

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



**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD TÉCNICO ECONÓMICO PARA EL MONTAJE DE UNA
PROCESADORA DE SORBETE ARTESANAL, ELABORADO A PARTIR DE LAS FRUTAS DE
ESTACIÓN COSECHADAS POR LAS FAMILIAS PERTENECIENTES A LA ASOCIACIÓN
COOPERATIVA DE PRODUCCIÓN AGROPECUARIA “LA LIBERTAD” DE R.L., UBICADA EN
TAMANIQUE, DEPARTAMENTO DE LA LIBERTAD**

GRUPO DE TESIS 32

TRABAJO DE INVESTIGACION PRESENTADO POR:

**ROLANDO ALEX ANAYA CERROS
RONALD JOSUÉ GARCÍA ALVARENGA
DEYSI MARINA HERRERA FERNÁNDEZ**

PARA OPTAR AL GRADO DE

LICENCIADO(A) EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

MARZO DE 2012

SAN SALVADOR EL SALVADOR CENTROAMERICA

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR : ING. MARIO ROBERTO NIETO LOVO

SECRETARIA GENERAL : DRA. ANA LETICIA DE AMAYA

DECANO DE LA FACULTAD
DE CIENCIAS ECONOMICAS : M.S.C. ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO

SECRETARIO DE LA FACULTAD
DE CIENCIAS ECONOMICAS : M.A.E. JOSÉ CIRIACO GUTIÉRREZ CONTRERAS

DOCENTE DIRECTOR : ING. GUSTAVO SALOMÓN TORRES RÍOS LAZO

COORDINADOR DE SEMINARIO : LIC. RAFAEL ARÍSTIDES CAMPOS

MARZO DE 2012

SAN SALVADOR,

EL SALVADOR,

CENTROAMÉRICA

AGRADECIMIENTOS

Sería injusto no dejar por escrito el profundo agradecimiento que tengo con Dios, ya que no solo a lo largo de mis estudios, si no de mi vida él ha estado siempre a mi lado.

En memoria de mi hermana María Elena quien fue una auténtica guía para mí. A mis Padres y hermanos por su apoyo, comprensión y motivación; a Angelita por sus buenos ejemplos, al Sr. Palma por brindarme su orientación y apoyo; a mi hermano Jaime por su sabia orientación y aporte de sus conocimientos; a Ronald y Deysi por su apoyo determinante en las últimas y más difíciles etapas de mis estudios; a mis amigos que aún permanecen y los que ya no están conmigo por los buenos momentos que vivimos juntos y por último a mis maestros por su gran labor de enseñanza.

Alex Anaya

En primer lugar doy gracias a Dios por permitirme vivir cada día y darme las fuerzas para conseguir éxito en mi quehacer, quiero agradecer a mi papá Agustín de Jesús García Escamilla y a mi mamá Ana Ruth Alvarenga de García que me brindaron su ayuda económica y los cuales siempre me apoyaron a pesar de todas las adversidades que surgieron en el camino de mi formación profesional, a mi hermano Irvin Alexis García Alvarenga por brindarme su apoyo moral, a mi novia y compañera de tesis Deysi Marina Herrera Fernández la cual me apoyo en los momentos más cruciales de mi carrera y mi vida personal, a mi compañero de tesis Alex Anaya quien fue indispensable para llevar a cabo la realización de este proyecto, al asesor de tesis Ing. Gustavo Salomón Torres por orientarnos sobre los pasos a seguir para que todo fuese lo mejor posible y por último a todos mis amigos y familiares cercanos les agradezco su ayuda para que pudiese llegar a cumplir mi sueño de ser un profesional.

Ronald García

Agradezco a Dios todopoderoso por haberme permitido llegar a esta etapa tan importante de mi vida en la que cumplo mi sueño de ser una profesional; agradezco a mi mamá María Estebana Fernández y a mi papá José Florentino Herrera por enseñarme lo correcto de las cosas y apoyarme en todo el desarrollo de mi carrera, a mi novio y compañero de tesis Ronald García por ser un gran amigo y apoyarme en todos los aspectos; a Alex Anaya por ser un excelente compañero de tesis; a nuestro Docente Director Ing. Salomón Torres por haber sido una excelente guía para la realización de nuestro trabajo de graduación; a Gema Fuentes y Berta Alicia Hernández por ser mis grandes amigas que siempre estuvieron conmigo hasta el final de mi meta.

Deysi Herrera

ÍNDICE DEL CONTENIDO DEL TRABAJO

CONTENIDO	PÁG.
RESUMEN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	i
INTRODUCCIÓN.....	iii
I. CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO.....	1
A. GENERALIDADES DE LA ASOCIACIÓN COOPERATIVA DE PRODUCCIÓN AGROPECUARIA “LA LIBERTAD” DE R.L.	1
1 HISTORIA.....	1
2 MISIÓN Y VISIÓN	1
3 NORMAS	2
4 ESTRUCTURA ORGANIZATIVA	2
5 MARCO LEGAL.....	3
6 COOPERATIVAS RELACIONADAS EN EL PROYECTO	5
6.1 COOPERATIVA “ACAHUASPÁN”	5
6.2 COOPERATIVA “SAN ALFONSO”	6
6.3 COOPERATIVA “SAN ISIDRO”	7
B. GENERALIDADES DEL SORBETE	8
1 HISTORIA DEL SORBETE	8
2 ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LA INDUSTRIA DEL HELADO EN EL SALVADOR	9
3 DEFINICIONES	10
4 ESPECIFICACIONES Y CARACTERÍSTICAS DE LOS HELADOS	12
4.1 CARACTERÍSTICAS GENERALES	12
4.2 CARACTERÍSTICAS SENSORIALES.....	13
5 TIPOS DE SORBETE	13
6 ESTADÍSTICAS DE PRODUCCIÓN DE SORBETES EN EL SALVADOR	14
7 PROCESO DE ELABORACIÓN DEL SORBETE.....	16
8 PROCESO DE ELABORACIÓN DEL SORBETE ARTESANAL.....	18
C. ASPECTOS GENERALES SOBRE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD.....	19
1 PROYECTOS	19
1.1 CICLO DE UN PROYECTO	21

1.2	NIVELES DE PROFUNDIDAD DE UN PROYECTO	22
2	ESTUDIO DE MERCADO.....	22
2.1	DEFINICIÓN, NATURALEZA Y USO DEL PRODUCTO.....	23
2.2	COMPORTAMIENTO DE LA OFERTA	24
2.3	ANÁLISIS DE LA OFERTA	24
2.3.1	MERCADO PROVEEDOR	25
2.3.2	MERCADO CONSUMIDOR	25
2.3.3	MERCADO COMPETIDOR.....	26
2.4	COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA.....	26
2.4.1	ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	27
2.4.2	DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA	29
2.4.3	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA.....	29
2.5	ANÁLISIS DE LOS PRECIOS.....	30
2.6	ANÁLISIS DE COMERCIALIZACIÓN	31
3	EL ESTUDIO TÉCNICO.....	32
3.1	ALCANCES DEL ESTUDIO DE INGENIERÍA	32
3.2	PROCESO DE PRODUCCIÓN.....	34
3.3	INVERSIONES EN OBRA FÍSICA.....	35
3.4	INVERSIONES EN EQUIPAMIENTO	35
3.5	BALANCE DE PERSONAL	35
3.6	TAMAÑO	35
3.7	LOCALIZACIÓN.....	36
4	ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y ADMINISTRATIVO	36
4.1	ASPECTO ORGANIZACIONAL	37
4.2	ASPECTO LEGAL	37
5	ESTUDIO ECONÓMICO.....	38
5.1	COSTOS	39
5.1.1	COSTOS DE PRODUCCIÓN.....	40
5.1.2	COSTOS DE ADMINISTRACIÓN	40
5.1.3	COSTOS DE VENTA.....	41
5.1.4	COSTOS DE GASTOS FINANCIEROS	41
5.1.5	CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS	41

5.1.6	COSTOS TOTALES	41
5.1.7	COSTOS UNITARIOS Y PRECIOS DE VENTA	41
5.2	CAPITAL DE TRABAJO	42
5.3	FUENTES DE FINANCIAMIENTO.....	42
6	EVALUACIÓN DEL PROYECTO	43
6.1	ANÁLISIS Y ADMINISTRACIÓN DEL RIESGO.....	44
6.2	CRITERIOS DE EVALUACIÓN.....	45
6.2.1	VALOR ACTUAL NETO	45
6.2.2	TASA INTERNA DE RETORNO	46
6.2.3	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	47
D.	ADMINISTRACIÓN DE ESTABLECIMIENTOS DEL SERVICIO DE ALIMENTOS.....	48
1	OBJETIVOS DE UN SISTEMA DE SERVICIOS DE ALIMENTOS	48
2	TIPOS DE SISTEMAS DE SERVICIO DE ALIMENTACIÓN	49
3	INSTALACIÓN Y EQUIPO HIGIÉNICO	50
4	MANIPULACIÓN HIGIÉNICA DE LOS ALIMENTOS.....	50
5	ASPECTOS LEGALES DE LA FABRICACIÓN DE HELADOS	51
5.1	CÓDIGO DE SALUD	51
5.2	CÓDIGO DE COMERCIO	52
6	NORMAS DE REGULACIÓN DE LA FABRICACIÓN DE HELADOS (PALETAS Y SORBETES)	52
6.1	NORMA SALVADOREÑA	53
E.	CIERRE DEL CAPÍTULO I.....	53
II.	CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL.....	54
A.	IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN	54
B.	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	54
1	GENERAL.....	54
2	ESPECÍFICOS.....	54
C.	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	55
1	MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	55
1.1	INDUCCIÓN – DEDUCCIÓN	55
2	TIPO DE INVESTIGACIÓN	56
3	TIPO DE DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	56
4	FUENTES DE INFORMACIÓN.....	56

4.1	PRIMARIAS.....	56
4.2	SECUNDARIAS.....	57
5	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.....	57
5.1	LA ENCUESTA.....	57
5.2	LA ENTREVISTA.....	57
5.3	LA OBSERVACIÓN DIRECTA.....	58
6	ÁMBITO DE LA INVESTIGACIÓN.....	58
7	UNIDADES DE ANÁLISIS.....	58
8	DETERMINACIÓN DEL UNIVERSO Y MUESTRA.....	59
8.1	UNIVERSO.....	59
8.1.1	FAMILIAS ASOCIADAS A LAS COOPERATIVAS.....	59
8.1.2	ADMINISTRATIVOS.....	59
8.1.3	RESIDENTES.....	59
8.2	CÁLCULO DE P y Q.....	60
8.3	MUESTRA.....	61
8.3.1	POBLACIÓN DE TAMANIQUE.....	61
9	PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN.....	63
D.	DIAGNÓSTICO DE LAS SITUACIÓN ACTUAL (RESULTADOS OBTENIDOS DE ENCUESTA PARA LOS RESIDENTES, ANEXO 9).....	63
1	ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN DEL SORBETE EN LA ZONA TURÍSTICA DE TAMANIQUE Y SUS ALREDEDORES.....	63
1.1	CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO.....	63
1.1.1	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO.....	63
1.2	ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	64
1.2.1	ANÁLISIS Y CARACTERÍSTICAS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR.....	64
1.2.2	CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO.....	65
1.3	ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	67
1.3.1	NÚMERO DE PRODUCTORES.....	67
1.3.2	PREFERENCIA DE CONSUMO Y PRECIO DE LOS PRODUCTOS.....	67
1.4	ANÁLISIS DE PRECIOS.....	68
1.4.1	COMPETENCIA Y PRECIOS.....	68
1.4.2	ESTRATEGIAS PARA FIJAR PRECIOS.....	68
1.5	ANÁLISIS DE COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO.....	69

1.5.1	PRODUCTO.....	69
1.5.2	PRECIO.....	69
1.5.3	PROMOCIÓN.....	70
1.5.4	CANALES DE DISTRIBUCIÓN (PLAZA)	70
1.6	ANÁLISIS DE LA MATRIZ FODA (FORTALEZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES Y AMENAZAS).....	71
1.6.1	IDENTIFICACIÓN DE LAS FORTALEZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES Y AMENAZAS... 71	71
1.7	ELABORACIÓN Y CRUZAMIENTO DE LA MATRIZ.....	73
1.7.1	CRUCE FO (FORTALEZAS-OPORTUNIDADES) ESTRATEGIAS OFENSIVAS	73
1.7.2	CRUCE FA (FORTALEZAS-AMENAZAS) ESTRATEGIAS DEFENSIVAS.....	74
1.7.3	CRUCE DO (DEBILIDADES-OPORTUNIDADES) ESTRATEGIAS ADAPTATIVAS	75
1.7.4	CRUCE DA (DEBILIDADES-AMENAZAS) ESTRATEGIAS DE SUPERVIVENCIA	76
1.8	INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	77
E.	ALCANCES Y LIMITACIONES	79
1	ALCANCES.....	79
2	LIMITACIONES	79
F.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	80
1	CONCLUSIONES.....	80
2	RECOMENDACIONES	81
G.	CIERRE DEL CAPÍTULO II	82
III.	CAPÍTULO III: PROPUESTA TÉCNICA.....	83
A.	IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN.....	83
B.	ESTUDIO DE MERCADO.....	84
1	CARACTERÍSTICAS Y DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO.....	84
2	CLASIFICACIÓN DEL PRODUCTO	85
3	MARCAS.....	85
4	NOMBRES Y SLOGAN.....	85
5	LOGOTIPO	86
6	LA CALIDAD	89
7	USOS Y ESPECIFICACIONES	90
8	CAMPOS DE UTILIZACIÓN	90
C.	ÁREA DE MERCADO PROPUESTA	90

1	MEZCLA DE MARKETING	90
1.1	PRODUCTO.....	90
1.2	PRECIO.....	91
1.3	PLAZA O DISTRIBUCIÓN.....	92
1.4	PROMOCIÓN.....	94
D.	ÁREA TÉCNICA PROPUESTA	96
1	LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA.....	96
1.1	INSTALACIONES FÍSICAS	97
2	TAMAÑO DE LA PLANTA	98
3	INGENIERÍA DEL PROYECTO.....	101
3.1	TECNOLOGÍA DE PRODUCCIÓN.....	101
3.2	PROCESOS PRODUCTIVOS.....	106
3.2.1	REPRESENTACIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN DEL SORBETE ARTESANAL MEDIANTE LA TÉCNICA DE LA CAJA NEGRA.....	107
3.2.2	DIAGRAMA DE ANÁLISIS DE PROCESO, MÉTODO DE LA ASOCIACIÓN AMERICANA DE INGENIEROS MECÁNICOS (ASME).....	108
3.2.2.1	LEVANTAMIENTO DEL PROCEDIMIENTO.....	108
3.2.2.2	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	109
3.2.2.3	REPRESENTACIÓN GRÁFICA DEL PROCESO PRODUCTIVO MÉTODO ASME	111
3.3	INFRAESTRUCTURA	114
3.4	DETERMINACIÓN DE NECESIDADES E INSUMOS	118
4	ORGANIZACIÓN DEL RECURSO HUMANO	118
E.	ÁREA ORGANIZACIONAL Y ADMINISTRATIVA PROPUESTA	119
1	ASPECTOS LEGALES NECESARIOS PARA EL MONTAJE DE LA PLANTA PROCESADORA DE SORBETE ARTESANAL.....	119
1.1	TRÁMITES Y REGISTROS OBLIGATORIOS PARA QUE UNA EMPRESA INICIE OPERACIONES EN EL SALVADOR.....	121
1.2	TRÁMITES A REALIZARSE CUANDO LA EMPRESA YA CUENTA CON EMPLEADOS.....	123
1.3	PARTE CONTABLE AL INICIAR UNA SOCIEDAD	124
1.4	REQUISITOS PARA SOLICITAR LICENCIA SANITARIA PARA FÁBRICAS DE ALIMENTOS POR PRIMERA VEZ	125
1.5	NORMAS DE REGULACIÓN DE LA FABRICACIÓN DE HELADOS (PALETAS Y SORBETES)	127
1.5.1	NORMA SALVADOREÑA	127

1.5.1.1	OBJETO	127
1.5.1.2	CAMPO DE APLICACIÓN	127
2	VIABILIDAD LEGAL Y VIABILIDAD FINANCIERA	128
2.1	VIABILIDAD LEGAL.....	128
2.2	VIABILIDAD FINANCIERA	128
3	COSTOS RELACIONADOS CON LOS ASUNTOS LEGALES	129
4	ESTRUCTURA ORGANIZATIVA	129
4.1	ORGANIGRAMA DE LA UNIDAD ESTRATEGICA DE NEGOCIOS (PROCESADORA DE SORBETE ARTESANAL)	130
5	MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE PUESTOS	131
6	BUENAS PRÁCTICAS DE MANUFACTURA (BPM).....	140
F.	ÁREA ECONÓMICA Y FINANCIERA PROPUESTA	144
1	EVALUACIÓN FINANCIERA	144
1.1	COSTOS DE FABRICACIÓN PARA DETERMINACIÓN DE PRECIO DE VENTA	144
1.1.1	COSTOS PARA ELABORACIÓN DE UN CILINDRO DE SORBETE DE 8 LITROS (140 UNIDADES DE SORBETE)	144
1.1.2	OTROS COSTOS Y GASTOS INCURRIDOS EN LOCAL Y PROCESADORA	146
1.1.3	DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA.....	147
1.1.4	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN.....	147
2	PRESUPUESTOS	148
2.1	PARÁMETROS DE ESTIMACIÓN PARA PRESUPUESTOS.....	148
2.2	PRESUPUESTO DE INVERSIÓN	148
2.3	PRORRATEO DE PRODUCTOS	149
2.4	PRESUPUESTO DE VENTAS.....	150
2.5	PROGRAMA DE FINANCIAMIENTO	151
2.6	PRORRATEO DE LA DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS	151
2.7	PROGRAMA DE DEPRECIACIÓN	153
2.8	PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA.....	154
2.9	PRESUPUESTO DE MATERIALES	154
2.10	PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS	156
3	ESTADO DE RESULTADOS.....	157
4	FLUJO DE EFECTIVO	158
5	BALANCE GENERAL	158

G.	EVALUACIÓN ECONÓMICA.....	159
1	FLUJO NETO DE CAJA.....	159
2	TASA DE COSTO DE CAPITAL.....	160
3	FLUJOS DE EFECTIVO	160
4	ANÁLISIS VALOR ACTUAL NETO (VAN).....	160
5	ANÁLISIS TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	161
6	PUNTO DE EQUILIBRIO	162
6.1	PUNTO DE EQUILIBRIO EN DÓLARES	163
6.2	PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES	163
6.3	GRÁFICO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO	164
7	PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	165
H.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	166
1	CONCLUSIONES.....	166
2	RECOMENDACIONES	167
I.	CIERRE DEL CAPÍTULO III	168
IV.	GLOSARIO DE TÉRMINOS.....	169
V.	REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA	173

ÍNDICE DE DIBUJOS

CONTENIDO	PÁG.
Dibujo 1 – Estructura organizacional de Cooperativa “La Libertad” de R.L.	2
Dibujo 2 – Ciclo de un proyecto	21
Dibujo 3 – Estructura de costos	40
Dibujo 4 – Análisis y administración del riesgo	45
Dibujo 5 – Fórmula estadística para poblaciones finitas	61
Dibujo 6 – Canales de distribución del sorbete artesanal	71
Dibujo 7 – Representación de logotipo ganador	87
Dibujo 8 – Representación de logotipo, marca y slogan	88
Dibujo 9 – Logotipo y sus diferentes elementos	88
Dibujo 10 – Ubicación de procesadora y local de ventas	94
Dibujo 11 – Representación de construcción de galera	97
Dibujo 12 – Características técnicas de: A) Freezer Horizontal, B) Vitrina para Gelato	101
Dibujo 13 – Características técnicas de: A) Licuadora Industrial, B) Cuchara mecánica, C) Mesa de trabajo, D) Paleta de madera	102
Dibujo 14 – Características técnicas de: A) Colador Chino, B) Cuchillo Universal para Frutas, B) Bote con Lazo.....	103
Dibujo 15 – Características técnicas de: A) Estante Liso, B) Exprimidor de Cítricos, C) Cilindro Metálico, D) Barrica de Madera	104
Dibujo 16 – Características técnicas de: A) Caja Registradora, B) Desinfectante para Frutas y Verduras, C) Guantes de Vinilo, D) Machete	105
Dibujo 17 – Características técnicas de: A) Mesas y Sillas Plásticas	106
Dibujo 18 – Representación del proceso de producción del sorbete artesanal mediante la técnica de la caja negra	107
Dibujo 19 – Representación de la planta procesadora.....	115
Dibujo 20 – Representación de local de ventas.....	117
Dibujo 21 – Organigrama de la UEN procesadora de sorbete artesanal	130

ÍNDICE DE TABLAS

CONTENIDO	PÁG.
Tabla 1 – Cuentas de producción por rama de actividad económica (lácteos).....	15
Tabla 2 – Distribución muestral	62
Tabla 3 – Competencia del sorbete artesanal (Productos sustitutos)	66
Tabla 4 – Competencia del sorbete artesanal (Productos similares)	66
Tabla 5 – Matriz FODA.....	72
Tabla 6 – Cruce FO	73
Tabla 7 – Cruce FA	74
Tabla 8 – Cruce DO.....	75
Tabla 9 – Cruce DA.....	76
Tabla 10 – Interpretación de los resultados	78
Tabla 11 – Nombres y Slogan	86
Tabla 12 – Logotipos y sus resultados	87
Tabla 13 – Construcción para galera	96
Tabla 14 – Consumo de sorbete artesanal en la población de Tamanique (sabores)	99
Tabla 15 – Sabores de sorbete artesanal que le gustaría su existencia a la población.....	99
Tabla 16 – Procedimiento para elaboración de sorbete artesanal	109
Tabla 17 – Representación gráfica método ASME parte 1	111
Tabla 18 – Representación gráfica método ASME parte 2	112
Tabla 19 – Representación gráfica método ASME parte 3	113
Tabla 20 – Costos relacionados con asuntos legales	129
Tabla 21 – Manual de puestos.....	139
Tabla 22 – Costos totales y unitarios	145
Tabla 23 – Otros costos y gastos	146
Tabla 24 – Presupuesto de inversión.....	149
Tabla 25 – Prorrato de productos y crecimiento anual de ventas.....	150
Tabla 26 – Presupuesto de ventas.....	151
Tabla 27 – Programa de financiación.....	151
Tabla 28 – Prorrato de activos depreciables.....	152

Tabla 29 – Programa de activos depreciables.....	153
Tabla 30 – Presupuesto de mano de obra.....	154
Tabla 31 – Presupuesto de materiales.....	155
Tabla 32 – Presupuesto de costos y gastos	156
Tabla 33 – Presupuesto de otros costos y gastos	157
Tabla 34 – Estado de resultados	157
Tabla 35 – Flujo de efectivo	158
Tabla 36 – Balance general	159
Tabla 37 – Flujo Neto de Caja	160

ÍNDICE DE GRÁFICOS

CONTENIDO	PÁG.
Gráfico 1 – Curva de la demanda.....	27
Gráfico 2 – Demanda de un bien o servicio	28
Gráfico 3 – Cálculo de la Tasa Interna de Retorno	162
Gráfico 4 – Gráfico del punto de equilibrio para procesadora de sorbete artesanal	164

ÍNDICE DE ANEXOS

CONTENIDO	PÁG.
ANEXO 1 – POBLACIÓN DEL MUNICIPIO DE TAMANIQUE	1
ANEXO 2 – MEMBRESÍA DE ASOCIADOS A COOPERATIVA “LA LIBERTAD” DE R.L.	2
ANEXO 3 – CERTIFICACIÓN DE LA COOPERATIVA “LA LIBERTAD” DE R.L.	3
ANEXO 4 – MAPA TURÍSTICO DE LA LIBERTAD Y TAMANIQUE	4
ANEXO 4.1 – MAPA TURÍSTICO DE LA LIBERTAD.....	4
ANEXO 4.2 – MAPA TURÍSTICO DE TAMANIQUE	5
ANEXO 5 – UBICACIÓN GEOGRÁFICA DE COOPERATIVA “LA LIBERTAD” DE R.L.	6
ANEXO 6 – MODELO DE PRUEBA PILOTO PARA DETERMINAR VALORES DE P y Q	7
ANEXO 7 – TABULACIÓN DE ENCUESTAS PARA EL PERSONAL ADMINISTRATIVO	8
ANEXO 8 – TABULACIÓN DE ENCUESTAS PARA LOS ASOCIADOS.....	40
ANEXO 9 – TABULACIÓN DE ENCUESTAS PARA LOS RESIDENTES	77
ANEXO 10 – MODELO DE ENCUESTA PARA ADMINISTRATIVOS	107
ANEXO 11 – MODELO DE ENCUESTA PARA ASOCIADOS	114
ANEXO 12 – MODELO DE ENCUESTA PARA RESIDENTES.....	125
ANEXO 13 – CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	133

RESUMEN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación surgió a partir de la necesidad de la Cooperativa “La Libertad” de R.L. de aprovechar la existencia de árboles frutales en los terrenos de las familias asociadas, es por ello que se realizó un estudio de factibilidad técnico económico para el montaje de una planta procesadora de sorbete artesanal el cual de ser llevado a la práctica brindará un medio económico alternativo para las familias asociadas a las cooperativas intervinientes en el proyecto y ofrecerá un nuevo atractivo turístico a la zona. Para iniciar con la investigación fue necesario dar a conocer cierta información de la Cooperativa “La Libertad” de R.L. ya que ahí surge la invención del proyecto, así como las demás cooperativa de la zona de Tamanique debido a que tendrán una participación activa en la producción del sorbete artesanal, luego se presentó toda la teoría relacionada con el sorbete artesanal comenzando desde sus antecedentes y desarrollo a nivel general, hasta la manera en que surgió en El Salvador y la evolución que ha tenido hasta la época, todo lo anterior se encuentra contenido en el capítulo 1 el cual también contiene toda la información concerniente a un estudio de factibilidad: sus aspectos generales, el área de mercado, el estudio técnico, el estudio organizacional y administrativo, el estudio económico y la evaluación del proyecto, es decir todos los elementos que lo conforman como tal, aunado a ello se agrega una parte de vital importancia para el estudio como lo es la administración de establecimientos de producción de alimentos, ya que las bases en que se cimenta la investigación es trascender de la manera tradicional de elaboración de sorbete artesanal a una semi-industrial y con las medidas higiénicas adecuadas ya que su producción estará sujeto a las Buenas Prácticas de Manufactura BPM.

Para brindar una respuesta más acertada y basada en la realidad se llevó a cabo una investigación de campo con el objetivo de recabar toda la información necesaria para poder brindar un diagnóstico sobre la situación actual del tema investigado, por lo que se elaboró una adecuada metodología de investigación teniendo en cuenta que debido al ámbito y profundidad de la misma se tomaría 3 sujetos de estudio es decir, el área administrativa de la cooperativa interesada, los socios de las diversas cooperativas intervinientes y la población de la zona de Tamanique y sus alrededores, todo ello para conocer diversos aspectos necesarios para el montaje de la planta procesadora comenzando por la existencia de materia prima con el que se cuenta, el nivel de conocimiento de las personas en referencia a la elaboración de

sorbete, la disponibilidad de participación de las personas en el desarrollo del proyecto, los diversos gustos y preferencias de las personas en cuanto al consumo de dicho postre helado así como el nivel de competidores en la zona y otras áreas necesarias para brindar un diagnóstico satisfactorio para la investigación, siendo éste el contenido del capítulo 2.

Y para finalizar se plantea la parte más importante de la investigación, ya que aquí se revelan las respuestas a las necesidades por las que surgió el proyecto, es decir la propuesta para el montaje de la planta procesadora comenzando por el estudio de mercado donde se brinda las diversas opciones para competir en el mercado de los postres helados, dando a conocer también la marca que identificará al sorbete. Para elaborar dicho producto se necesita contar con una infraestructura para desarrollar las actividades de producción, así como la tecnología y maquinaria necesarias, también el distinto recurso humano para las actividades productivas teniendo en cuenta que es necesario la creación de una estructura orgánica, sin dejar de un lado la importancia de los aspectos legales para realizar todo lo anterior mencionado, todo esto es especificado el estudio técnico, el área organizacional y administrativa propuesta, por último pero con mayor importancia se especifica el área económica y financiera en el que se evalúa el proyecto y se da a conocer su factibilidad para llevarse a cabo.

INTRODUCCIÓN

Un estudio de factibilidad es el análisis amplio de los resultados financieros, económicos y sociales de una inversión (dada una opción tecnológica - estudio de pre-factibilidad). En la fase de pre-inversión la eventual etapa subsiguiente es el diseño final del proyecto (preparación del documento de proyecto), tomando en cuenta los insumos de un proceso productivo, que tradicionalmente son: tierra, trabajo y capital (que generan ingreso: renta, salario y ganancia).

Muchos son los factores que inciden tanto en la parte macro como micro empresarial, factores internos y externos que al final vienen a determinar los factores demanda y producción. La producción se ve afectada por los entes que intervienen en el accionar de la empresa; mientras que la demanda se ve implicada directamente al consumidor, el cual tiene la capacidad y la autoridad de decisión sobre el bien o servicio.

Para la realización de un estudio de factibilidad se toman cinco puntos o fases cada una antecede a la siguiente se inicia con la realización de un estudio de mercado, en el cual se toma en cuenta la oferta y la demanda, características del producto, la incidencia del precio y las estrategias de penetración; el estudio técnico, consiste en detallar cantidades y clases de maquinarias, la localización óptima del proyecto, distribución en planta y la descripción de los procesos; el estudio administrativo, comprende el aspecto organizacional y el aspecto legal; el estudio económico, por su parte toma en cuenta todos los costos del proyecto a realizar y por último la evaluación del proyecto es la que demuestra si este será rentable o no para la entidad que lo ponga en marcha.

Para el presente documento, nos referimos a la Asociación Cooperativa de Producción Agropecuaria “La Libertad” de R.L., la cual se dedica a la producción agrícola, cafetalera y turística. Se encuentra ubicada en el municipio de Tamanique, esta la conforman un conjunto de familias asociadas residentes en el sector de este municipio. Mediante el desarrollo turístico ellos pretenden ingresar al mercado destacándose en un producto poco comercializado por empresas de alto prestigio, el cual es el sorbete artesanal; conociendo ellos la producción ociosa de los árboles frutales de la zona y de las diferentes estaciones, nace la idea del aprovechamiento de la fruta mediante el montaje de una planta procesadora de sorbete artesanal como

una idea de negocio, trascendiendo del concepto manual y la venta de carretón a un establecimiento de calidad y una producción estándar. Es por este motivo que se le ofrece la ayuda de realizar un estudio de factibilidad creando las guías básicas para el montaje de la procesadora, que supla todas aquellas necesidades de desarrollo tanto de la cooperativa como del consumidor y al mismo tiempo incrementar su atractivo turístico y distintivo local.

I. CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

A. GENERALIDADES DE LA ASOCIACIÓN COOPERATIVA DE PRODUCCIÓN AGROPECUARIA “LA LIBERTAD” DE R.L.

1 HISTORIA

La Asociación Cooperativa de Producción Agropecuaria “La Libertad” de Responsabilidad Limitada, fue fundada en el cantón El Palmar, jurisdicción de Tamanique, departamento de La Libertad el día 14 de Noviembre de 1980, fecha en que obtuvo su personalidad jurídica extendida por el Departamento de Asociaciones Agropecuarias del Ministerio de Agricultura y Ganadería.

La cooperativa se fundó con 17 miembros y nace a raíz de la iniciativa de estos en participar activamente en el proceso de Reforma Agraria, con el afán de mejorar el nivel de vida de todos los asociados, su grupo familiar y la comunidad mediante el trabajo colectivo y promover así la integración de la comunidad.

Actualmente la cooperativa cuenta con 22 cooperativistas y es miembro activo de la Federación de Cooperativas de la Reforma Agraria (FECORACEN), lo cual les permite beneficiarse de la cooperación en el esfuerzo productivo de las demás cooperativas de la Zona de Tamanique, siendo estas la cooperativa Acahuaspán, San Isidro y San Alfonso lo cual no solo fortalece el desarrollo económico del sector, sino también su desarrollo social.

2 MISIÓN Y VISIÓN

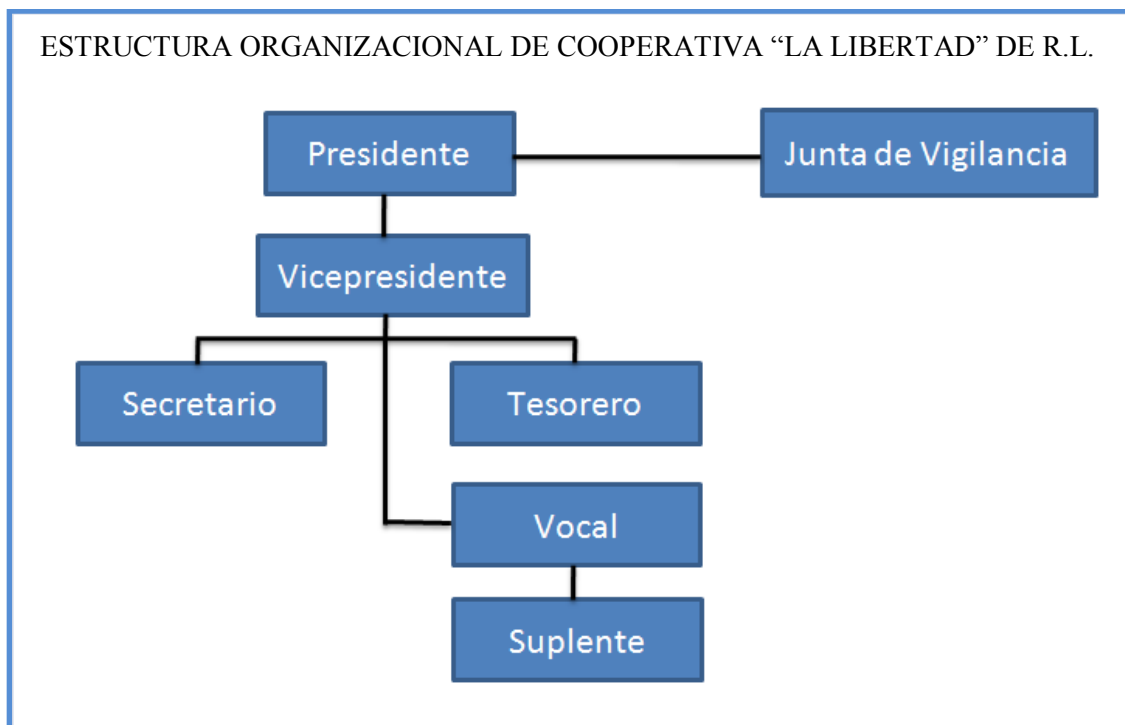
Debido a la naturaleza y organización de la cooperativa hasta la fecha, no posee una misión y una visión como entidad; sin embargo es obligación del grupo investigador contribuir con la elaboración de estas.

3 NORMAS

Las normas bajo las cuales se rige la Asociación Cooperativa de Producción Agropecuaria “La Libertad” de R.L. son:

- Membresía abierta y voluntaria.
- Control democrático de los miembros
- Participación económica de los miembros.
- Autonomía e independencia.
- Educación, entrenamiento e información.
- Cooperación entre cooperativas.
- Compromiso por la comunidad.

4 ESTRUCTURA ORGANIZATIVA



Dibujo 1 – Estructura organizacional de Cooperativa “La Libertad” de R.L.

5 MARCO LEGAL¹

En lo que se refiere al marco legal bajo el cual se rigen las cooperativas en El Salvador existe la Ley General de Asociaciones Cooperativas, esta tiene como finalidad regular toda actividad relacionada con las necesidades del Movimiento Cooperativo Salvadoreño.

Art. 1.- Se autoriza la formación de cooperativas como asociaciones de derecho privado de interés social, las cuales gozarán de libertad en su organización y funcionamiento de acuerdo con lo establecido en esta ley, la ley de creación del Instituto Salvadoreño de Fomento Cooperativo (INSAFOCOOP), sus Reglamentos y sus Estatutos.

Las Asociaciones Cooperativas de producción agropecuaria, pesquera y demás similares que desarrollen actividades técnicamente consideradas como agropecuarias, también se regirán de acuerdo con lo establecido en esta ley, en lo que no estuviere previsto en su Ley Especial.

Las Cooperativas son de capital variable e ilimitado, de duración indefinida y de responsabilidad limitada con un número variable de miembros. Deben constituirse con propósitos de servicio, producción, distribución y participación.

Art. 7.- Podrán constituirse cooperativas de diferentes clases, tales como:

- a) Cooperativas de producción;
- b) Cooperativas de vivienda;
- c) Cooperativas de servicios.

Art. 15.- Las Cooperativas se constituirán por medio de Asamblea General celebrada por todos los interesados, con un número mínimo de asociados determinado según la naturaleza de la Cooperativa, el cual en ningún caso, podrá ser menor de quince.

¹ Ley General de Asociaciones Cooperativas, Decreto Legislativo N° 339, Publicado en el Diario Oficial N° 86, Tomo 291, Año 1986.

Art. 17.- Las Cooperativas deben llevar al principio de su denominación las palabras "ASOCIACIÓN COOPERATIVA" y al final de ellas las palabras "DE RESPONSABILIDAD LIMITADA" o sus siglas "DE R. L.". El INSAFOCOOP no podrá autorizar a la Cooperativa cuya denominación por igual o semejante, pueda confundirse con la de otra existente.

6 COOPERATIVAS RELACIONADAS EN EL PROYECTO

6.1 COOPERATIVA “ACAHUASPÁN”

Cooperativa Acahuaspán			
Ubicación Geográfica			
Presidente	N° de Socios	Descripción	Dirección
Gregorio Flores	40	<p>Posee 857 manzanas de tierra propias, sus principales cultivos son los cereales, además posee ganado cuenta con las siguientes actividades agropecuarias: siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Cultivos básicos (maíz, frijol) ⇒ Gallina mejorada ⇒ Ganado ⇒ Huertos caseros 	Ubicada en kilómetro 50, carretera el litoral adelante del desvío del cantón la lima en el caserío El Palmarcito perteneciente al cantón El Palmar en el municipio de Tamanique., departamento de La Libertad.

6.2 COOPERATIVA “SAN ALFONSO”

Cooperativa San Alfonso			
Ubicación Geográfica			
Presidente	N° de Socios	Descripción	Dirección
Ignacio Martínez	60	<p>La extensión total de la cooperativa es: en tierra 816 manzanas, sus principales cultivos son los cereales, además posee ganado y se dedican a la apicultura.</p> <p>Descripción técnica:</p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Ganado Criollo (30 cabezas) ⇒ Maíz ⇒ Frijol ⇒ Marañón ⇒ Huertos caseros 	Ubicada en la carretera el litoral al kilómetro 49 ½, desvío el palmarcito, 14 kilómetros al norte en la Hacienda San Alfonso, perteneciente al cantón San Alfonso en el municipio de Tamanique., departamento de La Libertad.

6.3 COOPERATIVA “SAN ISIDRO”

Cooperativa San Isidro			
Ubicación Geográfica			
Presidente	N° de Socios	Descripción	Dirección
Rutilio García	209	<p>La cooperativa cuenta con una extensión total de 1,887 manzanas, sus principales cultivos son los cereales y café.</p> <p>La cooperativa cuenta con vías de acceso como calles polvosas en buen estado; dentro de su territorio se encuentran 3 escuelas.</p> <p>Cuenta con las siguientes actividades agropecuarias: siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Cultivos de Café ⇒ Maizales ⇒ Frijoles ⇒ Huertos caseros 	<p>Ubicada en la carretera el litoral, kilómetro 42 ½, puente el tunco, dos mil quinientos metros al norte frente a la cancha de fútbol, en el caserío el centro perteneciente al cantón San Isidro en el municipio de Tamanique., departamento de La Libertad.</p>

B. GENERALIDADES DEL SORBETE

1 HISTORIA DEL SORBETE²

La historia del helado se remonta a tiempos antiguos y por lo tanto no siempre todas las versiones concuerdan entre sí. Los helados surgieron como un intento más por parte del hombre de conservar los alimentos valiéndose de elementos naturales. Los sorbetes, granizados y dulces enfriados, son las primeras formas de helado que se conocieron. Se supone que fueron los chinos y los árabes quienes descubrieron el uso de las bebidas frías; mezclaban con miel algunos zumos de frutas silvestres y luego añadían nieve. Durante el invierno almacenaban nieve en cavas orientadas hacia el Norte donde se conservaba hasta el verano. Los Califas de Bagdad dieron a estas bebidas el nombre de "Sharberts" de donde procede el nombre de sorbete. Aunque, en principio, fueron fruto del azar, pronto se convirtieron en un modo diferente y refrescante de tomar los alimentos. Eran exquisiteces reservadas a las clases más elevadas y sus fórmulas se convirtieron en secretos que los propios reyes pagaban por ocultar. Se dice que en el siglo IV antes de la Era Cristiana, en la corte de Alejandro el Grande se enfriaban vasijas de tierra que contenían macedonias de frutas mezcladas con miel. El sistema consistía en rodear las vasijas de nieve. La fabricación de helados no es nada reciente. Los primeros indicios de alguna forma de helado a base de agua, se remontan a la época de los griegos, romanos y judío de palestina, todos ellos estaban familiarizados con bebidas y platos ligeros helados.

Los registros históricos señalan que Alejandro el Grande, durante el asedio a una ciudad, tenía 30 depósitos repletos de hielo y cubiertas con ramas, para que las mujeres pudieran disponer de bebidas heladas.

El primer uso de alguna sustancia para fines muy similares a los del helado, ocurre durante el reinado de Nerón Claudio César (A.D. 54-68). El, regularmente ordenaba a un equipo de atletas, que trajera nieve de las montañas directamente hasta su mesa, donde era preparada con miel, jugos y pulpa. El postre del emperador es el más claro ejemplo del helado actual a base de agua y frutas.

² http://www.heladoartesanal.com/historia_helado_artesanal.html

Durante los siguientes mil años no existe dato alguno acerca del helado. Para fines del siglo XIII, Marco Polo llevó a Italia en uno de sus famosos viajes a las civilizaciones orientales, recetas de refrescos congelados a base de leche cuyo éxito fue grande en la época, así se obtienen los primeros datos de algo que podría parecerse al sorbete moderno. El helado a base de leche termina de adquirir sus principales características en Italia durante el siglo XVI.

El helado llegó a Inglaterra en el siglo XVII, pues regularmente se le servía “ice cream” al Rey Carlos I. Las recetas y fórmulas se mantuvieron en absoluto secreto por los chefs de la corte real de Inglaterra, Francia e Italia, y hasta en el año 1670 que el Café Procope, en París, por primera vez puso cierto tipo de helado a la disposición del público. Durante el resto del siglo, empezó a aparecer en otras regiones de Europa. Los colonizadores ingleses lo introdujeron en América alrededor del siglo XVII, pero al igual que, como generalmente sucedía en el viejo mundo, era una rareza y delicadeza sólo para ser disfrutado por los ricos, ya que el hielo resultaba demasiado difícil de obtener.

A principios del siglo XIX, dos inventos (la cosechadora de hielo y la batidora manual para fabricar helados), cambiaron la situación mencionada. Con ello, la industria del helado empezó a expandirse por los Estados Unidos. Pero no hasta en el presente siglo que dicha industria comenzó a crecer en forma dramática y posteriormente, fenomenal. El resultado fue que para 1920, la planta de helados era muy similar a la actual. En la actualidad existen alrededor de 100 sabores diferentes, para cuya producción se puede utilizar las técnicas más sofisticadas y perfectas, de lo que constituye la floreciente industria del helado en casi todos los rincones del mundo.

2 ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LA INDUSTRIA DEL HELADO EN EL SALVADOR

La producción de bienes derivados de la leche, viene desde la época de la colonia cuyas formas eran artesanales y a nivel de subsistencia familiar, utilizando únicamente la leche que ellos mismos obtenían de sus pocas vacas que poseían.

Las capacidades de producción eran mínimas en el sentido que no contaban con una capacidad suficiente ni con la tecnología adecuada para elaborar sus productos, es decir, que producían en forma rudimentaria,

ello dio lugar a que estas microempresas se vieran en la necesidad de vender la leche a las empresas que iban teniendo una mayor capacidad para producir y comercializar.

Así es, como en la década de los 30 surge en el departamento de Santa Ana, una planta privada que a nivel de industria comienza a producir leche pasteurizada agranel, queso y crema, posteriormente en el departamento de San Salvador otras cuatro plantas pasteurizadoras con equipos modernos y así sucesivamente, fueron apareciendo en los departamentos de San Miguel, La Paz, Sonsonate y en otros lugares del país, otras plantas industriales para producir varias clases de quesos, crema e inclusive paletas y sorbetes, a tal grado que para 1978 se tenían registradas un numero de 28 empresas, distribuidas entre la pequeña, mediana y gran empresa.

Luego a raíz de las condiciones sociopolíticas y económicas que se agudizan a partir de 1979, manifestado en el deterioro de la ganadería, comienza a reducirse el número de empresas dedicadas a la industrialización de lácteos a tal grado que para 1982 dicho número había disminuido en el 68%, equivalente a 19 empresas y debido a la escases de la materia prima muchas empresas sobrevivientes han tenido que utilizar leche en polvo importada para la fabricación de sus productos, no importando la calidad de los mismos, toda esta situación se manifiesta en lo económico por la reducción de los niveles de producción, empleo, precios de exportación, reservas monetarias e ingresos fiscales, escasez de divisas y fugas de capital, todo lo cual no ha garantizado la estabilidad de las empresas, especialmente de aquellas que están ubicadas en áreas de mayor conflicto como lo fue en la zona norte y oriente del país, en donde las actividades no se desarrollaban con normalidad.

3 DEFINICIONES

- Helados o Sorbetes: Son los productos obtenidos a partir de la mezcla pasteurizada, homogenizada, batida y refrigerada por medios manuales o mecánicos que tenga en su composición grasa butírica en forma de crema, mantequilla o en polvo, proteína láctea en forma de sólidos de leche, edulcorantes tales como azúcar, glucosa, dextrosa en forma líquida o sólida, estabilizantes y emulsificantes alimenticios, saborizantes y colorantes naturales y artificiales, agua potable.

- Helado o sorbete de leche. Es el producto obtenido a partir de la mezcla pasteurizada, homogenizada, batida y refrigerada por medios mecánicos o manuales que tenga en su composición los ingredientes según se establecen en la definición, y que contenga grasa butírica en su composición, un porcentaje mínimo de 3% y un máximo de 7%.

- Helado o sorbete de crema. Es el producto obtenido a partir de la mezcla pasteurizada, homogenizada, batida y refrigerada por medios mecánicos o manuales que tenga en su composición los ingredientes según se establecen en la definición y que contenga en su composición grasa butírica en un porcentaje mínimo de 8%.

- Helado de agua, Nieve y Sherbet. Es el producto obtenido por el batido y congelamiento manual o mecánico de mezclas pasteurizadas, homogenizadas que tengan en su composición agua potable, sustancias edulcorantes tales como azúcar, glucosa, dextrosa, fructuosa en forma líquida o sólida, mínimo porcentaje de grasa butírica o no, proteína láctea mínima en forma de sólidos de leche, ácido cítrico, estabilizantes y emulsificantes, colorantes y saborizantes naturales y artificiales.

- Helados de agua o paletas. Es el producto obtenido a partir de mezclas pasteurizadas, homogenizadas, batidas y refrigeradas por medios mecánicos o manuales que tengan en su composición todos los ingredientes según la definición excepto grasa butírica o no y proteína en forma de sólidos de leche.

- Nieves. Son los productos obtenidos a partir de las mezclas pasteurizadas, homogenizadas, batidas y refrigeradas mecánica o manualmente que llevan en su composición todos los ingredientes según se establece en la definición, a excepción de ningún tipo de grasa butírica o vegetal, ni sólidos lácteos de leche y con el agregado de puré a base de frutas naturales.

- Helados Sherbert. Son los productos obtenidos a partir de mezclas pasteurizadas, homogenizadas, batidas y refrigeradas mecánica o manualmente, que contenga en su composición todos los ingredientes que se establecen en la definición, con un porcentaje máximo de 1.5% de grasa butírica o

vegetal y un porcentaje de sólidos no grasos a base de proteína láctea como sólidos de leche deshidratada no mayor de 3.5%.

- ☑ Imitación de helado de leche o crema (Mellorine). Es el producto obtenido a partir de mezclas pasteurizadas, homogenizadas, batidas y refrigeradas por medios manuales o mecánicos, que tengan en su composición todos los ingredientes según la definición de mezclas para helados de leche o crema, a excepción de la grasa que es de origen vegetal y su porcentaje será de 4 a 10%.

4 ESPECIFICACIONES Y CARACTERÍSTICAS DE LOS HELADOS

4.1 CARACTERÍSTICAS GENERALES

El ingrediente principal de un sorbete es el zumo de frutas, a veces un vino o sirve también el cava (vino espumoso elaborado por el método tradicional), algún aguardiente o licor (para proporcionar aroma) e incluso a veces una infusión de hierbas, a todo ello se le añade sirope o miel.

Sorbete (sustantivo masculino): helado, mantecado, nieve (América).

Sorbete se utiliza cuando es de frutas. Mantecado es el que se hace con yema de huevo, leche y azúcar.

Mantecado (sustantivo masculino)

1. Bollo pequeño hecho con manteca de cerdo, harina y azúcar: es típico comer mantecados en Navidad.
2. Helado o sorbete que se prepara con leche, huevos y azúcar.

El sorbete (a veces denominado también como sorbetto, sorbeto) es un postre helado, que se diferencia del helado por no contener ingredientes grasos, además de no incluir yema de huevo. Por esta razón su textura resulta menos firme, más líquida y menos cremosa que el helado.

Muchos países regulan el uso de estos términos basados en cantidades porcentuales específicas de los ingredientes.

Los helados y mezclas para helados deberán ser elaborados y envasados bajo estrictas condiciones higiénico sanitarias y por lo mismo deberán ser limpios, sanos y libres de contaminación, así como de cualquier defecto que pueda afectar la comestibilidad, la posibilidad adecuada de conservación o el buen aspecto del producto final.

4.2 CARACTERÍSTICAS SENSORIALES

- Textura. Los helados deberán tener una textura suave característica prácticamente libre de cristales de hielo, excepto en el caso de los helados de agua y las nieves en los cuales la presencia de cristales de hielo no constituirá defecto si los mismos no son mayores de 5 mm.
- Color. Los helados deberán tener el color propio del tipo y sabor que corresponda.
- Olor y sabor. Los helados deberán tener olor agradable y sabor característicos sin la presencia de olores o sabores extraños o anormales.
- Apariencia. Los helados deberán tener una apariencia atractiva y uniforme, exceptuando los helados preparados con fruta, nueces, con trozos de chocolate, u otros similares, en los cuales los trozos de dichos ingredientes deberán estar uniformemente distribuidos en la masa del helado.

5 TIPOS DE SORBETE

Básicamente podemos tener tres calidades de helados en el mercado:

- Helados Industriales: Son los helados que podemos conseguir en los supermercados, quioscos o restaurantes económicos.

Estos helados son elaborados en forma automática empleando saborizantes y colorantes para realzar su aspecto y sabor; es un helado con una gran cantidad de aire incorporado; es decir, muy liviano. Por estas razones se puede ofrecer a un precio muy bajo.

Helados Artesanales: Son helados que se consiguen únicamente en heladerías artesanas o restaurantes de primera categoría.

Se elaboran en los obradores de dichas heladerías de forma artesanal; son helados de alta calidad y muy personalizados. En su elaboración se emplean únicamente productos frescos y, al contrario que en el caso los helados industriales, no se utilizan saborizantes, colorantes ni conservantes. Tienen mucho menos aire incorporado y un aspecto muy cremoso. Su precio es considerablemente mayor que el del helado industrial, debido a la calidad y cantidad de los productos empleados. Hay países donde se ha desarrollado mucho la elaboración del helado artesanal, como Italia, Argentina y Alemania.

Helado Soft: Es el helado que podemos conseguir en los restaurantes de comida rápida. La mezcla base se coloca en una pequeña mantecadora y accionando un grifo se extrae el helado en el momento.

La característica principal es la gran cantidad de aire que tiene dentro; es decir, que es muy liviano y tiene una textura muy suave. Es un helado que no necesariamente es de baja calidad, pero si, generalmente, mas barato porque no requiere de la operación de congelación a la que se someten los otros tipos de helado después de la formación de la emulsión.

6 ESTADÍSTICAS DE PRODUCCIÓN DE SORBETES EN EL SALVADOR

Para hablar de las estadísticas de producción de helado en El Salvador es importante mencionar como se encuentra la situación actual de los fabricantes de helados y sorbetes en el país; en El Salvador existen varias empresas que se dedican a la producción de helados y sorbetes, entre ellas se encuentran:

La Nevería

Pops

- Helados Río Soto
- Empresas Lácteas Foremost
- Helados Siberianos
- Paletas La Sabrosita
- Paletas Sombrifrut
- Paletas y Sorbetes Frutaletas
- Helados Cremosa entre otros...

La industria manufacturera del país, específicamente en la fabricación de productos lácteos, según la revista del Banco Central de Reserva (BCR) en lo que se refiere a cuenta de producción de la actividad económica, se observa claramente los cambios a los que ha estado sujeto dicho rubro, debido a diferentes variables que se han presentado en el país, tanto problemas económicos, sociales y políticos.

Pese a ello dicho rubro no se ha quedado atrás en su producción para lo cual tenemos los siguientes indicadores de producción:

Cuentas de Producción por Rama de Actividad Económica³

A precios corrientes. (En millones de U.S dólares)

Concepto	Años									
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Producción Bruta	260.1	276.6	291.9	294.6	317.7	328.1	341.5	354.8	368.1	381.4
Consumo Intermedio	161.6	165.0	170.0	176.1	187.3	190.8	197.0	203.3	209.5	215.8
Valor Agregado	98.5	111.6	121.9	118.5	130.4	137.4	144.5	151.5	158.6	165.7

Tabla 1 – Cuentas de producción por rama de actividad económica (lácteos).

El anterior cuadro nos indica que la participación en el mercado en lo que se refiere a producción en el rubro de lácteos ha ido en incremento cada año, esto quiere decir que cada vez hay más empresas que se

³ Fuente: Banco Central de Reserva de El Salvador, Revista Trimestral de Julio-Septiembre 2011

dedican a la fabricación de productos lácteos como una forma de obtener utilidades y generar ingresos al país.

7 PROCESO DE ELABORACIÓN DEL SORBETE

Recepción y selección

En esta etapa se procede de recepcionar todos los ingredientes a utilizar en la preparación de la mezcla y se descartaran todos aquellos que presenten algún tipo de defecto.

Dosimetría

Seleccionados los insumos, se procederá al pesado de los mismos de acuerdo a la formulación de la mezcla previamente calculada en una balanza.

Mezclado

En esta etapa se procederá a unir, todos los ingredientes líquidos (leche, crema de leche, etc.) en primera instancia y posteriormente se añadirán los sólidos (leche en polvo, azúcar, estabilizantes, etc.). Esta operación se efectúa en los tanques de mezcla con la ayuda de un agitador. En primera instancia se mezclará la crema de leche, con la leche en polvo reconstituida, luego se aplicará calor y se agregarán los otros ingredientes secos. La adición del estabilizante se hace con la mitad del azúcar empleada, con el fin de lograr una mejor dispersión del estabilizante en la mezcla del helado. La otra mitad se añade a la temperatura de 50°C aprox. Todos los ingredientes así mezclados reciben el nombre de "mezcla base".

Pasteurizado

Por medio de esta operación se favorece la disminución de carga microbiana proveniente de los insumos utilizados o la contaminación por manipuleo (aumentando su periodo de conservación), ayuda a disolver los ingredientes de la mezclas, se produce un producto uniforme de mejor sabor. La temperatura empleada puede ser de: 80°C por 10 minutos o de 63°C por 30 min.

Homogenización

Al igual que en la leche el fin primordial es el de favorecer una mezcla uniforme, reduciendo el tamaño de los glóbulos de grasa y evitando de esta forma la separación que pudiera producirse luego. Las mezclas homogenizadas producen un helado con más cuerpo, de textura suave, mejora la incorporación de aire durante el batido y permite el utilizar menos emulsificantes, es aquí donde agregaremos la grasa natural al helado para que el helado sea más cremoso.

Moldear

Una vez realizada la homogenización procederemos a colocarlas en los moldes de las paletas, en ellas encontraremos ya la gelatina en cubos colocadas en el inferior de las paletas y así tenga un mejor sabor y también una buena presentación del producto.

Enfriado

Luego de pasteurizada y homogenizada la mezcla, esta pasa a ser enfriada rápidamente en una cámara de refrigeración a temperaturas entre 2 a 4°C por un tiempo de 4 a 5 hrs.

Maduración

Durante esta etapa la grasa se solidifica (se torna cristalina), los estabilizantes se hinchan así como las proteínas, se mejora la suavidad y el cuerpo del helado, se aumenta la viscosidad y facilita el incremento del aire durante el batido.

Congelado

Una vez realizada correctamente los pasos anteriores encontraremos propicio un medio de congelamiento por debajo de los -5°C llegándose hasta los -10°C a -15°C, por un tiempo de sólo minutos (15 a 20), dependiendo de la eficiencia de la máquina. Durante esta operación se forman rápidamente los cristales de agua los cuales tienen que ser pequeños para tener una textura suave del helado, siendo por ello necesario el enfriamiento rápido. En el caso de adicionar cualquier tipo de fruta ésta debe hacerse antes de ser batido la mezcla.

☑ Desmoldado

Una vez batido y congelado el helado procederemos a desmoldar de las paletas, para esto contamos con unos recipientes con agua caliente para que estos se desprendan más rápido y así sea más fluido en proceso de envasado

☑ Embolsado

Se envasan en bolsitas de plástico o cualquier otro tipo de envase autorizado.

☑ Endurecimiento

Se realiza en las cámaras de congelación a temperaturas de -20 a -30°C, ya que la mitad del agua se congela en el batido y la otra mitad se completa en esta etapa la cual se consigue dentro de las 24 horas de permanencia, para luego ser objeto de comercialización.

8 PROCESO DE ELABORACIÓN DEL SORBETE ARTESANAL**☑ Percepción y selección**

En esta se reciben los distintos tipos de frutas y demás ingredientes a utilizar en la preparación de la mezcla, así como se selecciona la fruta a preparar y se descarta la que ya no se encuentra en buen estado.

☑ Pelado y molido

Una vez seleccionada la fruta a utilizar se procede a lavarla para pelarla y molerla o exprimirla según sea el caso, es decir dependiendo del tipo de fruta que se esté utilizando se pelará o simplemente se lavará y molerá, en el caso de moler la fruta dependerá de la textura de ésta.

☑ Colado

Después de licuar o moler la fruta según sea el caso se procederá a colarla para quitarle el residuo, este procedimiento se llevará a cabo según sea el caso del tipo de fruta.

☑ Preparación del cilindro congelador

En esta etapa se prepara el cilindro donde se colocará el jugo de la fruta con el azúcar; dicho cilindro se coloca en el centro de una cubeta de madera de mayor proporción y rodeada de hielo quebrado mezclado con sal.

☑ Mezclado y girado

Una vez preparado el cilindro se coloca el azúcar en el fondo y luego una porción del jugo, se revuelve con una paleta hasta que el azúcar quede disuelta y se le agrega el resto del jugo; luego se tapa el cilindro y se procede a girar el cilindro repetidamente y con rapidez, una vez hecho esto se destapa y con una cuchara se despega la mezcla que ha quedado adherida a la pared del cilindro, este proceso se repite 3 o 4 veces, es decir despegando y volviendo a girar el cilindro.

☑ Paleteo

Luego se procede a mover la mezcla con una paleta de madera repetidamente hasta que comienza a endurecer.

☑ Endurecimiento

Una vez la mezcla comience a endurecer se deja que se termine de congelar colocando mas hielo con sal alrededor del cilindro, este proceso de endurecimiento se logrará en un lapso de 1 hora a 1 hora y 30 minutos.

C. ASPECTOS GENERALES SOBRE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD**1 PROYECTOS**

Un proyecto es una planificación que consiste en un conjunto de actividades que se encuentran interrelacionadas y coordinadas; la razón de un proyecto es alcanzar objetivos específicos dentro de los límites que imponen un presupuesto, calidades establecidas previamente y un lapso de tiempo

previamente definido. La gestión de proyectos es la aplicación de conocimientos, habilidades, herramientas y técnicas a las actividades de un proyecto para satisfacer los requisitos del proyecto.

Un proyecto es reunir varias ideas para llevarlas a cabo, es un emprendimiento que tiene lugar durante un tiempo limitado, y que apunta a lograr un resultado único. Surge como respuesta a una necesidad, acorde con la visión de la organización, aunque ésta puede desviarse en función del interés. El proyecto finaliza cuando se obtiene el resultado deseado, y se puede decir que colapsa cuando desaparece la necesidad inicial, o se agotan los recursos disponibles.⁴

Descrito en forma general, un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendente a resolver, entre muchas, una necesidad humana.⁵

En esta forma, puede haber diferentes ideas, inversiones de diverso monto, tecnología y metodologías con diverso enfoque, pero todas ellas destinadas a resolver las necesidades del ser humano en todas sus facetas, como pueden ser: educación, alimentación, salud, ambiente, cultura, etcétera.

El proyecto de inversión se puede describir como un plan que, si se le asigna determinado monto de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos, podrá producir un bien o un servicio, útil al ser humano o a la sociedad en general.

La evaluación de un proyecto de inversión, cualquiera que éste sea, tiene por objeto conocer su rentabilidad económica y social, de tal manera que asegure resolver una necesidad humana en forma eficiente, segura y rentable. Solo así es posible asignar los escasos recursos económicos a la mejor alternativa.⁶

Un proyecto también es un esfuerzo temporal que se lleva a cabo para crear un producto, servicio o resultado único.

⁴ es.wikipedia.org/wiki/Proyecto#cite_note-Parodi_1-0

⁵ Evaluación de proyectos, Gabriel Baca Urbina, Editorial Mc Graw Hill, 4ª edición, p. 2

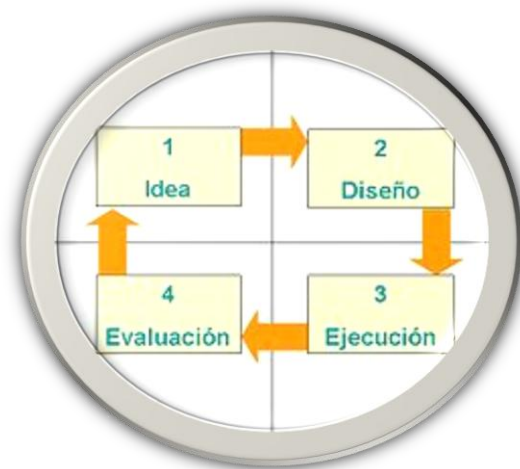
⁶ Idem

Existen múltiples clasificaciones de los proyectos, una de ellas los considera como productivos y públicos.⁷

- ☑ **Proyecto productivo:** Son proyectos que buscan generar rentabilidad económica y obtener ganancias en dinero. Los promotores de estos proyectos suelen ser empresas e individuos interesados en alcanzar beneficios económicos.
- ☑ **Proyecto público o social:** Son los proyectos que buscan alcanzar un impacto sobre la calidad de vida de la población, los cuales no necesariamente se expresan en dinero. Los promotores de estos proyectos son el estado, los organismos multilaterales, las ONG y también las empresas, en sus políticas de responsabilidad social.

1.1 CICLO DE UN PROYECTO⁸

- ☑ **La idea de proyecto:** Que consiste en establecer la necesidad u oportunidad a partir de la cual es posible iniciar el diseño del proyecto. La idea de proyecto puede iniciarse debido a necesidades insatisfechas, recursos no aprovechados, refuerzo de actividades.



Dibujo 2 – Ciclo de un proyecto

- ☑ **Diseño:** Etapa de un proyecto en la que se valoran las opciones, tácticas y estrategias a seguir teniendo como indicador principal el objetivo a lograr. En esta etapa se produce la aprobación del proyecto, que se suele hacer luego de la revisión del perfil de proyecto y/o de los estudios de pre-factibilidad, o incluso de factibilidad. Una vez dada la aprobación, se realiza la planificación operativa, un proceso relevante que consiste en prever los diferentes recursos y los plazos de tiempo necesarios para alcanzar los fines del proyecto, asimismo establece la asignación o requerimiento de personal respectivo.
- ☑ **Ejecución:** Consiste en poner en práctica la planificación llevada a cabo previamente.

⁷ es.wikipedia.org/wiki/Proyecto

⁸ Idem

- ☑ **Evaluación:** Etapa final de un proyecto en la que éste es revisado, y se llevan a cabo las valoraciones pertinentes sobre lo planeado y lo ejecutado, así como sus resultados, en consideración al logro de los objetivos planteados.

1.2 NIVELES DE PROFUNDIDAD DE UN PROYECTO

Se distinguen tres niveles de profundidad en un estudio de factibilidad en un estudio de evaluación de proyectos:

- ☑ Al más simple se le llama perfil, gran visión o identificación de la idea, el cual se elabora a partir de la información existente, el juicio común y la opinión que da la experiencia. En términos monetarios sólo presenta cálculos globales de las inversiones, los costos y los ingresos, sin entrar a investigaciones de terreno.
- ☑ El siguiente nivel se denomina estudio de prefactibilidad o anteproyecto. Este estudio profundiza la investigación en fuentes secundarias y primarias en investigación de mercado, detalla la tecnología que se empleará, determina los costos totales y la rentabilidad económica del proyecto y es la base en que se apoyan los inversionistas para tomar una decisión.
- ☑ El nivel más profundo y final es conocido como proyecto definitivo. Contiene básicamente toda la información del anteproyecto, pero aquí son tratados los puntos finos. Aquí no sólo deben presentarse los canales de comercialización más adecuados para el producto, sino que deberá presentarse una lista de contratos de venta ya establecidos; se deben actualizar y preparar por escrito las cotizaciones de la inversión, presentar los planos arquitectónicos de la construcción, etc.⁹

2 ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. Sus usos incluyen ayudar a crear un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados.

⁹ Evaluación de proyectos, Gabriel Baca Urbina, Editorial Mc Graw Hill, 4ª edición, p. 5

El estudio de mercado puede ser utilizado para determinar que porción de la población comprará un producto o servicio, basado en variables como el género, la edad, ubicación y nivel de ingresos.¹⁰

2.1 DEFINICIÓN, NATURALEZA Y USO DEL PRODUCTO

Un producto es cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para satisfacer un deseo o una necesidad. El producto es parte de la mezcla de marketing de la empresa, junto al precio, distribución y promoción, lo que conforman las 4 Ps.¹¹

En esta parte debe hacerse una descripción exacta del producto destinado al mercado consumidor. Esto debe ir acompañado por las normas de calidad dictadas por el ministerio de Salud u otro ente que pueda dar fe de la calidad del producto.

Por su naturaleza los productos pueden clasificarse desde diferentes puntos de vista; por su vida de almacén pueden clasificarse como duraderos (no perecederos), como son aparatos eléctricos, herramientas, muebles y otros, no duraderos (perecederos), que son principalmente alimentos frescos y envasados, y servicios, que son actividades o satisfacciones que se ofrecen en venta, por ejemplo cortes de cabello, reparaciones, asesorías.

Los productos de consumo, ya sea intermediario o final, también pueden clasificarse como:

- a) De conveniencia.
- b) Productos que se adquieren por comparación.
- c) Productos que se adquieren por especialidad.
- d) Productos no buscados.¹²

¹⁰ www.blog-emprendedor.info/que-es-el-estudio-de-mercado/

¹¹ [es.wikipedia.org/wiki/Producto_\(marketing\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Producto_(marketing))

¹² Evaluación de proyectos, Gabriel Baca Urbina, Editorial Mc Graw Hill, 4ª edición, p. 16 - 17

2.2 COMPORTAMIENTO DE LA OFERTA

Oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado.¹³

Oferta también se define como la cantidad de productos y servicios disponibles para ser consumidos. Está determinada por factores como el precio del capital, la mano de obra y la combinación óptima de los recursos mencionados, entre otros.

Se expresa gráficamente por medio de la curva de la oferta. La pendiente de esta curva determina cómo aumenta o disminuye la oferta ante una disminución o un aumento del precio del bien. Esta es la elasticidad de la curva de oferta.

La ley de la oferta establece que, ante un aumento en el precio de un bien, la cantidad ofertada que exista de ese bien va a ser mayor; es decir, los productores de bienes y servicios tendrán un incentivo mayor. Siendo la oferta es la relación entre la cantidad de bienes ofrecidos por los productores y el precio de mercado actual, gráficamente se representa mediante una en donde la representación de la oferta es directamente proporcional al precio, resultando que la pendiente de una curva de oferta tiende a ser creciente.¹⁴

2.3 ANÁLISIS DE LA OFERTA

El estudio de la oferta, consiste en conocer los volúmenes de producción y venta de un determinado producto o servicio, así como saber, el mayor número de características de las empresas que los generan. Durante el proceso de recolección de datos, es frecuente que las organizaciones eviten dar información sobre sí mismos, por lo que hay necesidad de prever ciertos procedimientos o técnicas para obtener los

¹³ Evaluación de proyectos, Gabriel Baca Urbina, Editorial Mc Graw Hill, 4ª edición, p. 43

¹⁴ www.gestiopolis.com/economia/la-oferta-y-la-demanda.htm

datos o información que se requiere. Por ello, lo primero es determinar el número de productores y oferentes que intervienen en el área de influencia, es decir, nuestra competencia.¹⁵

2.3.1 MERCADO PROVEEDOR

El mercado proveedor constituye muchas veces un factor tanto o más crítico que el mercado consumidor. Muchos proyectos tienen una dependencia extrema de la calidad, cantidad, oportunidad de la recepción y costo de los materiales. No son pocos los proyectos que basan su viabilidad en este mercado. Hay situaciones en que el estudio del mercado proveedor es más complejo y por tanto, más difícil de estudiar. No son pocos los proyectos que, por su dependencia de otros, hacen que se estudio primero uno no solicitado.

El estudio del mercado proveedor es más complejo de lo que puede parecer, ya que deberán estudiarse todas las alternativas de obtención de materias primas, sus costos, condiciones de compra, sustitutos, perecebilidad, necesidad de infraestructura especial para su almacenaje, oportunidad y demoras en la recepción, disponibilidad, seguridad en la recepción, etc. Para definir lo anterior es necesario, más que un estudio vigente o histórico de mercado proveedor, conocer sus proyecciones a futuro.¹⁶

2.3.2 MERCADO CONSUMIDOR

Los mercados de consumo están integrados por los individuos o familias que adquieren productos para su uso personal, para mantenimiento y adorno del hogar. Por lo tanto, aquí podemos englobar innumerables productos de todo tipo.

La frecuencia de compra depende de muchos factores; uno de ellos es el tipo de producto: los productos duraderos no se consumen con un solo uso, por lo cual se compran con menor frecuencia que los no duraderos, es decir, aquellos que se consumen con uno o pocos usos (por ejemplo, productos alimenticios).

¹⁵ www.mailxmail.com/curso-marketing-empresa/marketing-analisis-oferta

¹⁶ preparacionyevaluacionproyectos.blogspot.com/2008/09/el-mercado-proveedor.html

Algunos son de compra diaria y rutinaria, por ejemplo, el periódico, mientras que en otros hay mayor plazo entre dos adquisiciones sucesivas. En algunos productos influyen mucho los avances tecnológicos (por ejemplo, electrodomésticos).

La decisión de compra depende también del tipo de producto. En los de uso personal, la decisión es también personal. En cambio cuando el producto afecta a la vida familiar, la decisión de compra puede variar mucho.¹⁷

2.3.3 MERCADO COMPETIDOR

Tiene la doble finalidad de permitir al evaluador conocer el funcionamiento de empresas similares a las que se instalarían con el proyecto y de ayudarlo a definir una estrategia comercial competitiva con ellas.

Además de conocer el competidor, se debe considerar un mercado no tradicional, donde se compite por un proveedor o distribuidor. A los primeros se les denomina **competidores directos**, mientras que a los últimos, **competidores indirectos**.¹⁸

2.4 COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA

Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.¹⁹

En términos generales una demanda referirá a una solicitud, una petición o una reivindicación, sin embargo, el término ostenta otras referencias de acuerdo al contexto en el cual se lo utilice.

En economía, la demanda es definida como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios que propone el mercado por un consumidor o por un conjunto de consumidores en un momento determinado.

¹⁷ www.mitecnologico.com/Main/MercadoDelConsumidor

¹⁸ temasdeadministraciondeempresas.blogspot.com/2009/12/el-estudio-del-mercado-competidor-en-la.html

¹⁹ Evaluación de proyectos, Gabriel Baca Urbina, Editorial Mc Graw Hill, 4ª edición, p. 17

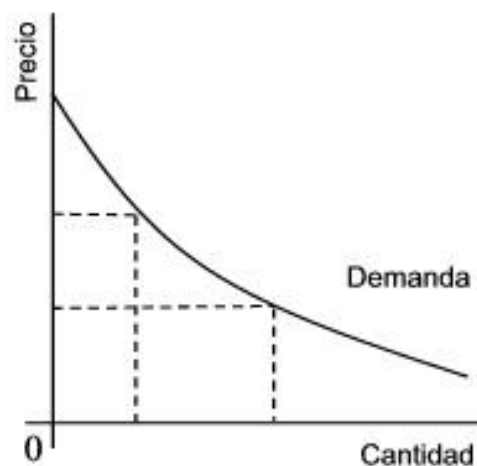


Gráfico 1 – Curva de la demanda

Por supuesto, que esos bienes que los consumidores están dispuestos a comprar dependerán siempre del poder adquisitivo que estos ostenten.

La demanda se expresa gráficamente por medio de la curva de la demanda, la pendiente que esa curva ostenta determinará como aumenta o disminuye la demanda ante una disminución o aumento en el precio del bien. Por ello es que se hablará de elasticidad de la curva de la demanda y se puede encontrar tres tipos diferentes de la misma: Elástica, inelástica, unitaria.

Los factores que determinarán la demanda de un individuo son el precio del bien, el nivel de renta, los gustos personales, el precio de los bienes sustitutivos y el precio de los bienes complementarios.

Casi siempre la curva de la demanda presenta una orientación decreciente, ya que a mayor precio, los consumidores comprarán menos.

Otra consideración importante a tener en cuenta cuando de demanda se trata, es que cuanto más gente desea algo, un bien o servicio, la cantidad exigida en todos los precios tenderá a aumentar más que a bajar, lo que se conoce popularmente como Ley de la demanda, a mayor precio, menor demanda y a menor precio, mayor demanda.²⁰

2.4.1 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

El análisis de la demanda pretende conocer cuáles son las percepciones y valoraciones de la ciudadanía sobre un determinado servicio. En un contexto donde la ciudadanía pide cada vez más servicios y es más exigente y donde el entorno es cada vez más cambiante y competitivo, se hace necesario estudiar cuáles son sus necesidades y expectativas.²¹

²⁰ www.definicionabc.com/economia/demanda.php

²¹ www.derecho.com/c/Análisis_de_la_demanda

El estudio de la demanda se dirige a calcular, con la mayor precisión posible, las cantidades reales y potenciales de consumo de determinado bien o servicio.

Desde luego, se tiene que identificar: grupos sociales, niveles de consumo, lugares o regiones geográficas que pueden disponer de recursos para adquirir dicho producto.

Estos elementos permiten delimitar un área geográfica o zona de influencia, en la que se destinará el producto. A partir del conocimiento de los consumidores y de ubicar el área de influencia, se procede a obtener y procesar los datos que permitan calcular su respectiva proyección, para lo cual se recurre a información estadística poblacional como la siguiente: consumo del producto por persona, familia u otro tipo de unidad, población por municipios y localidades, por grupos de edad, grupos por niveles de ingreso, actividades económicas, número de familias, distribución de ingresos, empleo, subempleo y desocupación. Esta información posibilita efectuar estadísticas históricas y proyectar tendencias de la demanda, lo que permitirá obtener el perfil de los consumidores.²²

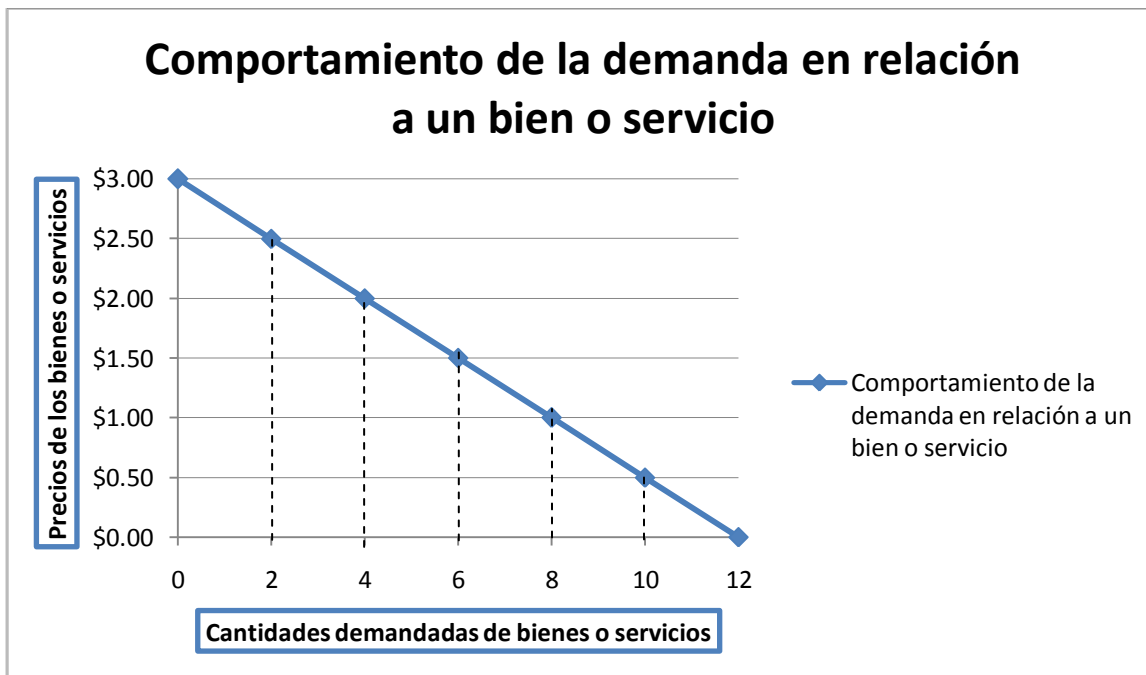


Gráfico 2 – Demanda de un bien o servicio

²² www.mailxmail.com/curso-marketing-empresa/marketing-analisis-demanda

2.4.2 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA

En este caso, los productos o servicios disponibles no son suficientes ni satisfacen la demanda de los destinatarios. Aquí, los especialistas deberán lograr el desarrollo de un nuevo producto o mejorar uno ya existente para colmar la brecha; cuando traten de satisfacer una demanda insatisfecha tendrán que distinguir entre una brecha en el nivel de satisfacción y un vacío en el tipo de satisfacción. La brecha en la clase de satisfacciones, se presenta cuando los destinatarios pueden obtener satisfacción, solo por medio de un producto mejorado o un nuevo producto que corrija las deficiencias de los existentes; el vacío en el nivel de satisfacción tiene que ver con una situación donde los productos de que se dispone no pueden brindar el nivel, grado o satisfacción deseados.²³

2.4.3 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Será necesario realizar una proyección del nivel de demanda total por el bien o servicio bajo estudio. El crecimiento de la demanda en el tiempo se produce por dos motivos: por una parte, el crecimiento de la población provoca un aumento en la demanda total; por otra parte, el consumo individual (per cápita o por familia) generalmente también aumenta en el tiempo, pudiendo incrementarse durante todo el horizonte del proyecto o aceleradamente en los primeros años hasta alcanzar un nivel de estabilización, según el tipo de bien o servicio que se trate. Por lo tanto, la proyección de la demanda implica calcular la demanda total para cada uno de los periodos "t" del horizonte de evaluación: $\text{Demanda Total } t = \text{Consumo Individual } t * \text{Población } t$ ²⁴

En esta parte del estudio se utiliza la información disponible acerca del comportamiento futuro de la economía, del mercado del proyecto, de las expectativas del consumidor así como de las características económicas del producto. Consecuentemente proyectar la demanda constituye la parte más delicada.

²³ es.wikipedia.org/wiki/Marketing_social

²⁴ preparacionyevaluacionproyectos.blogspot.com/2010/12/proyeccion-de-la-demanda.html

La proyección de la demanda abarca la vida operacional del proyecto, es decir el periodo de funcionamiento. Con la finalidad de tener mayor certeza en los resultados, la proyección para productos que ya existen en el mercado se efectúa tomando el mismo periodo histórico de la oferta.²⁵

2.5 ANÁLISIS DE LOS PRECIOS

Es la cantidad monetaria a la que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y demanda están en equilibrio.²⁶

Las políticas de precios de una empresa determinan la forma en que se comportará la demanda; el establecimiento del precio es de suma importancia, pues éste influye más en la percepción que tiene el consumidor final sobre el producto o servicio. Nunca se debe olvidar a qué tipo de mercado se orienta el producto o servicio.

Debe conocerse si lo que busca el consumidor es la calidad, sin importar mucho el precio o si el precio es una de las variables de decisión principales. En muchas ocasiones una errónea fijación del precio es la responsable de la mínima demanda de un producto o servicio.²⁷

Debido a que el precio es el elemento de la mezcla de marketing que produce ingresos; los otros producen costos. El precio también es uno de los elementos más flexibles, se puede modificar rápidamente, a diferencia de las características de los productos y los compromisos con el canal. Al mismo tiempo, la competencia de precios es el problema más grave que enfrentan las empresas.

La forma de fijar los precios depende de la manera en que opera la compañía, algunas estrategias son las siguientes:

- Fijación de precios de costo más margen: Es uno de los métodos más simples, consiste en sumar un sobreprecio estándar al costo del producto.

²⁵ bernardonieto.files.wordpress.com/2008/08/demanda-y-q-demandada.doc

²⁶ Evaluación de proyectos, Gabriel Baca Urbina, Editorial Mc Graw Hill, 4ª edición, p. 48

²⁷ www.mitecnologico.com/Main/AnalisisDePrecios

- ☑ Fijación de precios por utilidades meta: consiste en fijar un precio con el fin de obtener cierta utilidad que es establecida como meta u objetivo.
- ☑ Fijación de precios basada en el valor: Esta estrategia basa su precio en la percepción que los clientes tienen sobre el producto y no en el costo del mismo.
- ☑ Fijación de precios de tasa vigente: consiste en fijar el precio siguiendo los valores actuales de los demás competidores, sin basarse en los costos o en la demanda.

Los aspectos a basarse para la determinación son:

- ☑ El costo de la materia prima
- ☑ Los intereses que se pagan por el uso del capital
- ☑ Sueldos y salarios que son otorgados por la empresa
- ☑ Dividendos a la organización
- ☑ Impuestos al Gobierno
- ☑ Publicidad

2.6 ANÁLISIS DE COMERCIALIZACIÓN

La comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o un servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar.

Las actividades involucradas en la mercadotecnia generalmente se descuidan. En la etapa de prefactibilidad de la evaluación de un proyecto, algunos investigadores comentan que la empresa podrá vender directamente el producto, evitando con esto todo el análisis de la comercialización. Sin embargo, al enfrentarse a la realidad, surgen los problemas.

La comercialización es la parte esencial en el funcionamiento de una empresa. Se puede estar produciendo el mejor artículo o servicio en su género y al mejor precio; pero si no se tienen los medios para que llegue al cliente en forma eficiente, esa empresa irá a la quiebra.

La comercialización no es la simple transferencia de productos o servicios hasta las manos del cliente; esta actividad debe conferirle al producto los beneficios de tiempo y lugar, es decir, una buena comercialización

es la que coloca al producto en un sitio y momento adecuados, para dar al cliente la satisfacción que él espera con la compra de éste.

Casi siempre ninguna empresa está capacitada, sobre todo en recursos materiales, para vender todos sus productos directamente al consumidor final. Para ello tenemos a los intermediarios, que son empresas o negocios propiedad de terceros encargados de transferir el producto o servicio al consumidor final, para darle el beneficio de tiempo y lugar.²⁸

3 EL ESTUDIO TÉCNICO

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

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

En este estudio, se describe que proceso se va a usar, y cuanto costará todo esto, que se necesita para producir y vender. Estos serán los presupuestos de inversión y de gastos.²⁹

3.1 ALCANCES DEL ESTUDIO DE INGENIERÍA

El estudio de ingeniería está relacionado con los aspectos técnicos del proyecto.

Para comenzar este estudio, se necesita disponer de cierta información. Esta información proviene del estudio de mercado, del estudio del marco regulatorio legal, de las posibles alternativas de localización, del

²⁸ www.eumed.net/libros/2007c/334/analisis%20de%20la%20comercializacion.htm

²⁹ www.monografias.com/trabajos16/proyecto-inversion/proyecto-inversion.shtml

estudio de tecnologías disponibles, de las posibilidades financieras, de la disponibilidad de personal idóneo y del estudio del impacto ambiental.

Es necesario destacar que el estudio de Ingeniería del Proyecto, de la misma manera que las demás etapas que comprenden la elaboración de un proyecto, no se realiza de forma aislada al resto sino que necesitará constante intercambio de información e interacción con las otras etapas.

Uno de los resultados de este estudio será determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio deseado. Para determinar la función de producción óptima deberán analizarse las distintas alternativas y condiciones en que se pueden combinar los factores productivos, identificando, a través de la cuantificación y proyección en el tiempo los montos de inversiones, los costos y los ingresos de operación asociados a cada una de las alternativas de producción para luego realizar el estudio económico.

En particular, derivarán del estudio de ingeniería las necesidades de equipos y maquinarias. Del análisis de las características y especificaciones técnicas de la maquinaria podrá determinarse su disposición en planta (layout).

Del layout, del estudio de los requerimientos de personal que los operen, así como de su movilidad, y del requerimiento de mercadería se definen las necesidades de espacio y obras físicas. El espacio requerido por la mercadería incluye los depósitos necesarios para materias primas y elaboradas, los almacenes para materiales y los espacios requeridos dentro del área de producción para los semielaborados.³⁰

El estudio de ingeniería del proyecto debe llegar a determinar la función de producción óptima para la producción eficiente y eficaz de los recursos disponibles del bien o servicio deseado. De la selección del proceso productivo óptimo se deriva la definición de las necesidades de equipo y maquinaria, de la determinación de su disposición en planta y del estudio de los requerimientos de personal que lo operen, así como de su movilidad, podrían definirse las necesidades de espacio y obras físicas.

³⁰ www.mitecnologico.com/Main/EstudioDeIngenieria

3.2 PROCESO DE PRODUCCIÓN

Indiferentemente si va a producir, maquilar o comprar en un principio, es necesario conocer el proceso de producción de su empresa.

El proceso de producción es el conjunto de actividades que se llevan a cabo para elaborar un producto o prestar un servicio. En este, se conjugan la maquinaria, los insumos (materiales, materia prima) y el personal de la empresa necesarios para realizar el proceso. Es necesario que el proceso de producción quede determinado claramente, a manera que permita a los empleados obtener el producto deseado con un uso eficiente de los recursos necesarios.

Recuérdese también que en la actualidad existe una marcada tendencia por utilizar sistemas, procesos y productos amigables con el medio ambiente, por lo que debe considerarse que se evite cualquier daño a la naturaleza.

Las preguntas fundamentales que usted debe responder para establecer su proceso de producción son:

- Establezca todas las actividades necesarias para elaborar el producto.
- Ordene las actividades de una manera lógica y en secuencia.
- Determine los tiempos requeridos para desarrollar cada actividad.
- Elabore un flujo de su proceso de producción, y establezca aspectos de control de calidad en ese flujo, identificando los pasos más problemáticos del proceso.³¹

Se define como la forma en que una serie de insumos se transforma en productos mediante la participación de una determinada tecnología (combinación de mano de obra, maquinaria, métodos y procedimientos, etc.). Según el flujo, el proceso puede ser en serie, por pedido o por proyecto. El proceso de producción es en serie cuando ciertos productos, cuyo diseño básico es relativamente estable en el tiempo y que están destinados a un gran mercado.

³¹ www.aulafacil.com/planesnegocio/Lecc-14.htm

3.3 INVERSIONES EN OBRA FÍSICA

Una inversión en obra física es aquella que se realiza para la adquisición de terreno, construcciones, remodelaciones y otras obras complementarias relacionadas principalmente con el sistema productivo del proyecto. Sin embargo habrá otras inversiones que se derivaran de los estudios organizacionales y de mercado que también deberá incluir el estudio técnico

3.4 INVERSIONES EN EQUIPAMIENTO

Son todas las que permitan la operación normal de la planta de la empresa creada por el proyecto. Al igual que en la inversión en obra física aquí interesa la información de carácter económico que deberá respaldarse técnicamente con el texto mismo del informe del estudio que elabore de los anexos que se requieran.

3.5 BALANCE DE PERSONAL

El estudio del proyecto requiere de la identificación y cuantificación del personal que se necesitara en la operación, para determinar el costo de remuneraciones por periodo. Es importante considerar tanto la mano de obra directa como la indirecta que es la que presta los servicios como reparación de maquinaria, entre otros.

3.6 TAMAÑO

El tamaño de un proyecto es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año.³²

Mide la relación de la capacidad productiva durante un periodo considerado normal para las características de cada proyecto. El tamaño está íntimamente ligado con los aspectos de demanda y oferta del producto y con los demás aspectos del proyecto. En términos óptimos la demanda no debería ser mayor que la

³² Evaluación de proyectos, Gabriel Baca Urbina, Editorial Mc Graw Hill, 4ª edición, p. 84

demanda actual y esperada del proyecto ni la cantidad demandada menor que el tamaño mínimo económico del proyecto. Al diferenciar el tamaño como una función de la capacidad, se hace necesario identificar las diferencias de la capacidad teórica normal y máxima. La capacidad teórica es aquel volumen de producción, que con técnicas óptimas permite operar al mínimo costo unitario. La capacidad máxima es el volumen máximo de producción que se puede lograr sometiendo los equipos a su pleno uso, independientemente de los costos de producción que genere.

3.7 LOCALIZACIÓN

La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) u obtener el costo unitario mínimo (criterio social).³³

Al estudiar la localización del proyecto es posible identificar que hay más de una solución factible adecuada. Una localización que se ha determinado como óptima puede no serlo en el futuro. Por lo tanto, la selección de la ubicación debe considerar su carácter definitivo y transitorio y optar por aquella que permita obtener el máximo rendimiento del proyecto.

4 ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y ADMINISTRATIVO

El estudio organizacional y administrativo del proyecto considera la planeación e implementación de una estructura organizacional para la empresa o negocio, egresos de inversión y operación en la organización, estudio legal, aspectos comerciales, aspectos técnicos, aspectos laborales, aspectos tributarios y contratación.

Se determinan las jerarquías y responsabilidades organizacionales, a través del organigrama del negocio, y analiza aspectos legales en cuanto al tipo de sociedad que se va a implementar y cuál es la normativa que debe cumplir el negocio acorde al giro de la misma.³⁴

³³ Evaluación de proyectos, Gabriel Baca Urbina, Editorial Mc Graw Hill, 4ª edición, p. 98

³⁴ preparacionyevaluacionproyectos.blogspot.com/2009/01/estudio-organizacional-y-administrativo.html

4.1 ASPECTO ORGANIZACIONAL

La finalidad de una estructura organizacional es establecer un sistema de papeles que han de desarrollar los miembros de una entidad para trabajar juntos de forma óptima y que se alcancen las metas fijadas en la planificación.

Elementos de la organización (requerimientos):

- Los objetivos deben ser verificables, precisos y realizables. Para que sean precisos deben ser cuantitativos y para ser verificables deben ser cualitativos.
- Tiene que haber una clara definición de los deberes, derechos y actividad de cada persona.
- Se tiene que fijar el área de autoridad de cada persona, lo que cada uno debe hacer para alcanzar las metas.
- Saber cómo y dónde obtener la información necesaria para cada actividad. Cada persona debe saber donde conseguir la información y le debe ser facilitada.³⁵

4.2 ASPECTO LEGAL

Se tienen que investigar todas las leyes que tengan injerencia directa o indirecta en la diaria operación de la empresa, ya sea la Ley del Trabajo, la ley del Impuesto Sobre La Renta y demás leyes que pudieran afectar su operación.³⁶

El estudio de factibilidad de un proyecto debe asignar especial importancia al análisis y conocimiento del cuerpo normativo que regirá la acción del proyecto, tanto en su etapa de origen como en su implementación y posterior puesta en marcha. Ningún proyecto, por muy rentable que sea, podrá llevarse a cabo si no se encierra en el marco legal de referencia en el que se encuentra incorporadas las

³⁵ www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/ger/laestructorguch.htm

³⁶ www.gestiopolis.com/finanzas-contaduria/elementos-de-un-proyecto-de-inversion.htm

disposiciones particulares que establecen lo que legalmente esta aceptado por la sociedad; es decir, lo que se manda, prohíbe o permite a su respecto específico.

Luego de estudio de las restricciones legales del proyecto, es necesario evaluar la forma en cómo el marco legal vigente, repercutirá en los costos y beneficios asociados al proyecto, reflejados en el flujo de efectivo, como la legislación laboral, tributaria, industrial (general y específica), derechos de propiedad y tratados internacionales vigentes que pueden incidir en el desarrollo del proyecto.

5 ESTUDIO ECONÓMICO

La parte del análisis económico pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el coto total de la operación de las plantas (que abarque las funciones de producción, administración y ventas), así como otra serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación económica.³⁷

Hecho de acuerdo con criterios que comparan flujos de beneficios y costos, permite determinar si conviene realizar un proyecto, o sea si es o no rentable y sí siendo conveniente es oportuno ejecutarlo en ese momento o cabe postergar su inicio. En presencia de varias alternativas de inversión, la evaluación es un medio útil para fijar un orden de prioridad entre ellas, seleccionando los proyectos más rentables y descartando los que no lo sean.³⁸

Comienza con la determinación de los costos totales y de la inversión inicial, cuya base son los estudios de ingeniería, ya que tanto los costos como la inversión inicial dependen de la tecnología seleccionada. Continúa con la determinación de la depreciación y amortización de toda la inversión inicial. Otro de sus puntos importantes es el cálculo del capital de trabajo, que aunque también es parte de la inversión inicial, no está sujeto a depreciación y amortización, dado su naturaleza líquida.

³⁷ Evaluación de proyectos, Gabriel Baca Urbina, Editorial Mc Graw Hill, 4ª edición, p. 160

³⁸ www.eumed.net/ce/2008b/tss.htm

Los aspectos que sirven de base para la siguiente etapa, que es la evaluación económica, son la determinación de la tasa de rendimiento mínima aceptable y el cálculo de los flujos netos de efectivo. Ambos, tasa y flujos, se calculan con y sin financiamiento. Los flujos provienen del estudio de resultados proyectados para el horizonte de tiempo seleccionado.

Cuando se habla de financiamiento es necesario mostrar cómo funciona y como se aplica en el estado de resultados, pues modifica los flujos netos de efectivo. En esta forma se selecciona un plan de financiamiento, el más complicado, y se muestra su cálculo tanto en la forma de pagar intereses como en el pago del capital.

Además, es importante incluir en esta parte el cálculo de la cantidad mínima económica que se producirá llamado punto de equilibrio. Aunque no es una técnica de evaluación, debido a las desventajas metodológicas que se presenta, si es un punto de referencia importante para una empresa productiva la determinación del nivel de producción en el que los costos totales igualan a los ingresos totales.

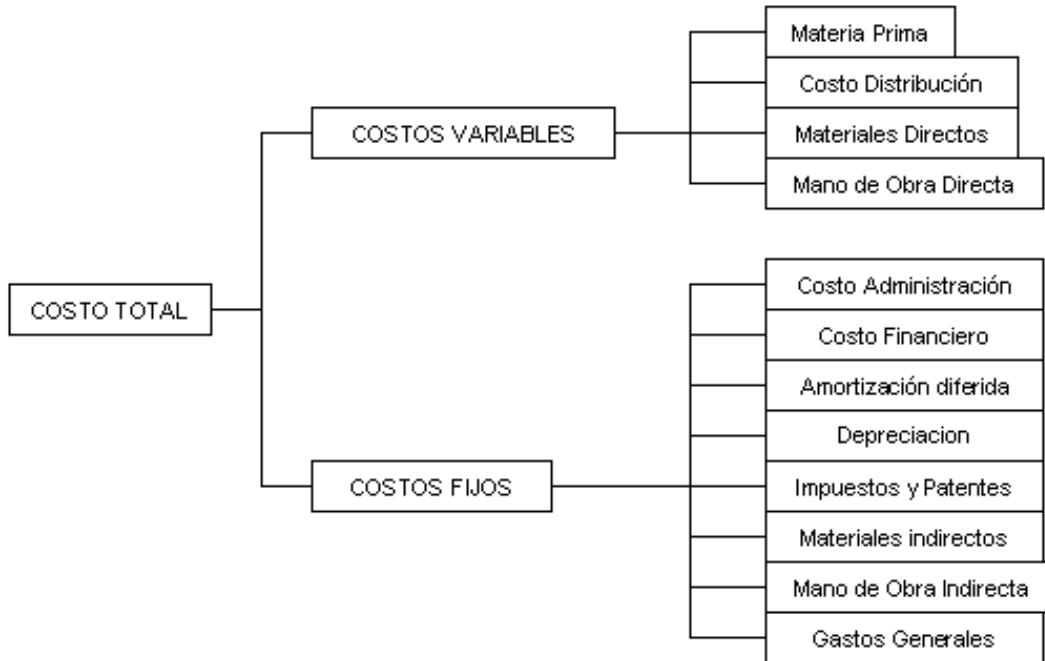
5.1 COSTOS

El costo es un desembolso en efectivo o en especie hecho en el pasado, en el presente, en el futuro o en una forma virtual.³⁹

³⁹ Evaluación de proyectos, Gabriel Baca Urbina, Editorial Mc Graw Hill, 4ª edición, p. 161

5.1.1 COSTOS DE PRODUCCIÓN

Están formados por los elementos que continuación se enuncian:



Dibujo 3 – Estructura de costos

5.1.2 COSTOS DE ADMINISTRACIÓN

Son los provenientes de la actividad administrativa dentro de la empresa; todos los gastos que no pertenezcan directamente a producción o a ventas en una empresa se deben de cargar a los costos de administración y costos generales.

5.1.3 COSTOS DE VENTA

Son los costos se llevan a cargo en el área de la empresa que se encarga de llevar el producto desde la empresa hasta el último consumidor.

5.1.4 COSTOS DE GASTOS FINANCIEROS

Son los intereses que deben de pagarse por concepto de préstamos de capital.

5.1.5 CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS

Fijos: Se supone permanecen con el mismo importe para la capacidad normal de la fábrica.

Variables: Cambian más o menos directamente de acuerdo con el cambio en el volumen de producción.

SemivARIABLES o semifijos: Cambian según las fluctuaciones en el volumen, pero gradualmente y no directamente.

5.1.6 COSTOS TOTALES

Son los incurridos en la operación de una empresa durante un periodo dado, se cuantifican sumando sus costos fijos y variables, expresándose esta relación según se indica a continuación:

COSTOS TOTALES = COSTOS FIJOS + COSTOS VARIABLES

5.1.7 COSTOS UNITARIOS Y PRECIOS DE VENTA

Costo Unitario: Puede medirse en función de su producción y distribución. Este costo es el que sirve para valuar las existencias que aparecen en el balance general y estado de pérdidas y ganancias en los renglones de los inventarios de producción en proceso y productos terminados. También puede medirse en relación con la posibilidad de aplicar directa o indirectamente a la unidad los gastos incurridos.

Precio de Venta: El precio de venta puede ser definido como la cantidad de dinero que hay que intercambiar para conseguir una determinada cantidad de bienes o servicios.

5.2 CAPITAL DE TRABAJO

Desde el punto de vista contable, este capital se define como la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante. Desde el punto de vista práctico, está representado por el capital adicional (distinto de la inversión en activo fijo y diferido) con que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa; esto es, hay que financiar la primera producción antes de recibir ingresos; entonces, debe comprarse materia prima, pagar mano de obra directa que la transforme, otorgar crédito en las primeras ventas y contar con cierta cantidad en efectivo para sufragar los gastos diarios de la empresa. Todo esto constituirá el activo circulante. Pero así como hay que invertir en estos rubros, también se puede obtener crédito a corto plazo en conceptos como impuesto y algunos servicios y proveedores, y esto es el llamado pasivo circulante. De aquí se origina el concepto de capital de trabajo, es decir, el capital con que hay que contar para empezar a trabajar.⁴⁰

Entonces el Capital de Trabajo debe financiar todos aquellos requerimientos que tiene el Proyecto para producir un bien o servicio final.

5.3 FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Una empresa está financiada cuando ha pedido capital en préstamo para cubrir cualquiera de sus necesidades económicas. Si la empresa logra conseguir dinero barato en sus operaciones, es posible demostrar que esto ayudará a elevar considerablemente el rendimiento sobre su inversión. Debe entenderse por dinero barato los capitales pedidos en préstamo a tasas mucho más bajas que las vigentes en las instituciones bancarias.

⁴⁰ Evaluación de proyectos, Gabriel Baca Urbina, Editorial Mc Graw Hill, 4ª edición, p. 168

Cuando se pide un préstamo, existen cuatro formas generales de pagarlo:

- Pago de capital e intereses al final de la deuda.
- Pago de interés al final de cada año, y de interés y todo el capital al final de la deuda.
- Pago de cantidades iguales al final de cada uno de los años de la deuda.
- Pago de intereses y una parte proporcional del capital (% igual cada año) al final de cada año de la deuda.⁴¹

6 EVALUACIÓN DEL PROYECTO

En gestión de proyectos, la evaluación de proyectos es un proceso por el cual se determina el establecimiento de cambios generados por un proyecto a partir de la comparación entre el estado actual y el estado previsto en su planificación. Es decir, se intenta conocer qué tanto un proyecto ha logrado cumplir sus objetivos o bien qué tanta capacidad poseería para cumplirlos.

En una evaluación de proyectos siempre se produce información para la toma de decisiones, por lo cual también se le puede considerar como una actividad orientada a mejorar la eficacia de los proyectos en relación con sus fines, además de promover mayor eficiencia en la asignación de recursos. En este sentido, cabe precisar que la evaluación no es un fin en sí misma, más bien es un medio para optimizar la gestión de los proyectos.⁴²

El estudio de la evaluación económica es la parte final de toda la secuencia de análisis de la factibilidad de un proyecto. Si no han existido contratiempos, se sabrá hasta este punto que existe un mercado potencial atractivo; se habrán determinado un lugar óptimo para la localización del proyecto y el tamaño más adecuado para este último, de acuerdo con las restricciones del medio; se conocerá y dominará el proceso de producción, así como todos los costos en que se incurrirá en la etapa productiva; además, se habrá calculado la inversión necesaria para llevar a cabo el proyecto. Sin embargo, a pesar de conocer incluso

⁴¹ Evaluación de proyectos, Gabriel Baca Urbina, Editorial Mc Graw Hill, 4ª edición, p. 177 – 179.

⁴² es.wikipedia.org/wiki/Evaluaci3n_de_proyectos

las utilidades probables del proyecto durante los primeros cinco años de operación, aún no se habrá demostrado que la inversión propuesta será económicamente rentable.⁴³

6.1 ANÁLISIS Y ADMINISTRACIÓN DEL RIESGO

El Diccionario de la Real Academia Española, define la palabra “riesgo” como: Contingencia o proximidad de un daño.

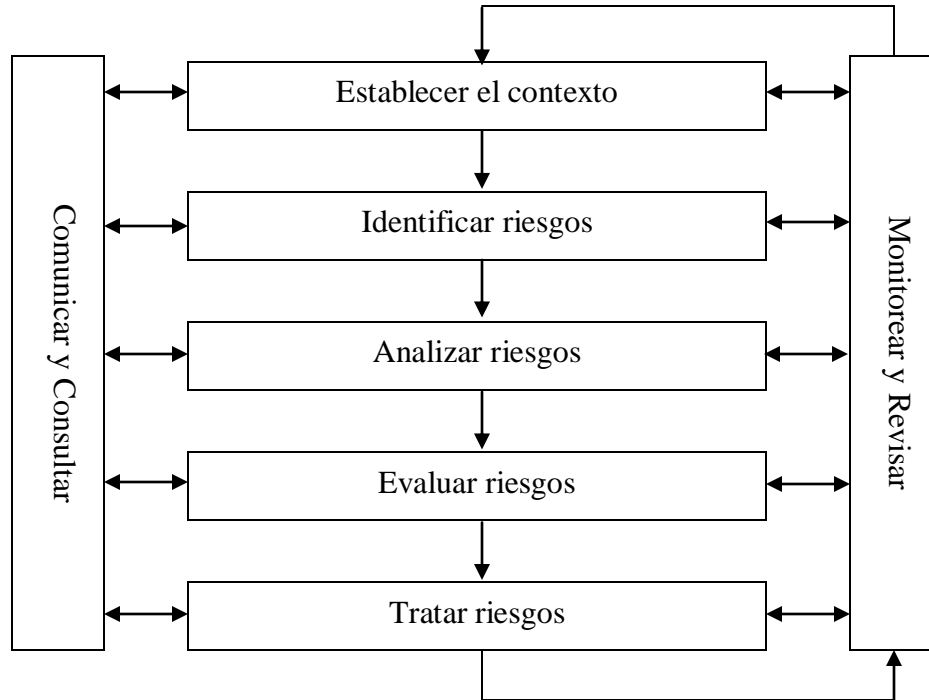
Todos los agentes económicos, incluyendo las organizaciones empresariales, están sometidos a diversos tipos de riesgo. Algunos (llamados riesgos endógenos) son generados por la propia actividad. Otros (llamados riesgos exógenos) son generados por actividades ajenas o por el azar.

El análisis de riesgos corresponde al estudio de los eventos que tienen efectos sobre la actividad de la empresa y la administración de riesgos a la aplicación de estrategias para evitar o reducir los costes generados por los riesgos.

El análisis y la administración de riesgos incluye por tanto la investigación e identificación de las fuentes de riesgo, la estimación de su probabilidad y evaluación de sus efectos, la planificación de estrategias y procedimientos de control de riesgos, la aplicación optimizadora de esas estrategias en presencia de incertidumbre.⁴⁴

⁴³ Evaluación de proyectos, Gabriel Baca Urbina, Editorial Mc Graw Hill, 4ª edición, p. 212

⁴⁴ innovaseguros.wordpress.com/2010/03/18/analisis-y-administracion-de-riesgos/



Dibujo 4 – Análisis y administración del riesgo

Los objetivos del análisis del riesgo en un proyecto de inversión son los siguientes:

- Determinar, con alguna medida cuantitativa, cuál es el riesgo al realizar determinada inversión monetaria.
- Administrar el riesgo de tal forma que pueda prevenirse la bancarrota de una empresa.⁴⁵

6.2 CRITERIOS DE EVALUACIÓN

6.2.1 VALOR ACTUAL NETO

El valor depreciado de un flujo futuro de alquiler, teniendo en cuenta el valor del dinero en el tiempo. También es un método de aforo de inversión que toma la dirección contraria a la de la tasa interna de retorno. Este método comienza por escoger una tasa de descuento apropiada y emplea la diferencia para aplicársela a pagos futuros e ingresos y compara este valor con el costo actual de compra, para cada

⁴⁵ Evaluación de proyectos, Gabriel Baca Urbina, Editorial Mc Graw Hill, 4ª edición, p. 240

alternativa. Es mejor que el método de la tasa interna de retorno cuando se trata de clasificar alternativas, pero la escogencia de la tasa de descuento es debatible. La forma de calcular el VAN es la siguiente:

$$VAN = -FE_0 + \frac{FE_1}{(1+k)^1} + \frac{FE_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{FE_n}{(1+k)^n}$$

Donde:

- FE_0 es el desembolso inicial.

$FE_1, FE_2,$ hasta FE_n representan los flujos de efectivo anuales.

k es la tasa de costo de capital utilizada.

6.2.2 TASA INTERNA DE RETORNO

La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero. Estos Valores VAN o VPN son calculados a partir del flujo de caja o cash flow anual, trayendo todas las cantidades futuras – flujos negativos y positivos – al presente.

La Tasa Interna de Retorno es un indicador de la rentabilidad de un proyecto, que se lee a mayor TIR, mayor rentabilidad. Por esta razón, se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión.

Para ello, la TIR se compara con una tasa mínima o tasa de corte, que será el coste de oportunidad de la inversión (si la inversión no tiene riesgo, el coste de oportunidad utilizado para comparar la TIR será la tasa de rentabilidad libre de riesgo, esto es, por ejemplo, los tipos de interés para un depósito a plazo). Si la tasa de rendimiento del proyecto -*expresada por la TIR*- supera la tasa de corte, se acepta la inversión; en caso contrario, se rechaza.

La fórmula de cálculo de la TIR (el tipo de descuento que hace 0 al VAN) es la siguiente:

$$TIR = VAN = -FE_0 + \frac{FE_1}{(1+r)^1} + \frac{FE_2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{FE_n}{(1+r)^n} = 0$$

Donde:

- FE_0 es el desembolso inicial.

$FE_1, FE_2,$ hasta FE_n representan los flujos de efectivo anuales.

r tasa de descuento mayor que k (tasa de coste de capital) que hace el VAN igual a cero.

La TIR es una herramienta de toma de decisiones de inversión utilizada para conocer la factibilidad de diferentes opciones de inversión.

6.2.3 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Se denomina análisis de sensibilidad (AS) el procedimiento por medio del cual se puede determinar cuánto se afecta (que tan sensible es) la TIR (Tasa Interna de Retorno) ante cambios en determinadas variables del proyecto.

El proyecto tiene una gran cantidad de variables, como son los costos totales, divididos como se muestra en un estado de resultados, ingresos, volumen de producción, tasa y cantidad de financiamiento, etc. El AS no está encaminado a modificar cada una de estas variables para observar su efecto sobre la TIR. De hecho, hay variables que al modificarse afectan automáticamente a las demás o su cambio puede ser compensado de inmediato. Existen variables que están fuera del control del empresario y sobre ellas si es necesario practicar un AS.⁴⁶

Al hacer cualquier análisis económico proyectado al futuro, siempre hay un elemento de incertidumbre asociado a las alternativas que se estudian y es precisamente esa falta de certeza lo que hace que la toma de decisiones sea bastante difícil

⁴⁶ Evaluación de proyectos, Gabriel Baca Urbina, Editorial Mc Graw Hill, 4ª edición, p. 227 - 228

Con el objeto de facilitar la toma de decisiones dentro de la empresa, puede efectuarse un AS, el cual indicará las variables que más afectan el resultado económico de un proyecto y cuáles son las variables que tienen poca incidencia en el resultado final.

En un proyecto individual, la sensibilidad debe hacerse con respecto al parámetro más incierto, si se tienen dos o más alternativas, es importante determinar las condiciones en que una alternativa es mejor que otra.⁴⁷

D. ADMINISTRACIÓN DE ESTABLECIMIENTOS DEL SERVICIO DE ALIMENTOS

Este campo se relaciona con la planeación y dirección de las actividades propias de un servicio de alimentación, con el fin de brindar alimentación con los más altos estándares de calidad a los comensales que demandan el servicio.

Las actividades que se desarrollan incluyen la administración de recursos para garantizar la satisfacción de las necesidades de los comensales, así como la planeación de menús, la operación del servicio y evaluación del mismo. Se requiere investigación y acciones mercado técnicas para funcionamiento del servicio; otras actividades que se integran son asesoría de consultoría externa y la capacitación del personal que labora en los servicios alimentarios en hospitales, en instituciones a nivel comercial, en establecimientos específicos como guarderías, así dos, centros de salud mental, cafeterías escolares y universitarias, fábricas e industrias, así como establecimientos con servicios alimentarios colectivos.⁴⁸

1 OBJETIVOS DE UN SISTEMA DE SERVICIOS DE ALIMENTOS

Existen tres objetivos básicos que deben cumplir los establecimientos del servicio de alimentos para mantenerse y tener éxito:

- Satisfacer las necesidades y deseos de los usuarios*, muchas veces se dice que un servicio de este tipo debe suministrar una alimentación de la más alta calidad. Pero es preferible considerar que el

⁴⁷ www.gestiopolis.com/canales/financiera/articulos/34/sensibilidad.htm

⁴⁸ http://www.faspyn.uanl.mx/planes/lic_nutricion/campos_trabajo/admi_servicios.html

objetivo es satisfacer las expectativas, los deseos y las necesidades de los usuarios, ya que dentro de la misma institución o empresa, varían las expectativas de los diferentes tipos de usuarios.

- ☑ *Funcionar adecuadamente en cualquier ambiente socioeconómico*, todo servicio de alimentación debe ajustarse o adaptarse a las condiciones de los diferentes ambientes socioeconómicos donde tiene que funcionar y no dejar de cumplir por ello el primer objetivo. Por ejemplo, una escasez de presupuesto no es disculpa para suministrar comidas mal preparadas y con pésima presentación. Por tanto si no hay las condiciones para prepararlas bien, no se deben suministrar.
- ☑ *Adaptarse a los cambios de los gustos y necesidades de los usuarios, de las condiciones socioeconómicas por ambos*, los servicios de alimentación deben estar conscientes de que los gustos y necesidades de los usuarios varían con el tiempo, bien sea por el cambio de hábitos alimentarios, presencia de enfermedades, etc. de igual manera las condiciones socioeconómicas también cambian y eso obliga introducir modificaciones en los menús. También puede ocurrir que ambos factores ceden a la vez. Los dos primeros aspectos mencionados anteriormente no permanecen estáticos, sino que sufren modificaciones permanentes.⁴⁹

2 TIPOS DE SISTEMAS DE SERVICIO DE ALIMENTACIÓN

A causa del aumento de los costos de mano de obra, de los alimentos y de la construcción, así como de las innovaciones tecnológicas en productos y equipos, han aparecido nuevos sistemas de producción y servicio. Esta tendencia seguramente aumentará en el futuro, pues cada vez habrá necesidad de incrementar la productividad como reducir costos o fortalecer el control de los servicios de alimentación. Al mismo tiempo hay que tener en cuenta que deben mantenerse la calidad y seguridad microbiológica de los alimentos que se van a servir, lo que representa un reto y una gran responsabilidad para los administradores de servicios de alimentación.

⁴⁹ Administración de servicios de alimentación, Tejada Blanca Dolly, 2ª edición, p. 15 - 16

3 INSTALACIÓN Y EQUIPO HIGIÉNICO

El aseo depende mucho del tipo de piso de las instalaciones, las cuales pueden ser muy variadas. El tipo de piso también influye en otros factores como la comodidad, el silencio, la seguridad (antirresbalante), la facilidad de mantenimiento o reemplazo, la resistencia al desgaste, manchas, otros productos limpiadores y a los cambios de color. Las puertas y ventanas y los ductos de entrada de aire deben estar cubiertos con tela de alambre para excluir insectos roedores.

La ventilación es otro aspecto muy importante para la comodidad de los trabajadores y clientes y sobre todo para una mejor sanidad, ya que permite eliminar las bacterias que provienen del aire, los olores, el humo, los vapores de grasa y humedad, la iluminación también debe ser suficiente para que los empleados realicen sus tareas en forma efectiva.

La basura se debe poner en bolsas de material plástico y recipientes cubiertos, tanto en las áreas de recolección en la cocina, como en los puntos de almacenamiento.

Es primordial que el establecimiento cuente con un número adecuado de lavamanos y servicios sanitarios para los clientes y empleados con sus respectivos depósitos para jabón y equipo desinfectante para las manos.⁵⁰

4 MANIPULACIÓN HIGIÉNICA DE LOS ALIMENTOS

Para minimizar el peligro de la contaminación cruzada dentro del área de elaboración, es necesario que los trabajadores del establecimiento realicen un correcto lavado de manos entre la manipulación de alimentos crudos y cocidos o listas para consumir y cada vez que hayan tomado contacto con elementos no higiénicos (cajas, tachos de basura, trapos, rejillas, etc.). De haber manchado sus ropas, deberán cambiarlas. Lavar y desinfectadas superficies y utensilios entre la manipulación de alimentos crudos y alimentos cocidos o listas para consumir.⁵¹

⁵⁰ Natural Institute for the Foodservice Industry, Manejo higiénico de víveres, Manual para supervisores de restaurantes, hoteles, instituciones y comedores industriales. Editorial Limusa, 1ª Edición, p. 109

⁵¹ <http://www.anmat.gov.ar/alimentos/locales.pdf>

Los empleados deben utilizar cabello corto y recogido con una malla o redecilla, o utilizar gorros higiénicos, las uñas deben mantenerlas siempre cortas y limpias no utilizar esmalte o pintura en las uñas y no deben utilizar prendas o adornos colgantes como collares y cualquier otro instrumento que pudiera caer accidentalmente en el alimento, enredarse una máquina produciendo accidentes laborales.⁵² Es necesario que las personas encargadas de las áreas de preparación de alimentos comprueben su estado de salud, a través de una constancia extendida por un médico, certificando que no padecen de tuberculosis, enfermedades venéreas y de la piel, etc., en general que gozan de buena salud.

Todos los empleados deben mostrar una alta higiene personal y cooperar entre sí para detectar fallas, reforzar las actitudes y hábitos positivos y tomar las correcciones necesarias, en beneficio de la operación, de la institución, de ellos mismos y de los clientes.

5 ASPECTOS LEGALES DE LA FABRICACIÓN DE HELADOS

Las normas legales relacionadas con la fabricación de helados (paletas y sorbetes) están contenidas en las leyes siguientes, que en lo pertinente establecen:

5.1 CÓDIGO DE SALUD

Corresponde al Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, velar por el saneamiento Ambiental Urbano y Rural, Baños Públicos, Basura y otros desechos, la Salud e Higiene en el trabajo, si las empresas no cumplen con estas leyes, dicho incumplimiento constituyen graves infracciones contra la salud, a la vez es penado por dicha institución.

Además es obligación del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social emitir las normas necesarias que determinen las condiciones esenciales para la preparación de los alimentos y bebidas, así como la inspección y control y demás requisitos indispensables para la autorización de instalación y funcionamiento de los establecimientos.

⁵² Universidad Simón Bolívar, Higiene y saneamiento en la preparación y servicio de alimentos, Serie Biológica N° 2, p. 40

5.2 CÓDIGO DE COMERCIO

Tiene por objeto regir los procedimientos para matrícula de empresa y proceso de inscripción de marca, son requisitos que deben cumplir todas las empresas para operar en El Salvador.

El Código de Comercio, es la compilación de las normas mínimas que rigen los actos de comercio y demás relaciones de índole mercantil dentro de determinado Estado de Derecho (Nación o Estado). En orden jerárquico, los códigos están por debajo de la Constitución Nacional y son los que rigen determinada materia. Posterior a los códigos vienen las leyes, que rigen las normas para casos específicos.

6 NORMAS DE REGULACIÓN DE LA FABRICACIÓN DE HELADOS (PALETAS Y SORBETES)

Los Comités Técnicos de Normalización del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, CONACYT, son los organismos encargados de realizar el estudio de las normas. Están integrados por representantes de la Empresa privada, Gobierno, Organismo de Protección al Consumidor y Académico Universitario. Con el fin de garantizar un consenso nacional e internacional, los proyectos elaborados por los Comités se someten a un período de consulta pública durante el cual puede formular observaciones cualquier persona. El estudio elaborado fue aprobado como NSO 67.01.11:04 por el Comité Técnico de Normalización en su actualización primera. La oficialización de la norma conlleva la ratificación por Junta Directiva y el Acuerdo Ejecutivo del Ministerio de Economía.

Esta norma está sujeta a permanente revisión con el objeto de que responda en todo momento a las necesidades y exigencias de la técnica moderna. Las solicitudes fundadas para su revisión merecerán la mayor atención del organismo técnico del Consejo: Departamento de Normalización, Metodología y Certificación de la Calidad.

6.1 NORMA SALVADOREÑA

1. Objeto

Esta norma tiene por objeto establecer las características y especificaciones que deben cumplir los helados y las mezclas para helados.

2. Campo de aplicación

Esta norma se aplica a los helados listos para el consumo y a las mezclas de helados en forma líquida o pulverizada que se comercializan en todo el territorio nacional.

E. CIERRE DEL CAPÍTULO I

En el presente capítulo se mostraron las generalidades de la Asociación Cooperativa de Producción Agropecuaria “La Libertad” de R.L., además de definir los diferentes estudios que deben efectuarse para determinar la factibilidad de un proyecto y finalmente se mostraron aspectos generales sobre la administración de la producción de alimentos, tales como la instalación y equipo higiénico, la manipulación higiénica de la materia prima y otros aspectos de suma importancia. Para tener un mayor conocimiento de cómo llevar a cabo el proyecto es necesario conocer el entorno en el cual se encuentra inmerso es por eso que en el siguiente capítulo se hace énfasis en la situación actual de la cooperativa “La Libertad” de R.L. y el mercado de postres fríos en la zona de Tamanique y sus alrededores.

II. CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL

A. IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN

La relevancia de la investigación radica en que se pretende dar un aporte a la Asociación Cooperativa de Producción Agropecuaria “La Libertad” de R.L. mediante un estudio de factibilidad técnico económico para el montaje de una procesadora de sorbete artesanal, utilizando las frutas de estación que se cosechan por las familias pertenecientes a dicha cooperativa; beneficiando de manera económica a las familias asociadas y contribuyendo al desarrollo turístico de la zona de Tamanique como atractivo turístico alternativo.

Así mismo otro punto importante es que se pretende dar un cambio a la tradicional forma de elaborar los tan degustados sorbetes artesanales de una forma manual a una forma semi – industrial, sin perder su exquisitez y nutrientes naturales ya que uno de sus particularidades será el no uso de químicos preservantes; por otra parte se encuentra el hecho de que el sorbete será elaborado con materia prima de calidad es decir frutas frescas de estación cosechadas por las familias de la región.

B. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1 GENERAL

Elaborar un estudio de factibilidad técnico económico que servirá de guía para el montaje de una planta procesadora de sorbete artesanal, para incrementar los ingresos económicos de las familias pertenecientes a la Asociación Cooperativa de Producción Agropecuaria “La Libertad” de R.L.

2 ESPECÍFICOS

- 1) Indagar sobre los procesos de transformación de la fruta para la elaboración de sorbete artesanal.

- 2) Investigar como mecanizar los procesos de la elaboración de sorbete artesanal para generar mayores volúmenes de producción esperada.
- 3) Conocer las normas de higiene y estándares de calidad y seguridad industrial que debe cumplir una procesadora de sorbete.
- 4) Implementar estrategias de penetración de mercado que conlleven a la aceptación del sorbete artesanal.
- 5) Tecnificar la elaboración de sorbete artesanal que genere nuevas oportunidades de negocio en el área turística de Tamanique.

C. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

1 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

Para el desarrollo de la presente investigación se desarrolló la metodología siguiente:

1.1 INDUCCIÓN – DEDUCCIÓN

La inducción, que consiste en ir de casos particulares para llegar a los generales; y la deducción que consiste en partir de lo general para llegar a lo particular.

El primer método se utiliza cuando la investigación se basa en fuentes primarias, de primera mano, no procesada, recogida directamente de la realidad, ya que se toma el análisis de los datos a partir de los resultados obtenidos en las encuestas realizadas tanto al personal administrativo de la cooperativa, a las familias asociadas y a la población del municipio de Tamanique, y de éstos se podrá inferir para el resto de la zona en estudio.

La deducción se utilizó en el Capítulo I, en el marco teórico, ya que éste método se basa de obtener información sobre el objeto de estudio por medio de tesis, libros, revistas, Internet, etc.

2 TIPO DE INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación usado es la descriptiva y explicativa, la descriptiva porque se describen o especifican ciertos rasgos del fenómeno investigado y la explicativa porque esta investigación se centra en determinar las causas de un determinado fenómeno.

La investigación descriptiva se realiza cuando se investigó las características del tema escogido, cuando se formularon las hipótesis, al elaborar los adecuados instrumentos de recolección de datos así como también las diversas observaciones objetivas del fenómeno, a través de todo esto se pretende explicar paso a paso el desarrollo del presente tema de investigación.

La investigación explicativa se lleva a cabo cuando se le quiere dar una respuesta a la pregunta que se planteó al inicio de la investigación y estas respuestas se darán a través de la comprobación de las hipótesis formuladas con la serie de datos recolectados.

3 TIPO DE DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

El tipo de diseño de investigación que se aplicó en la investigación es el Diseño no Experimental ya que el fenómeno se observó en su ambiente natural sin interferir o causar algún cambio en él.

4 FUENTES DE INFORMACIÓN

4.1 PRIMARIAS

La recolección de datos primarios se realizó a través de encuestas efectuadas a diversas personas, en este caso a las familias asociadas a la cooperativa, al personal administrativo y a las personas residentes de la zona de Tamanique y sus alrededores; así mismo la realización de la observación directa del fenómeno y la zona de estudio.

4.2 SECUNDARIAS

Los datos secundarios se obtuvieron a través de información obtenida de estudios de factibilidad, estudios realizados con referencia a la fabricación de sorbete, revistas, publicaciones, internet y leyes cuya información fue el fundamento para la elaboración del marco teórico y el desarrollo del tema de investigación.

5 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Las técnicas que se utilizaron para realizar la investigación de campo fueron La observación directa, la encuesta y la entrevista. Éstas se explican a continuación:

5.1 LA ENCUESTA

Para llevar a cabo las encuestas, se utilizó el instrumento del cuestionario, el cual fue elaborado para tres distintos grupos de personas: las familias asociadas a la cooperativa, el personal administrativo de la entidad y para las personas residentes de la zona de Tamanique y sus alrededores y por ende consumidores potenciales, conteniendo dicho cuestionario un total de 34 preguntas para los asociados, 32 para el personal administrativo y 28 preguntas para los residentes; así mismo estas fueron cerradas, de opción múltiple y abiertas relacionadas con el tema, mismas que fueron de gran beneficio en la obtención de información precisa concerniente al tema en estudio.

5.2 LA ENTREVISTA

Estas se llevaron a cabo principalmente al Lic. Oscar Recinos Presidente de la Cooperativa La Libertad, así como también al personal del área administrativa con el objetivo de conocer sus inquietudes acerca del tema de investigación y la disponibilidad de participar en la recolección de información. Una entrevista importante se llevó a cabo con el Sr. José Raúl Valle Ochoa quien es fabricante y vendedor de sorbete artesanal en la zona del centro de San Salvador.

5.3 LA OBSERVACIÓN DIRECTA

Esta se desarrolló conforme a visitas periódicas a los lugares intervinientes en el desarrollo de la investigación, uno de estos lugares es la zona turística, central y alrededores de Tamanique para observar la afluencia de personas y potenciales consumidores así como otros puntos importantes relacionados con la comercialización del sorbete, también se visitó las cooperativas intervinientes en el proyecto a desarrollar y las familias asociadas a dichas cooperativas, este proceso fue de suma importancia ya que complementa la investigación realizada, el instrumento utilizado para la observación directa fue la presencia del grupo en cada visita realizada.

6 ÁMBITO DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación fue limitada al municipio de Tamanique ya que ahí se encuentran las cooperativas intervinientes en la investigación y principalmente la cooperativa La Libertad que es donde se da la mayoría de la recolección de los datos, así mismo ahí se encuentran las familias asociadas y los residentes de la zona.

7 UNIDADES DE ANÁLISIS

Las unidades que fueron objeto de análisis para la realización de la investigación son:

- Población de Tamanique y sus alrededores, compuesta por los residentes, comerciantes locales y turistas.
- Familias asociadas a las cooperativas de Tamanique, las cuales la conforman “La Libertad” de R.L., Acahuaspán de R.L., San Isidro de R.L. y San Alfonso de R.L.
- Personal administrativo, corresponde al personal de “La Libertad” de R.L. debido a que son los involucrados en el proyecto.

8 DETERMINACIÓN DEL UNIVERSO Y MUESTRA

8.1 UNIVERSO

El universo estaba constituido por la población del municipio de Tamanique, la cual consta de 8,080 personas entre las cuales están:

8.1.1 FAMILIAS ASOCIADAS A LAS COOPERATIVAS

Los miembros de las 4 diferentes cooperativas del departamento de Tamanique se tomaron entre la muestra para que fueran representativos, las cuales se detallaron así:

- “La Libertad” de R.L. – 22 asociados (12 hombres y 10 mujeres)
- Acahuaspán de R.L. – 40 asociados (20 hombres y 20 mujeres)
- San Alfonso de R.L. – 60 asociados (50 hombres y 10 mujeres)
- San Isidro de R.L. – 209 asociados (174 hombres y 35 mujeres)

Haciendo un total de 331 asociados.

8.1.2 ADMINISTRATIVOS

Aquí se tomó directamente la población total perteneciente a la cooperativa “La Libertad” de R.L. para que fuera representativo, los cuales sumaron un total de 12 miembros.

8.1.3 RESIDENTES

De entre los residentes se tomaron en cuenta los comerciantes locales y turistas.

8.2 CÁLCULO DE P y Q

Para realizar el cálculo de la ocurrencia (P) o la no ocurrencia (Q) de un evento se realizó una prueba piloto a 25 personas pobladores de la zona de Tamanique y alrededores tomados al azar, la prueba constaba de 3 preguntas sencillas y el resultado obtenido fue el siguiente:

1. ¿Ha consumido alguna vez el sorbete artesanal (de carretón)? Si su respuesta es Si pasar a la pregunta N° 3, si su respuesta es No pasar a la pregunta siguiente.

Si 64%

No 36%

2. Si usted nunca ha consumido el sorbete artesanal ¿Estaría dispuesto a consumirlo en una manera diferente a la habitual? Fin de la encuesta.

Si 56%

No 44%

3. Si usted ha consumido el sorbete artesanal, ¿Estaría dispuesto a vivir una nueva experiencia consumiendo un nuevo tipo de sorbete artesanal en el mercado? Fin de la encuesta.

Si 81%

No 19%

Según las respuestas obtenidas, el cálculo de P y Q fue el siguiente:

$$P = \frac{64\% + 56\% + 81\%}{3} = 67\% \approx 0.67$$

$$Q = \frac{36\% + 44\% + 19\%}{3} = 33\% \approx 0.33$$

8.3 MUESTRA

8.3.1 POBLACIÓN DE TAMANIQUE

El diseño muestral que se utilizó fue el muestreo aleatorio simple.⁵³ Para determinar la población sujeta de estudio de los asociados se tuvo en cuenta el valor porcentual de cada una, mientras que de los administrativos se tomaron directamente como parte de la muestra con objeto de tener mayor representatividad.

El cálculo de la muestra se obtuvo utilizando la fórmula estadística para poblaciones finitas.⁵⁴

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

Dibujo 5 – Fórmula estadística para poblaciones finitas

Donde:

n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño de la población

Z = Valor crítico, corresponde al nivel de confianza de acuerdo a los valores de la tabla de áreas bajo la curva normal

p = Proporción poblacional de ocurrencia de un evento

q = Proporción poblacional de la no ocurrencia de un evento

E = Error muestral es decir la diferencia que puede haber entre el resultado que obtenemos preguntando a una muestra de la población y el que obtendríamos si preguntáramos al total de ella.

Para la investigación en estudio, se tuvieron las siguientes restricciones:

N = 8,080

⁵³ maralboran.org/wikipedia/index.php/Tipos_de_muestreos

⁵⁴ Cómo prepara el anteproyecto de investigación y la tesis de graduación, Maymo Rasiel Meléndez, Editorial Ediciones MAYVISION, año 2008, p. 167.

$Z = 1.834$ (Valor que corresponde a un nivel de confianza del 93%)

$p = 0.67$

$q = 0.33$

$E = 7\%$ (Se considera un 7% de error muestral, por motivos de accesibilidad a la zona, del bajo nivel de estudio, por la falta de tiempo que se pueda tener de los encuestados)

Aplicando la fórmula:

$$n = \frac{1.834^2 \times 0.67 \times 0.33 \times 8,080}{(8080 - 1) \times 0.07^2 + 1.834^2 \times 0.67 \times 0.33}$$

$$n = \frac{6014.93014}{40.331522}$$

$n = 149.14 \approx 149$ personas es la población que fue encuestada de los sectores residentes, dueños de locales comerciales, asociados y administrativos.

La distribución muestral fue la siguiente:

Datos	Total muestral	Asociados		Administrativos		Residentes	
		Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
"La Libertad" de R.L.	16	2	2	8	4	Estas corresponden a todo el municipio de Tamanique	
Acahuaspán de R.L.	4	2	2	0	0		
San Alfonso de R.L.	4	2	2	0	0		
San Isidro de R.L.	4	2	2	0	0		
Total	149	8	8	8	4	59	62

Tabla 2 – Distribución muestral

Para que la muestra de los asociados fuera considerada representativa se tomaron como valor un 11% del total de las encuestas lo cual genera para cada una de las cooperativas 2 hombres y 2 mujeres como censo. El valor de los administrativos se tomó directamente de la muestra, encuestando a 8 hombres y 4

mujeres. El valor correspondiente para los residentes fue de 121 encuestados de los cuales un 49% correspondió a hombres y un 51% a mujeres, que fueron censados de forma aleatoria.

9 PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

El procesamiento de la información se llevó a cabo a través de la tabulación de los datos y el análisis e interpretación de los mismos. Estos servirán como base para el análisis de la situación actual y que a su vez harán posible las conclusiones y recomendaciones respectivas.

Los análisis e interpretaciones efectuados proporcionarán diversas conclusiones y recomendaciones que mostrarán las ventajas y desventajas del proyecto a realizar y que servirán de base para la realización del estudio de factibilidad para el montaje de la planta procesadora de sorbete artesanal.

D. DIAGNÓSTICO DE LAS SITUACIÓN ACTUAL (RESULTADOS OBTENIDOS DE ENCUESTA PARA LOS RESIDENTES, ANEXO 9)

1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN DEL SORBETE EN LA ZONA TURÍSTICA DE TAMANIQUE Y SUS ALREDEDORES

1.1 CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

1.1.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

Sorbete artesanal

De acuerdo a los resultados obtenidos de la encuesta en la interrogante número 12 las personas afirman que un 93% consume el sorbete artesanal, de estas en la pregunta 17 las personas prefieren el consumo en un 12% en cono, 15% vaso desechable, 17% charrita, 17% cono y vaso desechable, 8% cono y charrita, 2% vaso desechable y charrita y un 23% en todas las presentaciones. (Ver anexo 9 encuesta para los residentes).

Entre las características que destacan las preferencias son el sabor de la fruta, la ausencia de agentes químicos, densidad, aspecto, forma, dulzor; mientras que pocas personas dijeron no degustar de este postre frío ya que les desagradan algunos aspectos.

Se podría decir que actualmente el producto del sorbete artesanal es de agrado de los consumidores, pero factores como la calidad, higiene y vistosidad podrían ser aspectos claves para hacer de este producto del total agrado de los actuales consumidores y si es posible atraer a nuevos.

Campos de utilización

El sorbete artesanal, está enfocado a satisfacer las necesidades de los consumidores a un nivel de:

Consumidores finales

Personas con la necesidad de cuidar su salud y bienestar, no importando al estrato social que pertenezcan.

Productos sustitutos, similares y complementarios

Considerando que estos son los productos que satisfacen la misma necesidad son los siguientes: sorbetes artificiales y naturales 20%, minutas 19%, frozen 13%, paletas 18%, gelatinas 17% y 13% sorbete de chorro; según la pregunta 4. (Ver anexo 9 encuesta para los residentes).

1.2 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

1.2.1 ANÁLISIS Y CARACTERÍSTICAS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

Los resultados de la encuesta en la pregunta 7 presentan porque los consumidores finales adquieren el sorbete artesanal u otro postre similar a este. Un 63% lo prefiere por su sabor, la variable precio es considerada solo por un 7%, la calidad es significativa en un 15%, la presentación 1%, conveniencia 6%, higiene 5%, otras razones 2% y un 2% no lo consumen. Sin embargo para identificar la disponibilidad de los consumidores al adquirir un nuevo sorbete artesanal en la pregunta 19 un 100% dijo que estaría dispuesto. (Ver anexo 9 encuesta para los residentes).

1.2.2 CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

Capacidad del mercado actual y su potencial (Resultados obtenidos de las interrogantes número 12, 13, 19, 24, 20, 25 y 26) (Ver anexo 9 encuesta para los residentes).

El mercado actual del sorbete artesanal por ser una zona turística costera las condiciones climáticas favorecen su consumo entre pobladores y turistas, considerando que un 93% de los encuestados manifestaron consumirlos y un 100% mostraron interés en consumir un nuevo tipo de sorbete artesanal, este a su vez es consumido “ocasionalmente” por un 79%.

Para que el nuevo sorbete artesanal tenga éxito en el mercado competitivo es necesario que los vendedores tengan una buena presentación en un 98% según la pregunta 24, distinguir al comerciante mediante un uniforme en un 95% según pregunta 25 y hacer uso de las medidas de higiene en un 96% según la pregunta 26; estos factores pueden influenciar al cliente a que adquiera el producto con una mayor confianza y que se lleve una buena impresión sobre el bien recibido mostrando su agrado y creando líneas de consumidores futuros.

Según la pregunta 20 la diversidad de sabores naturales sería un distintivo clave para que el producto tenga mayor auge, sin embargo es necesaria la estandarización de los mismos y la mezcla entre los mayormente preferidos agregando una gama de sabores exóticos para atraer clientes y diversificar la monotonía de sabores.

Competencia

Para mostrar el grado de competencia nos podemos remitir a las preguntas 4 y 6; la primera expresa la diversidad de postres fríos existentes en la zona (productos sustitutos o similares) mostrando su preferencia de la siguiente manera:

Alternativa	Peso
Sorbetes	20%
Minutas	19%
Paletas	18%
Gelatinas	17%
Frozen	13%
Sorbetes de chorro	13%
Total	100%

Tabla 3 – Competencia del sorbete artesanal (Productos sustitutos)

Y la interrogante 6 muestra las diferentes marcas consumidas por los habitantes de la zona distribuida de la siguiente forma:

Alternativa	Peso
La Nevería	21%
Pops	15%
Riosoto	14%
Sarita	12%
Frutaletas	9%
Foremost	8%
Jungle Snow	7%
Dos Pinos	7%
Boston	4%
Sin rival	2%
Otras marcas	0.4%
Total	100%

Tabla 4 – Competencia del sorbete artesanal (Productos similares)

Hay que aclarar que el objeto del proyecto e este momento no es competir con compañías grandes ganando mercado a nivel nacional, si no ofrecer una variedad de consumo en la zona para crear un distintivo turístico y trascender en la manera de producción del sorbete artesanal.

1.3 ANÁLISIS DE LA OFERTA

1.3.1 NÚMERO DE PRODUCTORES

En el caso del sorbete artesanal, por medio de la observación directa y el uso de entrevistas por parte del grupo se obtuvieron los resultados siguientes: Existen productores de sorbete artesanal en la zona de Tamanique y en la parte turística, sin embargo el negocio del sorbete artesanal no es practicado en masa, tampoco de forma industrializada debido a que este se hace solamente de fruta sin saborizantes artificiales, producto que difiere mucho de las ventas comerciales actuales. La forma de realizar el sorbete artesanal no es enseñada a cualquiera debido a que esta manera de trabajar solo se aprende entre familias pasando de generación en generación según nos informó el “Sr. Raúl Ochoa”⁵⁵; motivo por el cual podemos afirmar que el mercado del sorbete artesanal no se encuentra acaparado dejando espacio a la introducción de nuevos productos al mercado local.

1.3.2 PREFERENCIA DE CONSUMO Y PRECIO DE LOS PRODUCTOS

Sobre la preferencia de consumo, las personas encuestadas opinan según resultados obtenidos de la pregunta número 7, que el sabor es la característica más importante para el consumo de postres helados con un 63%, le sigue en nivel de importancia la calidad con un 15% y el precio le sigue en tercer lugar con un 7%. Sin embargo según las interrogantes 9 y 10 los consumidores prefieren el sorbete de tipo natural con un 65% y con respecto a su elaboración se encuentra muy parejo entre la forma manual con 44% e industrializada con un 49%. (Ver anexo 9 encuesta para los residentes).

La variable precio se trata en las preguntas 14 y 23, en la primera conocemos el precio con el cual se comercializa el sorbete artesanal en el mercado actual cuyo valor se encuentra entre \$0.25 a \$0.50 con un 85% de certeza. En la segunda interrogante se plantea el establecimiento de un precio para el nuevo sorbete artesanal el cual es de \$0.50 aceptado entre un 93% de los encuestados según diversidad de presentaciones. (Ver anexo 9 encuesta para los residentes).

⁵⁵ Sr. José Raúl Valle Ochoa (Fabricante y vendedor de sorbete artesanal, en el centro de San Salvador)

Los consumidores estarían dispuestos a adquirir el sorbete artesanal si este difiriera su precio de los comerciantes de “carretón”, resultados obtenidos mediante comentarios si el estándar del sabor se mantiene, aumenten la calidad e higiene con el objeto de satisfacer las expectativas del cliente.

1.4 ANÁLISIS DE PRECIOS

1.4.1 COMPETENCIA Y PRECIOS

Considerando como competencia todos aquellos comerciantes de postres fríos existentes en la zona de Tamanique y sus alrededores destacan entre ellos en la interrogante 6 La Nevería, Pops, Riosoto y Sarita, considerando la comercialización de productos similares o sustitutos. Sin embargo como se mencionó anteriormente el objetivo del proyecto no es competir con las grandes empresas si no contribuir con un distintivo turístico local. (Ver anexo 9 encuesta para los residentes).

La frecuencia en el consumo de éste producto se centra en su mayor porcentaje en “ocasional”. Los precios que la mayoría de los consumidores encuestados pagan por el producto se encuentra entre \$0.25 a \$0.50. (Ver anexo 9 encuesta para los residentes).

1.4.2 ESTRATEGIAS PARA FIJAR PRECIOS

Los precios son determinantes en la elección final de los consumidores, pues estos prefieren comprar los productos de menor precio, siempre y cuando la calidad y cantidad del nuevo producto sea igual o mejor que los actuales, para entrar en el mercado. Como se pudo constatar mediante comentarios de los encuestados que se encontraban en la disposición de consumir el producto sin comparar precios actuales en el mercado.

1.5 ANÁLISIS DE COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO

1.5.1 PRODUCTO

Mediante los resultados obtenidos de la pregunta 17 se determina que los consumidores adquieren el sorbete artesanal principalmente en “charrita” con un 17%, en segundo lugar el vaso desechable con 15% y por último en cono con un 12%. Sin embargo al momento de obtener los resultados existían preferencias duales o múltiples ya que en cono y vaso desechable tuvo un valor de 17%, luego un 8% por parte de el cono y charrita juntos, seguidos de el vaso desechable y charrita con un 2%; mientras que por su contraparte un 23% opinó que lo prefería en las tres presentaciones. Por lo tanto para la producción del recipiente (cono, vaso desechable o charrita) se debe ser minucioso al momento de abastecerse debido a que las preferencias de consumo son muy similares. (Ver anexo 9 encuesta para los residentes).

Una variable distintiva es la diversidad de sabores para la mezcla perfecta entre estándares y frutas exóticas, para mantener los sabores mayormente comercializados según la pregunta 18 son coco, tamarindo, fresa, arrayán y zapote; y los exóticos como resultado de la pregunta 20 los cuales son mango, marañón, piña, guineo, sandía, naranja, jocote, uva y manzana. (Ver anexo 9 encuesta para los residentes).

1.5.2 PRECIO

Como ya se mencionó en otros apartados, se realizaron dos preguntas referentes al precio la 14 y la 23 de las cuales se pueden obtener los siguientes datos:

En el caso del sorbete artesanal los consumidores en su mayoría pagan un precio entre \$0.25 a \$0.50 por unidad y si éste se mantuviera alrededor de los \$0.50 ellos estarían dispuestos a adquirirlo, según comentarios si el producto parece de buena procedencia, buena calidad y con las medidas respectivas de higiene, sin olvidar la variable sabor natural.

1.5.3 PROMOCIÓN

La promoción actual de estos productos es básicamente nula, según la observación directa ya que no existen carteles o rótulos anunciando la venta del sorbete artesanal mucho menos anuncios por medios de comunicación masiva por el motivo de no comercializarse mucho en locales fijos, es en su mayoría una venta ambulante. Es por este motivo que la persona fabricante – vendedor no se preocupa por gastar en publicidad y promoción ya que donde el comerciante se sitúa hace llamamientos para anunciar su producto.

1.5.4 CANALES DE DISTRIBUCIÓN (PLAZA)

Los medios por los cuales los consumidores adquieren el sorbete artesanal, según los resultados obtenidos en las encuestas en la pregunta 16; son en su mayoría vendedores de carretón con un 69%, ambulantes un 13% y 9% en locales. Según comentarios de los encuestados estas formas de ventas muchas veces no mantienen las medidas de higiene con los productos comercializados, ni estándares de calidad en peso o volumen de lo vendido. Según la pregunta 21 los consumidores preferirían obtener el producto en un local. (Ver anexo 9 encuesta para los residentes).

La ubicación estratégica del proyecto según la interrogante 15 sería más adecuada la zona turística alrededor de Tamanique ya que sería más favorable para los visitantes y los transeúntes identificarlo y adquirir el sorbete artesanal. (Ver anexo 9 encuesta para los residentes).

De los resultados obtenidos en las encuestas, como anteriormente se ha dicho, los consumidores en su mayoría adquirieren el sorbete artesanal en carretones, ventas ambulantes y locales; por lo que se llega a la conclusión que los productores utilizan los siguientes canales de distribución:

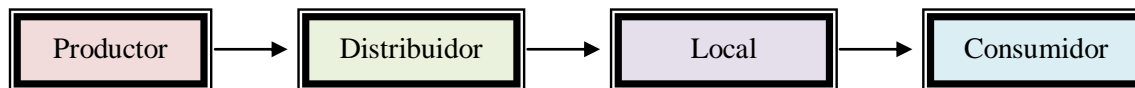
Vendedor de Carretón (69%):



Ambulantes (13%):



Ventas locales (9%):



Dibujo 6 – Canales de distribución del sorbete artesanal

1.6 ANÁLISIS DE LA MATRIZ FODA (FORTALEZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES Y AMENAZAS)

1.6.1 IDENTIFICACIÓN DE LAS FORTALEZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES Y AMENAZAS.

MATRIZ F.O.D.A.	
Aspectos positivos que deben analizarse	
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> 👁 Existencia de varios tipos de árboles frutales 👁 Existencia de terreno para sembrar árboles frutales 👁 Disponibilidad para trabajar en equipo 👁 Existencia de conocimiento en agricultura (cultivo de fruta) 👁 Importancia de las normas de higiene y seguridad ocupacional (BPM) 	<ul style="list-style-type: none"> 👁 Ubicación estratégica de negocio (zona turística) 👁 Disponibilidad del consumidor a probar un nuevo postre helado 👁 Distintivo turístico de la zona (elaboración de sorbete artesanal semi-industrial) 👁 Ofertar un producto a base de elementos Naturales 👁 Facilidad de penetración de mercado debido a condiciones climáticas que favorecen la comercialización del producto

Aspectos negativos que deben analizarse	
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> 👁️ Falta de acceso a créditos 👁️ No existencia de conocimientos del proceso de elaboración del sorbete artesanal 👁️ No existencia de conocimiento en el uso de maquinaria para la transformación de la fruta 👁️ Paradigma mental de los consumidores respecto a la falta de higiene en la elaboración del sorbete artesanal 👁️ Falta de recursos económicos en concepto de inversión para el proyecto 	<ul style="list-style-type: none"> 👁️ Existencia de marcas reconocidas de productos similares 👁️ Variación en los precios de la materia prima 👁️ Alza en los costos y gastos de manufactura 👁️ Introducción de nuevos productos por parte de los competidores de la zona 👁️ Bajo poder adquisitivo por parte de los consumidores

Tabla 5 – Matriz FODA

1.7 ELABORACIÓN Y CRUZAMIENTO DE LA MATRIZ

1.7.1 CRUCE FO (FORTALEZAS-OPORTUNIDADES) ESTRATEGIAS OFENSIVAS

Oportunidades Fortalezas	Ubicación estratégica de negocio (zona turística)	Disponibilidad del consumidor a probar un nuevo postre helado	Distintivo turístico de la zona (elaboración de sorbete artesanal semi-industrial)	Ofertar un producto a base de elementos Naturales	Facilidad de penetración de mercado debido a condiciones climáticas que favorecen la comercialización del producto
Existencia de varios tipos de árboles frutales	Creación de variedad de sabores de sorbete artesanal para su comercialización en la zona	Elaboración de variedad de sabores para atracción del cliente	Aprovechar la diversidad de fruta y sabores como atractivo potencial de la zona	Concientizar a las personas sobre el consumo de productos naturales	Diversidad de sabores en distintas épocas del año
Existencia de terreno para sembrar árboles frutales	Cultivo de fruta para su posterior procesamiento	Cultivo de fruta para su posterior procesamiento	Aprovechar la diversidad de fruta y sabores como atractivo potencial de la zona	X	X
Disponibilidad para trabajar en equipo	Aprovechamiento de las diversas ideas, habilidades y destrezas de los miembros para la ubicación de puestos de venta	Cultivar en el personal la buena atención al cliente para crear fidelización	Cultivar en el personal la buena atención al cliente para crear fidelización	X	Fomentar la buena atención al cliente
Existencia de conocimiento en agricultura (cultivo de fruta)	Diversificar la siembra de árboles frutales para luego procesarla	Cultivo de fruta para mayor diversidad de sabores	X	X	X
Importancia de las normas de higiene y seguridad ocupacional (BPM)	Dar a conocer que el producto ofertado posee buenas medidas de higiene en su elaboración para un mayor atractivo	Enseñarle al cliente la importancia de las BPM en la salud de las personas	Crear reconocimiento en las personas sobre la BPM en la elaboración del sorbete como valor agregado	Mostrar la importancia de la higiene en la manipulación de productos naturales	Enseñarle al cliente la importancia de las BPM en la salud de las personas

Tabla 6 – Cruce FO

1.7.2 CRUCE FA (FORTALEZAS-AMENAZAS) ESTRATEGIAS DEFENSIVAS

Amenazas Fortalezas	Existencia de marcas reconocidas de productos similares	Variación en los precios de la materia prima	Alza en los costos y gastos de manufactura	Introducción de nuevos productos por parte de los competidores de la zona	Bajo poder adquisitivo por parte de los consumidores
Existencia de varios tipos de árboles frutales	×	Mantener una producción constante para no incurrir en compra de fruta	Aprovechar la producción de la fruta y evitar los desperdicios para no incurrir en gastos mayores	Aprovechamiento de la diversidad de fruta para la producción de sabores novedosos	Mantener una producción constante para brindarle buenos precios a los consumidores
Existencia de terreno para sembrar árboles frutales	×	×	×	×	×
Disponibilidad para trabajar en equipo	Aprovechamiento de las ideas del personal para la creación de sabores innovadores	×	Realizar una buena distribución de las actividades laborales para evitar tiempos ociosos	Aprovechamiento de las ideas del personal para la creación de sabores innovadores	Aprovechar las ideas del personal para la creación de ofertas para los consumidores
Existencia de conocimiento en agricultura (cultivo de fruta)	×	Darle seguimiento a la variación de precios para aprovechar la compra de ellos	×	×	×
Importancia de las normas de higiene y seguridad ocupacional (BPM)	Dar a conocer que el producto ofertado posee buenas medidas de higiene en su elaboración para un mayor atractivo	×	Concientizar al personal sobre normas de higiene y seguridad para evitar accidentes laborales e incremento en los costos y gastos	Mostrar y mantener los buenos estándares de calidad para competir con nuevos productos	×

Tabla 7 – Cruce FA

1.7.3 CRUCE DO (DEBILIDADES-OPORTUNIDADES) ESTRATEGIAS ADAPTATIVAS

Oportunidad / Debilidad	Ubicación estratégica de negocio (zona turística)	Disponibilidad del consumidor a probar un nuevo postre helado	Distintivo turístico de la zona (elaboración de sorbete artesanal semi-industrial)	Ofertar un producto a base de elementos Naturales	Facilidad de penetración de mercado debido a condiciones climáticas que favorecen la comercialización del producto
Falta de acceso a créditos	Establecer un fondo de ahorros para solventar cualquier contingencia	Incentivar a los socios de la cooperativa a la búsqueda de nuevos créditos para poner en marcha el proyecto	×	×	Incentivar a los socios a la búsqueda de nuevos créditos teniendo en cuenta la facilidad de penetración de mdo.
No existencia de conocimientos del proceso de elaboración del sorbete artesanal	Capacitar al personal en el proceso de elaboración de sorbete y a provechar la ubicación estratégica de negocios	Capacitar al personal en el proceso de elaboración de sorbete para brindarle al consumidor un concepto diferente en sorbete artesanal	Capacitar al personal en el proceso de elaboración de sorbete para darle a la zona un atractivo turístico	Capacitarse en la elaboración de sorbete artesanal para el aprovechamiento de la existencia de diversidad de fruta	Capacitar al personal en el proceso de elaboración de sorbete teniendo en cuenta su fácil comercialización
No existencia de conocimiento en el uso de maquinaria para la transformación de la fruta	Capacitar al personal en el uso de maquinaria para la transformación de la fruta y provechar la ubicación estratégica de negocios	Capacitar al personal en el uso de maquinaria para la transformación de la fruta	Capacitar al personal en el uso de maquinaria para la transformación de la fruta y darle a la zona un nuevo atractivo turístico	Capacitarse en el uso de maquinaria para la transformación de la fruta y ofrecer diversidad de sabores para competir	Capacitar al personal en el uso de maquinaria para la transformación de la fruta y provechar las condiciones para comercializar en la zona
Paradigma mental de los consumidores respecto a la falta de higiene en la elaboración del sorbete artesanal	Aprovechar la zona turística para ofrecer a las personas un concepto diferente en la producción de sorbete artesanal	Dar a conocer que el producto ofertado posee buenas medidas de higiene en su elaboración para un mayor atractivo	Dar a conocer que el producto ofertado posee buenas medidas de higiene en su elaboración para un mayor atractivo	Dar a conocer que el producto ofertado posee buenas medidas de higiene en su elaboración y sin perder sus nutrientes naturales	Dar a conocer que el producto ofertado posee buenas medidas de higiene en su elaboración para un mayor atractivo
Falta de recursos económicos en concepto de inversión para el proyecto	Crear alianzas estratégicas entre las cooperativas de la zona para solventar las necesidades financieras	Incentivar a los socios de la cooperativa a la búsqueda de nuevos créditos para poner en marcha el proyecto	×	×	Buscar alternativas de apalancamiento

Tabla 8 – Cruce DO

1.7.4 CRUCE DA (DEBILIDADES-AMENAZAS) ESTRATEGIAS DE SUPERVIVENCIA

Debilidades Amenazas	Falta de acceso a créditos	No existencia de conocimientos del proceso de elaboración del sorbete artesanal	No existencia de conocimiento en el uso de maquinaria para la transformación de la fruta	Paradigma mental de los consumidores respecto a la falta de higiene en la elaboración del sorbete artesanal	Falta de recursos económicos en concepto de inversión para el proyecto
Existencia de marcas reconocidas de productos similares	Buscar alternativas financieras para poder competir en el mercado	Capacitar al personal en la elaboración de sorbete artesanal e innovar sabores para competir	Capacitar al personal en el uso de maquinaria de transformación de la fruta con el objetivo de mejorar los procesos	Crear estrategias publicitarias enfocadas a dar a conocer la calidad del producto	Buscar alternativas financieras internas o externas para iniciar el proyecto
Variación en los precios de la materia prima	Buscar los proveedores que brinden los mejores precios	×	×	Buscar proveedores que ofrezcan materias primas de calidad y a buenos precios	×
Alza en los costos y gastos de manufactura	Analizar exhaustivamente cada gasto para evitar malversaciones	Analizar cada gasto o erogación que se dé en el proceso para evitar caer en malversaciones debido a la ignorancia	Cotización de precios a varios proveedores sobre el tipo de maquinaria a utilizar para ver la mejor opción	Buscar proveedores que ofrezcan materias primas de calidad y a buenos precios	Cotización de precios a varios proveedores sobre el tipo de maquinaria a utilizar para ver la mejor opción
Introducción de nuevos productos por parte de los competidores de la zona	×	Capacitar al personal en la elaboración de sorbete artesanal e innovar sabores para competir	Capacitar al personal en el uso de maquinaria de transformación de la fruta con el objetivo de mejorar los procesos	Ofertar un producto de buena calidad y que pueda competir con otras marcas	×
Bajo poder adquisitivo por parte de los consumidores	Creación de ofertas para los consumidores que siempre generen un margen de ganancias	×	Capacitarse para mejorar los procesos de producción con el fin de ofrecer productos al alcance de los consumidores	Crear estrategias de fidelización de clientes a través de ofertas y brindar conocimiento de la buena fabricación del sorbete	×

Tabla 9 – Cruce DA

1.8 INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

En esta fase se analizará y evaluarán los resultados arrojados por los cruces elaborados, así como se identificarán las posibles alternativas de solución para los diversos problemas descubiertos, cabe mencionar que estos problemas que afectarían a la cooperativa pueden ser internos, es decir referentes a la entidad como tal; y problemas externos o ajenos a ella, es importante mencionar que muchas de estas variables externas no están bajo el control de la empresa, más sin embargo eso no significa que no puede encontrarse una solución.

Problemas Internos	Posibles alternativas
Lo socios de la Cooperativa "La Libertad" no cuenta con financiamiento externo, es decir no tienen acceso a créditos.	Crear un fondo de ahorros con todos los miembros asociados para en un futuro solventar alguna necesidad; así como incentivar a la Junta Directiva a la búsqueda de alternativas financieras como acceso a créditos, demostrando a las entidades bancarias un nivel de confianza en la cooperativa.
Tanto el personal administrativo como los socios de la cooperativa no poseen ningún conocimiento en la elaboración del sorbete artesanal.	Capacitar al personal que se encargará del área de producción de la procesadora de sorbete no solo como objetivo de obtención de conocimientos, sino también con el objetivo de mejora de los procesos e innovación de productos.
Tanto el personal administrativo como los socios de la cooperativa no poseen ningún conocimiento en el uso de maquinaria para la transformación de la fruta	Capacitar al personal que se encargará del área de producción de la procesadora de sorbete no solo como objetivo de obtención de conocimientos, sino también con el objetivo de mejora de los procesos e innovación de productos.
Romper el paradigma mental que poseen los consumidores en cuanto a la falta de higiene en la elaboración del sorbete artesanal	Crear un plan publicitario no solo para dar a conocer el sorbete artesanal sino también enfocado a informar a los consumidores sobre la calidad y las buenas prácticas de manufactura llevadas a cabo para la elaboración de dicho producto; así como la importancia que se le tiene que dar a la presentación del producto y a la de las personas que intervienen en el proceso de producción y las encargadas del área de ventas.

Existencia de bajos recursos económicos dentro de la cooperativa para el montaje de la procesadora de sorbete artesanal.	Buscar aliarse con las demás cooperativas existentes en la zona de Tamanique para financiar el proyecto teniendo en cuenta el buen trabajo en equipo que poseen; así como la búsqueda de alternativas financieras externas tales como el acceso a créditos
Problemas externos	Posibles alternativas
Existen en la zona de Tamanique una gran variedad de marcas reconocidas de productos similares	Crear un plan publicitario enfocado a dar a conocer a los consumidores los atributos del producto y enfocarse en el hecho de que se pretende brindar un concepto diferente en sorbete artesanal manteniendo sin embargo sus elementos esenciales; así mismo enfocarse en la buena experiencia de compra del cliente y la calidad del producto ofertado.
Un problema que puede afectar es la fluctuación que se da en los precios de las materias primas.	Buscar alianza con proveedores que brinden mejores precios en la compra de materia prima; así como también buscar proveedores que ofrezcan buenas condiciones de cobro.
Otro problema que puede afectar es el alza en los costos y gastos de manufactura	Evitar los desperdicios en el área de producción, compra de materia prima en la medida de lo posible al productor o a grandes mayoristas para obtener precios más bajos posibles en los insumos, buscar la maximización de los recursos evitando los retrocesos en el proceso productivo aprovechando al máximo la capacidad instalada.
Existencia en la introducción de nuevos productos o similares en la zona de Tamanique y sus alrededores.	Crear estrategias de venta y diversidad de promociones que generen un atractivo en los consumidores y por ende la fidelización de clientes. Crear un plan publicitario con el objetivo de informar a la gente sobre la importancia que el producto ofrece por el hecho de estar hecho de elementos naturales así como las medidas de higiene para su elaboración.
Un problema que no se encontraría en dentro del control de la procesadora de sorbete es el bajo poder adquisitivo de las personas.	Ante esta situación lo que se puede hacer es elaborar ofertas y promociones que le permitan al consumidor acceder al producto y generar atracción de clientes y fidelización del mismo.

Tabla 10 – Interpretación de los resultados

E. ALCANCES Y LIMITACIONES

1 ALCANCES

- Con la elaboración de la investigación se pretende brindar al personal administrativo de la cooperativa la guía para la realización del proyecto y poder realizar las tomas de decisión pertinentes al caso
- De implementarse el proyecto esto traería consigo un beneficio a la zona turística de Tamanique, ya que le daría una mejor proyección de la región al distinguirse no solo por su ubicación geográfica en la zona costera, sino también por contar con la elaboración de productos alimenticios que la distingan.
- Con la creación del proyecto las familias asociadas tendrán una oportunidad de participación laboral y un ingreso económico extra para sustentar sus necesidades.
- Con la puesta en marcha del proyecto se pretende trascender la idea actual de la elaboración de sorbete artesanal de forma tradicional a una forma industrializada, con mayores estándares de calidad; más sin embargo sin dejar de perder sus características tradicionales.
- Modificar la forma de comercialización del sorbete artesanal, por medio de la creación de establecimientos en donde se practique la buena atención al cliente así como fomentar el uso de uniformes y distintivos que representen a la procesadora de sorbete.

2 LIMITACIONES

- La Cooperativa “La Libertad no cuenta con un financiamiento externo, es decir acceso a crédito, esto dificultaría un poco el montaje de la planta procesadora de sorbete artesanal.
- La falta de documentos de estudios realizados anteriormente sobre el tema investigado; solo existen investigaciones relacionadas con el montaje de procesadoras pero de otro tipo de productos.

- ☑ La no existencia de conocimiento sobre el proceso de elaboración de sorbete artesanal por parte de las personas que forman parte de la cooperativa, es decir tanto el personal administrativo como los miembros socios de la cooperativa.

- ☑ La no existencia de conocimiento sobre el uso de maquinaria para la transformación de la fruta por parte de las personas que forman parte de la cooperativa, es decir tanto el personal administrativo como los miembros socios de la cooperativa.

F. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1 CONCLUSIONES

El comercio actual del sorbete artesanal se encuentra en un estado poco aprovechado dado que los únicos productores – vendedores son de “carretón” (ventas ambulantes) y que es un negocio exclusivamente familiar, es decir no cualquiera se dedica a este; haciendo que la oferta no acapare la demanda.

En el municipio de Tamanique por ser una zona que se encuentra en la parte costera, las condiciones climáticas favorecen la comercialización; pero en el mercado actual la oferta del sorbete artesanal se encuentra afectada por competidores de productos sustitutos y similares. Haciendo que estos pasen de ser una elección previa a una simple opción.

Los factores que favorecen la venta son: la falta de elementos artificiales ya que el producto se fabrica de fruta natural, el precio bajo que parece razonable al bien ofertado, la venta ambulante permite la cobertura de una mayor zona de consumidores.

Sin embargo por su contraparte se tiene: la idea en la mente del consumidor que el sorbete artesanal carece de estándares de calidad y de higiene; esto merma considerablemente la venta del producto. La nula publicidad ha causado que este producto pierda fuerza frente a sus competidores.

En cambio el sorbete que se comercializa en locales (artificial) tiene acaparado el mercado con marcas que se han posicionado en la mente del consumidor, manteniendo niveles de higiene, estándares de calidad y estrategias con diversidad de sabores rompiendo esquemas de monotonía, sin dejar atrás el bombardeo de ofertas y promociones que ha creado fidelidad entre muchas personas. Desintegrando el mercado para acaparar estratos más definidos de consumidores masivos.

Por este motivo la investigación se enfoca en la creación de una guía que pretende mejorar el estado actual del comercio de sorbete artesanal, para formar parte de un atractivo turístico en la zona. Visto desde este punto el sorbete artesanal tiene muchos obstáculos y paradigmas que romper, sin embargo la poca explotación deja mucho mercado libre para lograr un posicionamiento local mas fuerte aprovechando sus ventajas competitivas.

Otro punto importante de mencionar es que la idea del proyecto es bien visto tanto por los miembros socios de la cooperativa así como el personal del área administrativa, aunado a ello el hecho de que son personas que poseen un alto agrado a trabajar en equipo, esto forma parte de una de sus principales fortalezas ya que se pueden coordinar con las demás cooperativas para echar a andar el proyecto.

2 RECOMENDACIONES

- Aprovechar la disponibilidad de las diferentes cooperativas para trabajar en equipo y lograr los objetivos propuestos por el proyecto.
- Romper el paradigma mental que posee actualmente el comercio de sorbete artesanal con la utilización de estándares de calidad y la puesta en práctica de medidas de higiene.
- Realizar en la medida de lo posible publicidad y promoción para posicionarse en la mente del consumidor y fidelizarlos.

- ☑ Diversificar sabores para romper la monotonía de la oferta actual logrando la mezcla perfecta entre los más demandados y exóticos.
- ☑ Ubicar estratégicamente el comercio del sorbete artesanal en un área turística de fácil acceso para lograr una factible penetración de mercado y lograr el atractivo turístico local.
- ☑ Trascender de la venta ambulante a un establecimiento local que represente un ambiente de satisfacción al consumidor.
- ☑ Mantener el uso de agentes naturales como ventaja ante los productos artificiales.

G. CIERRE DEL CAPÍTULO II

En este apartado se definió la importancia y los objetivos de la investigación, la metodología utilizada, los alcances y limitaciones del estudio; además se dieron a conocer los resultados de la investigación de campo efectuada a través del desarrollo de encuestas, entrevistas y observación directa, también se presentó la situación actual de la comercialización del sorbete en la zona turística de Tamanique y sus alrededores, a través de un análisis de la demanda y oferta actual, matriz FODA; finalizando con las conclusiones y recomendaciones del estudio. Con la información recabada podemos llegar a formar una idea de cómo encaminar el proyecto a la realidad lo cual nos lleva al siguiente capítulo realizando una propuesta que satisfaga las necesidades y que enriquezca de manera beneficiosa a la cooperativa.

III. CAPÍTULO III: PROPUESTA TÉCNICA

A. IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación es relevante debido a que la propuesta presentada a la Asociación Cooperativa de Producción Agropecuaria “La Libertad” de R.L., conllevará a la creación de una guía para el montaje de una procesadora de sorbete artesanal; beneficiando a las familias asociadas y contribuyendo al desarrollo turístico de la zona de Tamanique como atractivo local.

Así mismo se pretende trascender de los procesos manuales de elaboración de sorbete artesanal por una forma más industrializada la cual permita que los volúmenes de producción generados sean altos, sin superar la demanda esperada. Identificar y detallar los costos con el objeto de conocer el valor de cada unidad productiva y su valor redituable; analizando los flujos de efectivo al final de cada periodo mediante criterios económicos que reflejen la rentabilidad y aceptación del proyecto, al igual que los niveles de ingresos para conocer el tiempo de recuperación de la inversión y que ayude a la toma de decisiones futuras.

Para llevar a cabo esta propuesta se necesita conocer varios aspectos que conforman la creación de la procesadora tales como la situación del actual del mercado, la demanda y la oferta y demás factores intervinientes. Así mismo se necesita conocer los aspectos técnicos del montaje de la planta procesadora para cuando el producto sea elaborado posea buenos estándares productivos, es por ello que se trata de brindar una propuesta que agilice el proceso de producción teniendo en cuenta la calidad del producto a través de la puesta en práctica de las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM).

Mediante la información obtenida por medio de las diferentes herramientas financieras se pueden implementar estrategias de penetración de mercado adecuadas para la obtención de ingresos y utilizando las diferentes normas de higiene que permitan el buen funcionamiento de la procesadora y su local de ventas. Todo esto para lograr la aceptación del sorbete artesanal en el área a comercializar.

B. ESTUDIO DE MERCADO

1 CARACTERÍSTICAS Y DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

Muchas son las empresas que se dedican a la comercialización de sorbete en la zona de Tamanique y sus alrededores, todas ofrecen el mismo producto pero cada uno con sus propias características, ya sea este como un valor agregado o como parte del producto en sí. Para el caso, al llevar a la práctica el montaje de la planta procesadora de sorbete artesanal, el producto que ha de ofrecer tendrá sus características particulares que lo volverá de cierta forma más atractivo.

Como se sabe los productos pueden describirse en términos de sus características y beneficios. Las características de un producto son sus rasgos; los beneficios son las necesidades del cliente satisfechas por tales rasgos. Algunos ejemplos de esas características son: tamaño, color, potencia, funcionalidad, diseño, horas de servicio y contenido estructural.

El sorbete artesanal que se pretende ofrecer tendrá características particulares que lo diferenciará de los demás tipos de sorbetes, comenzando por su fabricación a base de frutas naturales y sin ningún preservante químico, es decir, conservaría sus nutrientes naturales, además su manufactura será de forma semi – industrial y con altas medidas de higiene pero sin perder las particularidades del artesanal ya que con esto se pretende trascender del típico sorbete que es comercializado en carretón; he aquí que surge otro punto importante debido a que se pretende ofrecer el sorbete a los consumidores en un local y que las personas puedan degustarlo con tranquilidad, algo que no se puede realizar si se adquiere en la calle. Además el consumidor podrá degustar el sorbete en sus 3 presentaciones es decir en vaso desechable, en cono y en el tradicional barquillo de canastita o también llamado “charrita”. (Ver descripción del producto capítulo II)

2 CLASIFICACIÓN DEL PRODUCTO

Existen una infinidad de categorías para clasificar los productos, ya sea por su uso, frecuencia de consumo, por sus características, por su durabilidad, etc.

Para el caso, dado el hecho de que el producto que se vende es de naturaleza comestible, este se clasifica en un bien perecedero o no duradero.

3 MARCAS

La marca tiene la finalidad de identificar un producto y diferenciarlo formalmente de los demás; es, además, un instrumento de protección legal frente a posibles usos por terceros.

Es importante mencionar que para la presente investigación, la creación de la marca no se ha dado por fruto del azar, sino que se llevó a cabo una prudente exploración en la que se sometió a votación tanto el nombre, el slogan y el logotipo que conformarán la identidad del sorbete artesanal; para lo cual antes de comenzar a describir la marca como tal es necesario dar a conocer lo siguiente: (Ver anexo 9, preguntas 27 y 28)

4 NOMBRES Y SLOGAN

Para la selección del nombre y slogan que representarán al sorbete artesanal, se sometieron a votación 5 opciones, los cuales fueron incluidos en las encuestas que se les pasaron tanto al personal administrativo, a los socios de la cooperativa y a los residentes de la zona de Tamanique y sus alrededores, todo con el objetivo de conocer los gustos y preferencias de las personas en cuanto a cómo se podría nombrar al sorbete artesanal, de esta manera también se puede conocer con cuál de estas opciones las personas se podrían sentir más identificadas. (Ver anexo 9, pregunta 27)

Opciones:

NOMBRE	SLOGAN
D'Carretón	El sabor de la tradición
Sorbeloco	Locura de sabores naturales
Los naturales	La fruta hecha sorbete
Sorbetes de Tamanique	Lo mejor de Tamanique
Delifrutal	El sabor de lo natural

Nombre y Slogan	Administrativos	Socios	Población	Total
Opción 1	0	2	29	31
Opción 2	1	1	25	27
Opción 3	6	2	21	29
Opción 4	0	4	7	11
Opción 5	5	7	39	51
Total	12	16	121	149

Tabla 11 – Nombres y Slogan

Según los resultados obtenidos y conociendo la preferencia de las personas por los nombres y slogan sometidos a votación, se obtiene lo siguiente:

Primer lugar:

Opción 5 —————> Delifrutal “El sabor de lo natural”

De igual forma se sometió a votación también por separado el logotipo.

5 LOGOTIPO

Para la selección del logotipo que representará al sorbete artesanal, se sometieron a votación 5 opciones, los cuales fueron incluidos en las encuestas que se les pasaron tanto al personal administrativo, a los socios de la cooperativa y a los residentes de la zona de Tamanique y sus alrededores, todo con el objetivo de conocer los gustos y preferencias de las personas en cuanto a cómo se podría representar el sorbete

artesanal, de esta manera también se puede conocer con cuál de estas opciones las personas se podrían sentir más atraídas. (Ver anexo 9, pregunta 28)

Logotipo	Administrativos	Socios	Población	Total
Opción 1	0	6	15	21
Opción 2	5	7	44	56
Opción 3	1	2	27	30
Opción 4	4	0	4	8
Opción 5	2	1	31	34
Total	12	16	121	149

Tabla 12 – Logotipos y sus resultados

Según los resultados obtenidos y conociendo la preferencia de las personas por los diversos logotipos sometidos a votación, el logotipo elegido fue el siguiente:



Dibujado 7 – Representación de logotipo ganador

El nombre de marca y la marca registrada proporciona protección legal para ciertas características únicas que podrían copiar los competidores.

Recordemos que la marca ayuda de muchas maneras al consumidor, un ejemplo de ello es el que el consumidor reconozca la calidad del producto.

Para el caso habiendo analizado los resultados obtenidos de las opciones sobre el nombre, slogan y logotipo sometidos a votación en las encuestas se procedió a estructurar la marca que identificará al sorbete artesanal, quedando de la siguiente manera:



Dibujo 8 – Representación de logotipo, marca y slogan

A continuación se detallará los elementos que componen la marca elegida para el sorbete artesanal por las personas encuestadas.

Nombre o Fonotipo: Constituido por la parte de la marca que se puede pronunciar. Es la identidad verbal de la marca

Delifrutal

Slogan o Lema: es la frase o expresión identificativa del producto:

El sabor de lo natural

Logotipo: Es la representación gráfica del nombre, la grafía propia con la que éste se escribe.



Dibujo 9 – Logotipo y sus diferentes elementos

Para el caso, el logotipo ganador que representará al sorbete artesanal está constituido por un barquillo en forma de cono con 3 bolas de sorbete, cada una contiene una carita sonriente en alusión a la satisfacción de degustar el producto, siendo los colores de estas amarillo, celeste y rosado, a su alrededor se encuentran plasmados doce destellos que representan la alegría, la vivacidad que genera el probar un postre de este tipo, luego se encuentra rodeado por dieciséis frutas naturales ubicadas dentro de un círculo verde cada una, las cuales representan el origen del sorbete artesanal así como su variedad en sabores.

Gama cromática o cromatismo: es empleo y distribución de los colores.

En la marca se ven reflejados una diversidad de colores los cuales indican su interacción con la naturaleza, ejemplo de ello es el verde, ya que el punto principal es que se quiere dar a entender que el sorbete es puramente natural, el azul indica la transparencia, la frescura y por ende un estrecho lazo con el origen del producto, los tonos amarillos y naranjas indican e inspiran la existencia de ciertos frutos cítricos propios del verano y por último el tono morado utilizado indica sofisticación, algo nuevo y mejorado.

Como se puede observar la marca juega un papel muy importante en el reconocimiento y distinción del producto, ya que a través de su nombre o pronunciación las personas pueden formar un vínculo con la empresa.

De esta forma las personas al pronunciar “Delifrutal” podrán asociar e identificar el sorbete artesanal con su origen, calidad y diversidad de sabores.

6 LA CALIDAD

La calidad del producto es algo que no se puede palpar, sino que el cliente lo percibe a través de la satisfacción de sus necesidades y la complacencia de este. En cuanto a este factor se hará renombre en la prueba del producto, es decir incentivar al cliente a comparar el producto con otros y que noten la diferencia.

7 USOS Y ESPECIFICACIONES

En este contexto ya se mencionó que el producto es de uso comestible, por tanto no aplica el uso de empaque debido a que está destinado al consumo inmediato.

8 CAMPOS DE UTILIZACIÓN

Aquí se ve hacia quien va dirigido el producto, en este caso el sorbete artesanal va dirigido hacia el público en general, es decir todo tipo de personas: niños, jóvenes, adultos, familias, etc. Sin ninguna distinción de género ni estrato social.

C. ÁREA DE MERCADO PROPUESTA

1 MEZCLA DE MARKETING

1.1 PRODUCTO

El producto que se pretende elaborar es el sorbete artesanal o de carretón, este consiste en una especie de refresco espeso que se prepara con fruta, azúcar y agua o leche sin contener ningún químico y el cual con un nivel de refrigeración se transforma en un postre helado listo para degustarse.

Su forma de producción a diferencia del artesanal elaborado a mano tendrá un cambio radical debido a que en la elaboración de éste se tomarán en cuenta todas las medidas de higiene necesarias para brindarle al producto una mayor calidad; la producción se fundamentará en el uso de las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM), es decir el procedimiento de higiene y manipulación de las materias primas de una forma adecuada, buscando de esta manera ofrecer al consumidor un producto de calidad.

El sorbete será de consumo inmediato por lo cual se cataloga como un producto perecedero, el cual posee muchas características que lo vuelven atractivo al consumidor, algunos de ellas es el hecho que es

elaborado de frutas naturales recién cortadas y procesadas. Se producirá en una variedad de sabores para los diversos gustos del consumidor, ejemplo de sabores se encuentran: coco, tamarindo, fresa, arrayán, zapote, marañón, mango, así como otra variedad de sabores no tan ofertada al consumidor por los competidores tales como: piña, guineo, sandía, naranja, jocote, uva, manzana, melocotón, etc.

Se pretende ofrecer el sorbete artesanal al público en tres presentaciones diferentes:

En cono sencillo tradicional de vainilla		(5 medidas)
En vasito desechable de 8 onzas		(5 medidas)
En la tradicional charrita		(5 medidas)

La entrega de las porciones en cada presentación correspondiente se llevará a cabo con un medidor o “cortador” de sorbete # 40.

Así mismo el producto será ofrecido al cliente de manos de una persona que llevará un uniforme y un distintivo que represente el sorbete artesanal y con las debidas medidas de higiene para la manipulación del sorbete.

Y para finalizar con la descripción del producto, el sorbete artesanal tendrá su propia marca la cual consiste en **Delifrutal “El sabor de lo natural”**.

1.2 PRECIO

Para hablar del precio del sorbete artesanal es importante mencionar que para las personas de Tamanique y sus alrededores el consumo de un postre helado depende mucho no solo del precio sino también de otros factores como la buena procedencia, buena calidad y con las medidas respectivas de higiene, sin olvidar la variable sabor natural; todo esto se pudo constatar por medio de las diversas opiniones dadas por las personas a través de las encuestas realizadas para conocer sus diversas inquietudes en referencia al

consumo de postres helados, se pudo apreciar que las personas consumen dichos postres por diversas razones, y que pueden pagar variados precios si el producto satisface sus necesidades.

El sorbete artesanal que se pretende ofrecer al consumidor está enfocado a satisfacer la mayoría de necesidades que el consumidor tiene: buena procedencia, calidad, buen sabor, variedad de sabores, origen puramente natural, no uso de químicos en su elaboración; puede decirse entonces que es un buen candidato para la elección de las personas que desean degustar un postre frío por la razón que sea. Una vez visto estos factores pasamos a enunciar los precios de los sorbetes en sus diversas presentaciones. (Ver capítulo II Análisis de comercialización del producto, Precio)

Cono sencillo tradicional de vainilla		\$0.50
Vasito desechable de 8 onzas		\$0.50
Charrita tradicional		\$0.50

Los precios antes mencionados serán a pagar en efectivo por el consumidor solicitante, el cual podrá degustar el sorbete artesanal ya sea de un solo sabor o combinado con un máximo de 3 sabores por porción y a petición del cliente, este incluirá además un baño de jalea de fresa sobre el sorbete (según el gusto del consumidor); así mismo existirán otras opciones para degustación del cliente tales como dos medidas de sorbete extra por \$0.20 ctvs. adicionales.

1.3 PLAZA O DISTRIBUCIÓN

Generalmente y tradicionalmente el sorbete artesanal es ofertado a los consumidores de forma ambulante y en carretón, he aquí porque es llamado también “sorbete de carretón”, esta forma de ofrecerlo al público

es en su mayoría la manera en que llega a las manos de las personas habitantes o turistas de Tamanique y sus alrededores, mas sin embargo se comprobó a través de las opiniones de las personas que esta forma de venta muchas veces no mantienen las medidas de higiene con los productos comercializados, ni estándares de calidad en peso o volumen de lo vendido. (Ver capítulo II Análisis de comercialización del producto, Canales de distribución “Plaza”)

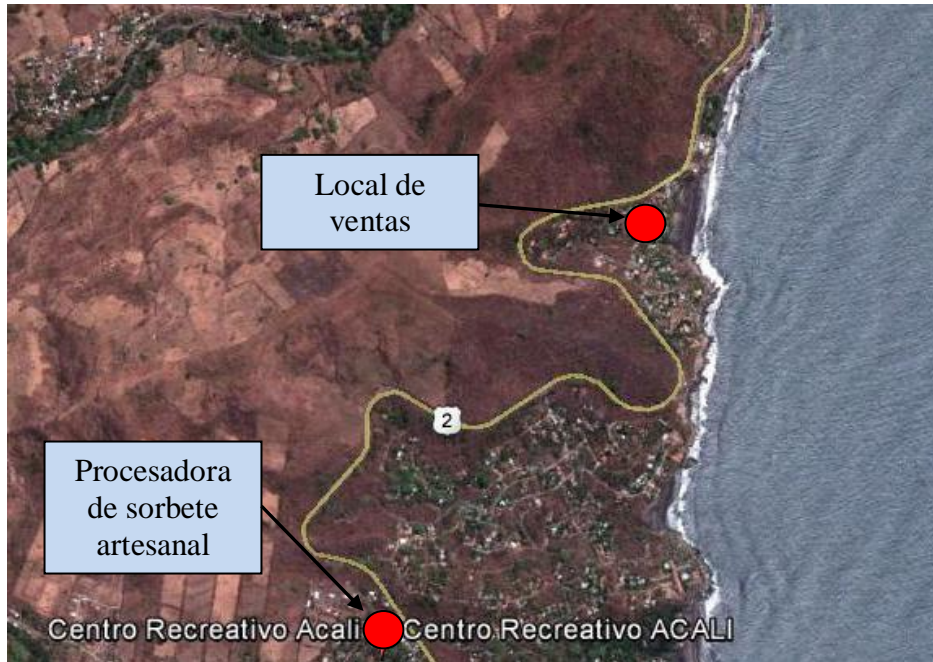
De los resultados obtenidos en las encuestas, como anteriormente se ha dicho, los consumidores en su mayoría opinaron que prefieren obtener el producto en un local por diversas razones, una de ellas, las medidas de higiene y el aseguramiento de la calidad.

La ubicación estratégica para el ofrecimiento del sorbete artesanal al público será en un local ubicado en la zona turística en los alrededores de Tamanique, específicamente en el Puerto de la Libertad, ya que es el centro y apogeo de reunión de las personas habitantes o turistas del país, así como de personas extranjeras; además es más favorable para los visitantes y los transeúntes identificarlo y adquirir el sorbete.

La venta será de forma directa, es decir el canal de distribución será el siguiente:



De esta forma se mantendrá una mayor relación con el cliente y se podrá conocer sus inquietudes y satisfacer mejor sus necesidades, creando así mismo la fidelización de clientes; sin embargo la fabricación del producto no será dentro de dicho local comercial; la procesadora de sorbete artesanal estará ubicada en la Cooperativa “La Libertad” que funge también como Centro Recreativo ACALI, el cual se encuentra ubicado en el cantón El Palmar, jurisdicción de Tamanique, departamento de La Libertad y cerca de las playas El Palmar, Punta Roca, El tunco y otras más.



Dibujo 10 – Ubicación de procesadora y local de ventas

El producto terminado será trasladado en un pick up propiedad de la cooperativa “La Libertad” en barricas de madera que contendrán los cilindros metálicos con el sorbete desde la procesadora hasta el local en donde será colocado en un freezer horizontal para luego colocarlo en la cámara refrigerante y mostrador.

1.4 PROMOCIÓN

La promoción de un producto es comunicar, informar y persuadir al cliente y otros interesados sobre la empresa, sus productos, y ofertas, para el logro de los objetivos organizacionales.

Con respecto a esta área, para dar a conocer el sorbete artesanal se pondrá en práctica algunos elementos de la promoción tal como la publicidad, la venta personal, la promoción de ventas y la publicidad blanca o no pagada.

Con respecto a la publicidad se pretende dar a conocer el producto creando una página volante en la que se dé a conocer el sorbete y sus características distintivas y particulares, además de colocar la ubicación exacta para que las personas puedan ir a degustar dicho postre; estas hojas volantes se repartirán en la

zona de Tamanique y sus alrededores para que las personas tengan conocimiento de dicho producto, además la creación de una grabación de audio en la que se incentive a las personas a degustar el postre dando a conocer también la dirección del local en cuestión, esta grabación será presentada al público por medio de bocinas las cuales las andará un vehículo por todas las calles de Tamanique y sus alrededores.

Con respecto a la venta personal, esta será puesta en práctica cuando las personas lleguen al local a degustar el postre y sea atendido por el vendedor que se encuentre en el lugar, obteniendo directamente de sus manos el producto.

La promoción de ventas se llevará a cabo de la siguiente manera, se estimulará al cliente a comprar el producto ofreciéndole cierto incentivo como un sorbete gratis si llega a degustar el postre con los miembros de su familia (uno por familia), crear una tarjeta sencilla de cliente frecuente en la que el portador de la tarjeta cada vez que compre un sorbete y lo cancele se le colocará un sello, al reunir 6 sellos tendrá derecho a un sorbete gratis presentado su tarjeta con los sellos reunidos; otro incentivo es seleccionar un día de la semana en específico para premiar a las personas que deguste un sorbete con una medida extra del producto. Otro incentivo se dará a través de rifas en las que una familia puede salir favorecida al ganar un sorbete para cada miembro, dicha participación exigirá cierto consumo de sorbete.

Con respecto a la publicidad blanca o no pagada; se recurrirá a medios televisivos en los que se pasen reportajes de la cultura y vida de El Salvador para dar a conocer el nuevo atractivo del sorbete artesanal que es un distintivo de Tamanique e incentivar a las personas a visitar el lugar y degustar el sorbete artesanal; por otra parte también promocionar el sorbete en el radio-mercado ubicado en el mercado del puerto de La Libertad para que anuncien el sorbete.

D. ÁREA TÉCNICA PROPUESTA

1 LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA

La localización de la planta es una parte muy importante dentro del área técnica del proyecto ya que en este punto se trata de buscar el lugar más adecuado para ubicar la procesadora.

Para el caso del montaje de la planta procesadora de sorbete artesanal, el lugar destinado es dentro de la Cooperativa “La Libertad” donde también se encuentra el Centro Recreativo ACALI, el cual está ubicado en el cantón El Palmar, jurisdicción de Tamanique, departamento de La Libertad, cerca de las playas El Palmar, Punta Roca, El tunco y otras más.

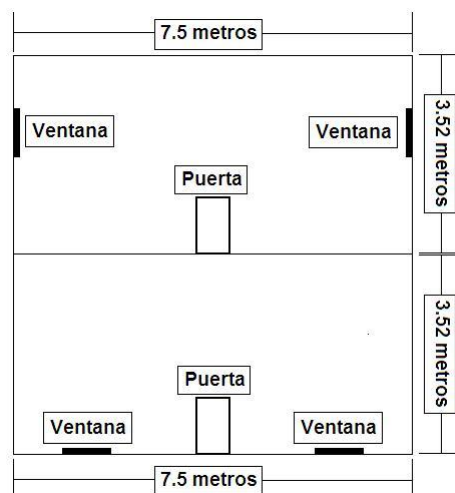
Dentro de la cooperativa existe una parte de terreno sin construir el cual a consentimiento de los miembros de la cooperativa ha sido otorgado para la construcción de una galera en cual funcionará la planta procesadora; el terreno asignado para el proyecto posee un tamaño de tierra de 30 m², cabe mencionar que en dicho espacio de tierra no existe construcción alguna por lo que como se dijo anteriormente se llevará a cabo la construcción de una galera que contendrá dos cuartos y sus respectivas ventanas para la total ventilación.

Para la construcción de la galera se necesitará un total de \$2,027.00, dicho gasto se detalla continuación:

Construcción de Galera		
Material	Cantidad	Precio
Arena	Media camionada	\$25.00
Blocks	1440	\$432.00
Hierro de 3/8	4 quintales	\$120.00
Cemento	25 bolsas	\$175.00
Grava	Metro y medio	\$20.00
Ladrillo de piso	30 mts.	\$150.00
Duralita		\$175.00
Balcón		\$70.00
Ventanas solaires		\$60.00
Pintura		\$100.00
Mano de obra		\$500.00
Instalación eléctrica		\$ 200.00
Total		\$2027.00

Tabla 13 – Construcción para galera

Considerando el terreno disponible para la construcción de la galera a continuación se detalla como quedaría ya construida



Dibujo 11 – Representación de construcción de galera

1.1 INSTALACIONES FÍSICAS

La distribución de la planta está determinada por el proceso mismo para producir el sorbete artesanal. Este proceso a grandes rasgos es el siguiente: percepción y selección de fruta, proceso de lavado, proceso de corte, licuado o exprimido, colado de fruta, preparación de cilindro, mezclado y girado, paletéo y endurecimiento.

Cabe mencionar que cada parte del proceso se encuentra separado tanto del punto de vista físico como del sanitario, teniendo en cuenta que se pretende crear una buena distribución de las actividades del proceso así como de evitar los accidentes laborales.

Por lo anterior mencionado es que se pretende que el lugar se encuentre dividido en dos cuartos para una mejor ubicación del proceso productivo y de los materiales que en él intervienen.

La procesadora será instalada dentro de la cooperativa teniendo en cuenta diversos factores:

- Se dispone de un lugar propio para construir

- ☑ La ubicación de la cooperativa favorece el traslado del producto ya terminado hacia el local o punto de venta
- ☑ Las vías de acceso para llegar a la cooperativa se encuentran en perfecto estado
- ☑ La distancia de la cooperativa al punto de venta es relativamente corto.
- ☑ La ubicación de la cooperativa favorece la recolección de fruta en conjunto con las demás cooperativas.
- ☑ La ubicación de la cooperativa en una zona completamente turística favorece el darle a la zona un atractivo turístico

Teniendo en cuenta estos factores antes mencionados se denota que la mejor ubicación para el montaje de la procesadora de sorbete artesanal es la Cooperativa “La Libertad”.

2 TAMAÑO DE LA PLANTA

Al hablar del tamaño de la planta nos referimos a la capacidad que esta tiene de producir sin forzarla, para el caso el tamaño de la procesadora de sorbete artesanal estará dado por ciertos factores tales como la demanda del producto; con respecto a esto se tiene que, según datos obtenidos arrojados por las encuestas realizadas a los residentes de Tamanique y sus alrededores, de los sabores existentes y que son ofrecidos comúnmente al público por los vendedores de sorbete artesanal se encuentran: tamarindo, coco, arrayán, guineo, nance, fresa, zapote, piña, mamey, mora, naranja y otros, más sin embargo de éstos los mas consumidos son: coco, tamarindo, fresa y arrayán tal como la muestra la siguiente tabla: (Ver anexo 9, pregunta 18)

Pregunta 18		
¿Qué sabores de sorbete artesanal ha consumido?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Tamarindo	41	12%
Coco	102	31%
Arrayán	31	9%
Guineo	13	4%
Nance	17	5%
Fresa	42	13%
Zapote	29	9%
Piña	18	5%
Mamey	6	2%
Mora	8	2%
Naranja	14	4%
Otros	9	3%
Total	330	100%

Tabla 14 – Consumo de sorbete artesanal en la población de Tamanique (sabores)

Así mismo se encuentran otros sabores que los consumidores les gustaría degustar según opiniones expresadas por ellos mismos, estos son: mango, marañón, naranja, guineo, melón y otros, la siguiente tabla presenta lo anterior mencionado. (Ver anexo 9, pregunta 20)

Pregunta 20		
¿Qué sabores le gustaría que existieran?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Mango	42	9%
Marañón	23	5%
Jocote	20	4%
Zapote	15	3%
Coco	17	3%
Tamarindo	15	3%
Nance	18	4%
Mandarina	9	2%
Guanaba	3	1%
Granada	7	1%
Carao	5	1%
Icaco	3	1%
Mamón	5	1%
Mamey	15	3%
Kiwi	8	2%
Piña	26	5%
Zapotillo	6	1%
Zunza	3	1%
Arrayán	21	4%
Naranja	18	4%
Anona	7	1%
Granadilla	13	3%
Mora	7	1%
Manzanilla	5	1%
Guayaba	5	1%
Níspero	7	1%
Limón	14	3%
Guineo	23	5%
Melón	27	5%
Sandía	22	4%
Papaya	14	3%
Papaturro	3	1%
Maracuyá	13	3%
Membrillo	3	1%
Caimito	4	1%
Carambola	5	1%
Otros	40	8%
Total	491	100%

Tabla 15 – Sabores de sorbete artesanal que le gustaría su existencia a la población

Con todo lo anterior mencionado y con el fin de satisfacer la necesidad de los consumidores, sus gustos por la variedad de sabores, tanto los que ya se consumen comúnmente como los que el cliente desea consumir se puede mencionar que en su mayoría de estas frutas existen en la zona y lo más importante aún, los socios de las cooperativas intervinientes en el proyecto poseen estos tipos de frutas en sus terrenos.

Es decir la demanda de la población puede ser satisfecha por la procesadora de sorbete artesanal sin problema alguno ya que se posee la diversidad de fruta requerida por los consumidores; generalmente los pobladores están acostumbrados a identificar un estándar de entre 4 a 6 sabores de sorbete artesanal por los diferentes vendedores de la zona, teniendo en cuenta lo anterior se pretende ofrecer al cliente una cantidad de sabores similar con el objetivo de no sofocar a las personas con gran lista de sabores los cuales no todos serán degustados; sin embargo día a día se pretende ir cambiando la lista incluyendo los sabores que los consumidores les gustaría que existiesen pero manteniendo los que generalmente las personas consumen, todo esto sin alterar el estándar de cantidad dicho anteriormente.

La disponibilidad de los insumos es otro factor que determina el tamaño de la procesadora, ya que si se tienen todas las materias primas necesarias para la producción se puede satisfacer la demanda de los consumidores; así mismo se encuentra también la localización de la procesadora que es otro punto importante para los niveles de producción debido a que es necesario asegurarse que la procesadora se encuentre ubicada en un lugar accesible y de rápido traslado del producto a los diversos puntos de venta, además de la correcta distribución de la planta para que el proceso productivo sea eficiente y a disminuir los tiempos muertos en el proceso mismo.

Otro punto a tocar en el tamaño de la planta es la tecnología y equipos con los que cuenta la procesadora, gran parte de los niveles de producción dependen de ellos ya que mientras más industrial es el proceso mayor son los niveles de producción a diferencia de hacerlo manualmente, el sorbete artesanal que se pretende ofrecer se producirá de forma semi-industrial pero sin perder sus nutrientes naturales; es este aspecto la producción será diferente a como generalmente es (manual), ya que la mayoría de los pasos del proceso llevados a cabo manualmente se harán con máquinas que, como se dijo anteriormente, elevarán el nivel de producción.

3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

Como es bien sabido la ingeniería del proyecto comprende los aspectos técnicos y de infraestructura que permitirá el proceso de fabricación del producto, de esta manera tenemos que existen varios factores que son necesarios para la ingeniería del proyecto.

3.1 TECNOLOGÍA DE PRODUCCIÓN

Para comenzar a describir la ingeniería del proyecto hablaremos de un aspecto muy importante que es la tecnología de producción ya que aquí definiremos el tipo de maquinaria y equipos que serán necesarios para poder fabricar el sorbete artesanal.

A) Freezer Horizontal	
Especificación de la maquinaria	
Marca	Mondial Elite
Modelo	Igloo Plus GT91
Temperatura	-18° -25°C
Dimensiones	2.05x0.97x0.75h
Voltaje	110



B) Vitrina para Gelato con gabinete posterior para almacenamiento	
Especificación de la maquinaria	
Marca	Mondial Elite
Modelo	Slurp
Dimensiones	1.35x0.70x1.15h Con siete contenedores
Temperatura	-18° C
Voltaje	220



Dibujo 12 – Características técnicas de: A) Freezer Horizontal, B) Vitrina para Gelato

A) Licuadora industrial	
Especificación de la maquinaria	
Marca	Joserrago
Modelo	LAR 4 MB
Capacidad	4 litros
Dimensiones	24 x 64 cm.
Potencia	½ HP, 375 wh, 110 V
Material	Acero inoxidable
Uso	Trabajo pesado
Otros	1 velocidad



B) Cuchara mecánica para helado # 40	
Especificación de la herramienta	
Marca	Smart Cook
Modelo	CH 40
Material	Acero inoxidable con mango de plástico
Dimensiones	20 cm. x 5 cm.



C) Mesa de trabajo sin piso	
Especificación de la herramienta	
Marca	GASTROX
Modelo	MAG 170
Dimensiones	1.70 x 0.70 x 0.90 mts
Material	Acero inoxidable
Uso	Trabajo de cocina
Otros	Cubierta Cal 16, estructura tubular de 1½”, con regatones niveladores de aluminio.



D) Paletas de madera	
Especificación de la herramienta	
Marca	Smart Cook
Modelo	CMC 50
Material	Madera de Cedro
Dimensiones	60 cm. x 12 cm.



Dibujo 13 – Características técnicas de: A) Licuadora Industrial, B) Cuchara mecánica, C) Mesa de trabajo, D) Paleta de madera

A) Colador chino	
Especificación de la herramienta	
Marca	Smart Cook
Modelo	CC-01
Material	Acero inoxidable
Dimensiones	45 cm. de largo y 25 de diámetro
Otros	Forma cónica, malla fina



B) Cuchillo universal para cortar frutas y verduras	
Especificación de la herramienta	
Marca	Smart Cook
Modelo	CU-B1
Material	Hoja de acero inoxidable
Dimensiones	25 cm. de largo
Otros	Hoja de acero, incluye sierra, mango metálico



C) Bote con lazo (huacal)	
Especificación de la herramienta	
Marca	Plastymet
Código	915
Material	Plástico resistente
Dimensiones	57 x 42.5 cm
Capacidad	75 litros
Medida del bulto	19 ft ³



Dibujo 14 – Características técnicas de: A) Colador Chino, B) Cuchillo Universal para Frutas, B) Bote con Lazo

A) Estante liso	
Especificación de la herramienta	
Marca	GASTROX
Modelo	MEL-16
Dimensiones	1.75x 50 x 1.40 mts
Material	Acero inoxidable
Espesor	0.8 mm
Uso	Cocina, panadería y más



B) Exprimidor de cítricos	
Especificación de la maquinaria	
Marca	Pórtico
Modelo	EJ-2
Capacidad	75 lts./h
Dimensiones	0.30 x 0.30 x 0.40 mts.
Potencia	220 V.
Material	Acero inoxidable
Uso	Exprimidor para naranja o limón grande



C) Cilindro metálico	
Especificación de la herramienta	
Marca	Smart Cook
Capacidad	9 litros
Material	Acero inoxidable
Dimensiones	50 cm. x 30 de diá.
Otros	Tapadera con asa



D) Barrica de madera para sorbete	
Especificación de la herramienta	
Capacidad	1 Cilindro
Material	Madera
Dimensiones	50 cm. x 40 de diá.
Otros	Reforzado con aros



Dibujo 15 – Características técnicas de: A) Estante Liso, B) Exprimidor de Cítricos, C) Cilindro Metálico, D) Barrica de Madera

A) Caja registradora con doble rollo de cinta	
Especificación de la maquinaria	
Marca	Sharp
Modelo	XE-A406
Uso	Registro de ingresos
Otros	Gaveta extra grande para el dinero Ranura para tarjeta SD Generación de logos gráficos



B) Desinfectante para frutas y verduras	
Especificación de la herramienta	
Marca	Aqua Jane
Usos	Lavar, desinfectar frutas y verduras Desinfectar utensilios de cocina



C) Guantes de Vinilo para uso alimentario	
Especificación de la herramienta	
Marca	MAPA
Material	Vinilo
Tamaño	Talla G
Color	Azul
Uso	Protección contra bacterias y microbios



D) Machete	
Especificación de la herramienta	
Marca	Imacasa
Material	Acero y mango de plástico reforzado
Usos	Corte de madera y materiales de base dura



Dibujo 16 – Características técnicas de: A) Caja Registradora, B) Desinfectante para Frutas y Verduras, C) Guantes de Vinilo, D) Machete

A) Mesas y sillas plásticas	
Especificación de la herramienta	
Marca	Plastymet
Material	Plástico
Medidas	110 x 76 cm
Usos	Varios

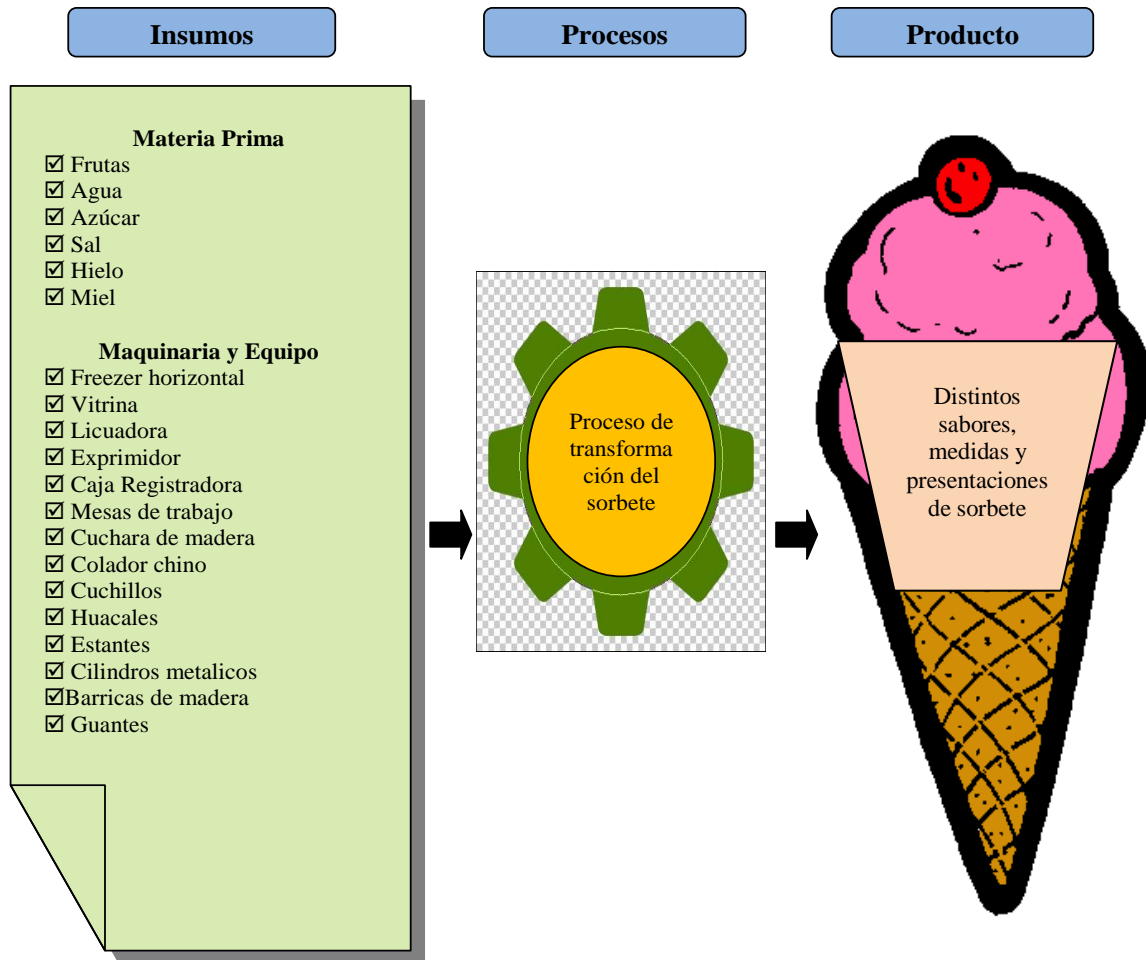


Dibujo 17 – Características técnicas de: A) Mesas y Sillas Plásticas

3.2 PROCESOS PRODUCTIVOS

Hablar de los procesos productivos es describir las actividades que se llevarán a cabo en el proceso de la creación del producto, aquí se detallará paso a paso desde que los insumos entran al proceso hasta que terminan convertidos en el sorbete artesanal. Existen muchos métodos para describir los procesos, para el caso describiremos el proceso de la elaboración del sorbete artesanal a través de dos métodos que detallan las actividades de manera exhaustiva.

3.2.1 REPRESENTACIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN DEL SORBETE ARTESANAL MEDIANTE LA TÉCNICA DE LA CAJA NEGRA



Dibujo 18 – Representación del proceso de producción del sorbete artesanal mediante la técnica de la caja negra

3.2.2 DIAGRAMA DE ANÁLISIS DE PROCESO, MÉTODO DE LA ASOCIACIÓN AMERICANA DE INGENIEROS MECÁNICOS (ASME)

3.2.2.1 LEVANTAMIENTO DEL PROCEDIMIENTO

Procedimiento para la elaboración de sorbete artesanal		
Paso	Responsable	Actividad
01	Encargado de planta	Recibe y selecciona la fruta y demás materia prima a utilizar en el proceso de elaboración del sorbete artesanal
02	Operario 1	Revisa la fruta para asegurar el buen estado de la misma y descartar la que no cumpla los estándares de calidad para el proceso.
03	Operario 1	Toma de bodega el líquido desinfectante para verterlo en la mezcla de agua que se utilizará en el proceso de lavado de la fruta
04	Operario 1	Lava la fruta con el desinfectante para eliminar microorganismos contaminantes.
05	Operario 2	Toma la fruta lavada y la coloca en las mesas de trabajo del área de pelado y cortado.
06	Operario 2	Pela la fruta y/o prepara para cortar.
07	Operario 2	Corta la fruta en trozos según sea el caso para depositarla en la licuadora o exprimidor
08	Operario 3	Coloca la fruta cortada en la licuadora o exprimidor, agregándole cierta cantidad de agua necesaria para licuarse o exprimirse
09	Operario 3	Según sea el tipo de fruta procederá a trasladar la mezcla al área de colado
10	Operario 3	Realiza el proceso de colado (con colador chino) para retirar los residuos.
11	Operario 1	Extrae de la bodega de materiales los ingredientes a utilizar en el proceso tales como: azúcar, sal y demás elementos necesarios.
12	Operario 2	Prepara el cilindro metálico colocándolo en el contenedor de madera; agregando hielo picado mezclado con sal entre el contenedor y el cilindro para la mezcla
13	Operario 2	Vierte el azúcar y una porción del jugo de fruta obtenido del área de colado en el cilindro metálico.
14	Operario 1	Revuelve con una paleta de madera la mezcla hasta el azúcar sea disuelta.
15	Operario 2	Agrega al cilindro que contiene la mezcla el resto del jugo dejando un aproximado de 20 centímetros antes del borde del cilindro.

16	Operario 1	Coloca la tapa al cilindro e introduce una pieza de madera en el asa de la tapa del cilindro para hacerlo girar repetidamente (para que la temperatura se distribuya uniformemente en todo el cilindro y que la mezcla obtenga buena consistencia).
17	Operario 1	Destapa el cilindro y despega con una cuchara de madera el jugo adherido a las paredes del contenedor (El paso 16 y 17 se repite continuamente 4 veces en la secuencia antes descrita).
18	Operario 3	Luego procede a mover la mezcla con una paleta de madera repetidamente hasta que comienza a endurecer.
19	Operario 2	Una vez la mezcla comience a endurecer, saca el cilindro del contenedor de madera y se deposita en el freezer para que termine de obtener la consistencia y la mantenga congelado, este proceso de endurecimiento se logrará en un lapso de 1 hora.

Tabla 16 – Procedimiento para elaboración de sorbete artesanal

3.2.2.2 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

El proceso de elaboración de sorbete artesanal no es tan complicado como se piensa, más sin embargo se debe llevar a cabo las actividades del proceso de forma correcta para que el resultado sea un sorbete muy exquisito.

Todo inicia cuando el encargado de la planta recibe y selecciona la fruta y demás materia prima a utilizar en el proceso de elaboración del sorbete artesanal, luego el operario (1) revisa la fruta para asegurar el buen estado de la misma y descartar la que no cumpla los estándares de calidad para el proceso; una vez realizada esta acción el mismo operario (1) toma de bodega el líquido desinfectante para verterlo en la mezcla de agua que se utilizará en el proceso de lavado de la fruta, luego procede lavar la fruta con el desinfectante para eliminar microorganismos contaminantes.

Inmediatamente el operario (2) toma la fruta lavada y colocarla en las mesas de trabajo del área de pelado y cortado; luego esta misma persona pela la fruta y/o prepara para cortar, pasando después a dicha acción, es decir, corta la fruta en trozos según sea el caso para depositarla en la licuadora o exprimidor.

El siguiente operario (3) coloca la fruta ya cortada en la licuadora o exprimidor, agregándole cierta cantidad de agua necesaria para licuarse o exprimirse, inmediatamente según sea el tipo de fruta esta persona

procederá a trasladar la mezcla al área de colado para proceder luego a realizar el proceso de colado (con colador chino) para retirar los residuos.

Mientras se realiza la operación anterior el operario (1) extrae de la bodega de materiales los ingredientes a utilizar en el proceso tales como: azúcar, sal y demás elementos necesarios para el proceso; es entonces cuando el operario (2) prepara el cilindro metálico colocándolo en el contenedor de madera; agregando hielo picado mezclado con sal entre el contenedor y el cilindro para la mezcla, inmediatamente el mismo operario vierte el azúcar y una porción del jugo de fruta obtenido del área de colado en el cilindro metálico.

De esta manera el operario (1) revuelve con una paleta de madera la mezcla hasta el azúcar sea disuelta, luego el operario (2) agrega al cilindro que contiene la mezcla el resto del jugo dejando un aproximado de 20 centímetros antes del borde del cilindro; el operario (1) coloca la tapa al cilindro e introducir una pieza de madera en el asa de la tapa del cilindro para hacerlo girar repetidamente (para que la temperatura se distribuya uniformemente en todo el cilindro y que la mezcla obtenga buena consistencia), el mismo operario (1) destapa el cilindro y despega con una cuchara de madera el jugo adherido a las paredes del contenedor (El paso 16 y 17 se repite continuamente 4 veces en la secuencia antes descrita).

Inmediatamente el operario (3) procede a mover la mezcla con una paleta de madera repetidamente hasta que comienza a endurecer; por último el operario (2) una vez la mezcla comience a endurecer, saca el cilindro del contenedor de madera y la deposita en el freezer para que termine de obtener la consistencia y se mantenga congelado, este proceso de endurecimiento se logrará en un lapso de 1 hora.

3.2.2.3 REPRESENTACIÓN GRÁFICA DEL PROCESO PRODUCTIVO MÉTODO ASME

NOMBRE DEL PROCESO: Elaboración de sorbete artesanal										REF.: Hoja 1 de 3		
INSTITUCIÓN: Procesadora de Sorbete Artesanal										Resumen de pasos		
UNIDAD: Área Productiva										Símbolo	Total	
PROCEDIMIENTO PROPUESTO ■										○	Operaciones	6
FECHA: 8 de diciembre de 2011										⇒	Transporte	3
HECHO POR: Grupo de tesis										□	Revisiones	1
										D	Demoras	1
										▽	Archivos	0
										○	Combinado	0
Paso N°	Distancia en metros	Tiempo en minutos	Operación	Transporte	Revisión	Demora	Archivo	Combinado	DESCRIPCIÓN DE CADA PASO (Qué se hace y por quién)	OBSERVACIONES		
01			●	⇒	□	●	▽	○	El administrador de la planta recibe y selecciona la fruta y demás materia prima a utilizar en el proceso de elaboración del sorbete artesanal.	Manualmente		
02		4	●	⇒	■	D	▽	○	El operario 1 revisa la fruta para asegurar el buen estado de la misma y descartar la que no cumpla los estándares de calidad para el proceso.	Inspección de fruta		
03	4	1	●	⇒	□	D	▽	○	El operario 1 toma de bodega el líquido desinfectante para verterlo en la mezcla de agua que se utilizará en el proceso de lavado de la fruta	Desinfectante y Bote con lazo		
04		3	●	⇒	□	D	▽	○	El operario 1 lava la fruta con el desinfectante para eliminar microorganismos contaminantes.	Manualmente		
05	1	2	○	⇒	□	D	▽	○	El operario 2 toma la fruta lavada y la coloca en las mesas de trabajo del área de pelado y cortado.	Cuchillo universal o corvo		
06		7	●	⇒	□	D	▽	○	El operario 2 pela la fruta y/o prepara para cortar.	Manualmente		
07	0.5	7	●	⇒	□	D	▽	○	El operario 2 corta la fruta en trozos según sea el caso para depositarla en la licuadora o exprimidor.			

Tabla 17 – Representación gráfica método ASME parte 1

Estudio de factibilidad para montaje de procesadora de sorbete artesanal

NOMBRE DEL PROCESO: Elaboración de sorbete artesanal						REF.: Hoja 2 de 3				
INSTITUCIÓN: Procesadora de Sorbete Artesanal						Resumen de pasos				
UNIDAD: Área Productiva						Símbolo				
PROCEDIMIENTO PROPUESTO ■ FECHA: 8 de diciembre de 2011 HECHO POR: Grupo de tesis						Total				
						○ Operaciones		5		
						⇨ Transporte		2		
						□ Revisión		0		
						D Demoras		0		
						▽ Archivos		0		
						◻ Combinado 0				
Paso N°	Distancia en metros	Tiempo en minutos	Operación	Transporte	Revisión	Demora	Archivo	Combinado	DESCRIPCIÓN DE CADA PASO (Qué se hace y por quién)	OBSERVACIONES
08		2	●	⇨	□	D	▽	◻	El operario 3 coloca la fruta cortada en la licuadora o exprimidor, agregándole cierta cantidad de agua necesaria para licuarse o exprimirse.	Licuadora o exprimidor
09	0.5	2	○	⇨	□	D	▽	◻	El operario 3 Según sea el tipo de fruta procederá a trasladar la mezcla al área de colado	Colador chino
10		3	●	⇨	□	D	▽	◻	El operario 3 realiza el proceso de colado (con colador chino) para retirar los residuos.	Manualmente
11	4	2	○	⇨	□	D	▽	◻	El operario 1 extrae de la bodega de materiales los ingredientes a utilizar en el proceso tales como: azúcar, sal y demás elementos necesarios.	
12		2	●	⇨	□	D	▽	◻	El operario 2 prepara el cilindro metálico colocándolo en el contenedor de madera; agregando hielo picado mezclado con sal entre el contenedor y el cilindro para la mezcla	Cilindro metálico y Barrica de madera
13		3	●	⇨	□	D	▽	◻	El operario 2 vierte el azúcar y una porción del jugo de fruta obtenido del área de colado en el cilindro metálico.	
14		2	●	⇨	□	D	▽	◻	El operario 1 revuelve con una paleta de madera la mezcla hasta el azúcar sea disuelta.	Paleta de madera

Tabla 18 – Representación gráfica método ASME parte 2

Estudio de factibilidad para montaje de procesadora de sorbete artesanal

NOMBRE DEL PROCESO: Elaboración de sorbete artesanal						REF.: Hoja 3 de 3				
INSTITUCIÓN: Procesadora de Sorbete Artesanal				Resumen de pasos						
UNIDAD: Área Productiva				Símbolo		Total				
PROCEDIMIENTO PROPUESTO ■ FECHA: 8 de diciembre de 2011 HECHO POR: Grupo de tesis				○ Operaciones		5				
				⇨ Transporte		0				
				□ Revisiones		0				
				D Demoras		0				
				▽ Archivos		0				
○ □ Combinado		0								
Paso N°	Distancia en metros	Tiempo en minutos	Operación	Transporte	Revisión	Demora	Archivo	Combinado	DESCRIPCIÓN DE CADA PASO (Qué se hace y por quién)	OBSERVACIONES
15		1	●	⇨	□	D	▽	○ □	El operario 2 agrega al cilindro que contiene la mezcla el resto del jugo dejando un aproximado de 20 centímetros antes del borde del cilindro.	Manualmente
16		3	●	⇨	□	D	▽	○ □	El operario 1 coloca la tapa al cilindro e introduce una pieza de madera en el asa de la tapa del cilindro para hacerlo girar repetidamente (para que la temperatura se distribuya uniformemente en todo el cilindro y que la mezcla obtenga buena consistencia).	Paleta de madera
17		12	●	⇨	□	D	▽	○ □	El operario 1 destapa el cilindro y despega con una cuchara de madera el jugo adherido a las paredes del contenedor (El paso 16 y 17 se repite continuamente 4 veces en la secuencia antes descrita).	
18		5	●	⇨	□	D	▽	○ □	El operario 3 luego procede a mover la mezcla con una paleta de madera repetidamente hasta que comienza a endurecer.	
19		2	●	⇨	□	D	▽	○ □	El operario 2 una vez la mezcla comience a endurecer, saca el cilindro del contenedor de madera y se deposita en el freezer para que termine de obtener la consistencia y la mantenga congelado, este proceso de endurecimiento se logrará en un lapso de 1 hora.	Freezer horizontal

Tabla 19 – Representación gráfica método ASME parte 3

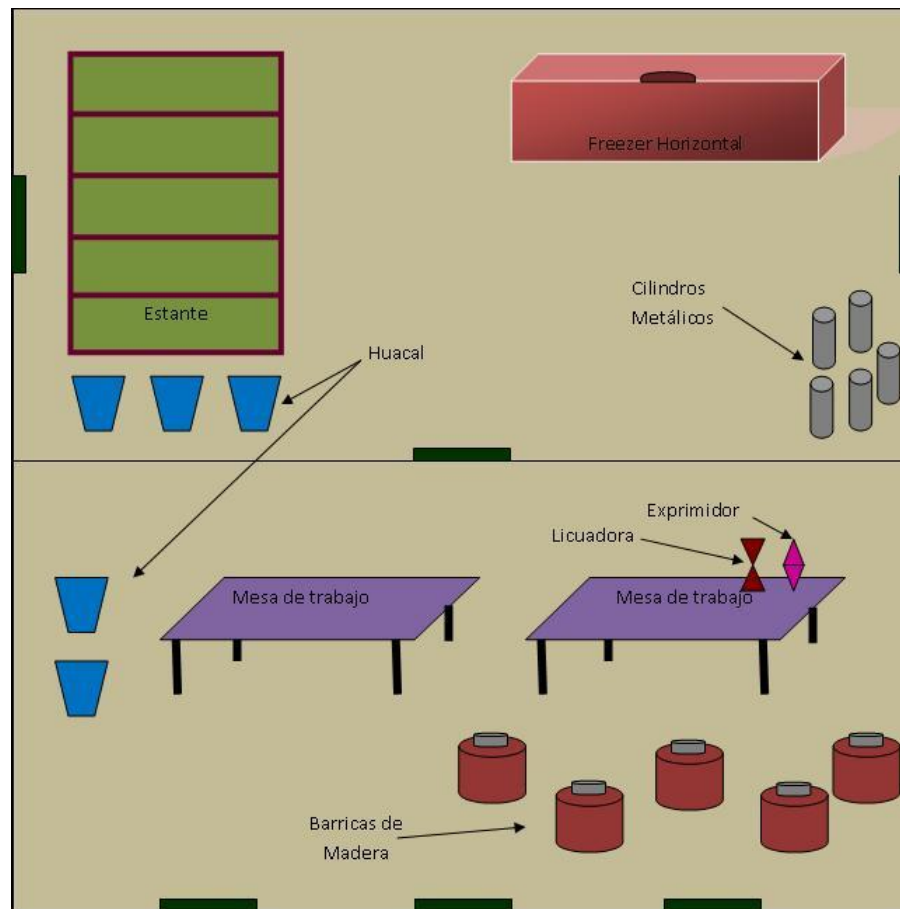
- Nota relevante:** Es importante tomar en cuenta que no todas las actividades se realizan de manera continua, ya que pueden existir acciones en paralelo disminuyendo los tiempos de producción u ociosos.

3.3 INFRAESTRUCTURA

Todo proceso de fabricación se realiza en un lugar físico y dicho lugar debe responder a las necesidades de los procesos que allí se van a realizar, en tal sentido al establecer las características del local o de la infraestructura en donde se van a llevar estos procesos de producción hay que considerar varios aspectos: el área del local, las características del techo, la pared y de los pisos, los ambientes, la seguridad de los trabajadores (ventilación, lugares de salida ante posibles accidentes o desastres naturales).

Para el montaje de la procesadora de sorbete artesanal, como se dijo anteriormente, se planea construir una galera en un espacio de 30 m² de tierra, se pretende que el proceso esté claramente separado, tanto desde el punto de vista físico como desde el sanitario ya que si hay una distribución donde exista un choque entre distintas funciones pondrá en riesgo a las personas, el producto, el proceso y las instalaciones mismas, ya que se aumentarán los factores que producen accidentes.

Teniendo en cuenta todos los aspectos mencionados anteriormente, la distribución física de la planta se encuentra graficada a continuación:



Dibujo 19 – Representación de la planta procesadora

La planta procesadora estará formada por dos cuartos con 4 ventanas solares (2 en cada uno); el cuarto del fondo fungirá como la bodega es decir en ella se colocará el freezer en el cual se introducirán los cilindros de sorbetes una vez este se encuentre producido, así mismo ahí se encontrará situado un estante de acero inoxidable y de varios pisos que servirá para colocar las materias primas necesarias para la producción del sorbete tales como azúcar, sal, además de otros elementos pertenecientes al proceso, también dentro de la misma bodega se depositará la fruta recolectada de las diversas cooperativas para su posterior procesamiento. Dicha fruta se colocará en huacales de gran tamaño para que no entren en contacto con el piso y adquieran microorganismos o gérmenes de algún tipo y por ende se vea afectado el producto final.

Dentro de la bodega también se colocarán los cilindros que aun no sean utilizados para el proceso, todo esto se distribuirá de tal forma que no interfiera las entradas o salidas de materiales realizadas por los operarios de la procesadora.

El cuarto principal, es decir el que está a la entrada servirá como el área de producción, dentro de este se colocarán las mesas de trabajo, los cilindros, licuadoras, exprimidores y demás objetos concernientes al proceso de producción.

Las mesas de trabajo se colocarán a la par una de la otra de tal forma que el flujo de actividades no se vea interrumpido, así mismo a un costado de dichas mesas se colocarán los recipientes para lavar la fruta antes de iniciar el proceso de tal manera que al terminar de la lavarla, ésta sea de fácil traslado a las mesas de trabajo donde será pelada y cortada según sea el caso y se agilice el proceso productivo, al final en una de las mesas se posicionará la licuadora y el exprimidor de tal forma que al terminar la actividad anterior relacionada con el pelado y corte continúe la siguiente acción que en este caso sería la licuefacción de la fruta o la extracción del jugo según su tipo.

Inmediato a las mesas se distribuirán las barricas de maderas que contendrán los cilindros metálicos en los que se ingresará el jugo de las frutas, de esta manera el flujo del proceso productivo será continuo y eficiente.

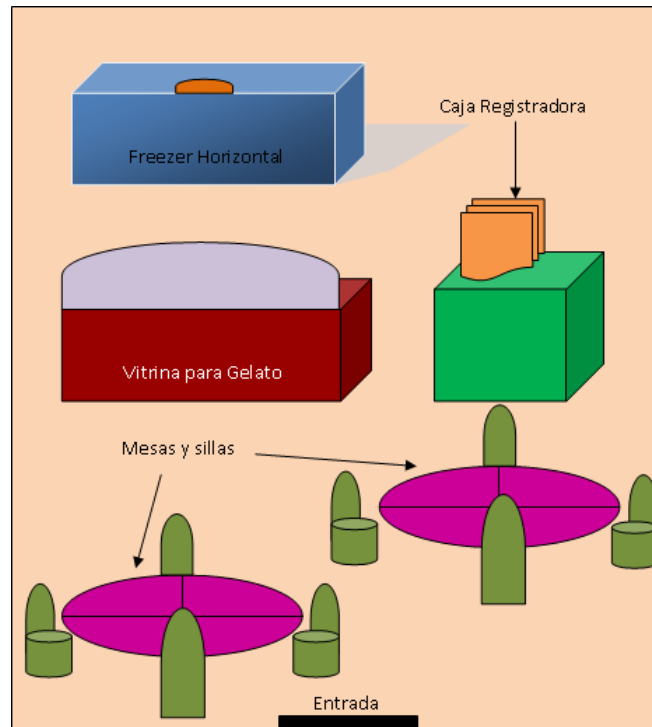
En cuanto a las vías de acceso a la procesadora como se dijo anteriormente constará de dos puertas siendo una de ellas la principal que funcionará como entrada-salida y estarán fabricadas de hierro para dar un mayor resguardo a la planta, así mismo tendrá 4 ventanas solaires con sus respectivos balcones que estarán distribuidas de la siguiente manera: 2 en cada cuarto, estas permitirán una ventilación adecuada al lugar; en cuanto al piso de la procesadora, este será de ladrillo de piso ya que facilita su lavado y secado.

En referencia a las condiciones sanitarias, en toda planta procesadora de alimentos la higiene del personal es determinante para la seguridad de los alimentos, ya que una planta sin las condiciones higiénicas adecuadas para el personal es una planta, dónde el riesgo de falla económica es permanente, debido al aumento de las posibilidades de contaminación de sus productos y las consecuentes pérdidas, es por eso

que los inodoros para el personal de la planta estarán colocados fuera de la misma y a una distancia prudente.

Así mismo otro punto importante son los desperdicios que genere la procesadora para lo cual no hay mayor preocupación debido a que como se trabajará con elementos naturales como lo es la fruta, el desperdicio que sobre de las mismas tales como las cáscaras, la fruta descartada y demás sobrantes serán destinados a uso de abono para los demás árboles frutales. De esta manera no habrá contaminación del ambiente y se fomentará el reciclaje.

Debido a que el sorbete artesanal no será distribuido en la procesadora sino que se ofertará en un local en el Puerto de La Libertad se debe mencionar también la distribución de éste.



Dibujo 20 – Representación de local de ventas

Dentro del local se colocará un freezer horizontal el cual contendrá el producto a ofertar, así mismo se colocará también una vitrina para gelato o helado en el que se mostrará al cliente los distintos sabores de sorbete artesanal; a un costado se encontrará la caja registradora en la que se llevará en detalle de las entradas económicas obtenidas durante el día.

Para mayor atención y comodidad del cliente se colocarán sillas con sus respectivas mesas para que las personas puedan sentarse a degustar el postre adquirido.

3.4 DETERMINACIÓN DE NECESIDADES E INSUMOS

En todo proceso productivo el uso de materia prima o de insumos que permitan llevar a cabo el proceso de fabricación del producto es necesario entonces es importante prever y por consiguiente determinar las necesidades de insumos durante el horizonte temporal del proyecto, va a depender de los insumos que se empleen en la fabricación del producto en cuanto a variedad y cantidad las actividades llevadas a cabo para su obtención.

La obtención de insumos para la procesadora de sorbete artesanal se pretende realizar en coordinación de las 4 cooperativas pertenecientes al municipio de Tamanique, es decir La Cooperativa La Libertad (Cede del proyecto), Acahuaspán, San Isidro y San Alfonso para suplir las necesidades de la fruta de estación y llevar a cabo la recolección de la misma la cual será trasladada a la procesadora para su procesamiento. Según los datos arrojados por las encuestas realizadas a los asociados de las cooperativas, éstas cuentan con una variedad de fruta tanto de invierno como de verano, la cual supliría las necesidades de materia prima de la planta, en dado caso se produjera sabores de sorbetes no contemplados en el listado de frutas que se da en la zona se verá la forma de adquirirla en otro lugar tales como el mercado La Tiendona.

4 ORGANIZACIÓN DEL RECURSO HUMANO

Toda empresa grande o pequeña necesita recurso humano para llevar a cabo todas sus actividades, es así que para la fabricación de sorbete artesanal se planea instalar 5 personas que darán vida al flujo de producción, detallando a continuación el cargo de cada uno:

- Gerente General: persona encargada de guiar y orientar todas las actividades referentes tanto a la producción como al local donde será distribuido.

- ☑ Encargado de planta: persona que administrará la bodega de suministros, existencia de frutas así como la entrada y salida de éstas.
- ☑ Operario 1: encargado de la revisión de la fruta, del lavado de la fruta, de la extracción de bodega de los materiales a ocupar para la preparación del sorbete así como de la actividad de paleteo del producto
- ☑ Operario 2: encargado de trasladar la fruta lavada a las mesas de trabajo, así como del pelado y corte de dicha fruta, también se encargará de la preparación del cilindro en las barricas de madera para la preparación del sorbete
- ☑ Operario 3: encargado de trasladar la fruta cortada a la licuadora o exprimidor según sea el caso y de completar la actividad de licuado o exprimido, también se encargará de la actividad de colado según sea el caso, así mismo tendrá que trasladar el sorbete terminado hasta el congelador para su proceso de endurecimiento.

De esta manera se detalla a grandes rasgos las actividades que realizarán las personas que laboren en la planta procesadora.

E. ÁREA ORGANIZACIONAL Y ADMINISTRATIVA PROPUESTA

1 ASPECTOS LEGALES NECESARIOS PARA EL MONTAJE DE LA PLANTA PROCESADORA DE SORBETE ARTESANAL

Para el caso de la procesadora de sorbete artesanal es de vital importancia especificar que esta se constituirá como una parte adicional a la cooperativa, es decir que se formará como una Unidad Estratégica de Negocios (UEN); debido a que será una pequeña empresa establecida como una unidad de otra para el caso la Cooperativa, para la promoción del sorbete artesanal como si se tratara de una actividad empresarial independiente. Para considerar la procesadora como una UEN se tomaron en cuenta los requisitos que son: 1) Poseer una misión propia diferente a las otras UEN; 2) Contar con grupos definibles de competidores; 3) Elaborar sus propios planes de integración distintos a los de otras UEN; 4)

Administrar sus recursos en áreas claves y 5) Poseer dimensiones razonables (ni muy grandes, ni muy pequeñas).

Para que una empresa funcione de manera adecuada y legal debe cumplir ciertos lineamientos que le son impuestos por el Estado dentro de los cuales se contemplan requisitos que se tienen que llevar para poder operar correctamente. Dichos requisitos son documentos probatorios como la escritura de constitución y otros documentos legales estipulados por ciertas instituciones públicas como las siguientes:

- Ministerio de Economía
- Alcaldía Municipal
- Registro de Comercio
- Superintendencia de Obligaciones Mercantiles
- Dirección General de Estadísticas y Censos
- Ministerio de Hacienda – Dirección General de Impuestos Internos
- Instituto Salvadoreño del Seguro Social
- Ministerio de Trabajo
- Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social

Teniendo en cuenta que estas son las instituciones intervinientes en la legalización de la empresa, para el caso la procesadora apegándose a las leyes de El Salvador debe recurrir a dichas instituciones para configurarse como una empresa dedicada a la producción de sorbete artesanal, por tanto para concebirse como tal deberá seguir los distintos pasos:

- Investigación del nombre, que esté disponible.
- Definición del giro o actividad principal a la que se dedicara la empresa.
- ✓ Se requiere un mínimo de 2 socios.
- ✓ Documento Único de Identidad de cada socio, o en su defecto a los extranjeros se requiere el Carnet de Residente o su Pasaporte.

- ☑ Número de Identificación Tributaria (NIT) de El Salvador, de cada uno de los socios
- ☑ Capital Social mínimo de USD 2,000.00, de los cuales deberán de pagarse con cheque certificado de un banco salvadoreño a nombre de la nueva Sociedad, la cantidad de USD 100.00 (que es el 5% del capital mínimo requerido).
- ☑ Definir quién será el Representante Legal y quien será el Suplente, o como estará conformada la Junta Directiva de la Sociedad.
- ☑ Realizar ante Notario, la Escritura de Constitución de Sociedad, la cual se inscribe en el Registro de Comercio.
- ☑ Elaborar un documento privado que contenga los estatutos de la Sociedad constituida, en los que se desarrollaran los derechos y obligaciones que existen entre ella y sus socios, y posteriormente depositarla en el Registro de Comercio.

Posteriormente a la elaboración de la Sociedad, se debe de proceder a realizar otros trámites para que la empresa inicie operaciones, los cuales se van realizando paulatinamente o en conjunto dependiendo de la capacidad de la sociedad, los trámites son:

1.1 TRÁMITES Y REGISTROS OBLIGATORIOS PARA QUE UNA EMPRESA INICIE OPERACIONES EN EL SALVADOR

1. Obtención de NIT e IVA

- ☑ Presentar Formulario F210 de Trámites completo.
- ☑ Presentar copia de la Escritura de Constitución autenticada más una copia de la misma.
- ☑ Presentar copia de credencial del Representante Legal, autenticado, más una copia del mismo, o en su defecto, copia autenticada del Poder, con el que actúa el apoderado nombrado, debidamente inscrito.
- ☑ Presentar copia de NIT y DUI autenticados de Representante Legal.
- ☑ Autorización a persona que realizara el tramite, con todos los detalles de la sociedad y representante legal en el cual indique folio de formulario F 210.
- ☑ Presentar comprobante de derechos de pago del Número de Identificación Tributaria, NIT.

2. Inscripción en Alcaldía Municipal del municipio en que la sociedad tenga su domicilio.

- Presentar formulario de trámites empresariales.
- Anexar copia de escritura de constitución autenticada.
- Copia autenticada de NIT de la Sociedad.
- Copia autenticada de credencial del Representante Legal o Apoderado, anexando DUI y NIT autenticados del Representante Legal.
- Presentar balance General Inicial original, firmado y sellado por Contador Público autorizado.
- Cancelar el 0.1% por el valor del capital social inicial. En el caso de Sociedades que se constituyen con el monto de capital social mínimo de USD 11,428.57), se cancelara USD 11.43

3. Inscripción en Estadísticas y Censos.

- Presentar formulario de Inscripción.
- Presentar copia de Escritura de constitución.
- Copia de NIT de la empresa.
- Copia de balance general inicial si se hace en el mismo año. Si se escribe en un año diferente presentar Balance general al 31 de diciembre de año terminado.
- Cancelar USD 5.00 sí es Balance Inicial o General con un capital hasta USD 11,428.57, con un capital mayor a USD 11,428.58, pero menor de USD 57,142.86 se cancelara un monto de USD 8.00; si el capital es mayor de USD 57,142.87, pero menor a USD 114,285.71 se cancela USD 10.00 Sí el capital es mayor de USD 114,285.71, pero menor de USD 228,571.43, se cancela USD 15.00 Sí el capital es mayor de de USD 228, 571.44, se cancelará USD 20.00.

4. Inscripción en Registro de Comercio.

- Presentar escrito de inscripción, firmado por Representante Legal o apoderado.
- Pagar derechos de inscripción y presentar recibo por USD 125.71
- Presentar recibo de pago de los Derechos de Inscripción en Alcaldía Municipal del domicilio de la sociedad.
- Presentar solvencia de inscripción en Estadísticas y Censos.

- Presentar balance general Inicial, firmado y sellado por Contador Público autorizado.
- Inscripción de balance inicial el costo de USD 17.14

1.2 TRÁMITES A REALIZARSE CUANDO LA EMPRESA YA CUENTA CON EMPLEADOS

1. Inscripción en el Instituto Salvadoreño del Seguro Social (ISSS).

- Presentar formulario de inscripción (boleta) con todos los espacio llenos, firmada por Representante Legal o Apoderado.
- Anexar copia autenticada por notario de escritura de constitución de la sociedad.
- Anexar copia autenticada de NIT.
- Presentar copia autenticada de Credencial o Poder de Representante Legal.
- Copia autenticada de DUI y NIT de representante legal.
- Presentar nomina de empleados, mínimo 2 empleados.
- Presentar croquis de ubicación lugar de domicilio de la empresa.

2. Inscripción en Administradora de Fondos de Pensiones (AFP).

- Presentar escrito con todos los detalles de la empresa, enviarlos a la AFP de elección.
- Enviar copia de NIT e IVA a la AFP seleccionada.
- Sí los empleados no están afiliados a ninguna AFP indicarles lo hagan a la AFP de su preferencia (AFP CONFIA o AFP CRECER).

1.3 PARTE CONTABLE AL INICIAR UNA SOCIEDAD

- ☑ Se necesita elaboración del Sistema Contable (Descripción del sistema contable, Catalogo de cuentas, y manual de aplicaciones). El cual lo tiene que autorizar un licenciado en contaduría pública debidamente autorizado por el Consejo de la profesión de la Contaduría de El Salvador.
- ☑ Legalización de libros de contabilidad (libro diario, libro mayor, libro de estados financieros, libro de actas de junta general, libro de actas de junta directiva, libro de registro de accionistas, y libro de aumento y disminución de capital) libros que debe autorizar y foliar un licenciado en contaduría pública debidamente autorizado por el Consejo de la Profesión de la Contaduría de El Salvador.
- ☑ Legalización de libros de IVA (Libro de Ventas a Contribuyentes, libro de ventas a consumidor, y libro de compras). El cual lo autoriza, foliando todas sus hojas, un licenciado en Contaduría Pública debidamente autorizado por el consejo de la Profesión de la Contaduría de El Salvador.
- ☑ Enviar a solicitar al Ministerio de Hacienda, la autorización para elaborar la papelería fiscal (comprobantes de crédito fiscal, facturas de consumidor final, notas de remisión, notas de crédito, notas de debito y otros según la necesidad), debiendo firmar la solicitud el Representante Legal o el Apoderado, anexando copia autenticada de escritura de la sociedad, NIT e IVA, así como de su credencial o del Poder con que actúa.
- ☑ Una vez gestionada la autorización por parte del Ministerio de Hacienda (según numeral anterior) entregar la autorización a una imprenta de las autorizadas por el Ministerio de Hacienda, para que elabore las facturas, comprobantes de crédito fiscal y demás documentos que el Ministerio de Hacienda haya autorizado, entregando a la imprenta, la resolución respectiva.

Así mismo por el hecho de ser una planta procesadora de sorbete artesanal se deben hacer otros trámites para obtener ciertas licencias sanitarias, debido a que el producto que se elaborará es de tipo comestible y debe apegarse a diversidad de normas para su producción.

1.4 REQUISITOS PARA SOLICITAR LICENCIA SANITARIA PARA FÁBRICAS DE ALIMENTOS POR PRIMERA VEZ

1. Fotocopia de DUI del representante legal o persona natural (en caso de persona extranjera carnet de residente).
2. Fotocopia de NIT de la empresa o persona natural.
3. Fotocopia de escritura de constitución de sociedad (aplica únicamente para personas jurídicas).
4. Fotocopia del acta de elección del representante legal de la empresa debidamente autentica por notario (aplica únicamente para personas jurídicas).
5. Solvencia Municipal.
6. Copia de autorización o calificación del lugar para ubicación del establecimiento otorgado por la autoridad componente.
7. Fotocopia de Permiso Ambiental vigente extendido por el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales (Aplica aquellas actividades, obras o proyectos descritos en el Art. 21 de la Ley de Medio Ambiente).
8. Croquis y distribución de la planta (No tiene que estar a escala).
9. Lista de productos que elabora.
10. Certificado de salud de los trabajadores que incluya exámenes clínicos actualizados cada seis meses de: general de heces, general de orina, la exigencia para los exámenes de Baciloscopia y Radiografía del tórax, será evaluada por el médico responsable.
11. Programa de control de insectos y roedores.
12. Programa de capacitación en Buenas Prácticas de Manufactura.

Nota:

1. Toda Solicitud que no fuere diligenciada por el interesado en el termino establecido por la autoridad de salud, esta quedará sin efecto, por lo que, el interesado debe iniciar un nuevo trámite.
2. En los casos que haya cambio de domicilio o haber realizado remodelaciones, debe comunicarlo a la autoridad de salud respectiva.

La obtención de la licencia sanitaria estará sujeta al cumplimiento de los requisitos sanitarios.

Así mismo en El Salvador existen varias normas legales relacionadas con la fabricación de helados (paletas y sorbetes) y que están contenidas en las leyes siguientes, que en lo pertinente establecen:

Código de Salud

Corresponde al Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, velar por el saneamiento Ambiental Urbano y Rural, Baños Públicos, Basura y otros desechos, la Salud e Higiene en el trabajo, si las empresas no cumplen con estas leyes, dicho incumplimiento constituyen graves infracciones contra la salud, a la vez es penado por dicha institución.

Además es obligación del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social emitir las normas necesarias que determinen las condiciones esenciales para la preparación de los alimentos y bebidas, así como la inspección y control y demás requisitos indispensables para la autorización de instalación y funcionamiento de los establecimientos.

Código de Comercio

Tiene por objeto regir los procedimientos para matrícula de empresa y proceso de inscripción de marca, son requisitos que deben cumplir todas las empresas para operar en El Salvador.

El Código de Comercio, es la compilación de las normas mínimas que rigen los actos de comercio y demás relaciones de índole mercantil dentro de determinado Estado de Derecho (Nación o Estado). En orden jerárquico, los códigos están por debajo de la Constitución Nacional y son los que rigen determinada materia. Posterior a los códigos vienen las leyes, que rigen las normas para casos específicos.

1.5 NORMAS DE REGULACIÓN DE LA FABRICACIÓN DE HELADOS (PALETAS Y SORBETES)

1.5.1 NORMA SALVADOREÑA

1.5.1.1 OBJETO

Esta norma tiene por objeto establecer las características y especificaciones que deben cumplir los helados y las mezclas para helados.

1.5.1.2 CAMPO DE APLICACIÓN

Esta norma se aplica a los helados listos para el consumo y a las mezclas de helados en forma líquida o pulverizada que se comercializan en todo el territorio nacional.

Los Comités Técnicos de Normalización del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, CONACYT, son los organismos encargados de realizar el estudio de las normas. Están integrados por representantes de la Empresa privada, Gobierno, Organismo de Protección al Consumidor y Académico Universitario. Con el fin de garantizar un consenso nacional e internacional, los proyectos elaborados por los Comités se someten a un período de consulta pública durante el cual puede formular observaciones cualquier persona. El estudio elaborado fue aprobado como NSO 67.01.11:04 por el Comité Técnico de Normalización en su actualización primera. La oficialización de la norma conlleva la ratificación por Junta Directiva y el Acuerdo Ejecutivo del Ministerio de Economía.

Esta norma está sujeta a permanente revisión con el objeto de que responda en todo momento a las necesidades y exigencias de la técnica moderna. Las solicitudes fundadas para su revisión merecerán la mayor atención del organismo técnico del Consejo: Departamento de Normalización, Metodología y Certificación de la Calidad.

2 VIABILIDAD LEGAL Y VIABILIDAD FINANCIERA

2.1 VIABILIDAD LEGAL

Para el montaje de la planta procesadora se pretenden seguir todos los estándares higiénicos establecidos para el aseguramiento de la calidad del producto que se pretende ofrecer a los consumidores; como se dijo anteriormente el proyecto se encuentra fundamentado en la fabricación de sorbete artesanal pero de forma industrial sin perder sus atributos naturales pero con una característica particular y única que es la higiene y calidad; sin embargo para el logro de estas características particulares se necesita contar con un manual de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) y el seguimiento de las normas de Regulación de la Fabricación de Helados (paletas y sorbetes)⁵⁶ que guíe o brinde los pasos para la elaboración inocua del sorbete artesanal, es por eso que se puede asegurar que el proyecto posee viabilidad legal debido a que se puede comprobar que el producto ofertado será elaborado en las condiciones y lugar adecuados. A través de esto se asegurará de no tener ningún obstáculo para la obtención de los documentos legales concernientes a la legalización de la procesadora.

2.2 VIABILIDAD FINANCIERA

Luego de la evaluación financiera pertinente aplicada al proyecto, se determina que sí existe viabilidad debido a que al realizar el cálculo del Valor Actual Neto VAN es conveniente ya que el proyecto recupera los costos de inversión, de operación, de fabricación y otros, generando una utilidad financiera a los miembros de la cooperativa de \$149,021.90

Tomando como criterio la Tasa Interno de Retorno (TIR=377.11%), el proyecto es aceptable porque el valor de la tasa es mayor a la tasa de costo de capital (12% tomando como base proyectos similares).

⁵⁶ Norma Salvadoreña Norma Salvadoreña Obligatoria NSO 67.01.11:95

3 COSTOS RELACIONADOS CON LOS ASUNTOS LEGALES

Para legalizar la procesadora de sorbete artesanal se incurrirá en ciertos costos, ya sea por los documentos o trámites a realizar, mismos que se detallan a continuación:

Trámite a realizar	Costo de trámite
⇒ Obtención del NIT e IVA	\$ 2.00
⇒ Inscripción en la Alcaldía Municipal	Cancelar el 0.1% por el valor del capital social inicial. En el caso de Sociedades que se constituyen con el monto de capital social mínimo de USD 11,428.57), se cancelara USD 11.43
⇒ Inscripción en Estadísticas y Censos	Cancelar USD 5.00 sí es Balance Inicial o General con un capital hasta USD 11,428.57, con un capital mayor a USD 11,428.58, pero menor de USD 57,142.86 se cancelara un monto de USD 8.00; si el capital es mayor de USD 57,142.87, pero menor a USD 114,285.71 se cancela USD 10.00 Sí el capital es mayor de USD 114,285.71, pero menor de USD 228,571.43, se cancela USD 15.00 Sí el capital es mayor de de USD 228, 571.44, se cancelará USD 20.00.
⇒ Inscripción en el Registro de Comercio	Derechos de inscripción por USD 125.71 Inscripción de balance inicial por un costo de USD 17.14

Tabla 20 – Costos relacionados con asuntos legales

Nota: Algunos documentos mencionados en la legalización de la empresa no tienen costo alguno, el costo dependerá si las personas interesadas les solicitan a terceros (empresas que prestan este servicio) para que realicen el trámite en su nombre.

4 ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

El proceso de establecimiento de la Misión, Visión y Valores se denomina "Proceso de Visualización", en el cual se proyecta la imagen de excelencia que se desea crear.

Al igual que las demás empresas de helados existente, la procesadora de sorbete artesanal a través de la misión, visión y valores pretender dar a conocer a los clientes las bases de su existir.

Misión: “Somos una empresa dedicada a la fabricación de sorbete artesanal orientada a satisfacer los distintos gustos y preferencias de los consumidores con un producto natural.”

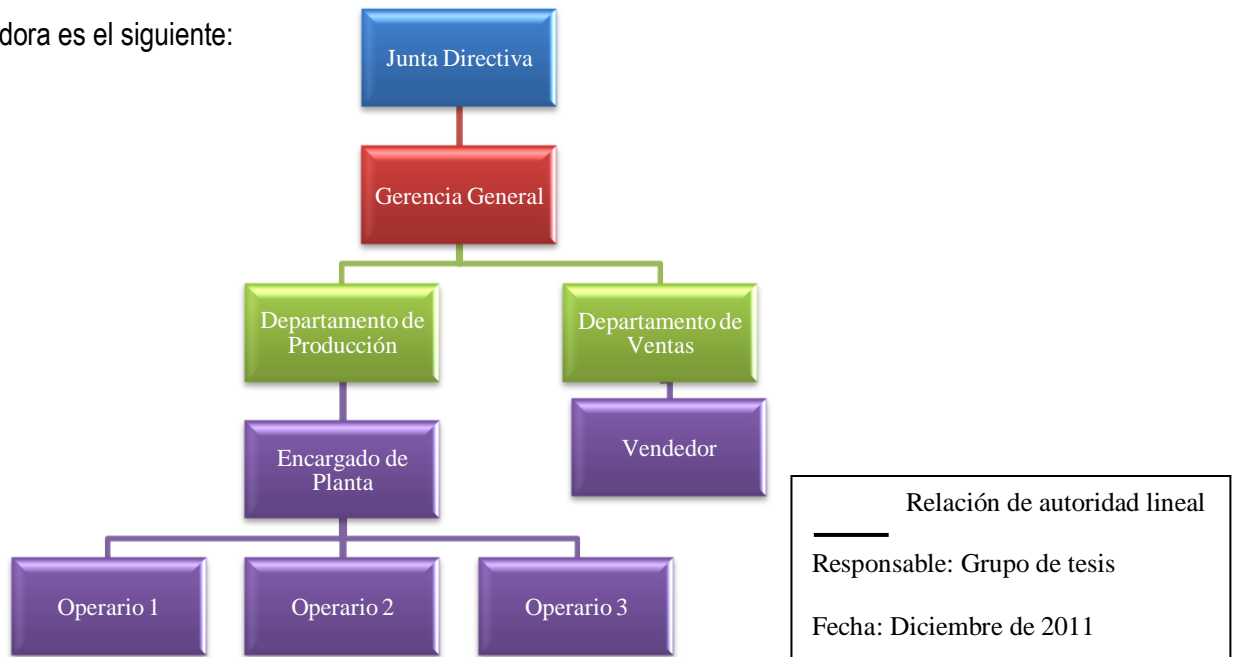
Visión: “Ser líder en la fabricación de sorbete artesanal, fortaleciendo el atractivo turístico local y con presencia a nivel nacional distinguiéndonos por brindar una excelente experiencia de compra a nuestros clientes”

Con los valores la empresa se define a sí misma, porque los valores de una organización son los valores de sus miembros, y especialmente los de sus dirigentes, la procesadora de sorbete artesanal tendrá sus propios valores que serán las fuerzas impulsoras de cómo se desarrollará su trabajo, dichos valores son los siguientes:

- ☑ Calidad: cubrir las expectativas del cliente
- ☑ Innovación: ofrecer diversidad en sabores
- ☑ Responsabilidad Social: buscar y fomentar el cuidado del medio ambiente
- ☑ Honestidad: hacer siempre lo correcto
- ☑ Trabajo en equipo: lograr las metas trabajando juntos
- ☑ Respeto: al ser consecuente en lo que decimos y hacemos

4.1 ORGANIGRAMA DE LA UNIDAD ESTRATEGICA DE NEGOCIOS (PROCESADORA DE SORBETE ARTESANAL)

Al igual que otras empresas, la planta procesadora de sorbete artesanal tendrá su propia representación gráfica de la estructura orgánica en donde se refleje la posición de la áreas que la integran. El organigrama de la procesadora es el siguiente:




Dibujo 21 – Organigrama de la UEN procesadora de sorbete artesanal


5 MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE PUESTOS

Es de gran importancia que cada organización cuente con un manual de funciones para evitar tareas y actividades repetitivas y lograr un mayor control de las mismas.

Por lo que a continuación se presenta un breve manual que corresponde a la planta procesadora de sorbete artesanal el cual está diseñado y elaborado de manera que cada usuario lo pueda utilizar e interpretar de manera muy fácil.

	<p align="center">Procesadora de Sorbete Artesanal</p>	<p>Fecha</p>	06	Enero	2012
		<p>Página</p>	1	De	2
<p>Descripción de puestos</p>					
<p>A. Identificación</p>					
<p>1. Nombre del puesto Gerente General</p>					
<p>2. Nivel jerárquico Nivel ejecutivo</p>					
<p>3. Unidad a la que pertenece (Coordinación y dirección administrativa) Gerencia General</p>					
<p>4. Sueldo mensual \$500</p>					
<p>5. Compensaciones</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Las de la ley (AFP, ISSS) ✓ Aguinaldo ✓ Vacaciones anuales 					
<p>6. Número de plazas 1 Plaza</p>					
<p>7. Tipo de contratación Contrato fijo</p>					
<p>8. Ubicación (Física y Administrativa)</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Física: Cubículo en el área administrativa de la Cooperativa 					
<p>B. Relaciones de autoridad</p>					
<p>1. Jefe inmediato o autoridad superior</p>					

Junta Directiva de la Cooperativa 2. Subordinados directos Encargado de Planta				
Vigencia	Reformas	Revisado	Aprobado	Autorizado

	Procesadora de Sorbete Artesanal	Fecha	06	Enero	2012
		Página	2	De	2

Descripción de puestos

C. Descripción general

Planificar, dirigir y controlar todas las actividades que se realizan dentro de la procesadora y el local de ventas, para asegurar el cumplimiento de los objetivos que se ha planteado la Junta Directiva.

D. Descripción específica

1. Actividades diarias

- | | |
|---------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|
| ✓ Supervisar la instalaciones de la planta | ✓ Supervisión del local de ventas |
| ✓ Verificar el cumplimiento de los estándares de higiene y limpieza | ✓ Revisar los reportes de producción |
| ✓ Efectuar remesa al banco | ✓ Revisar reportes de venta |
| | ✓ Actualizar los libros contables |
| | ✓ Realizar arqueo de caja |

2. Actividades periódicas

- | | |
|--------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|
| ✓ Preparar informes mensuales para la Junta Directiva | ✓ Coordinarse con los presidentes de las demás cooperativas para la recolección de fruta |
| ✓ Reuniones con el Encargado de Planta para revisar informes | |

3. Actividades eventuales


- ✓ Reuniones con la Junta Directiva para la presentación de resultados
- ✓ Coordinar capacitaciones
- ✓ Asistir a reuniones con la cooperativa

E. Requisitos del puesto

1. Educación

Educación Superior Administración de Empresas, Contador o carreras afines

<p>2. Experiencia 3 años en puestos similares</p> <p>3. Habilidades y destrezas</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Capacidad de coordinación y toma de decisiones ✓ Manejo equipo, paquetes informáticos y contables ✓ Manejo de leyes tributarias ✓ Manejo de: métodos de valuación de personal ✓ Liderazgo ✓ Conocimiento de procesos productivos <p>4. Aptitudes</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Responsable y Disciplinado ✓ Organizado ✓ Iniciativa propia ✓ Excelentes relaciones interpersonales ✓ Estabilidad emocional ✓ Adaptación y aprendizaje rápido 				
Vigencia	Reformas	Revisado	Aprobado	Autorizado

	Procesadora de Sorbete Artesanal	Fecha	06	Enero	2012
		Página	1	De	2

Descripción de puestos

A. Identificación

1. Nombre del puesto

Encargado de Planta

2. Nivel jerárquico

Nivel Administrativo

3. Unidad a la que pertenece (Coordinación y dirección administrativa)

Departamento de Producción

4. Sueldo mensual

\$300

5. Compensaciones

- ✓ Las de la ley (AFP, ISSS)
- ✓ Aguinaldo
- ✓ Vacaciones anuales

6. Número de plazas


1 Plaza

7. Tipo de contratación

Contrato fijo

8. Ubicación (Física y Administrativa)

✓ Física: En planta de producción B. Relaciones de autoridad 1. Jefe inmediato o autoridad superior Gerente General 2. Subordinados directos Personal operativo de la procesadora				
Vigencia	Reformas	Revisado	Aprobado	Autorizado

	Procesadora de Sorbete Artesanal	Fecha	06	Enero	2012
		Página	2	De	2

Descripción de puestos

C. Descripción general

Dirigir y controlar todas las actividades que se realizan dentro del área de producción de la procesadora

D. Descripción específica

1. Actividades diarias

- | | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> ✓ Supervisar la existencia de suministros dentro de bodega ✓ Supervisar las entradas y salidas de materia prima ✓ Verificar que el personal operativo cumpla con las normas de higiene y seguridad ✓ Coordinar la producción diaria con la gerencia ✓ Revisión de calidad del producto ✓ Verificar la temperatura del freezer | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Mantener actualizados el control de inventario de bodega ✓ Verificar que el proceso productivo se cumpla de acuerdo a los estándares establecidos por la gerencia ✓ Coordinación con sala de ventas sobre existencias ✓ Verificar la aplicación correcta de las recetas |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

2. Actividades periódicas

- | | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> ✓ Preparar informes mensuales para la Gerencia General ✓ Reuniones con el Gerente General | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Verificar el buen funcionamiento de maquinaria y herramientas ✓ Control de asistencia del personal |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

para revisar informes

3. Actividades eventuales

- ✓ Reuniones con el personal
- ✓ Otras funciones que la Gerencia requiera
- ✓ Asegurar que personal que manipula alimentos se realice sus exámenes médicos periódicamente
- ✓ Verificar que el personal operativo cuente con su carnet de manipulación de alimentos

E. Requisitos del puesto

1. Educación

Bachiller Técnico Vocacional Comercial

2. Experiencia

3 años en puestos similares


3. Habilidades y destrezas

- ✓ Capacidad de coordinación y toma de decisiones
- ✓ Conocimientos en uso y mantenimiento de maquinaria utilizada en el proceso
- ✓ Facilidad de comunicación verbal y escrita
- ✓ Liderazgo
- ✓ Conocimiento de procesos productivos

4. Aptitudes

- ✓ Responsable y Disciplinado
- ✓ Organizado
- ✓ Iniciativa propia
- ✓ Excelentes relaciones interpersonales
- ✓ Estabilidad emocional
- ✓ Adaptación y aprendizaje rápido

Vigencia	Reformas	Revisado	Aprobado	Autorizado
-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-------------------

	Procesadora de Sorbete Artesanal	Fecha	06	Enero	2012
		Página	1	De	2

Descripción de puestos

A. Identificación


1. Nombre del puesto

Operario

2. Nivel jerárquico

Nivel Operativo

<p>3. Unidad a la que pertenece (Coordinación y dirección administrativa) Departamento de Producción</p> <p>4. Sueldo mensual \$219.35</p> <p>5. Compensaciones</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Las de la ley (AFP, ISSS) ✓ Aguinaldo ✓ Vacaciones anuales <p>6. Número de plazas 3 Plazas</p> <p>7. Tipo de contratación Contrato fijo</p> <p>8. Ubicación (Física y Administrativa)</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Física: En planta de producción <p style="text-align: center;">B. Relaciones de autoridad</p> <p>1. Jefe inmediato o autoridad superior Encargado de Planta</p> <p>2. Subordinados directos</p>				
Vigencia	Reformas	Revisado	Aprobado	Autorizado

	<p>Procesadora de Sorbete Artesanal</p>	Fecha	06	Enero	2012		
		Página	2	De	2		
Descripción de puestos							
<p>C. Descripción general</p> <p>Encargado de las actividades concernientes a la producción de sorbete artesanal</p>							
<p>D. Descripción específica</p> <p>1. Actividades diarias</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Recepción de materia prima e insumos ✓ Limpieza e higiene de los utensilios, </td> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Apoyar en los proceso de entrega de producto ✓ Cuidar las instalaciones y utensilios </td> </tr> </table>						<ul style="list-style-type: none"> ✓ Recepción de materia prima e insumos ✓ Limpieza e higiene de los utensilios, 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Apoyar en los proceso de entrega de producto ✓ Cuidar las instalaciones y utensilios
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Recepción de materia prima e insumos ✓ Limpieza e higiene de los utensilios, 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Apoyar en los proceso de entrega de producto ✓ Cuidar las instalaciones y utensilios 						

<p>maquinaria e instalaciones de la procesadora</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Apoyar en la realización de inventario físico, cuando le es requerido <p>2. Actividades periódicas</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Informar al Encargado de Planta sobre cualquier anomalía que se dé en el proceso ✓ Reuniones con el Encargado de Planta <p>3. Actividades eventuales</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Cualquier otra que la gerencia requiera 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Coordinación con sala de ventas sobre existencias ✓ Elaboración del sorbete en base a la receta establecida ✓ Apoyar en sala de ventas cuando sea necesario ✓ Almacenar los ingredientes y materiales utilizados en proceso de producción ✓ Cumplir con todas las normas sanitarias y de seguridad dentro y fuera de la procesadora
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

E. Requisitos del puesto

1. Educación

9° grado

2. Experiencia

Preferible


3. Habilidades y destrezas

- | | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> ✓ Conocimientos en uso y mantenimiento de maquinaria utilizada en el proceso (preferible) | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Facilidad de comunicación verbal ✓ Conocimiento de procesos productivos (preferible) |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|


4. Aptitudes

- | | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> ✓ Responsable y Disciplinado ✓ Organizado ✓ Iniciativa propia ✓ Orientado al servicio | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Excelentes relaciones interpersonales ✓ Estabilidad emocional ✓ Adaptación y aprendizaje rápido |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Vigencia	Reformas	Revisado	Aprobado	Autorizado
-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-------------------

	<p>Procesadora de Sorbete Artesanal</p>	Fecha	06	Enero	2012
		Página	1	De	2
Descripción de puestos					

A. Identificación				
1. Nombre del puesto Vendedora				
2. Nivel jerárquico Nivel Administrativo				
3. Unidad a la que pertenece (Coordinación y dirección administrativa) Departamento de Ventas				
4. Sueldo mensual \$224.21				
5. Compensaciones				
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Las de la ley (AFP, ISSS) ✓ Aguinaldo ✓ Vacaciones anuales 				
6. Número de plazas 1 Plaza				
7. Tipo de contratación Contrato fijo				
8. Ubicación (Física y Administrativa)				
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Física: En el local de ventas 				
B. Relaciones de autoridad				
1. Jefe inmediato o autoridad superior Gerente General				
2. Subordinados directos				
Vigencia	Reformas	Revisado	Aprobado	Autorizado

	Procesadora de Sorbete Artesanal	Fecha	06	Enero	2012
		Página	2	De	2
Descripción de puestos					
C. Descripción general					
Encargado de las actividades relacionadas con la venta del sorbete					

D. Descripción específica				
1. Actividades diarias				
✓ Brindar una atención esmerada a los clientes	✓ Promover la venta			
✓ Limpieza e higiene de los utensilios, e instalaciones de la sala de ventas	✓ Cuidar las instalaciones y utensilios			
✓ Realización de inventario físico del producto	✓ Elaborar reportes de venta			
✓ Colocación del producto	✓ Encargada de abrir y cerrar el local			
	✓ Coordinación con el área de producción sobre existencias			
	✓ Servir el producto de acuerdo al estándar establecido			
2. Actividades periódicas				
✓ Informar al Gerente General sobre cualquier anomalía que se dé en el local	✓ Retiro del producto vencido			
✓ Reuniones con el Gerente General	✓ Cumplir con todas las normas sanitarias y de seguridad dentro del local			
✓ Revisión de fechas de vencimiento del producto				
3. Actividades eventuales				
✓ Cualquier otra que la gerencia requiera				
E. Requisitos del puesto				
1. Educación				
Bachillerato Técnico Vocacional Opción Comercial				
2. Experiencia				
2 años en puestos similares (preferible)				
3. Habilidades y destrezas				
✓ Capacidad de persuasión	✓ Facilidad de comunicación verbal			
✓ Habilidades numéricas	✓ Manejo de caja registradora			
4. Aptitudes				
✓ Responsable y Disciplinada	✓ Excelentes relaciones interpersonales			
✓ Organizado	✓ Estabilidad emocional			
✓ Iniciativa propia	✓ Adaptación y aprendizaje rápido			
✓ Orientada al servicio				
Vigencia	Reformas	Revisado	Aprobado	Autorizado

Tabla 21 – Manual de puestos

6 BUENAS PRÁCTICAS DE MANUFACTURA (BPM)

Todo fabricante de alimentos debe tener como misión entregar a los consumidores productos de buena calidad, seguros y confiables, lo más cercano posible a los productos naturales, que conserven características saludables y sean económicamente accesibles para los consumidores, seleccionando las mejores materias primas con los más altos estándares de calidad; debe además brindar el más alto nivel de satisfacción a los consumidores, y a la vez investigar constantemente las tendencias en cuanto a los hábitos alimentarios para poder responder a los cambios en la demanda de los consumidores.

Entre los atributos principales de los alimentos procesados, la calidad resulta del cumplimiento integral de varios requisitos, entre estos las más importantes son: la inocuidad, el valor nutricional, y las características de conveniencia para el consumidor.

Debido a los constantes brotes de enfermedades transmitidas por los alimentos, los países están exigiendo el cumplimiento de normas durante los procesos de producción, que aseguren que los alimentos no representan un riesgo para la salud humana, el ambiente y la seguridad de los trabajadores.

Uno de los objetivos de la procesadora de sorbete artesanal es ofertar al cliente un producto de calidad y esto se logra cumpliendo ciertas normas en el proceso de producción del mismo, es decir poniendo en práctica las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) con el propósito de reducir al mínimo el riesgo de contaminación biológica, química o física durante el proceso de producción del sorbete artesanal.

Es por eso que a continuación se presentan algunas normas a aplicar en la BPM dentro de la planta procesadora:

Instalaciones:

- Mantener una valla perimetral que sirva como barrera contra el ingreso de cualquier animal o persona ajena a las labores de la procesadora.
- Colocar malla en ventanas y puertas para evitar el ingreso de insectos.
- Deben manejarse los desechos sólidos adecuadamente para evitar basureros a cielo abierto.
- El almacenamiento de equipo deberá realizarse en forma ordenada de acuerdo al procedimiento.

De la ubicación:

- Debe estar ubicado lejos de zonas industriales donde los residuos de gases u otro tipo de contaminante no puedan llegar hacia la planta.
- Se debe contar con una zona amplia donde se facilite la descarga de materia prima y carga del producto terminado.

De las instalaciones físicas:

- En cuanto al flujo de las operaciones de procesamiento, desde materias primas, manipulación que ejercen las personas, hasta obtener el producto terminado, se recomienda que sean en línea recta, y de preferencia continua. Se recomienda que siempre sea hacia adelante, aunque el proceso sea en zigzag, lo importante es nunca retroceder en una operación.
- La distribución de ambientes debe contar con espacios suficientes:
 - ✓ Para la llegada de la materia prima.
 - ✓ Una zona para descarga y pesado.
 - ✓ Una sala exclusiva para el procesamiento.
- Los espacios de maniobras para las operaciones de la planta deben contener entre cada etapa, una conexión que permita un flujo continuo. No deben pegarse a las paredes, deberán estar a un metro de distancia y no deben llegar a la altura de los techos. Es de vital importancia que facilite la relación hombre-máquina.
- Los edificios y estructuras de la planta serán de un tamaño, construcción y diseño que faciliten su mantenimiento y las operaciones sanitarias para la elaboración del sorbete artesanal

Medidas higiénicas:

- Proveer toallas de papel y rótulos que le indiquen al trabajador como lavarse las manos.
- Proceso para lavarse las manos.

Los equipos y utensilios:

- Deben estar diseñados de manera que permita un rápido desmontaje y fácil acceso para su inspección, mantenimiento y limpieza.

- Funcionar de conformidad con el uso al que está destinado.
- Ser de material no absorbente, ni corrosivo, resistente a las operaciones repetidas de limpieza y desinfección.
- No transferir al producto material o sustancias tóxicas, olores, ni sabores.

El personal:

- El personal involucrado en la manipulación de alimentos debe ser previamente capacitado en Buenas Prácticas de Manufactura.

Se sugieren los temas enfocados y orientados a:

- Manipulación higiénica de alimentos frescos y procesados
- Almacenamientos de los alimentos.
- Enfermedades transmitidas por alimentos y su incidencia en la industria de alimentos.

Limpieza personal:**El cuerpo:**

- Bañarse diariamente, en la mañana, antes de ir al trabajo.
- Usar desodorante y talco.
- Lavarse frecuentemente el cabello y peinarlo.
- Lavarse los dientes.
- Cambiarse diariamente la ropa interior.
- Rasurarse diariamente, eliminando la barba.
- El bigote se permite no más ancho que salga del tapabocas o mascarilla.
- Si usa barba cúbrala con redecilla adecuada.
- Las patillas siempre que estén cubiertas por redecilla o gorro de tela.
- Las uñas deberán usarse cortas, limpias y sin esmalte.

Manos (todo el personal debe lavarse correctamente las manos):

- Antes de iniciar labores.
- Antes de manipular los productos.
- Antes y después de comer.
- Después de ir al servicio sanitario.
- Después de toser, estornudar o tocarse la nariz.
- Después de fumar.
- Después de manipular la basura.

Forma correcta de lavarse las manos:

- Humedezca sus manos con agua.
- Cúbralas con jabón desinfectante.
- Frote sus manos entre sí, efectuando movimientos circulares por 15 a 20 segundos.
- Frote bien sus dedos y limpie bien las uñas, debajo y alrededor de éstas con la ayuda de un cepillo.
- Lave la parte de los brazos que está al descubierto y en contacto con los alimentos, frotando repetidamente.
- Enjuague sus manos y brazos con suficiente agua.
- Escurra el agua residual.
- Seque las manos y los brazos con toallas desechables o secador de manos.

Conducta personal (evitar practicar actos que no son sanitarios tales como):

- Rascarse la cabeza u otras partes del cuerpo.
- Tocarse la frente.
- Introducir los dedos en las orejas, nariz y boca.
- Arreglarse el cabello, halarse los bigotes.
- Exprimir espinillas y otras prácticas inadecuadas y antihigiénicas.
- No escupir al piso o paredes.
- Antes de toser o estornudar deberá alejarse de inmediato del producto que está manipulando, cubrirse la boca y después lavarse las manos con jabón desinfectante, para prevenir la contaminación bacteriana.
- No utilizar joyas: aretes, cadenas, anillos, pulseras, collares, relojes, etc. dentro de la planta

No utilizar maquillaje.

F. ÁREA ECONÓMICA Y FINANCIERA PROPUESTA

1 EVALUACIÓN FINANCIERA

1.1 COSTOS DE FABRICACIÓN PARA DETERMINACIÓN DE PRECIO DE VENTA

1.1.1 COSTOS PARA ELABORACIÓN DE UN CILINDRO DE SORBETE DE 8 LITROS (140 UNIDADES DE SORBETE)

En el costo para la fabricación de los diferentes cilindros de sorbete y el cálculo unitario de sorbetes se incluyen los siguientes insumos detallados en porciones necesarias para la elaboración exacta:

COSTOS DE SORBETE DE COCO				
Insumo	Cantidad	Unidad	Valor (Un.) \$	Valor (total) \$
Coco	10.00	Unitario	\$ 0.3500	\$ 3.500
Azúcar	10.00	Libras	\$ 0.4000	\$ 4.000
Agua	6.00	Litros	\$ 0.0002	\$ 0.001
Energía eléctrica	0.51	Kilowatts	\$ 0.2757	\$ 0.142
Mano de obra	0.45	Hora	\$ 2.7420	\$ 1.234
Charrita, cono o vaso	140.00	Unitario	\$ 0.0260	\$ 3.640
Hielo	0.25	Quintal	\$ 0.6250	\$ 0.156
Sal	4.00	Libras	\$ 0.0800	\$ 0.320
Jalea	1.00	Botella	\$ 1.0000	\$ 1.000
Costos indirectos	7.00	Otros	\$ 0.0500	\$ 0.350
Costo total				\$ 14.34
Costo unitario				\$ 0.10

COSTOS DE SORBETE DE MANGO				
Insumo	Cantidad	Unidad	Valor (Un.) \$	Valor (total) \$
Mango	40.00	Unitario	\$ 0.0300	\$ 1.200
Azúcar	8.00	Libras	\$ 0.4000	\$ 3.200
Agua	6.00	Litros	\$ 0.0002	\$ 0.001
Energía eléctrica	0.51	Kilowatts	\$ 0.2757	\$ 0.142
Mano de obra	0.45	Hora	\$ 2.7420	\$ 1.234
Charrita, cono o vaso	140.00	Unitario	\$ 0.0260	\$ 3.640
Hielo	0.25	Quintal	\$ 0.6250	\$ 0.156
Sal	4.00	Libras	\$ 0.0800	\$ 0.320
Jalea	1.00	Botella	\$ 1.0000	\$ 1.000
Costos indirectos	7.00	Otros	\$ 0.0500	\$ 0.350
Costo total				\$ 11.24
Costo unitario				\$ 0.08

Estudio de factibilidad para montaje de procesadora de sorbete artesanal

COSTOS DE SORBETE DE MARAÑÓN				
Insumo	Cantidad	Unidad	Valor (Un.) \$	Valor (total) \$
Marañón	25.00	Unitario	\$ 0.0300	\$ 0.750
Azúcar	10.00	Libras	\$ 0.4000	\$ 4.000
Agua	6.00	Litros	\$ 0.0002	\$ 0.001
Energía eléctrica	0.51	Kilowatts	\$ 0.2757	\$ 0.142
Mano de obra	0.45	Hora	\$ 2.7420	\$ 1.234
Charrita, cono o vaso	140.00	Unitario	\$ 0.0260	\$ 3.640
Hielo	0.25	Quintal	\$ 0.6250	\$ 0.156
Sal	4.00	Libras	\$ 0.0800	\$ 0.320
Jalea	1.00	Botella	\$ 1.0000	\$ 1.000
Costos indirectos	7.00	Otros	\$ 0.0500	\$ 0.350
Costo total				\$ 11.59
Costo unitario				\$ 0.08

COSTOS DE SORBETE DE JOCOTE				
Insumo	Cantidad	Unidad	Valor (Un.) \$	Valor (total) \$
Jocote	200.00	Unitario	\$ 0.0075	\$ 1.500
Azúcar	10.00	Libras	\$ 0.4000	\$ 4.000
Agua	8.00	Litros	\$ 0.0002	\$ 0.002
Energía eléctrica	0.51	Kilowatts	\$ 0.2757	\$ 0.142
Mano de obra	0.45	Hora	\$ 2.7420	\$ 1.234
Charrita, cono o vaso	140.00	Unitario	\$ 0.0260	\$ 3.640
Hielo	0.25	Quintal	\$ 0.6250	\$ 0.156
Sal	4.00	Libras	\$ 0.0800	\$ 0.320
Jalea	1.00	Botella	\$ 1.0000	\$ 1.000
Costos indirectos	7.00	Otros	\$ 0.0500	\$ 0.350
Costo total				\$ 12.34
Costo unitario				\$ 0.09

COSTOS DE SORBETE DE NARANJA				
Insumo	Cantidad	Unidad	Valor (Un.) \$	Valor (total) \$
Naranja	40.00	Unitario	\$ 0.0300	\$ 1.200
Azúcar	12.00	Libras	\$ 0.4000	\$ 4.800
Agua	4.00	Litros	\$ 0.0002	\$ 0.001
Energía eléctrica	0.51	Kilowatts	\$ 0.2757	\$ 0.142
Mano de obra	0.45	Hora	\$ 2.7420	\$ 1.234
Charrita, cono o vaso	140.00	Unitario	\$ 0.0260	\$ 3.640
Hielo	0.25	Quintal	\$ 0.6250	\$ 0.156
Sal	4.00	Libras	\$ 0.0800	\$ 0.320
Jalea	1.00	Botella	\$ 1.0000	\$ 1.000
Costos indirectos	7.00	Otros	\$ 0.0500	\$ 0.350
Costo total				\$ 12.84
Costo unitario				\$ 0.09

Tabla 22 – Costos totales y unitarios

El costo total que se incurre por la elaboración de cada cilindro es el siguiente:

- Coco \$14.34
- Mango \$11.24

- Marañón \$11.59
- Jocote \$12.34
- Naranja \$12.84

Mientras que el costo unitario considerando que cada cilindro tiene capacidad para 140 unidades de sorbete artesanal es el siguiente:

- Coco \$0.10
- Mango \$0.08
- Marañón \$0.08
- Jocote \$0.09
- Naranja \$0.09

1.1.2 OTROS COSTOS Y GASTOS INCURRIDOS EN LOCAL Y PROCESADORA

Estos costos y gastos se calculan proporcionalmente para determinar el monto de operación por unidad producida u operación realizada (cálculo estimado):

Descripción	Costo Mensual
Renta de alquiler	\$ 500.00
Luz	\$ 110.00
Agua	\$ 10.00
Teléfono	\$ 10.00
Transporte	\$ 30.00
Nómina ⁵⁷	\$ 1,682.26
Seguro Social/AFP ⁵⁸	\$ 239.72
Papelería y útiles	\$ 12.00
Material de limpieza	\$ 16.00
Recolección de basura (alcaldía)	\$ 20.00
Varios ⁵⁹	\$ 50.00
Total de Gastos Mensuales	\$ 2,679.98

Tabla 23 – Otros costos y gastos

⁵⁷ Pago de salario sin aporte patronal ISSS y AFP.

⁵⁸ Aporte patronal aplicable al salario ISSS 7.5% y AFP 6.75%

⁵⁹ Permisos y licencias.

Total de Gastos	\$ 2,679.98
Número de Días Laborados	30
Costo Diario de Operación	\$ 89.33
Número de operaciones o unidades vendidas en el mes (Sorbetes)	15000
Costo por operación	\$ 0.01

El costo incurrido por operación o producción unitaria es aproximadamente de \$0.01

1.1.3 DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA

El precio de venta viene dado por el costo de realizar el sorbete y el costo de operación por proceso o unidad, más el porcentaje de utilidad deseado:

DETERMINAR PRECIO DE VENTA

SORBETE ARTESANAL

	COSTO		
COSTO DE LA RECETA ⁶⁰	\$ 0.10	+	
COSTO DE OPERACIÓN	\$ 0.01	+	
COSTO DE ELABORAR	\$ 0.11		% Deseado
PORCENTAJE DE UTILIDAD %	\$ 0.39	+	360 Porcentaje deseado
PRECIO DE VENTA SUGERIDO ⁶¹	\$ 0.50		

1.1.4 MARGEN DE CONTRIBUCIÓN

Es el monto con el cual la empresa hace frente a los costos fijos unitarios y al margen de ganancia. Este resulta de la diferencia entre el Precio de Venta y el Costo Variable es decir el exceso de ingresos con respecto a los costos variables:

PRECIO DE MERCADO DE PRODUCTOS DE MERCADO META SIMILAR

Alto

\$ 1.00

⁶⁰ Considerando el costo más alto de producción.

⁶¹ Precio alto previendo pérdidas en caso de la poca movilidad de algún producto.

	Bajo	\$ 0.25
PRECIO DEL SORBETE DETERMINADO	PRECIO =	\$ 0.50
Margen de Contribución		78%

Para el sorbete artesanal se tiene que el margen de contribución genera un 78% (\$0.39 de utilidades) sobre el costo de elaboración.

2 PRESUPUESTOS

2.1 PARÁMETROS DE ESTIMACIÓN PARA PRESUPUESTOS

La tasa de inflación estimada se refleja en el precio de venta y el costos de los materiales los cuales puede variar año con año sin caer o subir de manera abrupta. El incremento anual estimado de salarios es considerado en base a empresas que comercializan productos similares, estos se reflejan en la mano de obra empleada para el proceso.

Parámetros:

Tasa de Inflación Estimada	5.2%	Según Banco Central de Reserva
Incremento Anual Estimado / Salarios	2.0%	

2.2 PRESUPUESTO DE INVERSIÓN

Este comprende la maquinaria, diversas herramientas a adquirir y otros aspectos para el correcto funcionamiento de la procesadora y el local de ventas, teniendo en cuenta que son elementales para llevar a cabo la fabricación del sorbete artesanal:

Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Importe	Años en que se Deprecia
2	Freezer horizontal*	\$ 549.99	\$ 1,099.98	2
1	Vitrina para gelato*	\$ 800.00	\$ 800.00	2
1	Licuada industrial de vaso de 4 litros*	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	5
1	Exprimidor de cítricos*	\$ 297.85	\$ 297.85	5
1	Caja registradora**	\$ 300.00	\$ 310.00	2
2	Mesa trabajo de acero inoxidable*	\$ 650.50	\$ 1,301.00	2
1	Estante de acero inoxidable*	\$ 350.00	\$ 350.00	2
3	Cuchara mecánica # 40***	\$ 5.00	\$ 15.00	2

2	Set de una mesa y 4 sillas**	\$ 40.00	\$ 90.00	2
4	Paleta de madera***	\$ 4.00	\$ 16.00	2
2	Colador chino***	\$ 10.00	\$ 20.00	2
2	Cuchillo universal para frutas y vegetales***	\$ 7.00	\$ 14.00	2
2	Corvo de 18 pulgadas***	\$ 10.00	\$ 20.00	2
5	Huacales con lazo***	\$ 7.00	\$ 35.00	2
15	Cilindro de acero inoxidable 50cm x 30 diámetro**	\$ 30.00	\$ 460.00	2
5	Barrica de madera***	\$ 35.00	\$ 175.00	2
1	Construcción de galera	\$ 2,027.00	\$ 2,027.00	20
Total Inversión en Activos Fijos Depreciables			\$ 8,030.83	

* Costos de flete y acarreo corren por cuenta del proveedor (FIMA Italia)

** Costos de flete y acarreo corren por cuenta del comprador (\$10 de cargo extra)

*** Costos de flete y acarreo no incluido (Proveedor Tienda Morena Santa Tecla)

Terreno

	Descripción	Importe
Terreno	Valor simbólico 30mts ² a \$20.00 = \$600, valor simbólico 50% debido a costo de oportunidad.	\$ 300.00

Intangibles

	Descripción	Importe	Años para su Amortización
Patentes	Ley de patentes y marcas en El Salvador, costos de empresa "Gold Service" incluye todos los trámites.	\$ 585.00	5

Total de Inversión Inicial

\$ 8,915.83

Tabla 24 – Presupuesto de inversión

2.3 PRORRATEO DE PRODUCTOS

El prorrateo de los diferentes sabores a producir viene dado según los distintos gustos y preferencias de los consumidores, en conjunto con las frutas de mayor producción en la zona según anexos 8 y 9:

Elemento a prorratear	Valor porcentual
% Coco	25%
% Mango	23%
% Marañón	20%
% Jocote	16%
% Naranja	16%
Total	100%

El crecimiento anual de las ventas es considerado tomando como base entidades y proyectos similares:

Crecimiento anual de las ventas	5%
---------------------------------	----

Tabla 25 – Prorrato de productos y crecimiento anual de ventas

2.4 PRESUPUESTO DE VENTAS

El presupuesto de ventas en unidades considera los valores del prorrato de productos, las unidades proyectadas a vender según capacidad productiva de la planta (71%), el crecimiento anual (5%) y la demanda esperada.

En el precio de ventas estimado se incluyen los costos y gastos de fabricación y anticiparse a cualquier pérdida o gasto no estimado.

El presupuesto de ventas en dólares viene dado por las unidades proyectadas multiplicadas por el precio de ventas.

Cantidades Proyectadas a Vender (En Unidades)

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sorbete de Coco	45000	47250	49613	52093	54698
Sorbete de Mango	41400	43470	45644	47926	50322
Sorbete de Marañón	36000	37800	39690	41675	43758
Sorbete de Jocote	28800	30240	31752	33340	35007
Sorbete de Naranja	28800	30240	31752	33340	35007

Precio (En US\$)

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sorbete de Coco	\$ 0.50	\$ 0.53	\$ 0.55	\$ 0.58	\$ 0.61
Sorbete de Mango	\$ 0.50	\$ 0.53	\$ 0.55	\$ 0.58	\$ 0.61
Sorbete de Marañón	\$ 0.50	\$ 0.53	\$ 0.55	\$ 0.58	\$ 0.61
Sorbete de Jocote	\$ 0.50	\$ 0.53	\$ 0.55	\$ 0.58	\$ 0.61
Sorbete de Naranja	\$ 0.50	\$ 0.53	\$ 0.55	\$ 0.58	\$ 0.61

Ingresos por Ventas (En US\$)

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sorbete de Coco	\$ 22,500.00	\$ 24,853.50	\$ 27,453.18	\$ 30,324.78	\$ 33,496.75
Sorbete de Mango	\$ 20,700.00	\$ 22,865.22	\$ 25,256.92	\$ 27,898.80	\$ 30,817.01
Sorbete de Marañón	\$ 18,000.00	\$ 19,882.80	\$ 21,962.54	\$ 24,259.82	\$ 26,797.40
Sorbete de Jocote	\$ 14,400.00	\$ 15,906.24	\$ 17,570.03	\$ 19,407.86	\$ 21,437.92
Sorbete de Naranja	\$ 14,400.00	\$ 15,906.24	\$ 17,570.03	\$ 19,407.86	\$ 21,437.92

Ingresos Totales:	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	\$ 90,000.00	\$ 99,414.00	\$109,812.70	\$121,299.11	\$133,987.00

Tabla 26 – Presupuesto de ventas

2.5 PROGRAMA DE FINANCIAMIENTO

Para financiar el proyecto se pretende hacer uso de \$1,000 proporcionado como fondos propios por parte de los socios y un préstamo para cubrir la inversión:

Inversión en Activos Fijos Depreciables

Aportes del Propietario	\$ 1,000.00	<i>Aportes del Propietario o Socios</i>
Préstamos	\$ 7,915.83	

Amortización de la Financiación Externa:

Período del Crédito en Años:	5	<i>Préstamo con banco Scotiabank</i>
Tasa de Interés:	18.00%	
Monto del Crédito:	\$ 7,915.83	
A anualidad	\$ (2,531.31)	

Años:	0	1	2	3	4	5
<i>Interés</i>		\$ 1,424.85	\$ 1,225.69	\$ 990.68	\$ 713.36	\$ 386.13
<i>Anualidad</i>		\$ (2,531.31)	\$ (2,531.31)	\$ (2,531.31)	\$ (2,531.31)	\$ (2,531.31)
<i>Capital</i>		\$ 1,106.46	\$ 1,305.62	\$ 1,540.63	\$ 1,817.95	\$ 2,145.18
<i>Saldo</i>	\$ 7,915.83	\$ 6,809.37	\$ 5,503.75	\$ 3,963.12	\$ 2,145.18	\$ (0.00)
Saldo no pagado al Final:						\$ -

Tabla 27 – Programa de financiación

2.6 PRORRATEO DE LA DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS

El prorrateo de los activos fijos depreciables se realiza en base a proyectos similares con respecto a niveles aceptables de operación:

Prorrateo de Depreciación de Activos Fijos:	%
Producción	70.0%
Administración	20.0%
Ventas	10.0%
Total:	100.0%

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Depreciación/Producción	\$ 1,899.74	\$ 1,899.74	\$ 252.64	\$ 252.64	\$ 252.64
Depreciación/Administración	\$ 542.78	\$ 542.78	\$ 72.18	\$ 72.18	\$ 72.18
Depreciación/Ventas	\$ 271.39	\$ 271.39	\$ 36.09	\$ 36.09	\$ 36.09
	\$ 2,713.91	\$ 2,713.91	\$ 360.92	\$ 360.92	\$ 360.92

Tabla 28 – Prorrateso de activos depreciables

2.7 PROGRAMA DE DEPRECIACIÓN

Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Importe	% de Depreciación Anual	1	2	3	4	5	Costo del Activo al Final del Año 5
2	Freezer horizontal	\$ 549.99	\$ 1,099.98	50.00%	\$ 549.99	\$ 549.99				
1	Vitrina para gelato	\$ 800.00	\$ 800.00	50.00%	\$ 400.00	\$ 400.00				
1	Licuada industrial de vaso de 4 litros	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	20.00%	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	
1	Exprimidor de cítricos	\$ 297.85	\$ 297.85	20.00%	\$ 59.57	\$ 59.57	\$ 59.57	\$ 59.57	\$ 59.57	
1	Caja registradora	\$ 300.00	\$ 310.00	50.00%	\$ 155.00	\$ 155.00				
2	Mesa trabajo de acero inoxidable	\$ 650.50	\$ 1,301.00	50.00%	\$ 650.50	\$ 650.50				
1	Estante de acero inoxidable	\$ 350.00	\$ 350.00	50.00%	\$ 175.00	\$ 175.00				
3	Cuchara mecánica # 40	\$ 5.00	\$ 15.00	50.00%	\$ 7.50	\$ 7.50				
2	Set de una mesa y 4 sillas	\$ 40.00	\$ 90.00	50.00%	\$ 45.00	\$ 45.00				
4	Paleta de madera	\$ 4.00	\$ 16.00	50.00%	\$ 8.00	\$ 8.00				
2	Colador chino	\$ 10.00	\$ 20.00	50.00%	\$ 10.00	\$ 10.00				
2	Cuchillo universal para frutas y vegetales	\$ 7.00	\$ 14.00	50.00%	\$ 7.00	\$ 7.00				
2	Corvo de 18 pulgadas	\$ 10.00	\$ 20.00	50.00%	\$ 10.00	\$ 10.00				
5	Huacales con lazo	\$ 7.00	\$ 35.00	50.00%	\$ 17.50	\$ 17.50				
15	Cilindro de acero inoxidable 50cm x 30 diámetro	\$ 30.00	\$ 460.00	50.00%	\$ 230.00	\$ 230.00				
5	Barrica de madera	\$ 35.00	\$ 175.00	50.00%	\$ 87.50	\$ 87.50				
1	Construcción de galera	\$ 2,027.00	\$ 2,027.00	5.00%	\$ 101.35	\$ 101.35	\$ 101.35	\$ 101.35	\$ 101.35	\$ 1,520.25
Depreciación Anual					\$ 2,713.91	\$ 2,713.91	\$ 360.92	\$ 360.92	\$ 360.92	\$ 1,520.25

Tabla 29 – Programa de activos depreciables

2.8 PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA

El valor de mano de obra es calculado incluyendo el aporte patronal de cada trabajador, se consideran como administrativos los encargados, gerentes y dependientes; mientras que se consideran como obreros a los operarios:

Mano de Obra

	Operarios:*	Técnicos:	Administrativos:**
Pago Mensual (12 Meses):	\$ 751.82	\$ 0.00	\$ 1,170.16

Prestaciones

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Operarios	\$ 9,021.87	\$ 9,202.30	\$ 9,386.35	\$ 9,574.08	\$ 9,765.56
Técnicos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Administrativos	\$ 14,041.92	\$ 14,322.76	\$ 14,609.21	\$ 14,901.40	\$ 15,199.42
Importe por Mano de Obra	\$ 23,063.78	\$ 23,525.06	\$ 23,995.56	\$ 24,475.47	\$ 24,964.98

* Salario mensual de 3 operarios \$250.61 cada uno.

** Salario mensual de 1 Gerente \$571.25, 1 Administrativo (Encargado de planta) \$342.75 y 1 Vendedor (Encargado de local de ventas) \$256.16.

Nota: Se considera un incremento anual salarial del 2.00% según proyectos similares.

Tabla 30 – Presupuesto de mano de obra

2.9 PRESUPUESTO DE MATERIALES

Para realizar el presupuesto de materiales se toma en cuenta el costo unitario de cada material correspondiente y utilizado para la producción de cada sorbete:

Sorbete de Coco

Detalle COSTO BRUTO	Costo Unitario	%
Materia Prima / Materiales	\$ 0.053571	57%
Agregados	\$ 0.011661	12%
Charrita, cono o vaso	\$ 0.026000	28%
Otros	\$ 0.002500	3%
Total	\$ 0.093732	100%

Sorbete de Mango

Detalle COSTO BRUTO	Costo Unitario	%
Materia Prima / Materiales	\$ 0.031429	44%
Agregados	\$ 0.011661	16%
Charrita, cono o vaso	\$ 0.026000	36%
Otros	\$ 0.002500	3%
Total	\$ 0.071589	100%

Sorbete de Marañón

Detalle COSTO BRUTO	Costo Unitario	%
Materia Prima / Materiales	\$ 0.033929	41%
Agregados	\$ 0.011661	14%
Charrita, cono o vaso	\$ 0.026000	31%
Otros	\$ 0.002500	3%
Total	\$ 0.074089	89%

Sorbete de Jocote

Detalle COSTO BRUTO	Costo Unitario	%
Materia Prima / Materiales	\$ 0.039286	47%
Agregados	\$ 0.011661	14%
Charrita, cono o vaso	\$ 0.026000	31%
Otros	\$ 0.002500	3%
Total	\$ 0.079446	96%

Sorbete de Naranja

Detalle COSTO BRUTO	Costo Unitario	%
Materia Prima / Materiales	\$ 0.042857	52%
Agregados	\$ 0.011661	14%
Charrita, cono o vaso	\$ 0.026000	31%
Otros	\$ 0.002500	3%
Total	\$ 0.083018	100%

Total Costo de Materiales:

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sorbete de Coco	\$ 4,217.95	\$ 4,437.28	\$ 4,668.02	\$ 4,910.76	\$ 5,166.11
Sorbete de Mango	\$ 2,963.80	\$ 3,117.91	\$ 3,280.05	\$ 3,450.61	\$ 3,630.04
Sorbete de Marañón	\$ 2,667.21	\$ 2,805.91	\$ 2,951.82	\$ 3,105.31	\$ 3,266.79
Sorbete de Jocote	\$ 2,288.06	\$ 2,407.04	\$ 2,532.20	\$ 2,663.88	\$ 2,802.40
Sorbete de Naranja	\$ 2,390.91	\$ 2,515.24	\$ 2,646.03	\$ 2,783.63	\$ 2,928.38
Importe por Materiales	\$ 14,527.93	\$ 15,283.38	\$ 16,078.12	\$ 16,914.18	\$ 17,793.72

Tabla 31 – Presupuesto de materiales

2.10 PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS

En el presupuesto de costos y gastos se consideran los distintos costos incurridos en el local y en la procesadora de sorbete artesanal; a nivel productivo, administrativo y comercial:

Costo de Producción:	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materiales	\$ 14,527.93	\$ 15,283.38	\$ 16,078.12	\$ 16,914.18	\$ 17,793.72
Mano de Obra	\$ 9,021.87	\$ 9,202.30	\$ 9,386.35	\$ 9,574.08	\$ 9,765.56
Depreciaciones	\$ 1,899.74	\$ 1,899.74	\$ 252.64	\$ 252.64	\$ 252.64
Otros Costos	\$ 6,437.20	\$ 6,771.93	\$ 7,124.07	\$ 7,494.53	\$ 7,884.24
TOTAL	\$ 31,886.73	\$ 33,157.36	\$ 32,841.18	\$ 34,235.43	\$ 35,696.16

Gastos de Administración:	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos y Salarios	\$ 14,041.92	\$ 14,322.76	\$ 14,609.21	\$ 14,901.40	\$ 15,199.42
Depreciaciones	\$ 542.78	\$ 542.78	\$ 72.18	\$ 72.18	\$ 72.18
Otros Gastos	\$ 1,839.20	\$ 1,934.84	\$ 2,035.45	\$ 2,141.29	\$ 2,252.64
TOTAL	\$ 16,423.90	\$ 16,800.38	\$ 16,716.85	\$ 17,114.87	\$ 17,524.25

Gastos de Venta:	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Depreciaciones	\$ 271.39	\$ 271.39	\$ 36.09	\$ 36.09	\$ 36.09
Otros Gastos	\$ 919.60	\$ 967.42	\$ 1,017.72	\$ 1,070.65	\$ 1,126.32
TOTAL	\$ 1,190.99	\$ 1,238.81	\$ 1,053.82	\$ 1,106.74	\$ 1,162.41

Tabla 32 – Presupuesto de costos y gastos

El prorrateo respectivo se realiza con la finalidad de distribuir el valor de los costos a porciones respectivas para cada área en la cual tiene incidencia:

**Prorrateo de Otros Costos
y Gastos**

	%
Producción	70.0%
Administración	20.0%
Ventas	10.0%
Total:	100.0%

Otros Costos y Gastos / Mensual

Otros Costos y Gastos	Mensual	Número de Meses	Total Anual
Alquileres locales	\$ 500.00	12	\$ 6,000.00
Mantenimiento	\$ 16.00	12	\$ 192.00
Impuestos	\$ 20.00	12	\$ 240.00
Agua, gas, electricidad	\$ 120.00	12	\$ 1,440.00
Comunicaciones	\$ 10.00	12	\$ 120.00
Útiles de oficina	\$ 12.00	12	\$ 144.00
Promoción y Publicidad	\$ 100.00	1	\$ 100.00

Transportes	\$ 30.00	12	\$ 360.00
Otros	\$ 50.00	12	\$ 600.00
TOTAL			\$ 9,196.00

Total de Otros Costos y Gastos

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Producción	\$ 6,437.20	\$ 6,771.93	\$ 7,124.07	\$ 7,494.53	\$ 7,884.24
Administración	\$ 1,839.20	\$ 1,934.84	\$ 2,035.45	\$ 2,141.29	\$ 2,252.64
Ventas	\$ 919.60	\$ 967.42	\$ 1,017.72	\$ 1,070.65	\$ 1,126.32

Tabla 33 – Presupuesto de otros costos y gastos

3 ESTADO DE RESULTADOS

Con el estado de resultados se reportan las operaciones efectuadas en los periodos del proyecto; para conocer el índice de eficiencia en las operaciones, la utilidad y/o pérdida obtenida en cada año de funcionamiento:

Estado de Resultados (En US\$)	Años				
	1	2	3	4	5
Ingresos por Ventas:	\$ 90,000.00	\$ 99,414.00	\$ 109,812.70	\$ 121,299.11	\$ 133,987.00
Menos:					
Costo de Producción	\$ 31,886.73	\$ 33,157.36	\$ 32,841.18	\$ 34,235.43	\$ 35,696.16
Utilidad Bruta	\$ 58,113.27	\$ 66,256.64	\$ 76,971.52	\$ 87,063.69	\$ 98,290.84
Menos:					
Gastos de Administración	\$ 16,423.90	\$ 16,800.38	\$ 16,716.85	\$ 17,114.87	\$ 17,524.25
Gastos de Venta:	\$ 1,190.99	\$ 1,238.81	\$ 1,053.82	\$ 1,106.74	\$ 1,162.41
Gastos Financieros	\$ 1,424.85	\$ 1,225.69	\$ 990.68	\$ 713.36	\$ 386.13
Amortización de Activo Intangible	\$ 117.00	\$ 117.00	\$ 117.00	\$ 117.00	\$ 117.00
Utilidad Neta	\$ 38,956.53	\$ 46,874.77	\$ 58,093.18	\$ 68,011.71	\$ 79,101.05
Impuesto Directo (ISR)	\$ 9,739.13	\$ 11,718.69	\$ 14,523.30	\$ 17,002.93	\$ 19,775.26
Utilidad del Ejercicio	\$ 29,217.40	\$ 35,156.08	\$ 43,569.89	\$ 51,008.78	\$ 59,325.79

Tabla 34 – Estado de resultados

Para el caso del proyecto se presentan ingresos con los cuales se pueden solventar los costos y gastos incurridos en cada periodo, generando valores de utilidad los cuales se recomiendan sean invertidos en mejoras para el local o la planta y expansión del producto para generar mayores beneficios futuros.

4 FLUJO DE EFECTIVO

Esta herramienta se emplea con la finalidad de obtener un análisis proyectivo para la toma de decisiones en actividades financieras, operativas, administrativas y comerciales:

Flujo de Efectivo:	Años				
	1	2	3	4	5
Efectivo al Inicio del Año:	\$ 8,915.83	\$ 30,941.85	\$ 67,623.22	\$ 110,130.39	\$ 159,799.15
Ingreso por Ventas	\$ 90,000.00	\$ 99,414.00	\$ 109,812.70	\$ 121,299.11	\$ 133,987.00
Total Efectivo Disponible	\$ 98,915.83	\$ 130,355.85	\$ 177,435.92	\$ 231,429.50	\$ 293,786.15
Menos Erogaciones:					
Compra de Activos	\$ 8,915.83				
Compras de Materias Primas	\$ 14,527.93	\$ 15,283.38	\$ 16,078.12	\$ 16,914.18	\$ 17,793.72
Pago de Sueldos y Salarios	\$ 23,063.78	\$ 23,525.06	\$ 23,995.56	\$ 24,475.47	\$ 24,964.98
Pago de Impuestos	\$ 9,739.13	\$ 11,718.69	\$ 14,523.30	\$ 17,002.93	\$ 19,775.26
Pago de Préstamo Bancario	\$ 2,531.31	\$ 2,531.31	\$ 2,531.31	\$ 2,531.31	\$ 2,531.31
Otros Gastos:	\$ 9,196.00	\$ 9,674.19	\$ 10,177.25	\$ 10,706.47	\$ 11,263.20
Total de Erogaciones:	\$ 67,973.98	\$ 62,732.63	\$ 67,305.53	\$ 71,630.35	\$ 76,328.47
Efectivo al Final del Año:	\$ 30,941.85	\$ 67,623.22	\$ 110,130.39	\$ 159,799.15	\$ 217,457.68

Tabla 35 – Flujo de efectivo

Los flujos de efectivo positivos nos indican que para el proyecto existen fondos que pueden ser objeto de inversiones futuras.

5 BALANCE GENERAL

El balance general muestra un resumen de todo lo que posee la entidad, todo lo que debe y lo que realmente pertenece a una fecha determinada:

Balance General	Años				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVOS					
Activos Corrientes:	\$ 30,941.85	\$ 67,623.22	\$ 110,130.39	\$ 159,799.15	\$ 217,457.68
Activos no Corrientes	\$ 8,915.83	\$ 8,915.83	\$ 8,915.83	\$ 8,915.83	\$ 8,915.83

Depreciación Acumulada:	\$ (2,713.91)	\$ (5,427.82)	\$ (5,788.74)	\$ (6,149.66)	\$ (6,510.58)
Amortización Acumulada:	\$ (117.00)	\$ (234.00)	\$ (351.00)	\$ (468.00)	\$ (585.00)
TOTAL ACTIVOS	\$ 37,026.77	\$ 70,877.23	\$ 112,906.48	\$ 162,097.32	\$ 219,277.93
PASIVOS					
Cuentas por Pagar	\$ 6,809.37	\$ 5,503.75	\$ 3,963.12	\$ 2,145.18	\$ (0.00)
CAPITAL					
Aporte del Propietario	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00
Utilidad o Pérdida del Ejercicio	\$ 29,217.40	\$ 64,373.47	\$ 107,943.36	\$ 158,952.14	\$ 218,277.93
Total Pasivo + Capital	\$ 37,026.77	\$ 70,877.23	\$ 112,906.48	\$ 162,097.32	\$ 219,277.93

Tabla 36 – Balance general

En resumen la entidad generaría utilidades más allá de costos y gastos, lo suficiente para recuperar la inversión y cubrir sus cuentas ajenas. Pudiendo subsistir por si misma mientras los ingresos lo permitan.

G. EVALUACIÓN ECONÓMICA

1 FLUJO NETO DE CAJA

El flujo de caja es necesario para conocer las entradas y salidas de la empresa, pero algo más importante es que permite identificar si posee la liquidez necesaria para seguir siendo rentable:

Flujo Neto de Caja:	Años					
	0	1	2	3	4	5
Ingresos por Ventas:		\$ 90,000.00	\$ 99,414.00	\$ 109,812.70	\$ 121,299.11	\$ 133,987.00
Menos:						
Costo de Producción		\$ 31,886.73	\$ 33,157.36	\$ 32,841.18	\$ 34,235.43	\$ 35,696.16
Utilidad Bruta		\$ 58,113.27	\$ 66,256.64	\$ 76,971.52	\$ 87,063.69	\$ 98,290.84
Menos:						
Gastos de Administración		\$ 16,423.90	\$ 16,800.38	\$ 16,716.85	\$ 17,114.87	\$ 17,524.25
Gastos de Venta:		\$ 1,190.99	\$ 1,238.81	\$ 1,053.82	\$ 1,106.74	\$ 1,162.41
Gastos Financieros		\$ 1,424.85	\$ 1,225.69	\$ 990.68	\$ 713.36	\$ 386.13
Amortización de Activo Intangible		\$ 117.00	\$ 117.00	\$ 117.00	\$ 117.00	\$ 117.00
Utilidad Neta		\$ 38,956.53	\$ 46,874.77	\$ 58,093.18	\$ 68,011.71	\$ 79,101.05
Impuesto Directo (ISR)		\$ 9,739.13	\$ 11,718.69	\$ 14,523.30	\$ 17,002.93	\$ 19,775.26
Utilidad del Ejercicio		\$ 29,217.40	\$ 35,156.08	\$ 43,569.89	\$ 51,008.78	\$ 59,325.79

Más:						
Depreciaciones		\$ 2,713.91	\$ 2,713.91	\$ 360.92	\$ 360.92	\$ 360.92
Amortizaciones		\$ 117.00	\$ 117.00	\$ 117.00	\$ 117.00	\$ 117.00
Inversión Inicial	\$ (8,915.83)					
Valor del Proyecto al Año 5						\$ 1,820.25
Flujo Neto de Caja:	\$ (8,915.83)	\$ 32,048.31	\$ 37,986.99	\$ 44,047.81	\$ 51,486.70	\$ 61,623.96

Tabla 37 – Flujo Neto de Caja

Considerando que el proyecto se presenta solo para 5 años existe un valor residual debido a la depreciación de una edificación. Por otra parte el flujo de caja muestra que el proyecto es rentable ya que recupera la inversión realizada y genera valores positivos de utilidad los cuales se espera sean invertidos para obtener más ingresos evitando el dinero ocioso.

2 TASA DE COSTO DE CAPITAL

Tasa de Costo de Capital: 12.00%

La tasa de costo de capital que se manejará para el caso del proyecto es de un 12% considerando proyectos similares, esto representa en promedio el costo de la inversión para la empresa ya sea con fondos propios o ajenos.

3 FLUJOS DE EFECTIVO

-FE ₀	FE ₁	FE ₂	FE ₃	FE ₄	FE ₅
\$ (8,915.83)	\$ 32,048.31	\$ 37,986.99	\$ 44,047.81	\$ 51,486.70	\$ 61,623.96

4 ANÁLISIS VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El VAN es la diferencia actual de los flujos de efectivo futuros y el desembolso inicial de un proyecto de inversión, que representa la riqueza generada por el proyecto en el momento 0. Mide el excedente que queda del proyecto después de considerar ingresos, costos, gastos de operación y otros:

$$VAN = -FE_0 + \frac{FE_1}{(1+k)^1} + \frac{FE_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{FE_n}{(1+k)^n}$$

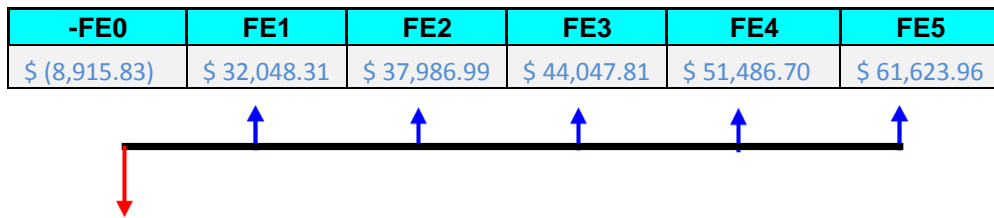
$$VAN = -8,915.83 + \frac{32,048.31}{(1+0.12)^1} + \frac{37,986.99}{(1+0.12)^2} + \frac{44,047.81}{(1+0.12)^3} + \frac{51,486.70}{(1+0.12)^4} + \frac{61,623.96}{(1+0.12)^5}$$

VAN \$ 149,021.90

Si se toma el criterio del VAN el proyecto del sorbete artesanal es conveniente realizarlo debido a que su valor es mayor que “cero” entonces se dice que es rentable, es de importancia mencionar que se recuperan los costos de inversión, operación, fabricación y otros, generando una utilidad financiera que aumentará el patrimonio en \$149,021.90.

5 ANÁLISIS TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Corresponde a aquella tasa de descuento que hace que el VAN del proyecto sea exactamente igual a cero:



$$TIR = VAN = -FE_0 + \frac{FE_1}{(1+r)^1} + \frac{FE_2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{FE_n}{(1+r)^n} = 0$$

$$TIR = VAN = -8,915.83 + \frac{32,048.31}{(1+3.7711)^1} + \frac{37,986.99}{(1+3.7711)^2} + \frac{44,047.81}{(1+3.7711)^3} + \frac{51,486.70}{(1+3.7711)^4} + \frac{61,623.96}{(1+3.7711)^5} = 0$$

TIR = 377.11%

Tasa de descuento	374.11%	375.11%	376.11%	377.11%	378.11%	379.11%	380.11%
Valor actual neto	\$74.78	\$49.71	\$24.79	\$0.00	(\$24.65)	(\$49.17)	(\$73.55)

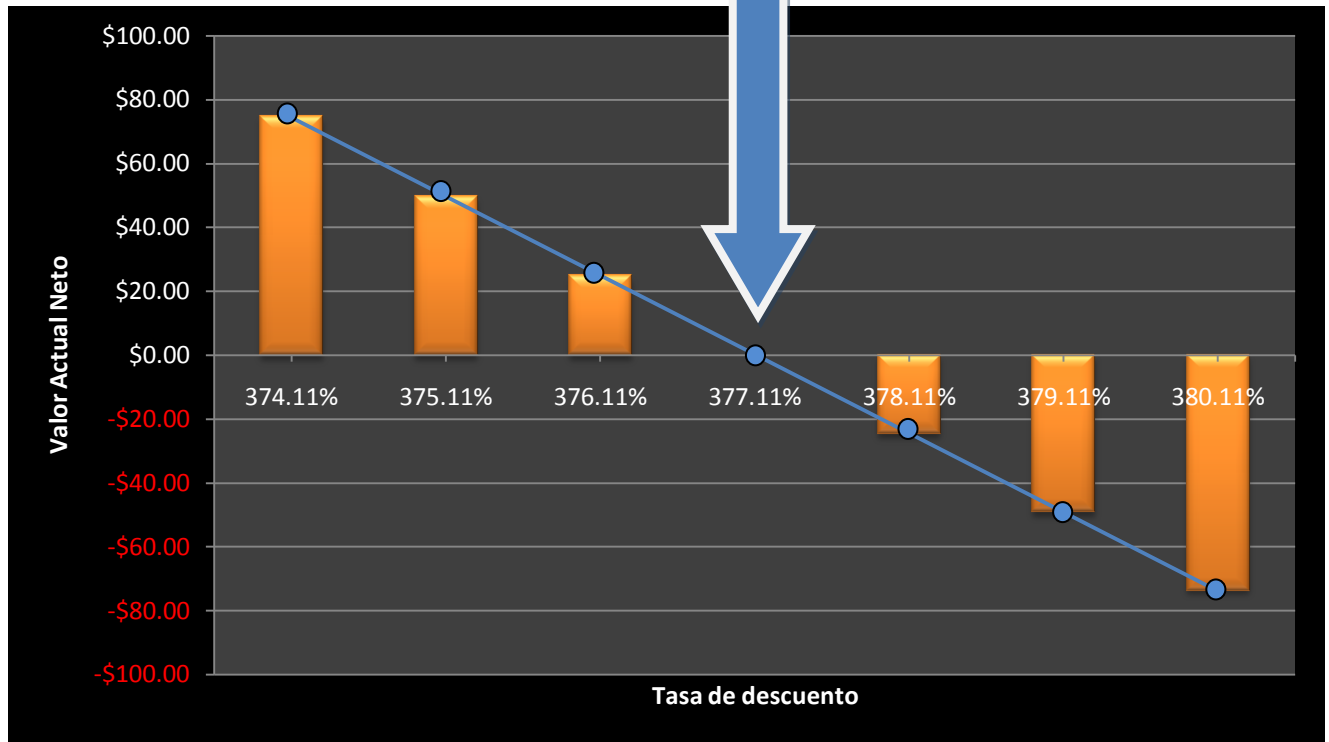


Gráfico 3 – Cálculo de la Tasa Interna de Retorno

Usando como criterio la TIR, el proyecto es conveniente ya que la tasa de retorno que posee (385.64%) es mayor que el costo de oportunidad (12%); por tanto el proyecto se debe aceptar puesto que demuestra generar ingresos superiores.

6 PUNTO DE EQUILIBRIO

Representa las unidades físicas o monetarias con las cuales se cubren todos los costos sin obtener ni pérdidas ni ganancias:

Para obtener una mejor evaluación se realizará el punto de equilibrio mensual.

6.1 PUNTO DE EQUILIBRIO EN DÓLARES

Costos fijos = \$2,679.98

Ingresos por ventas = \$90000 anuales / 12 meses = \$7500 mensuales

Margen de contribución = 0.78

Diferencia entre costo de ventas = $1 - 0.78 = 0.22$

Costos variables = Ingresos por ventas x Diferencia entre costo de ventas

Costos variables = $\$7500 \times 0.22 = \1650

$$PE = \frac{\text{Costos fijos}}{(1 - \text{Costos variables}/\text{Ingresos por ventas})}$$

$$PE = \frac{2,679.98}{(1 - 1,650/7,500)}$$

$$PE = \$3,435.87 \text{ dólares mensuales}$$

Otra forma

Costos fijos = \$2,679.98

Precio de venta = \$0.50

Costo variable = \$0.11

$$PE = \frac{\text{Costos fijos}}{(1 - \text{Costo variable}/\text{Precio de venta})}$$

$$PE = \frac{2,679.98}{(1 - 0.11/0.50)}$$

$$PE = \$3,435.87 \text{ dólares mensuales}$$

6.2 PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES

Costos fijos = \$2,679.98

Precio de venta = \$0.50

Costo variable = \$0.11

$$PE = \frac{\text{Costos fijos}}{\text{Precio de venta} - \text{Costo variable}}$$

$$PE = \frac{2,679.98}{0.50 - 0.11}$$

$$PE = 6872 \text{ unidades mensuales}$$

6.3 GRÁFICO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

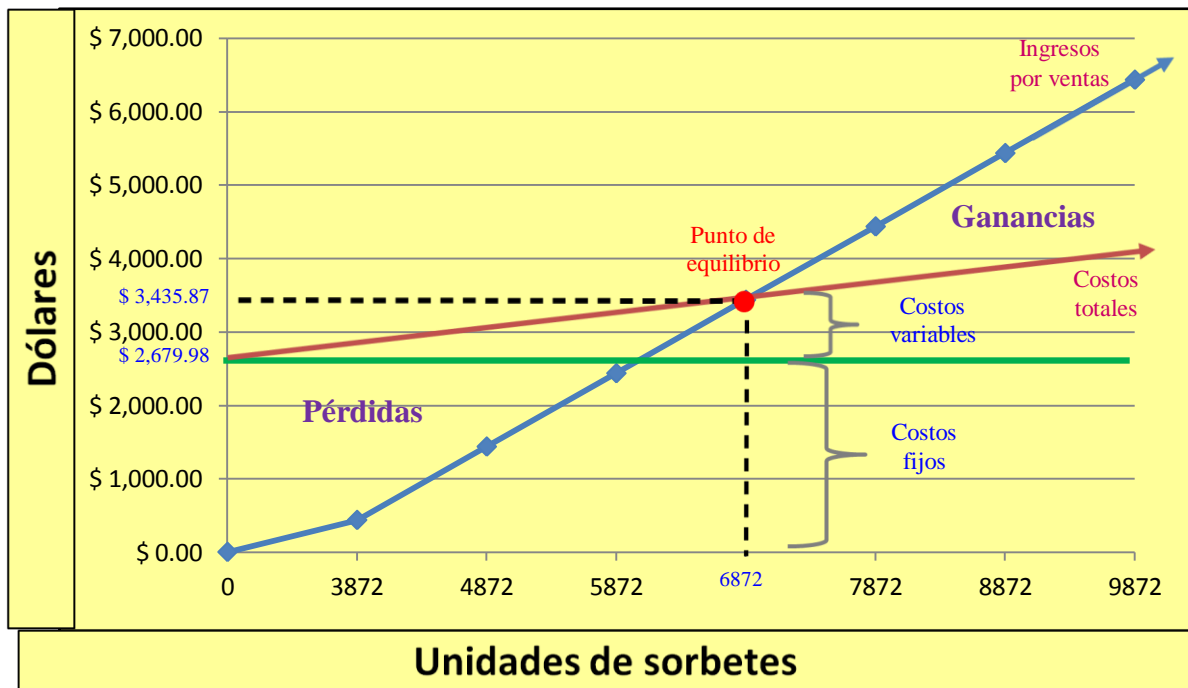


Gráfico 4 – Gráfico del punto de equilibrio para procesadora de sorbete artesanal

Para lograr el punto de equilibrio en la procesadora de sorbete artesanal cubriendo sus costos y gastos, incluyendo el local de ventas es necesario vender 6872 unidades o el equivalente a \$3,435.87 dólares mensuales, una unidad física o monetaria más representa utilidad y una unidad menos representa pérdida.

7 PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Para conocer cuando es posible recuperar la inversión es necesario considerar el valor de la inversión dividida entre el valor de los flujos de efectivo.

$$\text{Período de recuperación} = \left(\frac{-FE_0}{FE_1 + FE_2 + \dots FE_n} \right) * 12 \text{ meses}$$

$$\text{Período de recuperación} = \left(\frac{\$8,915.83}{\$32,048.31 + \$37,986.99 + \$44,047.81 + \$51,486.70 + \$61,623.96} \right) * 12 \text{ meses}$$

$$\text{Período de recuperación} = (0.27819973) * 12 \text{ meses}$$

$$\text{Período de recuperación} = 3.34 \text{ meses}$$

El período en el cual la inversión se recuperará es de 3 meses y 10 días considerando los flujos de efectivo generados por el proyecto.

H. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1 CONCLUSIONES

El montaje de la planta procesadora es viable tanto legalmente como financieramente, debido a que el producto que se ofrecerá estará producido bajo todas las normas de higiene que aseguren que el sorbete será fabricado con Buenas Prácticas de Manufactura (BPM), por tanto es posible comprobar su buen origen ante las instituciones intervinientes en el proceso de la legalización de la planta procesadora; desde el punto de vista financiero es viable debido a que después de todos los criterios financieros realizados el Valor Actual Neto (VAN) se observa que los costos de inversión, de operación, de fabricación y otros se recuperan en una cantidad de tiempo mínima siendo este de un aproximado de 3 meses, además se observa que genera a los miembros de la cooperativa una utilidad de \$149,021.90. Si se toma como criterio la Tasa Interna de Retorno (TIR) 377.11% el proyecto es aceptable ya que dicha tasa es mayor a la tasa de costo de capital (12%).

La distribución del sorbete artesanal a los consumidores de Tamanique y sus alrededores se llevará a cabo a través de la apertura de un local de ventas situado en el puerto de la libertad, en el cual el consumidor pueda degustar el sorbete artesanal con todas las medidas higiénicas necesarias y con un buen servicio al cliente.

La forma de dar a conocer el sorbete artesanal será a través de un pequeño plan publicitario el cual no incluye comerciales de televisión o radio, sino de manera local a través de páginas volantes que contengan toda la información del producto tales como: precio, sabor, ubicación, etc.

Según los análisis realizados y según la producción que se piensa generar se tiene estimado que la planta procesadora trabajará a un 71% de su capacidad.

Para la elaboración del sorbete artesanal es necesario que se capacite al personal en dicho procedimiento ya que según los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los socios de la cooperativa estos no poseen conocimiento alguno en dicho proceso.

2 RECOMENDACIONES

A pesar que un local de venta establecido es suficiente para generar un buen margen de utilidades al proyecto; se puede valorar el hecho de llevar a cabo un plan estratégico de ventas agresivo a través de la colocación de 2 o 3 carretones (uno en cada playa) con su respectivo distintivo y representación de la procesadora para lograr una mayor cobertura de mercado e incrementar aún más los márgenes de ganancias.

En un mediano plazo podría considerarse la posibilidad de buscar alianzas estratégicas con los restaurantes ubicados en las diversas playas de la zona para distribuir el producto y ampliar la cobertura de mercado

En un mediano o corto plazo buscar la posibilidad de contratar a vendedores de sorbete artesanal que posean carretón propio para que formen parte de los distribuidores de la planta procesadora de sorbete (identificando el carretón con la marca de la procesadora) y de esta manera brindar una opción laboral a las personas e incremento en las ventas.

En un mediano plazo buscar la forma crear un plan publicitario que le permita al sorbete artesanal expandirse a nivel nacional.

Según el crecimiento en el nivel de ventas aumentar los volúmenes de producción ya que la planta se proyecta que trabajará a un 71% de su capacidad, es decir que aun tendría un margen del 29% para crecer sin llegar a forzarla.

Previo al proyecto es necesario implementar un plan de capacitación adecuado para que el personal adquiriera las competencias necesarias en cuanto a la elaboración del sorbete artesanal.

I. CIERRE DEL CAPÍTULO III

En este capítulo se presentó la propuesta del estudio de factibilidad sobre el montaje de la planta procesadora de sorbete artesanal, creando una guía para su posterior realización, en donde se desarrollan las diferentes etapas del proyecto, partiendo del estudio de mercado bajo la propuesta de la mezcla de mercado, el estudio técnico en donde se presenta la ingeniería del proyecto y la organización del recurso humano entre otros aspectos; finalmente la propuesta en el área económica como indicador cuantitativo y de forma financiera tomando como base algunos criterios de evaluación para determinar la rentabilidad y su entorno futuro, es así que se da por finalizada la investigación.

IV. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Administración	La Administración es la técnica de carácter científico encargada de la planificación, organización, dirección y control de los recursos (humanos, financieros, materiales, tecnológicos, el conocimiento, etc.) de la organización, con el fin de obtener el máximo beneficio posible; este beneficio puede ser económico o social, dependiendo esto de los fines perseguidos por la organización.
Análisis	Acción de dividir una cosa o problema en tantas partes como sea posible, para reconocer la naturaleza de las partes, las relaciones entre éstas y obtener conclusiones objetivas del todo.
Buenas Prácticas de Manufactura	También conocidas con BPM es un término que describe las regulaciones y procedimientos designados para asegurar que se mantenga el aspecto sanitario en la manufactura de alimentos.
Calidad	Propiedad o conjunto de propiedades inherentes a algo, que permiten juzgar su valor al ser comparadas con otras de la misma especie.
Cooperativa	Una cooperativa es una asociación autónoma de personas que se han unido voluntariamente para formar una organización democrática cuya administración y gestión debe llevarse a cabo de la forma que acuerden los socios, generalmente en el contexto de la economía de mercado o la economía mixta, aunque las experiencias cooperativas se han dado también como parte complementaria de la economía planificada. Su intención es hacer frente a sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales comunes haciendo uso de una empresa. La diversidad de necesidades y aspiraciones (trabajo, consumo, comercialización conjunta, enseñanza, crédito, etc.) de los socios, que conforman el objeto social o actividad corporativizada de estas empresas, define una tipología muy variada de cooperativas.

Costo	Es el monto en dinero o valor de una actividad o elemento del proyecto que incluye el precio de los recursos requeridos para ejecutar y concluir la actividad o el elemento, o para generar un componente.
Demanda	En economía se define como la cantidad, calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado), en un momento determinado.
Eficacia	Consecución de objetivos; logro de los efectos deseados.
Eficiencia	Logro de los fines con la menor cantidad de recursos; el logro de objetivos al menor costo u otras consecuencias no deseadas.
Estrategia	Es un conjunto de acciones planificadas sistemáticamente en el tiempo que se llevan a cabo para lograr un determinado fin.
Estrategia de Mercado	Estrategia dirigida a generar productos y servicios que satisfagan las necesidades de los clientes, con mayor efectividad que la competencia, a fin de generar en el cliente lealtad hacia una empresa o una marca. Es una parte del marketing que contribuye en planear, determinar y coordinar las actividades operativas.
Estudio de Factibilidad	Análisis de un proyecto, que determina la posibilidad de ser realizado en forma efectiva. Los aspectos operacionales (funcionamiento), económicos, (costo/beneficio) y técnicos (posible ejecución); son partes del estudio. Los resultados de un estudio de factibilidad proveen datos para una decisión de iniciar el proyecto.
Estudio de Mercado	El estudio de mercado consiste en una iniciativa empresarial con el fin de hacerse una idea sobre la viabilidad comercial de una actividad económica.
Factibilidad	Disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados. Generalmente la factibilidad se determina sobre un proyecto.

Mercado	El mercado, en economía, es cualquier conjunto de transacciones, acuerdos o intercambios de bienes y servicios entre compradores y vendedores. En contraposición con una simple venta, el mercado implica el comercio regular y regulado, donde existe cierta competencia entre los participantes.
Objetivo	Un objetivo es algo que debe ser alcanzado. En la gerencia de proyecto, los objetivos son los resultados deseados del proyecto o de cualquier parte del proyecto, en términos de entregables concretos y resultados (servicio mejorado, más dinero, etc.). Este debe ser medible y alcanzable.
Oferta	En economía, se define la oferta como aquella cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender a los distintos precios de mercado.
Planificación	Proceso racional y sistémico de prever, organizar y utilizar los recursos escasos para lograr objetivos y metas en un tiempo y espacio predeterminados.
Proyecto	Conjunto armónico de objetivos, políticas, metas y actividades a realizar en un tiempo y espacio dados, con determinados recursos. Sus resultados son "bienes de capital".
Sistema de Producción	Es aquel sistema que proporciona una estructura que agiliza la descripción, ejecución y el planteamiento de un proceso industrial. Estos sistemas son los responsables de la producción de bienes y servicios en las organizaciones.
Tasa Interna de Retorno	Es la tasa de descuento que iguala la suma del valor actual o presente de los gastos con la suma del valor actual o presente de los ingresos previstos.

Valor Actual Neto	Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. La metodología consiste en descontar al momento actual (es decir, actualizar mediante una tasa) todos los flujos de caja futuros del proyecto. A este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto.
Viabilidad	Es la condición o el conjunto de factores que se deben procurar para que hagan posible la implementación de un proyecto.

V. REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA

Libros

- ☞ Autor Desconocido, Aspectos generales sobre los fabricantes de helados (paletas y sorbetes).
- ☞ Autor Desconocido, Proyectos de inversión: Formulación y evaluación, Editorial Mc Graw Hill, 1ª Edición.
- ☞ Blanca Dolly Tejada, Administración de servicios de alimentación, 2ª edición.
- ☞ Gabriel Baca Urbina, Evaluación de proyectos, Editorial Mc Graw Hill, 4ª edición.
- ☞ Josefina Pérez Fuentes de Galeano, Cómo? entender y aplicar el método de investigación científica, Editorial San Salvador, 2ª edición.
- ☞ Lic. Manuel de Jesús Fornos, Administración Financiera II, Ediciones Contables Prototipo 2010.
- ☞ Maymo Rasiel Meléndez, Cómo prepara el anteproyecto de investigación y la tesis de graduación, Editorial Ediciones MAYVISION, año 2008.
- ☞ Natural Institute for the Foodservice Industry, Manejo higiénico de víveres, Manual para supervisores de restaurantes, hoteles, instituciones y comedores industriales. Editorial Limusa, 1ª Edición.
- ☞ Roberto Hernández Sampieri, Metodología de la investigación, Editorial Mc Graw Hill, 3ª Edición.
- ☞ Salvador Iglesias Mejía, Guía para la elaboración de trabajos de investigación monográfica o tesis, 5ª edición.
- ☞ Sapag Chain Nassir, Preparación y evaluación, Editorial Mc Graw Hill, 2ª Edición.
- ☞ Universidad Simón Bolívar, Higiene y saneamiento en la preparación y servicio de alimentos, Serie Biológica N° 2.

Tesis

Plan de mercadeo para incrementar el número de asociados en la cooperativa el roble de responsabilidad limitada, del municipio de Tecoluca, departamento de San Vicente, Telma Alfaro, Alba Lozano, Cecilia Monge, Febrero de 2007.

Leyes

- 👁️ Código de Comercio
- 👁️ Código de Trabajo
- 👁️ Código Tributario
- 👁️ Ley de Patentes y Marcas de El Salvador
- 👁️ Ley del Impuesto Sobre la Renta
- 👁️ Ley General de Asociaciones Cooperativas
- 👁️ Norma Salvadoreña Obligatoria (NSO)

Sitios Web

- 👁️ bernardonieto.files.wordpress.com/2008/08/demanda-y-q-demandada.doc
- 👁️ es.wikipedia.org/wiki/Evaluaci3n_de_proyectos
- 👁️ es.wikipedia.org/wiki/Marketing_social
- 👁️ [es.wikipedia.org/wiki/Producto_\(marketing\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Producto_(marketing))
- 👁️ es.wikipedia.org/wiki/Proyecto
- 👁️ es.wikipedia.org/wiki/Sorbete
- 👁️ <http://www.anmat.gov.ar/alimentos/locales.pdf>
- 👁️ http://www.faspyn.uanl.mx/planes/lic_nutricion/campos_trabajo/admi_servicios.html
- 👁️ maralboran.org/wikipedia/index.php/Tipos_de_muestreos
- 👁️ preparacionyevaluacionproyectos.blogspot.com/2008/09/el-mercado-proveedor.html
- 👁️ preparacionyevaluacionproyectos.blogspot.com/2009/01/estudio-organizacional-y-administrativo.html
- 👁️ preparacionyevaluacionproyectos.blogspot.com/2010/12/proyeccion-de-la-demanda.html
- 👁️ sistemas.itlp.edu.mx/tutoriales/mercadotecnia2/tema3_2.htm
- 👁️ temasdeadministraciondeempresas.blogspot.com/2009/12/el-estudio-del-mercado-competidor-en-la.html
- 👁️ www.aulafacil.com/planesnegocio/Lecc-14.htm
- 👁️ www.blog-emprendedor.info/que-es-el-estudio-de-mercado/

- 👁 www.definicionabc.com/economia/demanda.php
- 👁 [www.derecho.com/c/Análisis de la demanda](http://www.derecho.com/c/Análisis_de_la_demanda)
- 👁 www.eumed.net/ce/2008b/tss.htm
- 👁 www.eumed.net/libros/2007c/334/analisis%20de%20la%20comercializacion.htm
- 👁 www.geropizzagelato.com/helados-artesanos_22.html
- 👁 www.gestiopolis.com/canales/financiera/articulos/34/sensibilidad.htm
- 👁 www.gestiopolis.com/economia/la-oferta-y-la-demanda.htm
- 👁 www.gestiopolis.com/finanzas-contaduria/elementos-de-un-proyecto-de-inversion.htm
- 👁 www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/ger/laestructorguch.htm
- 👁 www.heladoartesanal.com/asesoramiento_heladerias.htm
- 👁 www.mailxmail.com/curso-marketing-empresa/marketing-analisis-demanda
- 👁 www.mailxmail.com/curso-marketing-empresa/marketing-analisis-oferta
- 👁 www.midieta.com/article.aspx?id=7764
- 👁 www.mitecnologico.com/Main/AnalisisDePrecios
- 👁 www.mitecnologico.com/Main/EstudioDeIngenieria
- 👁 www.mitecnologico.com/Main/MercadoDelConsumidor
- 👁 www.monografias.com/trabajos16/proyecto-inversion/proyecto-inversion.shtml
- 👁 www.pixelescuscatecos.com/miscelanea_no3.htm
- 👁 www2.esmas.com/emprendedor/herramientas-y-apoyos/aprende-del-mercado/081283/analisis-precios-estudio-mercado
- 👁 www.wisis.ufq.edu.sv/www.wisis/documentos/TE/637.4-C232p/637.4-C232p-CAPITULO%20I.pdf

Otros

- 👁 Catálogo maquinaria industrial para alimentos Empresa FIMA Italia
- 👁 Universidad Autónoma de Yucatán.
- ✚ Personas involucradas en el desarrollo de la investigación:
 - 👁 Ing. Gustavo Salomón Torres Ríos Lazo (Asesor)
 - 👁 Lic. Gladis Flores (Unidad de Proyección Social UES).
 - 👁 Lic. Alma Aguirre (CONFRAS almaaguirre7@yahoo.com)

- 👁 Lic. Carlos Ruíz (CONFRAS)
- 👁 Lic. Andrés Gregori (CONFRAS)
- 👁 Lic. Alfredo Pérez (FECORACEN)
- 👁 Lic. Oscar Recinos Morales (Presidente de FECORACEN y cooperativa “La Libertad” de R.L.)
- 👁 Sr. Ignacio Martínez (Presidente de cooperativa “San Alfonso” de R.L.)
- 👁 Sr. Gregorio Flores (Presidente de cooperativa “Acahuaspán” de R.L.)
- 👁 Sr. Rutilio García (Presidente de cooperativa “San Isidro” de R.L.)
- 👁 Sr. José Raúl Valle Ochoa (Fabricante y vendedor de sorbete artesanal)
- 👁 Sr. Jaime Hugo Anaya (Contador)
- 👁 Sr. Dagoberto Nehemías Beltrán Gutiérrez (Colaborador)

ANEXOS

ANEXO 1 – POBLACIÓN DEL MUNICIPIO DE TAMANIQUE



EL SALVADOR

**CENSO DE POBLACIÓN Y
VIVIENDA - 2007**

**DEPARTAMENTO DE LA LIBERTAD – MUNICIPIO -
TAMANIQUE**

POBLACIÓN TOTAL POR ÁREA DE RESIDENCIA Y SEXO

EDAD	POBLACIÓN TOTAL			URBANO			RURAL		
	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
TOTAL	13,544	6,725	6,819	3,957	1,960	1,997	9,587	4,765	4,822
00	273	143	130	87	46	41	186	97	89
1 - 4	1,247	674	573	346	194	152	901	480	421
5 - 9	1,921	978	943	559	300	259	1,362	678	684
10 - 14	2,023	997	1,026	565	281	284	1,458	716	742
15 - 19	1,622	856	766	443	216	227	1,179	640	539
20 - 24	1,113	550	563	311	156	155	802	394	408
25 - 29	955	451	504	275	138	137	680	313	367
30 - 34	840	399	441	276	139	137	564	260	304
35 - 39	711	328	383	245	99	146	466	229	237
40 - 44	586	262	324	157	77	80	429	185	244
45 - 49	453	211	242	133	57	76	320	154	166
50 - 54	393	166	227	132	54	78	261	112	149
55 - 59	377	189	188	114	56	58	263	133	130
60 - 64	306	142	164	89	34	55	217	108	109
65 - 69	232	120	112	68	41	27	164	79	85
70 - 74	197	103	94	69	31	38	128	72	56
75 - 79	139	74	65	42	19	23	97	55	42
80 - 84	94	42	52	24	9	15	70	33	37
85 y más	62	40	22	22	13	9	40	27	13

ANEXO 3 – CERTIFICACIÓN DE LA COOPERATIVA “LA LIBERTAD” DE R.L.



*Departamento de Asociaciones Agropecuarias
del
Ministerio de Agricultura y Ganadería*



Credencial

LA INFRASCrita JEFA DEL DEPARTAMENTO DE ASOCIACIONES AGROPECUARIAS DEL MINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERIA, CERTIFICA QUE LA ASOCIACIÓN COOPERATIVA DE PRODUCCION AGROPECUARIA “LA LIBERTAD” DE RESPONSABILIDAD LIMITADA, CON DOMICILIO EN CANTON EL PALMAR, JURISDICCION DE TAMANIQUE, DEPARTAMENTO DE LA LIBERTAD. ESTA INSCRITA Y OBTUVO SU DECRETO DE PERSONERIA JURIDICA DESDE EL DIA 14-11-80. BAJO LA SIGUIENTE CODIFICACION : 75-03-SNR-14-11-80. CELEBRARON ASAMBLEA GENERAL EL DIA 14-02-2008; EN EL CUAL SE ACORDO LA REESTRUCTURACION DEL CONSEJO DE ADMINISTRACION Y ELECCION DE LA JUNTA DE VIGILANCIA. Y ESTAN INTEGRADOS POR LAS SIGUIENTES PERSONAS:

CONSEJO DE ADMINISTRACION:

- PRESIDENTE : OSCAR RECINOS MORALES.
- VICEPRESIDENTE : TEODORO RIVERA.
- SECRETARIO : ALBERTO ASCENCIO. — *Jose Antonio Ramirez*
- TESORERO : JOSE ALBERTO DOMÍNGUEZ GALVEZ.
- VOCAL : JOSE ANTONIO TORRES. — *Consuelo Brizuela*
- SUPLENTE : JULIA GUILLÉN LOPEZ.

JUNTA DE VIGILANCIA:

- PRESIDENTE : JOSE ANTONIO RAMÍREZ MEJIA.
- SECRETARIO : JOSE DAVID ARIAS.
- VOCAL : JERÓNIMO VIDES DIAZ.
- SUPLENTE : MARIA CONSUELO BRIZUELA DE ASCENCIO.

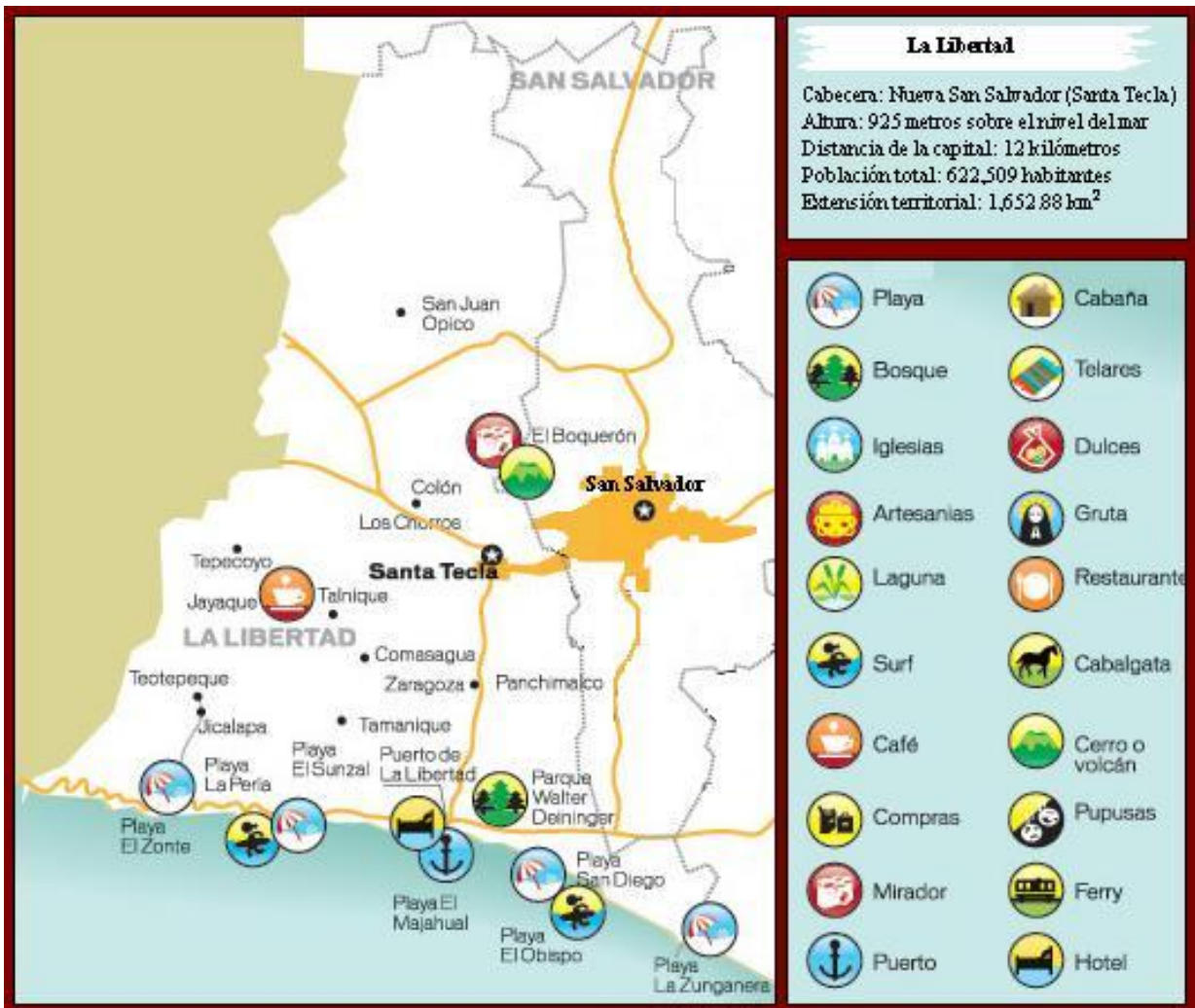
EL PRESIDENTE DEL CONSEJO DE ADMINISTRACION, ES EL REPRESENTANTE LEGAL DE LA ASOCIACION, DE CONFORMIDAD CON EL ART. 40 DE LA LEY GENERAL DE ASOCIACIONES COOPERATIVAS; ART. 42 DEL REGLAMENTO DE DICHA LEY Y EL ART. 40 DEL REGLAMENTO REGULADOR DE ESTATUTOS. ESTOS CUERPOS DIRECTIVOS VENCEN EN SUS PERIODOS ASI: CONSEJO DE ADMINISTRACION EL TESORERO Y EL VOCAL VENCEN EL 18-11-2011. Y LOS DEMAS MIEMBROS EL 18-11-2009 Y JUNTA DE VIGILANCIA EL 18-11-2010 Y PARA EFECTOS LEGALES CONSIGUIENTES, SE EXTIENDE, FIRMA Y SELLA LA PRESENTE EN EL DEPARTAMENTO DE ASOCIACIONES AGROPECUARIAS DEL MINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERIA, SANTA TECLA, A LOS CATORCE DIAS DEL MES DE MARZO DEL AÑO DOS MIL OCHO.
adcm/mdb.



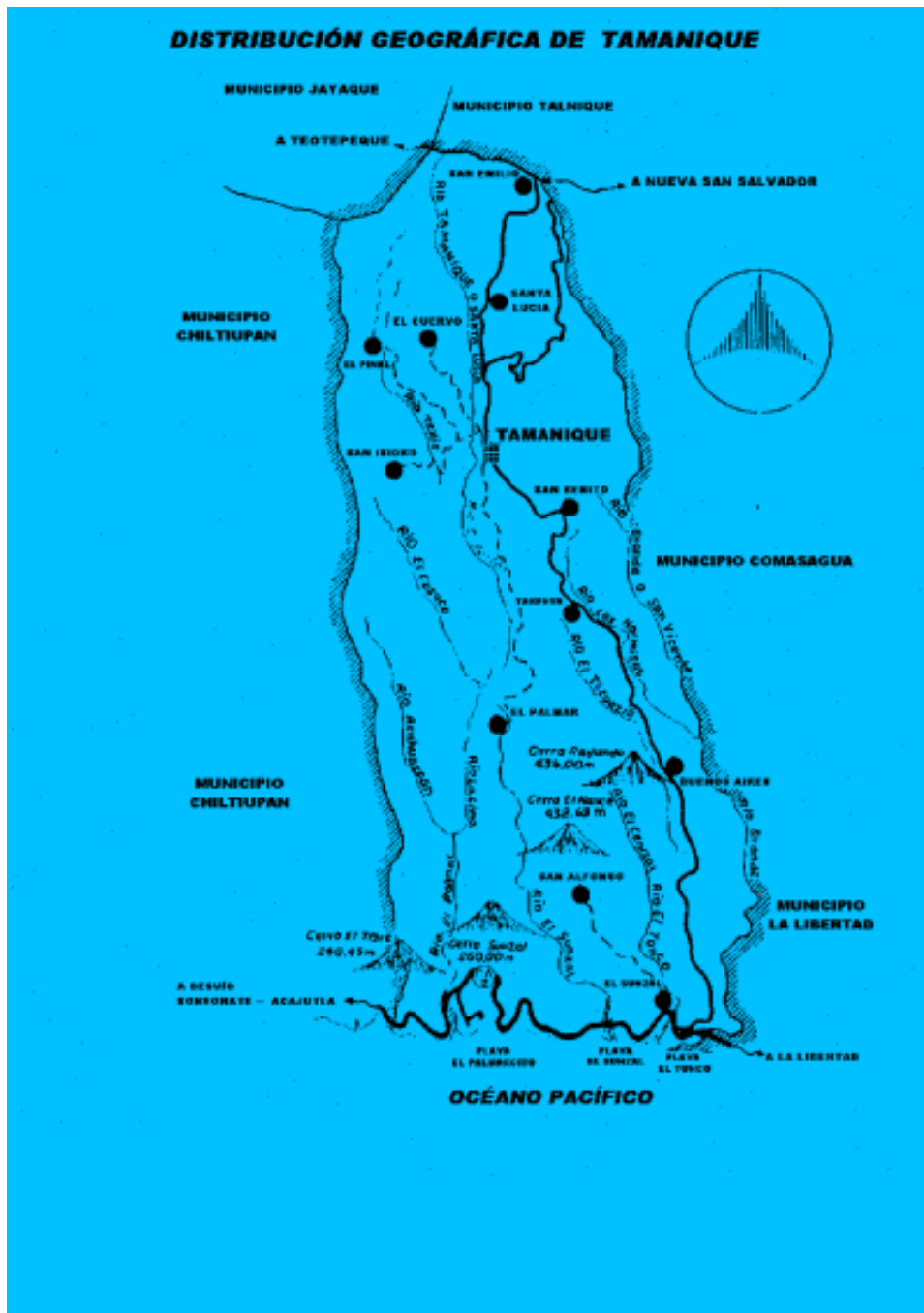
Gladys
E.C. GLADYS MARIN DE HERNANDEZ
JEFA DEL DEPARTAMENTO

ANEXO 4 – MAPA TURÍSTICO DE LA LIBERTAD Y TAMANIQUE

ANEXO 4.1 – MAPA TURÍSTICO DE LA LIBERTAD



ANEXO 4.2 – MAPA TURÍSTICO DE TAMANIQUE



ANEXO 5 – UBICACIÓN GEOGRÁFICA DE COOPERATIVA “LA LIBERTAD” DE R.L.



ANEXO 6 – MODELO DE PRUEBA PILOTO PARA DETERMINAR VALORES DE P y Q

**Universidad de El Salvador
Facultad de Ciencias Económicas
Escuela de Administración de Empresas**



Encuesta sobre un estudio de factibilidad para el montaje de una procesadora de sorbete artesanal, para la cooperativa “La Libertad” de R.L., Tamanique.

Saludo: Tenga un buen día, por este medio reciba un cordial saludo, somos estudiantes egresados de la Universidad de El Salvador de la carrera de Administración de Empresas, en esta ocasión le solicitamos su valiosa colaboración para completar la siguiente encuesta.

Objetivo: Identificar el grado de aceptación de un nuevo tipo de sorbete artesanal entre los pobladores del municipio de Tamanique y sus alrededores.

Indicaciones: Marque con una “X” la respuesta que considere adecuada, a la interrogante que se le presenta.

1. ¿Ha consumido alguna vez el sorbete artesanal (de carretón)? Si su respuesta es Si pasar a la pregunta N° 3, si su respuesta es No pasar a la pregunta siguiente.

Si

No

2. Si usted nunca ha consumido el sorbete artesanal ¿Estaría dispuesto a consumirlo en una manera diferente a la habitual? Fin de la encuesta.

Si

No

3. Si usted ha consumido el sorbete artesanal, ¿Estaría dispuesto a vivir una nueva experiencia consumiendo un nuevo tipo de sorbete artesanal en el mercado? Fin de la encuesta.

Si

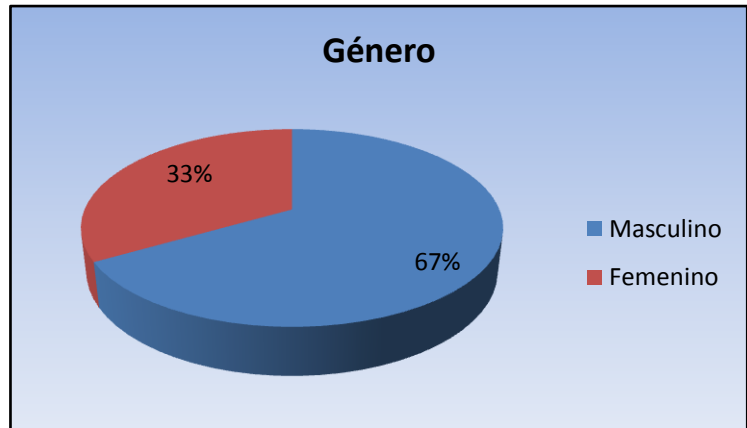
No

ANEXO 7 – TABULACIÓN DE ENCUESTAS PARA EL PERSONAL ADMINISTRATIVO

Sexo

Objetivo: Medir el nivel de participación que ofrece la cooperativa en cuanto al género en referencia a la toma de decisiones.

Género		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Masculino	8	67%
Femenino	4	33%
Total	12	100%



Análisis:

Del 100% de los encuestados el 67% pertenecen al género masculino y el 33% pertenece al género femenino.

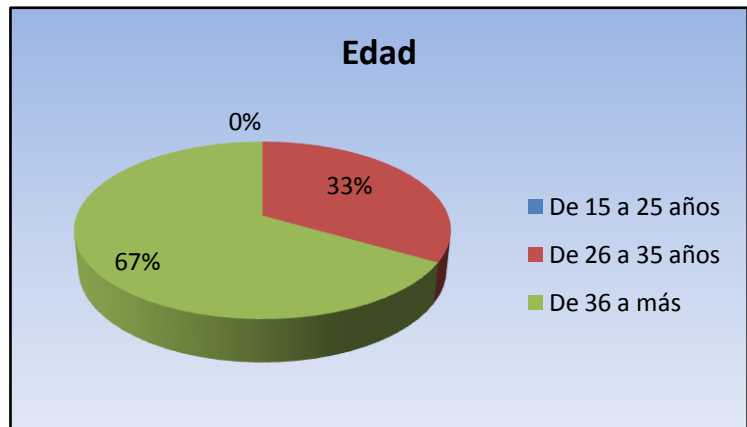
Interpretación:

Como se puede apreciar en el resultado de las encuestas realizadas a las personas de la cooperativa, se denota una gran diferencia de géneros en cuanto a participación en el área administrativa y toma de decisiones ya que la mayoría pertenecen al género masculino.

Edad

Objetivo: Determinar el rango de edad que la cooperativa considera adecuada para tener una visión empresarial y una buena toma de decisiones.

Edad		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
De 15 a 25 años	0	0%
De 26 a 35 años	4	33%
De 36 a más	8	67%
Total	12	100%



Análisis:

Del 100% de las personas encuestadas el 67% se encuentra en un rango de edad mayor a los 36 años, mientras que un 33% se encuentra entre la edades de 26 a 35 años y no existen personas que se encuentren entre 15 a 25 años.

Interpretación:

Según los resultados obtenidos se puede observar que la mayor parte de personas que forman parte del área administrativa de la cooperativa La Libertad son personas de mediana edad, a esto podemos agregarle que debido a esto las personas cuentan con un mayor nivel experiencia para la toma de decisiones en las distintas actividades realizadas por la cooperativa.

1. ¿Cuánto tiempo tiene de pertenecer a la cooperativa?

Objetivo: Conocer el tiempo que tiene el personal administrativo en la cooperativa para estimar la estabilidad que esta posee.

Pregunta 1		
¿Cuánto tiempo tiene de pertenecer a la cooperativa?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Menos de 1 año	0	0%
De 1 a 5 años	0	0%
Más de 5 años	12	100%
Total	12	100%



Análisis:

Como se puede apreciar en el gráfico, de las 12 personas encuestadas pertenecientes al área administrativa, el 100% afirma tener más de 5 años de pertenecer a la cooperativa.

Interpretación:

Según los resultados obtenidos se puede observar que las personas pertenecientes al área administrativa de la Cooperativa La Libertad tienen varios años de laborar dentro de la entidad revelando así la antigüedad del personal, el compromiso con la cooperativa y otro aspecto muy importante que es el sentido de pertenencia a la misma.

2. ¿Conoce la misión y la visión de la cooperativa?

Objetivo: Determinar si el personal administrativo conoce la misión y la visión de la cooperativa.

Pregunta 2		
¿Conoce la misión y la visión de la cooperativa?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Si	10	83%
No	2	17%
Total	12	100%



Análisis:

Según los datos obtenidos el 83% del personal administrativo dice conocer la misión y visión que tiene la cooperativa y un 17% opinó que no las conoce.

Interpretación:

Como se puede apreciar en los resultados obtenidos la mayoría del personal administrativo dice conocer la misión y visión de la cooperativa, más sin embargo éstas no se encuentran establecidas o escritas, comprobándose a través de dicha encuesta que cada persona que aseguró conocerla lo manifestaron según como ellos consideran lo que la cooperativa debe ser y se verá en un futuro.

3. ¿Conoce los proyectos que lleva a cabo la cooperativa?

Objetivo: Determinar si dentro de la cooperativa existe un buen nivel de comunicación que permita al personal conocer los proyectos que se plantea la cooperativa.

Pregunta 3		
¿Conoce los proyectos que lleva a cabo la cooperativa?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Si	12	100%
No	0	0%
Total	12	100%



Análisis:

Como se puede apreciar en el gráfico, del total de personas encuestadas y que pertenecen al área administrativa, el 100% aseguró que conoce los proyectos que lleva a cabo la cooperativa.

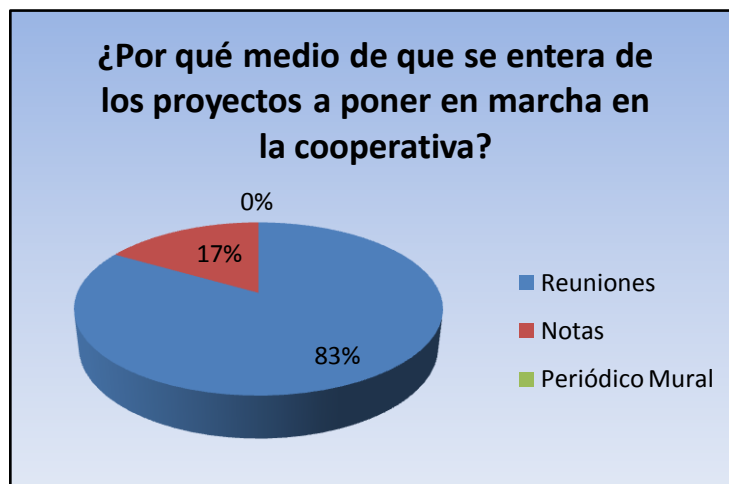
Interpretación:

El total de personas encuestadas asegura conocer los proyectos que lleva a cabo la cooperativa, con esto se comprueba que dentro de la entidad existe una buena comunicación entre las diversas líneas jerárquicas, ya que desde la persona que se encuentra en el cargo más alto hasta los más inferiores tienen conocimiento de las operaciones realizadas.

4. ¿Por qué medio se entera de los proyectos a poner en marcha en la cooperativa?

Objetivo: Conocer la manera en que se da la comunicación en la cooperativa, y saber si esta es formal e informal.

Pregunta 4		
¿Por qué medio de que se entera de los proyectos a poner en marcha en la cooperativa?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Reuniones	10	83%
Notas	2	17%
Periódico Mural	0	0%
Total	12	100%



Análisis:

Según resultados obtenidos el 83% del personal administrativo contestó que es por medio de reuniones que se dan a conocer los proyectos que pondrá en marcha la cooperativa, un 17% opinó que es a través de notas y no hubo persona alguna que dijera que es a través de periódico mural.

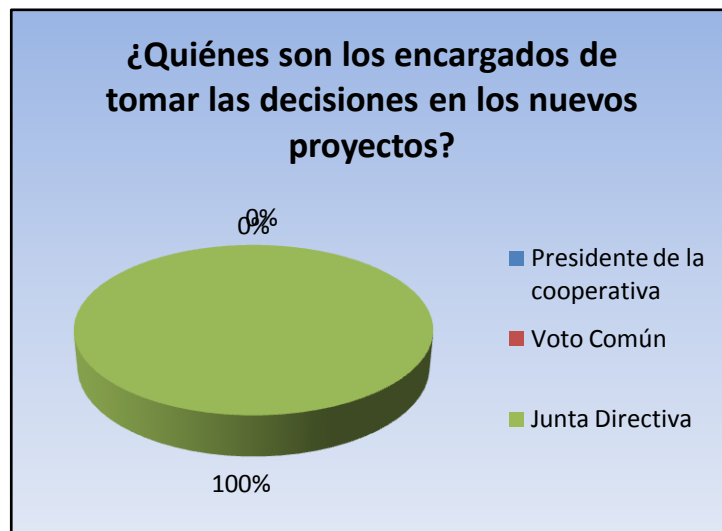
Interpretación:

Se puede apreciar que el medio más utilizado para dar a conocer las actividades futuras de la cooperativa es a través reuniones y otro porcentaje menor dice que se da por medio de notas, constatando así que dentro de la entidad se utilizan los medios de comunicación formal e informal para relacionarse.

5. ¿Quiénes son los encargados de tomar las decisiones en los nuevos proyectos?

Objetivo: Conocer quien o quienes toman las decisiones en la cooperativa y saber si está claro para el personal administrativo a quien avocarse para proponer un proyecto nuevo.

Pregunta 5		
¿Quiénes son los encargados de tomar las decisiones en los nuevos proyectos?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Presidente de la cooperativa	0	0%
Voto Común	0	0%
Junta Directiva	12	100%
Total	12	100%



Análisis:

Del total de encuestados el 100% opina que los encargados de tomar las decisiones en los nuevos proyectos es a través de la Junta Directiva, mientras que nadie afirma que las decisiones las tome únicamente el presidente o por voto común.

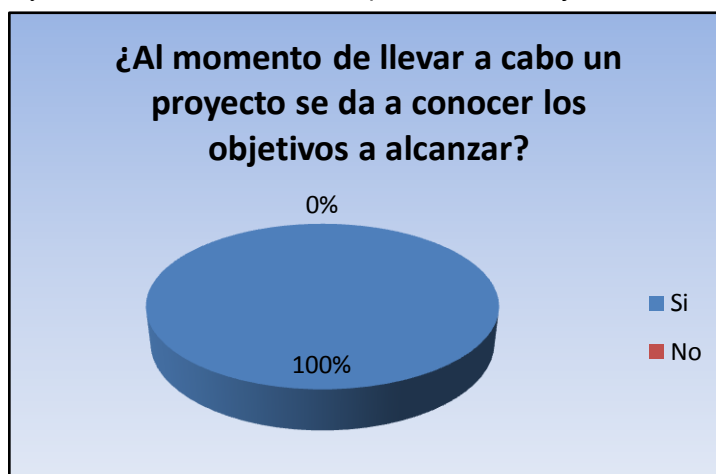
Interpretación:

Se puede observar que dentro de la cooperativa La Libertad se tiene bien clara la forma en que se toman las decisiones, además se tienen reconocidas las líneas de jerarquía. La toma de decisiones no es responsabilidad de una sola persona sino en grupo conformado por la Junta Directiva.

6. ¿Al momento de llevar a cabo un proyecto se da a conocer los objetivos a alcanzar?

Objetivo: Identificar si los involucrados en los proyectos tienen conocimiento pleno de los objetivos a alcanzar.

Pregunta 6		
¿Al momento de llevar a cabo un proyecto se da a conocer los objetivos a alcanzar?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Si	12	100%
No	0	0%
Total	12	100%



Análisis:

Del total de personas encuestadas, el 100% afirmó que al momento de llevar a cabo un proyecto se da a conocer los objetivos de éste, no hubo personas que dijeran que los objetivos no se mencionaran.

Interpretación:

Todas las personas pertenecientes al área administrativa de la cooperativa aseguran que antes de llevar a cabo un proyecto se dan a conocer los diversos objetivos de éste, se puede comprobar así que todos los miembros tienen claro conocimiento de las metas a las que quieren llegar con cada actividad realizada; recalcando una vez más que el trabajo es en base a objetivos.

7. ¿Conoce usted si la cooperativa cuenta con nuevos proyectos para un futuro?

Objetivo: Comprobar si en la cooperativa hay un buen nivel de comunicación que permita al personal conocer los proyectos que se plantea la cooperativa. Así como las proyecciones que esta tiene.

Pregunta 7		
¿Conoce usted si la cooperativa cuenta con nuevos proyectos para un futuro?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Si	6	50%
No	6	50%
Total	12	100%



Análisis:

Del 100% de los encuestados, el 50% dice tener conocimiento sobre los proyectos que la cooperativa tiene planeados para un futuro; sin embargo el otro 50% opina que no sabe si la cooperativa pondrá en marcha nuevos proyectos.

Interpretación:

Solo la mitad del total de los encuestados del área administrativa dice tener conocimiento de nuevos proyectos que la cooperativa pueda poner en marcha en un futuro y la otra mitad no tiene conocimiento alguno; es decir que dentro del área administrativa de la entidad existe cierto nivel de mala comunicación ya que no se informan por completo de todos los aspectos concernientes a las actividades de la cooperativa.

8. ¿Conoce usted las metas de la cooperativa para este año?

Objetivo: Comprobar si se está comunicando claramente las metas planteadas por la cooperativa.

Pregunta 8		
¿Conoce usted la metas de la cooperativa para este año?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Si	8	67%
No	4	33%
Total	12	100%



Análisis:

Del 100% de los encuestados, el 67% afirma que conoce las metas que la cooperativa se ha trazado para el presente año, más sin embargo hay un 33% que dice no conocerlas.

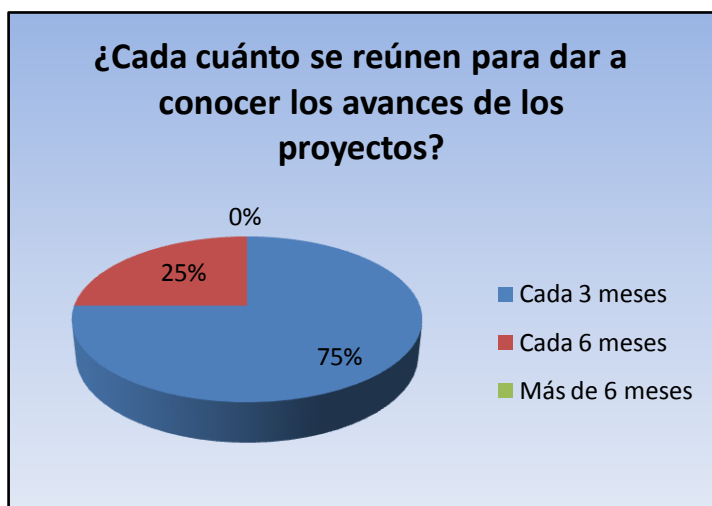
Interpretación:

Se puede apreciar que dentro de la cooperativa no se está comunicando totalmente las metas que la entidad quiere lograr en un futuro ya que existe un buen porcentaje del personal administrativo que no tiene el conocimiento de ella, convirtiéndose esto en una deficiencia en un nivel alto de la entidad.

9. ¿Cada cuánto se reúnen para dar a conocer los avances de los proyectos?

Objetivo: Conocer el seguimiento que la cooperativa lleva a cabo de sus proyectos y la comunicación que se da al respecto.

Pregunta 9		
¿Cada cuánto se reúnen para dar a conocer los avances de los proyectos?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Cada 3 meses	9	75%
Cada 6 meses	3	25%
Más de 6 meses	0	0%
Total	12	100%



Análisis:

Del total de encuestados, el 75% opinó que para dar a conocer los avances que la cooperativa a logrado en los proyectos se reúnen cada 3 meses, un 25% opino que estas reuniones se dan cada 6 meses y no hubo persona alguna que dijera que se reúnen en un tiempo superior a los 6 meses.

Interpretación:

Como se puede apreciar dentro de la cooperativa le dan seguimiento a los proyectos que se están llevando a cabo a través de reuniones cada cierto tiempo, concordando la mayoría en que estas se dan cada 3 meses; más sin embargo hay un porcentaje de los administrativos que afirma que estas reuniones son cada 6 meses observándose así que existe una diferencia de opiniones en cuanto a la presentación de resultados es decir que esto puede deberse a una mala comunicación entre los miembros del área administrativa.

10. ¿Considera que es importante dar a conocer los objetivos de un proyecto a realizar?

Objetivo: Identificar la veracidad de las respuestas obtenidas por parte de los administrativos de la cooperativa respecto a las preguntas relacionadas con los objetivos.

Pregunta 10		
¿Considera que es importante dar a conocer los objetivos de un proyecto a realizar?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Mucho	12	100%
Poco	0	0%
Nada	0	0%
Total	12	100%



Análisis:

Del total de encuestados del área administrativa, el 100% afirma que es muy importante dar a conocer los objetivos de los proyectos a realizar, no hubo personas que dijera que eran poco o nada importante.

Interpretación:

Esta pregunta se formuló con el objetivo de comprobar la veracidad e importancia que le dan las personas del área administrativa al hecho de dar a conocer los objetivos de cualquier proyecto que se ponga en marcha así como de comprobar si lo consideran de importancia.

11. ¿En el presente año ha recibido alguna capacitación?

Objetivo: Conocer si la cooperativa capacita al personal administrativo e identificar posibles áreas de mejora en materia de capacitación.

Pregunta 11		
¿En el presente año ha recibido alguna capacitación?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Si	12	100%
No	0	0%
Total	12	100%



Análisis:

Del total de los encuestados, el 100% afirma que han recibido alguna capacitación en el presente año, ninguno de los encuestados dijo no haber recibido capacitación alguna.

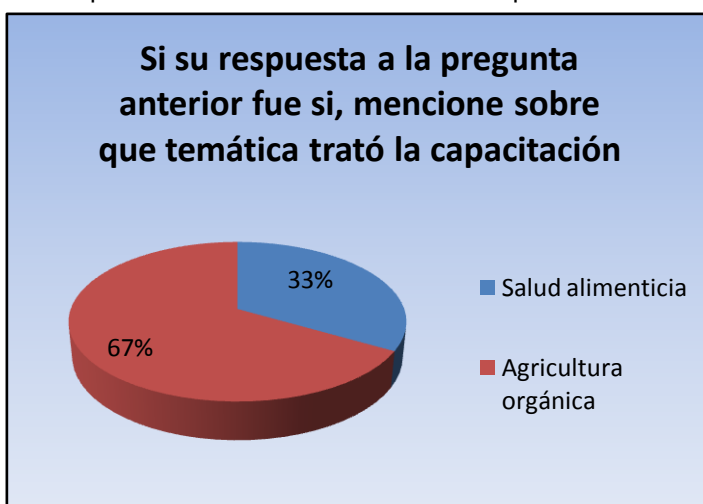
Interpretación:

Como se puede apreciar, dentro de la cooperativa los miembros del área administrativa afirman que en lo que del año han recibido algún tipo de capacitación, comprobándose así que se preocupan por mejorar las áreas en las que se encuentren deficientes en cuanto a conocimientos.

12. Si su respuesta a la pregunta anterior fue sí, mencione sobre qué temática trató la capacitación:

Objetivo: Indagar qué tipo de habilidades y destrezas poseen los administrativos de la cooperativa.

Pregunta 12		
Si su respuesta a la pregunta anterior fue si, mencione sobre que temática trató la capacitación		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Salud alimenticia	4	33%
Agricultura orgánica	8	67%
Total	12	100%



Análisis:

Del 100% de las personas encuestadas en 67% expresó que la temática a tratar en la capacitación recibida fue en referencia a la agricultura orgánica, el 33% dijo que el área en que fueron capacitados fue la salud alimenticia.

Interpretación:

Se puede apreciar que las temáticas en las que fueron capacitados el personal administrativo son muy importantes ya que van enfocadas a las áreas en las que trabaja la cooperativa sobre todo el tema referente a la agricultura orgánica, demostrándose así que los administrativos se preocupan por obtener un mayor nivel de conocimiento así como de habilidades y destrezas.

13. ¿Cuál es la incidencia que tiene la cooperativa con respecto a las siguientes áreas?

Objetivo: Comprobar si el personal administrativo conoce las áreas de desarrollo de la cooperativa la Libertad.

Pregunta 13 - 1		
¿Cuál es la incidencia que tiene la cooperativa con respecto a las siguientes áreas? (Agricultura)		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Nada	0	0%
Poco	1	8%
Mucho	11	92%
Total	12	100%



Análisis:

Del 100% de las personas encuestadas, el 92% afirma que la incidencia que tiene la cooperativa en el área de agricultura es mucho, mientras que un 8% opinó que es poca la incidencia, sin embargo no hubo persona que mencionara que la cooperativa no tiene incidencia en esa área.

Interpretación:

Como se puede apreciar el personal administrativo de la cooperativa conoce bien las áreas de desarrollo de la entidad siendo una de las principales la agricultura.

Pregunta 13 - 2		
¿Cuál es la incidencia que tiene la cooperativa con respecto a las siguientes áreas? (Ganadería)		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Nada	0	0%
Poco	12	100%
Mucho	0	0%
Total	12	100%



Análisis:

Del total de personas encuestadas, el 100% afirma que la incidencia que tiene la cooperativa en el área de la ganadería es poco.

Interpretación:

Como se puede apreciar, todas las personas pertenecientes al área administrativa de la cooperativa afirman que la misma tiene poca incidencia en el área de la ganadería.

Pregunta 13 - 3		
¿Cuál es la incidencia que tiene la cooperativa con respecto a las siguientes áreas? (Industria)		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Nada	10	83%
Poco	2	17%
Mucho	0	0%
Total	12	100%



Análisis:

Del total de encuestados, el 83% opinó que la cooperativa no tiene incidencia en el área de la industria, mientras un 17% afirmó que sí pero que es poco.

Interpretación:

Como se puede observar la mayoría de personas del área administrativa afirman que la cooperativa no tiene nada de incidencia en el área de la industria, es decir en esta área no hay desarrollo alguno, pero existe un porcentaje mínimo que opina lo contrario es decir, que si tiene desarrollo pero es poco, de esta manera se confirma que existen variaciones de opinión en cuanto al desarrollo de la cooperativa en ciertas áreas.

Pregunta 13 - 4		
¿Cuál es la incidencia que tiene la cooperativa con respecto a las siguientes áreas? (Manufactura)		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Nada	12	100%
Poco	0	0%
Mucho	0	0%
Total	12	100%



Análisis:

Del total de encuestados el 100% afirma que la cooperativa no tiene ninguna incidencia en el área de manufactura.

Interpretación:

Como se puede observar todo el personal administrativo de la cooperativa afirman que no hay desarrollo alguno en el área de manufactura es decir la entidad no tiene ninguna participación en cuanto a manufactura se refiere.

Pregunta 13 - 5		
¿Cuál es la incidencia que tiene la cooperativa con respecto a las siguientes áreas? (Turismo)		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Nada	0	0%
Poco	7	58%
Mucho	5	42%
Total	12	100%



Análisis:

Del total del los encuestados el 58% opinó que en cuanto al área de turismo la cooperativa tiene poca incidencia, y el 42% es de la opinión que la cooperativa tiene mucha incidencia en cuanto al turismo.

Interpretación:

Como se puede observar, existe división de opiniones en cuando a la participación que la cooperativa tiene en el área de turismo, esto se debe a las observaciones que realizan los administrativos en cuanto al centro turístico ACALI que funciona dentro de la cooperativa, con este proyecto que está llevando a cabo la entidad, ha logrado introducirse al área turística.

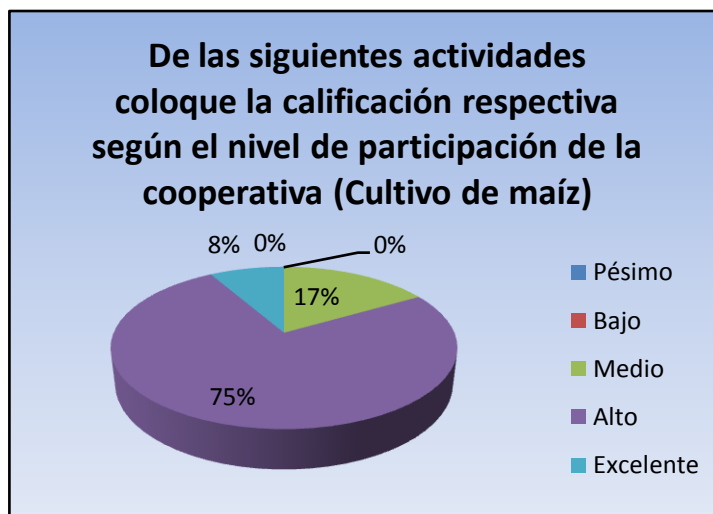
Interpretación General (cuadro 13-1, 13-2, 13-3, 13-4, 13-5):

Como puede apreciarse en las diversas gráficas, el desarrollo a que ha tenido la cooperativa La Libertad en las diversas áreas como la agricultura, ganadería, industria, manufactura y turismo ha sido variante ya que la entidad le brinda mayor importancia a un área en principal que es la agricultura debido a que la mayoría de familias asociadas a la cooperativa han dedicado toda su vida a estas actividades y son las que mayor rentabilidad les han generado, luego se dedican a la agricultura pero en menor medida, es importante mencionar que el área de la manufactura no tiene ningún desarrollo y en cuanto a la industria según opiniones dicen que hay un porcentaje mínimo que lo lleva a cabo, cabe recalcar que una de las áreas en las que la cooperativa tiene una participación media es el turismo y esto gracias a que la cooperativa se encuentra ubicada en la zona turística de Tamanique, es decir cerca de las playas de mayor auge tales como El Palmarcito, El Tunco, Punta Roca, El Zunzal y otras; dichas playa son muy visitadas por turistas tanto nacionales como extranjeros teniendo así una oportunidad de gran desarrollo.

14. De las siguientes actividades coloque la calificación respectiva según el nivel participación de la cooperativa:

Objetivo: Comprobar si el personal administrativo de la cooperativa conoce en qué medida participa la entidad en las diferentes áreas específicas.

Pregunta 14 - 1		
De las siguientes actividades coloque la calificación respectiva según el nivel de participación de la cooperativa (Cultivo de maíz)		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Pésimo	0	0%
Bajo	0	0%
Medio	2	17%
Alto	9	75%
Excelente	1	8%
Total	12	100%



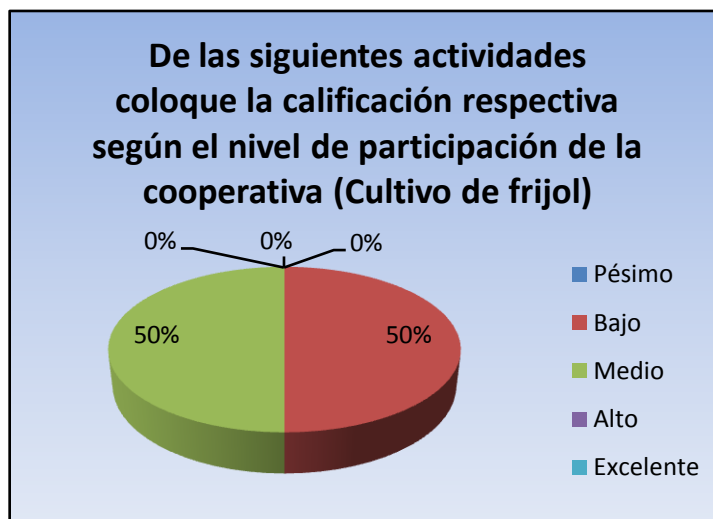
Análisis:

Del total de los encuestados el 75% afirma que en cuanto al cultivo del maíz la cooperativa tiene una alta participación es esta área, un 17% afirma que la participación es media y no hay ninguno que opine que la cooperativa tenga un nivel bajo o pésimo con respecto al cultivo de este grano básico.

Interpretación:

Según resultados obtenidos se puede comprobar que el personal administrativo conoce bien en qué medida participa la cooperativa con respecto al cultivo del maíz afirmando de esta manera que la participación es alta, otros opinan que es baja.

Pregunta 14 - 2		
De las siguientes actividades coloque la calificación respectiva según el nivel de participación de la cooperativa (Cultivo de frijol)		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Pésimo	0	0%
Bajo	6	50%
Medio	6	50%
Alto	0	0%
Excelente	0	0%
Total	12	100%



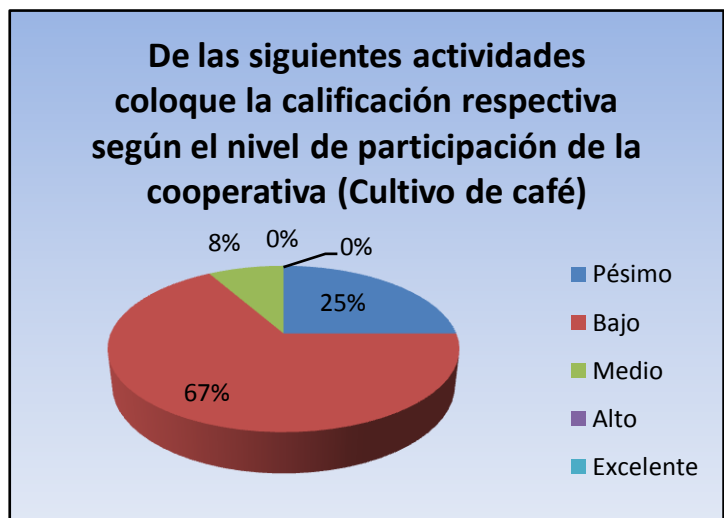
Análisis:

Del 100% de las personas encuestadas el 50% opino que en cuanto al cultivo del frijol la cooperativa se puede calificar con un nivel medio de participación y el otro 50% lo califica como bajo, ninguno de los encuestados opinó que fuese pésimo, alto o excelente.

Interpretación:

Como se puede observar en cuanto al cultivo del frijol la cooperativa se encuentra en el nivel medio de participación según las personas pertenecientes al área administrativa, es decir que el nivel de participación en el que ubican a la entidad se encuentra entre medio y bajo, se puede ver que la cooperativa en esta área no tiene mayor desarrollo.

Pregunta 14 - 3		
De las siguientes actividades coloque la calificación respectiva según el nivel de participación de la cooperativa (Cultivo de café)		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Pésimo	3	25%
Bajo	8	67%
Medio	1	8%
Alto	0	0%
Excelente	0	0%
Total	12	100%



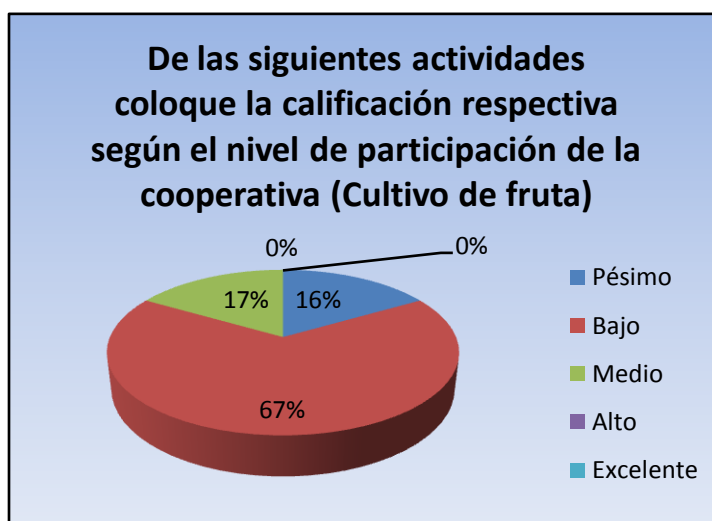
Análisis:

Del total de personas encuestadas el 67% opina que la incidencia que tiene la cooperativa en cuanto al cultivo del café se puede calificar como bajo, un 25% opina que es excelente, un 8% afirma que es medio y ninguno opinó que éste sea pésimo o alto.

Interpretación:

Según los resultados obtenidos se puede observar que la opiniones en cuanto a la calificación que le dan al cultivo del café según el nivel de participación que tiene la cooperativa se encuentran muy diversas, ya que un buen porcentaje de los administrativos opina que la participación es baja, más sin embargo otro porcentaje lo califica como excelente y otros dicen que es medio; estas diversas opiniones del personal administrativo puede deberse a sus experiencias con las personas que coordinan.

Pregunta 14 - 4		
De las siguientes actividades coloque la calificación respectiva según el nivel de participación de la cooperativa (Cultivo de fruta)		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Pésimo	2	17%
Bajo	8	67%
Medio	2	17%
Alto	0	0%
Excelente	0	0%
Total	12	100%



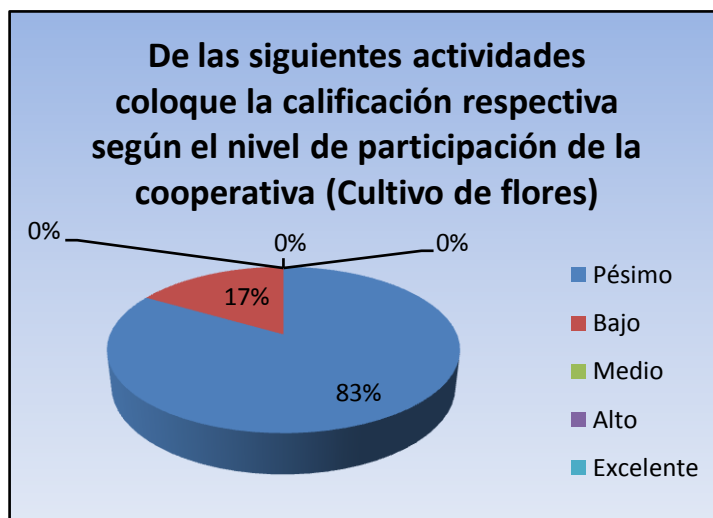
Análisis:

Del 100% de las personas encuestadas el 67% califica la participación de la cooperativa respecto al cultivo de fruta como bajo, un 17% como medio y un 17% como pésimo, no hubo personas que opinaran que fuese alto o excelente.

Interpretación:

Con respecto al cultivo de la fruta se puede decir que las personas de la cooperativa no se dedican a producirla más sin embargo el 100% de los socios poseen árboles frutales en su terreno, según las personas del área administrativa la cooperativa directamente no se dedica al cultivo de frutas por eso según su conocimiento califican la participación de la cooperativa como bajo, más sin embargo hay otros que lo califican como y esto se debe a que la cooperativa posee cierto número de manzanas de terreno cultivadas con árboles de marañón motivo de un antiguo proyecto que ya no se le dio seguimiento, razón por la cual probablemente otro porcentaje opine que la participación de la cooperativa con respecto al cultivo de fruta es pésimo.

Pregunta 14 - 5		
De las siguientes actividades coloque la calificación respectiva según el nivel de participación de la cooperativa (Cultivo de flores)		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Pésimo	10	83%
Bajo	2	17%
Medio	0	0%
Alto	0	0%
Excelente	0	0%
Total	12	100%



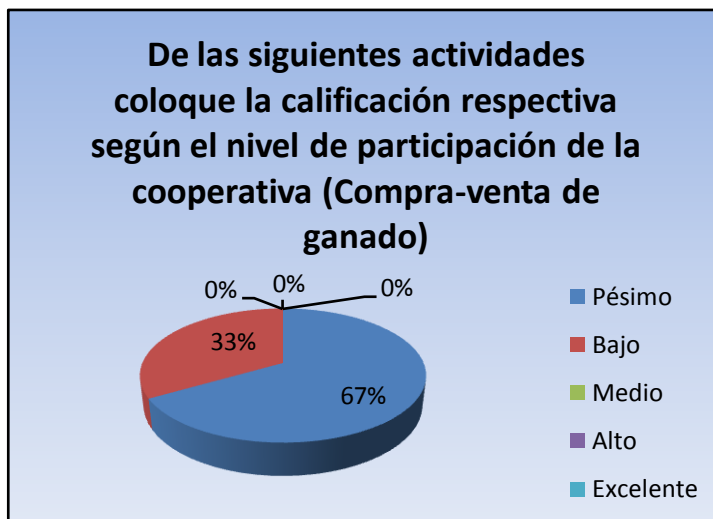
Análisis:

Del total de los encuestados el 83% afirmó que en cuanto al cultivo de flores la participación de la cooperativa es pésima y solo un 17% opina que es bajo, no hubo personas que opinaran que fuese medio, alto o excelente.

Interpretación:

Se puede observar que el personal administrativo de la cooperativa conoce bien las áreas en que la entidad sobresale, participa o viceversa tal es el caso del cultivo de las flores, es decir en esta área según los administrativos la incidencia de la cooperativa se puede calificar como nivel pésimo ya que la mayoría de los asociados no se dedican a esto, exceptuando unos pocos debido a ciertos proyectos de otra índole, es por esto que un porcentaje comentó que el nivel de participación es bajo.

Pregunta 14 - 6		
De las siguientes actividades coloque la calificación respectiva según el nivel de participación de la cooperativa (Compra-venta de ganado)		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Pésimo	8	67%
Bajo	4	33%
Medio	0	0%
Alto	0	0%
Excelente	0	0%
Total	12	100%



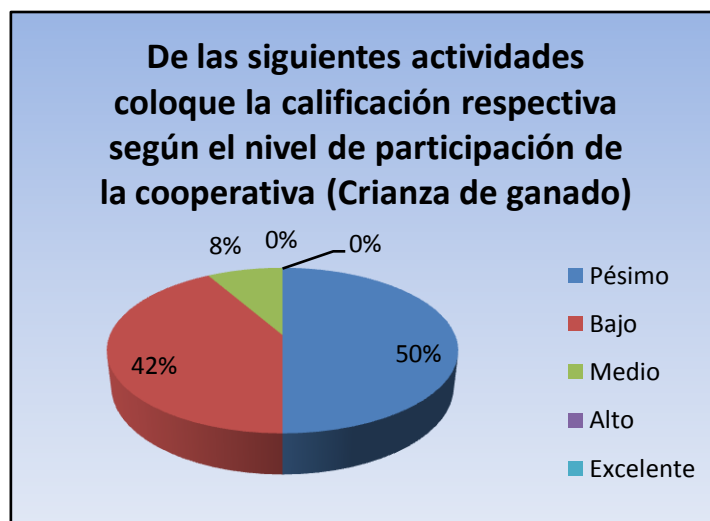
Análisis:

Del total de los encuestados, el 67% afirma que la participación de la cooperativa en cuanto a la actividad de compra y venta de ganado se puede calificar como pésima, el 33% dicen que es baja, no hay persona que afirme que dicha actividad se encuentre en el nivel medio, alto o excelente.

Interpretación:

Como puede observarse el personal administrativo tiene pleno conocimiento de las áreas en las cooperativa tiene mayor participación, más sin embargo la compra-venta de ganado no es una de de ellas según los administrativos, y esto se debe a que la mayoría de socios de la cooperativa se dedican en su mayoría al cultivo de granos básicos y solo unos pocos también llevan a cabo en menor manera la compra-venta de ganado.

Pregunta 14 - 7		
De las siguientes actividades coloque la calificación respectiva según el nivel de participación de la cooperativa (Crianza de ganado)		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Pésimo	6	50%
Bajo	5	42%
Medio	1	8%
Alto	0	0%
Excelente	0	0%
Total	12	100%



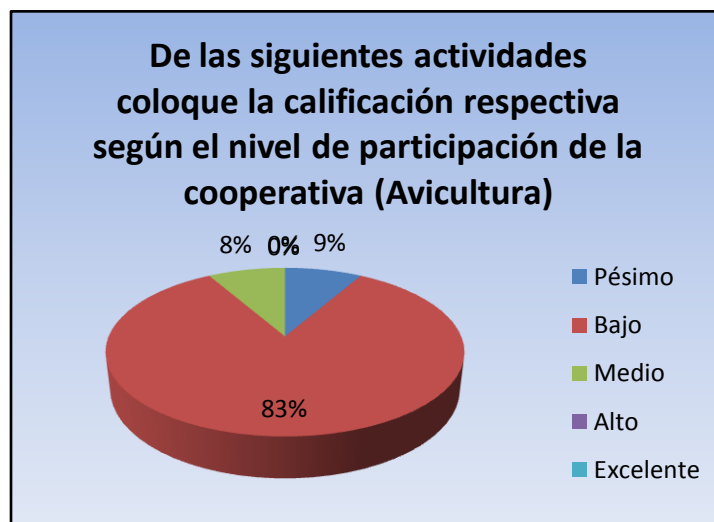
Análisis:

En cuanto a la actividad relacionada con la crianza de ganado, el 50% del personal administrativo opinó que la participación de la cooperativa con respecto a esta actividad se puede calificar como pésima, el 42% como bajo y un 8% lo calificó como medio, no hubo ninguno que opinara que fuese alto o excelente.

Interpretación:

Con respecto a la actividad relacionada con la crianza de ganado por los socios pertenecientes a la cooperativa, el personal administrativo tiene diversas opiniones, unos revelan que esta actividad es llevada a cabo muy poco al grado de calificarla como pésima, otros porcentaje menciona que se puede calificar como baja y otro porcentaje mínimo afirma que la participación de la cooperativa con respecto a esta actividad como nivel medio, se puede observar que al igual que la compra-venta de ganado esta otra actividad no se lleva mucho a cabo, son pocos los socios pertenecientes a las cooperativas que poseen ganado vacuno.

Pregunta 14 - 8		
De las siguientes actividades coloque la calificación respectiva según el nivel de participación de la cooperativa (Avicultura)		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Pésimo	1	8%
Bajo	10	83%
Medio	1	8%
Alto	0	0%
Excelente	0	0%
Total	12	100%



Análisis:

Del total de encuestados el 83% opinan que la participación de la cooperativa en cuanto a la actividad relacionada con la avicultura se puede calificar como nivel bajo, un 8% lo califica como nivel medio y un 9% como pésimo, no hubo personas que contestaran que la avicultura dentro de la cooperativa sea alta o excelente.

Interpretación:

En referencia a la actividad de la avicultura dentro de la cooperativa, el personal del área administrativa tiene diversas opiniones sobre el desarrollo y nivel de participación que tiene la entidad en esta área, la mayoría de la opiniones lo posicionan en el nivel bajo, esto puede deberse a que la mayoría de los asociados posee aves de corral pero no con el fin de utilizarlos para el negocio sino que para el consumo propio, sin embargo hay otra parte que opina que esta actividad se puede calificar como medio pero es en menor proporción ya que son muy pocos los socios que poseen aves de corral pero en grandes cantidades y hay una parte de socios de la cooperativa que no poseen aves, es por esto que hay otra parte de administrativos que califican la actividad como pésima.

Interpretación General (cuadro 14-1, 14-2, 14-3, 14-4, 14-5, 14-6, 14-7, 14-8):

Como se puede observar el desarrollo que tiene la cooperativa en la diversas áreas antes mencionadas es diverso, tales áreas son: cultivo de maíz, cultivo de frijol, cultivo de café, cultivo de fruta, cultivo de flores, compra-venta de ganado, crianza de ganado y avicultura; de estas actividades la más importante o que tiene mayor desarrollo en la entidad es la del cultivo de maíz seguido del frijol ya que el 100% de los socios de la cooperativa se dedican al cultivo de granos básicos, según afirmaciones del personal administrativo el desarrollo estas actividades no se pueden calificar como de nivel alto o excelente pero básicamente son las de mayor relevancia dentro de la cooperativa, después de éstas se puede hacer mención del cultivo del café que se da en menor grado ya que no es el fuerte de los socios el dedicarse a esta actividad, luego se menciona la avicultura, dicha actividad se puede decir que se practica por la mayoría de socios de la cooperativa pero no para fines de negocio sino más bien para el consumo familiar; en cuanto al cultivo de fruta es importante mencionar que el 100% de los socios posee árboles frutales en su terreno pero no son

con motivo de negocio, existe dentro de la cooperativa una cierta cantidad de terreno que fue cultivada con la fruta de marañón debido a un proyecto que se puso en marcha hace algún tiempo pero no se logró terminar y fue abandonado, debido a esto esa zona posee muchos árboles de esta fruta sin que se le de mantenimiento. Las actividades relacionadas con la crianza y compra-venta de ganado no tienen mayor desarrollo dentro de la cooperativa ya que son pocos los socios que poseen ganado vacuno en el área pero no para negocio sino para consumo familiar y luego se encuentra el cultivo de las flores que según el personal administrativo no tienen desarrollo alguno en el área.

15. ¿Tiene conocimiento si la cooperativa cuenta con alianzas estratégicas con otras cooperativas?

Objetivo: Identificar si la Cooperativa la Libertad cuenta con alianzas estratégicas con otras cooperativas.

Pregunta 15		
¿Tiene conocimiento si la cooperativa cuenta con alianzas estratégicas con otras cooperativas?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Si	12	100%
No	0	0%
Total	12	100%



Análisis:

Del total de los encuestados, el 100% afirma tener conocimiento que la cooperativa cuenta con alianzas estratégicas con las otras cooperativas de Tamancaque.

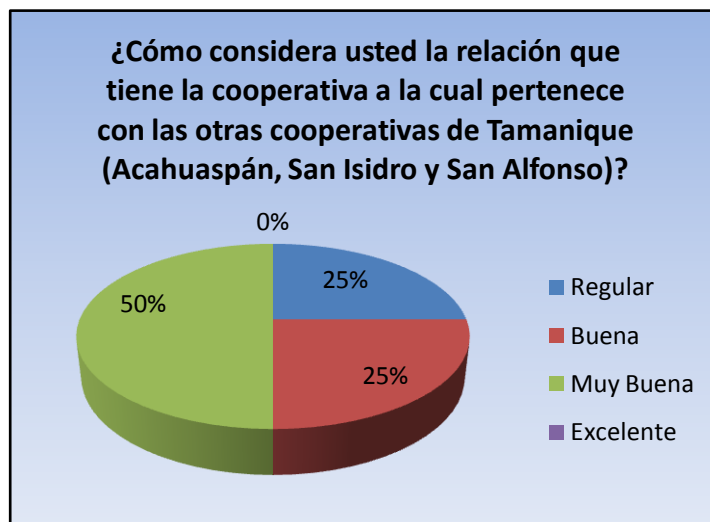
Interpretación:

Como se puede observar todo el personal administrativo conoce bien como trabaja la cooperativa “La Libertad” en relación con las demás cooperativas del área de Tamancaque es decir se puede ver que entre ellas existen buenas relaciones y trabajo en equipo lo que resulta en alianzas entre ellas para resolver cualquier inconveniente.

16. ¿Cómo considera usted la relación que tiene la cooperativa a la cual pertenece con las otras cooperativas de Tamancaque (Acahuaspán, San Isidro y San Alfonso)?

Objetivo: Comprobar si entre las cooperativas existe un clima que propicie las alianzas comerciales con las demás cooperativas.

Pregunta 16		
¿Cómo considera usted la relación que tiene la cooperativa a la cual pertenece con las otras cooperativas de Tamanique (Acahuaspán, San Isidro y San Alfonso)?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Regular	3	25%
Buena	3	25%
Muy Buena	6	50%
Excelente	0	0%
Total	12	100%



Análisis:

Del total de encuestados el 50% consideran que el tipo de relación que tiene la cooperativa “La Libertad” con las otras cooperativas pertenecientes a Tamanique es muy buena, mientras que un 25% opina que la relación con las demás cooperativas puede calificarse como buena y hay un 25% que dice que dicha relación es regular.

Interpretación:

Se puede apreciar que en cuanto a la pregunta relacionada con la calificación que le dan a la cooperativa en referencia a la relación que mantienen la entidad con las demás cooperativas de la zona es variable, se puede observar que el personal administrativo tiene bien claro como es la relación que se mantiene entre las cooperativas de la zona, calificándola la mayoría como muy buena, una proporción menor opina que esta es buena y otros dicen que regular, más sin embargo con esto se corrobora que debido a la buena relación que tiene la cooperativa esto le permite por lo tanto poder formar alianzas estratégicas con las cooperativas y poder solventar muchos problemas.

17. ¿Conoce usted si la cooperativa tiene algún programa de ayuda comunitaria (programas educacionales, campañas de salubridad, ayuda a los cultivos, semilla mejorada etc.?)

Objetivo: Indagar si la cooperativa tiene proyectos alternativos que vayan enfocados a brindar una ayuda a la comunidad asociada.

Pregunta 17		
¿Conoce usted si la cooperativa tiene algún programa de ayuda comunitaria (programas educacionales, campañas de salubridad, ayuda a los cultivos, semilla mejorada, etc.)?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Si	12	100%
No	0	0%
Total	12	100%



Análisis:

Del total de encuestados el 100% afirma que la cooperativa posee programas de ayuda comunitaria de diversos tipos.

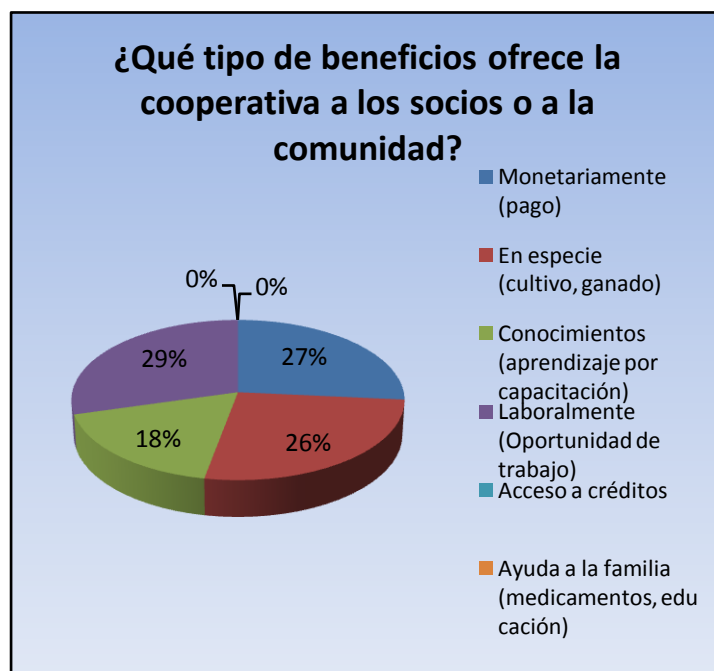
Interpretación:

Se puede observar que efectivamente la cooperativa lleva a cabo programas de ayuda comunitaria de diversos tipos para las familias asociadas a la entidad, dichos programas pueden ser educacionales, campañas de salubridad, ayuda a los cultivos, semilla mejorada etc.

18. ¿Qué tipo de beneficios ofrece la cooperativa a los socios o la comunidad?

Objetivo: Conocer cuáles son los diversos beneficios que la cooperativa le ofrece a las familias asociadas o a la comunidad.

Pregunta 18		
¿Qué tipo de beneficios ofrece la cooperativa a los socios o a la comunidad?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Monetariamente (pago)	9	26%
En especie (cultivo, ganado)	9	26%
Conocimientos (aprendizaje por capacitación)	6	18%
Laboralmente (Oportunidad de trabajo)	10	29%
Acceso a créditos	0	0%
Ayuda a la familia (medicamentos, educación)	0	0%
Total	34	100%



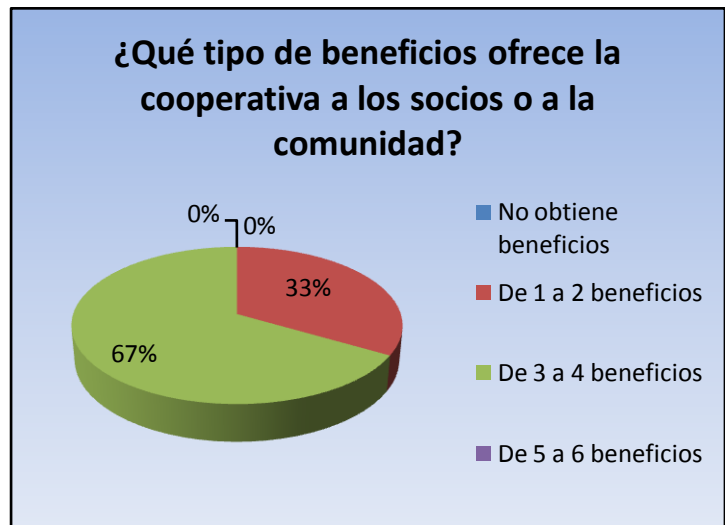
Análisis:

Del 100% del personal administrativo encuestado el 29% opina que uno de los beneficios que la cooperativa ofrece a los asociados es laboralmente, un 27% opina que es de forma monetaria, un 26% dice que los beneficios se dan en especie, hay un 18% que afirma que es a través de conocimientos, no hubo ninguno que opinara que los beneficios fuesen en forma de acceso a créditos o de ayuda a la familia como educación, medicamentos etc.

Interpretación:

Puede apreciarse que los beneficios que la cooperativa le ofrece a las familias asociadas son de diverso tipo pero el que más resalta según el personal administrativo es el laboral es decir brindándole oportunidad de trabajo a los socios de la cooperativa, así mismo otro beneficio que se da bastante es el monetario es decir a través de un pago que se le da a los socios que prestan su servicio en algún área de la cooperativa, como ejemplo de ello se encuentra las personas que trabajan en el centro turístico ACALI, otro beneficio es el que se da en especie por ejemplo el cultivo, luego se encuentra también el brindar conocimientos y este se da a través del aprendizaje que adquieren los socios cuando reciben capacitaciones en alguna área específica; más sin embargo e importante mencionar que no tienen beneficios como acceso a créditos o ayuda a la familia ya sea en forma de educación o medicamentos.

Pregunta 18		
¿Qué tipo de beneficios ofrece la cooperativa a los socios o a la comunidad?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
No obtiene beneficios	0	0%
De 1 a 2 beneficios	4	33%
De 3 a 4 beneficios	8	67%
De 5 a 6 beneficios	0	0%
Total	12	100%



Análisis:

En relación a la pregunta anterior concerniente a los beneficios que la cooperativa brinda a las familias asociadas o a la comunidad, se puede comprobar que el 67% de las familias asociadas reciben de 3 a 4 beneficios y el 33% recibe de 1 a 2 beneficios, no han ningún socios que no reciba beneficio alguno o que por el contrario los reciba todos.

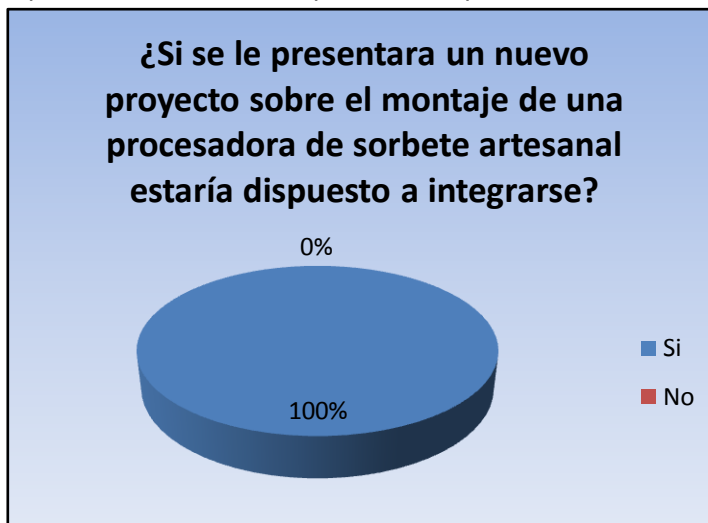
Interpretación:

Como se puede observar la mayoría de los socios de la cooperativa reciben beneficios y no solo uno sino que varios, los beneficios que más se brindan dentro de la entidad son el laboral es decir oportunidad de trabajo, en especie o sea con cultivos, el monetario y la adquisición de conocimientos.

19. ¿Si se le presenta un nuevo proyecto sobre el montaje de una procesadora de sorbete artesanal estaría dispuesto a integrarse?

Objetivo: Conocer la disponibilidad que tiene el personal administrativo para formar parte de un nuevo proyecto.

Pregunta 19		
¿Si se le presentara un nuevo proyecto sobre el montaje de una procesadora de sorbete artesanal estaría dispuesto a integrarse?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Si	12	100%
No	0	0%
Total	12	100%



Análisis:

Del total del personal administrativo encuestado, el 100% afirmó estar dispuesto a integrarse si se le presentara un nuevo proyecto referente al montaje de una planta procesadora de sorbete artesanal.

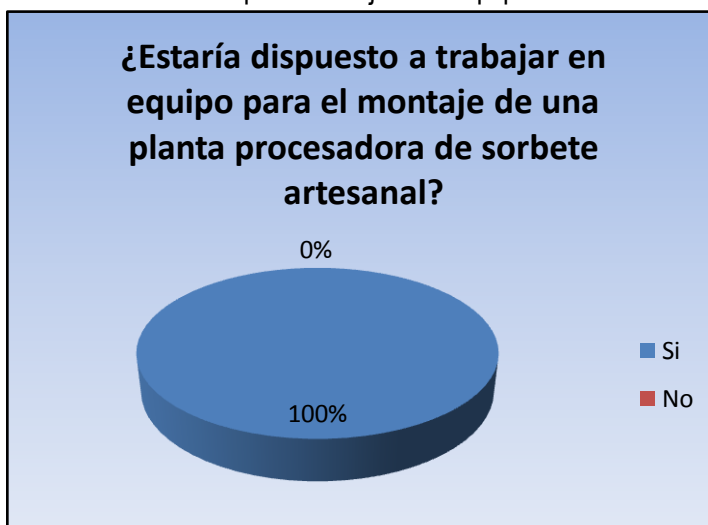
Interpretación:

Se puede observar que el personal administrativo de la Cooperativa “La Libertad” se encuentra con toda la disponibilidad de integrarse a un nuevo proyecto que se le presente, para el caso en estudio este proyecto consistiría en el montaje de una procesadora de sorbete artesanal, se ve de esta manera, el espíritu de colaboración, el compromiso y disponibilidad de integrarse a un proyecto nuevo.

20. ¿Estaría dispuesto a trabajar en equipo para el montaje de una procesadora de sorbete artesanal?

Objetivo: Comprobar la disposición del personal administrativo para trabajar en equipo en un nuevo proyecto.

Pregunta 20		
¿Estaría dispuesto a trabajar en equipo para el montaje de una planta procesadora de sorbete artesanal?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Si	12	100%
No	0	0%
Total	12	100%



Análisis:

Del total de personas encuestadas, el 100% afirmó estar de acuerdo sobre trabajar en equipo para el montaje de una procesadora de sorbete artesanal.

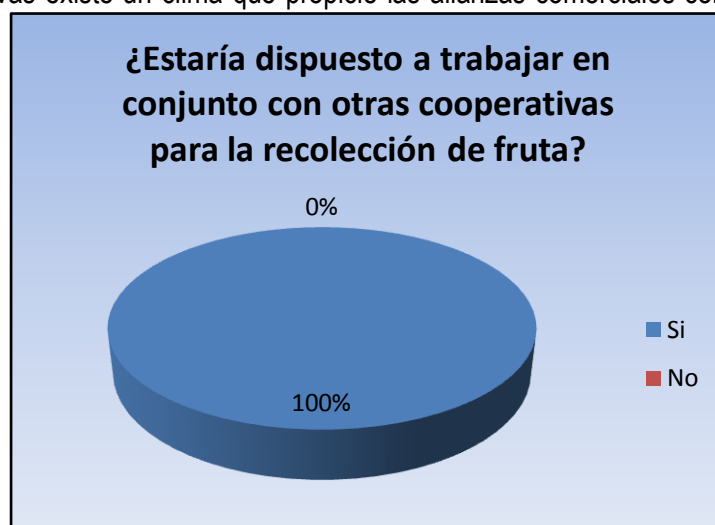
Interpretación:

Todo el personal del área administrativa de la cooperativa afirmó que está dispuesta a trabajar en equipo para el montaje de una planta procesadora de sorbete artesanal, como se observa esta pregunta tiene estrecha relación con la anterior ya que al estar dispuesto a integrarse en el montaje también afirman estar dispuestos a trabajar en equipo para ello, quedando comprobado así la disponibilidad y el compromiso.

21. ¿Estaría dispuesto a trabajar en conjunto con otras cooperativas para la recolección de fruta?

Objetivo: Comprobar si entre las cooperativas existe un clima que propicie las alianzas comerciales con las demás cooperativas.

Pregunta 21		
¿Estaría dispuesto a trabajar en conjunto con otras cooperativas para la recolección de fruta?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Si	12	100%
No	0	0%
Total	12	100%



Análisis:

Del total de los encuestados, el 100% opina que es capaz de trabajar en equipo con las demás cooperativas de la zona para la recolección de la fruta.

Interpretación:

Al igual que las dos preguntas anteriores, esta va enfocada a conocer la disponibilidad de los administrativos de la cooperativa a trabajar en conjunto para la recolección de la fruta para la elaboración del sorbete, con la diferencia que incluye la participación de las demás cooperativas de la zona, comprobando así que son capaces de trabajar no solo con el personal de su entidad sino con las demás personas que conforman las otras entidades.

22. ¿Posee usted algún conocimiento sobre la elaboración de sorbete artesanal?

Objetivo: Conocer si el personal administrativo posee algún conocimiento sobre la elaboración del sorbete artesanal.

Pregunta 22		
¿Posee usted algún conocimiento sobre la elaboración de sorbete artesanal?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Si	0	0%
No	12	100%
Total	12	100%



Análisis:

Del total del personal administrativo, el 100% opinan no tener conocimiento alguno en la elaboración de sorbete artesanal.

Interpretación:

Esta pregunta es de vital importancia debido a que nos revela si el personal administrativo de la cooperativa posee algún nivel de conocimiento en el proceso de producción del sorbete artesanal y poder tomar decisiones futuras en cuanto al proceso de aprendizaje de llevarse a cabo el proyecto.

23. ¿Posee algún conocimiento en el uso de maquinaria para la transformación de la fruta?

Objetivo: Conocer si el personal administrativo tiene algún nivel de conocimiento sobre el uso de maquinaria para la elaboración de sorbete artesanal.

Pregunta 23		
¿Posee algún conocimiento en el uso de maquinaria para la transformación de la fruta?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Si	0	0%
No	12	100%
Total	12	100%



Análisis:

Con respecto a la pregunta hecha al personal administrativo sobre si poseen algún conocimiento en el uso de maquinaria para la transformación de la fruta, el 100% opinó que no poseen conocimiento alguno.

Interpretación:

Esta pregunta tiene estrecha relación con la anterior ya que se trata de corroborar si el personal administrativo poseen algún nivel de conocimiento sobre el uso de maquinaria para transformar la fruta que es una de las bases para el funcionamiento de la procesadora de sorbete, comprobando de esta manera que el efectivamente ninguna persona posee conocimiento alguno.

24. ¿Cree usted que este tipo de sorbete artesanal tendría aceptación entre los consumidores?

Objetivo: Conocer la perspectiva del personal administrativo sobre la puesta en marcha de este proyecto.

Pregunta 24		
¿Cree usted que este tipo de sorbete tendría aceptación entre los consumidores?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Si	12	100%
No	0	0%
Total	12	100%



Análisis:

Del total de los encuestados el 100% opina que según su perspectiva este tipo de sorbete artesanal sí tendría aceptación entre los consumidores.

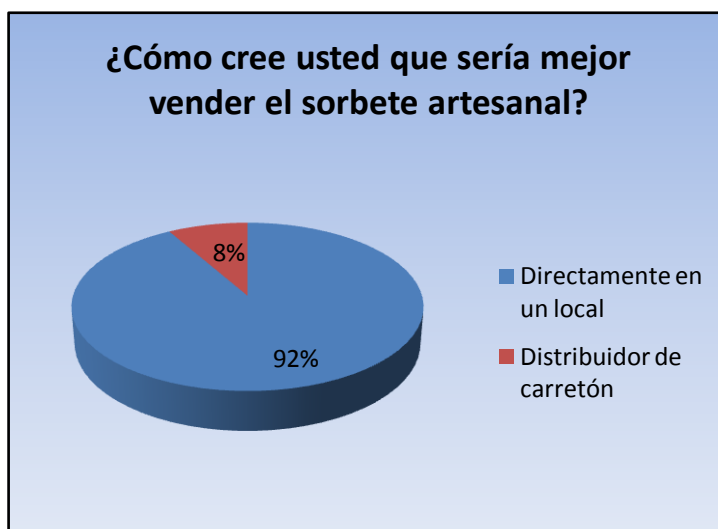
Interpretación:

Con respecto a esta pregunta el personal administrativo tiene un buen punto de vista, ya que todos afirman que este tipo de sorbete sí tendría aceptación entre los consumidores, a la vez se confirma el nivel de aceptación que tiene el proyecto.

25. ¿Cómo cree usted que sería mejor vender el sorbete artesanal?

Objetivo: Conocer el punto de vista que el personal administrativo tiene sobre la comercialización del sorbete artesanal.

Pregunta 25		
¿Cómo cree usted que sería mejor vender el sorbete artesanal?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Directamente en un local	11	92%
Distribuidor de carretón	1	8%
Total	12	100%



Análisis:

Del total de las personas encuestadas el 92% opina que el sorbete artesanal debería de venderse directamente en un local y un 8% opinó que debería de venderse en carretón tal como la tradición.

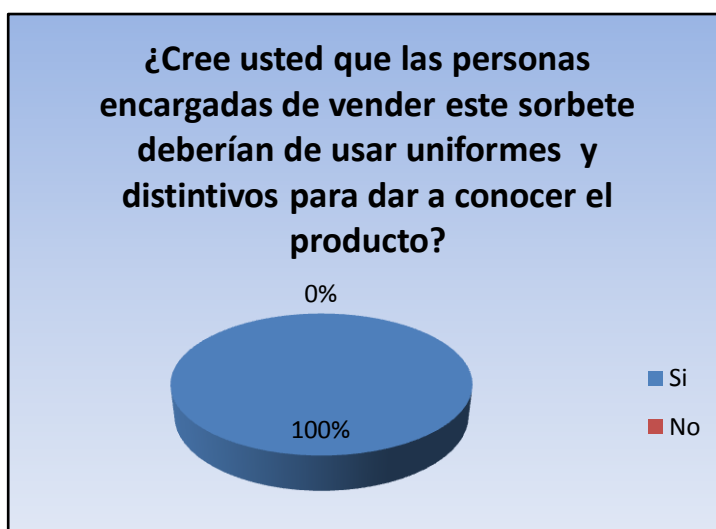
Interpretación:

Con respecto a la pregunta referente a como debería de venderse el sorbete artesanal la mayoría del personal administrativo expresó que sería mejor venderlo directamente en un local, con esto se puede ver las perspectivas de comercialización que tienen con respecto al producto, así como las preferencias con respecto a su venta; solo un porcentaje mínimo opinó que debería de venderse de forma tradicional que es en carretón.

26. ¿Cree usted que las personas encargadas de vender este sorbete deberían usar uniformes y distintivos para dar a conocer el producto?

Objetivo: Conocer el punto de vista del personal administrativo sobre el uso de distintivos y uniformes por parte de los distribuidores de sorbete.

Pregunta 26		
¿Cree usted que las personas encargadas de vender este sorbete deberían de usar uniformes y distintivos para dar a conocer el producto?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Si	12	100%
No	0	0%
Total	12	100%



Análisis:

Del total de personas encuestadas, el 100% son de la opinión que las personas que vendan el sorbete artesanal deben usar uniformes y distintivos para dar a conocer el producto.

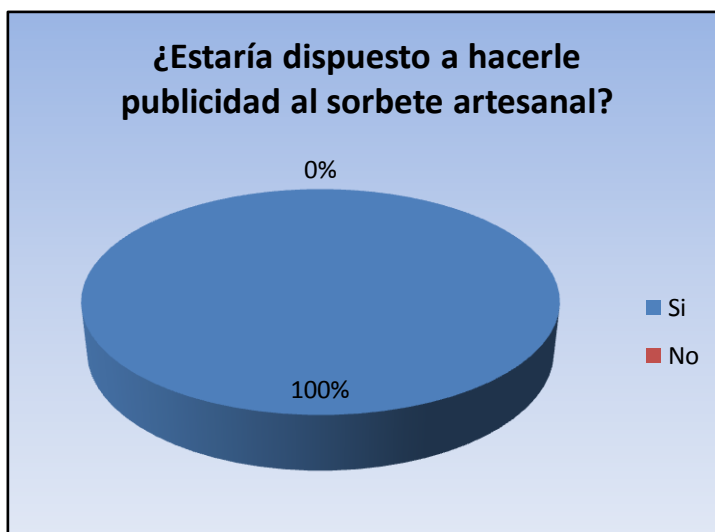
Interpretación:

Con respecto a la pregunta relacionada con el uso de distintivos, se observa que todo el personal del área administrativa opina que en efecto las personas que venden el sorbete deberían de usar uniformes y distintivos para dar a conocer el producto, se puede ver entonces la importancia que representa el uso de distintivos para representar una entidad o un producto y el nivel de aceptación.

27. ¿Estaría dispuesto a hacerle promoción y publicidad al sorbete artesanal?

Objetivo: Conocer si al personal administrativo le interesa dar a conocer el sorbete a través de medios publicitarios.

Pregunta 27		
¿Estaría dispuesto a hacerle publicidad al sorbete artesanal?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Si	12	100%
No	0	0%
Total	12	100%



Análisis:

Del total de encuestados el 100% afirma que estaría dispuesto a darle publicidad al sorbete artesanal.

Interpretación:

Se puede observar el nivel de importancia que tiene la publicidad respecto a un producto, el personal del área administrativa de la cooperativa lo confirma a través de la presente pregunta en la que manifiestan que estarían dispuestos a darle publicidad al sorbete artesanal, se ve entonces el rol importantísimo que juega el uso de los medios publicitarios.

28. ¿Cómo considera el hecho de realizarle publicidad y promoción a este producto para su introducción al mercado?

Objetivo: Conocer la importancia que el personal administrativo le da a la utilización de algún medio de publicidad para promocionar el sorbete artesanal.

Pregunta 28		
¿Cómo considera el hecho de realizarle publicidad y promoción a este producto para su introducción al mercado?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Nada importante	0	0%
Poco importante	0	0%
Muy importante	12	100%
Total	12	100%



Análisis:

Del total de personas encuestadas, el 100% opina que es muy importante el hecho de realizarle promoción y publicidad a este producto par su introducción al mercado.

Interpretación:

Al igual que la pregunta anterior esta tiene gran relación ya que en ella se puede apreciar el punto de vista del personal administrativo con respecto al hecho de realizarle publicidad y promoción al sorbete artesanal para introducirlo al mercado, todos opinan que es muy importante hacerlo ya que a través de ello el producto se abre camino al mercado y se da a conocer.

29. ¿Tiene algún conocimiento sobre qué son las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM)?

Objetivo: Conocer si el personal administrativo conoce sobre las buenas prácticas en el manejo de alimentos y detectar posibles aéreas de capacitación.

Pregunta 29		
¿Tiene algún conocimiento sobre qué son las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM)?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Si	0	0%
No	12	100%
Total	12	100%



Análisis:

Del total de personas encuestadas el 100% opinó no tener ningún conocimiento con respecto a que son las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM).

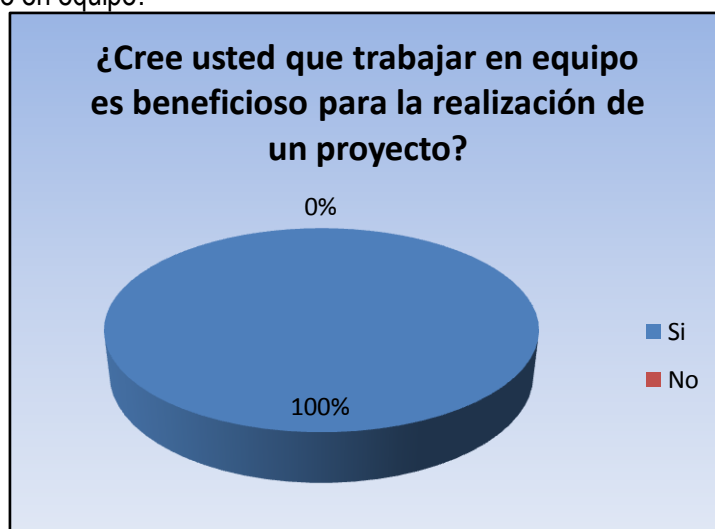
Interpretación:

Esta pregunta es de gran importancia ya que para elaborar un producto se debe tener conocimiento de las Buenas Prácticas de Manufactura, también conocidas como BPM, y se pudo comprobar que ninguna personal perteneciente al personal administrativo posee conocimiento alguno en cuanto a las BPM; siendo un punto muy importante para las decisiones futuras.

30. ¿Cree usted que trabajar en equipo es beneficioso para la realización de un proyecto?

Objetivo: Comprobar la veracidad de las respuestas que han dados los administrativos de la cooperativa respecto a las preguntas relacionadas al trabajo en equipo.

Pregunta 30		
¿Cree usted que trabajar en equipo es beneficioso para la realización de un proyecto?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Si	12	100%
No	0	0%
Total	12	100%



Análisis:

Del total de personas encuestadas el 100% afirmo que es beneficioso el trabajo en equipo para la realización de un proyecto.

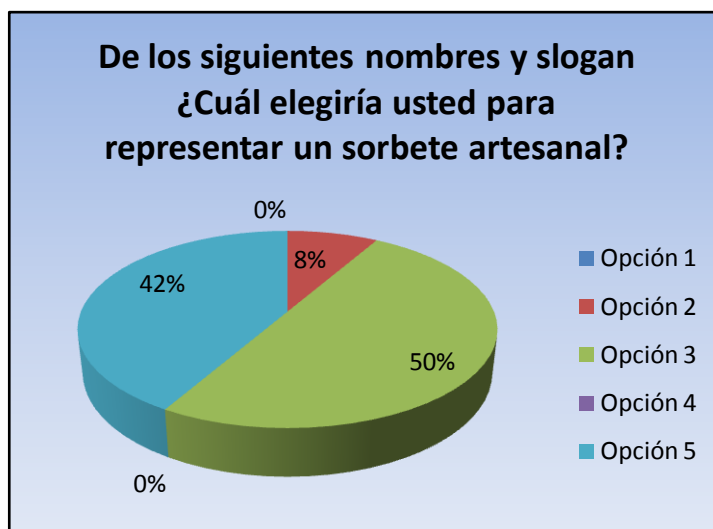
Interpretación:

Esta pregunta fue realizada para comprobar la veracidad de las respuestas dadas por el personal administrativo de la cooperativa con respecto a las preguntas hechas anteriormente y que están relacionadas al trabajo en equipo.

31. De los siguientes nombres y slogan ¿Cuál elegiría usted para representar un sorbete artesanal?

Objetivo: Elegir a través de la opinión de las personas el nombre más adecuado para el sorbete artesanal.

Pregunta 31		
De los siguientes nombres y slogan ¿Cuál elegiría usted para representar un sorbete artesanal?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Opción 1	0	0%
Opción 2	1	8%
Opción 3	6	50%
Opción 4	0	0%
Opción 5	5	42%
Total	12	100%



Análisis:

Del total de personas encuestadas con respecto al nombre y slogan que elegirían para representar al sorbete artesanal, el 50% votó por la opción 3, el 42% le dio su voto a la opción 5, el 8% votó por la opción 2 y no hubo persona alguna que votara por la opción 1 y la 4.

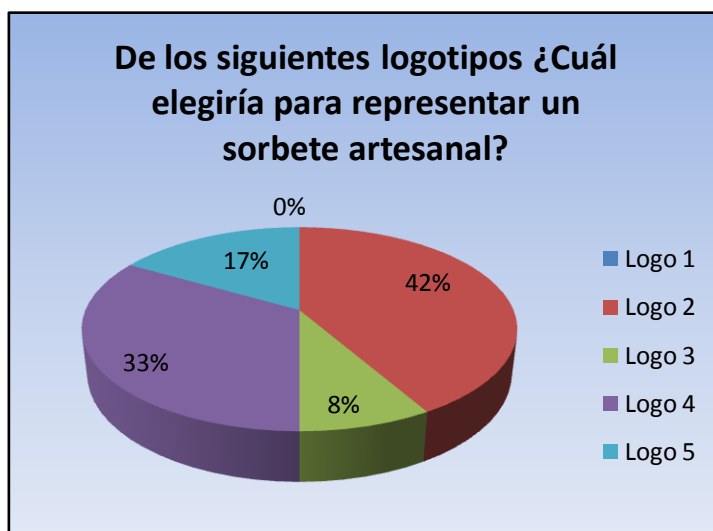
Interpretación:

Con respecto a los diversos nombres y slogan que se propusieron para representar al sorbete artesanal, la opción que resultó con primer lugar es la 3 que dice de la siguiente manera: Los Naturales “La fruta hecha sorbete”, luego en segundo lugar se encuentra la opción 5 que dice así: Delifrutal “El sabor de lo natural”, y en tercer lugar se encuentra la opción 2 que expresa lo siguiente: Sorbeloco “Locura de sabores naturales”.

32. De los siguientes logotipos ¿Cuál elegiría para representar un sorbete artesanal?

Objetivo: Elegir a través de la opinión de las personas el logotipo que representará el sorbete artesanal.

Pregunta 32		
De los siguientes logotipos ¿Cuál elegiría para representar un sorbete artesanal?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Logo 1	0	0%
Logo 2	5	42%
Logo 3	1	8%
Logo 4	4	33%
Logo 5	2	17%
Total	12	100%



Análisis:

De los 5 logotipos que se sometieron a votación para representar al sorbete artesanal la elección quedó de la siguiente manera: el logotipo elegido en primer lugar es el 2 con 42% de aceptación, en segundo se encuentra el 4 con un 33%, luego en tercer lugar el logo 5 con un 17% y en cuarto lugar el logo 3 con un 8%, no hubo persona alguna que votara por el logo 1.

Interpretación:

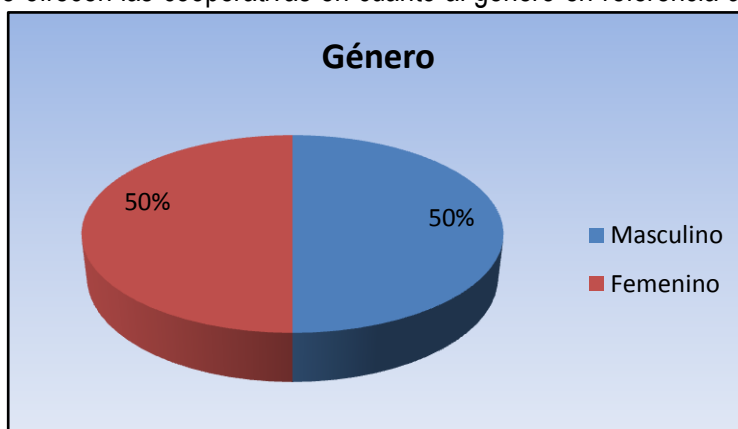
Se puede observar la importancia de que un producto cuente con un logotipo que lo represente así como un nombre y slogan, ya que estos constituyen la huella que quedará en el pensamiento de las personas al consumir dicho producto, así mismo se comprueba la importancia de la vistosidad con respecto a los colores utilizados en su creación.

ANEXO 8 – TABULACIÓN DE ENCUESTAS PARA LOS ASOCIADOS

Sexo

Objetivo: Medir el nivel de participación que ofrecen las cooperativas en cuanto al género en referencia a la toma de decisiones.

Género		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Masculino	8	50%
Femenino	8	50%
Total	16	100%



Análisis:

Del 100% de las familias asociadas a las cooperativas encuestadas un 50% corresponde al género masculino y el otro 50% corresponde al género femenino.

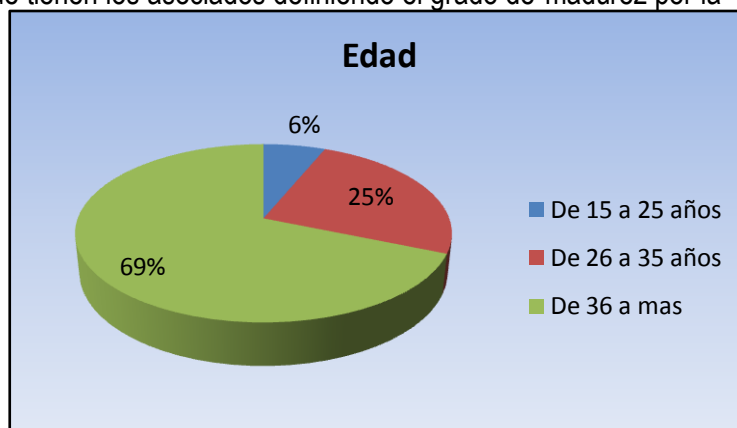
Interpretación:

De las personas asociadas a las diferentes cooperativas agrarias pertenecientes al municipio de Tamanique, se puede apreciar que ofrecen participación de voz y voto por igual a mujeres y hombres; es decir que no existe desigualdad de género por parte de ellas.

Edad

Objetivo: Determinar el promedio de edad que tienen los asociados definiendo el grado de madurez por la cual se guía la cooperativa.

Edad		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
De 15 a 25 años	1	6%
De 26 a 35 años	4	25%
De 36 a mas	11	69%
Total	16	100%



Análisis:

Respecto al rango de edad un 6% está en la edad de 15 a 25 años, un 25% posee entre 26 y 35 años, mientras que el 69% de los socios se sitúa entre 36 años a más de edad.

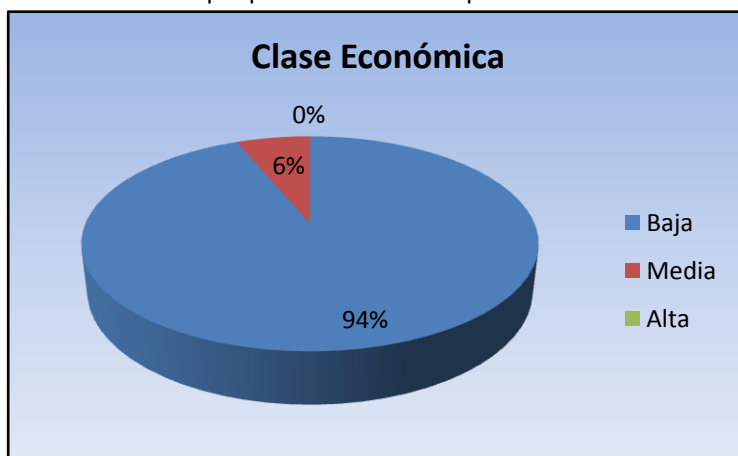
Interpretación:

La mayor parte de los socios de las diferentes cooperativas poseen un rango de edad igual o mayor a 36 años, lo que nos indica que las distintas cooperativas poseen un gran conocimiento empírico aportado por la mayoría de las familias asociadas; haciendo que las decisiones que se tomen en ellas tengan una base de experiencia fortalecida por eventos evidenciados.

Clase económica

Objetivo: Definir el poder adquisitivo y el grado de inversión que pueda tener la cooperativa.

Clase Económica		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Baja	15	94%
Media	1	6%
Alta	0	0%
Total	16	100%



Análisis:

Como se puede observar en el gráfico un 0% de las familias asociadas corresponde a la clase alta, un 6% a la clase media y un 94% pertenece a la clase baja.

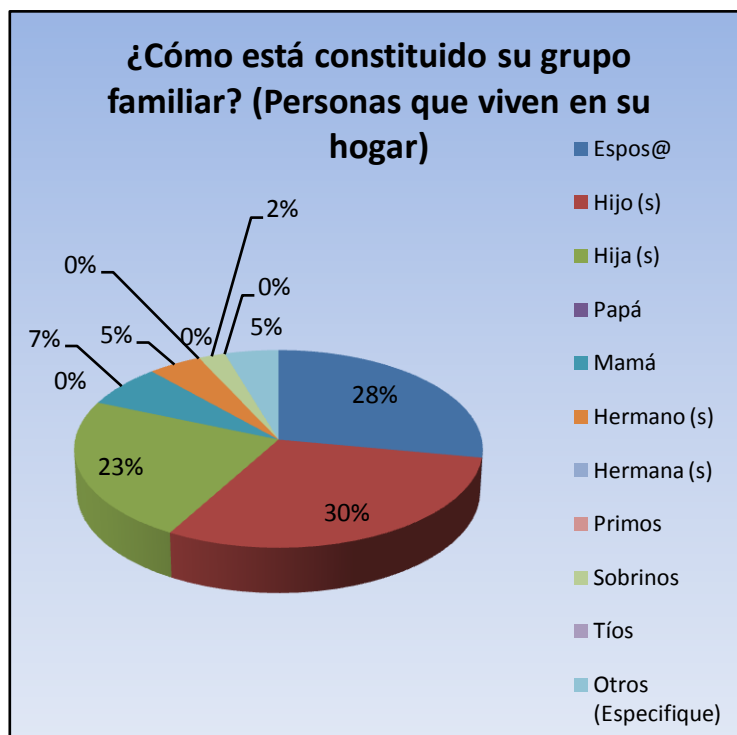
Interpretación:

El poder adquisitivo de la mayoría de las familias asociadas a las distintas cooperativas de Tamanique es bajo, debido a que no poseen apoyo del gobierno u otras entidades que les beneficien de alguna manera; esto lo reflejan en su forma de vida, nivel de estudio y capacidad de inversión en proyectos o actividades que les remuneren en un futuro.

1. ¿Cómo está constituido su grupo familiar? (Personas que viven en su hogar).

Objetivo: Conocer la conformación del grupo familiar de los socios de la cooperativa para saber cuántas personas están en edad trabajar y estimar una posible mano de obra para el proyecto.

PREGUNTA 1		
¿Cómo está constituido su grupo familiar? (Personas que viven en su hogar)		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Espos@	12	28%
Hijo (s)	13	30%
Hija (s)	10	23%
Papá	0	0%
Mamá	3	7%
Hermano (s)	2	5%
Hermana (s)	0	0%
Primos	0	0%
Sobrinos	1	2%
Tíos	0	0%
Otros (Especifique)	2	5%
Total	43	100%



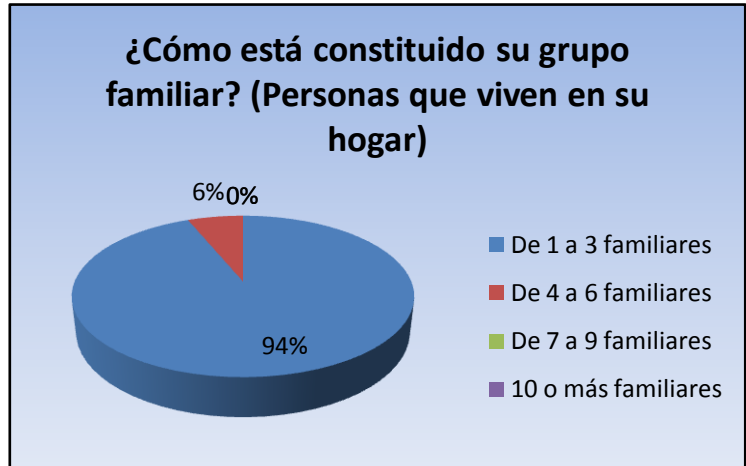
Análisis:

Entre los miembros que conforman las distintas familias de los socios se encuentra que un 30% poseen hijos, un 28% tienen esposa o esposo, un 23% tienen hijas, un 7% aún vive con su mamá, un 5% tiene a otros familiares residiendo con ellos, otro 5% tiene hermanos en sus viviendas, un 2% aloja a sus sobrinos en sus hogares, mientras que un 0% afirma no vivir con hermanas, primos o tíos.

Interpretación:

Las distintas familias asociadas a las cooperativas poseen en su mayor parte una familia nuclear formada por esposo o esposa e hijos (varón o hembra); mientras que una pequeña parte tiene en sus hogares una familia multifamiliar conformada por rasgos sanguíneos amplios. La mayor parte de estas familias tiene hijos o familiares en edad de proporcionar una mano de obra que pueda contribuir a la formación de un proyecto.

PREGUNTA 1		
¿Cómo está constituido su grupo familiar? (Personas que viven en su hogar)		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
De 1 a 3 familiares	15	94%
De 4 a 6 familiares	1	6%
De 7 a 9 familiares	0	0%
10 o más familiares	0	0%
Total	16	100%



Análisis:

Un 94% de las familias asociadas tienen su grupo familiar conformado entre uno a tres familiares juntos con ellos, y un 6% posee de 4 a 6 familiares viviendo con ellos, mientras que un 0% afirma no poseer más de 7 familiares con ellos.

Interpretación:

Una parte mayoritaria de los socios posee familias pequeñas, lo que representa que ellos tienen concientización de cuantos miembros pueden alojar en sus hogares para mantener una calidad de vida estable con alimentación, techo y otras necesidades básicas.

Interpretación General:

La mayoría de las familias asociadas a las diferentes cooperativas agrarias de Tamanique están constituidas por un grupo familiar pequeño correspondiente no mayor a 5 miembros por familia de entre ellos sus edades están entre los 16 a 40 años, los cuales pueden servir como mano de obra al momento de llevar a cabo un proyecto por parte de las respectivas cooperativas y de esta manera llevar un sustento económico a sus hogares.

2. ¿Cuánto tiempo tiene de ser miembro de la cooperativa?

Objetivo: Conocer el tiempo que tiene el cooperativista de pertenecer a la cooperativa para estimar la estabilidad que esta posee.

PREGUNTA 2		
¿Cuánto tiempo tiene de ser miembro de la cooperativa?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Menos de 1 año	0	0%
De 1 a 5 años	1	6%
Más de 5 años	15	94%
Total	16	100%



Análisis:

Del 100% de las familias encuestadas de las diferentes cooperativas un 94% tiene más de 5 años de pertenecer a ella, un 6% tiene entre 1 y 5 años, por otra parte no existen miembros que tengan menos de un año.

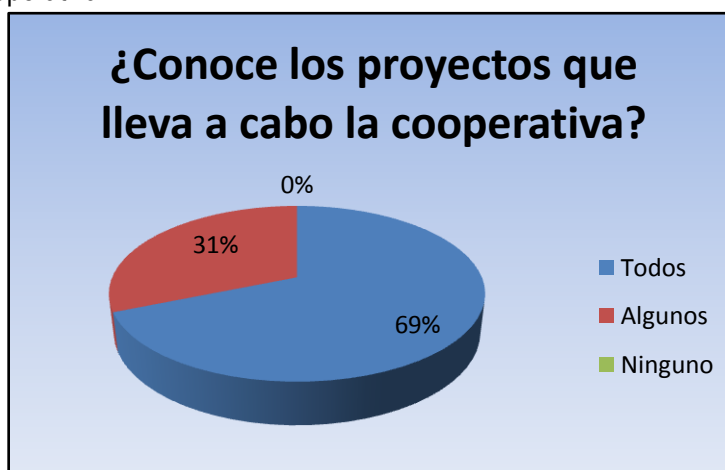
Interpretación:

De las diferentes familias asociadas se puede notar que la mayor participación la ejercen los que poseen antigüedad en las cooperativas, esto aporta la experiencia al momento de tomar decisiones minimizando el riesgo de pérdida en una actividad o proyecto. Sin embargo sería ideal incluir a miembros jóvenes que tengan ideas de desarrollo más futuristas para la cooperativa permitiendo dar un aire de lucidez acompañado de la formación empírica de los de mayor antigüedad.

3. ¿Conoce los proyectos que lleva a cabo la cooperativa?

Objetivo: Conocer si en la cooperativa hay un buen nivel de comunicación que permita al cooperativista conocer los proyectos que se plantea la cooperativa.

PREGUNTA 3		
¿Conoce los proyectos que lleva a cabo la cooperativa?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Todos	11	69%
Algunos	5	31%
Ninguno	0	0%
Total	16	100%



Análisis:

Del 100% de las familias encuestadas de las diferentes cooperativas un 69 % afirma conocer los proyectos que lleva a cabo la cooperativa, mientras que el 31% afirma conocer algunos de los proyectos que esta realiza.

Interpretación:

Aunque los resultados nos indican que los niveles de comunicación respecto a los proyectos que la cooperativa realiza no son del todo deficientes, se identifica un área de oportunidad para buscar alternativas de difusión de los proyectos para favorecer la integración de los asociados a la cooperativa y poder así incrementar los niveles de participación en cada uno de ellos.

4. ¿Por qué medio se entera de los proyectos que se pondrán en marcha dentro de la cooperativa?

Objetivo: Conocer los medios utilizados por la cooperativa para dar a conocer los proyectos y saber si esta es formal e informal.

PREGUNTA 4		
¿Por qué medio se entera de los proyectos que se pondrán en marcha dentro de la cooperativa?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Reuniones	15	94%
Notas	0	0%
Periódico Mural	1	6%
Total	16	100%



Análisis:

Del 100% de los asociados encuestados de las diferentes cooperativas un 94 % afirma conocer los proyectos que lleva a cabo la cooperativa, mediante reuniones o asambleas mientras que solo un 6% afirma enterarse por medio de avisos en periódicos murales ubicados en la sede de la cooperativa.

Interpretación:

El poder de convocatoria que tienen las cooperativas para con sus asociados es muy alto, mas sin embargo el fortalecer los canales de comunicación respecto a los nuevos proyectos sigue representando un área de oportunidad para las cooperativas.

Dado que la mayoría de los asociados (94%) tienen más de 5 años de pertenecer a la cooperativa, el involucrar a los miembros más jóvenes servirá para fortalecer las nuevas proyecciones y objetivos de las cooperativas.

5. ¿Quiénes son los encargados de tomar las decisiones en los nuevos proyectos en la cooperativa?

Objetivo: Conocer quien o quienes toman las decisiones en la cooperativa y saber si está claro para los asociados a la cooperativa quien avocarse para proponer o participar en un proyecto nuevo.

PREGUNTA 5		
¿Quiénes son los encargados de tomar las decisiones en los nuevos proyectos en la cooperativa?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Presidente Cooperativa	0	0%
Voto Común	0	0%
Junta Directiva	16	100%
Total	16	100%



Análisis:

Del 100% de los asociados encuestados de las diferentes cooperativas un 100 % afirma conocer que la toma de decisiones final respecto a los nuevos proyectos es atribución de la junta directiva de la cooperativa.

Interpretación:

Los resultados obtenidos nos muestran que los estatutos de las cooperativas son conocidos por los asociados. Principalmente se observa claridad respecto a la toma de decisiones dentro de las cooperativas. Y también a quienes deben avocarse los asociados para proponer o participar en un proyecto nuevo.

6. ¿Obtiene usted algún beneficio al pertenecer a la cooperativa?

Objetivo: Indagar si al cooperativista le es beneficioso pertenecer a la cooperativa.

PREGUNTA 6		
¿Obtiene usted algún beneficio al pertenecer a la cooperativa?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Si	16	100%
No	0	0%
Total	16	100%



Análisis:

Del 100% de los asociados encuestados de las diferentes cooperativas un 100 % afirma que pertenecer a la cooperativa le ha traído beneficios.

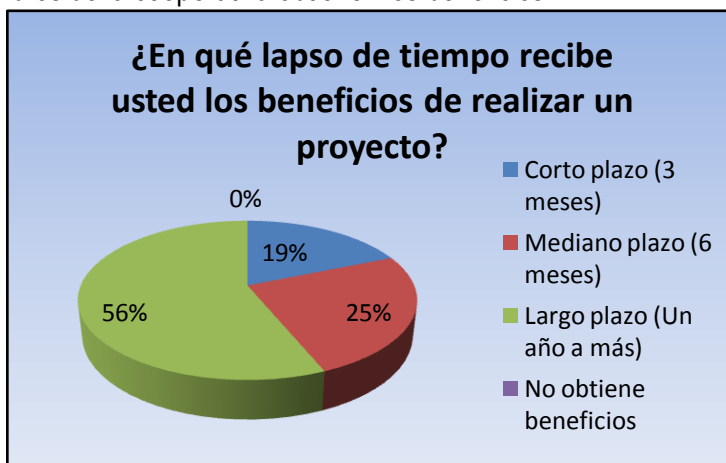
Interpretación:

Los resultados obtenidos nos muestran que los asociados están satisfechos de pertenecer a las cooperativas a pesar de la situación económica que el sector agrícola y ganadero está enfrentando.

7. ¿En qué lapso de tiempo recibe usted los beneficios de realizar un proyecto?

Objetivo: Indagar el tiempo promedio en que los miembros de la cooperativa obtienen los beneficios.

PREGUNTA 7		
¿En qué lapso de tiempo recibe usted los beneficios de realizar un proyecto?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Corto plazo (3 meses)	3	19%
Mediano plazo (6 meses)	4	25%
Largo plazo (Un año a más)	9	56%
No obtiene beneficios	0	0%
Total	16	100%



Análisis:

Del 100% de los asociados encuestados de las diferentes cooperativas un 56 % afirma que los beneficios al realizar un proyecto los ha recibido en el lapso de un año o más, el 25% afirma haber recibido beneficios dentro de los primeros 6 meses de iniciado el proyecto, y el 19% restante los ha recibió dentro de los primeros 3 meses.

Interpretación:

Los resultados obtenidos nos muestran que los beneficios procedentes de la realización de un proyecto nuevo, dependen en gran medida del tipo del proyecto del que se trate y esto tiene una incidencia directa en el tiempo en que el asociado recibe los beneficios de su participación en el proyecto.

8. ¿En los años que usted tiene de pertenecer a la cooperativa se ha visto beneficiado?

Objetivo: Verificar la veracidad de las preguntas relacionadas a los beneficios de pertenecer a la cooperativa.

PREGUNTA 8		
¿En los años que usted tiene de pertenecer a la cooperativa se ha visto beneficiado?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Si	16	100%
No	0	0%
Total	16	100%



Análisis:

Del 100% de los asociados encuestados de las diferentes cooperativas un 100 % afirma que durante los años que tienen de pertenecer a la cooperativa se ha visto beneficiado.

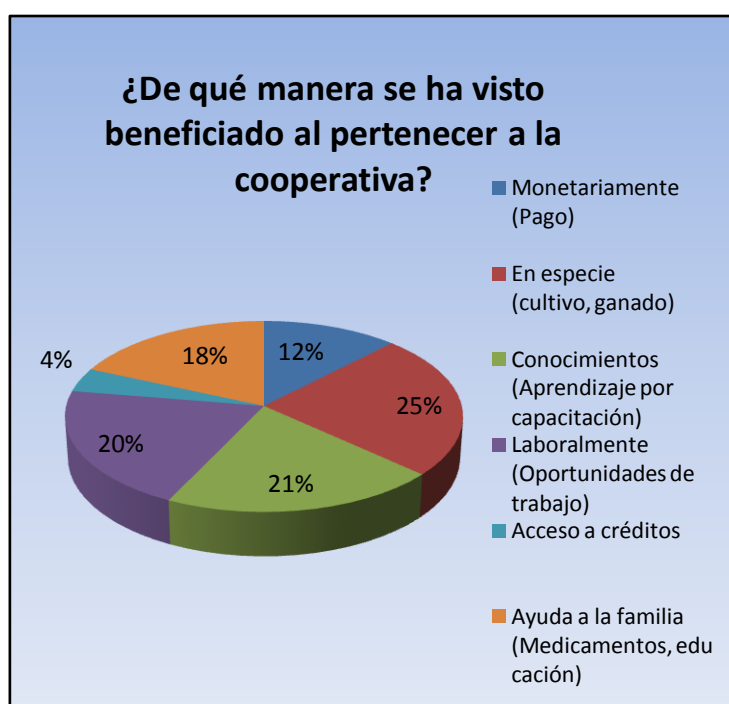
Interpretación:

Los resultados obtenidos nos demuestran que realmente las familias asociadas efectivamente reciben beneficios por pertenecer a las cooperativas y que estos beneficios dependen en gran medida del tipo de proyecto y las actividades que se realicen.

9. ¿De qué manera se ha visto beneficiado al pertenecer a la cooperativa?

Objetivo: Indagar qué tipos de beneficios han recibido los asociados en el tiempo que tienen de pertenecer a la cooperativa.

PREGUNTA 9		
¿De qué manera se ha visto beneficiado al pertenecer a la cooperativa?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Monetariamente (Pago)	6	12%
En especie (cultivo, ganado)	12	24%
Conocimientos (Aprendizaje por capacitación)	10	20%
Laboralmente (Oportunidades de trabajo)	10	20%
Acceso a créditos	2	4%
Ayuda a la familia (Medicamentos, educación)	9	18%
Total	49	100%



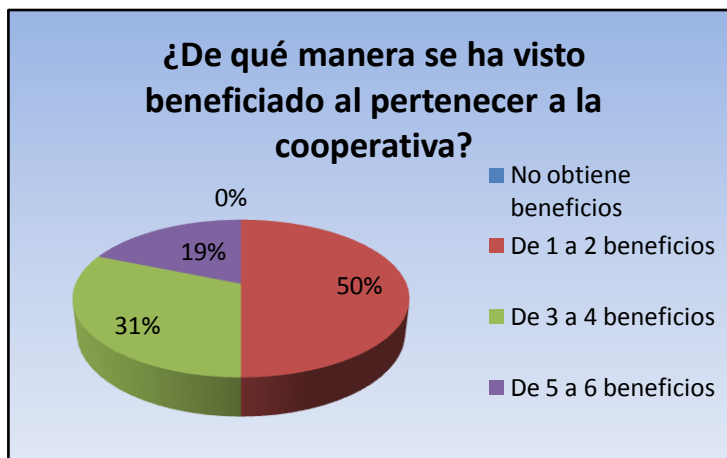
Análisis:

Del total de personas encuestadas, el 25% opinó que la manera en que se han visto beneficiados al pertenecer a la cooperativa es con pago en especie es decir en cultivos, el 21 % opina que es a través de conocimientos como capacitaciones, el 20% manifestó que ha sido a través de la forma laboral, el 18% opinó que se ha visto beneficiado en ayuda a la familia y el 4% opina que es a través acceso a créditos.

Interpretación:

Como puede apreciarse, según la opinión de las familias asociadas la mayor cantidad asegura que los beneficios que reciben son en especie, otros dicen que es a través de aprendizajes cuando los capacitan en algún tema específico, se puede ver que las opiniones son variadas, es decir que existen varios beneficios dentro de la cooperativa pero no todos los asociados se ven beneficiados con el 100%, así mismo hay otros que son de la opinión que reciben un beneficio laboral, más sin embargo también hay otros que dicen tener ayuda a la familia, por otra parte también se puede ver que una pequeña minoría dice beneficiarse con acceso a crédito, con respecto a esto se ve que hay una gran variación en cuanto a los beneficios ya que los que dicen tener acceso a créditos no se podría poner directamente como créditos sino pequeños préstamos para realizar una actividad pero no de gran magnitud.

PREGUNTA 9		
¿De qué manera se ha visto beneficiado al pertenecer a la cooperativa?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
No obtiene beneficios	0	0%
De 1 a 2 beneficios	8	50%
De 3 a 4 beneficios	5	31%
De 5 a 6 beneficios	3	19%
Total	16	100%



Análisis:

Del total de personas encuestadas, el 50% de estos obtienen de 1 a 2 beneficios, el 31% de las familias asociadas reciben de 3 a 4 beneficios.

Interpretación:

Se puede apreciar que la mayoría de familias asociadas a la cooperativa reciben algún tipo de beneficio, aunque no todos por igual, pero en promedio, la mayoría se ven beneficiados de 1 ó 2 maneras, otros de 3 a 4 formas y una cantidad menor reciben de 5 a 6 beneficios.

Interpretación General

Los resultados obtenidos nos demuestran que realmente las familias asociadas efectivamente reciben beneficios por pertenecer a las cooperativas y que estos beneficios dependen en gran medida del tipo de proyecto y las actividades que se realicen.

Entre los beneficios mayormente apreciados por las familias asociadas tenemos el acceso que han tenido para obtener semillas para sembrar su tierra, la oportunidad que ha tenido para adquirir y criar ganado, los conocimientos que han adquirido mediante la realización de los diferentes proyectos ejecutados, así como las oportunidades de trabajo que se han generado para ellos, ya que las familias por medio de las cooperativas tienen mejores oportunidades de progreso; el acceso a créditos aunque en los últimos años se ha visto aminorado según lo manifestado por los cooperativistas.

10. ¿Si se le presenta un nuevo proyecto de la cooperativa sobre el montaje de una procesadora de sorbete artesanal estaría dispuesto a participar en él?

Objetivo: Conocer la disponibilidad que el cooperativista tiene para involucrarse en un nuevo proyecto.

PREGUNTA 10		
¿Si se le presenta un nuevo proyecto de la cooperativa sobre el montaje de una procesadora de sorbete artesanal estaría dispuesto a participar en él?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
De ninguna manera	0	0%
Parcialmente	4	25%
Totalmente	12	75%
Total	16	100%



Análisis:

Del 100% de los asociados encuestados de las diferentes cooperativas un 75 % manifiesta su interés en participar en el proyecto y el 25% restante está dispuesto aunque parcialmente.

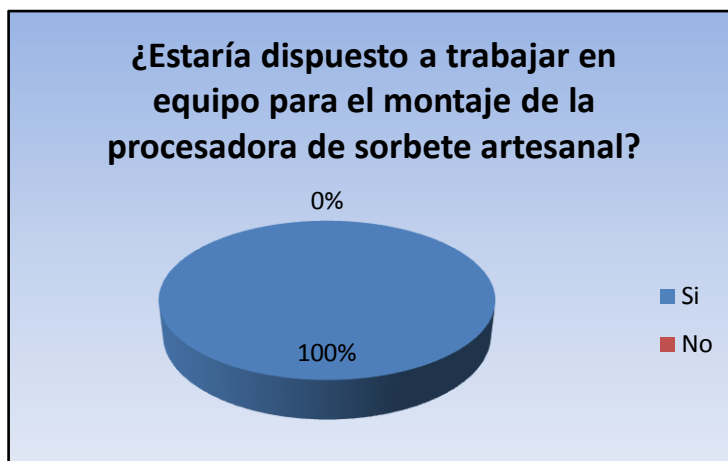
Interpretación:

Los resultados obtenidos nos demuestran que las familias asociadas estarían dispuestas a participar en el proyecto ya que según lo manifestado por ellos sería un proyecto novedoso en la zona, el que un 25% este dispuesto parcialmente se debe a que no existe una experiencia previa con esta clase de proyecto y la falta de conocimiento sobre la elaboración del sorbete artesanal, lo cual representa una oportunidad tanto para el desarrollo económico y social de las familias asociadas a las diferentes cooperativas ya que permitirá interactuar en un proyecto en común.

11. ¿Estaría dispuesto a trabajar en equipo para el montaje de la procesadora de sorbete artesanal?

Objetivo: Conocer el nivel de compromiso con el que contaría la cooperativa La Libertad de parte de sus asociados.

PREGUNTA 11		
¿Estaría dispuesto a trabajar en equipo para el montaje de la procesadora de sorbete artesanal?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Si	16	100%
No	0	0%
Total	16	100%



Análisis:

Del 100% de los asociados encuestados de las diferentes cooperativas el 100% estaría dispuesto a trabajar en equipo llevara a cabo el proyecto.

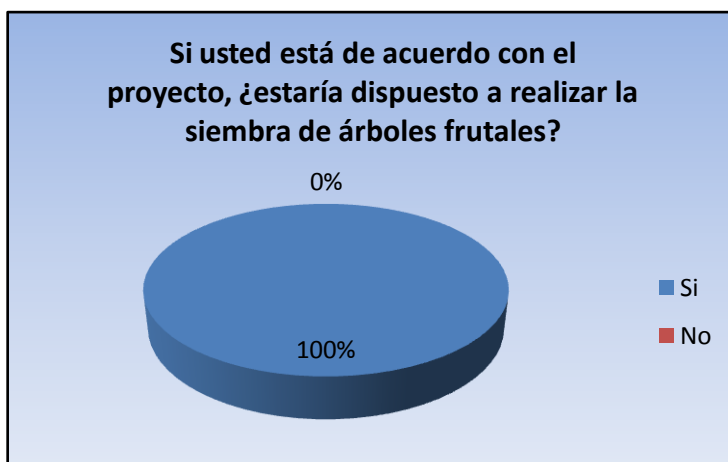
Interpretación:

Los resultados obtenidos nos demuestran que las familias asociadas estarían dispuestas a trabajar en equipo para llevar a cabo el proyecto, lo que nos reafirma que un proyecto que involucre a las cooperativas del sector tendría éxito, dado los cooperativistas que integran las diferentes cooperativas están consientes que el trabajo en equipo es más productivo que el trabajo individual, y es natural ya que el 94% de las familias tienen más de 5 años de formar parte de las cooperativas, lo que confirma la estabilidad de las mismas.

12. Si usted está de acuerdo con el proyecto, ¿estaría dispuesto a realizar la siembra de árboles frutales?

Objetivo: Indagar el nivel de disposición con el que contaría la cooperativa La Libertad de parte de sus asociados para apoyar el proyecto con el cultivo de árboles frutales que servirán de insumo para el proyecto.

PREGUNTA 12		
Si usted está de acuerdo con el proyecto, ¿estaría dispuesto a realizar la siembra de árboles frutales?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Si	16	100%
No	0	0%
Total	16	100%



Análisis:

Del 100% de los asociados encuestados de las diferentes cooperativas el 100% estaría dispuesto a sembrar árboles frutales para llevar a cabo el proyecto.

Interpretación:

Los resultados obtenidos nos confirman que las familias asociadas estarían dispuestas realmente a trabajar para llevar a cabo el proyecto, dado que están en la disposición de colaborar, lo cual es reflejo del nivel de identificación que las cooperativas tienen entre sus miembros, dado que el proceso de cultivar mas árboles frutales de los que ya poseen es un indicador de involucramiento y una visión no solo a corto plazo para un proyecto como el de la procesadora de sorbete.

13. ¿Posee usted algún conocimiento sobre la elaboración de sorbete artesanal?

Objetivo: Conocer si los cooperativistas poseen algún tipo de conocimiento sobre la elaboración del sorbete artesanal.

PREGUNTA 13		
¿Posee usted algún conocimiento sobre la elaboración de sorbete artesanal?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Mucho	0	0%
Poco	0	0%
Nada	16	100%
Total	16	100%



Análisis:

Del 100% de los asociados encuestados de las diferentes cooperativas el 100% manifiesta que no tiene ningún conocimiento sobre la elaboración del sorbete.

Interpretación:

Si bien los resultados obtenidos nos confirman que las familias asociadas no poseen ningún conocimiento sobre la elaboración del sorbete artesanal; esto nos indica el punto de partida del proyecto, el cual deberá arrancar desde la fase de la capacitación para asegurar el éxito del proyecto.

14. ¿Posee algún conocimiento en el uso de maquinaria para la transformación de la fruta?

Objetivo: Conocer si los socios de la cooperativa poseen algún nivel de conocimiento sobre el uso de maquinaria para la elaboración de sorbete artesanal.

PREGUNTA 14		
¿Posee algún conocimiento en el uso de maquinaria para la transformación de la fruta?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Si	0	0%
No	16	100%
Total	16	100%



Análisis:

Del 100% de los asociados encuestados de las diferentes cooperativas el 100% manifiesta que no tiene ningún conocimiento sobre la maquinaria requerida para la transformación de la fruta en sorbete.

Interpretación:

Si bien los resultados obtenidos nos confirman que las familias asociadas no poseen ningún conocimiento sobre maquinaria para transformar la fruta en sorbete; esto nos indica que para la puesta en marcha del proyecto, será necesario contar con la asesoría técnica de personal que capacite sobre el uso y mantenimiento esta.

15. ¿Estaría dispuesto a aprender el proceso de elaboración del sorbete artesanal?

Objetivo: Indagar si los socios de la cooperativa tienen un real interés respecto a aprender sobre la elaboración del sorbete artesanal.

PREGUNTA 15		
¿Estaría dispuesto a aprender el proceso de elaboración del sorbete artesanal?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Si	16	100%
No	0	0%
Total	16	100%



Análisis:

Del 100% de los asociados encuestados de las diferentes cooperativas el 100% manifiesta estar dispuesto a aprender el proceso de elaboración del sorbete artesanal.

Interpretación:

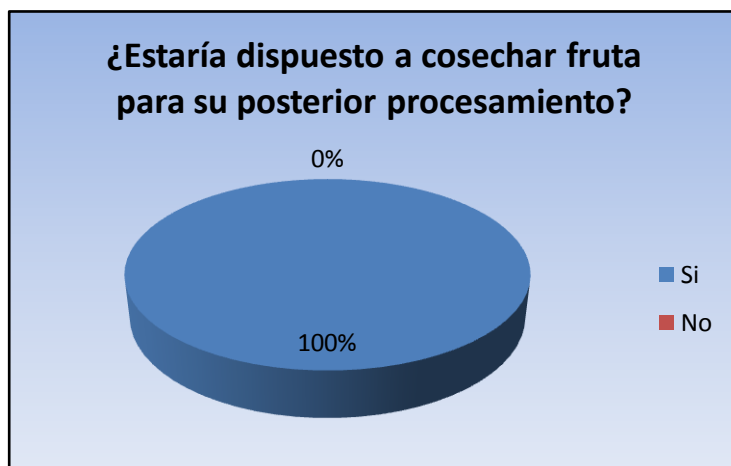
Si bien los resultados obtenidos nos confirman que las familias asociadas no poseen ningún conocimiento sobre el proceso de elaboración de sorbete artesanal, ni de la maquinaria para transformar la fruta en

sorbete, la respuesta a la pregunta si están dispuestos a aprender nos confirma la disposición de las familias de progresar y emprender nuevos proyectos y tomar nuevos retos.

16. ¿Estaría dispuesto a cosechar fruta para su posterior procesamiento?

Objetivo: Indagar la disponibilidad y confianza de los socios de la cooperativa en la puesta en marcha de un nuevo proyecto.

PREGUNTA 16		
¿Estaría dispuesto a cosechar fruta para su posterior procesamiento?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Si	16	100%
No	0	0%
Total	16	100%



Análisis:

Del 100% de los asociados encuestados de las diferentes cooperativas el 100% manifiesta estar dispuesto a cosechar fruta para su posterior procesamiento.

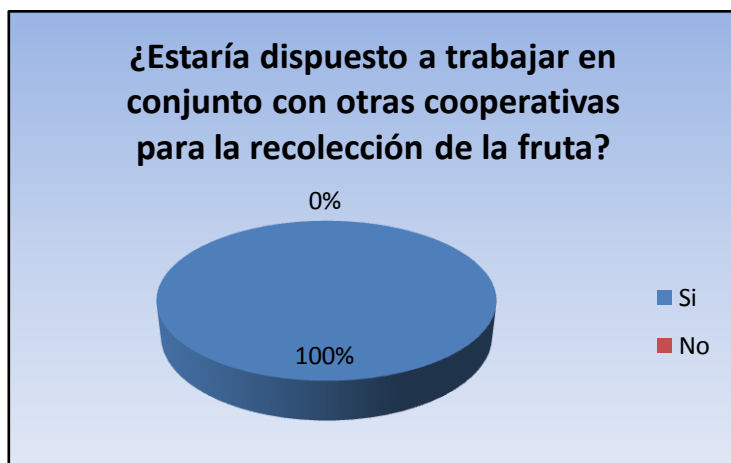
Interpretación:

Los resultados obtenidos nos confirman que realmente las familias pertenecientes a las cooperativas están dispuestas tanto a sembrar como a cosechar la fruta necesaria para el proyecto de la procesadora de sorbete comprobando así su real interés por participar en el proyecto.

17. ¿Estaría dispuesto a trabajar en conjunto con otras cooperativas para la recolección de la fruta?

Objetivo: Conocer si entre los asociados de la cooperativa existe un clima que propicie las alianzas para trabajar con los socios de las otras cooperativas.

PREGUNTA 17		
¿Estaría dispuesto a trabajar en conjunto con otras cooperativas para la recolección de la fruta?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Si	16	100%
No	0	0%
Total	16	100%



Análisis:

Del 100% de los asociados encuestados de las diferentes cooperativas el 100% manifiesta estar dispuesto a trabajar en conjunto con otras cooperativas para la recolección de frutas.

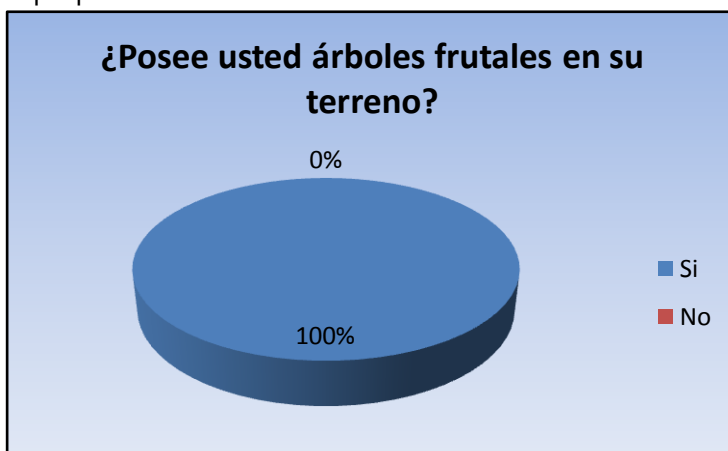
Interpretación:

Los resultados obtenidos nos confirman que realmente las familias pertenecientes a las cooperativas están dispuestas a trabajar en equipo con las familias de otras cooperativas en el proyecto de la procesadora de sorbete comprobando así su real interés por participar en el proyecto y su disponibilidad para formar parte del proyecto.

18. ¿Posee usted árboles frutales en su terreno?

Objetivo: Conocer el porcentaje de asociados que poseen árboles frutales en su terrenos.

PREGUNTA 18		
¿Posee usted árboles frutales en su terreno?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Si	16	100%
No	0	0%
Total	16	100%



Análisis:

Respecto a si las familias pertenecientes a las cooperativas de la zona de la libertad el 100% de ellas nos manifiestan tener árboles frutales en sus terrenos

Interpretación:

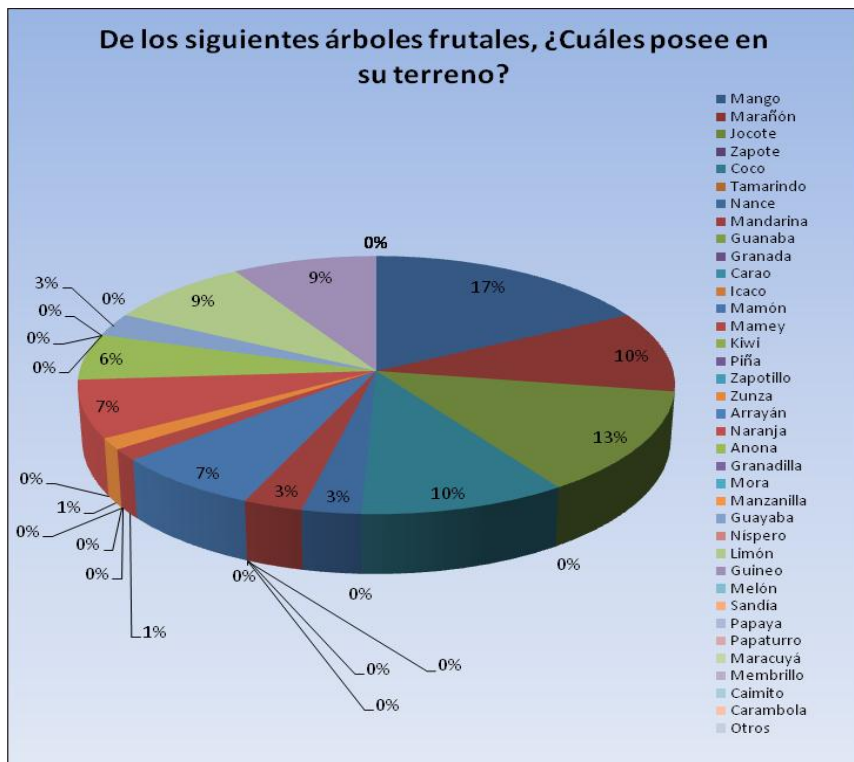
Dado que las familias pertenecientes en las cooperativas de la libertad tienen árboles frutales en sus terrenos esto nos reafirma que su disposición para sembrar mas árboles frutales y que su intención de recolectar su cosecha junto a las demás familias pertenecientes a las otras cooperativas es real; si bien es cierto que no conocen sobre procesos de transformación de la fruta en sorbete, cuentan con los conocimientos necesarios para la siembra y conservación de mas árboles frutales lo que de alguna manera nos asegura que tendremos materia prima para llevar a cabo el proyecto.

19. De los siguientes árboles frutales, señale cuales posee en su terreno.

Objetivo: Conocer la variedad de árboles frutales que poseen los asociados de la cooperativa como futuros insumos

PREGUNTA 19		
De los siguientes árboles frutales, ¿Cuáles posee en su terreno?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Mango	12	17%
Marañón	7	10%
Jocote	9	13%
Zapote	0	0%
Coco	7	10%
Tamarindo	0	0%
Nance	2	3%
Mandarina	2	3%
Guanaba	0	0%
Granada	0	0%
Carao	0	0%
Icaco	0	0%
Mamón	5	7%
Mamey	1	1%
Kiwi	0	0%
Piña	0	0%
Zapotillo	0	0%

Zunza	1	1%
Arrayán	0	0%
Naranja	5	7%
Anona	4	6%
Granadilla	0	0%
Mora	0	0%
Manzanilla	0	0%
Guayaba	2	3%
Níspero	0	0%
Limón	6	9%
Guineo	6	9%
Melón	0	0%
Sandía	0	0%
Papaya	0	0%
Papaturro	0	0%
Maracuyá	0	0%
Membrillo	0	0%
Caimito	0	0%
Carambola	0	0%
Otros	0	0%
Total	69	100%



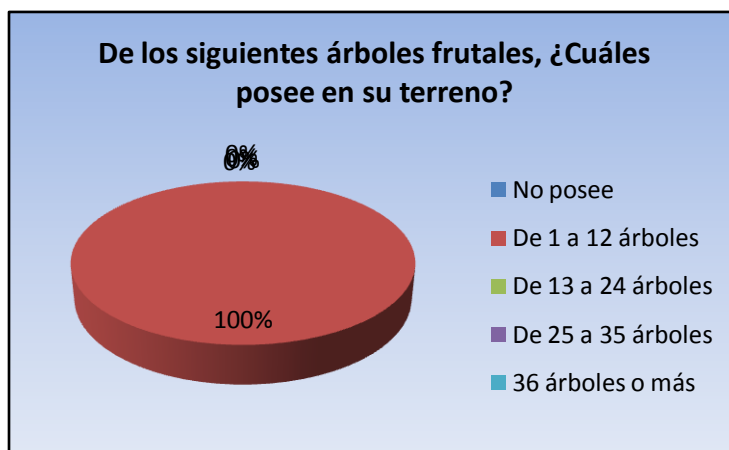
Análisis:

Del total de socios encuestados, el 17% afirmó poseer en su terreno árboles de mango, el 13% jocote, el 10% coco, 10% marañón, el 9% limón, el 9% posee guineo, el 7% naranja, el 7% mamón, el 6% anona, el 3% nance, el 3% mandarina, el 3% guayaba, el 1% posee zunza y el otro 1% mamey.

Interpretación:

Se puede observar que los socios de la cooperativa “La Libertad” poseen en sus terrenos una variedad de árboles frutales, las frutas que mayormente es cultivada en la zona d Tamanique es el mango, seguido del jocote, el coco, marañón, limón, guineo, naranja, mamón, anona, nance, mandarina, guayaba y en menor proporción mamey y zunza; esto representa una oportunidad y una ventaja para la producción del sorbete artesanal ya que se puede elaborar una amplia variedad de sabores debido a la cantidad de tipos de fruta existente.

PREGUNTA 19		
De los siguientes árboles frutales, ¿Cuáles posee en su terreno?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
No posee	0	0%
De 1 a 12 árboles	16	100%
De 13 a 24 árboles	0	0%
De 25 a 35 árboles	0	0%
36 árboles o más	0	0%
Total	16	100%



Análisis:

Del total de socios encuestados, el 100% posee entre 1 a 12 árboles frutales.

Interpretación:

Se puede observar que todos los socios de la cooperativa poseen árboles frutales y no solo de una clase sino que de varias.

Interpretación General:

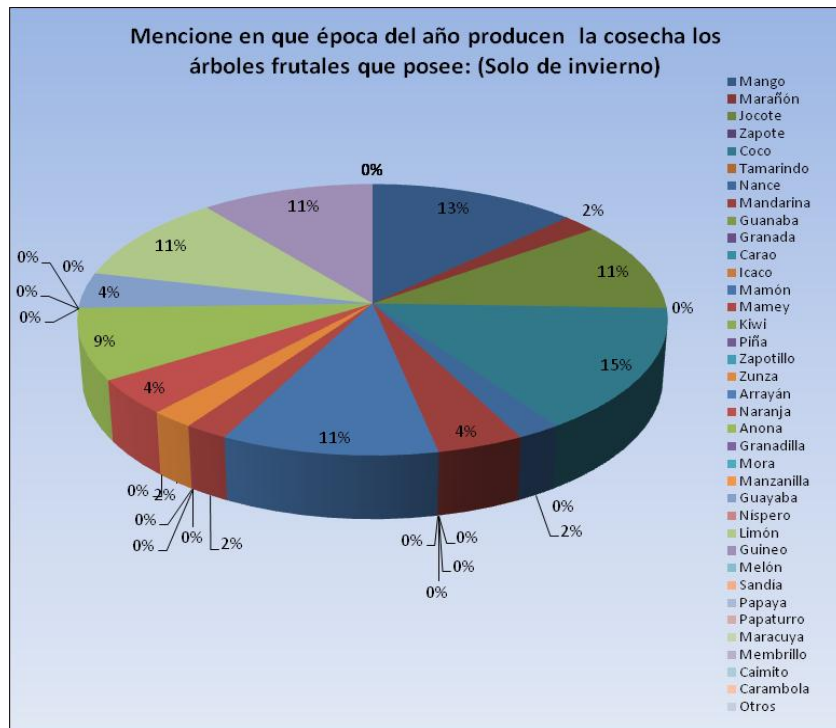
Como resultado de la identificación en el listado de las frutas que mayormente poseen las familias pertenecientes a las cooperativas de la libertad nos permite de alguna medida el conocer la variedad de los insumos que tendrá el proyecto es decir de que variedades de frutas se podría elaborar el sorbete y las disponibilidad que se podría tener de estas para los procesos productivos.

20. Mencione en que época del año producen la cosecha los árboles frutales que posee:

Objetivo: Conocer la disponibilidad de fruta según la época del año.

PREGUNTA 20 - 1		
Mencione en que época del año producen la cosecha los árboles frutales que posee: (Solo de invierno)		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Mango	6	13%
Marañón	1	2%
Jocote	5	11%
Zapote	0	0%
Coco	7	15%
Tamarindo	0	0%
Nance	1	2%
Mandarina	2	4%
Guanaba	0	0%
Granada	0	0%
Carao	0	0%
Icaco	0	0%
Mamón	5	11%
Mamey	1	2%
Kiwi	0	0%
Piña	0	0%
Zapotillo	0	0%

Zunza	1	2%
Arrayán	0	0%
Naranja	2	4%
Anona	4	9%
Granadilla	0	0%
Mora	0	0%
Manzanilla	0	0%
Guayaba	2	4%
Níspero	0	0%
Limón	5	11%
Guineo	5	11%
Melón	0	0%
Sandía	0	0%
Papaya	0	0%
Papaturre	0	0%
Maracuyá	0	0%
Membrillo	0	0%
Caimito	0	0%
Carambola	0	0%
Otros	0	0%
Total	47	100%



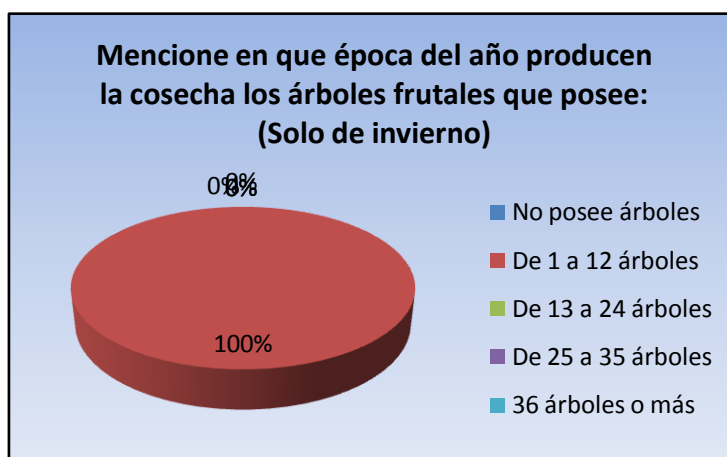
Análisis:

Del total de socios encuestados, el 15% afirmó que el tipo de fruta que se da en invierno es el coco, el 13% mango, el 11% jocote, el 11% mamón, el 11% limón, el 11% guineo, el 9% anona, el 4% mandarina, el 4% naranja, el 4% guayaba, el 2% marañón, el 2% nance, el 2% zunza y el 2% mamey.

Interpretación:

Como se puede observar el 100% de los asociados posee árboles frutales en sus terrenos, más sin embargo la fruta no se da en todas las épocas del año, pero según los socios de la cooperativa las frutas que más se dan en invierno es el mango, el jocote, mamón, limón, guineo, anona, mandarina, naranja, guayaba, marañón, nance, zunza, mamey.

PREGUNTA 20 - 1		
Mencione en que época del año producen la cosecha los árboles frutales que posee: (Solo de invierno)		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
No posee árboles	0	0%
De 1 a 12 árboles	16	100%
De 13 a 24 árboles	0	0%
De 25 a 35 árboles	0	0%
36 árboles o más	0	0%
Total	16	100%



Análisis:

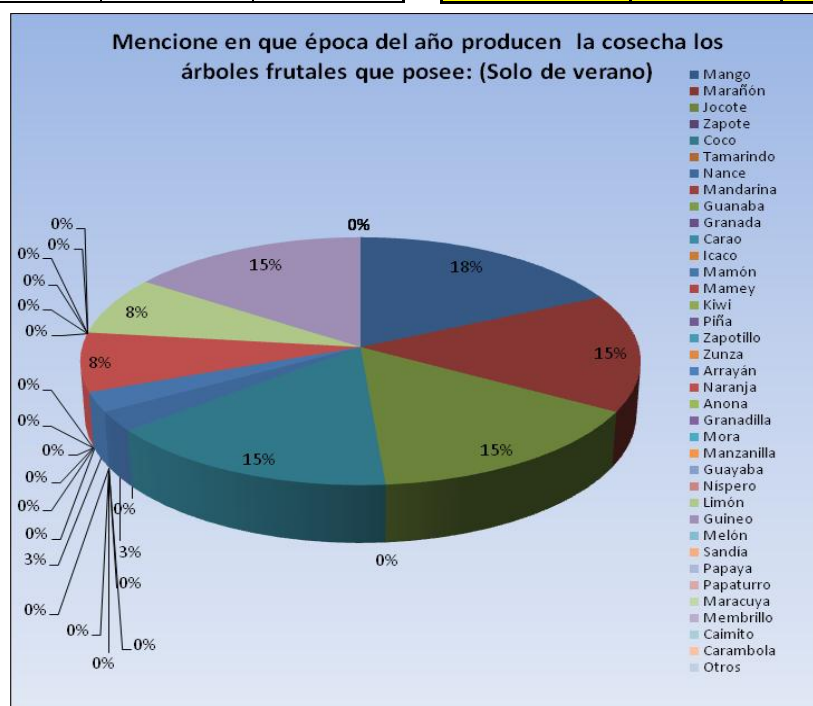
Del total de socios encuestados, el 100% posee de 1 a 12 árboles frutales que dan la cosecha en invierno.

Interpretación:

Todos los socios de la cooperativa poseen en sus terrenos un promedio de 1 a 12 árboles frutales que dan su fruto en la época de invierno, esto representa una buena oportunidad para la producción de sorbete artesanal ya que para esa época se tendría a disposición una variedad de frutas y por ende una oportunidad de ofertar una serie de sabores.

PREGUNTA 20 – 2		
Mencione en que época del año producen la cosecha los árboles frutales que posee: (Solo de verano)		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Mango	7	18%
Marañón	6	15%
Jocote	6	15%
Zapote	0	0%
Coco	6	15%
Tamarindo	0	0%
Nance	1	3%
Mandarina	0	0%
Guanaba	0	0%
Granada	0	0%
Carao	0	0%
Icaco	0	0%
Mamón	1	3%
Mamey	0	0%
Kiwi	0	0%
Piña	0	0%
Zapotillo	0	0%

Zunza	0	0%
Arrayán	0	0%
Naranja	3	8%
Anona	0	0%
Granadilla	0	0%
Mora	0	0%
Manzanilla	0	0%
Guayaba	0	0%
Níspero	0	0%
Limón	3	8%
Guineo	6	15%
Melón	0	0%
Sandía	0	0%
Papaya	0	0%
Papaturro	0	0%
Maracuyá	0	0%
Membrillo	0	0%
Caimito	0	0%
Carambola	0	0%
Otros	0	0%
Total	39	100%



Análisis:

Del total de encuestados el 18% posee árboles de mango en su terreno que dan su cosecha en verano, el 15% marañón, el 15% jocote, el 15% coco, el 15% melón, el 8% limón, el 8% naranja, el 3% nance y el 3% mamón.

Interpretación:

Es interesante conocer que la mayoría de los árboles frutales que poseen en sus terrenos los socios de la cooperativa, también dan fruta en la época de verano, con la diferencia que se anexan éstos otros tipos de fruta, es decir que en invierno y verano se tiene la posibilidad de tener fruta para la producción de sorbete.

Interpretación General:

Podemos darnos cuenta que existe una gran variedad de árboles frutales que producen fruta no solo en invierno sino también en verano.

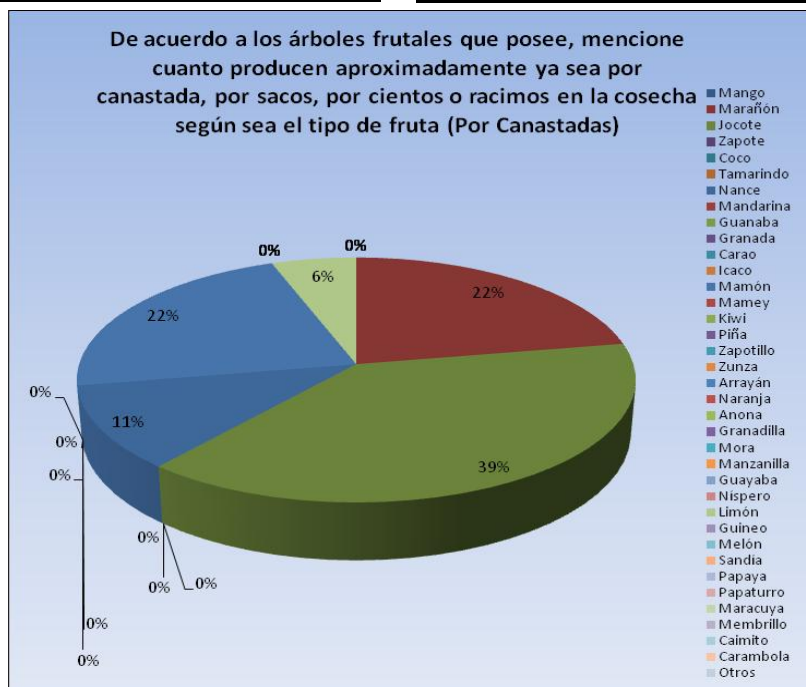
Como resultado de la identificación en el listado de las frutas que mayormente poseen las familias pertenecientes a las cooperativas de la libertad nos permite de alguna medida el conocer la variedad de los insumos que tendrá el proyecto según la época del año dado que la mayoría de la fruta que se cosecha en la libertad es de invierno y verano, es posible el determinar cuál es la época más propicia para cada fruto, lo nos permitirá ofrecer a los consumidores siempre sorbetes de las frutas de estación y proyectar debidamente los procesos productivos. es decir de que variedades de frutas se podría elaborar el sorbete y las disponibilidad que se podría tener de estas para los procesos productivos.

21. De acuerdo a los árboles frutales que posee, mencione cuanto producen aproximadamente ya sea por canastada, por sacos, por cientos o racimos en la cosecha según sea el tipo de fruta.

Objetivo: Hacer un promedio aproximado de la cantidad de fruta con que se cuenta para el montaje de la planta procesadora de sorbete artesanal.

PREGUNTA 21 - 1		
De acuerdo a los árboles frutales que posee, mencione cuanto producen aproximadamente ya sea por canastada, por sacos, por cientos o racimos en la cosecha según sea el tipo de fruta (Por Canastadas)		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Mango	0	0%
Marañón	4	22%
Jocote	7	39%
Zapote	0	0%
Coco	0	0%
Tamarindo	0	0%
Nance	2	11%
Mandarina	0	0%
Guanaba	0	0%
Granada	0	0%
Carao	0	0%
Icaco	0	0%
Mamón	4	22%
Mamey	0	0%
Kiwi	0	0%
Piña	0	0%
Zapotillo	0	0%

Zunza	0	0%
Arrayán	0	0%
Naranja	0	0%
Anona	0	0%
Granadilla	0	0%
Mora	0	0%
Manzanilla	0	0%
Guayaba	0	0%
Níspero	0	0%
Limón	1	6%
Guineo	0	0%
Melón	0	0%
Sandía	0	0%
Papaya	0	0%
Papaturro	0	0%
Maracuyá	0	0%
Membrillo	0	0%
Caimito	0	0%
Carambola	0	0%
Otros	0	0%
Total	18	100%



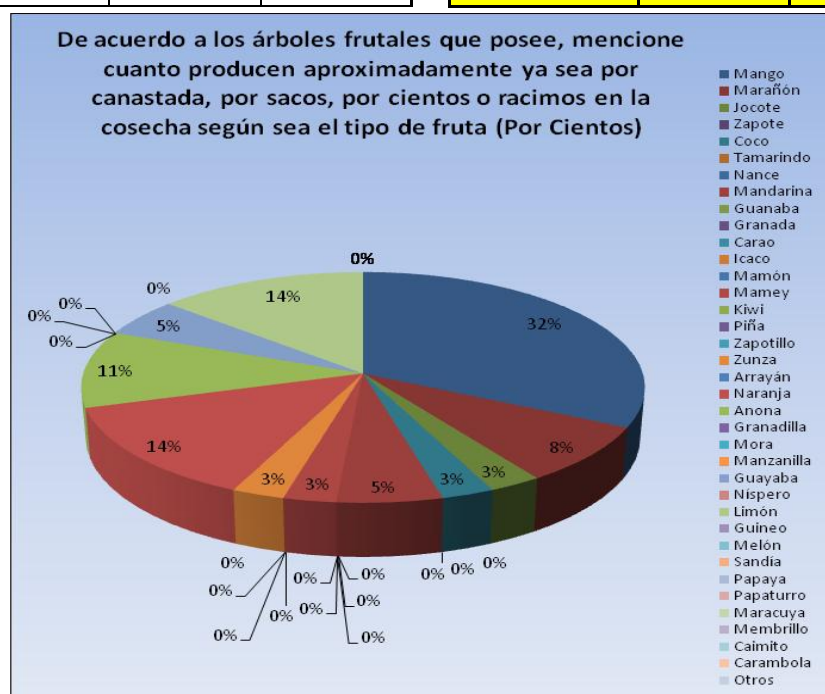
PREGUNTA 21 - 2		
De acuerdo a los árboles frutales que posee, mencione cuanto producen aproximadamente ya sea por canastada, por sacos, por cientos o racimos en la cosecha según sea el tipo de fruta (Por Sacos)		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Mango	0	0%
Marañón	0	0%
Jocote	0	0%
Zapote	0	0%
Coco	0	0%
Tamarindo	0	0%
Nance	0	0%
Mandarina	0	0%
Guanaba	0	0%
Granada	0	0%
Carao	0	0%
Icaco	0	0%
Mamón	1	100%
Mamey	0	0%
Kiwi	0	0%
Piña	0	0%
Zapotillo	0	0%

Zunza	0	0%
Arrayán	0	0%
Naranja	0	0%
Anona	0	0%
Granadilla	0	0%
Mora	0	0%
Manzanilla	0	0%
Guayaba	0	0%
Níspero	0	0%
Limón	0	0%
Guineo	0	0%
Melón	0	0%
Sandía	0	0%
Papaya	0	0%
Papaturro	0	0%
Maracuyá	0	0%
Membrillo	0	0%
Caimito	0	0%
Carambola	0	0%
Otros	0	0%
Total	1	100%



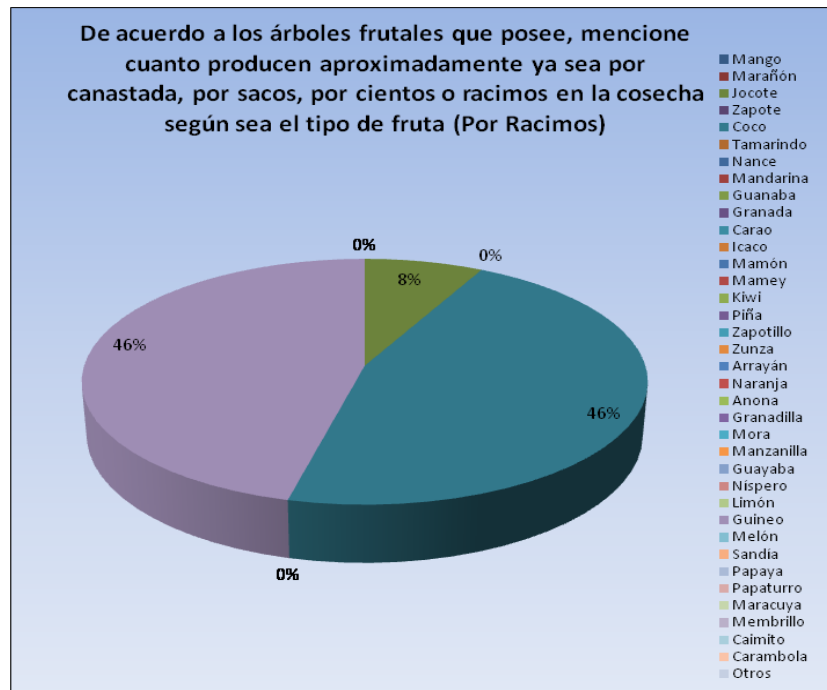
PREGUNTA 21 - 3		
De acuerdo a los árboles frutales que posee, mencione cuanto producen aproximadamente ya sea por canastada, por sacos, por cientos o racimos en la cosecha según sea el tipo de fruta (Por Cientos)		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Mango	12	32%
Marañón	3	8%
Jocote	1	3%
Zapote	0	0%
Coco	1	3%
Tamarindo	0	0%
Nance	0	0%
Mandarina	2	5%
Guanaba	0	0%
Granada	0	0%
Carao	0	0%
Icaco	0	0%
Mamón	0	0%
Mamey	1	3%
Kiwi	0	0%
Piña	0	0%
Zapotillo	0	0%

Zunza	1	3%
Arrayán	0	0%
Naranja	5	14%
Anona	4	11%
Granadilla	0	0%
Mora	0	0%
Manzanilla	0	0%
Guayaba	2	5%
Níspero	0	0%
Limón	5	14%
Guineo	0	0%
Melón	0	0%
Sandía	0	0%
Papaya	0	0%
Papaturro	0	0%
Maracuyá	0	0%
Membrillo	0	0%
Caimito	0	0%
Carambola	0	0%
Otros	0	0%
Total	37	100%



PREGUNTA 21 - 4		
De acuerdo a los árboles frutales que posee, mencione cuanto producen aproximadamente ya sea por canastada, por sacos, por cientos o racimos en la cosecha según sea el tipo de fruta (Por Racimos)		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Mango	0	0%
Marañón	0	0%
Jocote	1	8%
Zapote	0	0%
Coco	6	46%
Tamarindo	0	0%
Nance	0	0%
Mandarina	0	0%
Guanaba	0	0%
Granada	0	0%
Carao	0	0%
Icaco	0	0%
Mamón	0	0%
Mamey	0	0%
Kiwi	0	0%
Piña	0	0%
Zapotillo	0	0%

Zunza	0	0%
Arrayán	0	0%
Naranja	0	0%
Anona	0	0%
Granadilla	0	0%
Mora	0	0%
Manzanilla	0	0%
Guayaba	0	0%
Níspero	0	0%
Limón	0	0%
Guineo	6	46%
Melón	0	0%
Sandía	0	0%
Papaya	0	0%
Papaturro	0	0%
Maracuyá	0	0%
Membrillo	0	0%
Caimito	0	0%
Carambola	0	0%
Otros	0	0%
Total	13	100%



Análisis:

Como resultado de la encuesta aplicada a las familias miembros de las cooperativas de la zona de la libertad tenemos que las frutas que se cosechan se venden por canastas, sacos, cientos y racimos.

Las frutas que se venden por canasto son: marañón, jocote, nance, mamón y el limón. de los cuales el 75% de las familias cultiva y el 25% restante no.

Las frutas que se venden por sacos son: mamón. de los cuales solo el 6% de las familias lo cultivan y el 94% no lo cultivan.

Las frutas que se vender por cientos son: mango, marañón, jocote, coco, mandarina, mamey, zunza, naranja, anona, guayaba y limón. de los cuales el 94% de las familias cultivan dichas frutas, y tan solo el 6% no lo hace.

Las frutas que se vender por racimos son: los jocotes, coco y guineo dichas frutas son cultivadas por el 63% de las familias y el 38% no las cultivan.

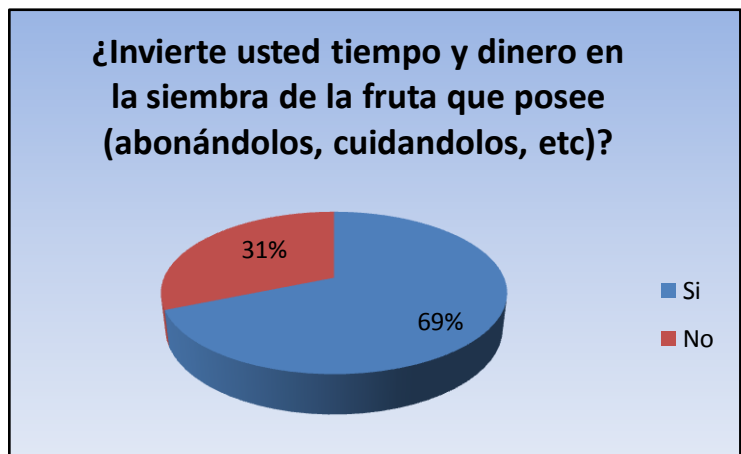
Interpretación:

Como resultado de la identificación en el listado de las frutas que mayormente poseen las familias pertenecientes a las cooperativas de la libertad nos permite de alguna medida el conocer la variedad de los insumos que tendrá el proyecto y la forma en que estos se pueden vender o comprar, lo que nos permitirá saber qué tipo de frutas se están cosechando mas por las familias cooperativistas y la cantidad que se posee.

22. ¿Invierte usted tiempo y dinero en la siembra de la fruta que posee (abonándolos, cuidándolos, etc.)?

Objetivo: Hacer un promedio aproximado de la cantidad que las familias están invirtiendo en los árboles frutales que tienen sembrados.

PREGUNTA 22		
¿Invierte usted tiempo y dinero en la siembra de la fruta que posee (abonándolos, cuidándolos, etc.)?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Si	11	69%
No	5	31%
Total	16	100%



Análisis:

Del 100% de las familias encuestadas el 69% respondió que si invertían en abonos manteniendo sanos sus árboles frutales, y el 31% afirmo de momento no invertirles.

Interpretación:

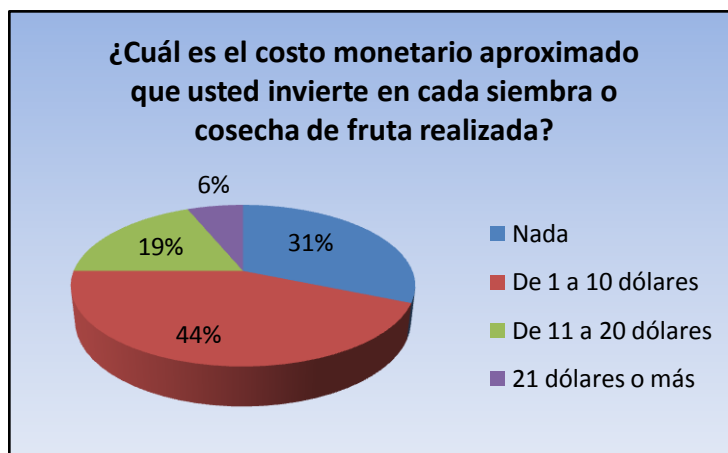
Si bien es cierto que no todas las familias están invirtiendo en el cuidado de sus árboles frutales, si todas las familias coinciden en que si a los arboles se les brinda el cuidado necesario dan mejores cosechas, lo que

nos lleva a inferir que con el incentivo adecuado, es decir sabiendo que tendrán la seguridad que podrán vender su cosecha, le pondrán mayor empeño en la manutención de sus árboles frutales.

23. ¿Cuál es el costo monetario aproximado que usted invierte en cada siembra o cosecha de fruta realizada?

Objetivo: Conocer aproximadamente la cantidad de dinero que las familias están invirtiendo en los árboles frutales que tienen sembrados.

PREGUNTA 23		
¿Cuál es el costo monetario aproximado que usted invierte en cada siembra o cosecha de fruta realizada?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Nada	5	31%
De 1 a 10 dólares	7	44%
De 11 a 20 dólares	3	19%
21 dólares o más	1	6%
Total	16	100%



Análisis:

Del 100% de las familias encuestadas el 44% respondió que si invertían entre \$1.00 y \$10.00 mensuales en sus árboles, el 19% afirmó invertir más de \$ 21.00 mensuales, y el 19% invierte entre \$11.00 y \$20.00 mensuales manteniendo árboles frutales, mientras que el 31% de familias restantes afirmó de momento no les invierte.

Interpretación:

El nivel de inversión que las familias está teniendo en sus árboles frutales nos confirma que Si bien es cierto la inversión es poca, es muestra suficiente de que realmente tienen un sincero deseo de formar parte en el proyecto; aunque son familias de escasos recursos y las cosechas de estos no representan mayor ingreso económico para ellos, hacen el esfuerzo por brindar en alguna medida la atención que sus árboles necesitan.

Lo que nos lleva a inferir que con el incentivo adecuado, es decir sabiendo que tendrán la seguridad que podrán vender su cosecha, le pondrán mayor empeño en la manutención de sus árboles frutales.

24. ¿Cree usted que este tipo de sorbete artesanal tendría aceptación entre los consumidores?

Objetivo: Conocer el nivel de credibilidad que tiene el proyecto para las personas asociadas a la cooperativa la libertad y poder identificar posibles áreas de mejora del proyecto.

PREGUNTA 24		
¿Cree usted que este tipo de sorbete artesanal tendría aceptación entre los consumidores?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Si	16	100%
No	0	0%
Total	16	100%



Análisis:

Del 100% de las familias encuestadas 100% cree que el sorbete artesanal tendrá muy buena aceptación entre los consumidores.

Interpretación:

El resultado nos muestra que las familias realmente creen en el sorbete artesanal hecho de fruta natural se venderá muy bien nos confirma que las familias asociadas presenta un genuino interés en participar en el proyecto, y lo que es importante creen en el producto ya que según afirmaciones realizadas por ellos mismos el clima en la zona es muy propicio para la venta de este tipo de productos.

25. ¿Cómo cree usted que sería más apropiado vender el sorbete artesanal?

Objetivo: Conocer la opinión que tienen los asociados sobre el mejor modo de vender el producto.

PREGUNTA 25		
¿Cómo cree usted que sería más apropiado vender el sorbete artesanal?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
En un local	12	75%
En Carretón	4	25%
Total	16	100%



Análisis:

Del 100% de las familias encuestadas el 75% opina que sería mejor vender el sorbete artesanal en un local y el 25% opina que lo más conveniente sería en un carretón.

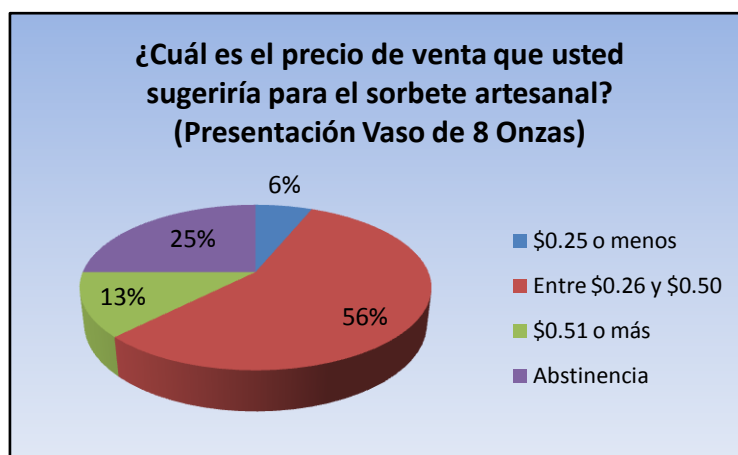
Interpretación:

Dado los resultados obtenidos podemos concluir que uno de los puntos fuertes del proyecto son las medidas de higiene y buenas prácticas de manufactura al momento tanto de elaborar y vender el producto, ya que podemos observar que la gran mayoría de las familias opinan que lo más conveniente sería vender el sorbete en un local, puesto que la gente opina que sería más higiénico, además que los turistas tendrían más confianza de consumirlo.

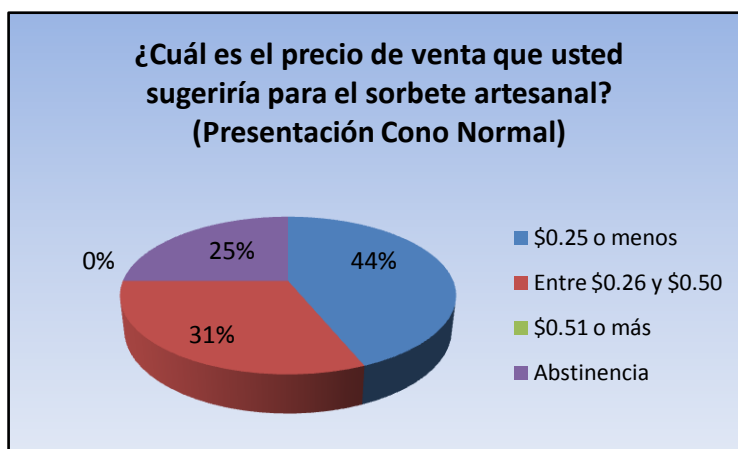
26. ¿Cuál es el precio de venta que usted sugeriría para el sorbete artesanal?

Objetivo: Conocer la opinión sobre qué precio se estima que estarían dispuestos a pagar las personas por el nuevo sorbete de artesanal.

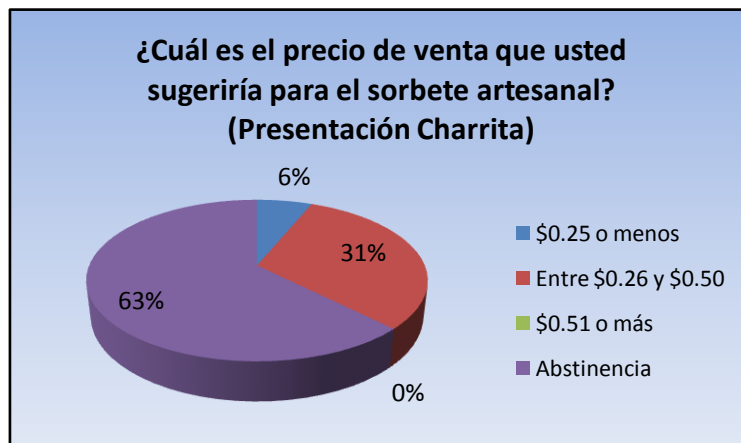
PREGUNTA 26 - 1		
¿Cuál es el precio de venta que usted sugeriría para el sorbete artesanal? (Presentación Vaso de 8 Onzas)		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
\$0.25 o menos	1	6%
Entre \$0.26 y \$0.50	9	56%
\$0.51 o más	2	13%
Abstinencia	4	25%
Total	16	100%



PREGUNTA 26 - 2		
¿Cuál es el precio de venta que usted sugeriría para el sorbete artesanal? (Presentación Cono Normal)		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
\$0.25 o menos	7	44%
Entre \$0.26 y \$0.50	5	31%
\$0.51 o más	0	0%
Abstinencia	4	25%
Total	16	100%



PREGUNTA 26 - 3		
¿Cuál es el precio de venta que usted sugeriría para el sorbete artesanal? (Presentación Charrita)		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
\$0.25 o menos	1	6%
Entre \$0.26 y \$0.50	5	31%
\$0.51 o más	0	0%
Abstinencia	10	63%
Total	16	100%



Análisis:

De las familias encuestadas asociadas a las cooperativas en el departamento de la libertad es sabido que existen tres presentaciones que son las mayormente conocidas para consumir el sorbete artesanal las cuales: la presentación de Vaso de 8 Onzas por el que el 56% de los encuestados sugiere que pudiera venderse entre \$0.26 y \$0.50, el 13% sugiere que podría venderse en más de \$0.51, el 6% a menos de \$0.25 y el 25% se abstuvo de opinar; Para un Cono normal el 44% sugiere un precio de venta menor de \$0.25, el 31% un precio entre \$0.26 y \$0.50 en tanto el 25% restante se abstuvo de opinar y la charrita también conocido como canastita, el 6% de los encuestados nos sugirió un precio menor de \$0.25, un 31% sugirió un precio entre \$0.26 y \$0.50, en tanto el 63% se abstuvo de opinar.

Interpretación:

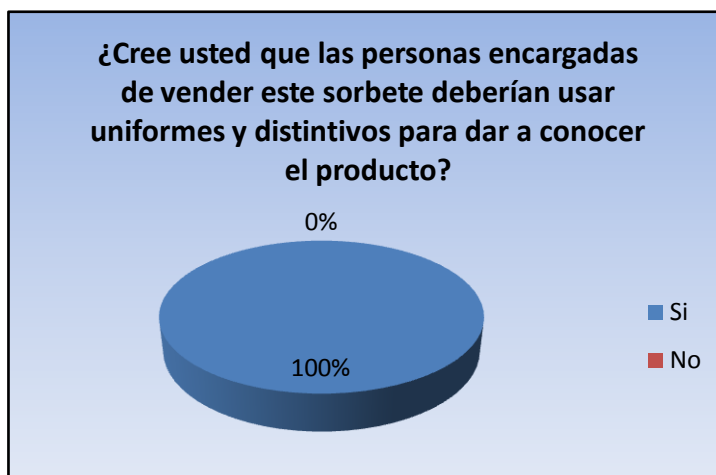
Como resultado de las opiniones de las familias encuestada para poder vender el sorbete artesanal existen tres diferentes alternativas, cada una se diferencia en el precio y el contenido de producto el hecho que el 56% de los encuestados sugirieran un precio de venta entre el \$0.26 y \$0.50 por un Vaso de Sorbete de 8 Onzas y un 63% se abstuvo de opinar al respecto nos indica la falta de experiencia previa en comercializar dichos productos.

Según las familias asociadas a las cooperativas los precios de venta sugeridos son en primer lugar el vaso de 8oz cuyo precio sugerido se ubica dentro del rango de \$0.26 y \$0.50, en segundo lugar se ubica la presentación del cono Sencillo cuyo precio sugerido es no más del \$0.25, en tanto que la presentación de charrita es ubicada en tercer lugar a un precio de venta sugerido dentro del rango de \$0.26 y \$0.50, lo que nos lleva a inferir que para los asociados la cantidad y presentación del producto está directamente relacionada con el precio de venta, lo cual es natural ya que uno de los puntos fuertes del proyecto es la higiene.

27. ¿Cree usted que las personas encargadas de vender este sorbete deberían usar uniformes y distintivos para dar a conocer el producto?

Objetivo: Saber si los asociados consideran importante que el personal encargado de vender el producto vista uniformes y utilice distintivos del producto.

PREGUNTA 27		
¿Cree usted que las personas encargadas de vender este sorbete deberían usar uniformes y distintivos para dar a conocer el producto?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Si	16	100%
No	0	0%
Total	16	100%



Análisis:

Las familias asociadas consideran en un 100% que el uso de uniformes y distintivos son importantes para dar a conocer adecuadamente el producto.

Interpretación:

El uso de uniformes y distintivos además de identificar al personal que vende el producto es en un determinado momento la imagen de la empresa y el producto mismo, ya que ello no solo nos diferencia de la competencia si no también al ser usado adecuadamente le da la idea de orden e higiene a los consumidores, lo cual debe de ser uno de los puntos fuertes del proyecto como parte de su estrategia de diferenciación.

28. ¿Cree usted que trabajar en equipo es beneficioso para la realización de un proyecto?

Objetivo: Comprobar la veracidad de las repuestas que dan los asociados respecto a las preguntas relacionadas al trabajo en equipo

PREGUNTA 28		
¿Cree usted que trabajar en equipo es beneficioso para la realización de un proyecto?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Si	16	100%
No	0	0%
Total	16	100%



Análisis:

Del total de socios encuestados, el 100% afirmó que es beneficioso trabajar en equipo para la realización de un proyecto.

Interpretación:

A través de esta pregunta se pudo comprobar la veracidad de las repuestas dadas por los socios en referencia a las preguntas realizadas con respecto al trabajo en equipo.

29. ¿Estaría dispuesto a hacerle promoción y publicidad al sorbete artesanal?

Objetivo: Conocer si los socios de la cooperativa están dispuestos a invertir en publicidad en el lanzamiento del sorbete artesanal

PREGUNTA 29		
¿Estaría dispuesto a hacerle promoción y publicidad al sorbete artesanal?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Si	16	100%
No	0	0%
Total	16	100%



Análisis:

Del total de socios encuestados, el 100% afirma que está dispuesta a hacerle publicidad al sorbete artesanal.

Interpretación:

Se puede observar que los socios de la cooperativa conocen la importancia que representa el hecho de realizarle publicidad a un producto, por lo que manifiestan que se encuentran en la completa disponibilidad de hacerle publicidad al sorbete.

30. ¿Cómo considera el hecho de realizarle publicidad y promoción a este producto para su introducción al mercado?

Objetivo: Conocer la importancia que los socios de la cooperativa le dan a la utilización de medios publicitarios para el lanzamiento de un producto.

PREGUNTA 30		
¿Cómo considera el hecho de realizarle publicidad y promoción a este producto para su introducción al mercado?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Nada importante	0	0%
Poco importante	0	0%
Muy importante	16	100%
Total	16	100%



Análisis:

Del total de personas encuestadas el 100% consideran que el hecho de hacerle publicidad a un producto es muy importante, no hubo personas que manifestaran que este hecho fuese poco o nada importante.

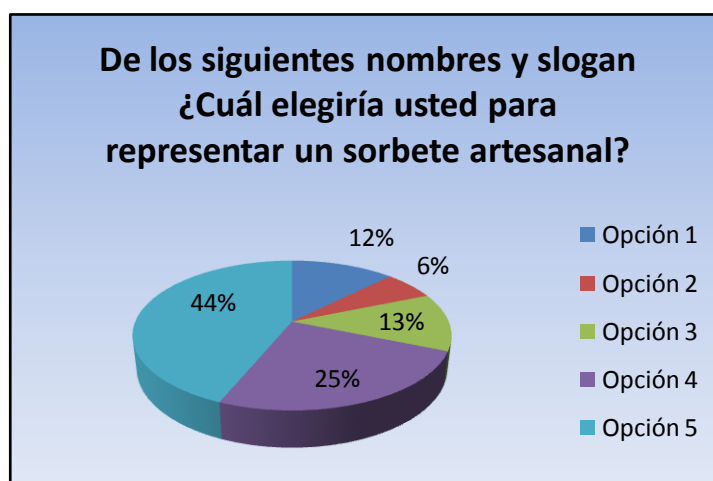
Interpretación:

Al igual que la pregunta anterior se puede observar que los socios están dispuestos a hacerle publicidad al sorbete artesanal ya que reconocen que es muy importante llevar a cabo esta actividad en la introducción de un producto al mercado.

31. De los siguientes nombres y slogan ¿Cuál elegiría usted para representar un sorbete artesanal?

Objetivo: Elegir a través de la opinión de las personas el nombre más adecuado para el sorbete artesanal.

PREGUNTA 31		
De los siguientes nombres y slogan ¿Cuál elegiría usted para representar un sorbete artesanal?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Opción 1	2	13%
Opción 2	1	6%
Opción 3	2	13%
Opción 4	4	25%
Opción 5	7	44%
Total	16	100%



Análisis:

Del total de socios encuestados el 44% opinó que de los nombres y slogan propuestos se inclinaba por elegir la opción 5, el 25% votó por la opción 4, el 13% por la opción 3, el 12% por la opción 1 y el 6% por la opción 2.

Interpretación:

De los nombres y slogan sometidos a votación para representar un sorbete artesanal, el ganador fue la opción que dice de la siguiente manera Delifrutal “El sabor de lo natural”, seguido muy de cerca por la otra opción que dice Sorbetes de Tamanique “Lo mejor de Tamanique”, continuando después con Los Naturales “La fruta hecha sorbete”, luego D’Carretón “El sabor de la tradición y el último lugar queda Sorbeloco “Locura de sabores naturales”

32. De los siguientes logotipos ¿Cuál elegiría para representar un sorbete artesanal?

Objetivo: Elegir a través de la opinión de las personas el logotipo que representará el sorbete artesanal.

PREGUNTA 32		
De los siguientes logotipos ¿Cuál elegiría para representar un sorbete artesanal?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Logo 1	6	38%
Logo 2	7	44%
Logo 3	2	13%
Logo 4	0	0%
Logo 5	1	6%
Total	16	100%



Análisis:

De las 5 opciones de logotipos propuestas para representar el sorbete artesanal la opción 2 es la que más votos obtuvo con una proporción del 44%, luego la opción 1 con un 37%, después la opción 3 con un 13%, luego la opción 5 con un 6%, no hubo personas que votaran por el logo 4.

Interpretación:

Un slogan no es más que la representación gráfica de lo que se pretende ofertar con el fin de adentrarse en la mente del consumidor; este debe ser llamativo y alusivo al bien que se pretende comercializar. Con el tiempo el logotipo sustituirá al nombre y el slogan dejando estos como grabados en la mente del cliente que al ver esa imagen la empresa de la cual se habla y que ofrece vendrá a sus mentes.

33. ¿Cómo califica el desempeño de la cooperativa hasta la fecha?

Objetivo: Conocer cómo evalúa el asociado la cooperativa a la que pertenece en cuanto al trabajo que esta realiza.

PREGUNTA 33		
¿Cómo califica el desempeño de la cooperativa hasta la fecha?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Excelente	1	6%
Muy bueno	7	44%
Bueno	7	44%
Deficiente	1	6%
Pésimo	0	0%
Total	16	100%



Análisis:

Del total de personas encuestadas, el 44% opina que el desempeño de la compañía se puede calificar como muy bueno, otro 44% dijo que dicho desempeño es bueno; sin embargo hay un 6% que lo define como deficiente y otro 6% afirma que este es pésimo.

Interpretación:

Como en todo ente, las personas pertenecientes a la cooperativa tienen su propia opinión sobre el desempeño que ha tenido la cooperativa desde que surgió, hasta la fecha, la mayoría concuerda con que el desempeño ha sido bueno y muy bueno; pocos son los socios que opinan que dicho desenvolvimiento ha sido deficiente y pésimo.

34. ¿Conoce usted de otras cooperativas que tengan un proyecto similar?

Objetivo: Saber si los asociados conocen de otras cooperativas que trabajen en proyectos similares, para conocer posibles competidores a nivel local.

PREGUNTA 34		
¿Conoce usted de otras cooperativas que tengan un proyecto similar?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Si	0	0%
No	16	100%
Total	16	100%



Análisis:

El 100% de los encuestados afirmó que no conocen a otra cooperativa que tenga un proyecto similar estudiado en la presente investigación.

Interpretación:

El hecho de que no exista otra cooperativa que esté llevando a cabo un proyecto como el propuesto en la presente investigación representa una gran ventaja y una oportunidad de negocio ya que se ofrecería un producto innovador y que representa un concepto diferente en la elaboración de sorbete artesanal.

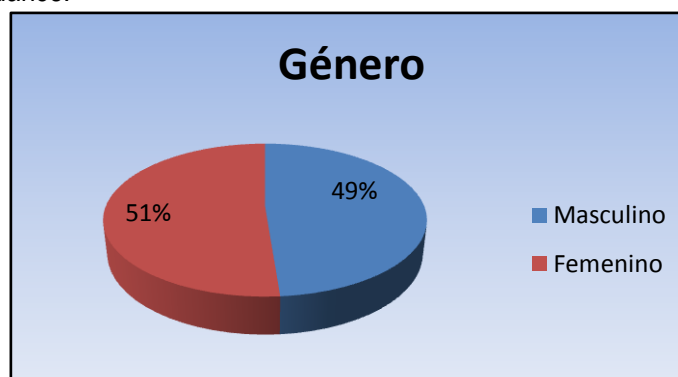
ANEXO 9 – TABULACIÓN DE ENCUESTAS PARA LOS RESIDENTES

Residentes locales, dueños de negocios y turistas

Sexo

Objetivo: Determinar los diferentes gustos y preferencias en cuanto a la distinción de género entre los pobladores de Tamanique y sus habitantes aledaños.

Género		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Masculino	59	49%
Femenino	62	51%
Total	121	100%



Análisis:

Del 100% de los residentes encuestados en Tamanique, sus alrededores y la zona turística un 51% corresponde al género femenino y el otro 49% al género masculino.

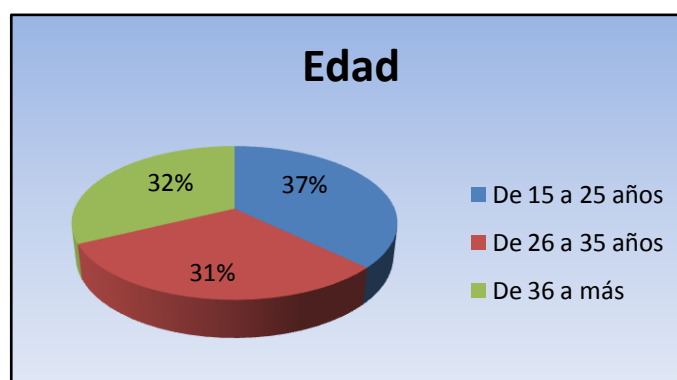
Interpretación:

La mayor parte de las personas encuestadas resulta ser del género femenino la cual es la proporción significativa a la población general de mujeres que habitan en Tamanique, por su contraparte la cantidad de género masculino corresponde a la población general de hombres en la zona de Tamanique. Esto nos indica que se debe de tomar muy en cuenta las opiniones de ambos géneros con sus gustos y preferencias al momento de llevar a cabo un proyecto ya que la cantidad de habitantes en la zona son razonablemente equitativos.

Edad

Objetivo: Identificar el promedio de edad que tienen los residentes de la zona de Tamanique como consumidores y posibles existentes.

Edad		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
De 15 a 25 años	45	37%
De 26 a 35 años	37	31%
De 36 a más	39	32%
Total	121	100%



Análisis:

Para las diferentes edades de los residentes y pobladores aledaños se tiene que un 37% se ubica entre la edad de 15 a 25 años, un 31% entre la edad de 26 a 35 años y un 32% es de 36 años a más.

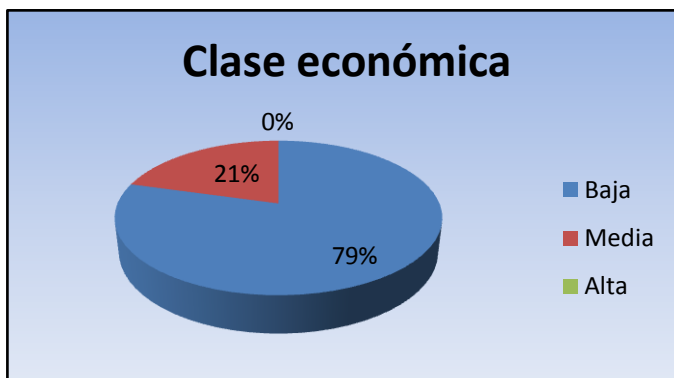
Interpretación:

De los diferentes gustos y preferencias que pueden influir al momento de introducir un producto en el mercado de la zona de Tamanique debemos enfocarnos en complacer en su mayoría a la población joven ya que ellos marcan lo que está de moda y lo que puede llegar a ser un éxito mercadológico, sin embargo no se debe dejar de lado a las edades más avanzadas pues son quienes tienen la mayor fuerza de capital para poder adquirir un producto que generalmente son padres y madres de familia que toman las decisiones del grupo.

Clase económica

Objetivo: Definir el poder adquisitivo que pueda tener la población de habitantes en la zona de Tamanique como compradores y posibles consumidores.

Clase económica		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Baja	96	79%
Media	25	21%
Alta	0	0%
Total	121	100%



Análisis:

Como se puede apreciar en el gráfico un 79% de los habitantes corresponden a la clase económica baja, un 21% a la clase económica media, mientras que nadie refleja ser de la clase económica alta.

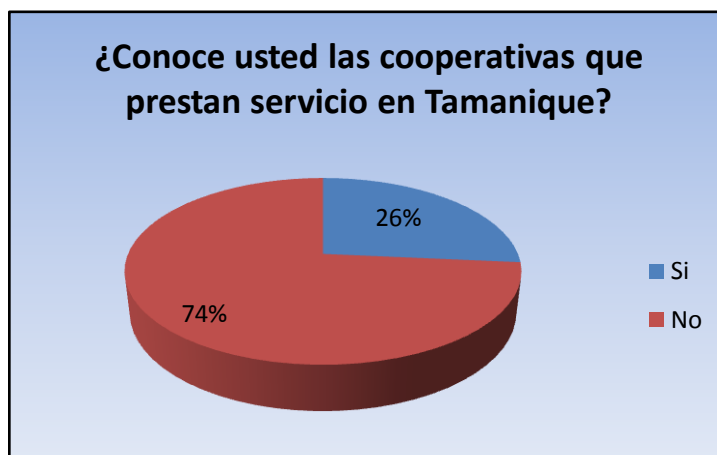
Interpretación:

La clase económica de la mayor parte de los habitantes de Tamanique resultó ser baja, esto se debe al poco desarrollo económico que tiene la zona, la falta de estudio y la poca accesibilidad a algunas comodidades por parte de la población; sin embargo en la zona turística y alrededores se puede apreciar una población media la cual goza de mayores beneficios y mayor capacidad de adquisición de bienes y servicios. Para lograr una equidad en ambas clases es necesario idear planes estratégicos de precios bajos, acompañado de alta calidad y buen servicio.

1. ¿Conoce usted las cooperativas que prestan servicio en Tamanique?

Objetivo: Indagar si las personas residentes o turistas de Tamanique conocen las cooperativas que prestan servicio en la zona.

Pregunta 1		
¿Conoce usted las cooperativas que prestan servicio en Tamanique?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Si	32	26%
No	89	74%
Total	121	100%



Análisis:

Mediante el gráfico se puede apreciar que un 26% de la población y habitantes de los alrededores de la zona conocen las cooperativas que prestan servicios en la zona de Tamanique, mientras que un 74% desconoce de las mismas.

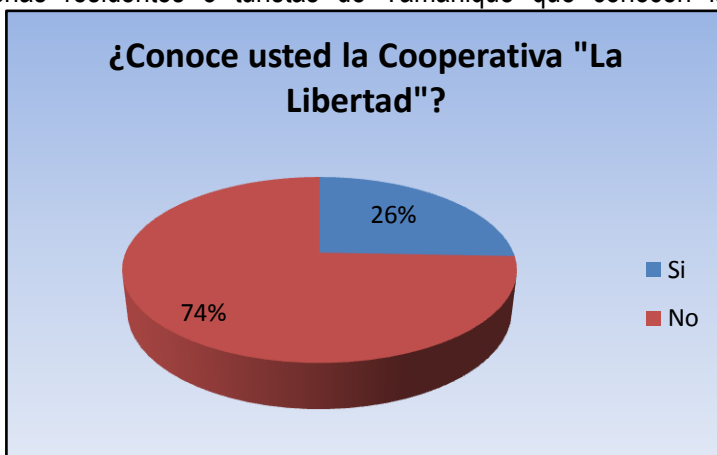
Interpretación:

Las cooperativas en la zona de Tamanique resultan ser desconocidas para la población de Tamanique debido a que estas solo se dan a conocer en los alrededores donde tienen sus actividades, las personas que resultan conocerlas es debido a que son habitantes de los lugares donde están ubicadas. Sin embargo esto puede significar una oportunidad para darse a conocer en la zona y buscar nuevos lugares de esparcimiento o búsqueda de inversionistas.

2. ¿Conoce usted la Cooperativa "La Libertad"?

Objetivo: Indagar el porcentaje de personas residentes o turistas de Tamanique que conocen la cooperativa en estudio.

Pregunta 2		
¿Conoce usted la Cooperativa "La Libertad"?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Si	31	26%
No	90	74%
Total	121	100%



Análisis:

Para las personas de la zona de Tamanique un 26% conoce a la cooperativa "La Libertad", sin embargo un 74% desconoce completamente sus actividades y existencia.

Interpretación:

Para la población de Tamanique la cooperativa “La Libertad” resulta ser desconocida, algunas personas solo la conocen debido a que es un centro turístico; sin embargo si de conocimiento general con respecto a los habitantes nos referimos la cooperativa tendría que trabajar muy duro para dar a conocer su desempeño en la zona.

3. ¿Ha consumido postres helados?

Objetivo: Conocer el porcentaje de personas que han consumido postres helados.

Pregunta 3		
¿Ha consumido postres helados?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Si	121	100%
No	0	0%
Total	121	100%



Análisis:

Entre los habitantes de la zona de Tamanique, sus habitantes aledaños y turistas un 100% confirma consumir o haber consumido alguna vez un postre helado (sorbetes, minutas, gelatinas, etc.).

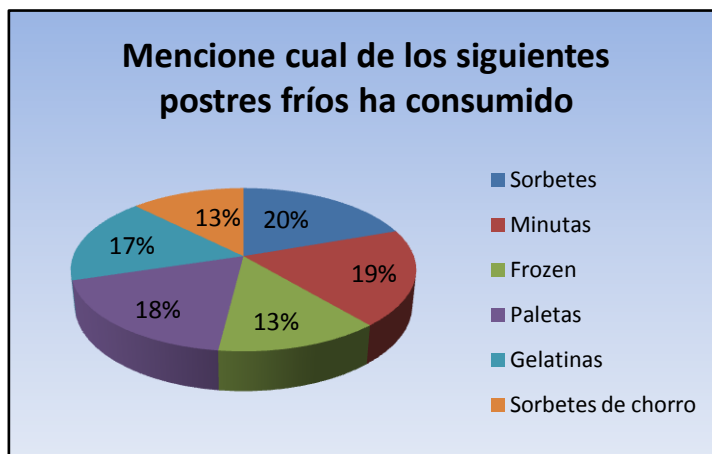
Interpretación:

En la zona de Tamanique es común para las personas consumir un postre helado debido a que se encuentra cerca de un área costera sin embargo los factores de consumismo se deben mas a gustos y preferencias que conveniencia. El porcentaje de consumismo es bastante alto lo cual resulta rentable para los productos que ofrezcan una manera alterna de refrescarse.

4. Mencione cual de los siguientes postres fríos ha consumido:

Objetivo: Conocer los tipos de postres helados mas consumidos en la zona de Tamanique.

Pregunta 4		
Mencione cual de los siguientes postres fríos ha consumido		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Sorbetes	119	20%
Minutas	116	19%
Frozen	80	13%
Paletas	111	18%
Gelatinas	104	17%
Sorbetes de chorro	76	13%
Total	606	100%



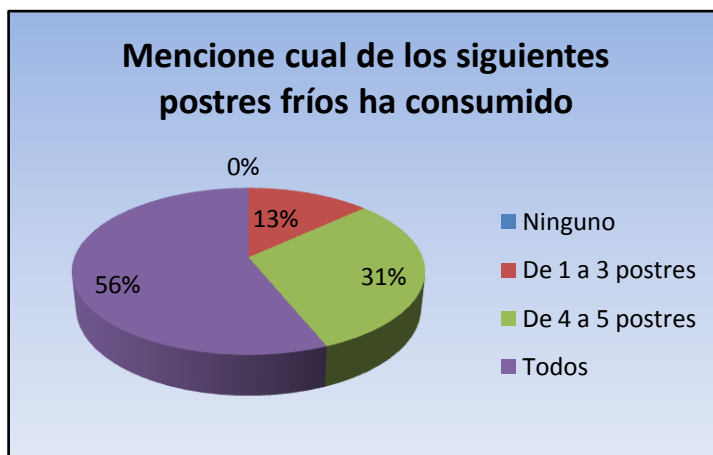
Análisis:

De las personas que consumen postres fríos en la zona de Tamanique y sus alrededores el postre mas consumido es el sorbete con un 20% de preferencia, luego las minutas con un 19%, un 18% corresponde a las paletas, un 17% a las gelatinas, un 13% corresponde a los sorbetes de chorro y otro 13% a los frozen.

Interpretación:

Para las personas que consumen postres fríos en la zona de Tamanique se tiene que la mayor preferencia se inclina por los sorbetes, minutas y paletas; el porcentaje de consumo de postres helados en la zona es bastante alto; lo cual resulta ser bueno para la creación de un proyecto de inversión con respecto a la comercialización de dichos productos por la alta aceptación que estos mismos poseen entre los consumidores.

Pregunta 4		
Mencione cual de los siguientes postres fríos ha consumido		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Ninguno	0	0%
De 1 a 3 postres	16	13%
De 4 a 5 postres	37	31%
Todos	68	56%
Total	121	100%



Análisis:

Para las personas que consumen postres helados se tiene que un 56% ha consumido todos los postres helados, un 31% ha consumido solo de 4 a 5 postres, mientras que un 13% y un 0% aparece que no ha consumido jamás un postre frío.

Interpretación:

Entre las personas habitantes de Tamanique y sus alrededores que consumen postres fríos, se puede observar que los productos de esta índole son muy aceptados entre los compradores, ya sea por conveniencia, gustos y preferencias u otras razones. Es de hacer énfasis que por pertenecer a una zona costera son altamente consumidos los productos que generan la sensación de refrescarse.

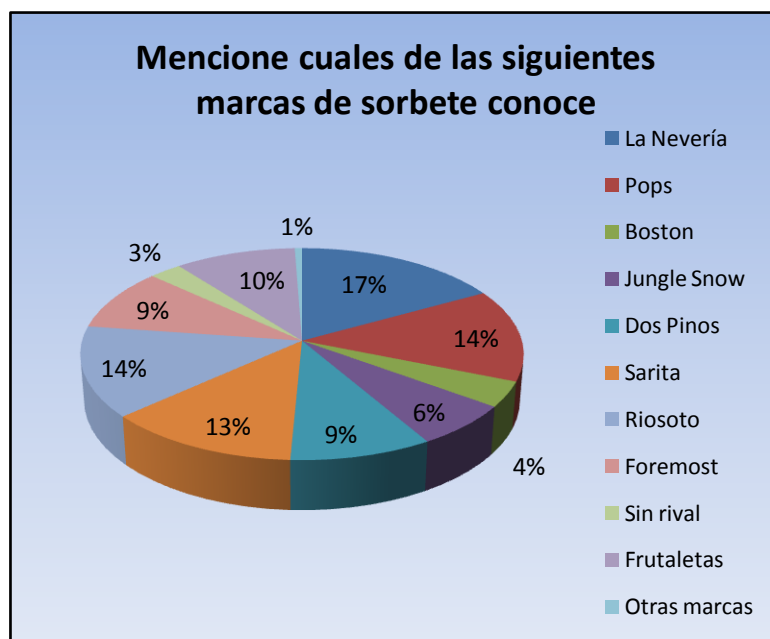
Interpretación General:

Para los habitantes de la zona de Tamanique y alrededores se tiene que los productos helados o postres fríos son consumidos en una gran magnitud, su aceptación en el mercado es bastante alta, entre los mayormente consumidos se tiene el sorbete y esto se debe a que la zona de Tamanique está situada muy cerca de una zona costera lo cual contribuye a que las personas busquen una forma calmar el calor o simplemente degustar algo que los refresque. Por estos motivos las circunstancias en el mercado son bastante favorables para crear un proyecto en el cual intervenga la comercialización de estos productos.

5. Mencione cuales de las siguientes marcas de sorbete conoce:

Objetivo: Indagar cuales son las marcas que más se comercializan en la zona de Tamanique.

Pregunta 5		
Mencione cuales de las siguientes marcas de sorbete conoce		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
La Nevería	114	17%
Pops	95	14%
Boston	26	4%
Jungle Snow	44	7%
Dos Pinos	62	9%
Sarita	85	13%
Riosoto	93	14%
Foremost	64	10%
Sin rival	18	3%
Frutaletas	67	10%
Otras marcas	4	1%
Total	672	100%



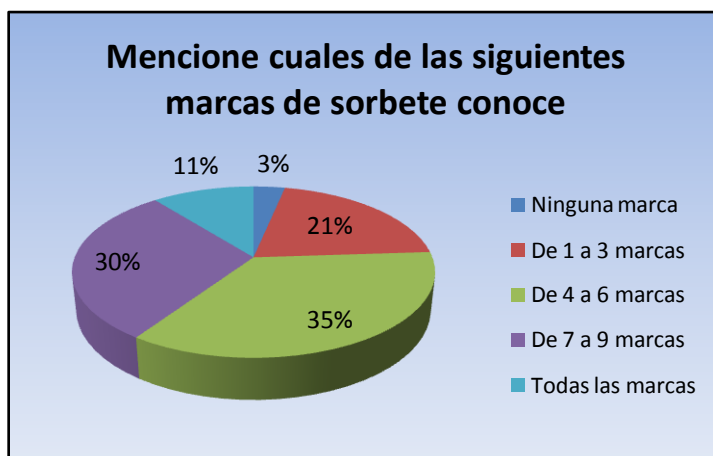
Análisis:

De las diversas marcas que las personas conocen se tiene que en un 17% es más conocida La Nevería, en un 14% Pops, otro 14% Riosoto, un 13% Sarita, un 10% Frutaletas, un 9% Dos pinos, otro 9% Foremost, un 6% Jungle Snow, un 4% Boston, un 3% Sin Rival y un 1% otras marcas (Tasty, La Michoacana, etc.).

Interpretación:

Para los habitantes de Tamanique las marcas que venden sorbetes son bastante conocidas, sin embargo muchas son conocidas no solo por ser marcas fuertes es porque se encuentran situadas en la zona; la competencia en el mercado de los postres fríos es bastante grande, pero esta se deja guiar por los gustos y preferencias de los consumidores para los cuales la calidad y el buen servicio son bastante valorados en un establecimiento.

Pregunta 5		
Mencione cuales de las siguientes marcas de sorbete conoce		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Ninguna marca	4	3%
De 1 a 3 marcas	25	21%
De 4 a 6 marcas	43	36%
De 7 a 9 marcas	36	30%
Todas las marcas	13	11%
Total	121	100%



Análisis:

De las diversas marcas de postres fríos que existen en el mercado se afirma que un 3% de la población encuestada no conoce ninguna marca, un 21% conoce de 1 a 3 marcas, un 35% de 4 a 6 marcas, un 30% de 7 a 9 marcas y un 11% de los encuestados conocen todas las marcas.

Interpretación:

El posicionamiento de las diversas marcas es significativo, sin embargo si a niveles de competencia nos referimos el consumo es bastante equitativo ya que el grado de conocimiento de las mismas se centra alrededor de 6 competidores; pero al final el cliente decide a quien quiere posicionar como favorito.

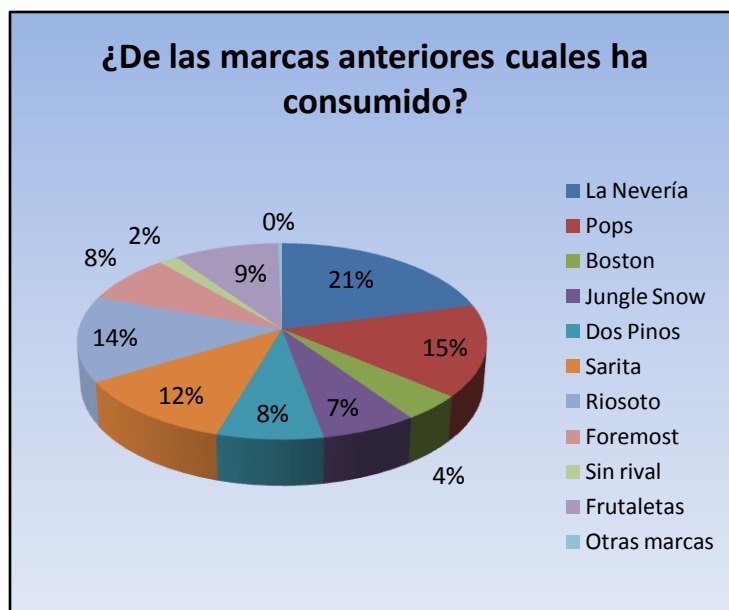
Interpretación General:

La competencia por lograr posicionarse es bastante grande entre los productos de postres fríos como mayores competidores se centran La Nevería y Pops, sin embargo en la mente de los consumidores están muchas otras marcas las cuales son una amenaza significativa debido a que la preferencia de los compradores no es cerrada, ellos prefieren lugares que les brinden un grado de higiene en base a leyes, un buen servicio y que les satisfaga la necesidad de degustar un producto frío. Para lograr el posicionamiento y convertirse en competencia en este mercado se tiene que emplear estrategias de introducción (publicidad y promoción) que sean llamativas para el cliente.

6. ¿De las marcas anteriores cuales son las que ha consumido?

Objetivo: Conocer cuáles son las marcas más consumidas en la zona de Tamanique.

Pregunta 6		
¿De las marcas anteriores cuales ha consumido?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
La Nevería	112	21%
Pops	81	15%
Boston	23	4%
Jungle Snow	36	7%
Dos Pinos	40	7%
Sarita	63	12%
Riosoto	76	14%
Foremost	43	8%
Sin rival	9	2%
Frutaletas	50	9%
Otras marcas	2	0%
Total	535	100%



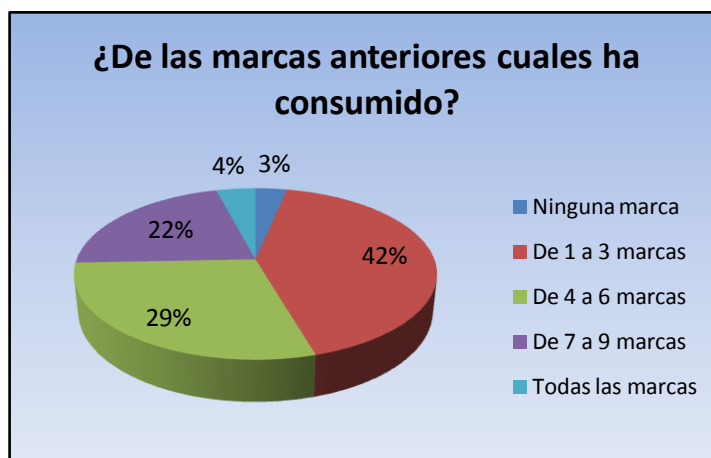
Análisis:

Sobre las marcas más consumidas se tiene que un 21% representa a La Nevería, un 15% Pops, un 14% Riosoto, un 12% Sarita, un 9% representa a Frutaletas, un 8% corresponde a Dos Pintos, otro 8% para Foremost, el 7% para Jungle Snow, un 4% Boston, un 2% Sin Rival y un 0.4% otras marcas.

Interpretación:

En la mente de los consumidores de la zona de Tamanique existen diversas marcas que han sido de su consumo sin embargo entre las más fuertes se pueden destacar La Nevería y Pops, esto se puede deber a que ellas son más comerciales que otras marcas, al tiempo de funcionamiento y al constante marketing que hacen para dar a conocer sus productos. Pero se puede apreciar que la mente del consumidor se basa en diversos gustos y preferencias y esto le permite a tener otras opciones a elegir al momento de comprar.

Pregunta 6		
¿De las marcas anteriores cuales ha consumido?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Ninguna marca	4	3%
De 1 a 3 marcas	51	42%
De 4 a 6 marcas	35	29%
De 7 a 9 marcas	26	21%
Todas las marcas	5	4%
Total	121	100%



Análisis:

Entre las personas encuestadas de la zona de Tamanique se tiene que el 3% no ha consumido ninguna marca, el 42% se centra de 1 a 3 marcas, el 29% consume entre 4 a 6 marcas, el 22% está entre 7 a 9 marcas y solo un 4% consume todas las marcas.

Interpretación:

Las opciones de los consumidores en la zona de Tamanique son variadas sin embargo la mayor parte se ubica alrededor de 4 marcas en competencia, las cuales resultan ser favoritas entre los compradores; la mente del comprador se puede persuadir mediante publicidad y promoción, sin embargo para lograrlo se necesita que la marca sea reconocida como buena de lo contrario es un esfuerzo vano por ganar terreno, lo que les interesa de los diferentes oferentes es que les den un buen servicio y un producto de calidad.

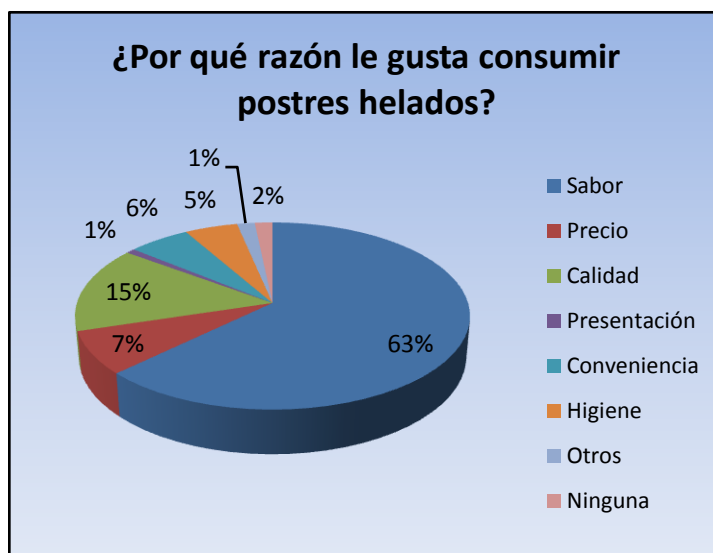
Interpretación General:

Para las personas que habitan en la zona de Tamanique y sus alrededores al igual que sus visitantes les es de mucha aceptación los diversos postres fríos que las compañías les pueden ofrecer sin embargo entre las marcas más fuertes que se pueden encontrar son La Nevería y Pops, de entre ellas se encuentran otras marcas que representan una competencia en el mercado sin embargo es de tomar en cuenta que en la mente del consumidor siempre habrá diferentes opciones a elegir, dependerá del producto y el servicio que se brinde para agradar a este. Entre los habitantes de Tamanique con respecto a la competencia que presentan los demás oferentes es bastante fuerte, se debe de trabajar mucho en la introducción de un nuevo producto si se quiere llegar a ser una opción en la mente del consumidor.

7. ¿Por qué razón le gusta consumir postres helados?

Objetivo: Indagar cuáles son los gustos, preferencias y tendencias de las personas al momento de adquirir un postre helado.

Pregunta 7		
¿Por qué razón le gusta consumir postres helados?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Sabor	76	63%
Precio	9	7%
Calidad	18	15%
Presentación	1	1%
Conveniencia	7	6%
Higiene	6	5%
Otros	2	2%
Ninguna	2	2%
Total	121	100%



Análisis:

De las personas encuestadas al momento de responder porque razón consumen postres helados el resultado es el siguiente, un 63% opina que es por el sabor, un 7% por el precio, un 15% se debe a la calidad, un 1% es por la presentación, un 6% es por conveniencia, un 5% le gusta por la higiene, un 1% a otros factores (calor, deseos, etc.), mientras que un 2% no lo consume.

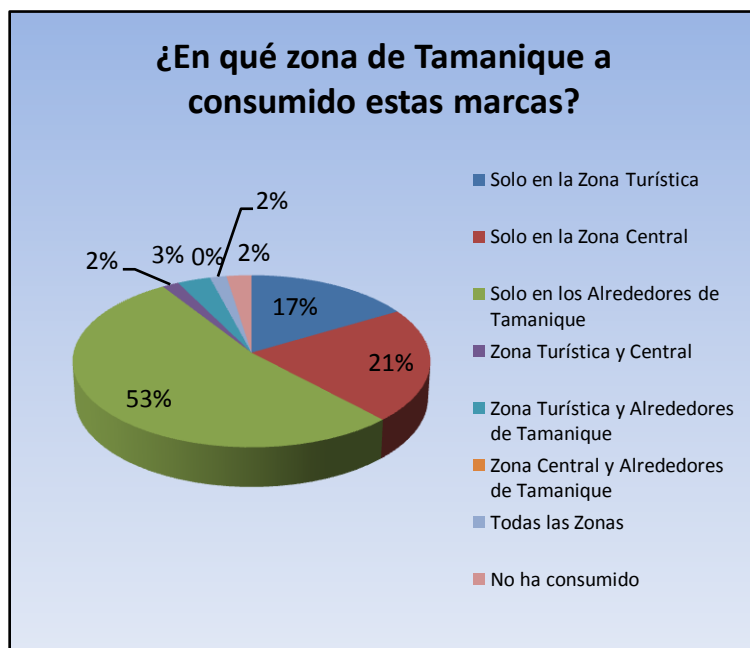
Interpretación:

Cuando en la mente del consumidor se puede ocupar un lugar para lograr ser de elección se puede deber al buen producto que se le ofrece al mercado, acompañado de un precio razonable sin perder la buena calidad. Para los habitantes de la zona de Tamanique representa una gran importancia en el consumo de postres fríos el sabor, la calidad y el buen precio; los gustos, preferencias y tendencias de consumo son bastante claras en este caso; el cliente espera recibir una compensación satisfactoria por parte de la empresa, que este acorde a la cantidad monetaria ofrecida y esto es lo que lo motiva a comprar.

8. ¿En qué zona de Tamanique a consumido estas marcas?

Objetivo: Conocer en qué zona de Tamanique son distribuidas las diversas marcas de postres helados.

Pregunta 8		
¿En qué zona de Tamanique a consumido estas marcas?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Solo en la Zona Turística	20	17%
Solo en la Zona Central	26	21%
Solo en los Alrededores de Tamanique	64	53%
Zona Turística y Central	2	2%
Zona Turística y Alrededores de Tamanique	4	3%
Zona Central y Alrededores de Tamanique	0	0%
Todas las Zonas	2	2%
No ha consumido	3	2%
Total	121	100%



Análisis:

En base al gráfico de las personas que consumen postres fríos de alguna marca en Tamanique se puede observar que un 17% de las personas lo consumen en la zona turística, un 21% lo consumen solo en la zona central, un 53% en los alrededores de la zona de Tamanique, un 2% en la zona turística y central, un 3% en la zona turística y alrededores, un 0% dice consumirlo en la zona central y alrededores, un 2% lo ha consumido en todos los lugares y un 2% dice no consumir dicho postre.

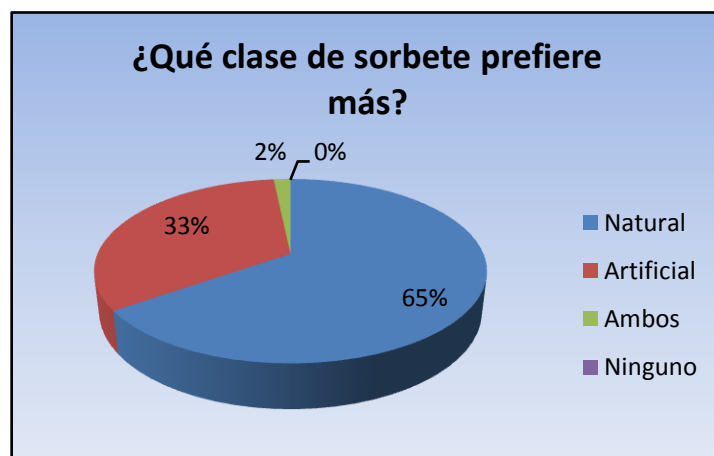
Interpretación:

Para poder introducirse en el mercado es necesario entrar en competencia con algunas de las empresas que fabrican postres fríos ya que según los lugares de frecuencia de consumo en la zona de Tamanique es mejor ubicarse en los alrededores, donde la afluencia de consumidores es mayor debido a los turistas que visitan la zona, esto permitirá un mayor reconocimiento de la marca y una rápida aceptación entre los compradores dándose a conocer libremente.

9. ¿Qué clase de sorbete prefiere más?

Objetivo: Identificar cuál es el tipo de sorbete mas degustado por las personas.

Pregunta 9		
¿Qué clase de sorbete prefiere más?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Natural	79	65%
Artificial	40	33%
Ambos	2	2%
Ninguno	0	0%
Total	121	100%



Interpretación:

De las personas encuestadas en la zona de Tamanique y sus alrededores un 65% prefieren consumir sorbetes naturales, un 33% les gusta más el sorbete artificial, el 2% consume ambos, mientras que nadie afirma no preferir alguno.

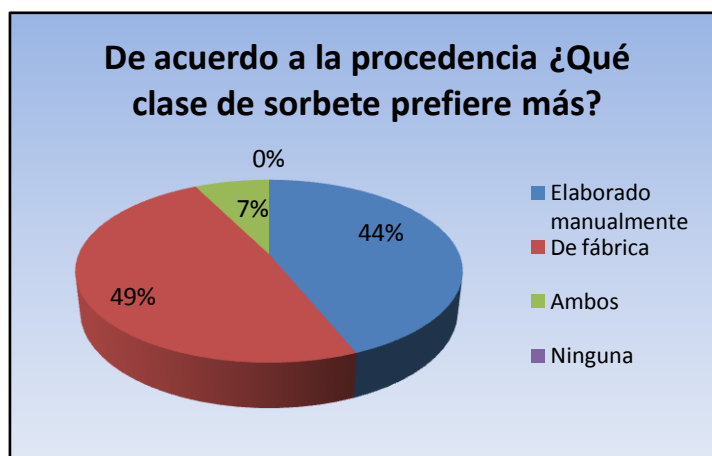
Análisis:

Para los consumidores de la zona de Tamanique y sus alrededores, se puede determinar que una gran parte de la población objetivo prefiere los sorbetes con sabores naturales, haciendo alusión al sabor y que son menos dañinos a la salud; otra parte de la población minoritaria prefiere los sorbetes artificiales, por la calidad y la higiene que se maneja en estos negocios. Las expectativas del cliente se orientan por los sorbetes de fabricación natural con el favoritismo de la calidad, higiene y la eliminación de agentes que dañen los beneficios de la fruta (preservantes dañinos).

10. De acuerdo a la procedencia ¿Qué clase de sorbete prefiere?

Objetivo: Conocer las perspectivas de las personas en cuanto a la procedencia del sorbete que consumen.

Pregunta 10		
De acuerdo a la procedencia ¿Qué clase de sorbete prefiere más?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Elaborado manualmente	53	44%
De fábrica	59	49%
Ambos	9	7%
Ninguna	0	0%
Total	121	100%



Análisis:

Para los consumidores de sorbetes se tiene la siguiente distribución, un 49% prefiere los sorbetes de fábrica, contra un 44% que prefiere los de elaboración manual y un 7% prefiere ambos.

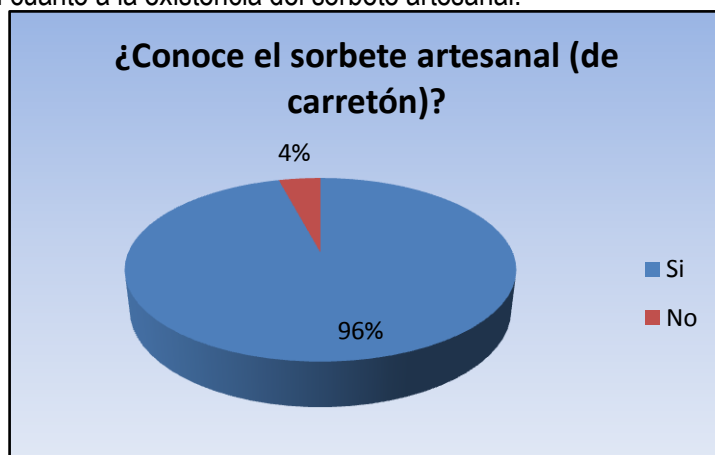
Interpretación:

La preferencia de los consumidores de sorbetes se centra con mayor fuerza en las fábricas, esto se debe a los estándares de calidad que pueden ofrecer, al cuidado que mantiene el personal (higiene y buena atención); otra parte de los consumidores prefiere la elaboración manual por el sabor que mantiene la fruta natural y la comodidad que los vendedores de este producto ofrecen ya que llegan a la puerta de sus hogares.

11. ¿Conoce el sorbete artesanal (de carretón)?

Objetivo: Indagar el nivel de conocimiento en cuanto a la existencia del sorbete artesanal.

Pregunta 11		
¿Conoce el sorbete artesanal (de carretón)?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Si	116	96%
No	5	4%
Total	121	100%



Análisis:

Entre los habitantes de Tamanique y sus alrededores un 96% afirma conocer el sorbete artesanal, mientras que un 4% dice no conocerlo.

Interpretación:

Una gran parte de los habitantes de Tamanique y sus zonas aledañas tiene conocimiento del sorbete artesanal lo cual es una ventaja para poder comercializar dicho producto ya que requerirá poca inversión en dar a conocer el tipo de bien ofertado.

12. ¿Ha consumido usted alguna vez sorbete artesanal (de carretón)?

Objetivo: Indagar el nivel de consumo y comercialización que tiene el sorbete artesanal.

Pregunta 12		
¿Ha consumido usted alguna vez sorbete artesanal (de carretón)?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Si	113	93%
No	8	7%
Total	121	100%



Análisis:

De las personas que afirman conocer el sorbete artesanal en la zona de Tamanique y sus alrededores un 93% es consumidor, mientras que un 7% niega la compra del mismo.

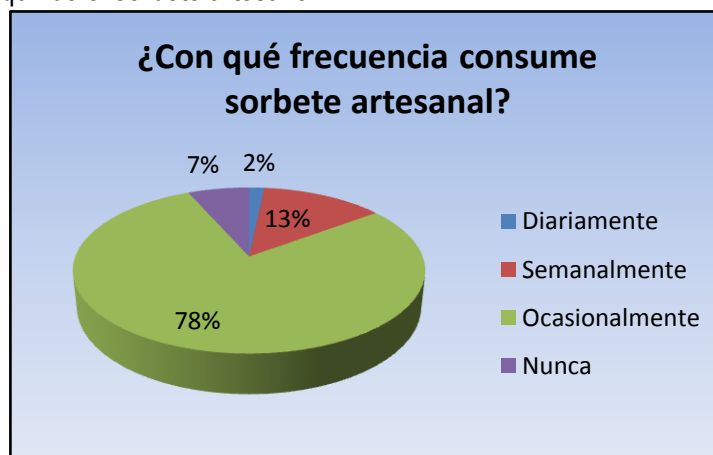
Interpretación:

Para las personas que conocen el sorbete artesanal este producto es bastante aceptado y se debe a su sabor, comodidad en la cual se distribuye, la persona que lo distribuye no debe gastar en local, publicidad o promoción y esto se ve reflejado en los precios cómodos que el bien ofertado maneja; esto lo convierte en un gran competidor de las empresas que venden postres helados.

13. ¿Con qué frecuencia consume sorbete artesanal?

Objetivo: Indagar la frecuencia con la que es adquirido el sorbete artesanal.

Pregunta 13		
¿Con qué frecuencia consume sorbete artesanal?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Diariamente	2	2%
Semanalmente	16	13%
Ocasionalmente	95	79%
Nunca	8	7%
Total	121	100%



Análisis:

Mediante el gráfico se puede apreciar la frecuencia de consumo del sorbete artesanal la cual genera un 78% de personas que lo consumen ocasionalmente, un 13% lo consume semanalmente, un 2% lo prefiere a diario y un 7% considera que nunca lo consume.

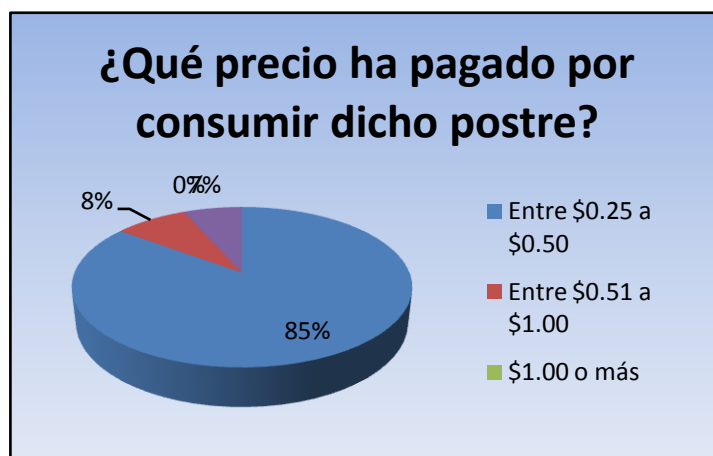
Interpretación:

La aceptación del sorbete artesanal entre los pobladores residentes y visitantes de la zona de Tamanique es bastante notable, su consumo ocasional lo convierte en un producto rentable con una muy alta frecuencia y su preferencia se debe al uso de materiales naturales los cuales son ajenos a causar daños al consumo humano.

14. ¿Qué precio ha pagado por consumir dicho postre?

Objetivo: Indagar los parámetros y niveles de precios con que se comercializa el sorbete artesanal en la zona de Tamanique.

Pregunta 14		
¿Qué precio ha pagado por consumir dicho postre?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Entre \$0.25 a \$0.50	103	85%
Entre \$0.51 a \$1.00	10	8%
\$1.00 o más	0	0%
No ha consumido	8	7%
Total	121	100%



Análisis:

Del total de encuestados un 85% de consumidores dice haber pagado entre \$0.25 a \$0.50 centavos de dólar por consumir sorbete artesanal, un 8% dice pagar entre \$0.51 a \$1.00 y un 7% dice no consumir.

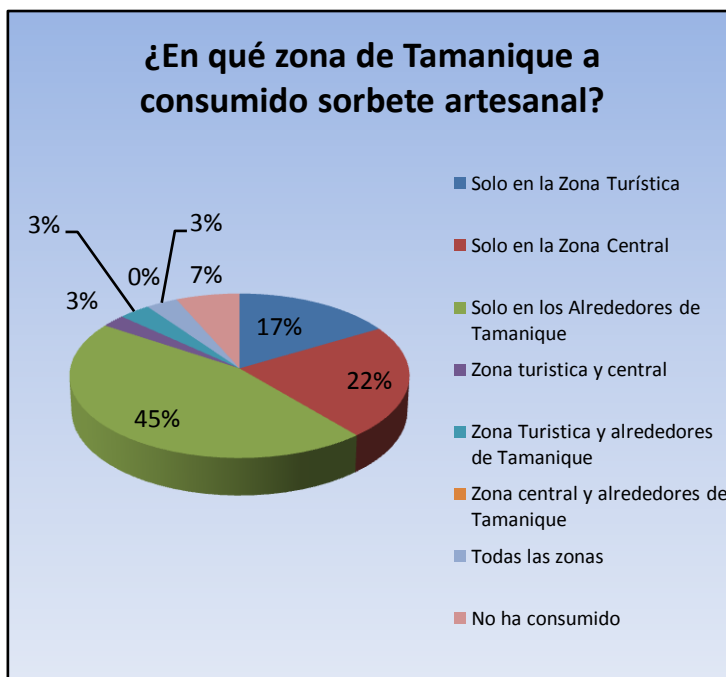
Interpretación:

Con respecto a la capacidad económica de adquisición de los consumidores la mayor parte se centra en un precio mínimo que está entre \$0.25 y \$0.50 centavos de dólar, de esto se parte un parámetro de ventas que da a entender que este postre se comercializa entre estos precios en grandes cantidades; es importante tener en cuenta los precios de venta para poder competir al momento de introducir un nuevo producto sin caer en el error de pérdida por omisión de los competidores directos, sin embargo para esto se deberán evaluar los costos de manufactura y otros gastos.

15. ¿En qué zona de Tamanique a consumido sorbete artesanal?

Objetivo: Identificar las zonas de Tamanique donde se comercializa el sorbete artesanal.

Pregunta 15		
¿En qué zona de Tamanique a consumido sorbete artesanal?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Solo en la Zona Turística	20	17%
Solo en la Zona Central	27	22%
Solo en los Alrededores de Tamanique	55	45%
Zona turística y central	3	2%
Zona Turística y alrededores de Tamanique	4	3%
Zona central y alrededores de Tamanique	0	0%
Todas las zonas	4	3%
No ha consumido	8	7%
Total	121	100%



Análisis:

Según la frecuencia de consumo de los residentes de Tamanique, sus alrededores y zona turística, un 17% consume sorbete artesanal solo en la zona turística, un 22% solo en la zona central, un 45% en los alrededores, un 3% lo hacen en la zona turística y central, otro 3% en la zona turística y alrededores de Tamanique, nadie lo consume en las zona central y alrededores, un 3% lo consumen en todas las zonas y por último un 7% no lo consumen.

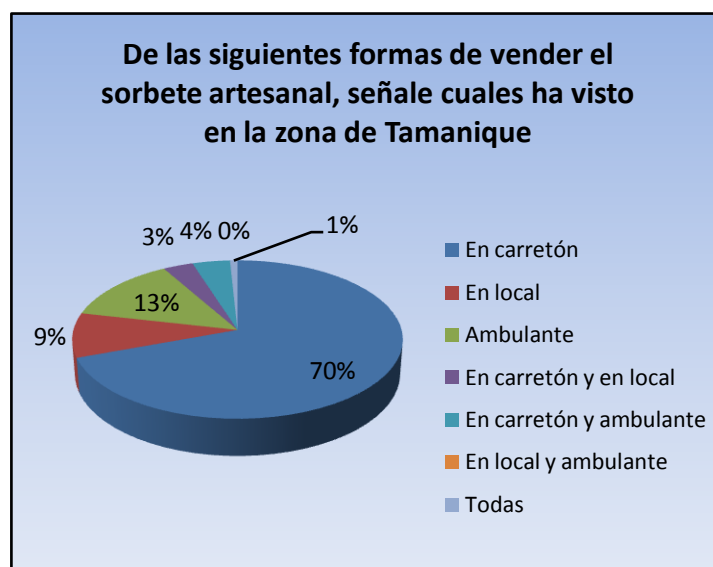
Interpretación:

Según el patrón de consumo el mercado potencial de consumo se tiene en los alrededores de Tamanique ya que ahí se encuentra parte de la zona turística y existe mayor circulación de vehículos, por tanto sería un fácil conocimiento de la empresa; la zona de comercialización más propicia sería en los alrededores de Tamanique por el fácil acceso de vía pública y la cantidad de visitantes del área turística y central.

16. De las siguientes formas de vender el sorbete artesanal, señale cuales ha visto en la zona de Tamanique.

Objetivo: Conocer cuáles son las diversas formas en que es comercializado el sorbete artesanal.

Pregunta 16		
De las siguientes formas de vender el sorbete artesanal, señale cuales ha visto en la zona de Tamanique		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
En carretón	84	69%
En local	11	9%
Ambulante	16	13%
En carretón y en local	4	3%
En carretón y ambulante	5	4%
En local y ambulante	0	0%
Todas	1	1%
Total	121	100%



Análisis:

Según los encuestados sobre los medios de vender sorbete artesanal destacan en un 70% la venta en carretón, un 9% en locales, un 13% de manera ambulante, un 3% en carretón y local, un 4% en carretón y ambulante, nadie afirma la venta en local y ambulante y solo un 1% dice que existen todos los medios anteriores.

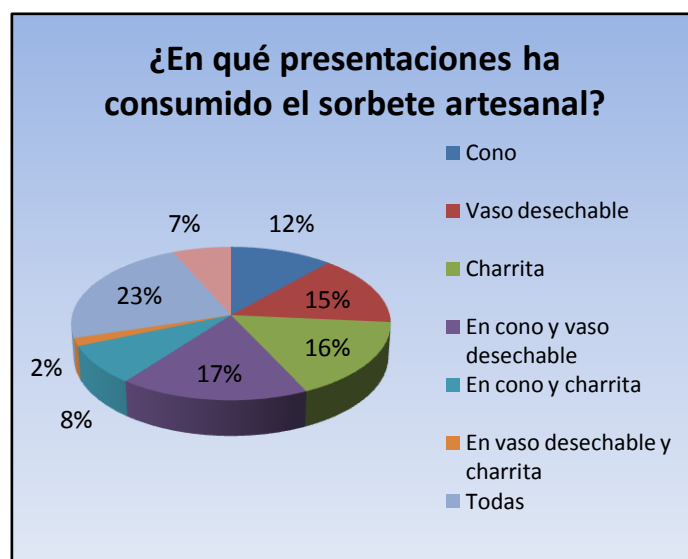
Interpretación:

Una de las diversas formas que posee mucho peso en las cuales se comercializa el sorbete artesanal es mediante un carretón, ya que es la manera tradicional de vender este producto; sin embargo otros factores se suman a que esta sea propicia como la facilidad de acceso a diferentes lugares por ser unidad móvil, abarca una gran extensión de terreno mediante una ruta aumentando el nivel de las ventas, el bajo precio se debe a que estos no cancelan local u otros gastos convirtiéndose en competidores de los demás vendedores. Para convertirse en competidor de los demás vendedores habrá que pensar en formas de expandirse abarcando vías de fácil acceso y puntos estratégicos de comercialización.

17. ¿En qué presentaciones ha consumido el sorbete artesanal?

Objetivo: Conocer las preferencias de las personas a la hora de consumir el sorbete artesanal.

Pregunta 17		
¿En qué presentaciones ha consumido el sorbete artesanal?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Cono	14	12%
Vaso desechable	18	15%
Charrita	20	17%
En cono y vaso desechable	21	17%
En cono y charrita	10	8%
En vaso desechable y charrita	2	2%
Todas	28	23%
No ha consumido	8	7%
Total	121	100%



Análisis:

De las personas encuestadas en el municipio de Tamanique y sus alrededores un 12% prefiere consumirlo en cono, un 15% lo degusta en vaso desechable, un 16% lo consume en charrita, otro 17% lo consume en cono y vaso desechable, un 8% en cono y charrita, un 2% lo compra en vaso desechable y charrita, un 23% en todas las presentaciones y un 7% no lo consume.

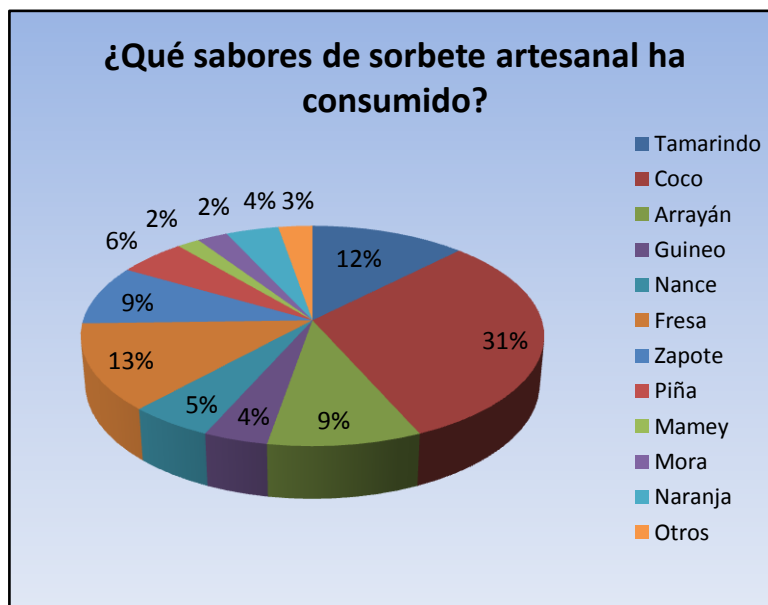
Interpretación:

Para poder comercializar el sorbete artesanal existen tres diferentes alternativas, cada una se diferencia en el precio y el contenido que maneja. En el área de estudio las personas prefieren mantener estos estándares de venta debido a que son comunes entre los consumidores; sin embargo si la variable preferencias se traduce a ventas tendríamos que los ingresos en orden de decadencia serían venta en charrita, luego vaso desechable y por último cono. Se debe tomar en cuenta la opinión del consumidor para lograr la satisfacción del mercado meta; que espera de la empresa, sus niveles de aceptación y aprovechar sus preferencias como márgenes de producción y venta tentativos.

18. ¿Qué sabores de sorbete artesanal ha consumido?

Objetivo: Identificar la cantidad, variedad y preferencias que existen en el área de Tamanique en cuanto al sorbete artesanal.

Pregunta 18		
¿Qué sabores de sorbete artesanal ha consumido?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Tamarindo	41	12%
Coco	102	31%
Arrayán	31	9%
Guineo	13	4%
Nance	17	5%
Fresa	42	13%
Zapote	29	9%
Piña	18	5%
Mamey	6	2%
Mora	8	2%
Naranja	14	4%
Otros	9	3%
Total	330	100%



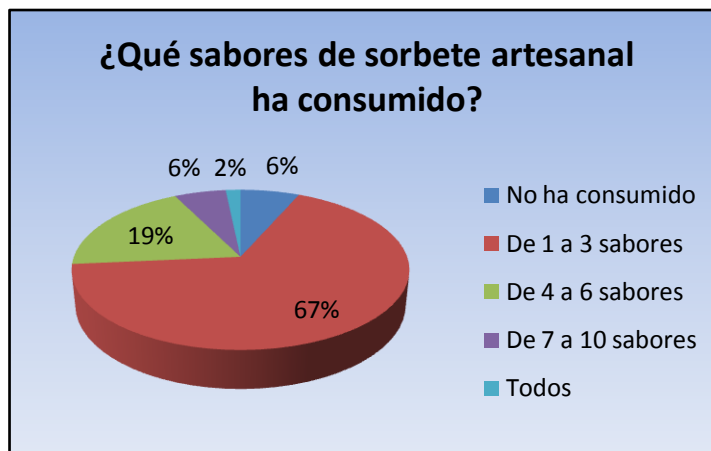
Análisis:

Para las personas que consumen sorbete artesanal en Tamanique y sus alrededores se tiene la siguiente distribución porcentual con respecto a los diversos sabores, 12% tamarindo, 31% coco, 9% arrayán, 4% guineo, 5% nance, 13% fresa, 9% zapote, 6% piña, 2% mamey, 2% mora, 4% naranja y un 3% prefiere otros sabores.

Interpretación:

El conocer los diferentes sabores de sorbete artesanal que el consumidor en el municipio de Tamanique y sus alrededores adquiere se transforma en la variable gustos y preferencias con el objetivo de identificar las tendencias de consumo existentes en el mercado actual y de igual manera satisfacer las necesidades del cliente, para tener una idea de competencia contra los demás distribuidores de sorbetes.

Pregunta 18		
¿Qué sabores de sorbete artesanal ha consumido?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
No ha consumido	8	7%
De 1 a 3 sabores	81	67%
De 4 a 6 sabores	23	19%
De 7 a 10 sabores	7	6%
Todos	2	2%
Total	121	100%



Análisis:

Según el gráfico anterior se puede observar que un 67% de las personas encuestadas en Tamanique y sus alrededores ha consumido entre 1 a 3 sabores distintos, 19% de 4 a 6 sabores, el 6% prefiere entre 7 a 10 sabores, el 2% dice haber consumido todos los sabores y un 6% dice no consumirlo.

Interpretación:

Para las personas que consumen el sorbete artesanal se concentran entre 1 y 3 sabores en su mayor parte lo cual a su vez puede parecer monótono también es indicador de consumo primordial, pocas son las personas que prefieren la variedad de sabores lo cual es necesario tomarlo en cuenta para ofertar otra perspectiva al consumidor y ampliar horizontes de consumo.

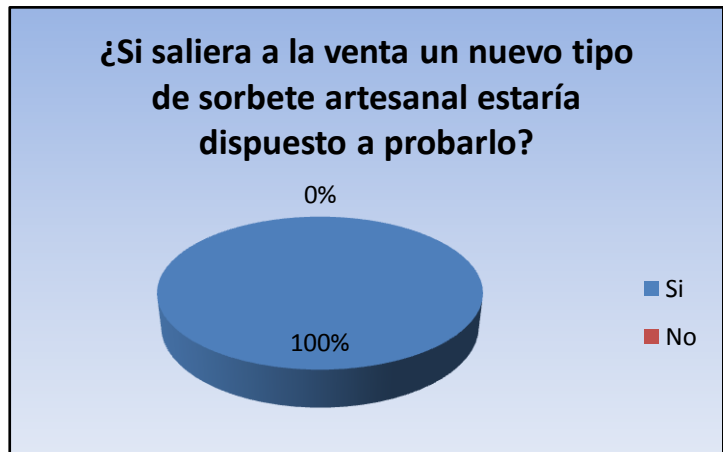
Interpretación General:

Para los consumidores de sorbete la diversidad de sabores puede parecer una elección difícil sin embargo es necesario crearla para ofertar opciones al consumidor sin caer en la singularidad o simplicidad de sabores, lo cual nos conlleva al segundo dilema centrarse en los sabores mas consumidos y ofrecer una gama distintiva al cliente pero esta línea la define finalmente el consumidor y se refleja en los márgenes de venta y los niveles de producción.

19. ¿Si saliera a la venta un nuevo tipo de sorbete artesanal estaría dispuesto a probarlo?

Objetivo: Conocer la disponibilidad de las personas para degustar un nuevo sorbete artesanal.

Pregunta 19		
¿Si saliera a la venta un nuevo tipo de sorbete artesanal estaría dispuesto a probarlo?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Si	121	100%
No	0	0%
Total	121	100%



Análisis:

En el municipio de Tamanique y sus alrededores se planteó la interrogante sobre la introducción de un nuevo tipo de sorbete artesanal el resultado obtenido fue de un 100% aprobando la venta del postre frío.

Interpretación:

Para las personas que han consumido el sorbete artesanal les parece bien la idea de la introducción de un nuevo tipo de sorbete artesanal con las condición de mantener el estándar de sabor que manejan otros vendedores, en este porcentaje se incluyen las personas que nunca habían consumido sorbete artesanal mostrando interés para ser nuevos clientes. La respuesta positiva a un proyecto de esta magnitud es alentadora ya que no existirían trabas al momento de comercializar el sorbete artesanal.

20. ¿Qué sabores le gustaría que existieran?

Objetivo: Conocer los gustos de las personas en cuanto a la existencia de nuevos sabores de sorbete artesanal.

Pregunta 20		
¿Qué sabores le gustaría que existieran?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Mango	42	9%
Marañón	23	5%
Jocote	20	4%
Zapote	15	3%
Coco	17	3%
Tamarindo	15	3%
Nance	18	4%
Mandarina	9	2%
Guanaba	3	1%
Granada	7	1%
Carao	5	1%
Icaco	3	1%
Mamón	5	1%
Mamey	15	3%
Kiwi	8	2%
Piña	26	5%
Zapotillo	6	1%

Zunza	3	1%
Arrayán	21	4%
Naranja	18	4%
Anona	7	1%
Granadilla	13	3%
Mora	7	1%
Manzanilla	5	1%
Guayaba	5	1%
Níspero	7	1%
Limón	14	3%
Guineo	23	5%
Melón	27	5%
Sandía	22	4%
Papaya	14	3%
Papaturro	3	1%
Maracuyá	13	3%
Membrillo	3	1%
Caimito	4	1%
Carambola	5	1%
Otros	40	8%
Total	491	100%



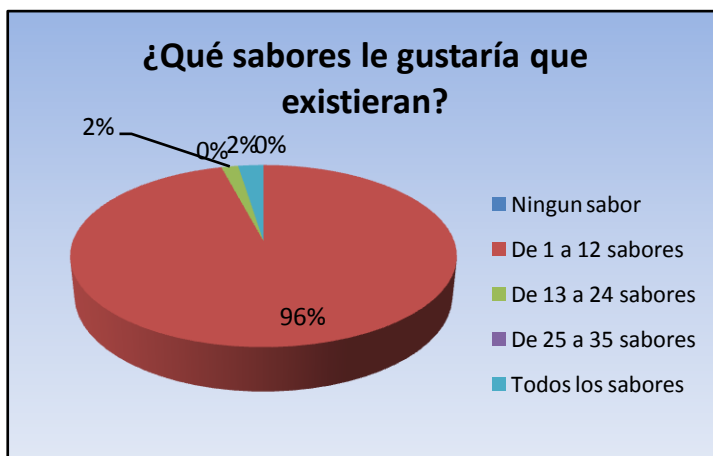
Análisis:

Sobre las personas que consumen sorbetes y los sabores que prefirieran que se comercializaran se tiene la siguiente distribución; un 9% mango, 5% marañón, 4% jocote, 3% zapote, 3% coco, 3% tamarindo, 4% nance, 2% mandarina, 1% guanaba, 1% granada, 1% carao, 1% icaco, 1% mamón, 3% mamey, 2% café, 5% piña, 1% zapotillo, 1% zunza, 4% arrayan, 4% naranja, 1% anona, 3% granadilla, 1% mora, 1% manzanilla, 1% guayaba, 1% níspero, 3% limón, 5% guineo, 5% melón, 4% sandía, 3% papaya, 1% papaturro, 3% maracuyá, 1% caimito, 1% carambola y un 8% prefiere otros sabores (uva, fresa, manzana, etc.)

Interpretación:

La diversidad de sabores es un factor importante para tomarlo como distintivo, la base para crear la gama de sabores a ofrecer debe de ser fundamentada en gustos y preferencias, patrones de consumo y combinaciones a modo de sobresalir sobre lo común.

Pregunta 20		
¿Qué sabores le gustaría que existieran?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Ningún sabor	0	0%
De 1 a 12 sabores	116	96%
De 13 a 24 sabores	2	2%
De 25 a 35 sabores	0	0%
Todos los sabores	3	2%
Total	121	100%



Análisis:

Entre la gama de sabores según las personas encuestadas en el municipio de Tamanique y sus alrededores se destaca una variedad de 1 a 12 sabores distintos con un 96%, un 2% desea entre 13 y 24 sabores, otro 2% prefiere una combinación de todos los sabores, mientras que nadie afirma preferir ningún sabor.

Interpretación:

Para las personas consumidoras de sorbete artesanal la variedad de sabores es indispensable para no decaer en el simplismo o monotonía ofertada por la empresa, sin embargo una larga oferta de sabores puede ser síntoma de pérdida y confusión entre los clientes. Lo más indicado será estandarizar los sabores más comunes e incluir ciertos sabores exóticos para introducir poco a poco al comprador a la diversidad.

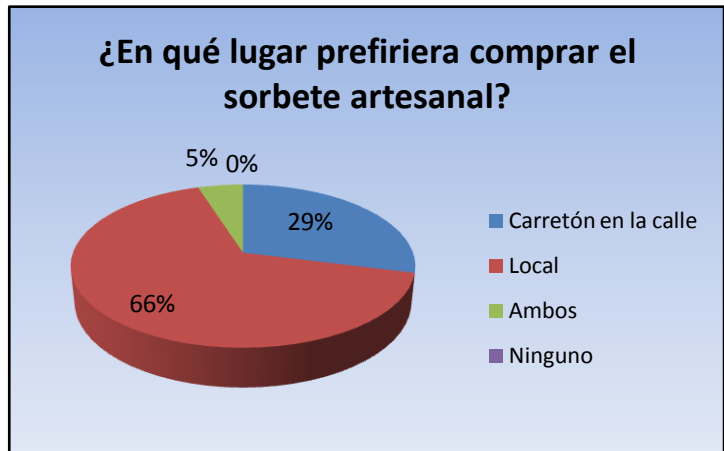
Interpretación General:

Para lograr la combinación perfecta de sabores es indispensable conocer los gustos y preferencias de los consumidores, patrones generales de consumo en sabores, estandarización de frutas para los turistas, incluir variedad sin opacar el mercado y su mismo producto. Una estrategia podría ser promocionar frutas de estación para aprovechar las temporadas de mayor auge de fruta y llamar la atención del consumidor.

21. ¿En qué lugar prefiriera comprar el sorbete artesanal?

Objetivo: Conocer las preferencias de las personas en cuanto al lugar donde se comercializa el sorbete artesanal

Pregunta 21		
¿En qué lugar prefiriera comprar el sorbete artesanal?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Carretón en la calle	35	29%
Local	80	66%
Ambos	6	5%
Ninguno	0	0%
Total	121	100%



Análisis:

Para las personas de Tamanique y sus alrededores, el 66% prefieren consumir el sorbete artesanal en un local, un 29% desea consumirlo de un carretón en la calle y un 5% de ambos medios, mientras que nadie afirma que no desea consumirlo.

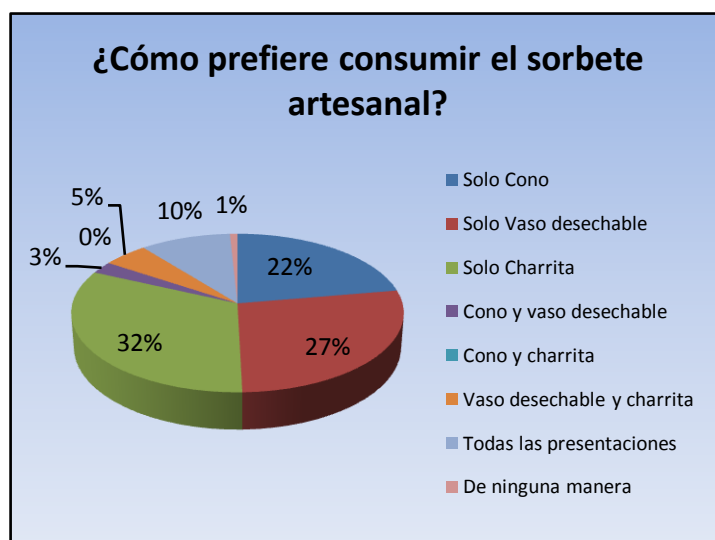
Interpretación:

En la mente del cliente consumidor existe la variable confort la cual es muy susceptible a cambios y a puntos de vista, e igualmente la manera en que se recibe el beneficio. Un local de venta se reconoce por su calidad, precio, higiene y buen servicio; esto es lo que espera el consumidor recibir a cambio de su pago monetario. Una venta ambulante facilita la cobertura de mercado y menores gastos a los de un local, sin embargo se debe tomar en cuenta un reglamento de higiene y seguridad para los vendedores y generar un ambiente de confianza entre oferente y ofertado.

22. ¿Cómo prefiere consumir el sorbete artesanal?

Objetivo: Conocer las preferencias de las personas en cuanto a la forma de consumir el sorbete artesanal.

Pregunta 22		
¿Cómo prefiere consumir el sorbete artesanal?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Solo Cono	27	22%
Solo Vaso desechable	33	27%
Solo Charrita	39	32%
Cono y vaso desechable	3	2%
Cono y charrita	0	0%
Vaso desechable y charrita	6	5%
Todas las presentaciones	12	10%
De ninguna manera	1	1%
Total	121	100%



Análisis:

Como preferencia del consumo de sorbete artesanal en el municipio de Tamanique y zonas aledañas se tiene que el 22% prefieren consumirlo solo en cono, un 27% solo en vaso desechable, un 32% solo en charrita, el 3% en cono y vaso desechable, un 0% en cono y charrita, 5% en vaso desechable y charrita, el 10% en todas las presentaciones y un 1% de ninguna manera pues no lo consumen.

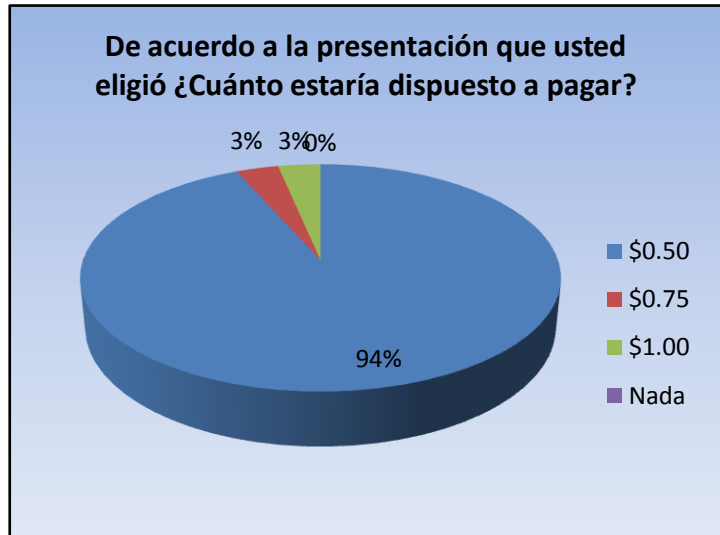
Interpretación:

La presentación de un producto es una variable de mucho peso ya que para vender se debe agradar a la vista del cliente, la preferencia del consumidor es base fundamental para crear estándares y volúmenes de producción que satisfagan necesidades demandadas; para los resultados obtenidos las personas prefieren un barquillo y un vaso desechable, unos por el sabor y otros por la higiene.

23. De acuerdo a la presentación que usted eligió ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?

Objetivo: Indagar los parámetros y niveles de precios con los que se puede comercializar el sorbete artesanal.

Pregunta 23		
De acuerdo a la presentación que usted eligió ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
\$0.50	113	93%
\$0.75	4	3%
\$1.00	4	3%
Nada	0	0%
Total	121	100%



Análisis:

De acorde a las distintas presentaciones que las personas eligen para consumir el sorbete artesanal en el municipio de Tamanique y sus alrededores, el precio que consideran razonable es el siguiente; un 94% estaría dispuesto a cancelar \$0.50, un 3% \$0.75 y el otro 3% considera adecuado \$1.00.

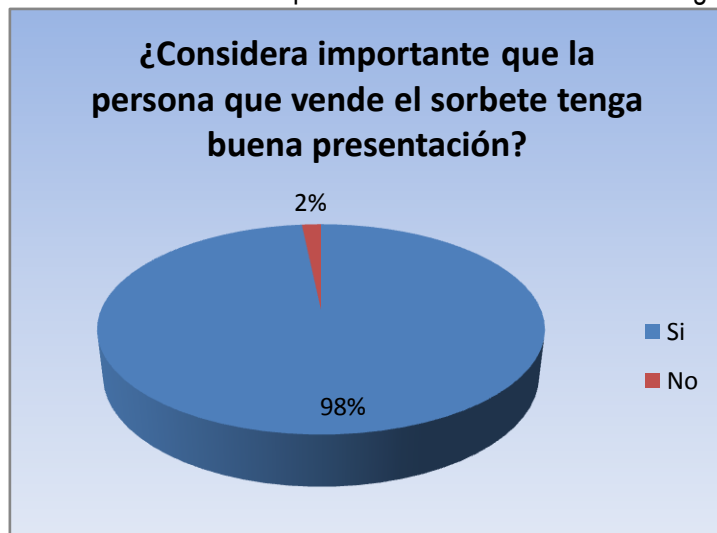
Interpretación:

Para establecer un precio desde el punto de vista del empresario se consideran las erogaciones en los costos y gastos involucrados en la fabricación del bien o servicio más un valor agregado que es el margen de utilidad. Sin embargo visto desde el punto del consumidor el precio está directamente relacionado con la calidad de lo ofertado, a este se le agregan variables como la higiene, el buen servicio, el ambiente y el valor agregado; situando este ultimo como primordial ya que este factor puede hacer que al cliente le agrade o destruya la imagen de la empresa. Con respecto a la capacidad económica se observa que las personas están dispuestas a cancelar el mínimo precio por el sorbete artesanal, sin embargo esto no significa que por tener un valor cómodo se deba dejar de lado el buen servicio y la calidad; ya que estos factores realzan el valor sentimental de los bienes.

24. ¿Considera importante que la persona que vende el sorbete tenga buena presentación?

Objetivo: Indagar la importancia que las personas le dan al hecho que los vendedores de sorbete tengan una buena presentación personal

Pregunta 24		
¿Considera importante que la persona que vende el sorbete tenga buena presentación?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Si	119	98%
No	2	2%
Total	121	100%



Análisis:

Del 100% de los encuestados que consideran la buena presentación en la zona de Tamanique y sus lugares aledaños se tiene que; un 98% considera importante que alguien que vende el sorbete artesanal debe tener buena presentación, mientras que un 2% considera que no es necesario.

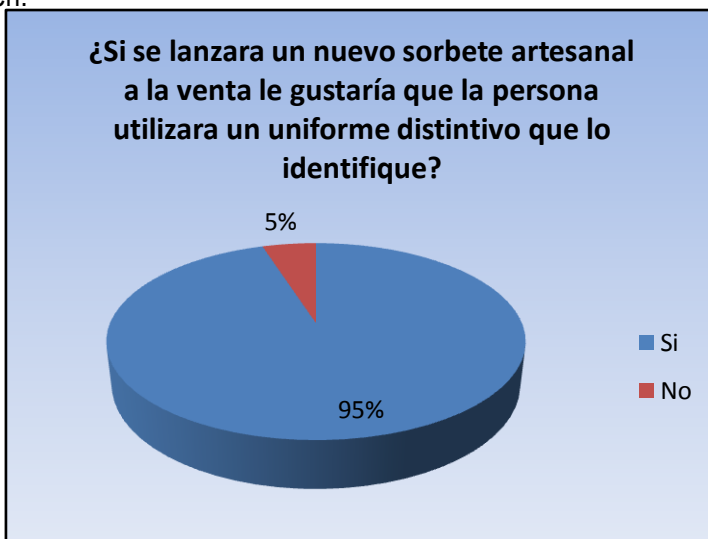
Interpretación:

Para un consumidor habitual una buena presentación es síntoma de higiene, seguridad y calidad en el producto; el vendedor en este caso genera un ambiente de confianza que su bien es aceptable para las expectativas del cliente. Para los habitantes de la zona de Tamanique y sus alrededores la presentación es un punto clave en la venta de un producto, un ambiente limpio y sano tiene como respuesta una rápida aceptación, deja una buena imagen en la mente del consumidor e influye en la toma de decisiones al momento de existir competencia.

25. ¿Si se lanzara un nuevo sorbete artesanal a la venta le gustaría que la persona utilizara un uniforme distintivo que lo identifique?

Objetivo: Conocer el punto de vista de las personas si sería bien visto que los vendedores de sorbete artesanal portaran distintivos que los identifiquen.

Pregunta 25		
¿Si se lanzara un nuevo sorbete artesanal a la venta le gustaría que la persona utilizara un uniforme distintivo que lo identifique?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Si	115	95%
No	6	5%
Total	121	100%



Análisis:

En el municipio de Tamanique y sus alrededores, el uso de distintivos en un nuevo sorbete artesanal generó los resultados siguientes; con un 95% se tiene una respuesta positiva y por su contraparte una respuesta negativa en un 5% de los encuestados.

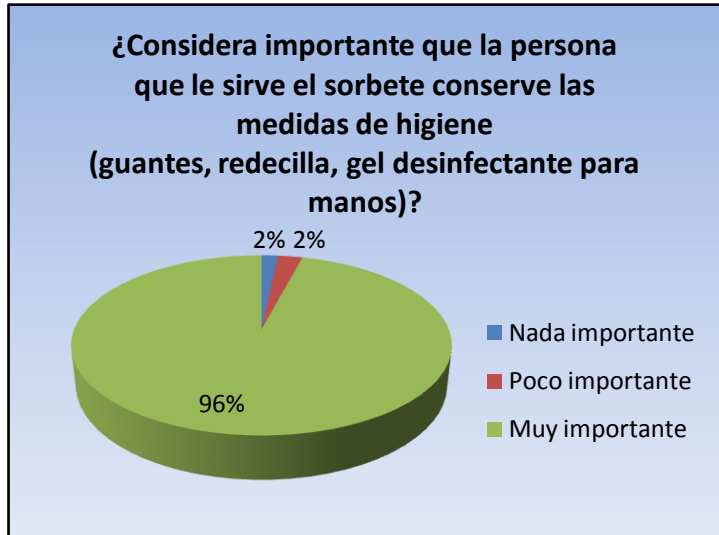
Interpretación:

Para poder distribuir un producto en un área o zona específica se debe de utilizar un distintivo llamativo para alejar al consumidor de la competencia y alertarlos sobre quien les da el bien o servicio, el uso de un uniforme estereotipa al vendedor que es perteneciente a una empresa en particular; un distintivo puede parecer una técnica de motivación para el empleado como símbolo de pertenencia y unión con la entidad, en su totalidad no lo es; un distintivo se orienta por las vías de comunicación para penetración de mercado, publicidad y promoción.

26. ¿Considera importante que la persona que le sirve el sorbete conserve las medidas de higiene (guantes, redecilla, gel desinfectante para manos)?

Objetivo: Indagar que el nivel de importancia que las personas le dan al uso de medidas higiénicas para el manejo de los alimentos que consumen

Pregunta 26		
¿Considera importante que la persona que le sirve el sorbete conserve las medidas de higiene (guantes, redecilla, gel desinfectante para manos)?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Nada importante	2	2%
Poco importante	3	2%
Muy importante	116	96%
Total	121	100%



Análisis:

Sobre las personas encuestadas en la zona de Tamanique y alrededores, con respecto a las medidas de higiene ellos opinan su nivel de importancia de la siguiente manera; un 96% considera este factor muy importante, un 2% lo considera poco importante y otro 2% no lo considera importante.

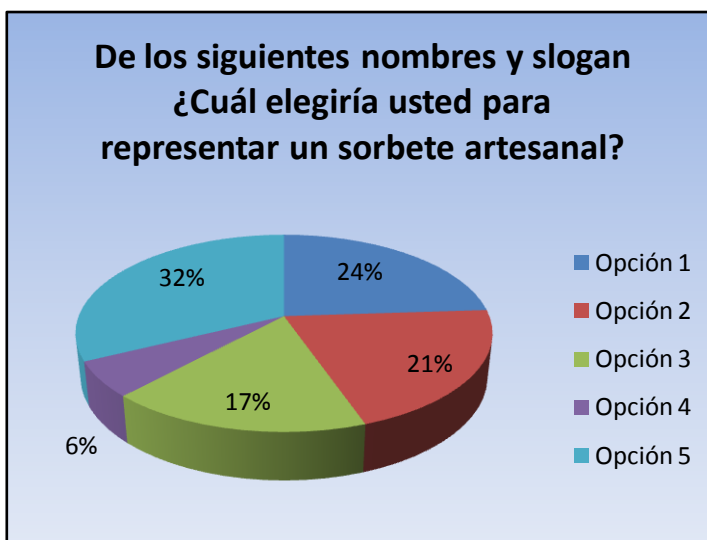
Interpretación:

Las medidas de higiene y seguridad en todo local o negocio de alimentos son reguladas por entidades de salubridad correspondientes, al igual que son obligatorias. Para las personas en Tamanique y alrededores la higiene es muy importante, esto se debe a que un lugar limpio y la persona que en el permanece generan confianza, satisfacción y bienestar. El cliente sin duda alguna tendrá un alto nivel de aceptación del producto ofertado.

27. De los siguientes nombres y slogan ¿Cuál elegiría usted para representar un sorbete artesanal?

Objetivo: Elegir a través de la opinión de las personas el nombre más adecuado para el sorbete artesanal.

Pregunta 27		
De los siguientes nombres y slogan ¿Cuál elegiría usted para representar un sorbete artesanal?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Opción 1	29	24%
Opción 2	25	21%
Opción 3	21	17%
Opción 4	7	6%
Opción 5	39	32%
Total	121	100%



Análisis:

Del 100% de personas encuestadas en Tamanique y alrededores con respecto a nombres y slogan de producto para sorbete artesanal se tiene que; un 24% prefiere la opción 1, un 21% la opción 2, un 17% se inclina por la opción 3, un 6% opta por la opción 4, mientras que el 32% se decidió por la opción 5. Dando como electa la opción 5.

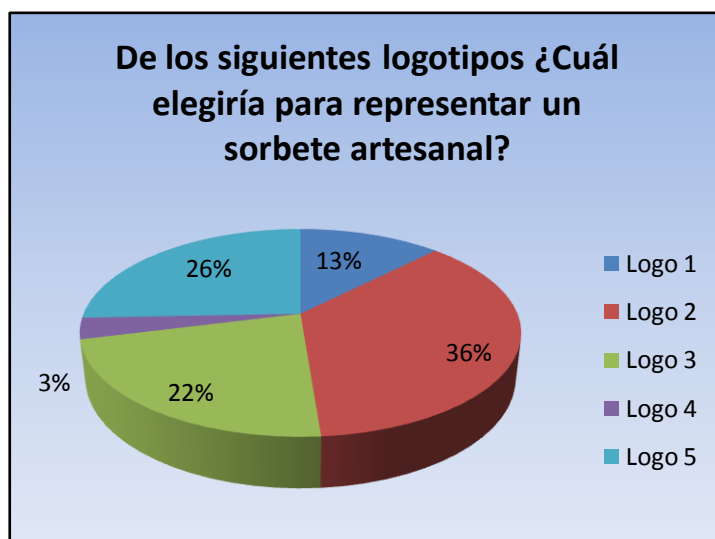
Interpretación:

Para la empresa el nombre y slogan son muy importantes, en este caso son como nombre y apellido o característica principal de la entidad. El nombre hace la función de distinción de la competencia y otros productos similares; por su parte el slogan hace la función de posicionamiento en la mente del consumidor y retroalimentación sobre que se trata el bien ofertado.

28. De los siguientes logotipos ¿Cuál elegiría para representar un sorbete artesanal?

Objetivo: Elegir a través de la opinión de las personas el logotipo que representará el sorbete artesanal.

Pregunta 28		
De los siguientes logotipos ¿Cuál elegiría para representar un sorbete artesanal?		
Alternativa	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Logo 1	15	12%
Logo 2	44	36%
Logo 3	27	22%
Logo 4	4	3%
Logo 5	31	26%
Total	121	100%



Análisis:

Para las personas encuestadas en Tamanique y alrededores con respecto a un logotipo para el sorbete artesanal las reacciones fueron; con un 13% el logo 1, con un 36% el logo 2, con un 22% el logo 3, con un 3% el logo 4 y con un 26% el logo 5. Dando como electo al logo 2.

Interpretación:

Un slogan no es más que la representación gráfica de lo que se pretende ofertar con el fin de adentrarse en la mente del consumidor; este debe ser llamativo y alusivo al bien que se pretende comercializar. Con el tiempo el logotipo sustituirá al nombre y el slogan dejando estos como grabados en la mente del cliente que al ver esa imagen la empresa de la cual se habla y que ofrece vendrá a sus mentes.

ANEXO 10 – MODELO DE ENCUESTA PARA ADMINISTRATIVOS

**Universidad de El Salvador
Facultad de Ciencias Económicas
Escuela de Administración de Empresas**



Encuesta sobre un estudio de factibilidad para el montaje de una procesadora de sorbete artesanal, para la cooperativa “La Libertad” de R.L., Tamanique.

Saludo: Tenga un buen día, por este medio reciba un cordial saludo, somos estudiantes egresados de la Universidad de El Salvador de la carrera de Administración de Empresas, en esta ocasión le solicitamos su valiosa colaboración para completar la siguiente encuesta.

Objetivo: Identificar el grado de aprobación de los administrativos de la cooperativa “La Libertad” de R.L. para la implementación del proyecto de montaje de una procesadora de sorbete artesanal.

Indicaciones: Marque con una “X” la respuesta que considere adecuada, a la interrogante que se le presenta.

Datos generales:

Sexo: Masculino Femenino

Edad: De 15 a 25 años De 26 a 35 años De 36 a mas

Cargo: _____

Interrogantes específicas:

1. ¿Cuánto tiempo tiene de pertenecer a la cooperativa?

Menos de 1 año

De 1 a 5 años

5 años o más

2. ¿Conoce la misión y la visión de la cooperativa?

Si

No

3. ¿Conoce los proyectos que lleva a cabo la cooperativa?

Si

No

4. ¿Por qué medio se entera de los proyectos a poner en marcha en la cooperativa?

Reuniones

Notas

Periódico mural

5. ¿Quiénes son los encargados de tomar las decisiones en los nuevos proyectos?

Presidente de la cooperativa

Voto común

Junta directiva

6. ¿Al momento de llevar a cabo un proyecto se da a conocer los objetivos a alcanzar?

Si

No

7. ¿Conoce usted si la cooperativa cuenta con nuevos proyectos para un futuro?

Si

No

8. ¿Conoce usted las metas de la cooperativa para este año?

Si

No

9. ¿Cada cuánto se reúnen para dar a conocer los avances de los proyectos?

10. ¿Considera que es importante dar a conocer los objetivos de un proyecto a realizar?

- Mucho
- Poco
- Nada

11. ¿En el presente año ha recibido alguna capacitación?

- Si
- No

12. Si su respuesta a la pregunta anterior fue sí, mencione sobre qué temática trató la capacitación:

13. ¿Cuál es la incidencia que tiene la cooperativa con respecto a las siguientes áreas?

	Nada	Poco	Mucho
Agricultura	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ganadería	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Industria	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Manufactura	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

14. De las siguientes actividades coloque la calificación respectiva según el nivel participación de la cooperativa:

	Pésimo	Bajo	Medio	Alto	Excelente
Cultivo de maíz	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cultivo de frijol	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Cultivo de café	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cultivo de fruta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cultivo de flores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Compra-venta de ganado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Crianza de ganado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Avicultura	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

15. ¿Tiene conocimiento si la cooperativa cuenta con alianzas estratégicas con otras cooperativas?

Si

No

16. ¿Cómo considera usted la relación que tiene la cooperativa a la cual pertenece con las otras cooperativas de Tamanique (Acahuaspán, San Isidro y San Alfonso)?

Regular

Buena

Muy Buena

Excelente

17. ¿Conoce usted si la cooperativa tiene algún programa de ayuda comunitaria (programas educativos, campañas de salubridad, ayuda a los cultivos, semilla mejorada etc.?)

Si

No

18. ¿Qué tipo de beneficios ofrece la cooperativa a los socios o la comunidad?

Monetariamente (Pago)

En especie (cultivo, ganado)

Conocimientos (Aprendizaje por capacitación)

Laboralmente (Oportunidad de trabajo)

Acceso a créditos

Ayuda a la familia (Medicamentos, educación)

19. ¿Si se le presenta un nuevo proyecto sobre el montaje de una procesadora de sorbete artesanal estaría dispuesto a integrarse?

Si

No

20. ¿Estaría dispuesto a trabajar en equipo para el montaje de una procesadora de sorbete artesanal?

Si

No

21. ¿Estaría dispuesto a trabajar en conjunto con otras cooperativas para la recolección de fruta?

Si

No

22. ¿Posee usted algún conocimiento sobre la elaboración de sorbete artesanal?

Si

No

23. ¿Posee algún conocimiento en el uso de maquinaria para la transformación de la fruta?

Si

No

24. ¿Cree usted que este tipo de sorbete artesanal tendría aceptación entre los consumidores?

Si

No ¿Por qué? _____

25. ¿Cómo cree usted que sería mejor vender el sorbete artesanal?

- Directamente en un local
- Distribuidor de carretón
- Otros Especifique: _____
-

26. ¿Cree usted que las personas encargadas de vender este sorbete deberían usar uniformes y distintivos para dar a conocer el producto?

- Si
- No ¿Por qué? _____
-

27. ¿Estaría dispuesto a hacerle promoción y publicidad al sorbete artesanal?

- Si
- No

28. ¿Cómo considera el hecho de realizarle publicidad y promoción a este producto para su introducción al mercado?

- Nada Importante
- Poco Importante
- Muy Importante

29. ¿Tiene algún conocimiento sobre qué son las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM)?

- Si
- No

30. ¿Cree usted que trabajar en equipo es beneficioso para la realización de un proyecto?

- Si
- No

31. De los siguientes nombres y slogan ¿Cuál elegiría usted para representar un sorbete artesanal?

NOMBRE	SLOGAN	
D´Carretón	El sabor de la tradición	<input type="checkbox"/>
Sorbeloco	Locura de sabores naturales	<input type="checkbox"/>
Los naturales	La fruta hecha sorbete	<input type="checkbox"/>
Sorbetes de Tamanique	Lo mejor de Tamanique	<input type="checkbox"/>
Delifrutal	El sabor de lo natural	<input type="checkbox"/>

32. De los siguientes logotipos ¿Cuál elegiría para representar un sorbete artesanal?



LOGO # 1



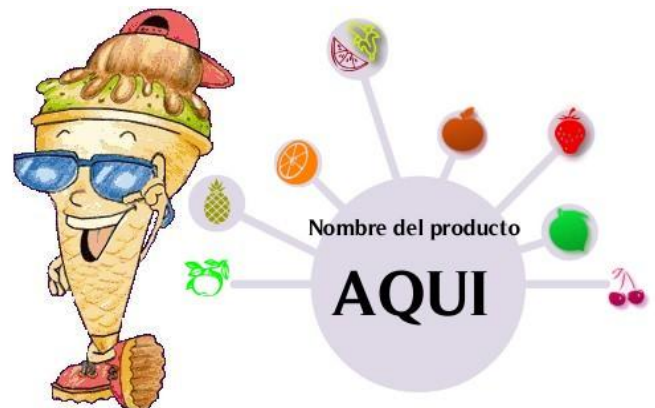
LOGO # 2



LOGO # 3



LOGO # 4



LOGO # 5

ANEXO 11 – MODELO DE ENCUESTA PARA ASOCIADOS



Universidad de El Salvador
Facultad de Ciencias Económicas
Escuela de Administración de Empresas



Encuesta sobre un estudio de factibilidad para el montaje de una procesadora de sorbete artesanal, para la cooperativa “La Libertad” de R.L., Tamanique.

Saludo: Tenga un buen día, por este medio reciba un cordial saludo, somos estudiantes egresados de la Universidad de El Salvador de la carrera de Administración de Empresas, en esta ocasión le solicitamos su valiosa colaboración para completar la siguiente encuesta.

Objetivo: Conocer el grado de aceptación para la puesta en marcha del proyecto del montaje de la procesadora de sorbete artesanal por parte de las familias asociadas a la cooperativa “La Libertad” de R.L.

Indicaciones: Marque con una “X” la respuesta que considere adecuada, a la interrogante que se le presenta.

Datos generales:

Sexo: Masculino Femenino

Edad: De 15 a 25 años De 26 a 35 años De 36 a mas

Clase económica: Baja Media Alta

Interrogantes específicas:

1. ¿Cómo está constituido su grupo familiar? (Personas que viven en su hogar)

Parentesco	Cantidad	Edades
Esposo (a)		
Hijo (s)		
Hija (s)		
Papá		
Mamá		
Hermano (s)		
Hermana (s)		
Primos		

Sobrinos		
Tíos		
Otros (Especifique)		

2. ¿Cuánto tiempo tiene de ser miembro de la cooperativa?

Menos de 1 año

De 1 a 5 años

5 años o más

3. ¿Conoce los proyectos que lleva a cabo la cooperativa?

Todos

Algunos

Ninguno

4. ¿Por qué medio se entera de los proyectos que se pondrán en marcha dentro de la cooperativa?

Reuniones

Notas

Periódico mural

5. ¿Quiénes son los encargados de tomar las decisiones en los nuevos proyectos en la cooperativa?

Presidente de la cooperativa

Voto común

Junta directiva

6. ¿Obtiene usted algún beneficio al pertenecer a la cooperativa?

Si

No

7. ¿En qué lapso de tiempo recibe usted los beneficios de realizar un proyecto?

Corto Plazo (3 meses)

Mediano Plazo (6 meses)

Largo Plazo (Un año a más)

8. ¿En los años que usted tiene de pertenecer a la cooperativa se ha visto beneficiado?

Si

No

9. ¿De qué manera se ha visto beneficiado al pertenecer a la cooperativa?

Monetariamente (Pago)

En especie (cultivo, ganado)

Conocimientos (Aprendizaje por capacitación)

Laboralmente (Oportunidad de trabajo)

Acceso a créditos

Ayuda a la familia (Medicamentos, educación)

10. ¿Si se le presenta un nuevo proyecto de la cooperativa sobre el montaje de una procesadora de sorbete artesanal estaría dispuesto a participar en él?

De ninguna manera

Parcialmente

Totalmente

11. ¿Estaría dispuesto a trabajar en equipo para el montaje de la procesadora de sorbete artesanal?

Si

No ¿Por qué? _____

12. Si usted está de acuerdo con el proyecto, ¿estaría dispuesto a realizar la siembra de árboles frutales?

Si

No

13. ¿Posee usted algún conocimiento sobre la elaboración de sorbete artesanal?

Mucho

Poco

Nada

14. ¿Posee algún conocimiento en el uso de maquinaria para la transformación de la fruta?

Si

No

15. ¿Estaría dispuesto a aprender el proceso de elaboración del sorbete artesanal?

Si

No

16. ¿Estaría dispuesto a cosechar fruta para su posterior procesamiento?

Si

No

17. ¿Estaría dispuesto a trabajar en conjunto con otras cooperativas para la recolección de la fruta?

Si

No

18. ¿Posee usted árboles frutales en su terreno?

Si

No

19. De los siguientes árboles frutales, señale cuales posee en su terreno.

Mango	<input type="checkbox"/>	Mamón	<input type="checkbox"/>	Guayaba	<input type="checkbox"/>
Marañón	<input type="checkbox"/>	Mamey	<input type="checkbox"/>	Níspero	<input type="checkbox"/>
Jocote	<input type="checkbox"/>	Kiwi	<input type="checkbox"/>	Limón	<input type="checkbox"/>
Zapote	<input type="checkbox"/>	Piña	<input type="checkbox"/>	Guineo	<input type="checkbox"/>
Coco	<input type="checkbox"/>	Zapotillo	<input type="checkbox"/>	Melón	<input type="checkbox"/>
Tamarindo	<input type="checkbox"/>	Zunza	<input type="checkbox"/>	Sandía	<input type="checkbox"/>
Nance	<input type="checkbox"/>	Arrayán	<input type="checkbox"/>	Papaya	<input type="checkbox"/>
Mandarina	<input type="checkbox"/>	Naranja	<input type="checkbox"/>	Papaturro	<input type="checkbox"/>
Guanaba	<input type="checkbox"/>	Anona	<input type="checkbox"/>	Maracuyá	<input type="checkbox"/>
Granada	<input type="checkbox"/>	Granadilla	<input type="checkbox"/>	Membrillo	<input type="checkbox"/>
Carao	<input type="checkbox"/>	Mora	<input type="checkbox"/>	Caimito	<input type="checkbox"/>
Icaco	<input type="checkbox"/>	Manzanilla	<input type="checkbox"/>	Carambola	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/> Explique: _____				

20. Mencione en que época del año producen la cosecha los árboles frutales que posee:

	Invierno	Verano		Invierno	Verano		Invierno	Verano
Mango	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Mamón	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Guayaba	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Marañón	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Mamey	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Níspero	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jocote	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Kiwi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Limón	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zapote	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Piña	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Guineo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Coco	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Zapotillo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Melón	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tamarindo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Zunza	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Sandía	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nance	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Arrayán	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Papaya	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Estudio de factibilidad para montaje de procesadora de sorbete artesanal

Mandarina	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Naranja	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Papaturro	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Guanaba	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Anona	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Maracuyá	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Granada	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Granadilla	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Membrillo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Carao	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Mora	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Caimito	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Icaco	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Manzanilla	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Carambola	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

21. De acuerdo a los árboles frutales que posee, mencione cuanto producen aproximadamente ya sea por canastada, por sacos, por cientos o racimos en la cosecha según sea el tipo de fruta

Mango	Canastada <input type="checkbox"/>	Sacos <input type="checkbox"/>	Cientos <input type="checkbox"/>	Racimos <input type="checkbox"/>
Marañón	Canastada <input type="checkbox"/>	Sacos <input type="checkbox"/>	Cientos <input type="checkbox"/>	Racimos <input type="checkbox"/>
Jocote	Canastada <input type="checkbox"/>	Sacos <input type="checkbox"/>	Cientos <input type="checkbox"/>	Racimos <input type="checkbox"/>
Zapote	Canastada <input type="checkbox"/>	Sacos <input type="checkbox"/>	Cientos <input type="checkbox"/>	Racimos <input type="checkbox"/>
Coco	Canastada <input type="checkbox"/>	Sacos <input type="checkbox"/>	Cientos <input type="checkbox"/>	Racimos <input type="checkbox"/>
Tamarindo	Canastada <input type="checkbox"/>	Sacos <input type="checkbox"/>	Cientos <input type="checkbox"/>	Racimos <input type="checkbox"/>
Nance	Canastada <input type="checkbox"/>	Sacos <input type="checkbox"/>	Cientos <input type="checkbox"/>	Racimos <input type="checkbox"/>
Mandarina	Canastada <input type="checkbox"/>	Sacos <input type="checkbox"/>	Cientos <input type="checkbox"/>	Racimos <input type="checkbox"/>
Guanaba	Canastada <input type="checkbox"/>	Sacos <input type="checkbox"/>	Cientos <input type="checkbox"/>	Racimos <input type="checkbox"/>
Granada	Canastada <input type="checkbox"/>	Sacos <input type="checkbox"/>	Cientos <input type="checkbox"/>	Racimos <input type="checkbox"/>
Carao	Canastada <input type="checkbox"/>	Sacos <input type="checkbox"/>	Cientos <input type="checkbox"/>	Racimos <input type="checkbox"/>
Icaco	Canastada <input type="checkbox"/>	Sacos <input type="checkbox"/>	Cientos <input type="checkbox"/>	Racimos <input type="checkbox"/>

Estudio de factibilidad para montaje de procesadora de sorbete artesanal

Mamón	Canastada <input type="checkbox"/>	Sacos <input type="checkbox"/>	Cientos <input type="checkbox"/>	Racimos <input type="checkbox"/>
Mamey	Canastada <input type="checkbox"/>	Sacos <input type="checkbox"/>	Cientos <input type="checkbox"/>	Racimos <input type="checkbox"/>
Kiwi	Canastada <input type="checkbox"/>	Sacos <input type="checkbox"/>	Cientos <input type="checkbox"/>	Racimos <input type="checkbox"/>
Piña	Canastada <input type="checkbox"/>	Sacos <input type="checkbox"/>	Cientos <input type="checkbox"/>	Racimos <input type="checkbox"/>
Zapotillo	Canastada <input type="checkbox"/>	Sacos <input type="checkbox"/>	Cientos <input type="checkbox"/>	Racimos <input type="checkbox"/>
Zunza	Canastada <input type="checkbox"/>	Sacos <input type="checkbox"/>	Cientos <input type="checkbox"/>	Racimos <input type="checkbox"/>
Arrayán	Canastada <input type="checkbox"/>	Sacos <input type="checkbox"/>	Cientos <input type="checkbox"/>	Racimos <input type="checkbox"/>
Naranja	Canastada <input type="checkbox"/>	Sacos <input type="checkbox"/>	Cientos <input type="checkbox"/>	Racimos <input type="checkbox"/>
Anona	Canastada <input type="checkbox"/>	Sacos <input type="checkbox"/>	Cientos <input type="checkbox"/>	Racimos <input type="checkbox"/>
Granadilla	Canastada <input type="checkbox"/>	Sacos <input type="checkbox"/>	Cientos <input type="checkbox"/>	Racimos <input type="checkbox"/>
Mora	Canastada <input type="checkbox"/>	Sacos <input type="checkbox"/>	Cientos <input type="checkbox"/>	Racimos <input type="checkbox"/>
Manzanilla	Canastada <input type="checkbox"/>	Sacos <input type="checkbox"/>	Cientos <input type="checkbox"/>	Racimos <input type="checkbox"/>
Guayaba	Canastada <input type="checkbox"/>	Sacos <input type="checkbox"/>	Cientos <input type="checkbox"/>	Racimos <input type="checkbox"/>
Níspero	Canastada <input type="checkbox"/>	Sacos <input type="checkbox"/>	Cientos <input type="checkbox"/>	Racimos <input type="checkbox"/>
Limón	Canastada <input type="checkbox"/>	Sacos <input type="checkbox"/>	Cientos <input type="checkbox"/>	Racimos <input type="checkbox"/>
Guineo	Canastada <input type="checkbox"/>	Sacos <input type="checkbox"/>	Cientos <input type="checkbox"/>	Racimos <input type="checkbox"/>
Melón	Canastada <input type="checkbox"/>	Sacos <input type="checkbox"/>	Cientos <input type="checkbox"/>	Racimos <input type="checkbox"/>

Sandía	Canastada <input type="checkbox"/>	Sacos <input type="checkbox"/>	Cientos <input type="checkbox"/>	Racimos <input type="checkbox"/>
Papaya	Canastada <input type="checkbox"/>	Sacos <input type="checkbox"/>	Cientos <input type="checkbox"/>	Racimos <input type="checkbox"/>
Papaturro	Canastada <input type="checkbox"/>	Sacos <input type="checkbox"/>	Cientos <input type="checkbox"/>	Racimos <input type="checkbox"/>
Maracuyá	Canastada <input type="checkbox"/>	Sacos <input type="checkbox"/>	Cientos <input type="checkbox"/>	Racimos <input type="checkbox"/>
Membrillo	Canastada <input type="checkbox"/>	Sacos <input type="checkbox"/>	Cientos <input type="checkbox"/>	Racimos <input type="checkbox"/>
Caimito	Canastada <input type="checkbox"/>	Sacos <input type="checkbox"/>	Cientos <input type="checkbox"/>	Racimos <input type="checkbox"/>
Carambola	Canastada <input type="checkbox"/>	Sacos <input type="checkbox"/>	Cientos <input type="checkbox"/>	Racimos <input type="checkbox"/>

22. ¿Invierte usted tiempo y dinero en la siembra de la fruta que posee (abonándolos, cuidándolos, etc.)?

Si

No

23. ¿Cuál es el costo monetario aproximado que usted invierte en cada siembra o cosecha de fruta realizada?

24. ¿Cree usted que este tipo de sorbete artesanal tendría aceptación entre los consumidores?

Si

No ¿Por qué? _____

25. ¿Cómo cree usted que sería más apropiado vender el sorbete artesanal?

- Directamente en un local
- Distribuidor de carretón
- Otros Especifique: _____
-

26. ¿Cuál es el precio de venta que usted sugeriría para el sorbete artesanal?

- Vaso de 8 onzas \$ _____
- Cono normal \$ _____
- Charrita \$ _____

27. ¿Cree usted que las personas encargadas de vender este sorbete deberían usar uniformes y distintivos para dar a conocer el producto?

- Si
- No ¿Por qué? _____
-

28. ¿Cree usted que trabajar en equipo es beneficioso para la realización de un proyecto?

- Si
- No

29. ¿Estaría dispuesto a hacerle promoción y publicidad al sorbete artesanal?

- Si
- No

30. ¿Cómo considera el hecho de realizarle publicidad y promoción a este producto para su introducción al mercado?

- Nada Importante
- Poco Importante
- Muy Importante

31. De los siguientes nombres y slogan ¿Cuál elegiría usted para representar un sorbete artesanal?

NOMBRE	SLOGAN	
D´Carretón	El sabor de la tradición	<input type="checkbox"/>
Sorbeloco	Locura de sabores naturales	<input type="checkbox"/>
Los naturales	La fruta hecha sorbete	<input type="checkbox"/>
Sorbetes de Tamanique	Lo mejor de Tamanique	<input type="checkbox"/>
Delifrutal	El sabor de lo natural	<input type="checkbox"/>

32. De los siguientes logotipos ¿Cuál elegiría para representar un sorbete artesanal?



LOGO # 1



LOGO # 2



LOGO # 3



LOGO # 4



LOGO # 5

33. ¿Cómo califica el desempeño de la cooperativa hasta la fecha?

- Excelente
- Muy Bueno
- Bueno
- Deficiente
- Pésimo

34. ¿Conoce usted de otras cooperativas que tengan un proyecto similar?

- Si Comente: _____

- No

ANEXO 12 – MODELO DE ENCUESTA PARA RESIDENTES



Universidad de El Salvador
Facultad de Ciencias Económicas
Escuela de Administración de Empresas



Encuesta sobre un estudio de factibilidad para el montaje de una procesadora de sorbete artesanal, para la cooperativa “La Libertad” de R.L., Tamanique.

Saludo: Tenga un buen día, por este medio reciba un cordial saludo, somos estudiantes egresados de la Universidad de El Salvador de la carrera de Administración de Empresas, en esta ocasión le solicitamos su valiosa colaboración para completar la siguiente encuesta.

Objetivo: Determinar las tendencias y la aprobación de los consumidores potenciales de locales y residentes de la zona de Tamanique y sus alrededores ante la introducción del sorbete artesanal industrializado.

Indicaciones: Marque con una “X” la respuesta que considere adecuada, a la interrogante que se le presenta.

Datos generales:

Sexo: Masculino Femenino

Edad: De 15 a 25 años De 26 a 35 años De 36 a mas

Clase económica: Baja Media Alta

Interrogantes específicas:

1. ¿Conoce usted las cooperativas que prestan servicio en Tamanique?

Si

No

2. ¿Conoce usted la Cooperativa “La Libertad”?

Si

No

3. ¿Ha consumido postres helados?

Si

No

4. Mencione cual de los siguientes postres fríos ha consumido:

Sorbetes

Minutas

Frozen

Paletas

Gelatinas

Sorbete de chorro

Todos

5. Mencione cuales de las siguientes marcas de sorbete conoce:

La Nevería

Pops

Boston

Jungle Snow

Dos pinos

Sarita

Riosoto

Foremost

Sin Rival

Frutaletas

Otras marcas Mencione: _____

6. ¿De las marcas anteriores cuales son las que ha consumido?

- La Nevería
- Pops
- Boston
- Jungle Snow
- Dos pinos
- Sarita
- Riosoto
- Foremost
- Sin Rival
- Frutaletas
- Otras marcas Mencione: _____

7. ¿Por qué razón le gusta consumir postres helados?

- | | | | |
|---------|--------------------------|--------------------|--------------------------|
| Sabor | <input type="checkbox"/> | Presentación | <input type="checkbox"/> |
| Precio | <input type="checkbox"/> | Conveniencia | <input type="checkbox"/> |
| Calidad | <input type="checkbox"/> | Higiene | <input type="checkbox"/> |
| Otros | <input type="checkbox"/> | Especifique: _____ | |

8. ¿En qué zona de Tamanique a consumido estas marcas?

- Zona Turística
- Zona Central
- Alrededores de Tamanique

9. ¿Qué clase de sorbete prefiere más?

- Natural
- Artificial

10. De acuerdo a la procedencia ¿Qué clase de sorbete prefiere?

Elaborado manualmente

De Fábrica

11. ¿Conoce el sorbete artesanal (de carretón)?

Si

No

12. ¿Ha consumido usted alguna vez sorbete artesanal (de carretón)?

Si

No

13. ¿Con qué frecuencia consume sorbete artesanal?

Diariamente

Semanalmente

Ocasionalmente

14. ¿Qué precio ha pagado por consumir dicho postre?

Entre \$0.25 a \$0.50

Entre \$0.51 a \$1.00

\$1.00 o más

15. ¿En qué zona de Tamanique a consumido sorbete artesanal?

Zona Turística

Zona Central

Alrededores de Tamanique

16. De las siguientes formas de vender el sorbete artesanal, señale cuales ha visto en la zona de Tamanique:

- En carretón
- En local
- Ambulante

17. ¿En qué presentaciones ha consumido el sorbete artesanal?

- Cono 
- Vaso desechable 
- Charrita 

18. ¿Qué sabores de sorbete artesanal ha consumido?

- Tamarindo
- Coco
- Arrayan
- Guineo
- Nance
- Fresa
- Zapote
- Piña
- Mamey
- Mora
- Naranja
- Otros Mencione: _____

19. ¿Si saliera a la venta un nuevo tipo de sorbete artesanal estaría dispuesto a probarlo?

Si

No

20. ¿Qué sabores le gustaría que existieran?

Mango Mamón Guayaba

Marañón Mamey Níspero

Jocote Café Limón

Zapote Piña Guineo

Coco Zapotillo Melón

Tamarindo Zunza Sandía

Nance Arrayán Papaya

Mandarina Naranja Papaturre

Guanaba Anona Maracuyá

Granada Granadilla Membrillo

Carao Mora Caimito

Icaco Manzanilla Carambola

Otros Explique: _____

21. ¿En qué lugar prefiriera comprar el sorbete artesanal?

Carretón en la calle

Local

22. ¿Cómo prefiere consumir el sorbete artesanal?

- Cono 
- Vaso desechable 
- Charrita 

23. De acuerdo a la presentación que usted eligió ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?

- \$0.50
- \$0.75
- \$1.00

24. ¿Considera importante que la persona que vende el sorbete tenga buena presentación?

- Si
- No ¿Por qué? _____

25. ¿Si se lanzara un nuevo sorbete artesanal a la venta le gustaría que la persona utilizara un uniforme distintivo que lo identifique?

- Si
- No

26. ¿Considera importante que la persona que le sirve el sorbete conserve las medidas de higiene (guantes, redecilla, gel desinfectante para manos)?

- Nada importante
- Poco importante
- Muy importante

27. De los siguientes nombres y slogan ¿Cuál elegiría usted para representar un sorbete artesanal?

NOMBRE	SLOGAN	
D´Carretón	El sabor de la tradición	<input type="checkbox"/>
Sorbeloco	Locura de sabores naturales	<input type="checkbox"/>
Los naturales	La fruta hecha sorbete	<input type="checkbox"/>
Sorbetes de Tamanique	Lo mejor de Tamanique	<input type="checkbox"/>
Delifrutal	El sabor de lo natural	<input type="checkbox"/>

28. De los siguientes logotipos ¿Cuál elegiría para representar un sorbete artesanal?



LOGO # 1



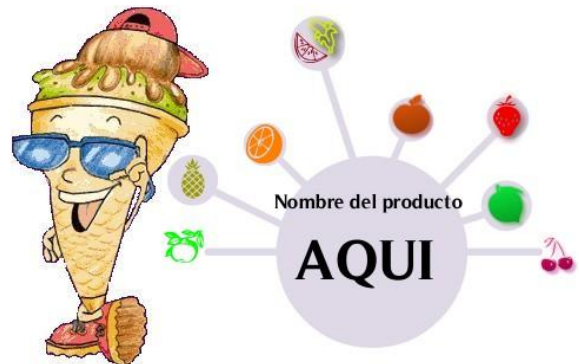
LOGO # 2



LOGO # 3



LOGO # 4



LOGO # 5

