

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

Facultad de Ciencias Económicas

Escuela de Administración de Empresas



"LA ASOCIATIVIDAD DE LOS PESCADORES ARTESANALES DE LA COMUNIDAD GUADALUPE LA ZORRA, DEL MUNICIPIO DE SAN LUIS LA HERRADURA, DEL DEPARTAMENTO DE LA PAZ, COMO UNA ESTRATEGIA DE COMPETITIVIDAD.- DISEÑO DE UNA PROPUESTA ADMINISTRATIVA."

Trabajo de Graduación presentado por:

**SONIA MARGARITA GONZALEZ PINTO
CLAUDIA MARIA ESCOBAR HENRIQUEZ
ROSA ALICIA GARCIA HERNANDEZ**

Para optar al Grado de:

Licenciada en Administración de Empresas.

Septiembre de 2003

San Salvador

El Salvador,

Centro América

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

Rectora : Dra. María Isabel Rodríguez

Secretaria : Licda. Lidia Margarita Muñoz Vela

Decano de la Facultad de
Ciencias Económicas : Msc. Roberto Enrique Mena

Secretario de la Facultad
De Ciencias Económicas : Ing. José Ciriaco Gutiérrez Contreras

Asesor : Lic. Carlos Gilberto Rivera Paúl

Tribunal Examinador : Lic. Roberto Rodríguez Lindo
Lic. Rafael Arístides Campos
Lic. Carlos Gilberto Rivera Paúl

Septiembre de 2003

San Salvador,

El Salvador,

Centro América

DEDICATORIAS

Doy gracias a **DIOS TODOPODEROSO**, por haberme iluminado durante todos estos años de mi carrera y darme la perseverancia para poder culminar este triunfo. A mi esposo que amo tanto **JORGE MIRANDA GUERRA**, por el apoyo, la ayuda académica y sobre todo la paciencia que me brindo en cada momento que lo necesitaba, **A MIS HIJOS JORGE ANTONIO**, que lo sacrifique mucho por estar en mis estudios, **Y WILLIAM ERNESTO** nació en los últimos momentos de mi carrera y que fue mi inspiración para la elaboración de este trabajo, a **MI CUÑADA**, por ayudarme con ellos y permitirme llegar hasta el final y poder lograr mi triunfo como Licenciada. A mi madre y hermanas, que en algún momento las abandone y me dieron su ayuda y comprensión, a todos Gracias, y me siento muy feliz por haber logrado este triunfo.

SONIA MARGARITA

A **DIOS TODOPODEROSO**, por permitir mi existencia, darme perseverancia y la oportunidad de coronar mi carrera; a mis **PADRES**, por su amor incondicional, sacrificio, apoyo y comprensión en todo momento; a mi **AMADO HIJO** por ser la fuente de inspiración para mi superación profesional; a mis **HERMANOS Y CUÑADAS** que me fortalecieron con sus consejos; a mis **SOBRINOS** por su cariño; a mis **COMPAÑERAS Y DOCENTE DIRECTOR**, por ayudarme durante el desarrollo del trabajo. A mis **FAMILIARES, AMIGOS Y MAESTROS** que contribuyeron a este logro.
Con todos ellos, comparto este triunfo.

CLAUDIA MARIA

Al **TODOPRODEROSO**, que me bendijo y me fortaleció en los momentos más difíciles, a mis hijos **STEVE, HAROL, STEFANY y CHRISTIAN** por su comprensión y por ser una de las motivaciones para alcanzar este triunfo y especialmente a **ANGIE**, por haber nacido en ese momento tan importante de mi vida, a mi esposo **MIKE**, por su apoyo, sacrificio y colaboración, a **ABDI**, por su paciencia, comprensión y apoyo incondicional, a mis amigos y a todas aquellas personas que se involucraron en mi formación personal y profesional.

ROSA ALICIA

INDICE

	Pagina
RESUMEN	i
INTRODUCCION	v
CAPITULO I.	
GENERALIDADES DE LA PESCA ARTESANAL DE LA COMUNIDAD GUADALUPE LA ZORRA, MARCO TEORICO CONCEPTUAL DEL PROCESO ADMINISTRATIVO Y MARCO JURÍDICO REGULATORIO DE LOS DISTINTOS TIPOS DE SOCIEDADES.	
A.	Generalidades de la Comunidad Guadalupe La Zorra del Municipio de San Luis La Herradura, Departamento dela Paz.
A.1	Antecedentes 1
A.2	Ubicación geográfica. 3
B.	Marco Teórico Conceptual
B.1	Marco Legal de la Pesca Artesanal 4
B.1.1	Clasificación de la Pesca 5
B.1.2	Descripción del Proceso de Pesca 6
B.1.3	Fases de la Pesca Artesanal 7
B.1.3.1	Fase Extractiva 7
B.1.3.2	Fase Procesamiento 8
B.1.3.3	Fase Comercialización 8
B.2	Areas Funcionales 9
B.2.1	Area de Producción 11
B.2.1.1	Concepto e Importancia 11

B.2.1.2	Decisiones sobre productos y procesos	11
B.2.1.3	Estrategias de operación	13
B.2.1.4	Planeación de la ubicación de las Instalaciones.	14
B.2.1.4.1	Localización de Planta	14
B.2.1.4.2	Distribución de la planta	14
B.2.2	Area de Mercadotecnia	15
B.2.2.1	Comercialización	
B.2.2.1.1	Concepto e Importancia	15
B.2.2.1.2	Mezcla de Mercadotecnia	15
B.2.2.1.2.1	Producto	16
B.2.2.1.2.2	Precio	16
B.2.2.1.2.3	Plaza	16
B.2.2.1.2.4	Promoción	17
B.2.2.2	Competitividad	
B.2.2.2.1	Concepto e importancia	17
B.2.2.2.2	Estrategias	18
B.2.3	Area Financiera	20
B.2.3.1	Concepto e Importancia	20
B.2.3.2	Fuentes de Financiamiento	21
B.2.3.2.1	A corto plazo	21
B.2.3.2.2	A largo plazo	22
B.2.3.3	Presupuestos.	23
B.3	Tipos de Sociedades	27
B.3.1	Sociedades de personas	27
B.3.2	Sociedades de Capital	30
B.3.3	Sociedades Cooperativas	30
b.3.4	Asociaciones Cooperativas	31

CAPITULO II

DIAGNOSTICO DE LA ACTIVIDAD ECONOMICA Y SOCIAL DE
DE LA COMUNIDAD GUADALUPE LA ZORRA, DEL MUNICIPIO
SAN LUIS LA HERRADURA, DEL DEPARTAMENTO DE LA PAZ.

C.	Metodología de la investigación	33
C.1	Formulación del problema	33
C.2	Delimitación del tema	34
C.3	Objetivos	34
C.3.1	Objetivo General	34
C.3.2	Objetivos Específicos	34
C.4	Hipótesis	35
C.4.1	Hipótesis General	35
C.4.2	Hipótesis Específicas	35
D.	Metodología para la obtención de la Información	36
D.1	Fuentes de datos primarios	36
D.2	Fuentes de datos secundarios	36
D.3	Determinación de la población y la Muestra	
D.3.1	Población	37
D.3.2	Cálculo de la muestra	37
D.4	Recopilación y tabulación de la Información	
D.4.1	Recopilación de la información	39
D.4.2	Tabulación e interpretación de la Información.	40
E.	Descripción del diagnóstico	76

E.1.	Aspectos generales	76
E.2	Aspectos económicos	78
E.3	Aspectos de producción y Comercialización	79
E.4	Aspectos sobre instrumentos y equipos	80
F.	Conclusiones y Recomendaciones	
F.1.	Conclusiones	80
F.2.	Recomendaciones	83

CAPITULO III

PROPUESTA ADMINISTRATIVA DEL TIPO DE ASOCIACION QUE SE ADECUE A LAS CARACTERÍSTICAS ECONOMICAS Y SOCIALES DE LA COMUNIDAD GUADALUPE LA ZORRA.

G.	Introducción	86
H.	Objetivos de la Propuesta	
H.1	Objetivo General	86
H.2	Objetivos Específicos	87
I.	Justificación de la Propuesta	88
J.	Beneficios para los pescadores Artesanales al Organizarse en Asociación Cooperativa.	89
K.	Procedimiento de legalización de la Asociación Cooperativa de Pescadores artesanales de la Comunidad Guadalupe La Zorra	91
K.1	Requisitos para pertenecer a la Asociación Cooperativa en base a	

	La Ley general de Asociaciones Cooperativas.	91
K.2	Procedimiento para la constitución De la Cooperativas de Producción Agropecuarias y Pesqueras.	93
L.	Organigrama Propuesto para la Cooperativa De los pescadores De la Comunidad Guadalupe La Zorra.	94
L.1	Descripción de la Estructura Organizativa	95
L.1.1	Asamblea General de Socios	95
L.1.2	Junta Directiva	96
L.1.3	Presidente	96
L.1.4	Auditoría Externa	97
L.1.5	Area de Finanzas	97
L.1.6	Area de Producción	97
L.1.7	Area de Comercialización	98
M.	Propuesta de las áreas funcionales	98
M.1	Area de Producción	98
M.1.1	Planeación de requerimientos de Materiales y equipo	100
M.1.2	Decisiones sobre productos y procesos	102
M.1.3	Planeación de la ubicación de las Instalaciones.	102
M.2	Area de Mercado	
M.2.1	Comercialización	
M.2.1.1	Mezcla de Mercadotecnia	104
M.2.1.1.1	Producto	104
	a) Objetivo del producto	
	b) Meta	

	c) Estrategia	
M.2.1.1.2	Precio	105
	a) Objetivo del precio	
	b) Meta	
	c) Estrategia	
M.2.1.1.3	Plaza	106
	a) Objetivo del precio	
	b) Meta	
	c) Estrategia	
M.2.1.14	Promoción	107
	a) Objetivo de la promoción	
	b) Meta	
	c) Estrategias	
M.3	Area Financiera	
M.3.1	Fuentes de Financiamiento	110
M.3.2	Presupuestos	111
M.3.2.1	Presupuesto de venta	112
M.3.2.2	Presupuesto de Producción	113
M.3.2.3	Presupuesto de Compras de materiales	114
N.	Implementación de la Propuesta De Asociatividad, como una Estrategia de competitividad, para Los pescadores de la comunidad Guadalupe La Zorra.	114
N.1	Objetivos de la Propuesta	115
N.2	Recursos Necesarios	115
N.3	Procedimiento para la ejecución Del Plan	116

N.4	CRONOGRAMA PARA LA IMPLEMENTACION DE LA PROUESTA DE ASOCIATIVIDAD COMO UNA ESTRATEGIA DE COMPETITIVIDAD PARA LOS PESCADORES DE LA COMUNIDAD GUADALUPE LA ZORRA.	117
	Bibliografía	118
	Anexos.	

RESUMEN

El presente estudio tiene como objetivo orientar a los pescadores artesanales de la comunidad Guadalupe La Zorra, para que conformen una Asociación cooperativa como una Estrategia de Competitividad.

La actividad económica principal de la comunidad Guadalupe La Zorra, es la pesca artesanal, convirtiéndose está en el medio de subsistencia para los habitantes de esta comunidad.

En la investigación realizada se utilizó la observación directa, la entrevista y la encuesta dirigida a los jefes de familia de la comunidad en estudio.

Una vez efectuada la investigación se procedió al análisis de los resultados, los cuales revelaron que existe un desconocimiento de los beneficios de la Asociatividad, que les serviría como medio de competitividad para la venta de sus productos a mejores precios.

También se determinó que los pescadores no tienen acceso a crédito, por carecer de garantías exigidas por los organismos financieros y esto les impide adquirir instrumentos y equipos adecuados para la producción y comercialización de sus productos. Se pudo observar que el índice de analfabetismo con respecto a los padres de familia es alto; este factor obstaculiza el desarrollo económico, social y cultural de los habitantes de la comunidad de manera individual y colectiva.

Asimismo, se comprobó que existe un deterioro en el aguaje, causado por los fenómenos naturales, por tales motivos se propone que la comunidad conforme una Asociación, para obtener los beneficios que dicha actividad ofrece. También se considera que estando asociados pueden solicitar alternativas crediticias que les permita acceder a líneas de créditos amplias y favorables, así como también solicitar a los organismos correspondientes la construcción de escuelas para recibir educación nocturna o instituciones que proporcionen la educación a distancia; para disminuir el analfabetismo.

Además ya formada la Asociación Cooperativa, pueden gestionar ante el Ministerio del Medio Ambiente o bien a ONG'S especializadas en medio ambiente, que se implemente proyectos tendientes a conservar y recuperar el aguaje y también para el desarrollo de proyectos de acuicultura, donde cultiven sus preces y camarones.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de graduación trata sobre los beneficios de La Asociatividad para los pescadores artesanales de la comunidad Guadalupe La Zorra, del municipio de San Luis La Herradura del Departamento de la Paz, utilizándolo como una Estrategia de competitividad, diseñando una propuesta administrativa, acorde a los recursos y necesidades.

El objetivo que persigue al realizar este trabajo, es lograr que los pescadores artesanales de Guadalupe La Zorra, conformen una Asociación; la cual les permitirá tener un mejor nivel de vida, mejorar la competitividad e incrementar los niveles de venta de los productos marinos extraídos, ya que si se logra que los pescadores artesanales se asocien ello traerá consigo mayores beneficios, mediante una mejor comercialización de sus productos.

El contenido de este trabajo se divide en 3 capítulos, los cuales se mencionan a continuación:

El capítulo I, expone las generalidades de la Pesca Artesanal, de la comunidad en sí y el marco teórico conceptual de los que es el Proceso Administrativo, el marco Jurídico de los diferentes tipos de Sociedades según el Código de Comercio, así como las generalidades y requisitos para poder constituirse como Asociación.

El diagnóstico de la Situación real de los pescadores artesanales en la comunidad Guadalupe La Zorra, se relata en el Capítulo II, en el cual se hacen las investigaciones a través de observación directa y mediante encuestas, para determinar el problema central. Por otra parte en éste capítulo se determinan las diferentes hipótesis que pueden surgir en la investigación, además se determina la población y la muestra a investigar, todo ello con el objetivo de recopilar la información necesaria y suficiente para poder así determinar los problemas que enfrentan los pescadores de la comunidad La Zorra, así como las conclusiones y recomendaciones derivados de los mismos.

La propuesta de soluciones a los pescadores se presenta en el Capítulo III, en la cual se les propone el tipo de

Asociación que más se adecue a sus necesidades y los requisitos o pasos a seguir para conformar esta Asociación; todo ello de acuerdo a la normativa jurídica sustentada en las leyes y reglamentos que rigen a las Asociaciones Cooperativas.

También se propone una estructura organizativa que muestra los principales cargos que orientarán su actividad, quienes serán los responsables de ponerla en marcha, así como el establecer metas y objetivos que les proporcione en un marco de competitividad a través de la comercialización de productos que reúnan características de mejores precios y calidad, todo ello con el propósito de lograr un mayor desarrollo económico y social para los pescadores de la comunidad Guadalupe La Zorra, del municipio de La Herradura, departamento de La Paz.

Al final de este capítulo se presentan la bibliografía utilizada para su desarrollo y los anexos que forman parte del trabajo de investigación.

CAPITULO I

A. GENERALIDADES DE LA COMUNIDAD GUADALUPE LA ZORRA DEL MUNICIPIO DE SAN LUIS LA HERRADURA, DEL DEPARTAMENTO DE LA PAZ

A.1 ANTECEDENTES

Cierto sector de la población campesina, dada su precaria situación económica, algunas veces se ha visto obligada a buscar tierras frágiles ubicadas en cuencas hidrográficas para poder subsistir y la comunidad Guadalupe La Zorra no es la excepción, pues por su característica geofísicas se denota que sus tierras son frágiles; en consecuencia se convierten en una población vulnerable ante los fenómenos naturales que generan desastres sociales y económicos.

A principios de la década de los ochentas se da inicio a una transformación profunda de la tenencia de la tierra a través de la Reforma Agraria y los pobladores de esta zona se convierten en pequeños parcelarios.

En el año de 1998 Guadalupe La Zorra fue uno de los cantones más afectados por la tormenta tropical Mitch, este fenómeno les imposibilitó realizar tareas de pesca, en aquel tiempo.

Actualmente atraviesa por un proceso de degradación ambiental de los recursos naturales con los que cuenta, debido a la sedimentación de su zona productiva (aguaje), generando así que el agua salga del curso natural e inunde sus tierras, poniendo en alto riesgo la infraestructura, cobertura vegetal y hasta sus propias vidas.

Los pescadores de Guadalupe la Zorra no están organizados, por lo tanto se ven afectados al comercializar sus productos de manera individual, lo cual limita en gran manera su competitividad. Ellos se han dado cuenta de esto y ven la necesidad de organizarse para lograr mejores beneficios como: poder vender en forma colectiva sus productos y realizar trabajos de mantenimiento y conservación del aguaje; para que en el verano mantenga el nivel de agua adecuado que les permita llevar a cabo sus actividades pesqueras, pues este es el trabajo que les genera ingresos.

Alrededor del 95% de la población se dedica a la pesca, siendo esta actividad económica el principal medio de subsistencia para sus pobladores.

El hecho de que los pobladores no estén organizados colectivamente en empresas productivas, da lugar a que la comercialización de los productos marinos extraídos de la pesca, se realice en forma individual, lo cual incide en la venta de sus productos a bajos precios, esto aunado a que el tamaño y cantidad de sus productos se ven afectados porque las áreas de producción se están secando.

A.2 UBICACIÓN GEOGRÁFICA

La comunidad Guadalupe La Zorra esta ubicada en una zona con características hídricas favorables (rodeada de aguas saladas) para la pesca y extracción de punches; el aguaje es un lugar específico para pescar, tiene canales estrechos conocidos como cañones que son transitables en botes o cayucos. Guadalupe La Zorra pertenece al municipio de San Luis La Herradura, esta ubicada a 71 kilómetros de la Ciudad de San Salvador, al norte limita con el cantón Las Tablas, al sur con el cañón El Astillero, al oeste con San Sebastián El Chingo y al este con el Municipio de Zacatecoluca. (Anexo No.1)

Cabe mencionar que por su ubicación en la zona costera del país, presenta terrenos planos, con elevaciones

promedios de 3 a 7 Mts. SNM (Sobre el nivel del mar); careciendo así de elevaciones notables y generándose un clima cálido.

B. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

B.1 MARCO LEGAL DE LA PESCA ARTESANAL

El Gobierno de El Salvador reconoció la importancia del sector pesquero, por ser fuente de ingresos para muchas familias salvadoreñas y le otorgó derecho económico y social en 1981 formulando un plan para desarrollar la pesca artesanal a través de mejoras tecnológicas y la accesibilidad de créditos para las asociaciones pesqueras, así como la incentivación de cultivos pesqueros y la conservación de los recursos; ese mismo año se promulga la Ley General de Actividades Pesqueros por decreto legislativo número 799/¹

Esta Ley fue derogada y sustituida por la Ley General de Ordenación y Promoción de Pesca y Acuicultura a iniciativa del Presidente de la República Lic. Francisco Flores, por medio del Ministerio de Agricultura y Ganadería por decreto legislativo No. 637, en diciembre del 2001. (Anexo No.2). Esta ley no cuenta con un

¹ Diario Oficial , 14 de septiembre 1981

reglamento que la regule por lo tanto se sigue aplicando el reglamento de la ley anterior, en todo aquello que no contradiga la nueva ley.

A continuación se presenta una definición de lo que es la Pesca Artesanal: "Pesca Artesanal la podemos definir como la actividad de extracción pesquera realizada en aguas marinas, utilizando artes menores y pequeñas embarcaciones, es conocida también como pesca de bajura."

B.1.1 CLASIFICACION DE LA PESCA.

El Art. 6 menciona los diversos tipos de pesca proporcionando una clasificación y definición. (Ver cuadro No. 1)

Además la pesca se puede clasificar dependiendo de la zona geográfica donde se practique la extracción; el Art. 26 la clasifica como extracción costera, oceánica y en aguas internacionales.

**Clasificación
Por la zona
Geográfica**

Extracción Costera: Cuando se práctica hasta la Distancia de doce millas marinas, contadas desde La marea más baja.

Extracción Oceánica: La que se realiza más allá de las doce millas, hasta las doscientas millas marinas.

Extracción en aguas internacionales: Es la que se Lleva a cabo en alta mar, más allá de las Doscientas millas marinas.

TIPOS DE PESCA	DEFINICIÓN
Pesca Artesanal	Cuando se utilizan artes menores y pequeñas embarcaciones, de hasta 10mts de eslora, prevalece el trabajo manual.
Pesca Tecnificada	Esta utiliza artes y embarcaciones mayores con más de 10 mts. De eslora y es conocida como pesca industrial.
Pesca de Autoconsumo	Es realizada con la finalidad de alimentar el núcleo familiar.
Pesca Didáctica	Realizada por instituciones públicas o privadas de educación pesquera y avícola del país para capacitación y formación.
Pesca Científica	Se realiza para fines de investigación, experimentación, repoblación y conservación de los recursos hidrobiológicos.
Pesca Deportiva	Se práctica con fines de distracción o de ejercicio.

Cuadro No. 1

B.1.2 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PESCA.

La operación de la pesca se realiza normalmente en embarcaciones de fibra de vidrio de 6 a 9 metros de largo con motores de 25 a 40 h.P. (Caballos de fuerza) la tripulación varia de 2 a 3 pescadores, pero también se utiliza el cayuco que aunque es considerado un poco primitivo en su construcción es mas fácil de adquirir, este es muy adecuado para la pesca de camarón es largo por lo que permite echar la red fácilmente a lo largo de la embarcación, es una embarcación rápida y apropiada para pescar en aguas poco profundas y no en mar adentro ya que no proporciona la capacidad de carga ni equipo apropiado.

La pesca artesanal esta dirigida casi en su totalidad al camarón. Para este proceso productivo de extracción se suele utilizar una red de enmallado de aproximadamente 250 metros de largo por 3 metros de alto este es un tipo de red que recoge básicamente el camarón grande.

Pueden pescar también con arpones y con palangres, los primeros son barras provistas en su extremo de una púa que hiere y las otras vueltas hacia atrás para hacer presas y los segundos son para pesca de mucha profundidad y es un cordel largo provisto de ramales con anzuelos en sus extremos, se puede tirar en forma vertical u horizontal.

B.1.3 FASES DE LA PESCA ARTESANAL

Estas fases están determinadas y reguladas en la Ley General de Ordenación y Promoción de Pesca y Acuicultura y son las siguientes:

B.1.3.1 FASE EXTRACTIVA

Está regulada en la nueva Ley desde el Art. 25 hasta el Art. 40.

Esta fase se divide en comercial y no comercial la comercial subdividida en industrial y artesanal y la no comercial subdividida en de investigación, didáctica,

deportiva y de subsistencia, se puede realizar en aguas marinas interiores (esteros, bahías, manglares, etc.) y aguas continentales e insulares como lagos, lagunas y ríos con los métodos de pesca apropiadas porque el Art. 31 prohíbe la extracción con métodos destructivos como el uso de venenos, explosivos y otros.

B.1.3.2 FASE DE PROCESAMIENTO

Están reguladas por los Artículos 41, 42 y 43 de la ley; esta fase consiste en el procesamiento de los productos capturados por cualquier procedimiento autorizado por la ley, en plantas procesadoras.

B.1.3.3 FASE DE COMERCIALIZACION

Es la fase que tiene como fin llevar los productos pesqueros en forma directa o indirecta al consumidor de acuerdo al Art. 44 puede ser la comercialización nacional o internacional.

Por la orientación que tiene el trabajo de investigación, se considera necesario mencionar ciertos Artículos que se relacionan con el.

De acuerdo al Art. 21 habrá un registro de autorización, licencias y renovaciones de estas, otorgadas a personas naturales y jurídicas.

Según Art. 22. Cualquier modificación la tendrán que hacer dentro de los tres meses después del cambio.

Cualquier persona natural o jurídica que se quiera dedicar a una fase de la pesca deberá tener una autorización de CENDEPESCA, según el Art. 24.

Las especies declaradas en veda no podrán ser extraídas en el periodo establecido (Art. 32)

El Art. 38 menciona que cualquier actividad extractiva ilícita, será sancionada.

El Art. 54 trata de los plazos de las autorizaciones otorgadas, estableciendo que la extracción artesanal individual tendrá un permiso de dos años y la asociada para cinco años. Los requisitos para solicitar autorizaciones están estipulados en el Art. 56.

B.2 AREAS FUNCIONALES

Las áreas funcionales dentro de la organización no son independientes; por el contrario, se relacionan

estrechamente entre sí. Estas áreas funcionales pueden ser de: finanzas, mercadotecnia, logística, contabilidad, personal, producción y administración de información. (Ver figura 1)

En el trabajo de investigación se han considerado tres áreas funcionales de las empresas como son: el área de producción junto con las áreas de mercadotecnia y financiera. Estas áreas se consideran importantes desde el punto de vista de la toma de decisiones básicas dentro de una organización.

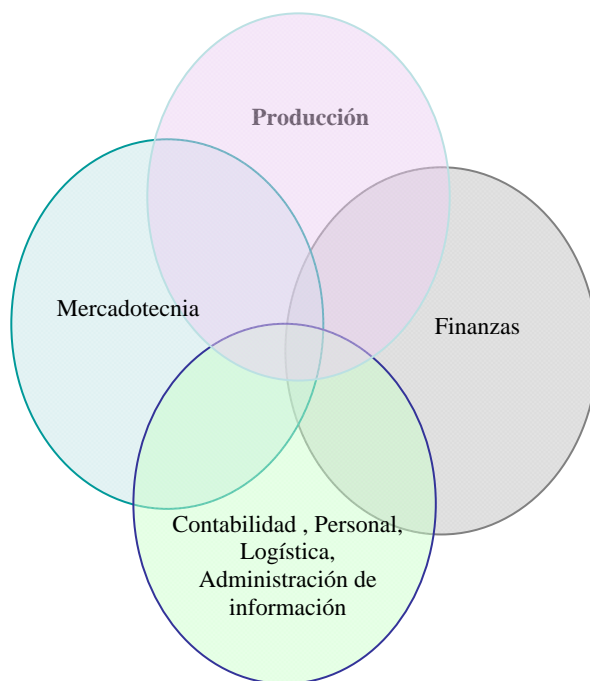


Figura 1

B.2.1 AREA DE PRODUCCIÓN.

Esta es el área funcional responsable de la actividad productiva de las empresas.

B.2.1.1 CONCEPTO E IMPORTANCIA.

Es la adición de valor que se la hace a una cosa, a través de las actividades de transformación.

La administración de la producción, ahora conocida como Administración de Operaciones, es importante porque está presente en todas las empresas, ya sean bancarias, manufactureras o industriales; además, es responsable de la calidad y cantidad de bienes y servicios que se producen.

B.2.1.2 DECISIONES SOBRE PRODUCTOS Y PROCESOS

Las decisiones principales en la planeación se toman de acuerdo al diseño del bien o servicio y al diseño de procesos. /²

Se desarrollan nuevos productos por influencia de la competencia, por disminución de la vida útil del producto; las nuevas ideas vienen dadas por los clientes, por el

² Adam, Everest y Ebert Ronald J. Administración de la Producción y las Operaciones, Prentice Hall Hispanoamericana, 4ª Edición México, 1989

personal de mercadotecnia, por la dirección, el personal de producción, de ingeniería, etc.

Puede existir un departamento especial de investigación y desarrollo, para que realice la introducción y retiro de los productos; todo dependerá de la etapa en que los productos se encuentren.

Existen cuatro componentes de innovación tecnológica: investigación básica, investigación aplicada, desarrollo e implementación.

El desarrollo de un nuevo producto tiene etapas como: identificar necesidades, estudio de factibilidad, diseño avanzado, diseño de ingeniería de detalle, diseño y avances del proceso de producción, evaluación y mejoras al producto empleo del producto y apoyos.

En cuanto a los procesos se requiere de tecnología que incluya equipos, personas y procedimientos y las decisiones.

Las decisiones claves sobre los procesos se relacionan con la organización de flujos de los procesos más

adecuados; existen cinco tipos genéricos de flujos de proceso como lo son:

- Proyectos
- Trabajo de taller o planta
- Por lote
- Por líneas de ensamble
- Por flujos continuos

B.2.1.3 ESTRATEGIAS DE OPERACIÓN

La estrategia de operación es "la función de operaciones que depende de la dirección o impulsos generales para la toma de decisiones. Con frecuencia se reflejan en un plan formal y debe dar como resultado un patrón consistente de toma de decisiones en las operaciones y una ventaja competitiva para las empresas". /³

Esta estrategia tiene cuatro componentes: misión, objetivos, capacidad distintiva y políticas. Por lo tanto se convierte en una estrategia funcional para poder definir las metas.

El modelo de estrategia de operaciones se conoce como estrategia corporativa empresarial y se tienen dentro de

³ Schroeder, Roger. Administración de Operaciones, McGraw Hill 3ª Edición, México, 1998, p.27

ésta varios tipos de estrategias como la de mercadotecnia y la de finanzas.

B.2.1.4 PLANEACIÓN DE LA UBICACIÓN DE LAS INSTALACIONES.

La ubicación de las instalaciones deberá ser estratégica si se desea llegar a ser una empresa exitosa, porque la rentabilidad variará de acuerdo a la ubicación.

B.2.1.4.1 LOCALIZACION DE PLANTA

Esta implica la decisión que debe tomarse respecto al sitio en que debe ubicarse la planta de producción. Dentro de los factores que nos permiten tomar la decisión tenemos: ubicación de materiales, transportes, suministros de mano de obra, Fuentes de energía, disponibilidad de agua, instalaciones para eliminar desperdicio, clima, características de la comunidad, etc. Esta decisión es importante porque una vez que se ha construido la planta e instalado las máquinas, es muy difícil y costoso cambiar su ubicación.

B.2.1.4.2 DISTRIBUCION EN PLANTA.

Esto se refiere al arreglo en las instalaciones, para llevar a cabo la producción, este problema se puede

Resolver utilizando: las gráficas de flujo de procesos, los diagramas de recorrido, plantillas y modelos a escala.

Un buen diseño de distribución en planta tiene mucha importancia para el nivel de eficiencia del sistema.

B.2.2 AREA DE MERCADOTECNIA

Esta es una de las áreas funcionales que tiene la responsabilidad de: Crear demanda y generar las ventas de los bienes o servicios que produce una organización.

B.2.2.1 COMERCIALIZACIÓN

B.2.2.1.1 CONCEPTO E IMPORTANCIA.

Es la actividad por medio de la cual se le asigna a determinados productos las condiciones comerciales requeridas para venderlo, se debe considerar el momento oportuno para introducirlo, el lugar donde lanzará el producto.

La comercialización es importante porque esta basada en el movimiento de las transacciones respectivas para vender un producto como son los precios, almacenamiento, demanda y la manera que se harán dichas actividades.

B.2.2.1.2 MEZCLA DE MERCADOTECNIA.

Para Kotler mezcla de mercadotecnia es: "el conjunto de instrucciones tácticas controlables de la mercadotecnia:

producto, precio, plaza y promoción que la empresa mezcla para producir respuestas que quieren en el mercado meta.”/⁴
(Ver figura 2)

El concepto antes mencionado describe la combinación de los cuatro factores que constituyen el corazón del sistema de mercadotecnia de una compañía: el producto, estructura de precios, actividades promocionales y el sistema de distribución.

B.2.2.1.2.1 PRODUCTO

Es la combinación de bienes y servicios que ofrece una compañía al mercado meta; la administración de este incluye planear y desarrollar los bienes y servicios correctos a comercializar.

B.2.2.1.2.2 PRECIO

Es la cantidad de dinero que tienen que pagar los clientes para obtener el producto.

B.2.2.1.2.3 PLAZA

Incluye las actividades que realiza la compañía para poner el producto a disposición del mercado meta.

⁴ Kotler, Philip y Gary Armstrong, Fundamentos de Mercadotecnia, Editorial Prentice Hall, 4ª, Edición México 1998.

Seleccionar los canales comerciales de distribución y se tiene de inmediato en las empresas.

B.2.2.1.2.4 PROMOCION

Son todas aquellas actividades que comunican los meritos del producto y convencen al cliente para que lo compre.

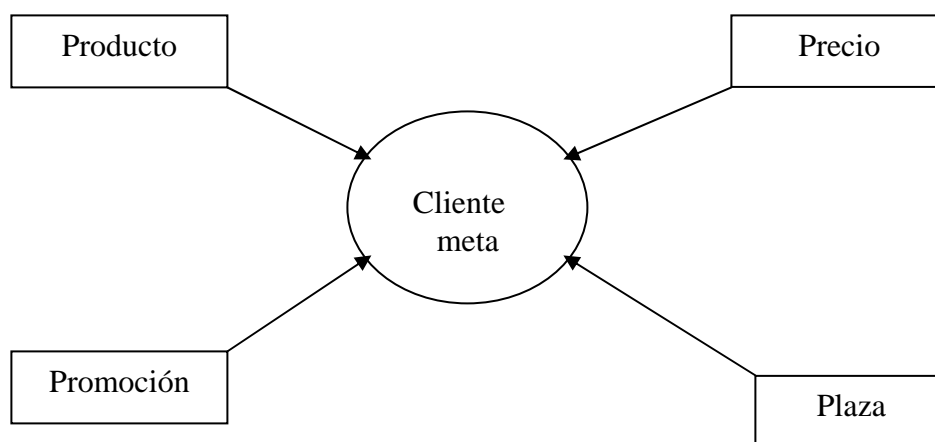


Figura No.2

B.2.2.2 COMPETITIVIDAD

B.2.2.2.1 CONCEPTO E IMPORTANCIA

Es la posición que tiene un competidor con relación a otros competidores en cuanto a precios, calidad y variedad. Según Michael Porter la estrategia competitiva se refiere a la forma en que los gerentes influyen en las condiciones de una industria cuando actúan como contrincantes, compradores, proveedores, etc.

B.2.2.2.2 ESTRATEGIAS

La estrategia de competitividad es un prerrequisito para que se formulen los presupuestos eficaces, para lo que se necesita un análisis del entorno, los competidores, clientes, la empresa. La estrategia distingue a la empresa por la vía de sus ventajas competitivas; es necesaria para el éxito.

Una estrategia de crecimiento interno puede ser, ofreciendo los productos a nuevos mercados o creando nuevos productos para ser comercializados en los mercados ya existentes, esto vuelve a las empresas más competitivas ante sus competidores.

La estrategia publicitaria tiene cinco pasos esenciales para su desarrollo.

- 1.- Evaluar oportunidades.
- 2.- Analizar los recursos de la empresa.
- 3.- Fijar objetivos.
- 4.- Desarrollo y evaluación de estrategias alternativas.
- 5.- Asignación de tareas específicas.

La estrategia publicitaria puede ser orientada hacia el producto, al consumidor, la imagen (Producto o Consumidor).

Para este tipo de estrategia influye la tecnología, la economía, los aspectos socioculturales y jurídico político.

Las estrategias de mercadotecnia determinan con precisión, los segmentos del mercado hacia los cuales se orienta la empresa.

La estrategia de promoción, tiene la táctica de empuje que consiste en utilizar fuerzas de venta hasta llegar al consumidor y la táctica de jalar que es cuando la publicidad se orienta al consumidor para inducirlo a buscar el producto.

Las estrategias de ventas sirven de guía a la dirección y al equipo de venta; centrándose en el cliente de mayor consumo y en sus necesidades.

Las estrategias deben de:

- 1.- No perder de vista las amenazas de las nuevas entradas.
- 2.- Mantener los precios dentro del rango.
- 3.- Supervisar por amenazas de productos sustitutos.
- 4.- Vigilar a los competidores.

B.2.3 AREA FINANCIERA

Las Finanzas se encargan básicamente de adquirir y distribuir el capital.

B.2.3.1 CONCEPTO E IMPORTANCIA

Al hablar de dinero, necesariamente se refiere al aspecto financiero de una empresa.

Finanzas es suministrar y usar dinero, títulos de capitales, créditos y fondos de cualquier clase que se emplean en el funcionamiento de una empresa.

Una adecuada administración de las finanzas es importante en todos los tipos de empresas, indistintamente de que sean públicos o privados que aparecen en el sector de los servicios financieros o que sean empresas de carácter industrial.

Los tipos de tareas que se encuentran en los trabajos de la administración de finanzas van desde la toma de decisiones relacionadas con las expansiones de las plantas hasta las elecciones sobre los tipos de valores que deberán emitirse para financiar la expansión.

B.2.3.2 FUENTES DE FINANCIAMIENTO

B.2.3.2.1 A CORTO PLAZO.

El crédito a corto plazo se define como cualquier pasivo que haya sido originalmente programado para reembolsarse dentro de un año.

Existen cuatro tipos fundamentales de fondos a corto plazo los cuales son:

➤ Gastos acumulados.

Los gastos acumulados aumentan en forma automática, ó espontánea, a medida que se amplían las operaciones de la empresa. Además, este tipo de deuda se considera como libre de costos debido a que no se paga un interés sobre los fondos obtenidos por medio de los gastos acumulados.

➤ Cuenta por pagar ó crédito comercial

Es la categoría individual más grande de las deudas a corto plazo. El crédito comercial es una fuente espontánea de financiamiento debido a que surge de las transacciones ordinarias del negocio.

➤ **Préstamos bancarios**

Los bancos comerciales tienen el segundo nivel de importancia en el crédito comercial como una fuente de financiamiento a corto plazo. A medida que aumentan las necesidades de financiamiento de una empresa, esta requerirá de fondos adicionales a su banco.

➤ **Papel Comercial**

Es un tipo de pagaré no garantizado, emitido por empresas grandes y fuertes, que se les vende principalmente a otros negocios, como compañía de seguros, fondos de pensiones etc.

B.2.3.2.2 A LARGO PLAZO.

Existen distintos tipos de deudas a largo plazo, esta deuda recibe frecuentemente el nombre de Deuda Consolidada esto consiste en que la empresa reemplaza las deudas a corto plazo por valores sujetos a un vencimiento más prolongado.

A medida que aumentan las necesidades de financiamiento de una empresa, esta seguirá de fondos adicionales a su banco. Si se rechaza tal solicitud la empresa podría verse

forzada a abandonar buenas oportunidades de crecimiento. Un ejemplo de financiamiento a largo plazo es el siguiente:

➤ **Bonos**

Un bono, es un contrato a largo plazo; en virtud del cual un prestatario conviene en hacer pagos de interés y de capital en fechas específicas al tenedor de un bono.

Los bonos son similares a los préstamos a plazo, generalmente se anuncia se ofrece al público y finalmente se vende a una gran cantidad de inversionistas; la tasa de interés por lo común es fija.

B.2.3.3 PRESUPUESTOS.

Es un plan de acción dirigido a cumplir una meta prevista, expresada en valores y términos financieros que debe cumplirse en determinado tiempo y bajo ciertas condiciones previstas, este concepto se aplica a cada centro de responsabilidad de la organización.

Importancia:

Son útiles en la mayoría de las organizaciones como las utilitaristas (compañías de negociación), no utilitaristas (agencias gubernamentales), grandes empresas (multinacionales, conglomerados) y pequeñas empresas.

Son importantes por que ayudan a minimizar el riesgo en las operaciones de la organización. Algunos de los presupuestos que más se utilizan en las diferentes empresas están:

a) Presupuestos Financieros

En estos presupuestos se incluyen los rubros y/o partidas que inciden en el balance: Hay 2 tipos: el de caja o tesorería y el de capital o erogaciones capitalizables.

Consiste en fijar los estimados de inversión de venta, ingresos varios para elaborar al final un flujo de caja que mide el estado económico y real de la empresa.

b) Presupuesto de Venta.

Es la estimación técnica del volumen de ventas que una empresa podrá realizar en el mercado en un período futuro determinado, lo que se expresará en unidades monetarias.

El presupuesto de ventas es la base directa o indirecta para la preparación de todos los presupuestos de una empresa.

Son estimados que tienen como prioridad determinar el nivel de venta real y proyectado de una empresa para

determinar el límite de tiempo. Son preparados en meses, áreas geográficas y productos.

c) Presupuesto de Producción

El presupuesto de producción es el que regula las actividades industriales de las empresas y está basado fundamentalmente en el presupuesto de ventas y el volumen deseado de inventarios.

El presupuesto de producción nos indica que cantidades de productos se habrá de fabricar para hacerle frente a lo planificado en el presupuesto de ventas y las necesidades de los niveles de inventarios de productos terminados, proyectados para el inicio y final de los períodos que comprende dicho plan.

La empresa en estudio se dedica a la extracción y venta de productos marinos para dicha actividad se consideran los siguientes elementos que conformarán el presupuesto de producción.

- Mano de obra
- Materiales directos e indirectos
- Gastos indirectos.

d) Presupuesto de Capital

En el presupuesto de capital se incluyen todas las erogaciones que tienen como finalidad la adquisición de

activos, cuya recuperación total se hará en un plazo mayor de un año.

e) Presupuesto de Gastos de Operaciones.

El presupuesto de gastos de operación se divide en:

- ❖ Gastos de ventas y
- ❖ Gastos de administración

Los presupuestos de gastos de venta son los que están íntimamente relacionados con las actividades encaminadas a llevar los productos al mercado.

Los presupuestos de gastos de administración representan las estimaciones de aquellos costos necesarios para dirigir las operaciones de la empresa, no se identifica en forma directa con los productos fabricados ni con los gastos de venta.

f) Presupuestos de Gastos y Productos Financieros.

El presupuesto de otros ingresos y gastos está formado por las utilidades o períodos que provienen de transacciones financieras y otras operaciones que no son la finalidad principal de la empresa.

B.3 TIPOS DE SOCIEDADES.

Para el código de comercio las sociedades se dividen en sociedades de personas y sociedades de capitales; ambas clases pueden ser de capital variable.

B.3.1 SOCIEDADES DE PERSONAS

1. Sociedad en nombre colectivo o Sociedades colectivas

Art. 73 Código de Comercio.

La sociedad colectiva se constituirá siempre bajo razón social la cual se formará con el nombre de uno o más socios y cuando en ella no figuren los de todos, se le añadirán las palabras y compañía, u otras equivalentes por ejemplo "y hermanos".

2. Sociedad en comandita simple o sociedades comanditarias Simples

Art. 94 Código de Comercio.

La sociedad en comandita simple se constituye siempre bajo razón social, la cual se formará con el nombre de uno o mas comanditados y cuando en ella no figuren los de todos estos se le añadirán las palabras "y compañía" u otras equivalentes. A la razón social se le agregarán siempre las palabras "Sociedad comandita" o su abreviatura "S en C".

Si se omite este requisito, la sociedad se considerada como colectiva.

Art. 95 Código de Comercio

El socio comanditario o cualquier extraño a la sociedad que haga figurar o que permita expresar o tácitamente que figure su nombre en la razón social, quedará sujeto a la responsabilidad de los comanditados.

Art. 96 Código de Comercio.

Los socios comanditarios no pueden ejercer acto alguno de administración ni aún con carácter de apoderados de los administradores o representantes ; pero no se reputarán actos de administradores las autorizaciones dadas ni la vigilancia ejercida por los comanditarios, de acuerdo con la escritura social o con la ley, ni el trabajo subordinado que presten a la empresa.

Los comanditarios podrán asistir a las juntas de socios sin voto en los acuerdos que signifiquen una intervención en la vida de la sociedad.

Art. 97. Código de Comercio Nos dice:

El socio comanditario quedará obligado ilimitada y solidariamente para con terceros, por todas las

obligaciones sociales en que haya tomado parte en contravención a lo dispuesto en el artículo anterior. También será responsable ilimitada y solidariamente para con terceros aún por las operaciones en que no haya tomado parte, si habitualmente ha administrado los negocios de la sociedad.

3. Sociedad de responsabilidad Limitada

Art. 101 Código de Comercio.

La sociedad de responsabilidad limitada puede constituirse bajo razón social o bajo denominación. La razón social se forma con el nombre de uno o más socios.

La denominación se forma libremente, pero debe ser distinta a la de cualquier sociedad existente.

Una u otra deben ir inmediatamente seguida de la palabra "Limitada o su abreviatura "Ltda." La omisión de este requisito en la escritura social, hará responsables solidaria e ilimitadamente a todos los socios; y en acto posterior de la sociedad también a los administradores por las obligaciones sociales que así se hubieren contraído, sin perjuicio del derecho de repetición de lo pagado en exceso por los socios o administradores inocentes contra los socios o administradores culpables.

B.3.2 SOCIEDADES DE CAPITAL

Art. 126 Código de Comercio.

En las sociedades de capitales, la calidad personal de los socios o accionistas no influye de modo esencial en la voluntad de asociarse. Su capital se divide en partes alícuotas, representadas por títulos valores llamadas acciones.

1. Sociedades Anónimas

Art. 191 Código de Comercio.

La Sociedad anónima se constituirá bajo denominación la cual se formará libremente sin más limitación que la de ser distinta de la de cualquiera otra sociedad existente e irá inmediatamente seguida de las palabras "Sociedad Anónima" o de su abreviatura "S.A.". La omisión de este requisito acarrea responsabilidad ilimitada y solidaria para los accionistas y los administradores.

2. Las sociedades en comandita por acciones o sociedades comanditarias por acciones. Solamente podrán constituirse sociedades dentro de las formas reguladas por la ley.

B.3.3 SOCIEDADES COOPERATIVAS

Según Art. 19 del Código de Comercio.

Las Sociedades Cooperativas existentes a la fecha de entrar en vigencia este Código, así como las que en lo sucesivo se constituyan, para los cuales se requerirá por lo menos de un número de diez socios, funcionaran con sujeción a las normas que se expresan a continuación:

- I. Sociedades cooperativas se regirán por las disposiciones que correspondan a la especie de sociedades que hayan adoptado en su constitución.
- II. Las acciones no podrán ser, cada una, de más de ø 5,000.00, serán nominativas y solo transmisibles por inscripción en el respectivo libro, con autorización de la Sociedad.
- III. El socio tendrá un solo voto, cualquiera que sea el número de acciones que tenga en propiedad, etc. y otras normas más.

B.3.4 ASOCIACIONES COOPERATIVAS

El artículo 114 de la Constitución menciona que el Estado protegerá, fomentará y facilitará la organización, expansión y financiamiento de las Asociaciones Cooperativa. Las Asociaciones cooperativas desarrollan actividades técnicamente agropecuarias y estas son de capital variable

e ilimitado, de duración indefinida y de responsabilidad limitada, la cantidad de los miembros que la conforman es variable. Se constituyen con propósitos de servir, producir, distribuir y participar, procurando así la ayuda mutua, desarrollo social, económico y cultural tanto de los asociados como de la comunidad y no pueden realizar actividades diferentes a los fines de las cooperativas.

En el período de organización se le deberán agregar las palabras "en formación" y si fuese disuelta, se le agregará la frase "en liquidación".

CAPITULO II

DIAGNOSTICO DE LA ACTIVIDAD ECONOMICA Y SOCIAL DE LA COMUNIDAD GUADALUPE LA ZORRA DEL MUNICIPIO DE SAN LUIS LA HERRADURA DEL DEPARTAMENTO DE LA PAZ.

C. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACION

Este capítulo, presenta el planteamiento metódico aplicado durante el desarrollo del trabajo, incluyendo la formulación del problema de investigación, la delimitación del tema, los objetivos tanto generales como específicos que se pretenden alcanzar, las hipótesis generales y específicas, la descripción de la población y el cálculo de la muestra; así como los instrumentos y técnicas para la recolección de datos con su respectiva tabulación, para hacer finalmente el diagnóstico correspondiente de la comunidad Guadalupe La Zorra.

C.1 FORMULACION DEL PROBLEMA

Para efectos del presente trabajo de investigación, se define como problema central lo siguiente: En qué medida el diseño de una propuesta administrativa de asociatividad, contribuirá a lograr la competitividad de los pescadores de la Comunidad Guadalupe La Zorra del municipio de La Herradura

C.2 DELIMITACION DEL TEMA

El tema planteado, se orienta a la asociatividad de los pescadores artesanales de la comunidad Guadalupe La Zorra, como estrategia de competitividad.

Este es un diseño, que podrá ser implementado por los miembros de la comunidad como una medida práctica y viable para mejorar su nivel de vida y el desarrollo de la comunidad.

C.3 OBJETIVOS

Como Objetivos de la investigación se definen los siguientes:

C.3.1 OBJETIVO GENERAL

Elaborar una propuesta administrativa de asociatividad que contribuya a lograr la competitividad de los pescadores de la comunidad Guadalupe La Zorra del municipio de La Herradura.

C.3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- 1.-** Proponer un tipo de asociatividad que se adapte a los Recursos y necesidades de los miembros de la comunidad Guadalupe la Zorra.

- 2.- Incrementar la competitividad de los productos marinos que comercializan los miembros de la comunidad Guadalupe La Zorra, a través de la implementación de una Propuesta Administrativa.

C.4 HIPOTESIS

Se presentan en el caso concreto de este trabajo, la hipótesis general, así como las específicas que plantean variables consideradas esenciales.

C.4.1 HIPOTESIS GENERAL

Una propuesta administrativa de asociatividad, contribuirá al logro de la competitividad de los pescadores de la comunidad Guadalupe La Zorra del Municipio de La Herradura.

C.4.2 HIPOTESIS ESPECIFICAS

- 1.- El asociarse, por parte de los pescadores de la Comunidad Guadalupe La Zorra, les permitirá tener un Mayor grado de competitividad.
- 2.- La implementación de una propuesta administrativa, Mejorará la competitividad de los productos que Comercializan los pescadores de la comunidad Guadalupe La Zorra.

D. METODOLOGIA PARA LA OBTENCION DE LA INFORMACION

Es el diseño con que se responden las preguntas de la investigación, permite alcanzar los objetivos y analizar con certeza la información recopilada.

D.1 FUENTES DE DATOS PRIMARIOS

La recolección directa de la información será extraída de fuentes primarias de la investigación; para éste caso, el objeto de estudio, estará compuesto por los habitantes de la Comunidad Guadalupe La Zorra; por lo tanto, se considera como información original o de primera mano.

Instrumentos para recolectar la información:

- Entrevistas que proporcionen información clave
- Observación directa
- Encuesta para ampliar información, la cual incluirá preguntas abiertas y cerradas

D.2 FUENTES DE DATOS SECUNDARIOS

Dentro de éstas fuentes se puede mencionar la investigación bibliográfica, que consiste en revisar, recopilar, seleccionar y analizar un repertorio bibliográfico sobre el área en estudio; a fin de tener una

idea precisa sobre lo que se investiga; para ello se consultan libros, tesis, revistas, leyes y otros.

D.3 DETERMINACION DE LA POBLACION Y LA MUESTRA

D.3.1 POBLACION

Para la realización de la investigación, se determinó que el universo es finito y con base a datos proporcionados por la Alcaldía de San Luis La Herradura, se estimó que la población está conformada por 350 grupos familiares. (Ver Anexo No.3)

D.3.2 CALCULO DE LA MUESTRA

La muestra es un subconjunto de la población, por lo tanto se determinó en función del tamaño de la población; a través, de la aplicación de una fórmula estadística finita, dicha fórmula es la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 p q N}{e^2(N-1) + Z^2 p q}$$

Donde:

Z^2 = Nivel de confianza = 90%=1.645

P = Probabilidad de éxito de la hipótesis = 50%

q	=Probabilidad de fracaso de la hipótesis	= 50%
e²	=Máximo error posible de la muestra	= 10%
N	=Población	= 350

Sustituyendo la formula:

$$n = \frac{(1.645)^2 (0.50) (0.50) (350)}{(0.10)^2 (350-1) + (1.645)^2 (0.50) (0.50)}$$

$$= \frac{236.78}{4.17} = 56.78 \cong \mathbf{57 \text{ grupos familiares}}$$

(Jefe de cada familia)

D.4 RECOPIACION Y TABULACION DE LA INFORMACION

D.4.1 RECOPIACION DE LA INFORMACION

La recolección de los datos pertinentes sobre las variables involucradas en la investigación, se realizó a través de la selección y aplicación de los instrumentos adecuados.

a) Entrevistas personales

Estas se realizaron para lograr contacto directo con los habitantes de la comunidad, recopilando información concerniente a los problemas y necesidades de la comunidad.

b) Observación directa

Con la Observación que se hizo en el lugar se logró corroborar la veracidad de los datos proporcionados por los entrevistados.

c) Cuestionario

Con el propósito de ampliar la información obtenida, se elaboró un cuestionario estructurado (Anexo No.4), que es orientado a ser respondido por los 57 jefes de cada grupo familiar, por ser estos los responsables y los que velan por el bienestar familiar. Esta cantidad fue obtenida en el cálculo de la muestra.

La primera área del cuestionario tiene como objetivo obtener información general del jefe de familia y su grupo familiar.

La segunda área es orientada a recabar información sobre el aspecto: económico familiar y de la comunidad.

La tercera área está diseñada para obtener información, sobre la producción pesquera y la comercialización de los productos.

Finalmente, la cuarta área que pretende recopilar información sobre equipos e instrumentos que se utilizan para la producción pesquera (aspectos tecnológicos).

D.4.2 TABULACION E INTERPRETACION DE LA INFORMACION

La etapa final de la investigación de campo es la tabulación, permite que la información recopilada a través de los 57 cuestionarios, sea ordenada en primer lugar y posteriormente se presente en cuadros tabulares, que facilitan la interpretación de los resultados para que finalmente se pueda arribar a las conclusiones y recomendaciones pertinentes.

La tabulación de la información recopilada se realiza mediante los cuestionarios detallando la pregunta y luego el cuadro donde se detallan las respectivas frecuencias de grupos de respuestas comunes expresando también su relación porcentual, seguido del grafico correspondiente y finalizando con el comentario. Es importante aclarar que en las preguntas de opciones múltiples, el total de la frecuencia absoluta puede o no coincidir con el total de la población porque estará sujeta a las respuestas que se obtenga.

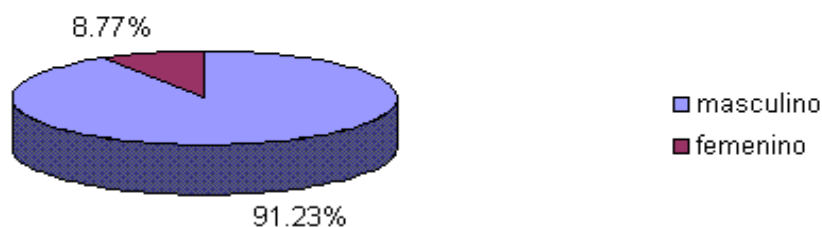
TABULACION DE ENCUESTAS

I. ASPECTOS GENERALES

1.- Género

Género	Frecuencia	Porcentaje(%)
Masculino	52	91.23
Femenino	5	8.77
Total	57	100.00

Género de los pobladores de la Comunidad La Zorra



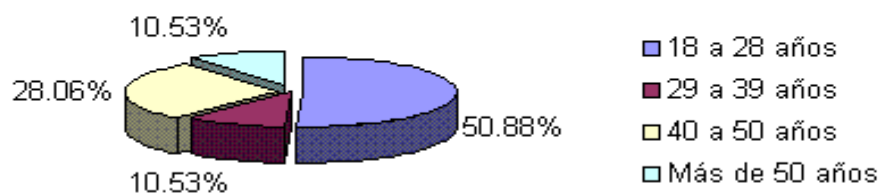
Comentario:

El 91.23% de los encuestados en la categoría de "Jefes de Familia", pertenecen al género masculino y un porcentaje restante mínimo, 8.77% pertenece al género femenino; se considera que es el género masculino el predominante, porque es sobre los hombres que recae mayoritariamente la responsabilidad del bienestar económico familiar.

2.- Edad.

Edad	Frecuencia	Porcentaje (%)
18 a 28 años	29	50.88
29 a 39 años	6	10.53
40 a 50 años	16	28.06
Más de 50 años	6	10.53
Total	57	100.00

Edad de los pobladores entrevistados



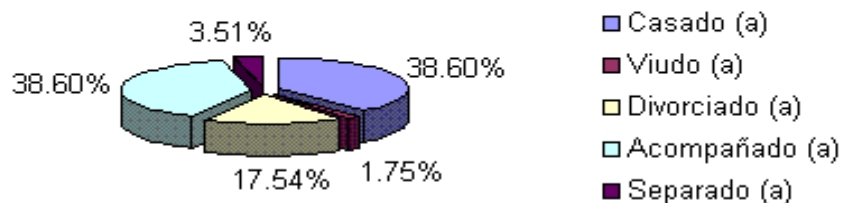
Comentario:

La mayor parte de las personas encuestadas (50.88%) comprenden una edad entre 18 y 28 años, un 10.53% por personas con edades entre los 29 y 39 años, pudiéndose observar a través de los datos, que mayoritariamente es la gente joven la que se dedica a la actividad pesquera. Lo cual se explica, por el hecho de que este tipo de actividad, demanda de mucha fuerza y energía, que es un atributo especial de la gente joven. El resto de la población encuestada (28.06%) son adultos de 40 a 50 años y adultos mayores de más de 50 años (10.53%).

3- Estado Familiar

Estado Familiar	Frecuencia	Porcentaje (%)
Casado (a)	22	38.60
Viudo (a)	1	1.75
Divorciado (a)	10	17.54
Acompañado (a)	22	38.60
Separado (a)	2	3.51
Total	57	100.00

Estado Familiar



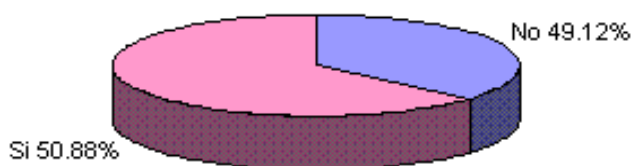
Comentario:

Sobre el estado familiar de las personas, que proporcionaron información, se obtiene que un 38.60% son casados y otro porcentaje igual acompañados. Quedando el 17.54% representado por divorciados, el 3.51% por separados y el 1.75% por viudos. Esto denota el sentimiento gregario de la sociedad, al formar núcleos familiares.

4. ¿Sabe leer y escribir?

Leer y escribir	frecuencia	Porcentaje (%)
1. Sí	29	50.88
2. No	28	49.12
Total	57	100.00

Leen y escriben



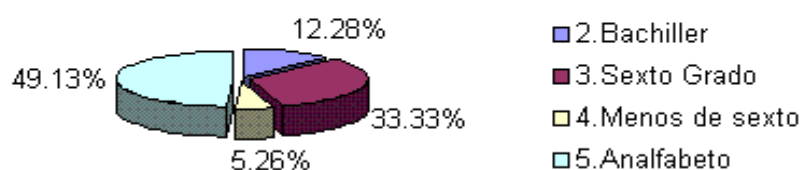
Comentario:

Según el cuadro presentado el 49.12% de las personas entrevistadas, no saben leer ni escribir; mientras que un 50.88% sí. Situación que refleja la existencia de un alto índice de analfabetismo en la población, lo cual incide directamente en la situación económica que tienen que afrontar.

5. Nivel educativo que posee

Nivel Educativo	Frecuencia	Porcentaje (%)
1.Técnico	0	0.00
2.Bachiller	7	12.28
3.Sexto Grado	19	33.33
4.Menos de sexto	3	5.26
5.Analfabeto	28	49.13
6.Otro	0	0.00
Total	57	100.00

Nivel Educativo

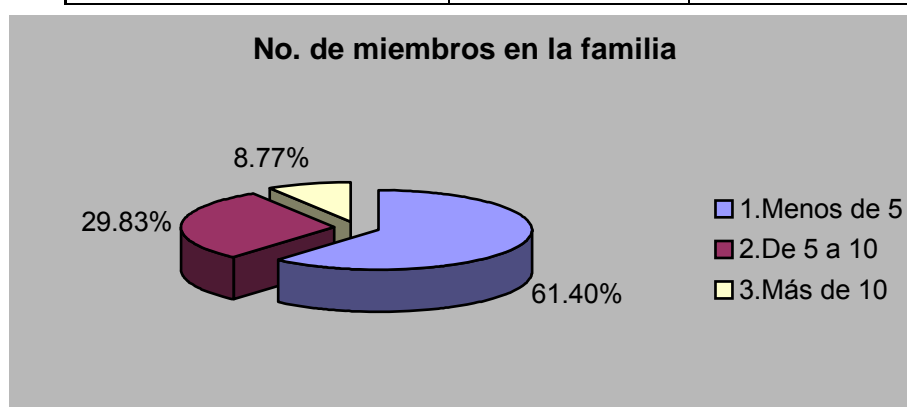


Comentario:

De entre los jefes de familia encuestados el 49.13% son personas analfabetas, un 33.33% han realizado estudios de sexto grado, un pequeño porcentaje del 12.28% ha logrado tener un bachillerato, el 5.26% ha cursado grados inferiores al sexto. Analizando el cuadro antes descrito; se denota que, la necesidad de trabajar a temprana edad para cubrir sus necesidades básicas es determinante; motivo por el que muchos pobladores, incluyendo a los jefes de familia, ven frustradas o coartadas las oportunidades de recibir una educación formal.

6. ¿Cuántas personas conforman su grupo familiar?

No. De personas	Frecuencia	Porcentaje (%)
1.Menos de 5	35	61.40
2.De 5 a 10	17	29.83
3.Más de 10	5	8.77
Total	57	100.00



Comentario:

Los grupos familiares están conformados en su mayoría (61.40%), por menos de cinco miembros; un porcentaje un tanto significativo (29.83%), está conformado por más de 5 personas y un mínimo porcentaje (8.77%) por más de 10 personas. Lo que significa, que en general los grupos familiares son pequeños; lo cual podría ser el resultado de políticas demográficas implementadas por el Gobierno o bien por la dura situación económica que se vive en la actualidad, lo que hace a las parejas procrear un número reducido de vástagos.

7. ¿De sus hijos cuantos asisten a la escuela?

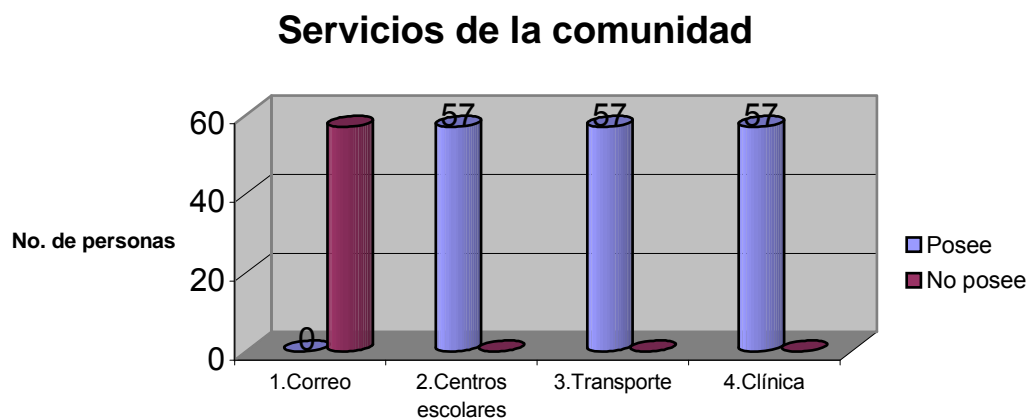
Asisten a escuela	Frecuencia	Porcentaje (%)
1 Hijo	18	31.58
2 Hijos	22	38.60
3 Hijos	6	10.53
Más de 3 Hijos	6	10.53
Ninguno Hijo	5	8.76
Total	57	100.00

Comentario:

Según se observa, el 31.58%, envía un hijo a la escuela, el 38.60% tiene 2 en la escuela, al 10.53% le asisten 3 y otro porcentaje igual más de 3; la mayoría de las familias envían 1 o más hijos a la escuela, situación que determina la existencia de conciencia educativa a pesar de los recursos con que se cuentan. El 8.76% que no envía a sus hijos a la escuela, según lo manifestaron es porque aún no tienen la edad adecuada o porque están en edades extraescolares y se dedican a la pesca conjuntamente con sus padres.

8. De los siguientes servicios cuales posee su comunidad

Servicios de la comuna	Posee	No posee	Porcentaje (%)
1.Correo	0	57	100.00
2.Centros escolares	57	0	100.00
3.Transporte	57	0	100.00
4.Clínica	57	0	100.00

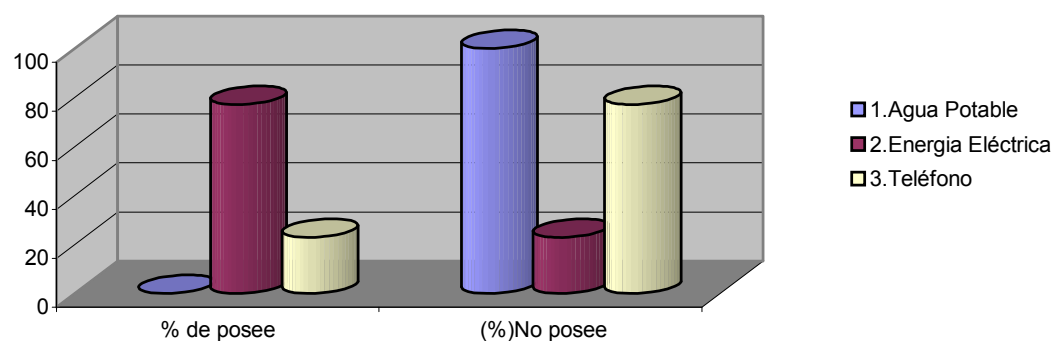


Comentario:

El 100% manifiesta la existencia de servicios escolares, transporte y clínica, servicios de suma importancia en el desarrollo de la comunidad y el bienestar familiar. Así mismo expresaron que nunca han tenido el servicio de correo y demandan la existencia de este.

9. De los siguientes servicios cuales posee en su hogar

Servicios en el Hogar	Posee	%	no posee	(%)	Encuestados
1. Agua Potable	0	0	57	100	57
2. Energía Eléctrica	44	77.19	13	22.81	57
3. Teléfono	13	22.81	44	77.19	57

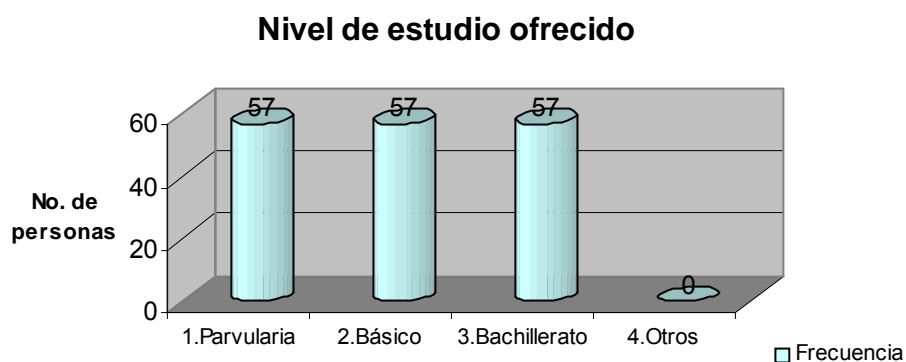
Servicios en el hogar**Comentario:**

A través de la observación de datos, se puede decir que la mayoría (77.19%) posee servicio de energía eléctrica y con un bajo porcentaje (22.81%) están los que poseen

teléfono celular pues no existen líneas de telefonía fija. Ninguno (100%), posee agua potable; esto obliga a los pobladores de la zona a beber agua de los pocos pozos de agua dulce que quedan, situación que pone en riesgo la salud de la población.

10. ¿Hasta qué nivel de estudio ofrecen los centros de educación?

Nivel de Estudio	Frecuencia	Porcentaje (%)
1.Parvularia	57	100.00
2.Básico	57	100.00
3.Bachillerato	57	100.00
4.Otros	0	0.00



Comentario:

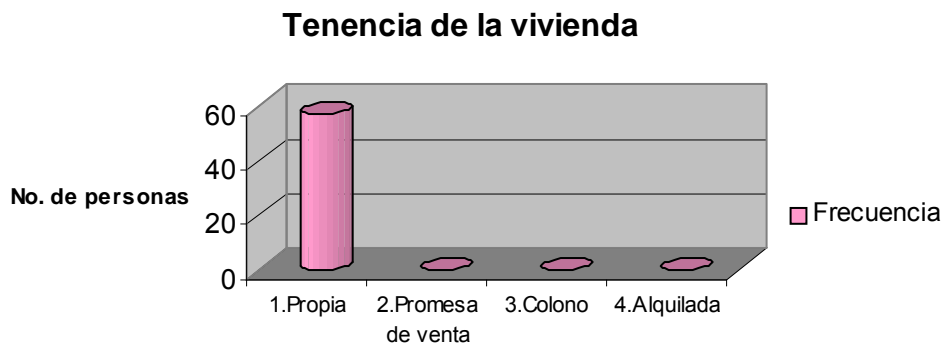
El 100% de los encuestados expresa que el nivel de educación que ofrecen los centros escolares en la comunidad, llega hasta bachillerato. Puede decirse que se tiene la posibilidad de estudiar en Guadalupe La Zorra y mejorar la situación socio-económica, tanto de la familia

como de la comunidad, porque esto les permite continuar estudios superiores o bien insertarse en el mercado laboral.

II. ASPECTOS ECONOMICOS

11. Forma de tenencia de la vivienda

Tenencia Vivienda	Frecuencia	Porcentaje (%)
1.Propia	57	100.00
2.Promesa de venta	0	0.00
3.Colono	0	0.00
4.Alquilada	0	0.00
Total	57	100.00



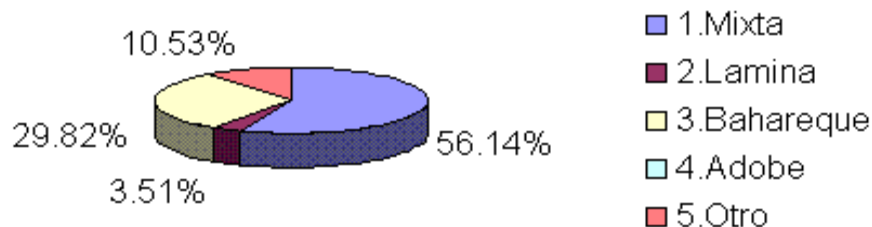
Comentario:

El 100% de los entrevistados posee vivienda propia, la mayoría en terrenos de poca extensión, este es un factor que contribuye a la estabilidad familiar.

12. Tipo de vivienda

Tipo de vivienda	Frecuencia	Porcentaje (%)
1.Mixta	32	56.14
2.Lamina	2	3.51
3.Bahareque	17	29.82
4.Adobe	0	0.00
5.Otro	6	10.53
Total	57	100.00

Tipo de Vivenda



Comentario:

De acuerdo a la investigación el 56.14% respondió que, el tipo de vivienda que más prevalece es el de sistema mixto, seguido por el 29.82% que es de bahareque, el 3.51% son casas de lamina y finalmente un 10.53 es de otro material, conocido por los lugareños como "cincahuite". Resumiendo se puede decir que la mayoría de casas aunque de sistema mixto, no poseen una estructura necesaria para el número de personas que habitan dentro de ellas, mucho menos para la distribución de las dependencias del hogar.

13. Posee algún otro bien inmueble aparte de donde vive

Posee otro bien	Frecuencia	Porcentaje (%)
1.Si	6	10.53
2.No	51	89.47
Total	57	100.00

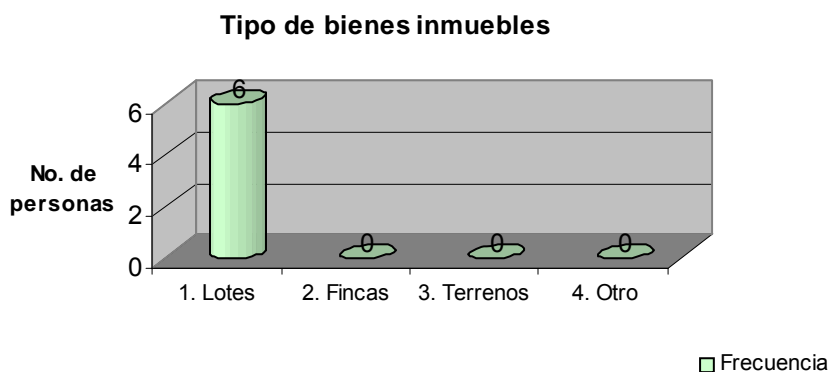


Comentario:

El 89.47% de los encuestados no posee otro bien inmueble, más que el terreno donde habitan; debido a que los escasos recursos de los que disponen la mayoría de los habitantes, no les permiten adquirir otros bienes inmuebles.

14. Si su respuesta es afirmativa, especifique que otro tipo de bien posee:

Tipo de bien	Frecuencia	Porcentaje (%)
1. Lotes	6	100.00
2. Fincas	0	0.00
3. Terrenos	0	0.00
4. Otro	0	0.00
Total	6	100.00



Comentario:

El 100% de los que poseen bienes inmuebles de la población encuestada (6 personas), expresó que son de poca dimensión, lo cual no les permite explotarlos para generar más ingresos.

15. ¿Cuál es su ocupación?

Ocupación	Frecuencia	Porcentaje (%)
1.Comerciante	2	3.51
2.Empleado	0	0.00
3.Pescador	54	94.74
4.Ama de casa	1	1.75
5.Obrero	0	0.00
6.Estudiante	0	0.00
Total	57	100.00

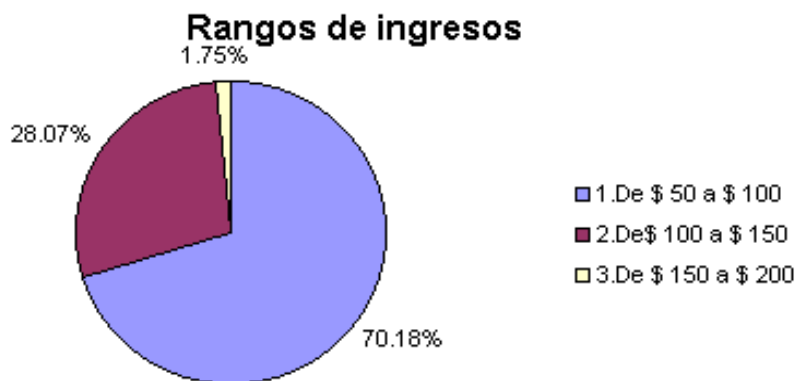


Comentario:

Se había estimado en el capítulo anterior, que alrededor del 95% de la población de Guadalupe La Zorra se dedicaba a la pesca. Al tabular las respuestas de esta pregunta, se refleja que el 94.74% de los habitantes son pescadores y el 3.51% se dedica al comercio de productos de consumo personal y de la canasta básica (Tiendas al detalle). Esto viene a confirmar, que la mayoría de la población se dedica a la pesca, dadas las características topográficas e hidrográficas del lugar, que propician la realización de dicha actividad económica.

16.Rangos de ingresos familiares mensuales

Rangos de ingresos	Frecuencia	Porcentaje (%)
1.De \$ 50 a \$ 100	40	70.18
2.De \$100 a \$ 150	16	28.07
3.De \$150 a \$ 200	1	1.75
4.Más de \$ 200	0	0.00
5.Otro	0	0.00
Total	57	100.00

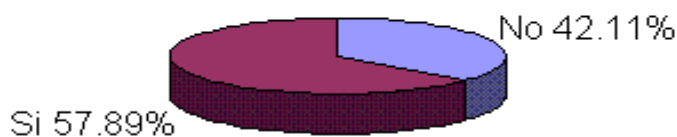


Comentario:

De los ingresos familiares mensuales se puede decir que en su mayor parte los habitantes tienen ingresos inferiores a los \$150.00, el 70.18% tiene como ingresos máximos \$100.00, seguido por un 28.07% que logra ingresos hasta los \$150.00, cantidad considerada insuficiente para cubrir las necesidades básicas, que debe llenar todo ser humano como son: Alimentación, vestido, vivienda, salud y educación. Solamente un escaso 1.75% obtiene ingresos superiores a los \$150.00.

17. ¿Cubren sus ingresos sus necesidades básicas?

Ingresos necesarios	Frecuencia	Porcentaje (%)
1.Si	33	57.89
2.No	24	42.11
Total	57	100.00

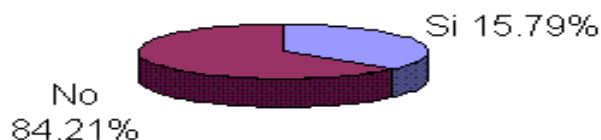
Ingresos necesarios

Comentario:

La mayoría (57.89%) de los jefes de familia consideran que sus ingresos, cubren sus necesidades básicas, tomando en consideración que para ellos estas necesidades son sobre todo la alimentación. El porcentaje restante (42.11%), manifiesta que no las cubren porque en ocasiones se encuentran en situaciones donde no tiene recursos ni para alimentarse.

18. Ha estado asociado alguna vez

Ha estado asociado	Frecuencia	Porcentaje (%)
1.Si	9	15.79
2.No	48	84.21
Total	57	100.00

Ha estado asociado alguna vez**Comentario:**

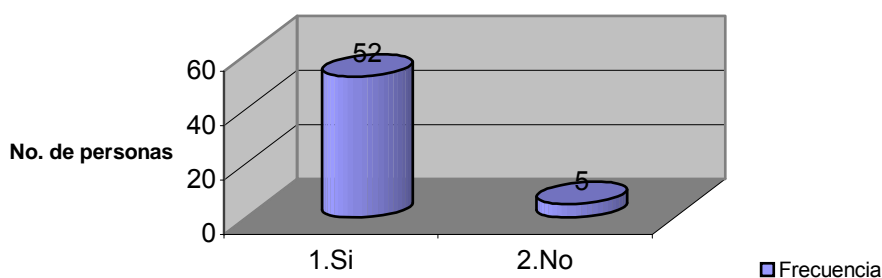
El 84.21% de los encuestados nunca ha estado asociado, porque no han tenido la oportunidad de hacerlo, el 15.79% restante si ha estado asociado en cooperativas agrícolas fuera de la comunidad. Esto determina la oportunidad que

actualmente se les presenta a los pescadores para asociarse, para que de esa manera mejoren su competitividad y situación económica en general.

19. ¿Estaría dispuesto a asociarse?

Ha estado asociado	Frecuencia	Porcentaje (%)
1.Si	52	91.23
2.No	5	8.77
Total	57	100.00

dispuesto a asociarse



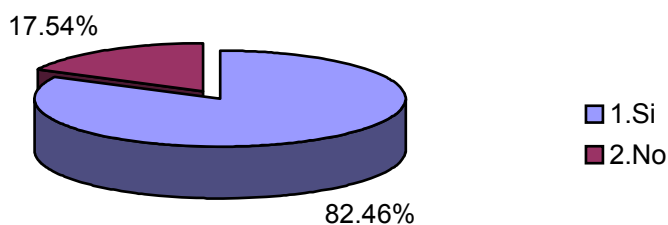
Comentario:

El 91.23% de las personas entrevistadas están en disposición de asociarse, ya que a través de esta asociación podrán realizar una variedad de actividades productivas y beneficiar a la comunidad. El 8.77% no lo está; debido a que han tenido experiencias no muy gratas en cooperativas agrícolas pertenecientes a otro sector.

20. ¿Conoce los beneficios que obtendría a asociarse?

Conoce beneficios	Frecuencia	Porcentaje (%)
1.Si	47	82.46
2.No	10	17.54
Total	57	100.00

Conoce los beneficios



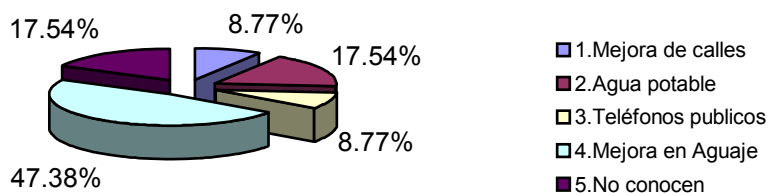
Comentario:

De las personas entrevistadas el 82.46% tiene conocimiento de los beneficios que obtendrá al asociarse, manifestando un 17.54% que los desconoce. Los que conocen los beneficios son personas que obtuvieron información de en cooperativas agrícolas de otras comunidades.

21. Mencione los beneficios que espera al asociarse.

Beneficios que espera	Frecuencia	Porcentaje (%)
1.Mejora de calles	5	8.77
2.Agua potable	10	17.54
3.Teléfonos públicos	5	8.77
4.Mejora en Aguaje	27	47.38
5.No conocen	10	17.54
Total	57	100.00

Beneficios que espera

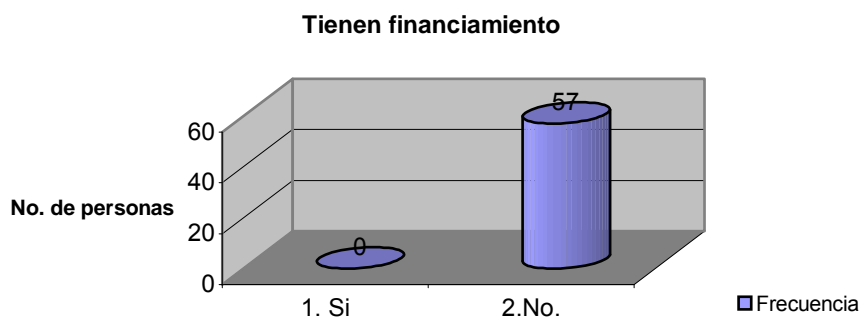


Comentario:

Un porcentaje de 8.77 espera que al asociarse mejoren las calles, porque no están en muy buenas condiciones para realizar las actividades comerciales; un 17.54% opinó que uno de los beneficios esperados, es la instalación de tuberías para el agua potable, considerando esta actividad como urgente, Un 8.77% presentaba la inquietud de poseer servicio telefónico. La mayoría (47.38%) opinó que uno de los beneficios que obtendrían, sería el mejoramiento del aguaje, siendo este prioritario para ellos, en el desarrollo de sus actividades pesqueras, lo cual incide directamente en su bienestar económico. El 17.55% restante, no espera beneficio alguno, debido a la falta de información y orientación al respecto o porque no es de la pesca que obtienen sus ingresos.

22. Cuenta con algún financiamiento para realizar sus actividades pesqueras

Financiamiento	Frecuencia	Porcentaje (%)
1. Si	0	0.00
2.No.	57	100.00
Total	57	100.00

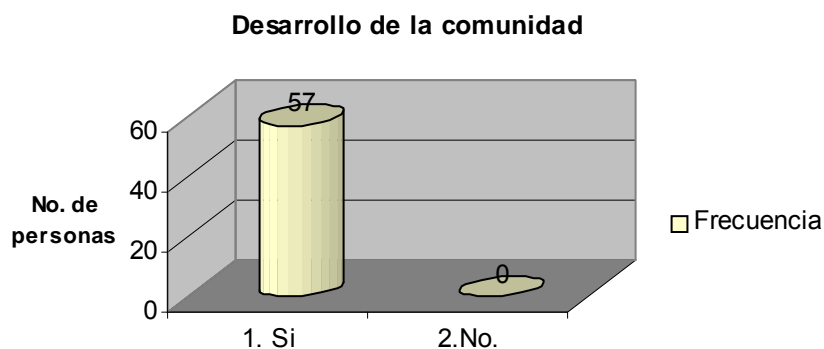


Comentario:

De las personas entrevistadas el 100% opinó que no poseen ningún tipo de financiamiento para realizar la actividad pesquera. Expresaron que nunca habían solicitado crédito porque no tenían ninguna garantía que ofrecer por lo que las instituciones no los consideran sujeto de crédito.

24. ¿Le gustaría que su comunidad logre un desarrollo económico social?

Desarrollo	Frecuencia	Porcentaje (%)
1. Si	57	100.00
2.No.	0	0.00
Total	57	100.00

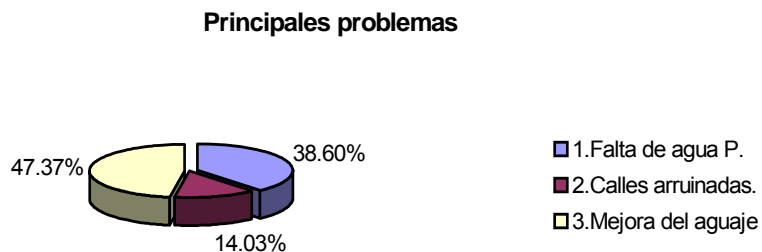


Comentario:

El 100% de los entrevistados, desea un desarrollo económico para la comunidad; lo que conlleva a un mejor nivel de vida para la familia.

25. Mencione los principales problemas de su comunidad.

Problemas	Frecuencia	Porcentaje (%)
1. Falta de agua Pot.	22	38.60
2. Calles arruinadas.	8	14.03
3.Mejora del aguaje	27	47.37
Total	57	100.00

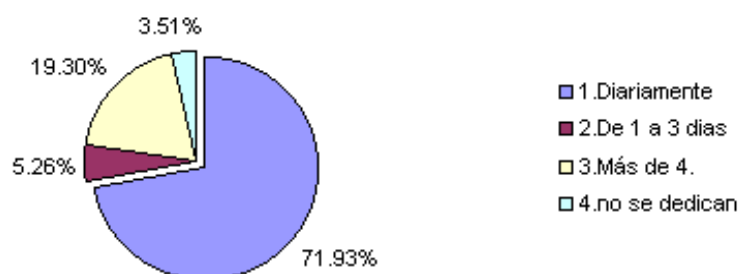


Comentario:

El 38.60% de las personas encuestadas expresó que uno de los problemas principales de la comunidad, es la falta de agua potable. Un 14.03% manifestó que las calles deterioradas. Un porcentaje mayor, de 47.37% dijo que mejorar el aguaje. Esta es la mayor problemática considerada por ellos, debido a que del aguaje proviene su medio de subsistencia.

III. ASPECTOS DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACION**26. ¿Cuántos días de la semana se dedica a la actividad pesquera?**

Días	Frecuencia	Porcentaje (%)
1.Diariamente	41	71.93
2.De 1 a 3 días	3	5.26
3. Más de 4.	11	19.30
4.no se dedican	2	3.51
Total	57	100.00

Días dedicados a la pesca

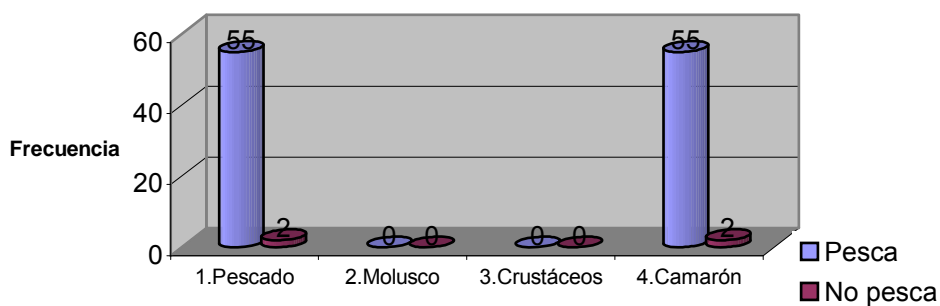
Comentario:

La mayor parte de los encuestados (71.93%), respondió que diariamente porque esa es una manera de obtener ingresos diarios, lo cual les sirve para subsanar sus necesidades básicas; un 19.30%, van más de 4 días a la semana, porque dejan 1 o 2 días para ir al pueblo o descansar; Una minoría del 5.26% se limita a ir sólo tres días completos y el 3.51% que no se dedica a la pesca.

27. ¿Qué tipo de productos marinos es el que obtiene?

Tipo de producto.	Pesca	%	No pesca	%	Encuestados
1.Pescado	55	96.49	2	3.51	57
2.Molusco	0	0.00	0	0.00	0
3.Crustáceos	0	0.00	0	0.00	0
4.Camarón	55	96.49	2	3.51	57

Productos marinos obtenidos

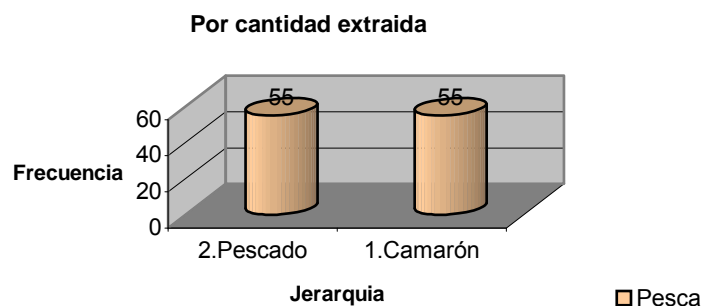


Comentario:

En esta pregunta el 96.49% (55 personas) de los encuestados, porcentaje que corresponde a los pescadores, incluyendo al ama de casa porque todos sus hijos pescan, respondieron que los productos que más extraen son: el pescado y el camarón. El 3.51% restante se abstuvo de responder porque no son pescadores.

28.De los productos antes mencionados jerarquice de Mayor a menor de acuerdo a la cantidad extraída.

Tipo de producto.	Jerarquía	Pesca	%	No pesca	%	Encuestados
1.Pescado	2	55	96.49	2	3.51	57
2.Molusco	0	0	0.00	0	0.00	0
3.Crustáceos	0	0	0.00	0	0.00	0
4.Camarón	1	55	96.49	2.00	3.51	57

**Comentario:**

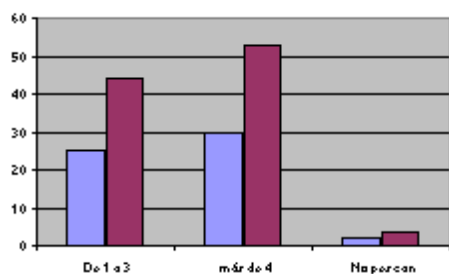
Todos los pescadores encuestados Manifiestan que lo que más extraen es el camarón porque lo venden a mejor precio y hay mayor producción, representando estos el 96.49% de la

muestra; en segundo lugar (96.49%), lo que más extraen es el pescado. Los restantes (3.51%), no responden porque se dedican a otras actividades.

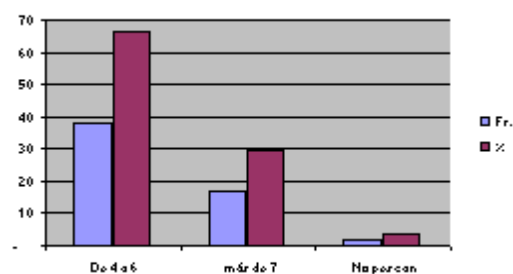
29. Que cantidad promedio en libras obtiene cada vez que se dedica a dicha actividad?

Pescado	Fr.	%	Camarón	Fr.	%
De 1 a 3	25	43.86	De 4 a 6	38	66.67
más de 4	30	52.63	más de 7	17	29.82
No pescan	2	3.51	No pescan	2	3.51
Total	57	100.00	Total	57	100.00

Libras obtenidas de pescado



Libras obtenidas de camarón

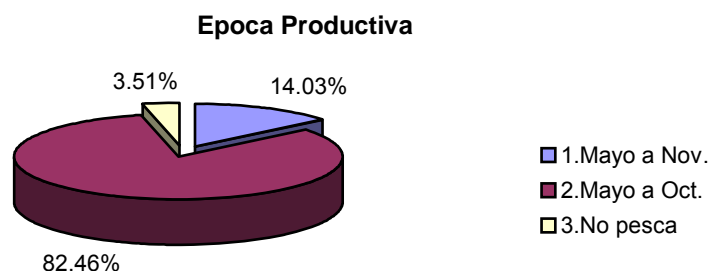


Comentario:

Como se aclaró en la pregunta anterior, el producto más relevante es el camarón, el 66.67% de los encuestados, extrae entre 4 y 6 libras y un 29.82% logra llegar a un nivel de producción de 7 o más libras y el 3.51% que no responde, porque no pescan. De pescado es poco lo que extraen, porque el producto que los pescadores tienen como objetivo de pesca es el camarón.

30. Jerarquice en que meses es más productiva la pesca en el entendido que 1 es mayor que 2 y así sucesivamente

Cantidad.	Frecuencia	Porcentaje (%)
1. Mayo a Nov.	8	14.03
2. Mayo a Oct.	47	82.46
3.No pesca	2	3.51
Total	57	100.00



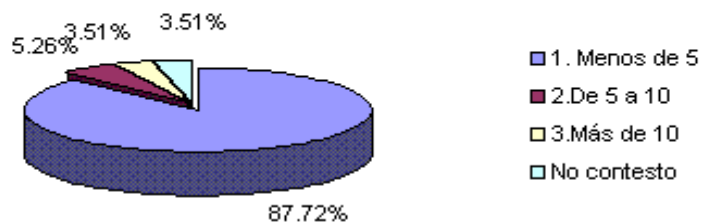
Comentario:

En esta pregunta tenemos que el 82.46% de los encuestados expresa que la época más productiva, oscila entre los meses de mayo a octubre. Mientras que el 14.03% considera que se prolonga hasta el mes de noviembre. Por lo que se deduce que la época más productiva para los pescadores de la zona es el invierno. El resto (3.51%) se abstiene de pescar, por no dedicarse a la actividad de la pesca, sino a otra actividad productiva.

31. Cuantos miembros de su familia se dedican a la pesca

Miembros familia	Frecuencia	Porcentaje (%)
1. Menos de 5	50	87.72
2.De 5 a 10	3	5.26
3.Más de 10	2	3.51
4.No contesto	2	3.51
Total	57	100.00

Miembros que se dedican a la pesca



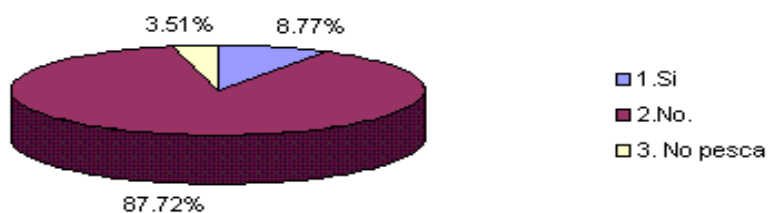
Comentario:

La mayoría de los encuestados (87.72%), contestó que los miembros de la familia que se dedican a la pesca, oscila entre uno y menos de cinco; el 5.26% de cinco a diez miembros; el 3.51% contestó que más de diez miembros y el otro porcentaje restante (3.51%), manifestó que ninguno. Estos resultados muestran mucha consistencia, ya que tienen correspondencia con el número de miembros que conforman los grupos familiares.

32. En su familia se turnan para ir de pesca.

Se turnan para pesca	Frecuencia	Porcentaje (%)
1.Si	5	8.77
2.No.	50	87.72
3. No pesca	2	3.51
Total	57	100.00

Turnos para la pesca

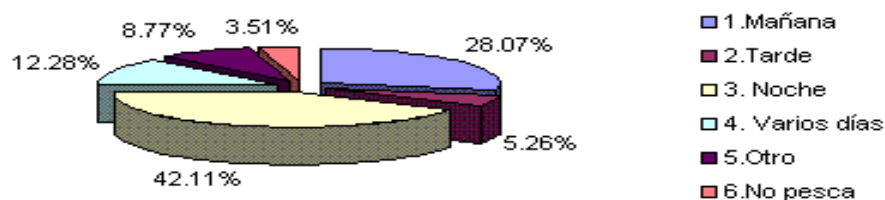


Comentario:

Según el 87.72 por ciento, de los entrevistados, indica que no se turnan para ir a pescar, ya que ellos van cuando las condiciones lo permiten, manifestando que es por seguridad que laboran todos juntos; mientras que el 8.77% sí se turnan debido al cansancio. Finalmente el 3.51% que no pesca.

33. En que horario suele realizar la actividad pesquera.

Se turnan para pesca	Frecuencia	Porcentaje (%)
1.Mañana	16	28.07
2.Tarde	3	5.26
3. Noche	24	42.11
4. Varios días	7	12.28
5.Otro	5	8.77
6.No pesca	2	3.51
Total	57	100.00

Horario de pesca**Comentario:**

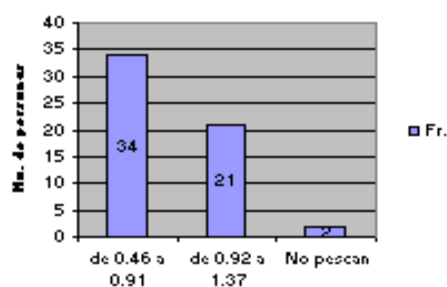
El 42.11% de los encuestados manifestó realizar la actividad pesquera en la noche, así como un 8.77% dijo que en la madrugada, ambos grupos prefieren esos horarios porque hay tranquilidad en las aguas, logrando mejorar la

producción; el 28.07% manifiesta que en la mañana ,un 5.26% que en la tarde , éstos grupos dependen de la marea para realizar la actividad pesquera, un porcentaje de 12.28 dijo que de varios días, debido a que van hasta el bajo Lempa a pescar y solo el tiempo de llegada al lugar es de aproximadamente un día y el 3.51% restante no respondió por no dedicarse a esa actividad.

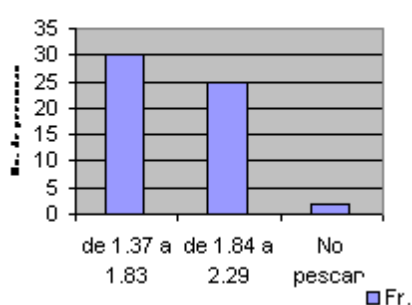
34.Cuál es el precio por libra que le pagan por sus Productos en el mercado?

Precios en dolares					
Pescado	Fr.	%	Camarón	Fr.	%
de 0.46 a 0.91	34	59.65	de 1.37 a 1.83	30	52.63
de 0.92 a 1.37	21	36.84	de 1.84 a 2.29	25	43.86
No pescan	2	3.51	No pescan	2	3.51
Total	57	100.00	Total	57	100.00

Precio por lb. de pescado (\$)



Precio por Lb. de camaron (\$)



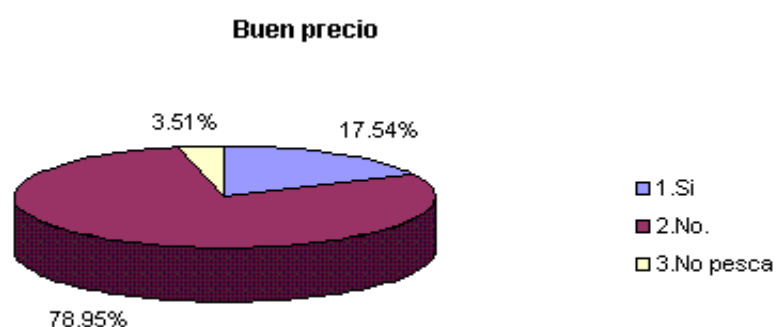
Comentario

El precio varía dependiendo del producto y del tamaño; el pescado oscila entre los \$0.46 centavos (¢4.00) y \$1.37 (¢12.00). Se denota que el camarón es mejor pagado y

su precio oscila entre \$1.37 (¢12.00) y \$2.29 (¢20.00).
Precio que podría mejorarse en otras plazas .

**35. Considera que los productos marinos que extrae los
Vende a buen precio?**

Buen precio	Frecuencia	Porcentaje (%)
1.Si	10	17.54
2.No.	45	78.95
3.No pesca	2	3.51
Total	57	100.00



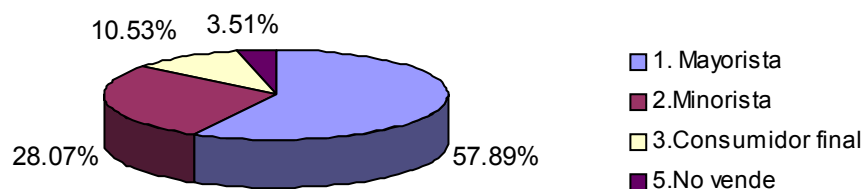
Comentario:

En su mayoría (78.95%) los pobladores consideran que no es buen precio, el pago que reciben por sus productos, porque en otros mercados se vende a precios mucho más altos que en el mercado local .

36. A quienes venden sus productos marinos?

A quien vende.	Frecuencia	Porcentaje (%)
1. Mayorista	33	57.89
2.Minorista	16	28.07
3.Consumidor final	6	10.53
4.Otros	0	0.00
5.No vende	2	3.51
Total	57	100.00

A quien vende



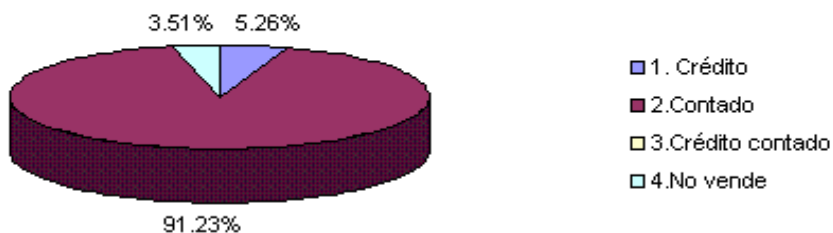
Comentario:

La mayor parte (57.89%) vende a mayoristas en la misma localidad; un 28.07% a minoristas de la comunidad o en la Herradura y un 10.53% al consumidor final, vendiendo en otros mercados y el 3.51% restante no vende productos marinos.

37. Como realiza sus ventas?

Como son ventas	Frecuencia	Porcentaje (%)
1. Crédito	3	5.26
2. Contado	52	91.23
3. Crédito contado	0	0.00
4. No vende	2	3.51
Total	57	100.00

Tipo de venta



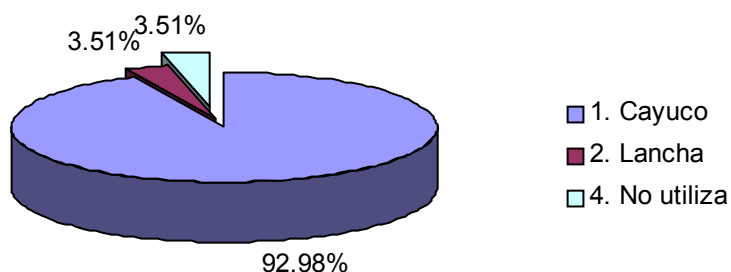
Comentario:

El 91.23% realiza sus ventas al contado porque a través de estos ingresos diarios resuelven sus necesidades básicas, un porcentaje mínimo (5.26%) vende al crédito lo

Hace en forma ocasional Y el porcentaje restante No comercializa ese tipo de productos, porque no son pescadores.

IV. ASPECTOS SOBRE INSTRUMENTOS Y EQUIPOS**38. Qué medio de transporte utiliza para la realización de La pesca?**

Medio transporte	Frecuencia	Porcentaje (%)
1. Cayuco	53	92.98
2. Lancha	2	3.51
3. Otros.	0	0.00
4.No utiliza	2	3.51
Total	57	100.00

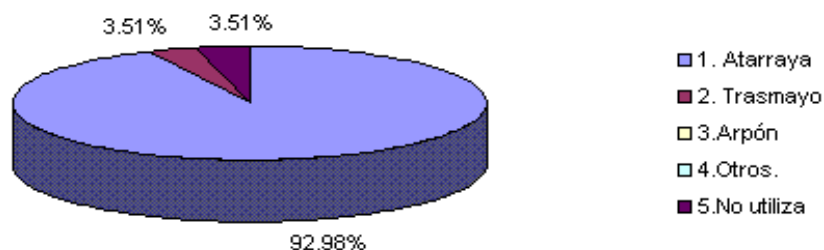
Transporte que utiliza**Comentario:**

La mayoría de los pescadores (92.98%), lleva a cabo sus tareas transportándose en cayucos, porque se pueden adquirir a precios accesibles, por su adaptabilidad al medio y por su rendimiento, el 3.51% restante hace uso de lanchas, las alquila y realiza las tareas mucho más lejos, es decir fuera del aguaje y el otro 3.51% complementario, no realiza este tipo de tareas.

39. Que instrumento utiliza para la pesca ?

Instrumentos	Frecuencia	Porcentaje (%)
1. Atarraya	53	92.98
2. Trasmallo	2	3.51
3. Arpón	0	0.00
4. Otros.	0	0.00
5. No utiliza	2	3.51
Total	57	100.00

Instrumentos que utiliza



Comentario:

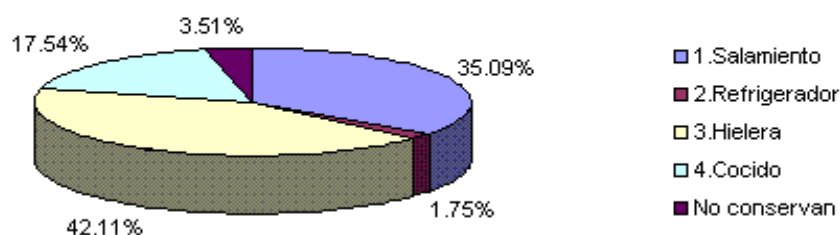
El 92.98% de los pescadores ocupa atarraya para realizar sus labores por sus precios económicos, por su rendimiento y porque no daña el ecosistema. El 3.51% ocupa trasmallo,

pero afecta a la biodiversidad y el resto (3.51%) no utiliza pues no realiza el arte de la pesca.

40. Como conserva los productos marinos?

Conservación	Frecuencia	Porcentaje (%)
1.Salamiento	20	35.09
2.Refrigerador	1	1.75
3.Hielera	24	42.11
4.Cocimiento	10	17.54
No conservan	2	3.51

Conservación de productos

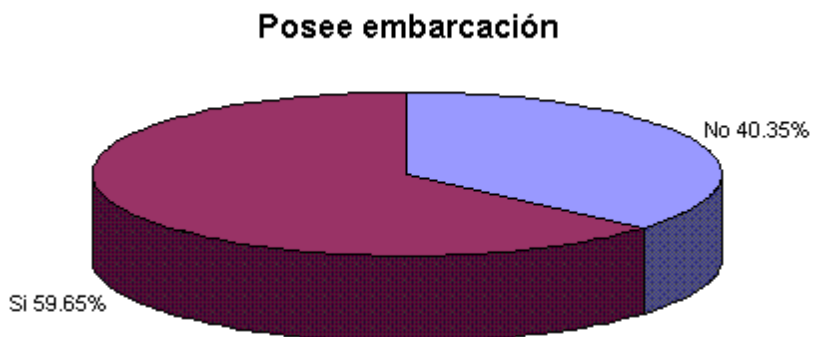


Comentario:

El 42.11% manifiesta que conserva sus productos en hielera porque es una forma barata de conservarlo, el 35.09% expresó salar sus productos porque se conservan mejor y por más tiempo, el 17.54% lo cuece porque lo vende a mejor precio y sólo el 1.75% lo refrigera. Este porcentaje es bajo porque no hay capacidad adquisitiva para adquirir este tipo de bienes. El resto no conserva, no son pescadores.

41. Posee algún tipo de embarcación?

Embarcación	Frecuencia	Porcentaje (%)
1. Si	34	59.65
2.No	23	40.35
Total	57	100.00



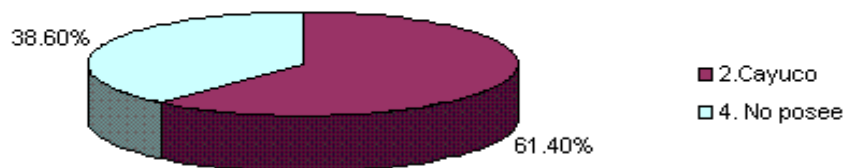
Comentario:

El 59.65% de los encuestados posee embarcaciones para realizar su actividad pesquera, el 40.35% no posee embarcación, algunos porque su situación económica no le permite adquirirla y otros porque no se dedican a la pesca.

42. Qué clase de embarcación posee?

Clase de embarcación	Frecuencia	Porcentaje (%)
1.Bote	0	0.00
2.Cayuco	35	61.40
3.Otro	0	0.00
4. No posee	22	38.60
Total	57	100.00

Embarcación que posee



Comentario:

El 61.40% de la población que contestó la encuesta posee cayucos , pues éste es un equipo accesible de comprar así como fácil de fabricar. El 38.60% restante no posee embarcación alguna motivo por el cual se ven en la necesidad de alquilarlo .

E. DESCRIPCIÓN DEL DIAGNÓSTICO

Esta descripción, es elaborada dentro de las condiciones reflejadas, en la información obtenida de los pescadores artesanales de la Comunidad Guadalupe la Zorra, con respecto a sus aspectos generales, económicos, de producción, comercialización, de instrumentos y equipos; lo que servirá como referencia para la asociatividad de los pescadores y lograr ser competitivos.

E.1 ASPECTOS GENERALES

En su mayoría los encuestados son personas jóvenes y adultos, un alto porcentaje es de hombres, situación que se

debe a que la encuesta fue dirigida a los jefes de familia, por ser éstos los que toman las decisiones y además generan los ingresos familiares. No obstante las mujeres, representan un bastión principal para el hogar, pues en ésta comunidad tienen un triple rol, porque desempeñan trabajos productivos (asalariado o no), reproductivo y comunitario . (Preguntas No. 1 y 2).

El valor de la familia como núcleo de la sociedad , se percibe en un alto porcentaje, independientemente del estado familiar y del número de personas que la conforman prevaleciendo en la comunidad las familias pequeñas y medianas. (Preguntas No. 3 y 6)

En cuanto a educación se refiere más del cincuenta por ciento sabe leer y escribir y el grado máximo obtenido es el bachillerato, situación que les permite tener conciencia de la necesidad de enviar a sus hijos a la escuela, y aprovechar así los centros educativos existente en la zona (preguntas No. 10 ,4,5,7).

El acceso a los servicios de salud, educación, agua potable, electricidad y teléfono, esta asociado en forma directa a los bajos niveles de ingresos de los pobladores,

de tal manera que algunos pueden acceder a servicios privados y públicos y otros únicamente a los públicos.

E.2 ASPECTOS ECONOMICOS

Todas las familias poseen vivienda propia, en su mayoría de sistema mixto; este factor es importante porque la vivienda no solo constituye un espacio físico relevante de cara a la socialización, sino también se presta para el recogimiento familiar y la transmisión de valores. (Preguntas No. 11 y 12).

Dentro de ésta comunidad son pocas las familias que poseen otros bienes inmuebles, los cuales no son productivos ni lucrativos. (Preguntas No. 13 y 14).

Se determinó que la población se dedica en su mayoría a la pesca, actividad que es una forma de producción artesanal que se ha convertido en la base económica, que solventa parte de sus necesidades básicas. (Preguntas No. 15-17).

Los pescadores artesanales en su mayoría no han estado asociados, pero estarían dispuestos a organizarse como una asociación destinada para alcanzar beneficios y ser

sujetos de crédito en las instituciones de ahorro y préstamos, con la finalidad de mejorar su producción y comercialización.

E.3 ASPECTOS DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACION

Dentro de los aspectos de producción y comercialización, cabe mencionar que la mejor época para pescar es el invierno, esto permite establecer un programa de producción donde se planean los insumos a utilizar; ésta actividad es realizada normalmente por casi todos los miembros de la familia en forma conjunta a diario y en horarios nocturnos (preguntas No. 26 y 31).

Los productos capturados son camarones y pescados, siendo los primeros de mayor relevancia por haber una mayor producción y buen precio. Las cantidades obtenidas del camarón van desde las 4 a 7 libras y los pescados comúnmente de 3 a 4 libras por jornada. (Preguntas de la 27 a la 29).

Referente a comercialización se constató que un alto porcentaje vende sus productos al contado y a mayoristas.

Los precios para el camarón oscila ente 12 y 20 colones por libra y el pescado entre 4 y 12 colones por libra,

precios que se considera inapropiado o insultos, ya que en otros mercados se vende a mejor precio, pero por el carácter perecedero del producto no pueden esperar a vender a mayores precios .

E.4 ASPECTO SOBRE INSTRUMENTOS Y EQUIPOS

En cuanto estos aspectos se logró determinar, que casi la totalidad de la población utiliza como instrumento de pesca la atarraya; en cuanto a las embarcaciones que usan para desplazarse, predomina el cayuco, No obstante no todos son propietarios. Referente a los medios o equipos utilizados, para la conservación de los productos, se determinó que un alto porcentaje no posee el equipo necesario; factor que influye en forma directa en la baja productividad, por ser productos de carácter perecedero .

F. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

F.1 CONCLUSIONES

1. Los pobladores de Guadalupe La Zorra, en su mayoría se dedican a la actividad pesquera, gran parte de ellos

manifestaron tener voluntad para asociarse y de esa manera mejorar la calidad de vida.

2. Existe un desconocimiento de los beneficios de la asociatividad, como medio para lograr la competitividad y consecuentemente el acceso a nuevos mercados, para la venta de sus productos a mejores precios.
3. Todos los pescadores de la comunidad no tienen acceso a crédito, ya que carecen de garantías exigidas por los organismos financieros, esto le impide a la mayoría adquirir instrumentos y equipos apropiados, para lograr rendimientos adecuados de producción y comercialización de los productos obtenidos.
4. La comunidad Guadalupe La Zorra no cuenta en un cien por ciento con los servicios básicos necesarios, para tener un nivel de vida aceptable para el ser humano; debido a los bajos de ingresos familiares.
5. El índice de analfabetismo con respecto a los padres de familia es alto. Situación que obstaculiza el desarrollo económico, social, cultural y político de los

miembros de la comunidad, tanto en forma individual como colectiva.

6. Se ha podido constatar que la ausencia de una organización formal de los pescadores de la comunidad Guadalupe La Zorra, afecta la comercialización de los productos obtenidos; situación que se traduce en una competencia desleal de comercio; restringiendo así la competitividad y rentabilidad.
7. Existe un deterioro en el aguaje, causado por los fenómenos naturales.
8. Debido a la sedimentación que existe en el aguaje; se ve disminuida la producción de peces y camarones durante el verano, razón por la cual necesitan de medios que les permitan mejorar y mantener dicha producción.

F.2**RECOMENDACIONES**

- 1.* Dadas las muestras de voluntad para asociarse y los escasos recursos de los pobladores, se recomiendan programas de actividades que contribuyan a la creación de una cooperativa; destinada a promover cambios en la producción y comercialización de los productos marinos que pescan. Por ser esta una organización que tiene como fin mejorar la situación económica de sus miembros a través de los esfuerzos cooperativos más que en la aportación de capital.

- 2.* Solicitar a instituciones como: Universidades, ONG's, instituciones de gobierno, etc., la asistencia necesaria, para concientizar a los pescadores sobre las bondades de la asociatividad y la asesoría legal correspondiente para organizarse formalmente. Convirtiéndose en empresarios; lo cual incidirá en mejorar la calidad de vida individual, así como de la comunidad.

- 3.* Buscar alternativas crediticias, que les permitan acceder a líneas de crédito amplias y favorables, para comprar materiales, herramienta, equipos de trabajo y

de refrigeración, que contribuyan a mejorar la producción y comercialización de sus productos.

4. Gestionar ante el Ministerio de Salud, plazas de al menos un médico y una enfermera, para que presten sus servicios en la clínica ya existente; así como también ante la Administración Nacional de Acueductos y Alcantarillados (ANDA), la instalación del agua potable.
5. Solicitar ante los organismos correspondientes, la implementación de escuelas nocturnas o institutos a distancia, para disminuir el analfabetismo ; así como también centros de capacitación técnica y vocacional adecuados a las necesidades del área.
6. Capacitarlos para fortalecer el seguimiento de la organización cooperativa y que puedan administrar con eficiencia y transparencia; contribuyendo de esta manera a la erradicación paulatina de la competencia desleal.
7. Gestionar ante el Ministerio del Medio Ambiente o bien a ONG'S especializadas en medio ambiente, que se

implementen proyectos tendientes a conservar y recuperar el aguaje ,mediante la creación de las obras de infraestructura correspondientes.

8. Gestionar ante el Ministerio de Agricultura y Ganadería o bien ONG's especializadas ,el desarrollo de proyectos de acuicultura, donde se cultiven peces y camarones .

CAPITULO III

PROPUESTA ADMINISTRATIVA DEL TIPO DE ASOCIACION QUE SE ADECUA A LAS CARACTERÍSTICAS ECONOMICAS Y SOCIALES DE LA COMUNIDAD GUADALUPE LA ZORRA.

G. INTRODUCCION

Este capítulo contiene el tipo de asociación propuesta, que representará la base para diseñar estrategias de comercialización con las que los Pescadores Artesanales de la Comunidad Guadalupe La Zorra desarrollarán y mantendrán el grado de competitividad necesario, para sobrevivir en el mercado. Así como aspectos del área financiera y de producción básicos, para el desarrollo de la Asociación propuesta y el mejoramiento del nivel de vida de los Pescadores

H. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA

H.1 OBJETIVO GENERAL

Contribuir para que los Pescadores Artesanales de la comunidad Guadalupe La Zorra se organicen en una Asociación que se adecue a sus posibilidades y logren desarrollar un buen grado de competitividad, para que puedan enfrentar los

constantes cambios, mediante el incremento de las ventas y los ingresos.

H.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- ▶ Gestionar la asistencia técnica y financiera de Instituciones como el Centro de Desarrollo para la Pesca (CENDEPESCA), Asociaciones Agropecuarias y Organismos No Gubernamentales y entidades financieras.
- ▶ Mejorar y conservar la calidad de los productos marinos.
- ▶ Obtener mejores condiciones de precios para sus Productos.
- ▶ Incrementar los niveles de venta.
- ▶ Establecer la mezcla de comercialización estratégica Adecuada que genere incremento en las ventas de estos Productos.
- ▶ Al constituirse como Asociación Cooperativa, podrán Mejorar los precios de venta.
- ▶ Posibilidad de formar parte de una Federación.
- ▶ Desarrollar un nivel de competitividad.
- ▶ Acceso a nuevos mercados.
- ▶ Lograrán un desarrollo en la Comunidad.
- ▶ Constituirse como Asociación Cooperativa, les facilita el

Acceso a créditos para producción (por su Personería Jurídica).

- ▶ Comprar materiales a menor precio.
- ▶ Mejorarán sus equipos de trabajo.

I. JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA

Durante el desarrollo del trabajo de investigación, se estableció que los Pescadores Artesanales de La Comunidad Guadalupe La Zorra, no se encuentran asociados, lo que les impide tener competitividad en el mercado, por lo que se consideró necesario, formular una Propuesta Administrativa que les permita definir las áreas de producción, mercadotecnia y finanzas, ya que de acuerdo a la investigación realizada, la mayoría de Pescadores Artesanales de la Comunidad están dispuestos a asociarse para mejorar su nivel de vida y las condiciones del aguaje, lugar donde desarrollan su labor de pesca para obtener ingresos para poder sobrevivir.

Otra forma actual de trabajo es individual, lo que les impide disponer de capital de operación y de equipos de refrigeración. Lo anterior justifica la propuesta de que los pescadores se organicen en un tipo de asociación que se

adecue a sus necesidades y posibilidades, ya que en el capítulo I paginas 28,32 se mencionan los diferentes tipos de Sociedades de acuerdo al Código de Comercio y algunos artículos más importantes que regulan dichas Sociedades, es así como en este capítulo se menciona a la Asociación Cooperativa con sus beneficios, procedimientos de legalización no tan rigurosos, requisitos con base a la Ley General de Asociaciones , determinándose así , como la más adecuada: la **Asociación Cooperativa;** porque estas organizaciones se dedican a promover cambios a través de la unión y coordinación de esfuerzos de trabajo para resolver los problemas de las comunidades, su capital es relativamente poco, para comenzar a trabajar y mejorar la situación socio-económica de sus miembros y lograr una condición de vida más humana y además los requisitos que exige son flexibles y sencillos para poder integrar la Asociación.

J. BENEFICIOS PARA LOS PESCADORES ARTESANALES, AL

ORGANIZARSE EN ASOCIACIÓN COOPERATIVA

La Asociación que integren los pescadores de la Comunidad Guadalupe La Zorra, será de forma libre y voluntaria, y

les servirá para trabajar en pro de un ideal común, que promueva el bienestar de sus miembros y de la organización.

Entre los beneficios que obtendrán al formar la Asociación Cooperativa están:

- ✳ Asesoría de Asociaciones Agropecuarias del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG).
- ✳ Asistencia técnica de CENDEPESCA (MAG).
- ✳ Participación en proyectos relacionados con la pesca, Financiados con donaciones internacionales o prestamos.
- ✳ Gestionar asistencia administrativa y financiera para Los miembros de la Asociación.
- ✳ Financiamiento a intereses preferenciales.
- ✳ Educación y fortalecimiento cooperativo.
- ✳ Ayuda económica para los familiares en caso de Enfermedad o muerte del socio.
- ✳ Distribución justa de los beneficios.
- ✳ Comercialización colectiva de los productos que les Permita obtener mejores precios.
- ✳ Participación equitativa de los miembros en las Actividades de la cooperativa

- ✱ Mayor poder de negociación en compras de materiales y Equipos en forma colectiva.

K. PROCEDIMIENTO DE LEGALIZACIÓN DE LA ASOCIACIÓN COOPERATIVA DE PESCADORES ARTESANALES DE LA COMUNIDAD GUADALUPE LA ZORRA.

Se propone que la Asociación Cooperativa se denomine "Asociación Cooperativa de Pescadores Artesanales de la Comunidad Guadalupe La Zorra" . La Asociación deberá constituirse siguiendo los lineamientos de legalización para la Asociación Cooperativa y esto se realizará de acuerdo a lo estipulado en la Ley General de Asociaciones Cooperativas⁵.

K.1 REQUISITOS PARA PERTENECER A LA ASOCIACION COOPERATIVA EN BASE A LA LEY GENERAL DE ASOCIACIONES COOPERATIVAS.

- ❖ Edad mínima de los pescadores para pertenecer a la Asociación Cooperativa es de 16 años.
- ❖ El número mínimo para constituirse como cooperativa es quince personas.

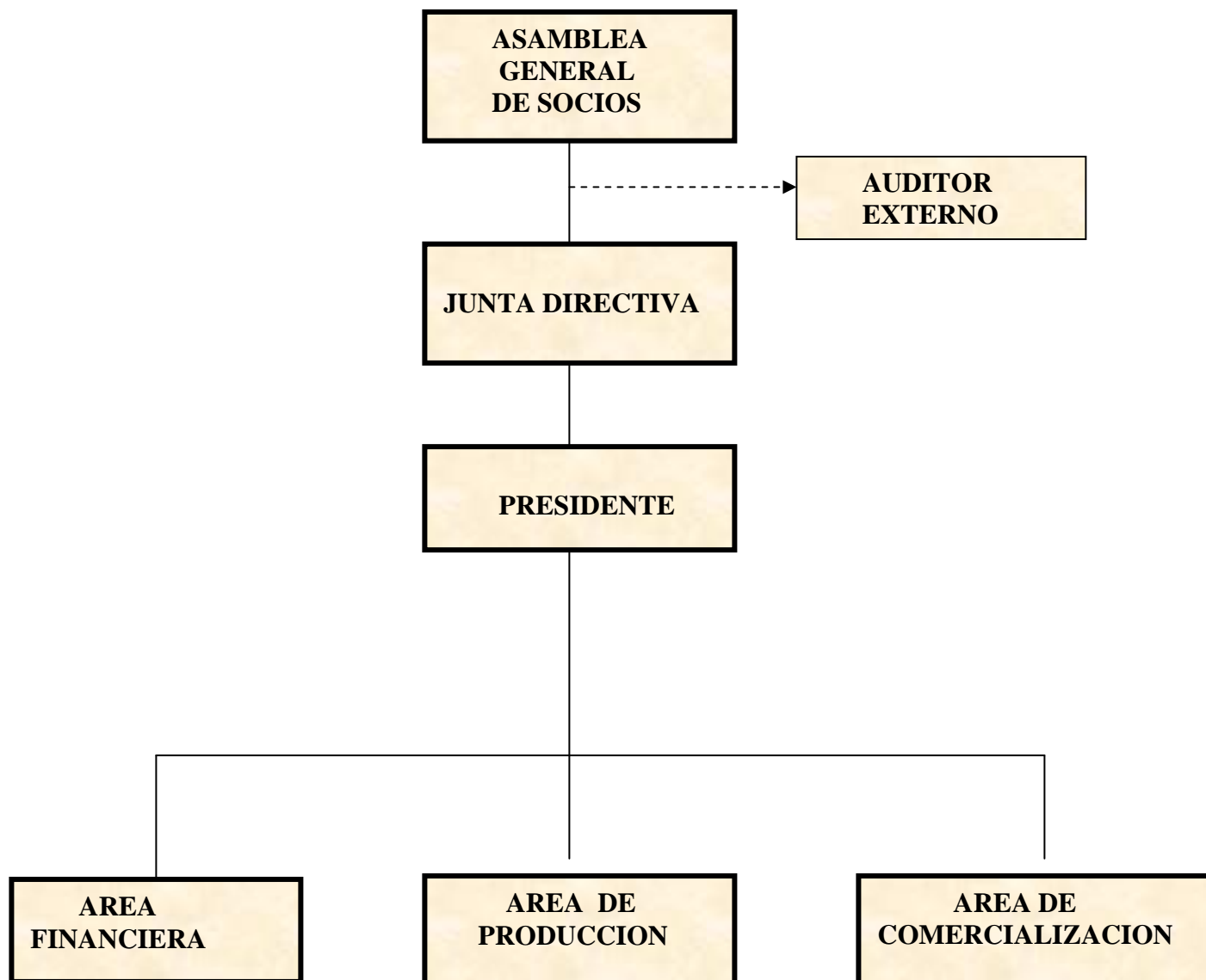
⁵ Fuente : Decreto Legislativo No. 339

- ❖ Que en su documento de Identidad Personal establezca que son Pescadores.
- ❖ No pertenecer a otra cooperativa de pescadores.
- ❖ El grupo Gestor interesado a constituirse deberá presentar solicitud al Departamento de Asociación Cooperativa.
- ❖ El delegado del Departamento de Asociación Agropecuaria deberá asistir a una reunión de organización de la comunidad.
- ❖ El presidente provisional del grupo interesado deberá presentar la notificación de Asamblea de constitución al Departamento de Asociaciones Agropecuarias, especificando día , hora, lugar y la agenda a tratar.
- ❖ El delegado del Departamento de Asociaciones Agropecuarias asistirá a la Asamblea de constitución, para su verificación.
- ❖ Posteriormente a la Asamblea de constitución deberán presentar original y copia del acta de constitución, conteniendo solicitud de inscripción, membresía con las generales de los asociados.

**K.2 PROCEDIMIENTO PARA LA CONSTITUCIÓN DE LAS COOPERATIVAS
Y ASOCIACIONES COOPERATIVAS DE PRODUCCIÓN AGROPECUARIAS
Y PESQUERAS.**

- Dos capacitaciones previas a la constitución.
- El grupo interesado en constitución solicitará la capacitación al departamento.
- Número mínimo para constituirse quince personas.
- Posteriormente la asamblea de constitución deberá presentar original y copia del acta de constitución, (Anexo No.5) conteniendo solicitud de inscripción, membresía con las generales de los asociados a Asociaciones Agropecuarias. (Anexo No.6)
- De existir observaciones en la revisión de dicha documentación se le prevendrá , para su respectiva corrección, caso contrario se da por admitida la documentación respectiva para su aprobación.
- El Acta de constitución no se publica en el Diario Oficial

L. ORGANIGRAMA PROPUESTO PARA LA COOPERATIVA DE
LOS PESCADORES DE LA COMUNIDAD GUADALUPE LA
ZORRA.



_____ Autoridad Lineal

----- Autoridad Staff

Fuente: El Grupo

L.1 DESCRIPCIÓN DE LA ESTRUCTURA ORGANIZATIVA PROPUESTA

La estructura de la Asociaciones Cooperativa propuesta, esta caracterizada de forma especial. Cuenta con unidades administrativas y sus funciones descritas como son las siguientes:

L.1.1 ASAMBLEA GENERAL DE SOCIOS

- a. Conocer de la agenda de trabajo del día para aprobación o modificación
- b. Aprobar los objetivos y políticas del plan general de trabajo de la Asociación Cooperativa.
- c. Aprobar las normas generales de la Administración de la Asociación Cooperativa
- d. Elegir y remover con motivo suficiente a los miembros de la Junta Directiva desechar el balance y los informes relacionados con la administración de la asociación cooperativa.
- e. Autorizar la capitalización o distribución de los intereses y excedentes correspondientes a los asociados.

- f. Acordar la creación y el empleo de los fondos de reserva y especiales.
- g. Acordar la adición de otras actividades a la establecida en el Acta Constitutiva.
- h. Establecer cuantías de las aportaciones anuales u otras cuotas para fines específicos.
- i. Establecer el sistema de votación.
- j. Acordar la fusión de la Asociación Cooperativa con otra o ingreso a una Federación o Conferencia de Asociaciones Cooperativas.

L.1.2 JUNTA DIRECTIVA.

Será seleccionada por la Junta General de Socios y es la encargada de aprobar las diferentes decisiones más importantes de la Asociación.

L.1.3 PRESIDENTE.

Será elegido por la Junta Directiva. Este desempeña las siguientes funciones:

- Representante Legal del sector.
- Gestión de financiamiento en las instituciones de apoyo a la pequeña empresa

- Coordinador de las actividades a realizar en la Asociación, encargado de negociar con los proveedores y dirigir las actividades de las unidades de producción de mercadotecnia.

L.1.4 AUDITORIA EXTERNA

Se realizará por un firma ajena a la Asociación Cooperativa, ya que será la verificación periódica de los activos y pasivos declarados de la Asociación, a través de un proceso sistemático que evaluará de manera objetiva las evidencias relacionadas con informes sobre actividades económicas y otros acontecimientos.

L.1.5 ÁREA DE FINANZAS.

Esta revisará y controlará los registros y estados financieros, así como la elaboración de presupuesto de efectivo. Además podrá analizar y otorgar créditos a clientes y velará por su recuperación.

L.1.6 ÁREA DE PRODUCCIÓN.

Esta área es la más importante para la Asociación Cooperativa, ya que ella dependerá, el control de calidad del producto que se seleccione para la venta en la Cooperativa y cantidad de producto que se pondrá en venta.

Así como la selección de los materiales y equipos a utilizar para la pesca, incluyendo su mantenimiento.

L.1.7 ÁREA DE COMERCIALIZACION

Está área tiene como función: formular un plan sobre cómo se venderá el producto, como se va a mostrar (Promoción y publicidad), y al precio que se venderá cada unidad (Lbs.) de los productos marinos. También tendrá la función de analizar las debilidades y fortalezas de la competencia en el mercado y atendiendo al cliente frecuente, nuevo y potencial.

M. PROPUESTA DE LAS AREAS FUNCIONALES

La propuesta de las áreas funcionales de la Asociación Cooperativa de la Comunidad Guadalupe La Zorra, es la siguiente:

M.1 AREA DE PRODUCCION

Esta es una de las áreas más importante, ya que de esta depende que el trabajo se realice, de manera eficiente y eficaz, para generar el producto que el cliente demanda. Por tal motivo, los pescadores deben obtener los productos marinos de buena calidad para su comercialización.

La actividad pesquera es un recurso potencial, en el cual la asistencia técnica y el nivel tecnológico, de los instrumentos y equipos, influyen directamente en la producción y rendimiento obtenidos para los pescadores artesanales.

Por el carácter perecedero de los productos es necesario disponer de equipos de refrigeración como cuartos fríos, congeladores y vitrinas ó cámaras refrigerantes, para que no sea afectado el nivel de calidad desde la captura de los productos marinos hasta el consumo.

Para evitar limitaciones en la producción, como la descomposición, se debe contar con el medio de transporte que facilite la colocación del producto en los equipos de refrigeración para su conservación. En este caso se puede mencionar un pick-up de una tonelada.

Otro factor muy importante que debe tomarse en cuenta en la pesca artesanal es la infraestructura , la cual debe reunir las condiciones propias para la conservación y comercialización de los productos marinos. Debe tener una instalación que le permita ubicar las áreas de venta, de almacenaje y conservación y preparación de los productos,

así como también un área para la reparación de instrumentos como redes agalleras, anzuelos, etc., un área para las actividades administrativas , para las reuniones de socios y demás servicios básicos.

M.1.1 PLANEACIÓN DE REQUERIMIENTOS DE MATERIALES Y EQUIPO.

El requerimiento de materiales se desarrollará planeando los materiales necesarios que se deben de tener en el inventario de la Cooperativa y así reservas necesarias por cualquier anomalía que se presente en su adquisición.

*Materiales propuestos para que la cooperativa tenga, para las diferentes actividades pesqueras son los siguientes:

<i>Nombres.</i>	<i>Cantidades</i>
<i>1. Anzuelos</i>	<i>600</i>
<i>2. Redes agalleras</i>	<i>10</i>
<i>3. Cimbras</i>	<i>0</i>
<i>4. Trolines</i>	<i>10</i>
<i>5. Corricame</i>	<i>220</i>

Cuadro No.2

Mobiliario y equipos necesarios en la cooperativa:

<u>Mobiliario y Equipos</u>	<u>Cantidad</u>	<u>Precio unitario</u>	<u>Total</u>
1. Lanchas	10	\$1,000.00	\$10,000.00
2. Congeladores	2	\$5,000.00	\$10,000.00
3. Cuarto frío	1	\$5,000.00	\$ 5,000.00
4. Pick-Up de 1 tonelada	1	\$2,000.00	\$ 2,000.00
5. Depósitos de aluminio	15	\$ 5.72	\$ 85.71
6. calculadoras	5	\$ 5.00	\$ 25.00
7. pizarra	1	\$ 15.00	\$ 15.00
8. Mesas	3	\$ 4.00	\$ 12.00
9. Escritorio	3	\$102.86	\$ 308.58
10. Sillas	7	\$ 11.43	\$ 80.00
11. Papelería y útiles		\$100.00	\$ 100.00

Cuadro No.3

Debido a que el objetivo primordial es abastecer de materiales y equipos en su debida oportunidad a la cooperativa, es necesario tener un buen sistema de control de inventario tanto en productos como materiales y equipo.

M.1.2 DECISIONES SOBRE PRODUCTOS Y PROCESOS

La decisión sobre los productos marinos se hará en base a una selección del mismo, la razón es por que existe una amplia gama de estos productos , pero la cooperativa tendrá que optar por los productos de mayor demanda como son: el camarón y las diferentes clases de pescado elegido por el turismo y los restaurantes.

El proceso de los productos marinos inicia con la captura, colocándolos en recipientes de aluminio con hielo, luego se trasladarán hacia la cooperativa, donde se seleccionarán los productos de acuerdo a su peso y clase; posteriormente se depositarán en los cuartos fríos, congeladores y vitrinas refrigerantes, para ser almacenados, conservados y listos para el consumidor.

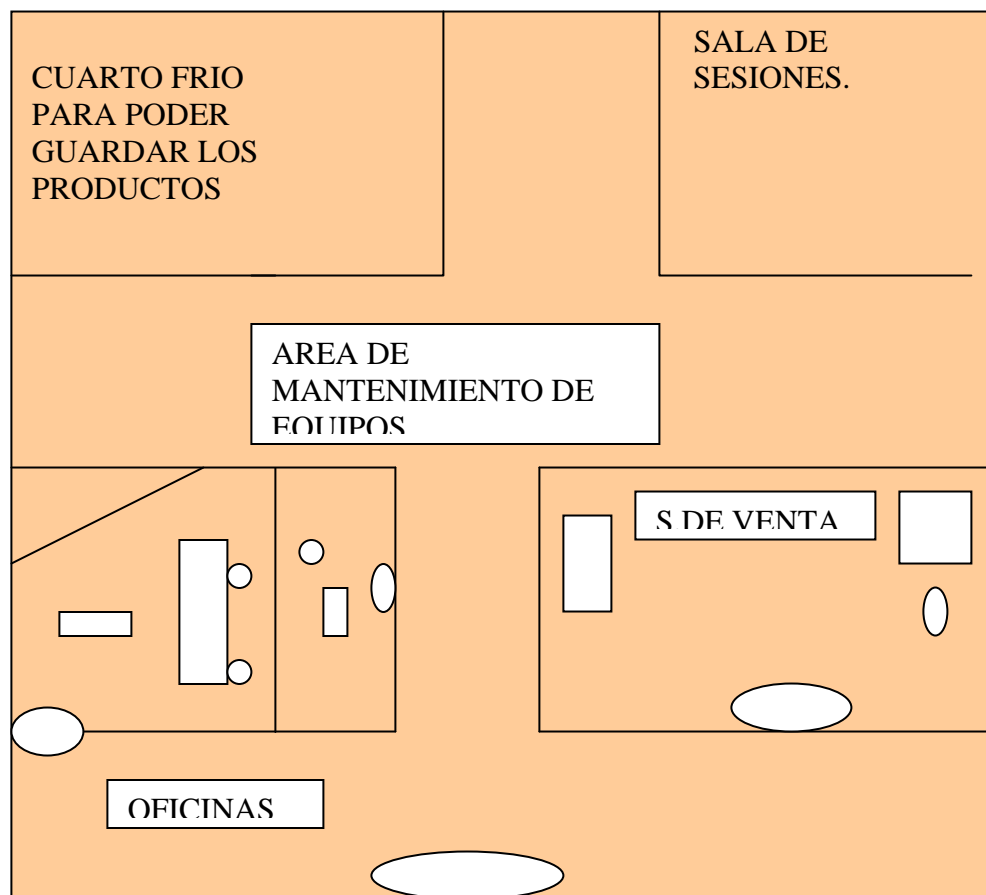
M.1.3 PLANEACIÓN DE LA UBICACIÓN DE LAS INSTALACIONES

Las decisiones de distribución determinarán la eficiencia de las operaciones, así como el diseño de los puestos, por lo tanto, es importante mejorar la práctica del diseño utilizando los mejores enfoques disponibles.

La ubicación de las instalaciones depende mucho de la Oferta y la demanda que se tenga del producto. La ubicación

de la Cooperativa será en San Luis La Herradura, ya que se considera el lugar más adecuado para la instalación, considerándose que es un lugar accesible donde llega la mayoría de personas que compran productos marinos y además es donde se encuentra el transporte disponible para poder llevar los productos a otros departamentos.

DIAGRAMA DE LAS INSTALACIONES DE LA COOPERATIVA DE LOS PESCADORES.



M.2 AREA DE MERCADO

M.2.1 COMERCIALIZACION

M.2.1.1 MEZCLA DE MERCADOTECNIA

Aquí se determina el objetivo, la meta y la estrategia del producto, precio, plaza y promoción. A continuación se presenta la aplicación de la mezcla de mercadotecnia, en la Asociación cooperativa.

M.2.1.1.1 PRODUCTO

a) Objetivo del producto:

Mejorar la presentación de los diferentes tipos de pescado y camarón, para que los clientes los diferencien y tengan una mejor aceptación.

b) Meta:

Tener una buena participación en el mercado y mantenerla.

c) Estrategia:

La estrategia del producto es:

- ❖ Garantizar la calidad de los productos marinos seleccionándolos cuidadosamente, ya sea de pescado y de camarón.
- ❖ Ofrecer variedad de productos marinos.
- ❖ Promover el producto marino por su calidad y precio.

- ❖ Aplicar técnicas de presentación tales como: hacer exhibiciones de los productos, mantener los productos limpios, ordenados y con sus respectivos precios.

Características requeridas para los productos.

- Productos con sus respectivos precio
- Precios accesibles
- Tener suficiente existencia de los productos marinos.
- Productos de calidad

M.2.1.1.2 PRECIO

a) Objetivo del precio:

Fijar los precios, tomando en consideración, la rentabilidad y la preferencia de los consumidores frecuentes, nuevos y potenciales.

b) Meta:

Incrementar los ingresos, en consecuencia la rentabilidad.

c) Estrategia:

- ❖ Conceder descuentos sobre volúmenes de venta.
- ❖ Establecer precios competitivos, considerando los costos de producción y la competencia del mercado.
- ❖ Conceder descuentos en los productos marinos que ya no sean muy demandados.
- ❖ El precio deberá ser evaluado periódicamente y ajustado cuando sea necesario.
- ❖ El precio lo pueden determinar en base a una hoja de costos (ver anexo 7)

M.2.1.1.3 PLAZA**a) Objetivo de la Plaza:**

Ofrecer mejores condiciones en comparación con las de la Herradura, implementando el canal e distribución adecuado para que el producto marino llegue al mercado a través de: los canales de distribución, la ubicación y la variedad de productos.

b) Meta:

Lograr ganar mercado local y realizar contratos con hoteles y restaurantes, especialmente en San Salvador y sus

alrededores. Incrementando así la participación en el mercado.

c) Estrategias

- ❖ Mostrar los productos marinos a través de vitrinas, para que el consumidor pueda verlos y así que el pueda obtener el que más le parezca.
- ❖ Utilizar los canales directos e indirectos (productor-consumidor, productor-minorista-consumidor) para la venta del producto.
- ❖ Tener productos en inventario mínimo, para que supla las necesidades del consumidor.
- ❖ Lograr que los compradores actuales, referencien a los potenciales.
- ❖ Brindar un buen servicio al cliente para conseguir que se decida a comprar.

M.2.1.1.4 PROMOCION

a) Objetivo de la promoción:

Influir sobre la conducta de compra del cliente frecuente, nuevo y potencial.

b) Meta:

Incrementar las ventas, en comparación al total de las unidades vendidas en forma individual, por los pescadores.

c) Estrategias de publicidad:

- ❖ Transmitir a los clientes, los beneficios, precios y promociones, a través de llamamientos publicitarios, pancartas, mensajes o panfletos para el consumidor final.
- ❖ Utilizar otro texto o panfleto para los restaurantes y hoteles.

d) Estrategia de promoción:

Existen dos grupos de estrategias promocionales, que contribuyen a incrementar la competitividad y son estrategias para consumidores, con el fin de ganar nuevos consumidores y mantener los existentes y las estrategias de competitividad.

a.1 Estrategia para consumidores

- ❖ Reducción de precios: ofrecer al consumidor un descuento del 10 % , sobre el precio regular del producto anunciando el monto de la reducción. Se puede

ofrecer descuento por la compra de 100 libras de productos marinos.

- ❖ Las ofertas van ligadas a las reducciones de precios identificándose como sinónimos de compra de cierta cantidad de uno ó más productos al mismo tiempo con un precio especial. Por la compra de 5 libras de camarón proporcionar una libra de boca colorada, y así poder atraer la clientela. Esta oferta será dirigida a los turistas.
- ❖ Estimular la entrada del consumidor al establecimiento.

a.2 Estrategia de competitividad

Como estrategia de competitividad se propone una Asociación Cooperativa, para que se integren las familias para trabajar en forma conjunta con el propósito de alcanzar objetivos comunes , como es el de mejorar el nivel de vida de los pescadores de la comunidad Guadalupe La Zorra.

Las familias pueden integrarse para obtener:

- ❖ Mejorar precios en la compra de instrumentos para las actividades pesqueras, como son anzuelos cordeles redes, utensilios de aluminio.

- ❖ Adquisición de financiamientos en diferentes instituciones como FINANCIERA CALPIA u otra institución que pueda proporcionar a la cooperativa ayuda económica y así salir adelante.

- ❖ Apoyo de instituciones gubernamentales y no gubernamentales, como el MAG (Ministerio de Agricultura y Ganadería)

M.3 AREA FINANCIERA

M.3.1 FUENTES DE FINANCIAMIENTO

La falta de recursos financieros del pescador artesanal de la comunidad de Guadalupe La Zorra, no ha permitido dotar y disponer de los materiales, instrumentos y equipos apropiados para mejorar la producción, conservación y comercialización adecuada de los productos.

Las fuentes de financiamiento de largo y corto Plazo, pueden ser ejemplo ONG's, CONARA, Cooperativa de Ahorro y Préstamo FINANCIERA CALPIA, (anexo No.8) BANCO DE FOMENTO AGROPECUARIO (BFA), Y OTRAS.

M.3.2 PRESUPUESTOS.

Para la puesta en marcha de esta asociación y las estrategias de comercialización se presentan presupuestos, que les permitirán realizar comparaciones entre lo proyectado y lo real, para hacer las correcciones necesarias, si no se logran los objetivos. Para la Asociación Cooperativa de los habitantes de la comunidad Guadalupe La Zorra, los presupuestos elaborados son de producción, ventas y compras, ya que son los más necesarios para poder tener un control de la situación financiera de la empresa.

M.3.2.1 PRESUPUESTO DE VENTA

Este detalla las unidades que se estima se venderán en el mercado y su valor monetario multiplicando el precio por las unidades estimadas, dando como resultado: la venta total para un trimestre y así para los siguientes trimestres, cuya sumatoria será el total de ventas semestrales.

PRESUPUESTO DE VENTAS

	Mayo	Junio	Julio	Trimestre 1	Agos	Sept.	Oct.	Trimestre 2	Total del semestre
Unidades en libras De camarón	4650	4650	5250	14550	5250	6000	6000	17250	31800
Precio \$ 5	23250	23250	26250	72750	26250	30000	30000	86250	159000
Unidades en libras de pescado	1500	1500	2250	5250	2250	2700	2700	7650	12900
Precio \$ 2	3000	3000	4500	10500	4500	5400	5400	15300	25800

Cuadro No. 4

NOTA: Para obtener el precio del pescado y del camarón, se tomo como precio promedio el vigente en los mercados de diferentes zonas de venta de productos marinos.

M.3.2.2 PRESUPUESTO DE PRODUCCION.

Las cantidades del presupuesto de producción deben estar estrechamente relacionadas con las del presupuesto de venta y los niveles de inventario deseado.

La información que se necesita para este presupuesto son:

- 1 Presupuesto de ventas en unidades
- 2 Inventario final , unidades
- 3 Inventario inicial, unidades.

Fórmula:

Presupuesto de producción (unidades) = Presupuesto de ventas (unidades) + Inventario final deseado (unidades) - Inventario inicial (unidades).

PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN

	Mayo	Junio	Julio	Trimestre 1	Agos	Sept	Oct.	Trimestre 2	Total del semestre
Presupuesto de venta de camarón	4650	4650	5250	14550	5250	6000	6000	17250	31800
Más: Inventario final Deseado	100	100	100	300	100	100	100	300	600
Subtotal	4750	4750	5350	14850	5350	6100	6100	17550	32400
Menos: Inventario Inicial	0	100	100	200	100	100	100	300	500
Unidades Requeridas	4750	4650	5250	14650	5250	6000	6000	17250	31900

Cuadro No.5

Nota: se toma como Inventario Inicial (0), ya que ellos comienzan con su cooperativa de pescadores, Inventario final de 100 unidades.

M.3.2.3 PRESUPUESTO DE COMPRAS DE MATERIALES DIRECTOS.

Información necesaria para la elaboración de presupuesto de compras.

Información necesaria:

- 1 Presupuesto de materiales directos de producción,
- 2 Precio de compra, unidades.

Fórmula:

Presupuesto de consumo de materiales directos =Materiales directos requeridos (unidades) x Costo unitario

De materiales directos

PRESUPUESTO DE COMPRAS DE MATERIALES DIRECTOS

material directo	Mayo	Junio	Julio	Trimestre 1	Agosto	Sept.	Oct.	Trimestre 2	Total del semestre
Anzuelo pequeño	600	10	10	620	10	10	400	420	1040
Precio c/u \$ 0.23	138	2.3	2.3	142.6	2.3	2.3	2.3	92	234.6
Anzuelo mediano	500	20	20	540	20	20	300	340	880
Precio c/u \$ 0.4	200	8	8	216	8	8	120	136	352
Anzuelo grande	100	2	2	104	2	2	10	14	118
Precio c/u \$ 1.14	114	2.28	2.28	118.56	2.28	2.28	11.4	15.96	134.52
Red agallera	10	0	5	15	10	0	5	15	30
C/u \$114.29	1142.9	0	571.5	1714.5	1142.9	0	571.5	1714.5	3428
Cuerda (mts.)	220	10	10	240	10	200	10	220	460
C/mt. \$ 0.46	101.2	4.6	4.6	110.4	4.6	92	4.6	101.2	211.6
Total de material directo	1696.2	17.2	588.7	2302.06	1160.2	104.6	591	2059.66	4361.72

Cuadro No.6

Nota: Se toman los precios de los materiales que más utilizarán y con los que comienzan la cooperativa.

**N. Implementación de la Propuesta de Asociatividad;
como una Estrategia de competitividad para los
pescadores de la Comunidad Guadalupe La Zorra.**

Para llevar a cabo la implementación de la Asociatividad, la comunidad Guadalupe la Zorra debe de tomar en cuenta que al asociarse, obtendrán una serie de beneficios que contribuirá a solventar los problemas económicos y sociales de la comunidad.

N.1 Objetivo de la Propuesta.

- 1) Orientar a los pescadores a través de esta propuesta, los beneficios que conlleva el asociarse.
- 2) Concientizarlos que a través de la Asociatividad se logrará mayor competitividad en el mercado.
- 3) Contribuir al mejoramiento de la comercialización de los productos marinos; a través de las estrategias mercadológicas, que se proponen para la venta de los productos marino.

N.2 Recursos necesarios.

Para la implementación de la propuesta es necesario contar los recursos mínimos tales como:

- ◆ Recurso Humano.
- ◆ Recursos Materiales.
- ◆ Recursos Financieros.
- ◆ Estrategias de Mercado

La implementación de la propuesta se realizará en el primer mes, es decir en enero de 2004. Las personas responsables serán los pescadores interesados en formar la asociación, los cuales serán los encargados de que se lleve a cabo el proceso de iniciación de la Cooperativa.

Los costos de inversión para la Asociación Cooperativa son los siguientes:

PRESUPUESTO DE GASTOS	MONTO POR TRIMESTRE
Presupuesto de Producción	\$ 31,900.00
Presupuesto de Materiales directos.	\$ 4,361.72
Alquiler de Local	\$ 685.71
Total de Inversión	\$ 36,947.43

Cuadro No. 7

N.3 Procedimiento para la ejecución del plan

Los pescadores deben de apoyarse en la Asociatividad, para implementar el plan y alcanzar el desarrollo deseado, a través de esfuerzos conjuntos en la realización de las actividades que se llevarán a cabo para poner en marcha la Asociación y alcanzar el grado de competitividad deseado. Por lo tanto los pescadores interesados serán los responsables de que este plan se ponga en marcha. Esto puede visualizarse con mayor detalle en el siguiente cronograma de implementación de la propuesta.

CUADRO No.8

N.4 CRONOGRAMA PARA LA IMPLEMENTACION DE LA PROPUESTA DE ASOCIATIVIDAD COMO UNA ESTRATEGIA DE COMPETITIVIDAD PARA LOS PESCADORES DE LA COMUNIDAD DE GUADALUPE LA ZORRA.

No.	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	ENERO DEL AÑO 2004			
			TRIMESTRE			
			1°	2°	3°	4°
1	Presentación del documento a los pescadores de la comunidad.	Grupo de Trabajo				
2	Reunión para explicar la propuesta de Asociatividad y estrategias de comercialización de sus productos marinos.	Grupo de Trabajo				
3	Estudio de la propuesta por parte de los pescadores de la comunidad.	Los pescadores				
4	Presentación del documento al Líder de la comunidad.	Líder de la comunidad.				
5	Puesta en marcha de la propuesta.	La Asociación.				

BIBLIOGRAFIA

- 1) Adam Everett y Ebert Ronald Administración de la
Producción y las Opera-
ciones. Prentice Hall
Hispanoamericana 4^a.
Edición.
- 2) Bittel, Lester R y Ramsey Enciclopedia del Manag-
Jackson. ment Editorial Océano,
España 1998.
- 3) Koontz, Harold y otros. Administración. McGraw
Hill 9^a.Edición, México
1995.
- 4) Kottler, Philip y Gary Fundamentos de Mercado-
Armstrong. Tecnia Editorial Prenti-
ce Hall 4a. Edición
México. 1998.
- 5) Ley General de Ordenación y Promoción de Pesca
Diciembre de 2001.

- 6) López, Luis Vásquez
Código de Comercio de la
República de El Salvador
- 7) Ralph S. Polimeni, Frank
J. Fabozzi, Arthur H.
Adelberg.
Contabilidad de Costos
Tercera Edición McGraw
Hill. Santa Fé de Bogotá
Colombia.
- 8) Robbins, Sthepen
Administración .Prentice
Hall Hispanoamericana,
5a.Edición, México1996.
- 9) Schroeder, Roger G.
Administración de Opera-
ciones McGraw Hill, 3a
Edición México,1998.
- 10) Staton, William J.
Fundamentos de Marketing
McGraw Hill, 5a. Edición
México, 1984.
- 11) Stoner, James; Freeman,
Edward; Gilbert, Daniel
Administración, Pearson
Educación, 6a. Edición,
México, 1996.

- 12) Tesis, UES, MARZO 1993. Gutiérrez Contreras,
José Ciriaco y otros.
"Diagnóstico de las Asocia-
ciones Cooperativas
de Producción Pesquera
en El Salvador, Período
1981-1990; Propuesta Ad-
ministrativa en el Area
de Producción
- 13) Welsch, Glenn A. y otros Presupuestos
Prentice Hall Hispanoa-
Americana. 5ª. Edición
México 1998.

ANEXOS

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

CUESTIONARIO ECONOMICO-SOCIAL PARA OBTENER INFORMACION DE
LOS JEFES DE FAMILIA DE LA COMUNIDAD GUADALUPE LA ZORRA
CIUDAD DE LA HERRADURA, DEPARTAMENTO DE LA PAZ.

I. OBJETIVO DEL CUESTIONARIO:

Obtener la información necesaria de los jefes de los grupos familiares, la que se utilizará como base para determinar si los miembros de la comunidad Guadalupe La Zorra, están dispuestos a asociarse y lograr que lleguen a ser competitivos a través del diseño de una propuesta administrativa.

INDICACIONES

A continuación se presentan una serie de preguntas con alternativas, opciones y rangos, marque con una **x** la respuesta que seleccione y complemente en los casos indicados. De antemano le agradecemos su colaboración.

II. ASPECTOS GENERALES.

1.- Genero:

1. Masculino _____

2. Femenino _____

2.- Edad (años)

1. De 18 a 28 _____

4. Más de 50 _____

2. De 29 a 39 _____

5. Otros _____

3. De 40 a 50 _____

3.- Estado Familiar

1. Casado (a) _____

4. Acompañado (a) _____

2. Viudo _____

5. Separado (a) _____

3. Divorciado (a) _____

4.- ¿Sabe Leer y escribir?

1. Si _____

2. No _____

5.- Nivel educativo que posee.

1. Técnico _____

4. Menos de Sexto _____

2. Bachiller _____

5. Analfabeto _____

6. ¿ Cuántas personas conforman su grupo familiar?

1. Menos de 5 _____ 3. Más de 10 _____
2. De 5 a 10 _____

7. ¿De sus hijos cuántos asisten a la escuela?

- a.1 _____ c.3 _____
b.2 _____ d. Más de 3 _____

8.- De los siguientes servicios cuales posee su comunidad.

1. Correo _____ 3. Transporte _____
2. Centros escolares _____ 4. Clínica _____

9.- De los siguientes servicios cuales posee en su hora

1. Agua potable _____ 3. Teléfono _____
2. Energía Eléctrica _____

10.-¿Qué niveles de estudio ofrecen los centros de educación ?

1. Parvularia _____ 3. Bachillerato _____
2. Básico _____ 4. Otros _____

Especifique: _____

III. ASPECTOS ECONOMICOS.

11.-Forma de tenencia de vivienda:

- | | |
|---------------------------|--------------------|
| 1. Propia _____ | 3. Colono _____ |
| 2. Promesa de venta _____ | 4. Alquilada _____ |

Dirección: _____

12.Tipo de vivienda :

- | | |
|-----------------|--------------------|
| 1. Mixta _____ | 3. Bahareque _____ |
| 2. Lamina _____ | 4. Adobe _____ |
| | 5. Otro _____ |

Especifique : _____

13.-Posee algún otro bien inmueble aparte de donde vive

- | | |
|-------------|-------------|
| 1. Si _____ | 2. No _____ |
|-------------|-------------|

14.-Si su respuesta es afirmativa, especifique que otro tipo de bien posee:

- | | |
|----------------|------------------|
| 1. Lotes _____ | 3. Terreno _____ |
| 2. Finca _____ | 4. Otro _____ |

15.-¿Cuál es su ocupación?

1.Comerciante _____

4. Ama de Casa _____

16.-¿Cubren sus ingresos sus necesidades básicas?

1.Si _____

2. No _____

17.-Rangos de ingresos familiares mensuales

1.De \$50 a \$100_____

4. Más de \$200_____

2.De \$100 a \$150_____

5. Otros \$ _____

18.-¿Ha estado asociado alguna vez?

1.Si _____

2. No _____

19.-¿Ha estado asociado alguna vez?

1. Si _____

2. No _____

20.-¿Conoce los beneficios que obtendría al asociarse?

1.Si _____

2.No _____

21.- Mencione los beneficios que espera al asociarse.

22.-¿Cuentan con algún financiamiento para realizar sus actividades pesqueras?

1.Si _____ 2.No _____

Especifique: _____

23.-Si su respuesta ha sido afirmativa, especifique que tipo de institución le ha otorgado el Crédito:

1.Bancos _____

2.Cooperativas de Ahorro y Crédito _____

3.Caja de Crédito Rural _____

4.Otros _____

24.-¿Le gustaría que su comunidad logre un desarrollo económico-social?

1.Si _____ 2.No _____

25.-Mencione los principales problemas de su comunidad.

IV. ASPECTOS DE PRODUCCION Y COMERCIALIZACION.

26.-¿Cuantos días de la semana se dedica a la actividad

pesquera?

1. Diariamente _____

3. Más de 4 _____

2. De 1 a 3 días _____

4. Otro _____

27.-¿Qué tipo de productos pesqueros es el que obtienen?

1. Pescado _____

4. Camarón _____

2. Moluscos _____

5. Otros _____

3. Crustáceos _____

28.-De los Productos antes mencionados, jerarquice de mayor a menor de acuerdo a la cantidad extraída (entendiendo que el número 1 es mayor que 2 y así sucesivamente).

1. Pescado _____

4. Camarón _____

2. Moluscos _____

5. Otros _____

3. Crustáceos _____

29.-¿Qué cantidad promedio en libras obtienen cada vez que se dedica a dicha actividad?

1. Pescado _____

4. Camarón _____

2. Moluscos _____

5. Otros _____

3. Crustáceos _____

30.-¿Jerarquice en que meses es más productiva la pesca en el entendido que 1 es mayor que 2 y así sucesivamente?.

Enero _____ Febrero _____ Marzo _____

Abril _____ Mayo _____ Junio _____

Julio _____ Agosto _____ Septiembre _____

Octubre _____ Noviembre _____ Diciembre _____

31.-¿Cuántos miembros de su grupo familiar se dedican a la pesca?

1. Menos de 5 _____ 3. Más de 10 _____

2. De 5 a 10 _____

32.-¿En su familia se turnan para ir de pesca?

1.Si _____

2. No _____

33.-¿En que horarios suelen realizar la actividad pesquera?

1.Mañana _____

3.Noche _____

2.Tarde _____

4.Varios días _____

5.Madrugada _____

34.-¿Cuál es el precio por libra que le pagan por sus productos en el Mercado?

- | | |
|-----------------------|--------------------|
| 1.Pescado \$ _____ | 4.Camarón \$ _____ |
| 2.Moluscos \$ _____ | 5.Otros \$ _____ |
| 3.Crustáceos \$ _____ | |

35.-¿Considera que los productos marinos que extrae los vende a buen precio?

- 1.Si _____ 2.No _____

Porque : _____

36.-¿A quienes venden sus productos marinos?

- | | |
|-------------------|--------------------------|
| 1.Mayorista _____ | 3.Consumidor final _____ |
| 2.Minorista _____ | 4.Otros _____ |

37.-Sus ventas las realiza al:

- | | |
|-----------------|-------------------|
| 1.Crédito _____ | 3.Crédito-contado |
| 2.Contado _____ | |

V. ASPECTOS SOBRE NIVEL TECNOLÓGICO.

38.-¿Qué medio de transporte utiliza para la realización de la pesca?

- | | |
|----------------|---------------|
| 1.Cayuco _____ | 3.Otros _____ |
| 2.Lancha _____ | |

39.-¿Qué instrumentos utiliza para la pesca?

1.Atarraya _____ 3.Arpon _____

2.Trasmallo _____ 4.Otros _____

Especifique : _____

40.-¿Cómo conserva los productos marinos?

1.Proceso de salamiento _____ 3.Hielera _____

2.Refrigerador _____

41.-¿Posee algún tipo de embarcación?

1.Si _____

2.No _____

42.-¿Qué clase de embarcación posee?

1.Bote _____

3.Otro _____

2.Cayuco _____

Especifique _____

ANEXO 5

MODELO DE ACTA DE CONSTITUCION

Acta de Constitución: En _____, a las _____, siendo estos el lugar, día y hora señalados en la respectiva convocatoria para celebrar previa autorización del Departamento de Asociaciones Agropecuarias del Ministerio de Agricultura y Ganadería, la Asamblea General de Constitución, de la Asociación Cooperativa que después se dirá. Con este propósito están presentes en este acto los señores (Detallar nombre, edad, ocupación u oficio, domicilio, departamento y número de Cédula de Identidad Personal de los asociados). También están presentes en carácter de delegado (a), el (los) señor(es) (Nombre del delegado y de la Institución que representan). A continuación se somete a consideración de los presentes la agenda al efecto, la cual es aprobada con los siguientes puntos: NUMERO UNO) COMPROBACION DE ASISTENCIA, NUMERO DOS) ELECCION DEL PRESIDENTE Y SECRETARIO PROVISIONALES DE LA ASAMBLEA DE CONSTITUCION, NUMERO TRES) ACUERDO SOBRE LA CONSTITUCION DE LA ASOCIACION COOPERATIVA Y APROBACION DE LOS OBJETIVOS, NUMERO CUATRO) ELECCION DE LOS MIEMBROS QUE INTEGRAN EL CONSEJO DE ADMINISTRACION Y JUNTA DE VIGILANCIA, NUMERO CINCO) JURAMENTACION Y TOMA DE POSESION DE LOS DIRECTIVOS EN SUS CARGOS, NUMERO SEIS) FORMACION DEL CAPITAL INICIAL Y SUSCRIPCION DE CERTIFICADOS DE APORTACION POR CADA UNO DE LOS ASOCIADOS FUNDADORES Y FORMA DE PAGO DE DICHOS CERTIFICADOS, NUMERO SIETE) ACUERDO DE GESTION DE PERSONERIA JURIDICA Y FINANCIAMIENTO. Respecto al primer punto de la agenda, se comprueba que están presentes _____ asociados fundadores, cuyos nombres y generales se han mencionado anteriormente y que constituye el Quórum requerido por la Ley; en el segundo punto se procederá a elegir de entre ellos, al Presidente y Secretario provisional para que dirijan inicialmente esta reunión. Realizado el escrutinio de los votos emitidos, resultaron electos los señores _____ y _____ como Presidente y Secretario respectivamente, a quienes en este mismo acto se

les da posesión de sus cargos. A continuación en el tercer punto el Presidente de la Asamblea expone a los asociados que se procederá a constituir la Asociación Cooperativa, objeto de esta reunión y a fijar sus objetivos, después de discutirse ampliamente tales puntos, por unanimidad se acuerda: Constituirse la Asociación Cooperativa _____

de Responsabilidad Limitada, del domicilio de _____ y aprobar los objetivos siguientes: a) Participación activa de sus miembros en las distintas actividades de la cooperativa. B) Mejoramiento del nivel de vida de los asociados y de su grupo familiar mediante el trabajo, la cooperación y la solidaridad. c) Utilizar en forma adecuada, eficiente y tecnificada los bienes de la cooperativa, para satisfacer las necesidades de los asociados de su grupo familiar y de la comunidad, d) Integrarse a los sistemas de comercialización nacional, e) Adquirir bienes muebles, inmuebles, insumos, maquinaria y equipo, animales y demás enseres relacionados con la producción agropecuaria. F) Estimular el ahorro sistemático en aportaciones, para incrementar el capital social y la concesión de créditos a los asociados. g) Integrarse a los planes y sistemas de financiamiento nacionales e internacionales. En el cuarto punto se procede a la elección de los miembros integrantes de los órganos de administración, y de vigilancia, habiéndose obtenido los resultados siguientes CONSEJO DE ADMINISTRACION: Presidente _____, Vicepresidente _____

_____, Secretario _____, Tesorero _____, Vocal _____, Suplentes _____

JUNTA DE VIGILANCIA: Presidente _____, Secretario _____, Vocal _____, Suplentes _____

Seguidamente en el punto cinco el señor delegado procedió a la juramentación de los directivos electos, quienes en este mismo acto toman posesión de sus cargos, queda presidiendo la asamblea el presidente electo. En el punto seis la asamblea acordó la formación del capital social inicial el cual se fija en _____ colones y está representado por _____ certificados de aportación, con valor nominal de _____

colones cada uno. El Consejo de Administración, se da por recibido la cantidad de _____ colones, que es el capital pagado. Seguidamente se paso al punto siete en el cual la asamblea acordó; a) autorizar al señor Secretario del Consejo de Administración, para que extienda copia certificada de la presente acta, al Presidente del Consejo de Administración, realizar los trámites pertinentes para obtener la Personalidad Jurídica de la Asociación Cooperativa aquí constituida, mediante el reconocimiento oficial de la inscripción correspondiente y b) Autorizar al Presidente y Tesorero a gestionar ante la institución financiera la obtención de créditos a favor de la cooperativa y a firmar toda la documentación pertinente. Y no habiendo más que hacer constar se da por terminada la presente acta, ratificamos su contenido y para constancia firmamos, excepto los señores (nombre completo de los que no saben firmar), quienes por no saber hacerlo, dejan impresa la huella digital de su dedo pulgar derecho y a nombre y ruego lo hace el señor _____, (generales del señor que firma a nombre y ruego)

NOTA:

El acta deberá ser firmada por los asistentes en original, los borroneos y enmendados, entrelínea, testadura y cualquier otra corrección que se le haga al acta debe salvarse antes de las firmas; escribir revés y derecho, no dejar espacios en blanco y no escribir números, todo en letras.

ANEXO 6

Lista de asociados de la Asociación Cooperativa.

Domicilio: _____

No.	Nombre	Lugar y fecha	Edad	Ocupación	Domicilio	No. Identificación
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						
11						
12						
13						
14						
15						
16						
17						
18						
19						
20						
21						
22						
23						
24						
25						
26						
27						

ANEXO 7

MODELO DE HOJA DE COSTO

ELEMENTOS DEL COSTO A CONSIDERAR	VALOR MONETARIO DOLARES	VALOR MONETARIO EN DOLARES
Materia Prima +		
Materiales +		
Mano de Obra +		
Otros Costos +		
Total costo de Margen de Utilidad Propuesto 18% del costo.		
Precio de Venta = CE * MU		

SIMBOLOGIA:

CE : Costo de elaboración

MU : Margen de Utilidad 18%

