HP MARCA BALDOR, MONOFASICO A 220 VOLTIOS CON GAURDAMOTOR DE PROTECCION TIPO ARANQUE ESTRELLA DELTA CON SISTEMA DE PIÑONAJE PARA REDUCCION DE VELOCIDAD; INCLUYE: FAJAS Y POLEAS , TOLVA PARA GRASA.

PRECIO OFERTA.....\$3,500.00

EQUIPO INCLUYE: TRANSPORTE, INSTALACIÓN EN EL LUGAR DESEADO,
GARANTIA DE UN AÑO, ASESORIA TECNICA.

PRECIO INCLUYE IVA.
TIEMPO DE ENTREGA: 5 DIAS
CONDICIONES DE PAGO: CONTADO.

ATENTAMENTE

F. _____
GUADALUPE RAMOS

ASISTENTE DE GERENCIA

**VENTAS Y REPARACIONES AGRICOLAS
OFRECIENDOLES MEJORES PRECIOS Y TRABAJOS GARANTIZADOS**



Residencial y Pasaje San Carlos No.27
PBX.:2521-7103 Fax: 2521-7105
Correo E: leopadilla@turbonett.com

MONTAJES AGRICOLAS

BOULEVARD DEL EJERCITO KM 9 No. 3 ILOPANGO, SAN SALVADOR.
FRENTE A CUERPOS DE BOMBEROS
TELEFAX. 2294-4822 * 2294-2397* 2294-6613 CEL. 7212-8099
EMAIL- asespinoza7@yahoo.com

SAN SALVADOR, 21 DE AGOSTO DE 2009

SRES.
CON ATENCION A: MARLENE PORTILLO
TEL. 2525-6907

SIRVASE LA PRESENTE COMO COTIZACION DE LOS SIGUIENTES EQUIPOS:

• MOLINO DE MARTILLO COMBINADO MODELO JUNIOR.

UN MOLINO DE MARTILLOS COMBINADO, MODELO **JUNIOR** CON CAPACIDAD 3-5 QUINTALES POR HORA EN MOLIDO Y EN PICADO DE 1-2 TONELADAS POR HORA, ACOPLADO A MOTOR GASOLINA DE 5.5 HP MARCA **HONDA**, MONTADO EN CARRETILLA.

EQUIPO INCLUYE:

- UN JUEGO DE ZARANDA, DE DIFERENTES MEDIDAS
- TRANSPORTE,
- ASESORIA TECNICA.
- GARANTIA DE UN AÑO
- TIEMPO DE ENTREGA: DE INMEDIATA.
- TRANSPORTE.

PRECIO OFERTA..... \$ 1,200.00

PRECIO INCLUYE IVA.
CONDICIONES DE PAGO: CONTADO.

ATENTAMENTE

F. _____
GUADALUPE RAMOS
ASISTENTE DE GERENCIA

VENTAS Y REPARACIONES AGRICOLAS
OFRECIENDO MEJORES PRECIOS Y TRABAJOS GARANTIZADOS

Básculas y Balanzas, S.A. de C.V.

A	: Srita. Marleny Portillo	COTIZACION No. 0611-
Para	: MAN POWER	2009
Dirección	: Edificio La Centro Americana	Fecha : Agosto 27-2009
Tel.	: TEL: 2525-6907,	De : Leonardo Padilla
Correo E	:	

Señorita Portillo:
Con mucho gusto presentamos para su consideración la presente oferta:



Producto : BASCULA MECANICA DE PLATAFORMA
Marca : TECNIPESA
Modelo : TEC-24-25
Capacidad : 400 lb
PRECIO : \$ 415.00 (CON IVA INCLUIDO)

PARA AMBOS EQUIPOS

Forma de Pago : CONTRA ENTREGA DEL EQUIPO
Tiempo de Entrega : INMEDIATO
Validez de Oferta : 30 DIAS A PARTIR DE ESTA FECHA
GARANTÍA : 1 AÑO

En espera de poder servirles, me suscribo.

Atentamente,

Ing. Leonardo Padilla



Km. 10^{1/2} Carretera al Pto. De La Libertad, Santa Tecla, El Salvador
Tel. Directo ventas 2229-9437 Tels: 2228-0143 – 2228-2570 Fax 2228-0547
E-mail: ventas.sacos@navegante.com.sv / ventas.sacos@amnetsal.com
www.sacoselsalvador.com

COTIZACION LOCAL

F-VE001

Santa Tecla, 25 de Septiembre del 2009

**Señorita
Marlene Portillo**

Presente

Estimada Señorita Portillo:

Por este medio nos dirigimos a ustedes para someter a su consideración cotización de sacos de polipropileno:

Item 1	
Producto	: Sacos de Polipropileno
Color	: Blancolor
Tipo de producto	: Normal
Medida	: 22" X 36"
Marca	: La Vaquita Feliz
Precio	: \$ 0.31 incluye I.V.A
Cantidad	: 1,000

Nota: las cantidad producidas pueden variar un 5% +- de la cantidad ordenada.

Cobros eventuales:

- o Precio de clisé: + I.V.A. (No aplica)

El precio de clisé dependerá de la cotización que presente el proveedor del mismo

Condiciones Generales:
Condición de pago: Contado
Tiempo de entrega: de Inmediato
Lugar de entrega: En nuestra Bodega
Vigencia de la oferta: 5 días

Esperamos que la presente sea de su agrado, nos suscribimos sus servidores y amigos

Atentamente



San Salvador, Diciembre 2009

Atención: Jennifer Gómez

Reciba un cordial saludo de parte de los que integramos Ferreteria Mendoza.

A continuación le detallo los precios de los materiales cotizados así mismo recordándole que ofrecemos el servicio de la mano de obra.

MATERIALES	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Ladrillos calabera	1500	\$ 0,17	\$ 255,00
Cemento	20	\$ 6,90	\$ 138,00
Arena M ²	5	\$ 12,00	\$ 60,00
Grava M ²	5	\$ 27,00	\$ 135,00
hierro	3	\$ 45,00	\$ 135,00
Inodoro	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Lavamanos	1	\$ 22,00	\$ 22,00
Poliducto rollo 1/2.	1	\$ 11,00	\$ 11,00
Alambre TNM 12.2 rollo.	1	\$ 98,00	\$ 98,00
Lampara doble	3	\$ 20,00	\$ 60,00
Switch	1	\$ 3,00	\$ 3,00
Tuberia PVC de 2" 2 1/2 mtrs.	2,5	\$ 5,50	\$ 13,75
Sifon	1	\$ 4,50	\$ 4,50
Codo	2	\$ 0,90	\$ 1,80
Uniones 2"	2	\$ 0,60	\$ 1,20
Ladrillo de piso	315	\$ 0,14	\$ 44,10
Foco ahorrador	1	\$ 4,00	\$ 4,00
Total			\$ 1.036,35
Mano de Obra	1		\$ 518,18
Total			\$ 1.554,53

El costo de la mano de obra es del 50% del costo total del material.

Precios ya incluyen IVA.

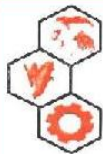
Atte.

Olivia de Solórzano

Encargada de Compras y Ventas.

mferreteria@yahoo.com

2235-4162



TECNUTRAL

TECNICA EN NUTRICION ANIMAL, S. A. de C. V.

Lourdes, 25 de Septiembre del 2009

SEÑORES

PRESENTE

Atención Srita Marleny Portillo.

Por este medio le envío cotización de los siguientes productos.

P R O D U C T O	PRECIO
FIXAT SECUESTRANTE	\$ 28.28
BICARBONATO DE SODIO	\$ 31.85
PREMIX VITAMIN GANADO	\$ 83.21
SAL COMUN	\$ 4.75
HARINA DE SOYA	\$ 26.50
HARINA DE MAIZ	\$ 15.00
MELAZA	\$ 1.15
HARINA DE GALLETAS	\$ 13.00
HARINA DE HUESO	\$ 14.00
CASCARILLA DE MANI	\$ 8.75

Estos precios son con IVA incluido y puestos en planta de producción, los precios son por quintales.

Esperando que sean de su entera satisfacción, nos suscribimos de ustedes.

Atentamente.

AMINTA TOBAR
DEPTO. DE VENTAS
Telf. 2333-7843



CALLE FERROCARIL N° 2107
2245-4160 ; 2224-0673

Carretilla R/ Sólida. 4.0 Pies cub.

Carretilla con rueda sólida. Capacidad 4.0 pies cúbicos. Tolva muy resistente y excelente presentación, llanta solida con sistema de rotación de buje; 1 llanta delante y 2 patas en la parte trasera. (IMACASA)

PRECIO DE OFERTA..... \$33.81

PRECIO INCLUYE IVA.

CONDICIONES DE PAGO: CONTADO



SILLA ITALIA NEGRO



AGRANDAR IMAGEN ▶

Item #: 347

\$59.90 Disponible
PIEZA

Cantidad:

Añadir al Carrito

Añadir a lista

Descripción

Detalles Producto

Promociones

Art. Relacionados

SILLA ITALIA NEGRO ESTRUCTURA METALICA CALIBRE 16 PINTADA CON PINTURA EPÓXICA HORNEADA QUE PROTEGE DE LA CORROSIÓN Y RAYADURAS. APILABLE



San Salvador, 4 de Noviembre de 2009

Señores
Marleny Portillo
Presente

Es un gusto saludarle y desearle que todas sus actividades y labores diarias se realicen exitosamente. En atención a su requerimiento aprovecho la ocasión para ofrecerle nuestra nueva línea de mobiliario para oficina marca COMFORDY.

ESCRITORIO	
MODELO TH-02	
	<ul style="list-style-type: none">• Fabricado con lamina de acero 1/32",• Pintado con esmalte horneable,• Cubierta redonda con dos gavetas laterales y gaveta central con llave.• Dimensiones: Largo 120 cm. Ancho: 73 cm. Alto: 75 cm.• Color Tablero: Madera. Color Base: Café con Beige.
	Precio Unitario IVA incluido: \$190.00


NOTA: Este modelo TH-02 es fabricación nacional.



San Salvador, 02 Septiembre de 2009

Mirna Elizabeth Palacios
Presente.

A solicitud le enviamos la cotización de un extintor marca Kidde con capacidad de 10lbs.

	Nombre:	Extintor de CO2
	Línea :	08
	Marca:	Kidde Americano
	Modelo:	466181
	Descripción Técnica	Extintor de Dióxido de carbono, con capacidad de 10 lbs.

PRECIO DE OFERTA \$24.00

25 Avenida Norte # 1080, San Salvador (503)2234-3200 **oxgasa-**
sansalvador@salnet.net

ANEXO 4

- Detalle de Gastos de Administración

DETALLE DE GASTOS ADMINISTRATIVOS

A continuación se presenta una lista de precios que fueron cotizados previamente en diferentes supermercados, en el caso de los trapeadores y de las escobas se acordó comprar 2 de cada uno cada 2 meses.

PRODUCTO	DESCRIPCION	CANTIDAD MENSUAL	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	COSTO ANUAL
rinso	bolsa de 500 gr	5	1,31	6,55	78,6
Lejia	botella 1 ltr.	1	1,8	1,8	21,6
Pinesol	botella	3	0,96	2,88	34,56
Trapeador		2	2	4	24
Escobas		1	1	1	6
Jabón	liquido manos bote	2	2,5	5	60
Papel higiénico	paquete de 12 unidades	1	7,94	7,94	95,28
Franelas	para limpiar	5	0,5	2,5	30
Desodorante ambiental		3	2,06	6,18	74,16
TOTAL				37,85	424,2

DESCRIPCIÓN	IMPORTE MENSUAL	IMPORTE ANUAL
Energía Eléctrica	\$ 25.00	\$ 300.00
Servicio de Agua potable	\$ 11.00	\$ 132.00
Teléfono	\$ 20.00	\$ 240.00

ANEXO 5

- Planillas de Sueldo

A continuación se presentan las planillas mensuales de salarios del personal de ACOVIFEM de R.L. del periodo correspondiente a Enero a Diciembre de 2010, y las respectivas cargas patronales.

PLANILLA DE SUELDOS DE ACOVIFEM DE R.L.

DEL 01 DE ENERO AL 30 DE NOVIEMBRE DE 2010

(US DOLARES)

PUESTO	MENSUAL	LABORADOS	VACACIONAL	AGUINALDO	TOTAL PERIODO	DEDUCCIONES					NETO
						ISSS	AFP		ISR	VIATICOS	
1 PRODUCCION	\$ 207,60	30			\$ 207,60	\$ 6,23	\$ 12,98	\$ 293,80	0	0	\$ 188,40
2 PRODUCCION	\$ 207,60	30			\$ 207,60	\$ 6,23	\$ 12,98	\$ 194,63	0	0	\$ 188,40
3 PRODUCCION	\$ 207,60	30			\$ 207,60	\$ 6,23	\$ 12,98	\$ 194,63	0	0	\$ 188,40
4 PRODUCCION	\$ 207,60	30			\$ 207,60	\$ 6,23	\$ 12,98	\$ 194,63	0	0	\$ 188,40
5 PRODUCCION	\$ 207,60	30			\$ 207,60	\$ 6,23	\$ 12,98	\$ 194,63	0	0	\$ 188,40
6 PRODUCCION	\$ 207,60	30			\$ 207,60	\$ 6,23	\$ 12,98	\$ 194,63	0	0	\$ 188,40
7 PRODUCCION	\$ 207,60	30			\$ 207,60	\$ 6,23	\$ 12,98	\$ 194,63	0	0	\$ 188,40
8 PRODUCCION	\$ 207,60	30			\$ 207,60	\$ 6,23	\$ 12,98	\$ 194,63	0	0	\$ 188,40
9 ADMINISTRATIVO	\$ 250,00	30			\$ 250,00	\$ 7,50	\$ 15,63	\$ 234,38	0	0	\$ 226,88
10 AGRONOMO	\$ 400,00	30			\$ 400,00	\$ 12,00	\$ 25,00	\$ 375,00	10,60	61	\$ 413,40
11 TOTALES	\$ 2.310,80	300			\$ 2.310,80	\$ 69,32	\$ 144,43	\$ 2.265,55	10,60	61	\$ 2.147,45

PLANILLA DE SUELDOS DE ACOVIFEM DE R.L.

DEL 01 DE DICIEMBRE AL 31 DE DICIEMBRE DE 2010

(US DOLARES)

	PUESTO	SUELDO MENSUAL	DIAS LABORADOS	PRIMA VACACIONAL	AGUINALDO	TOTAL PERIODO	DEDUCCIONES					SUELDO NETO
							ISSS	AFP		ISR	VIATICOS	
1	PRODUCCION	\$ 207,60	30	31,14	69,20	\$ 238,74	\$ 7,16	\$ 14,92	\$ 223,82	0	0	\$ 216,66
2	PRODUCCION	\$ 207,60	30	31,14	69,20	\$ 238,74	\$ 7,16	\$ 14,92	\$ 223,82	0	0	\$ 216,66
3	PRODUCCION	\$ 207,60	30	31,14	69,20	\$ 238,74	\$ 7,16	\$ 14,92	\$ 223,82	0	0	\$ 216,66
4	PRODUCCION	\$ 207,60	30	31,14	69,20	\$ 238,74	\$ 7,16	\$ 14,92	\$ 223,82	0	0	\$ 216,66
5	PRODUCCION	\$ 207,60	30	31,14	69,20	\$ 238,74	\$ 7,16	\$ 14,92	\$ 223,82	0	0	\$ 216,66
6	PRODUCCION	\$ 207,60	30	31,14	69,20	\$ 238,74	\$ 7,16	\$ 14,92	\$ 223,82	0	0	\$ 216,66
7	PRODUCCION	\$ 207,60	30	31,14	69,20	\$ 238,74	\$ 7,16	\$ 14,92	\$ 223,82	0	0	\$ 216,66
8	PRODUCCION	\$ 207,60	30	31,14	69,20	\$ 238,74	\$ 7,16	\$ 14,92	\$ 223,82	0	0	\$ 216,66
9	ADMINISTRATIVO	\$ 250,00	30	37,50	83,33	\$ 287,50	\$ 8,63	\$ 17,97	\$ 269,53	0	0	\$ 260,91
10	AGRONOMO	\$ 400,00	30	60,00	133,33	\$ 460,00	\$ 13,80	\$ 28,75	\$ 431,25	16,23	61,00	\$ 462,22
11	TOTALES	\$ 2.310,80	300	346,62	770,27	\$ 23.454,62	\$ 79,72	\$ 166,09	\$ 23.288,53	16,23	61	\$ 2.456,38

CARGAS PATRONALES DE ACOVIFEM DE R.L.

DEL 01 ENERO AL 30 DE NOVIEMBRE DE 2010

(US DOLARES)

	PUESTO	SUELDO MENSUAL	DIAS LABORADOS	TOTAL PERIODO	ISSS	AFP	INSAFORP	TOTAL
1	PRODUCCIÓN	\$ 207,60	30	\$ 207,60	\$ 15,57	\$ 14,01	\$ 2,08	\$ 31,66
2	PRODUCCIÓN	\$ 207,60	30	\$ 207,60	\$ 15,57	\$ 14,01	\$ 2,08	\$ 31,66
3	PRODUCCIÓN	\$ 207,60	30	\$ 207,60	\$ 15,57	\$ 14,01	\$ 2,08	\$ 31,66
4	PRODUCCIÓN	\$ 207,60	30	\$ 207,60	\$ 15,57	\$ 14,01	\$ 2,08	\$ 31,66
5	PRODUCCIÓN	\$ 207,60	30	\$ 207,60	\$ 15,57	\$ 14,01	\$ 2,08	\$ 31,66
6	PRODUCCIÓN	\$ 207,60	30	\$ 207,60	\$ 15,57	\$ 14,01	\$ 2,08	\$ 31,66
7	PRODUCCIÓN	\$ 207,60	30	\$ 207,60	\$ 15,57	\$ 14,01	\$ 2,08	\$ 31,66
8	PRODUCCIÓN	\$ 207,60	30	\$ 207,60	\$ 15,57	\$ 14,01	\$ 2,08	\$ 31,66
9	ADMINISTRATIVO	\$ 250,00	30	\$ 250,00	\$ 18,75	\$ 16,88	\$ 2,50	\$ 38,13
10	AGRÓNOMO	\$ 400,00	30	\$ 400,00	\$ 30,00	\$ 27,00	\$ 4,00	\$ 61,00
11	TOTALES	\$ 2.310,80	300	\$ 2.310,80	\$ 173,31	\$ 155,98	\$ 23,11	\$ 352,40

CARGAS PATRONALES DE ACOVIFEM DE R.L.

DEL 01 AL 30 DE DICIEMBRE DE 2010

(US DOLARES)

	PUESTO	SUELDO MENSUAL	DIAS LABORADOS	PRIMA VACACIONAL	TOTAL PERIODO	ISSS	AFP	INSAFORP	TOTAL
1	PRODUCCIÓN	\$ 207,60	30	31,14	\$ 238,74	\$ 17,91	\$ 16,11	\$ 2,39	\$ 36,41
2	PRODUCCIÓN	\$ 207,60	30	31,14	\$ 238,74	\$ 17,91	\$ 16,11	\$ 2,39	\$ 36,41
3	PRODUCCIÓN	\$ 207,60	30	31,14	\$ 238,74	\$ 17,91	\$ 16,11	\$ 2,39	\$ 36,41
4	PRODUCCIÓN	\$ 207,60	30	31,14	\$ 238,74	\$ 17,91	\$ 16,11	\$ 2,39	\$ 36,41
5	PRODUCCIÓN	\$ 207,60	30	31,14	\$ 238,74	\$ 17,91	\$ 16,11	\$ 2,39	\$ 36,41
6	PRODUCCIÓN	\$ 207,60	30	31,14	\$ 238,74	\$ 17,91	\$ 16,11	\$ 2,39	\$ 36,41
7	PRODUCCIÓN	\$ 207,60	30	31,14	\$ 238,74	\$ 17,91	\$ 16,11	\$ 2,39	\$ 36,41
8	PRODUCCIÓN	\$ 207,60	30	31,14	\$ 238,74	\$ 17,91	\$ 16,11	\$ 2,39	\$ 36,41
9	ADMINISTRATIVO	\$ 250,00	30	37,50	\$ 287,50	\$ 21,56	\$ 19,41	\$ 2,88	\$ 43,84
10	AGRÓNOMO	\$ 400,00	30	60,00	\$ 460,00	\$ 34,50	\$ 31,05	\$ 4,60	\$ 70,15
11	TOTALES	\$ 2.310,80	300		\$ 23.108,00	\$ 199,31	\$ 179,38	\$ 26,57	\$ 405,26

**TABLAS DE RETENCION
DEL IMPUESTO SOBRE LA RENTA
(EN DÓLARES)**

a) Remuneraciones pagaderas **mensualmente**

Si la remuneración mensual es:		El impuesto a retener será de:
DESDE	HASTA	
\$ 0.01	\$ 316.67	SIN RETENCION
\$ 316.68	\$ 469.05	\$ 4.77 más el 10% sobre el exceso de \$ 316.67
\$ 469.06	\$ 761.91	\$ 4.77 mas el 10% sobre el exceso de \$ 228.57
\$ 761.92	\$ 1,904.69	\$ 60.00 mas el 20% sobre el exceso de \$ 761.91
\$ 1904.70	En adelante	\$228.57 mas el 30% sobre el exceso de \$ 1904.69

b) Remuneraciones pagaderas **quincenalmente**

Si la remuneración quincenal es:		El impuesto a retener será de:
DESDE	HASTA	
\$ 0.01	\$ 158.33	SIN RETENCION
\$ 158.34	\$ 234.52	\$ 2.38 mas el 10% sobre el exceso de \$ 158.33
\$ 234.53	\$ 380.95	\$ 2.38 mas el 10% sobre el exceso de \$ 114.29
\$ 380.96	\$ 952.34	\$ 30.00 mas el 20% sobre el exceso de \$ 380.95
\$ 952.35	En adelante	\$ 114.29 mas el 30% sobre el exceso de \$ 952.34

c) Remuneraciones pagaderas **semanalmente**

Si la remuneración semanal es:		El impuesto a retener será de:
DESDE	HASTA	
\$ 0.01	\$ 79.17	SIN RETENCION
\$ 79.18	\$ 117.26	\$ 1.19 mas el 10% sobre el exceso de \$ 79.17
\$ 117.27	\$ 190.48	\$ 1.19 mas el 10% sobre el exceso de \$ 57.14
\$ 190.49	\$ 476.11	\$ 15.00 mas el 20% sobre el exceso de \$ 190.48
\$ 476.12	En adelante	\$ 57.14 mas el 30% sobre el exceso de \$ 476.11

d) Remuneraciones pagaderas por día o períodos especiales

Se aplicará la tabla mensual, para lo cual buscará el salario equivalente mensual, lo mismo que la porción del impuesto que corresponda, y por el mismo método el impuesto que corresponda al período.

..

e) Caso especial

Cuando una persona natural domiciliada preste servicios de carácter permanente, para dos o más personas o empresas y la sumatoria de todas las remuneraciones mensuales o su equivalente fuere igual o mayor de \$ 316.67, cada remuneración menor a \$ 316.67 estará sujeta a una retención del 2%; la remuneración que fuere igual o mayor de \$ 316.67 estará sujeta a retención conforme a las Tablas anteriores según el caso. Para estos efectos el contribuyente como sujeto pasivo de la retención, queda obligado a informar a cada Agente de Retención para quienes trabaja y cuál es el monto de la remuneración respectiva en cada caso.

CODIGO DE TRABAJO.

ARTICULOS RELACIONADOS CON LAS PRESTACIONES DE LEY HACIA LOS EMPLEADOS.

CAPITULO V

DE LA VACACION ANUAL REMUNERADA

Art. 177.- Después de un año de trabajo continuo en la misma empresa o establecimiento o bajo la dependencia de un mismo patrono, los trabajadores tendrán derecho a un período de vacaciones cuya duración será de quince días, los cuales serán remunerados con una prestación equivalente al salario ordinario correspondiente a dicho lapso más un 30% del mismo.

CAPITULO VII

DEL AGUINALDO

Art. 196.- Todo patrono está obligado a dar a sus trabajadores, en concepto de aguinaldo, una prima por cada año de trabajo.

Art. 197.- Los patronos estarán obligados al pago completo de la prima en concepto de aguinaldo, cuando el trabajador tuviere un año o más de estar a su servicio.

Los trabajadores que al día doce de diciembre no tuvieren un año de servir a un mismo patrono, tendrán derecho a que se les pague la parte proporcional al tiempo laborado de la cantidad que les habría correspondido si hubieren completado un año de servicios a la fecha indicada.

Art. 198.- La cantidad mínima que deberá pagarse al trabajador como prima en concepto de aguinaldo será:

1º) Para quien tuviere un año o más y menos de tres años de servicio, la prestación equivalente al salario de diez días;

2º) Para quien tuviere tres años o más y menos de diez años de servicio, la prestación equivalente al salario de quince días;

3º) Para quien tuviere diez o más años de servicio, una prestación equivalente al salario de dieciocho días.(4)

Art. 199.- Para calcular la remuneración que el trabajador debe recibir en concepto de aguinaldo, se tomará en cuenta:

1º) El salario básico que devengue a la fecha en que debe pagarse el aguinaldo cuando el salario hubiese sido estipulado por unidad de tiempo; y

2º) El salario básico que resulte de dividir los salarios ordinarios que el trabajador haya devengado durante los seis meses anteriores a la fecha, en que debe pagarse el aguinaldo, entre el número de días laborables comprendidos en dicho período, cuando se trate de cualquier otra forma de estipulación del salario.

Art. 200.- La prima que en concepto de aguinaldo debe entregarse a los trabajadores que tienen derecho a ella, deberá pagarse en el lapso comprendido entre el doce y el veinte de diciembre de cada año.

Art. 201.- Perderán totalmente el derecho al aguinaldo los trabajadores que en dos meses, sean o no consecutivos, del período comprendido entre el doce de diciembre anterior y el once de diciembre del año en que habría de pagarse la prima, hayan tenido en cada uno de dichos meses, más de dos faltas de asistencia injustificadas al trabajo, aunque éstas fueren sólo de medio día.

Art. 202.- Cuando se declare terminado un contrato de trabajo con responsabilidad para el patrono, o cuando el trabajador fuere despedido de hecho sin causa legal, antes del día doce de diciembre, el trabajador tendrá derecho a que se le pague la remuneración de los días que, de manera proporcional al tiempo trabajado, le corresponda en concepto de aguinaldo.

ANEXO 6

- Ventas proyectadas para el año 2010.

VENTAS PROYECTADAS PARA EL AÑO 2010

MESES	UNIDADES	PRECIO UNITARIO	TOTAL VENTA
ENERO	1368	\$ 17.61	\$ 24,090.48
FEBRERO	1368	\$ 17.61	\$ 24,090.48
MARZO	1368	\$ 17.61	\$ 24,090.48
ABRIL	1368	\$ 17.61	\$ 24,090.48
MAYO	1368	\$ 17.61	\$ 24,090.48
JUNIO	1368	\$ 17.61	\$ 24,090.48
JULIO	1368	\$ 17.61	\$ 24,090.48
AGOSTO	1368	\$ 17.61	\$ 24,090.48
SEPTIEMBRE	1368	\$ 17.61	\$ 24,090.48
OCTUBRE	1368	\$ 17.61	\$ 24,090.48
NOVIEMBRE	1368	\$ 17.61	\$ 24,090.48
DICIEMBRE	1368	\$ 17.61	\$ 24,090.48
TOTAL	16,416		\$ 289,085.76

NOTA: Las unidades a producir se incrementaran en 1% cada año y el precio de venta aumentará 5% anualmente.